



INTERNET

Cityvox investit dans des sites thématiques

Spécialisée dans les loisirs urbains, cette start-up lance des sites sur le cinéma, les concerts et les spectacles.

Connu pour son réseau de sites locaux de sorties et de loisirs, Cityvox investit désormais dans des sites thématiques. La start-up marseillaise va investir plusieurs centaines de milliers d'euros dans des sites spécialisés dans les spectacles et le cinéma.

Elle vient ainsi de lancer Concerts.fr, un site qui regroupe les offres de concerts par ville, mais qui est surtout « le site de ceux qui font et aiment la musique », souligne Bertrand Bigay, PDG de Cityvox. Une rubrique petites annonces permet ainsi de trouver le guitariste qui fait défaut à un groupe, le professeur de piano à proximité, mais aussi des places de concert à prix préféren-

tiels proposées par des internautes.

Cityvox a également racheté le nom de domaine spectacles.fr, pour continuer à exploiter cette veine. On pourra y acheter des places de théâtre à un tarif avantageux deux ou trois heures avant l'ouverture de rideau, comme le propose déjà le site Cityvox.

Rachat de Cinefil.fr

L'investissement le plus important, toutefois, est le rachat du site Cinefil.fr, lancé par Camerapress, l'un des deux diffuseurs des horaires de cinéma en France. « Il faudra que l'on ait en deux clics maximum les horaires de cinéma.

On suivra la vie d'un film de sa naissance à sa diffusion en télé, et on recueillera les avis des internautes », indique Bertrand Bigay. Plus qu'une stratégie de contenu, il s'agit d'une politique offensive envers les annonceurs. « En associant les pages cinéma de Cityvox, celles d'Orange, qui est notre régie publicitaire, et celles de Cinefil, nous allons créer un pack publicitaire avec 1 million de visiteurs uniques. Ce pack va constituer la deuxième marque publicitaire derrière Allociné », espère Bertrand Bigay.

Bien avant la vague du Web 2.0, Cityvox a mis à contribution les internautes qui fournissent une partie importante des contenus

sur le site, en plus de celui de la rédaction (une quinzaine de personnes sur une trentaine de salariés). Le site compte aujourd'hui 400.000 inscrits, dont 25.000 à 30.000 contribuent à produire du contenu en donnant leurs recommandations : près de 10.000 avis sont ainsi déposés et validés chaque mois. L'audience du site atteint aujourd'hui 2 millions de visiteurs uniques pour 33 millions de pages vues.

En septembre, Cityvox va sortir une nouvelle version du site Webcity, pour l'instant son clone exact, qui ciblera particulièrement les jeunes dans la ville de 15 à 24 ans.

VIRGINIE ROBERT