

## Edito

Le mois de mars aura encore été un mois faste pour Cityvox : record d'audience, lancement de cityvox-tv.fr, succès de la rubrique "associations", etc...



Dans les coulisses, ce mois aura été marqué par le changement d'actionnaires de Cityvox, qui rejoint le groupe France Télécom. Créée en 1999 et financée par trente personnes privées ("Business Angels"), la société Cityvox s'est développée grâce à la confiance de ses investisseurs et au travail de ses salariés. Fidèles à nos côtés dans les années difficiles (2001-2003), ces personnes souhaitent logiquement engranger le fruit de leur investissement. Qu'elles soient aujourd'hui remerciées pour leur audace et les risques pris, sans lesquels Cityvox n'aurait jamais vu le jour !

Du côté du management, nous souhaitons rapprocher Cityvox d'un grand groupe de médias, susceptible de permettre la poursuite de notre croissance et de renforcer notre capacité d'innovation. Nous avons donc cherché un nouvel actionnaire compatible avec cet objectif et avec qui nous avons envie de poursuivre notre chemin, afin de continuer à faciliter la vie quotidienne de nos internautes. Ces derniers mois furent marqués par de nombreuses rencontres humaines, riches et intenses, et par l'esquisse de projets passionnants. Mais "choisir, c'est se priver un peu"... Et il fallait bien choisir...

L'évolution de France Télécom vers les contenus numériques et leur valorisation, sa dimension internationale, son engagement dans l'innovation et les excellentes relations avec les équipes avec lesquelles nous travaillons depuis longtemps nous ont convaincus que notre partenaire historique était aussi le meilleur partenaire pour l'avenir. A suivre...

**Bertrand BIGAY**  
Président

## Chiffres

Avec **7 500 000 visites** en mars, Cityvox termine le

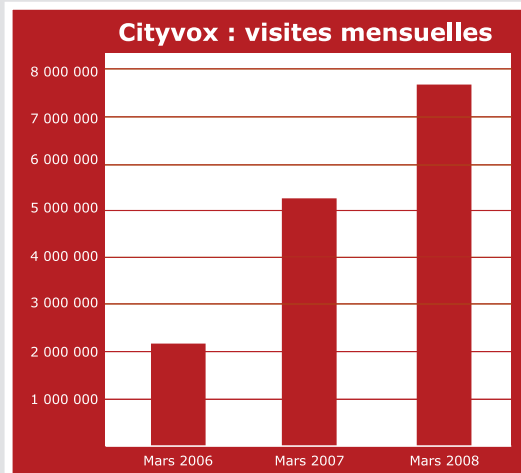
premier trimestre 2008 avec un record historique. Le mois de février, déjà très bon, avec 6 346 035 visites (Source estat Médiamétrie) et 2 276 000

visiteurs uniques (Source Médiamétrie Netratings) a connu une croissance des visites de 34% en 1 an. Le mois de mars fait mieux avec 46% de croissance par rapport à mars 2007.

Les raisons de la forte croissance du premier trimestre :

- L'accroissement de l'audience avec la **Saint-Valentin**
- La nouvelle progression de **Cinefil.com** en terme d'audience
- Le lancement de **Cityvox-tv.fr**

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.cityvox.net](http://www.cityvox.net)



## Cityvox rejoint le groupe France Télécom

**Fort de ses 2,2 millions de visiteurs uniques par mois et de son développement continu, le premier guide de sorties et de loisirs en France est racheté par le groupe France Télécom.**

Cette acquisition vient entériner un partenariat solide de plusieurs années : en juin 2007, Orange a confié à Cityvox la gestion de la chaîne cinéma, en plus de la chaîne "En ville" du site orange.fr. Depuis 2002, Cityvox fait confiance à Orange Publicité pour commercialiser ses espaces publicitaires.

Orange illustre ici sa volonté de se développer sur le marché des services de proximité, du contenu local et de la publicité sur Internet. Cette acquisition ouvre de très nombreuses opportunités à Cityvox, notamment :

- le déploiement à l'international en s'appuyant sur la présence d'Orange dans le monde,
- l'élargissement de l'offre publicitaire en ligne pour les commerçants locaux,
- l'accompagnement des internautes à tout moment grâce aux services mobiles,
- le développement éditorial et de l'audience de ses sites dédiés au cinéma.

Cityvox SAS devient donc une filiale à 100% de France Télécom, tout en conservant son management et ses équipes installées au pôle Média de la Belle de Mai à Marseille, ainsi que l'état d'esprit et l'agilité qui lui ont permis de connaître une très forte croissance ces dernières années.

## Cityvox se lance dans les programmes télé

**Cityvox-tv.fr propose depuis le mois de février les programmes de plus de 70 chaînes de télévision nationales et locales, sur le canal hertzien, la tnt, l'adsl, le câble et le satellite.**

Ce nouveau site répond aux nouvelles habitudes de consommation des programmes TV. Les téléspectateurs consultent autant la version papier que la version web. Cityvox, qui se positionne comme le site pour ne plus rien rater, se distingue grâce aux fortes synergies avec l'ensemble des autres sites (Cinefil.com, Concerts.fr, Spectacles.fr, Cityvox.fr).

# En Tête

## Une offre publicitaire idéale pour cibler les jeunes urbains actifs

Leader français des sites Internet locaux, présent sur 260 villes françaises, notre réseau de sites a pour mission de placer Internet au service de la vie quotidienne de chacun. Des restaurants au cinéma, en passant par la billetterie de spectacles, les petites annonces gratuites et la vie locale, Cityvox.fr facilite la vie de plus de 3 millions de citoyens chaque mois.

Communiquer sur Cityvox.fr, c'est diffuser votre message publicitaire sur le **1er réseau** national de sites locaux et bénéficier d'une souplesse totale des campagnes. Le site met à votre disposition des formats publicitaires qui allient efficacité, impact et créativité.

- **Notre régie : Orange Publicité**

Afin de répondre au mieux à votre demande et vous permettre d'atteindre rapidement et efficacement vos objectifs de communication, la vente d'espaces publicitaires est confiée à notre régie Orange Publicité.

- **Un format publicitaire de qualité**

Le format de référence sur Cityvox est le rectangle médium 300x250 pixels. Dans un espace privilégié, intégré au contenu éditorial et permettant l'insertion d'éléments multimédias, il est bien accepté par les internautes et offre une efficacité incontestable.

Contact Publicité : Thierry Prignaud - Orange Publicité - 01 55 22 92 72 - [www.orangepublicite.fr](http://www.orangepublicite.fr)

# En Actu



## Cityvox prolonge sa collaboration avec la régie d'Orange pour la 4ème année consécutive

L'audience soutenue de nos sites, le profil de notre audience, **le ciblage multilocal** et le développement thématique de nos sites, sont autant de raisons qui ont poussé **Orange à renouveler son engagement**.

Pour Cityvox, c'est la possibilité d'aller plus loin dans les accords d'intégration avec la confirmation d'accords existants (Meetic, Keljob) et la signature de nouveaux (Logicimmo, Argusauto).

Cette collaboration a motivé, en partie, le rachat de Cityvox par Orange, tous deux souhaitant la renforcer. Elle est donc amenée à se prolonger à long terme.

Contact Publicité : Thierry Prignaud - Orange Publicité - 01 55 22 92 72 - [www.orangepublicite.fr](http://www.orangepublicite.fr)

Pour la 2ème année, **Ferrero** a fait confiance à **Cityvox** pour sa campagne de **Saint-Valentin**.

### Pack Cinéma : l'audience s'envole

**5 mois après sa création, le pack cinéma enregistre en février une croissance de 41% avec 19 millions de pages vues. Il se place 2ème sur le marché, loin devant le n°3. Ce record est également marqué par ses 1 385 000 visiteurs uniques en février.**

Le pack Cinéma répond au besoin d'espaces publicitaires spécifiques pour les annonceurs issus du milieu du cinéma. Cette formule, qui remporte un franc succès, regroupe 3 environnements significatifs : Cinefil.com, Orange cinéma et Cityvox cinéma.

# 36,5%

**C'est l'augmentation des dépenses des annonceurs sur Internet en 2007.**

Ce bond explique à lui seul la très légère hausse du marché publicitaire, tous supports confondus.

La place grandissante d'Internet dans les politiques de communication des annonceurs bouscule le jeu. D'un côté les annonceurs investissent plus dans le web et de l'autre le poids de la communication dans le produit intérieur brut décroît. La raison : par son impact et son moindre coût, le web offre des gains de productivité aux annonceurs. Ces dépenses ne sont souvent pas réinvesties dans les autres médias. Internet pourrait dépasser la radio en terme de poids sur le marché publicitaire dès 2008.

Source : Le Monde

# En Direct

## Les annonceurs touristiques choisissent Cityvox

Historiquement, le secteur du tourisme est très représenté sur Cityvox. Cette tendance se confirme sur le premier trimestre 2008 : il représente **un tiers des annonceurs**. Ce type d'annonceurs est avant tout intéressé par l'activité du site : un guide multilocal de sorties et de loisirs.

Le secteur du tourisme **communique beaucoup et, contrairement à une idée reçue, toute l'année**. Les voyageurs, à l'affût de petits prix pour partir loin, ne partent plus seulement en période de vacances scolaires. Les acteurs du tourisme l'ont compris et rivalisent d'offres promotionnelles qu'ils doivent diffuser au grand public.

Ces annonceurs recherchent donc des **espaces publicitaires** en conséquence. Par exemple, en plus des campagnes de pleine saison touristique, Club Med diffuse ses offres sur les mois de février et mars.

Dans son panel d'annonceurs, Cityvox accueille aussi bien les émetteurs, qui font voyager les touristes français, que les réceptifs, qui accueillent les touristes en France. Les publicités des émetteurs tels que Partir pas cher, Air France ou Expedia, et celles des réceptifs tels que le Parc Astérix, Le Puy du Fou ou le Futuroscope se côtoient et se succèdent sur les pages du réseau Cityvox. Les Comités Départementaux du Tourisme sont aussi nombreux à utiliser Cityvox pour promouvoir leurs territoires.

### • Pourquoi Cityvox?

La première chose recherchée par ce type d'annonceurs est l'adéquation entre le message qu'il veut faire passer et la **cible** de notre réseau.

Jeunes, actifs et curieux, cette cible consacre un budget important aux voyages tout en étant attentive aux offres qu'on peut lui faire. Ce qu'elle souhaite : changer d'air et découvrir de nouvelles destinations.

L'autre atout pour ces annonceurs est de pouvoir **géolocaliser** leur campagne en sélectionnant les villes sites Cityvox de leur choix. Par exemple la station de ski Ax3 domaines située dans les Pyrénées se devait de cibler sa communication pour être plus efficace. Elle a ainsi choisi Cityvox pour son réseau de villes et a diffusé ses messages exclusivement dans les villes du Sud Ouest.



## Air France : Comment communiquer dans la durée ?

**Air France a choisi d'être présent toute l'année sur Cityvox en achetant 100% d'un espace dédié pendant un an.** Avec La Navette, la société s'adresse à un large public susceptible de l'utiliser toute l'année.

Le choix de l'espace s'est fait en conséquence : un encart de 145x85 px bien placé au-dessus de la ligne de flottaison. Cette vignette est présente sur chaque page d'entrée du site c'est à dire la page d'accueil et les pages d'accueil rubriques.

Air France a privilégié la **permanence** pour ses messages et a trouvé sur Cityvox un format pertinent. De plus, elle peut gérer, simplement avec un code, le changement des publicités durant l'année, sans modification du tag publicitaire.



# En cours

Nous vous proposons désormais de découvrir ce sur quoi nous travaillons et qui fera son apparition dans les prochaines semaines sur nos sites. Si vous souhaitez réagir sur ces projets, n'hésitez pas à nous contacter.

## **Nouveau : Webcity**

### **La nouvelle version de Webcity verra bientôt le jour.**

Au programme, un site qui s'appuie sur la communauté pour guider les internautes dans leurs choix de sorties et de loisirs. A partir de leurs goûts et centres d'intérêts, les internautes pourront échanger, se conseiller et s'enrichir mutuellement. C'est le site qui permettra de renouveler son quotidien, d'avoir de nouvelles bonnes adresses agrémentées d'avis et d'en donner en retour. La simplicité de navigation et les nombreuses fonctionnalités viendront s'ajouter à la richesse du contenu.

## **Le service association se développe**

### **Plus de 800 associations sont inscrites sur Cityvox.**

Elles se servent de leur espace personnel pour se faire connaître en diffusant toutes leurs actualités : leurs news, leurs événements et leurs photos. Depuis la création du service, 600 news et événements ont été publiés. Le service a été remodelé pour le rendre plus pratique et de nouvelles fonctionnalités ont vu le jour pour inciter les associations à faire vivre leur espace.

# Regards en coulisses

Derrière les écrans, une équipe dynamique fait vivre le site au quotidien !  
Ce trimestre, découvrez le portrait de deux collaboratrices.

**Carine RIEU**  
Chargée de mission  
Ressources Humaines  
Née en 1973  
à Avignon (84)  
Mariée, 1 enfant



#### **C.V flash :**

Diplômée d'une maîtrise de Lettres Modernes, Carine est embauchée chez Cityvox en 2000 en tant que rédactrice Marseille. Elle s'adapte aux changements structurels que connaît Cityvox à cette période et devient responsable du Guide France. Au fil des années, elle acquiert une bonne connaissance de la société et de ses métiers qu'elle souhaite mettre à profit dans les Ressources Humaines.

C'est en septembre 2006 qu'elle occupe ces nouvelles fonctions de RH. Elle gère aujourd'hui le recrutement : de la définition des postes à l'entretien, et l'intégration des nouveaux embauchés. Elle est aussi chargée de la gestion et du suivi de la paye et intervient dans les problèmes de management.

#### **Centres d'intérêts :**

Relations humaines, chanson, voyages, littérature, éducation...

#### **Cityvox en 2 mots :**

Autonomie, responsabilités

**Sabrina ACHIBA**  
Responsable éditoriale  
Pôle Sud  
Née en 1978  
à Tourcoing (59)  
Célibataire



#### **C.V flash :**

Diplômée de l'Ecole de Journalisme et de Communication de Marseille, option Nouveaux médias, Sabrina rejoint l'équipe de Cityvox en novembre 2005. Son parcours l'a amenée logiquement vers Cityvox. Cityreportrice depuis 2001, elle trouve le concept "génial et novateur". Elle effectue un stage à Lille chez Webcity pour confirmer son projet. Elle met à ce moment-là en pratique ses compétences journalistiques sur le web. A la fin de ses études, elle souhaite créer un Centre d'Education aux médias pour les enfants. C'est en laissant de côté ce projet, qu'elle contacte Cityvox et devient successivement rédactrice Lille, rédactrice Marseille puis Responsable du sud de la France.

Elle coordonne aujourd'hui 7 rédacteurs et veille au respect de la ligne éditoriale du site.

#### **Centres d'intérêts :**

Voyages, sorties, danse orientale, gymnastique chinoise

#### **Cityvox en 2 mots :**

Communauté, partage de bons plans

**Toute l'actualité de Cityvox pour les professionnels sur [www.cityvox.net](http://www.cityvox.net)**

Direction de la Publication : Bertrand Bigay, Président // Conception Editoriale : Emmanuelle Jacquety : [ejacquety@cityvox.com](mailto:ejacquety@cityvox.com) // Conception Graphique / Maquettage : Sophie Tholozan // Photographe Cityvox : Aurélien Le Grand //

// Cityvox SAS - Pôle Média Belle de Mai - 37, rue Guibal - BP 65 - 13303 MARSEILLE Cedex 03 //

Contact