

## Edito



L'été bat enfin son plein et marque le début d'une nouvelle année pour Cityvox. L'exercice comptable que nous avons achevé au 30 juin 2006 a été le meilleur depuis la création de la société, avec une croissance de 65% du Chiffre d'Affaires et une hausse de 100% de l'audience de nos sites en un an. 10% des internautes français utilisent désormais nos sites chaque mois et Cityvox se situe dans les plus importants sites éditoriaux français.

Les perspectives pour l'année que nous démarrons au 1er juillet sont tout aussi positives : l'audience et le Chiffre d'Affaires vont continuer de croître à un rythme soutenu. Fidèles à nos principes, nous continueront à investir massivement pour améliorer nos produits et services. C'est ce qui fait que les internautes sont toujours plus nombreux à utiliser et recommander Cityvox. C'est aussi ce qui fait que de plus en plus d'annonceurs nous font confiance pour leur communication.

Cette newsletter vous informe sur les points essentiels qui font l'actualité de notre société : vous y trouverez des indications sur nos chiffres d'audience ainsi que les nouveaux produits et services Cityvox à travers des cas concrets et des témoignages clients.

Bonne lecture !

**Bertrand BIGAY**  
Président

## Chiffres

**Cityvox passe le cap des 2 000 000 de Visiteurs uniques selon Nielsen NetRatings\***

Un an après avoir franchit le seuil du million de visiteurs uniques, Cityvox confirme la croissance de son audience en atteignant **2 005 000 visiteurs** uniques en mai 2007.

Le lancement des sites thématiques [Concerts.fr](#) et [Cinefil.com](#) marque un tournant dans l'histoire de Cityvox, qui se positionne désormais comme véritable groupe média sur Internet. L'intégration des chiffres d'audience de ces 2 nouveaux sites permet au groupe de réaliser des records d'audience sur les premiers mois de l'année 2007.

Avec **5 105 072 visites** et **31 882 709 pages vues** au mois de juin 2007, Cityvox poursuit son ascension et confirme, cette année encore, l'intérêt des internautes pour le traitement local de l'information liée à la Fête de la Musique.

\*source: Médiamétrie//NetRatings - Service Nielsen NetRatings - NetView - tous droits réservés par Médiamétrie//NetRatings"

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

## SFR fait appel à Cityvox pour son portail Web et Wap

**Le deuxième acteur de la téléphonie mobile en France a choisi Cityvox pour offrir à ses utilisateurs des contenus de qualité, développer leur temps de connexion et inciter à la consommation de services associés.**

Cityvox a donc développé un service web complet à travers les nouvelles rubriques "Ma ville" et "Infos loisirs" du site SFR.

En parallèle, Cityvox a développé un véritable site sur le wap qui permet à l'utilisateur de trouver un établissement par géolocalisation, commander des places de spectacles ou réserver une chambre d'hôtel pour le soir même.

Pour Cityvox, ce contrat est l'occasion de renforcer sa présence sur l'Internet mobile, en plein développement, et de permettre à ses utilisateurs sur le web de continuer à utiliser Cityvox en situation de mobilité.



## Cityvox lance le service "Associations"

**Soucieux d'offrir à ses membres un service complet axé sur la vie locale, Cityvox poursuit le développement de sa rubrique "vie locale".**

Après la refonte complète de "l'annuaire local" et le lancement des "pétitions citoyennes", le service "Associations" vient compléter la rubrique en proposant le référencement d'associations, leur actualité et les rendez-vous associatifs. Une nouveauté qui s'inscrit dans la lignée des objectifs de Cityvox : placer Internet au service de la vie quotidienne de chacun.

# 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 par 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. Dans un espace privilégié, intégré au contenu éditorial et permettant l'insertion d'éléments multimédia, il est bien accepté par les internautes et offre une efficacité incontestable.

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

# En Actu

## La régie Orange publicité lance la RG Télécom

Orange Publicité, la régie du groupe Cityvox, diversifie son offre média et lance la **RG Télécom**. Cette nouvelle offre s'adresse à tous les annonceurs du secteur des Télécommunications (Alice, SFR, Free...) et leur offre la possibilité de diffuser leurs publicités sur tous les sites du **réseau Orange Publicité** excepté Orange.fr qui est un concurrent avéré.

La RG télécom, à travers les 13 sites du réseau Orange Publicité, représente jusqu'à **800 millions de Pages vues** par mois et permet de toucher plus de 14 millions de visiteurs (déduqué). Source Nielsen NetRatings- mai 2007. Cette offre permet donc à une catégorie d'annonceurs puissants d'avoir accès aux sites de la 1ère régie publicitaire sur Internet.

Contact Publicité : Thierry Prignaud - Orange Publicité - 06 58 88 60 60



Orange publicité

**64** annonceurs ont diffusé leur publicité sur les **sites du groupe Cityvox** au 1er semestre 2007. Soit une augmentation de près de 36% par rapport à 2006. De plus, on note une grande fidélité de la part des annonceurs, qui n'hésitent pas à diffuser leurs nouvelles campagnes sur Cityvox, ce qui est la meilleure preuve de leur satisfaction.

**9%** C'est la part que devraient atteindre les **investissements publicitaires online** des grandes marques cette année, avec une progression moyenne de l'ordre de 35%. En 2006, le poids d'Internet n'était que de 7%.

Etude BenchmarkGroup juin 2007.

## La Base Optins Cityvox atteint 200 000 membres

S'appuyant sur une forte communauté d'internautes participatifs, Cityvox a développé une base de données optin exclusive offrant à la fois la **puissance** grâce à des volumes disponibles importants, et **l'affinité** grâce à des capacités de ciblage nombreuses.

L'exploitation de cette base offre aux annonceurs des taux de réponse largement supérieurs aux autres leviers de communication, optimise leur marketing en ligne et augmente l'efficacité de leurs activités sur Internet.

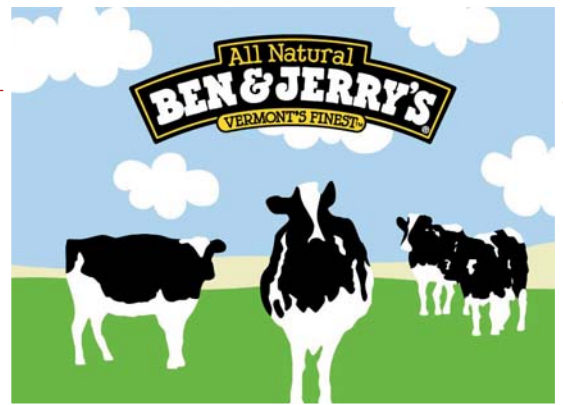
# En Direct

## Ben et Jerry's part en campagne sur Cityvox

**Ben & Jerry's**, la célèbre marque de glace qui organise chaque année le Free Cone day, journée internationale de distribution de glace, renforce cette année sa communication en France.

### Une campagne en 4 temps

- Sur le principe de "teasing", la campagne annonce une candidature de dernière minute aux élections.
- Le blog [www.myspace.com/lautreccandidate](http://www.myspace.com/lautreccandidate) sert de relais pour présenter cette "candidate anonyme".
- Le 8 avril dernier, le visage de cette "candidate de poids" militant pour une France gourmande est dévoilé avec le site Internet <http://www.lautreccandidate.com/>.
- Le 17 avril, lors du Free Cone Day, une grande journée de mobilisation est organisée.



### Pourquoi cityvox ?

- L'audience de Cityvox, composée de jeunes urbains actifs CSP+, est en parfaite adéquation avec la cible de Ben&Jerry's, qui souhaite toucher un public plutôt jeune et urbain pour créer du trafic lors de son évènement le 17 avril.
- Grâce à Cityvox et son réseau de 175 villes, Ben&Jerry's choisit de diffuser son message dans les 6 villes françaises où sont organisées les manifestations afin d'obtenir un ciblage précis et géolocalisé.

### Quel moyens mis en place ?

- Le header dynamique

Emplacement original, le header dynamique est mis en place du 31 mars au 2 avril sur les pages des 6 villes pour lancer le teasing.

- Rectangle médium 300x250

Afin de relayer le teasing, 1 900 000 impressions sont diffusées sur le rectangle médium du 3 avril au 16 avril sur les pages des 6 villes.

- L'habillage

Le 17 avril, jour de la manifestation, la page d'accueil des 6 villes est habillée aux couleurs de la marque pour une visibilité maximale.

## Meetic

Meetic a su s'imposer en quelques années comme le leader européen des rencontres en ligne avec une marque reconnue dans une vingtaine de pays et plusieurs dizaines de millions de profils enregistrés depuis sa création. Meetic bénéficie ainsi en Europe du trafic le plus important de tous les sites de rencontres en ligne.

Fort d'un vaste réseau de membres présents dans toutes les régions de France, Meetic souhaite être présent sur les gros carrefours d'audience et toucher le plus grand nombre d'internautes en mettant en avant son image conviviale et de proximité.

### Proposition Cityvox :

Cityvox a donc mis en place un accord d'intégration avec Meetic pour apporter du contenu à sa rubrique Annonces présente dans 260 villes en France.

Pour le 1er réseau national de sites locaux, c'est donc la possibilité de monétiser son audience tout en et proposant un service de rencontres reconnu et leader de sa catégorie. Meetic devient alors le partenaire exclusif de la chaîne rencontre Cityvox et accède à un réseau local dont les valeurs sont axées sur l'échange entre les membres et le partage des expériences.



# La presse en parle

La société Cityvox a connu ces derniers mois un très fort développement, qui conforte son modèle média. La réorganisation du groupe, l'importante croissance de son audience et l'ouverture de nouveaux domaines de compétence nous ont incités à mettre en place des outils d'information sur la société : notre Dossier de Presse accompagnera désormais la vie et l'évolution de l'entreprise.

**Le Dossier de Presse de Cityvox est à votre disposition, n'hésitez pas à prendre contact directement avec l'attachée de Presse du groupe : Anaïs Durand - adurand@cityvox.com**



"L'éditeur de sites thématiques culturels Cityvox présent sur 175 villes a racheté le site Cinefil.com. Ce rachat intervient peu de temps après le lancement de Concerts.fr qui indique une volonté de la société de se renforcer sur le créneau des loisirs. La rubrique cinéma de Cityvox.fr de son côté a triplé sa fréquentation en 2006 avec un total de 5 millions de pages vues en décembre..."



"[...] 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. [...] En septembre, Cityvox va sortir une nouvelle version du site Webcity, qui ciblera particulièrement les jeunes dans la ville de 15 à 24 ans."

# Regards en coulisses

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

**Clémence PIOT**  
**Responsable du**  
**pôle éditorial Paris**

Née en 1980  
à Cherbourg (50)  
Mariée



**C.V flash :**

Diplômée d'une licence de Droit en 2001 puis de l'Ecole du Louvre en 2004, Clémence effectue de nombreux stages dans des rédactions, comme les journaux La Provence ou Connaissance Des Arts. En janvier 2006, elle arrive chez Cityvox dans le cadre d'un Contrat Nouvelle Embauche avec pour mission d'étoffer le pôle éditorial.

Aujourd'hui responsable de l'équipe éditoriale de Paris et de la région Ile de France, Clémence est chargée d'animer le site de Paris et de préparer les dossiers thématiques de la rédaction.

**Centres d'intérêts :**

Expositions, voyages, lecture...

**Cityvox en 2 mots :**

Dynamique, participatif.

**Christèle TAURISSON**  
**Responsable de**  
**Publicité locale**

Née en 1976  
à Villeneuve sur Lot (47)  
Célibataire



**C.V flash :**

Diplômée d'un DESS Marketing, Christèle rejoint Cityvox en 2000, date de création de la société, dans le cadre d'un stage. Elle crée le guide de sorties de la ville de Toulouse puis s'occupe du référencement du site sur Internet. Embauchée au mois d'octobre 2000, elle est nommée responsable du marketing on-line et développe en parallèle la communauté Cityvox en créant le Club Cityvox.

En septembre 05, elle crée l'offre Publicité locale qui permet de monétiser l'audience du site. Véritable pilier de la société, elle est aujourd'hui responsable d'une équipe de 4 commerciaux, chargés de développer cette offre.

**Centres d'intérêts :**

Concerts, cinéma, yoga...

**Cityvox en 2 mots :**

Bons plans, actualité.

**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 : Chloé Alonzo : calonzo@cityvox.com // Conception Graphique / Maquettage : Sophie Tholozan // Photographie Cityvox : Aurélien Le Grand // Impression : Stell - 116, bd de La Pomme - 13011 MARSEILLE.

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

contact