

## Edito



Tout au long de cette année, les équipes de Cityvox se sont mobilisées pour permettre aux internautes de "Partager la vie d'ici au quotidien". De plus en plus de villes sont couvertes, de plus en plus de services sont proposés, et les rubriques "historiques" sont sans cesse améliorées. C'est ce qui explique la forte hausse de l'audience de nos sites internet.

En nous développant, nous ne perdons pas de vue vos attentes en terme de visibilité. Dans nos nouvelles rubriques, comme dans nos nouveaux sites thématiques, nous réservons des espaces publicitaires de qualité, qui permettent de cibler un public en affinité. Ainsi, la nouvelle offre publicitaire du Pack Cinéma renforce la possibilité de cibler les urbains actifs. L'efficacité des messages publicitaires est renforcée par une bonne intégration de la publicité au coeur de l'éditorial, en évitant les formats intrusifs qui irritent les internautes (pop-ups, publicité qui recouvre la page avant de disparaître, etc...) et sont contre-productifs pour l'annonceur.

Cette efficacité est confirmée par la fidélité des annonceurs, toujours plus nombreux et issus de nouveaux secteurs d'activité. Nous les remercions pour la confiance qu'ils nous témoignent jour après jour. Notre souhait est de continuer à progresser, pour satisfaire à la fois les internautes et les annonceurs : alors n'hésitez pas à nous faire part de vos attentes et réactions.

Toute l'équipe se joint à moi pour vous souhaiter de bonnes fêtes de fin d'année et une bonne année 2008.

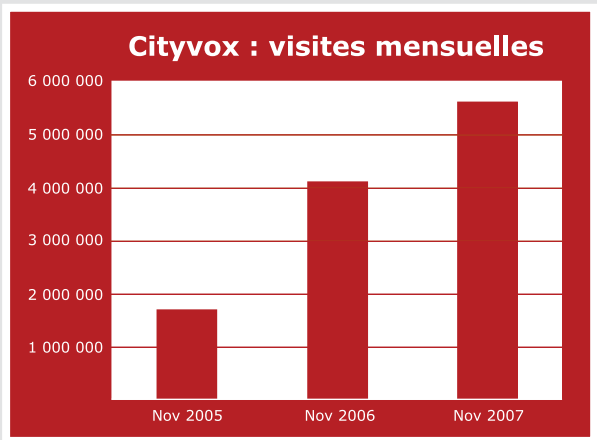
**Bertrand BIGAY**  
Président

## Chiffres

Cityvox a battu en novembre 2007 un nouveau record d'audience, avec **5 600 000 visites dans le mois**, selon Mediametrie – OJD. Avec une croissance de 38% en un an, Cityvox se développe presque 3 fois plus vite que la moyenne des sites internet français.

Dans le détail, cette réussite est liée :

- au **développement du réseau de sites locaux**, que les internautes sont de plus en plus nombreux à utiliser. Avec une rédaction étoffée et une participation des internautes toujours plus forte dans l'élaboration des contenus, Cityvox couvre peu à peu tous les aspects de la vie locale.



- au **lancement des sites thématiques** [www.cinefil.com](http://www.cinefil.com), [www.concerts.fr](http://www.concerts.fr), [www.spectacles.fr](http://www.spectacles.fr) qui sont plébiscités pour leur facilité d'usage et qui rencontrent une audience importante.

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

## Cityvox lance un nouveau site Internet, Spectacles.fr

Après Cinefil.com et Concerts.fr, Cityvox poursuit son développement en tant qu'éditeur de sites thématiques culturels et couvre maintenant toute l'actualité des spectacles.

Sur Spectacles.fr, les amateurs de théâtre, de danse et de scène trouveront toute la programmation des spectacles dans leur ville. Ils seront guidés par les avis des internautes qui partagent en ligne leurs coups de coeur. Comme dans tous sites "by Cityvox", l'accent est mis d'une part sur le partage d'expériences entre passionnés et d'autre part sur la simplicité de navigation.

Six rubriques principales animent le site : les Spectacles, la Billetterie, une sélection pour les Enfants, des Vidéos, les Avis des Internautes et les Artistes. Ce sont donc autant d'espaces publicitaires en plus pour les annonceurs qui souhaitent s'adresser à un large public, sensible à la culture, réceptif et curieux.



# 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. 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.

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

# En Actu

## Avec son pack Cinéma, Cityvox propose la 2ème offre du marché

Lancé il y a seulement 3 mois, le pack cinéma se place comme l'offre la plus intéressante après celle d'Allociné et loin devant les autres acteurs du marché.

Le pack cinéma regroupe trois environnements exclusivement dédiés au cinéma :

- Le site thématique **Cinefil.com**,
- La chaîne cinéma d'Orange,
- La chaîne cinéma de Cityvox.

Ces espaces rassemblent plus de **870 000 visiteurs uniques** par mois (Source : Nielsen) et représentent **15 millions de pages vues** (nombre de pages consultées par l'internaute sur un même site).

Nos annonceurs sont issus du milieu du cinéma et communiquent soit sur les sorties de DVD et de films comme Pathé pour le Cœur des hommes 2, soit sur leur offre commerciale comme Canal Satellite.

Ils disposent de vrais avantages : des formats identiques sur les 3 environnements, un seul interlocuteur, une seule mise en ligne et un tarif attractif. C'est aussi **la cible jeune**, urbaine et forte consommatrice de marques et de nouveautés qui guide les annonceurs dans leur choix.

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



## Quel est le point commun entre le Conseil Régional de Bretagne, l'Office de tourisme du Portugal et le Conseil Général 13 ?

Ils sont tous les trois annonceurs sur Cityvox et ne sont pas les seuls : **14 annonceurs institutionnels** ont diffusé leur publicité sur le réseau Cityvox en 2007. Plus que jamais, le ciblage **local** de nos sites correspond parfaitement à leur objectif de communication.

# +104%

c'est la croissance du **Chiffre d'affaires publicitaire** de Cityvox si l'on compare les 9 premiers mois de 2007 à ceux de 2006.

**Plus de 260 000 adresses email opt ins d'internautes, soit 25 % de croissance depuis début octobre 2007.**

De plus, les internautes inscrits dans la base répondent de manière très satisfaisante aux campagnes des annonceurs : chez notre partenaire mutualisé, **le taux d'ouverture moyen est de 30%** contre 20% en règle générale.

Contact Emailing : Emilie Grelewicz - 04 95 04 33 93 - En savoir plus : [www.cityvox.net](http://www.cityvox.net)

# En Direct

## L'électronique Grand Public investit Cityvox

Cityvox élargit sa palette d'annonceurs et séduit de nouveaux secteurs comme celui de l'automobile, de l'alimentaire et de l'électronique Grand Public. Les annonceurs ne sont plus seulement issus du milieu des voyages et des télécoms, secteurs historiques de Cityvox.

La campagne que mène Samsung en est la preuve. Le géant de l'électronique a choisi Internet comme média pour relayer sa campagne télévisuelle. Et dans le vaste paysage du net, il choisit d'investir Cityvox avec **un million d'affichages pendant près d'un mois**.

Le format rectangle confère aux publicités une forte **visibilité** et permet une mise en valeur optimale pour un spot vidéo. Samsung exploite au mieux ce format en diffusant une vidéo reprenant le spot télévisuel pour lancer son nouveau modèle de téléphone portable.

D'autres annonceurs comme HP, Panasonic, Philips, Sony et Apple ont choisi Cityvox pour faire connaître leurs nouveaux produits. Les encarts publicitaires ci-contre étaient présents sur la majorité des pages du réseau Cityvox.

### • Pourquoi Cityvox ?

Ce type d'annonceurs est séduit principalement par la **cible** de notre réseau. Jeunes, actifs, urbains, curieux, cette cible consomme beaucoup et est à l'affût des **nouveautés**. L'internaute sera donc logiquement plus réceptif aux publicités.

L'autre avantage est, bien sûr, l'audience en constante croissance que connaît Cityvox : **5,6 millions de visites** au mois de novembre 2007 (Source : OJD).



## La Fnac s'affiche sur Cityvox

Avec France billet, filiale de la FNAC, comme fer de lance, Cityvox attire de plus en plus d'annonceurs évoluant dans le **secteur culturel**. Cette **confiance** s'accroît au fil du développement de nos sites thématiques.

Concerts.fr, Cinefil.com et maintenant Spectacles.fr offrent un vaste espace publicitaire où les annonceurs trouvent la **cohérence** nécessaire à leur campagne. Ils profitent de ces sites spécialisés pour annoncer tous types d'événements culturels comme la tournée d'Indochine, les Tambours du Bronx, le Concert de Marylin Manson, le Festival I love techno (bannière ci-dessous), Picardie Mouv', le concert de Michel Fugain, les Nuits de Fourvières etc. Ce que cherche ici la Fnac est de promouvoir ces événements dans chaque ville où se produisent les artistes. Le ciblage **local** dont fait preuve Cityvox est un atout incontestable pour l'annonceur.



# 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.

## La vidéo se développe sur Cityvox

**Courant novembre 2007, Cityvox et ses sites thématiques ont lancé des services vidéo.**

Les internautes et les responsables d'établissements peuvent diffuser leurs propres vidéos sur les fiches des lieux, des événements ou des artistes. Ceci répond aux attentes des internautes qui affirment très majoritairement apprécier la vidéo sur les sites Internet et qui la jugent à 69% incontournable pour les sites de contenus (source JDN octobre 2007). L'enjeu maintenant est de déployer ce service sur de nombreuses rubriques du site. Avec ces pages vidéos, l'annonceur disposera peu à peu de nouveaux espaces publicitaires spécifiques.

## Les retransmissions sportives

**Les clients abonnés au pack PRESENCE+ bénéficieront prochainement d'un nouvel outil pour annoncer les retransmissions sportives qui ont lieu dans leurs établissements.**

Un nouvelle rubrique sur le site, dans l'onglet Agenda, permet aux internautes de trouver en quelques clics le bar ou le restaurant dans lequel ils vont pouvoir aller voir leurs matchs de foot, de rugby ou encore de hockey sur glace (...). Ce nouveau service offre donc aux abonnés Présence + la possibilité d'accroître leur visibilité sur nos sites et de créer du trafic dans leurs établissements les soirs de match.

# Regards en coulisses

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

## Julie CARINI

**Chef de produit Billetterie**

Née en 1983  
à Miramas (13)  
Célibataire



### C.V flash :

Diplômée d'une maîtrise en marketing et gestion des entreprises, Julie arrive chez Cityvox en avril 2006 dans le cadre d'un stage longue durée avec pour mission de développer le service billetterie. A l'issue de son stage, elle est nommée Chef de produit billetterie.

Elle gère aujourd'hui les partenariats avec les salles de spectacles, les relations avec les internautes et développe l'offre du service.

### Centres d'intérêts :

Théâtre, mode, séries télé...

### Cityvox en 2 mots :

Pratique, communauté

## Bart WEIJLAND

**Développeur**

Né en 1961  
à Uden (Pays-bas)  
Marié, 2 enfants, 3 chats



### C.V flash :

Diplômé d'une école de journalisme puis de la faculté de géographie d'Utrecht aux Pays-bas, Bart vient faire ses premières expériences professionnelles à Paris. Passionné par Internet et les possibilités infinies qu'offre cet outil, il décide de suivre en 1999 une formation en HTML. Cette nouvelle corde à son arc lui permet d'intégrer Wine and co. C'est en 2002, après le rachat de la start-up, que Bart sera embauché par Cityvox.

Aujourd'hui, Bart contribue au développement des sites de Cityvox et suit particulièrement les clients marque blanche.

### Centres d'intérêts :

Chocolat, soleil, fromage et tapenade maison

### Cityvox en 2 mots :

Respect de la vie privée, développement

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 // Photographie Cityvox : Aurélien Le Grand // Publication décembre 2007 //

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

Contact