

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 média, 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 convaincu 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

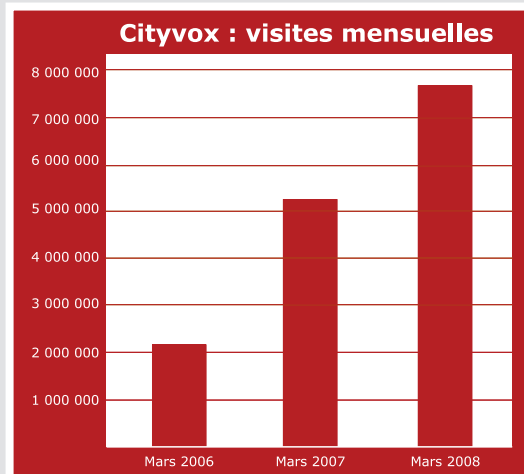
premier trimestre 2008 avec un record historique. Le mois de février, déjà très bon, avec 6 346 035 visites (Source estat

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



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 sur les dernières années.

Cityvox est primé au Trophée Chef d'Entreprise magazine 2007

C'est dans la catégorie Marketing/communication que Cityvox se distingue et plus précisément pour le développement du commerce local sur Internet. Présenté comme la vitrine du commerce local sur Internet, Cityvox est primé pour son caractère avant gardiste, en mettant les internautes à contribution bien avant la vague du web 2.0.

Chef d'Entreprise Magazine est un mensuel destiné aux dirigeants des petites et moyennes entreprises.

En Tête

Cityvox, plus près des acteurs de la vie locale

Leader français des sites Internet locaux, présent sur 260 villes françaises, notre réseau de site a pour mission de placer Internet au service de la vie quotidienne de chacun. Des restaurants au cinéma, en passant par le service de 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.

Pour les responsables d'établissement et les organisateurs de soirées, véritables acteurs de la vie locale, qui souhaitent engendrer du trafic, promouvoir leur actualité et attirer de nouveaux clients, Cityvox propose des offres efficaces, économiques et ciblées.

• Le pack **PRESENCE+**

Toute l'année, une présentation privilégiée et valorisante de votre établissement, un espace de gestion à votre disposition et des contenus supplémentaires : galerie de photos, vidéos, mot du patron, lien vers votre site web...

• Les liens promotionnels **TRAFIC+** et **AGENDA+**

Pour vos campagnes ponctuelles, ces liens sont visibles sur l'ensemble de notre réseau et sur celui de nos partenaires comme Orange. Vous payez cette communication à l'efficacité : à partir de 0.15€ HT le clic.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.presence.cityvox.com

En Actu

Orange et Cityvox : quelles opportunités pour les commerçants locaux ?

Le développement des offres publicitaires pour les commerçants locaux est l'un des quatre objectifs prioritaires dans le cadre du changement d'actionnaire de Cityvox. En effet, plusieurs projets vont être menés en 2008 et bénéficieront à nos annonceurs locaux. Certains peuvent d'ores et déjà être dévoilés :

- l'enrichissement des offres Cityvox avec de nouveaux produits : annonces de retransmissions TV pour les bars, réservation en ligne pour les restaurants, moteurs de marques pour les boutiques,
- le renforcement de la présence des offres Cityvox dans la chaîne "En ville" du site Internet d'Orange,
- la déclinaison du service local Cityvox sur le portail mobile "Orange World", avec la présence d'un certain nombre d'éléments des offres publicitaires de Cityvox (Trafic +, Citybonus, etc...).

Au delà de ces projets rapides, Cityvox est associé à la réflexion engagée pour développer l'offre commerciale locale du groupe France Télécom sur un plus grand nombre de services mobiles et sur Internet. Connaissant bien vos attentes, nous sommes à même d'être vos porte-parole dans cette réflexion : comme nous l'avons fait peu à peu sur Cityvox, en construisant avec vous une offre commerciale adaptée à vos besoins et principalement axée sur l'efficacité et la performance. Nous vous tiendrons informés de ces nouvelles opportunités.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.presence.cityvox.com

65% des clients ont renouvelé leur abonnement au Pack PRESENCE+ en 2007.

560 clients au mois de janvier 2008 : le nombre de clients a doublé en un an.

Parmi eux, L'Hôtel Best Western Elysées (Paris)
Le Parc Futuroscope (Poitiers)
Les Hôtels Concorde (Paris)
Le Printemps (Lille)
Holiday Inn (Bordeaux)
Le Mélo Café (Marseille)
Les Folies du Lac (cabaret à Chateauneuf Sur Isère)

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

Promouvoir un événement grâce aux liens AGENDA+

La Cabane en l'air est un concept original d'hébergement qui propose dans plusieurs régions de France de réaliser un rêve d'enfance : passer une nuit dans les arbres. Le choix de cabanes est vaste : familiales, cabanes échelle, tyroliennes, sur pilotis et s'adapte aux différents besoins de confort.

• Sa demande :

Chaque année, Les Cabanes en l'air proposent des offres coup de cœur pour la **Saint-Valentin**. C'est l'occasion d'offrir un cadeau insolite à sa moitié. Cet établissement souhaite donc communiquer efficacement autour de cet événement afin d'informer les amoureux qui cherchent de bonnes idées.

• Notre proposition :

Afin de répondre à cette demande, Cityvox a proposé à cet annonceur d'utiliser les liens promotionnels **AGENDA+** avant la saint-Valentin. Ces emplacements qualitatifs et facturés au clic permettent de se faire vite connaître tout en se démarquant des milliers d'événements référencés sur notre site.

Notre proposition comprend :

- La création d'une page spécifique référencée dans notre Agenda des Sorties : "Une nuit dans une cabane".
- La mise en ligne d'un lien promotionnel composé d'une photo et d'un texte publicitaire dans notre onglet saint Valentin, dans nos idées cadeaux et en première page des villes d'Angers, Nantes, Bordeaux, Paris et Rennes.



Le témoignage de Samuel Beaufreton, Webmaster des Cabanes en l'air.

"Pour promouvoir notre offre coup de cœur, notre choix s'est porté sur Cityvox. Testé l'année dernière, nous avons voulu réitérer cette année. Les campagnes de publicité AGENDA+ nous permettent d'effectuer un **ciblage géographique local**. Présents dans plusieurs régions de France, nous pouvons, grâce à Cityvox, toucher les prospects à proximité de nos lieux.

Cityvox a clairement contribué à la **hausse du trafic** sur notre site durant les 3 semaines précédant la Saint-Valentin. Près de 50 visiteurs par jour sont venus par le biais de Cityvox.

Nous renouvelerons cette opération. Le coût au clic (0.15ct) reste bon marché."

La promotion via la vidéo

• Qu'est ce que c'est ?

Un outil de promotion efficace pour mettre en valeur votre lieu. La vidéo permet de faire découvrir aux internautes votre établissement d'une façon originale et marquante. L'ambiance, la décoration, le style, l'espace sont des critères qui déterminent le choix des internautes. La vidéo est le seul outil qui permet de les retranscrire.

• Comment ça marche ?

Votre conseiller commercial est à votre disposition pour intégrer votre vidéo sur votre page de présentation. Contactez-le !

• Les plus :

La vidéo sur Internet emporte un grand succès auprès des internautes et est jugée incontournable pour les sites de contenu.

C'est un moyen d'accroître sa **visibilité** : Un internaute visitera plus volontiers la fiche d'un établissement qui a mis une vidéo. Les Folies du Lac valorise leur fiche grâce la mise en ligne d'une vidéo de qualité.

C'est un **moyen efficace et actuel** de faire la promotion de ses événements et de son établissement par exemple le groupe **Al Andalus Flamenco Nuevo** a choisi de promouvoir son spectacle en diffusant des moments forts sur scène.

C'est un moyen de **se démarquer de la concurrence**. De son côté, **Site Kart'in** fait la promotion de son lieu par le biais d'une vidéo commerciale donnant un éventail de ses atouts.



Le témoignage de Rodolphe DE NOOSE, responsable du restaurant Le Vin qui Danse ! à Paris

"J'ai découvert Cityvox en tant que particulier, en cherchant une idée de sortie. J'ai trouvé le site efficace et j'ai donc souscrit quelques temps après au pack PRESENCE+ pour mon établissement... Je ne suis pas déçu, j'ai enfin les moyens de **mettre en avant mon restaurant sur Internet**.

Par exemple, la présentation vidéo est un outil très intéressant car il permet de retransmettre aux internautes l'ambiance du restaurant, ce que ne permet pas un texte ou une photo. L'insertion d'une vidéo renforce ma visibilité sur le site. C'est l'outil qu'il me fallait pour donner **plus d'impact et de portée** à ma communication."

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 leur choix de sorties et de loisirs. A partir de leurs goûts et centres d'intérêt, 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 toute leur actualité : 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. 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 medias, Sabrina rejoint l'équipe de Cityvox en novembre 2005. Son parcours l'a amené 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 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

Direction de la Publication : Bertrand Bigay, Président // Conception Editoriale : Emmanuelle Jacquety : ejacquety@cityvox.com // Conception Graphique / Maquettage : Sophie Tholozan // Photographie Cityvox : Aurélien Le Grand //

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

Contact