



CITYVOX FÊTE SES DIX ANS

LE GUIDE S'EST IMPOSÉ AU PREMIER RANG EN PRÉFÉRANT L'AUTHENTIQUE AU BRANCHÉ

Sur l'échelle du temps Internet, on pourrait presque parler d'un dinosaure. Pensez dix ans ! Oui, dix ans déjà que Cityvox, doté de son logo en forme de mégaphone, diffuse ses informations locales sur le Net. Le guide communautaire des sorties, passé en 2008 sous l'étendard de France Télécom, vient de souffler ses dix bougies.

Pour trouver un restaurant, un spectacle, ou tout simplement pour savoir que faire dans presque toutes les villes de France, Cityvox s'est imposé comme le numéro un. Avec 120 000 lieux, 40 000 événements répertoriés, dont

10 000 nouveaux par mois, l'internaute n'a, il est vrai, que l'embarras du choix. Le site n'est cependant pas un annuaire ni un moteur de recherche. C'est un véritable guide.

Le contenu provient de trois sources : les internautes eux-mêmes, qui publient leurs avis et suggestions ; l'équipe éditoriale de Cityvox, constituée d'une vingtaine de personnes, les endroits et événements eux-mêmes. Prime aux lieux authentiques plutôt que branchés, aux spectacles populaires, au cinéma grand public. Au dernier classement des meilleurs restaurants de l'année, c'est le parisien Char-

tier, plutôt bon marché, qui est le préféré des internautes.

Financé par la publicité nationale et locale, la vente de contenu et les ventes aux particuliers (billetterie, réservation...), Cityvox a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 4,7 millions d'euros.

Après un spécial Fête de la musique, qui recense les manifestations du 21 juin, le site préparera une nouvelle version prévue avant la fin de l'année. Au menu des liens avec Facebook et Twitter pour partager ses goûts et ses avis avec l'ensemble de sa communauté. **O.Z.**