



## RÉVOLUTIONNE LA PRESSE GRATUITE D'ANNONCES EN LANÇANT SA VERSION 2010 100% MAGAZINE!

Après une année difficile pour la presse gratuite d'annonces (crise de la publicité et effet Internet), Spir Communication a repensé sa stratégie pour 2010, en prenant appui sur une montée en gamme de ses titres Logic-Immo.com et Topannonces.fr. « *Nous mettons en place une offre tri-média pour nos deux marques, en associant le print, le web et le mobile dans laquelle nos journaux, rénovés, retrouvent leur attractivité.* »

(Jean-Christophe Serfati, Directeur Général Médias du Groupe Spir Communication)

### UNE REFONTE TOTALE DANS LE FOND ET LA FORME

Un **nouveau format « magazine »**, un **nouveau contenu**, une **nouvelle distribution**, un **nouveau site**, une **application iPhone (en mai)**, le tout suivi par un plan de lancement média d'envergure nationale. Topannonces.fr fait peau neuve avec sa nouvelle formule, dans un format plus malin et plus actuel. Le titre devient alors plus qu'un journal d'annonces ; un **véritable magazine de consommation locale**. Une évolution efficace qui répond aux attentes des lecteurs mais aussi des annonceurs.

#### Nouvelle maquette - Plus tendance -

Désormais imprimé sur du papier 55g avec 76% de blanc, Topannonces.fr adopte un **nouveau format magazine** (205 x 267 mm), plus moderne et plus pratique.

La Une évolue et donne naissance à un bloc marque plus aéré et lisible avec des codes graphiques aux couleurs plus vives. Les nouveaux rendez-vous rédactionnels sont mis en avant ainsi que le compteur des petites annonces.

Le journal s'habille d'une nouvelle charte graphique, **moderne et déclinable** en fonction des événements, et d'une signalétique directement issue du Web. Le journal fait ainsi preuve d'une nouvelle personnalité, positive et maline.



## Nouveau contenu - Plus astucieux -

Au-delà de ses différentes thématiques d'annonces (**automobile, immobilier, commerce et vie locale, emploi et services**), le contenu de Topannonces.fr évolue et se dote de nouvelles rubriques. La nouvelle formule s'enrichit en effet de rendez-vous hebdomadaires. Objectif : être toujours au plus près des consommateurs.



Une pleine page **“À voir, à faire”** est ainsi consacrée aux événements locaux. Elle sélectionne différents types de manifestations (expos, concerts, événements sportifs, brocantes...), les présente et livre toutes les informations pratiques. Ces articles sont fournis par les agences **Sopresse et Bazik Presse**, via leurs nombreux correspondants locaux.

La rubrique shopping **“Nouveau & Pas cher !”** met en avant une sélection de nouveaux produits ou services, économiques et malins (descriptifs, atouts, prix...).



Parallèlement, une autre page, véritable guide de consommation pratique, est dédiée aux **“Actus Web”**. Des adresses de sites y sont sélectionnées pour aider les internautes à surfer en leur fournissant nombre d'informations et de repères. Les thèmes, variés, traitent par exemple de **“cuisiner mieux et moins cher”** ou d’**“astuces et bons plans travaux”**.



Alors que la rubrique **“Buzz Auto”** est dédiée aux coups de cœur et aux bons plans automobiles, la page **“Buzz Immo”** se consacre aux conseils utiles pour tout investissement dans l'immobilier.

Enfin, une rubrique **“Détente et Jeux”** permet aux lecteurs de Topannonces.fr de se changer les idées en s'offrant un peu de bon temps !



## Nouvelle distribution - Plus accessible -

Topannonces.fr évolue, sa distribution aussi. Afin de se démarquer des autres titres gratuits, l'hebdomadaire d'annonces locales devient encore plus accessible et plus proche de ses lecteurs.

Ainsi, après son passage en mix-distribution (boîtes aux lettres et présentoirs) en 2009, non seulement le magazine **réno**ve ses **présentoirs**, mais un 3<sup>ème</sup> mode de diffusion vient compléter le dispositif pour optimiser l'audience et la visibilité du magazine : **le colportage**.

**Les présentoirs sont de véritables vitrines pour la marque.** Leur évolution a donc été pensée pour proposer aux annonceurs et aux lecteurs une PLV plus qualitative et ergonomique en adéquation avec le support. Le but : booster la prise en main et refléter une image dynamique du journal, avec la conception d'une PLV « bonhomme » (*visuel ci-dessus*), qui représente le colporteur permanent. De son côté, **le colportage** (street marketing) permet à Topannonces.fr d'assurer une forte visibilité dans **les nœuds de trafic piéton** comme les abords des stations de métro/tramway et **les zones de flux commercial, centres d'affaires ou les marchés**.



## Un plan média efficace

D'avril à juin 2010, Topannonces.fr mettra en place un plan média radio avec RTL, RMC et NRJ\*. Ainsi, 2 vagues de diffusion accompagneront tout d'abord en avril le changement de la marque, puis en mai et juin la nouvelle formule et le 1<sup>er</sup> temps fort du magazine : **la Coupe du Monde** (partenariat avec RMC). Les lundis, mardis et mercredis, 7 à 10 spots publicitaires par jour ponctueront l'antenne avec cette nouvelle signature : « **Topannonces.fr : des petites annonces, des grandes affaires !** »

**Le nouveau Topannonces.fr se veut référent face aux consommateurs en recherche de simplicité et de rapidité, et chez qui le troc fait désormais fureur.**

**Dans un souci de pertinence, il se recentre autour de deux mots-clés : économie et praticité.**

## Topannonces.fr, les chiffres

**40 ans d'expertise** dans le domaine des petites annonces.

**113 éditions locales** distribuées partout en France.

**10 millions de lecteurs** parmi lesquels 73 % recherchent activement un bien et 50 % ont déjà répondu à une annonce.

\* RTL, 1<sup>ère</sup> radio sur les 25 ans et plus, 6,3 millions d'auditeurs par jour / RMC, radio n°1 du foot, 3,5 millions d'auditeurs par jour / NRJ 1<sup>ère</sup> radio musicale de France, 5 millions d'auditeurs par jour (Chiffres Médiamétrie 126 000 Radio - Nov-Déc.2009)

## Topannonces.fr, Le site et l'application mobile

### Un des premiers sites d'annonces tri-média : journal, Web et mobile

Dans le prolongement du journal, le site Topannonces.fr\* sera remis à jour pour plus de synergie avec le print mais aussi le mobile (synchronisation des annonces). L'objectif de cette refonte : accélérer la croissance et fournir toujours plus de services et de satisfactions aux internautes et annonceurs.



**Plus simple, plus performant**, et par conséquent **plus efficace** en termes de gain de temps, le nouveau Topannonces.fr se dotera d'un **nouveau design**, plus ergonomique, avec une home page et des accès simplifiés (augmentation des points d'entrée produits, inscription à la newsletter facilitée...)

**Grande nouveauté : le rubriquage, redéfini et étoffé.** Aux univers « collection, rencontres, animaux, emploi/formation et service », vont s'ajouter de nouvelles rubriques (lingerie, vie locale, photo/vidéo, cours particuliers etc.)

### LANCEMENT DE L'APPLICATION POUR IPHONE

En mai, Topannonces.fr continuera d'innover et de s'adapter aux consommateurs en lançant la 1<sup>ère</sup> application de petites annonces sur iPhone !

En moins de 2 minutes, les utilisateurs pourront passer une annonce avec photo ou vidéo depuis leur mobile. Des annonces qui seront aussi visibles sur Internet.

Autres fonctions de cette application complète, simple et novatrice :

- Possibilité d'acheter sur mobile des **options de mise en avant** sur ces annonces. (**M-Commerce**)
- Fonction « **push** » (alertes en temps réel)
- **Gestion des favoris**
- **Vote de la communauté** des « top annonces »
- **Géolocalisation** des produits vendus depuis l'iPhone (distinctions sur le site)



**« L'écoute de nos clients et la réponse à leurs attentes sont notre priorité, c'est une des raisons de notre succès. »** Sébastien Robert, Directeur du Développement de Topannonces.fr.

*\*Le site Internet Topannonces.fr compte en moyenne 1 million de petites annonces et un taux de renouvellement mensuel de 40 %. Ce dernier fait partie des plus gros sites d'annonces : en Mars 2010, plus de 1,1 millions d'annonces ont été déposées soit +42% par rapport à Décembre 2009. 7 millions de visites sont attendues en Avril 2010 soit +130% par rapport à Décembre 2009.*

**À propos de Topannonces.fr :**

113 hebdomadaires gratuits de petites annonces “bonnes affaires” et un site généraliste d’annonces qui conjugue 1,8 millions de visiteurs uniques par mois (Médiamétrie/Netratings, janvier 2010) et plus de 1 000 000 annonces régulièrement renouvelées. L’hebdomadaire Topannonces.fr existe depuis près de 40 ans.

**À propos des marques média du groupe Spir Communication :**

Dans le secteur de plus en plus concurrentiel des médias, Spir Communication a rapproché en mai 2008 ses activités de presse gratuite d’annonces et de presse thématique immobilière. Âgé de 43 ans et président fondateur des magazines Logic-Immo, Jean-Christophe Serfati s’est vu confier la responsabilité des supports presse et Internet des réseaux gratuits d’annonces (TopAnnonces.fr), de la presse thématique immobilière gratuite (Logic-Immo.com) et payante (magazines Demeures & Châteaux, Properties, Helvetissimmo et le site Lux-residence.com), en France et à l’étranger. Sa nomination en 2008 au poste de directeur général Médias et l’organisation centrale mise en place par ses soins ont pour principaux objectifs de permettre le développement et l’optimisation de toutes les synergies possibles entre ces deux activités du groupe afin de proposer aux annonceurs une véritable offre globale de communication généraliste et thématique, toujours plus innovante et efficace.

**Relations Médias :**

FHCOM

42, rue des Jeûneurs 75002 Paris

Tél. : 01 55 34 24 24 / Fax : 01 55 34 24 25

[agence@fhcom.net](mailto:agence@fhcom.net) / [www.fhcom.net](http://www.fhcom.net)