

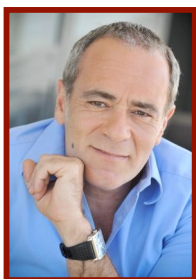
# TOP

LE MAGAZINE DE VOS ENVIES

## TOPANNONCES.FR devient TOP et cela n'a plus rien à voir ...du journal au magazine ...

Le groupe Spir Communication affirme sa volonté de sortir du modèle de la presse gratuite d'annonces et fait migrer son journal gratuit *Topannonces.fr* vers un nouveau concept magazine, totalement différent : TOP.

Doté d'un nouveau contenu éditorial, par le nombre et la pertinence des rubriques, TOP marque la rupture et renforce ainsi son intérêt auprès des lecteurs. Après une première diffusion régionale dans le Nord, le Pas-de-Calais, Nantes, Lyon et Grenoble, le nouveau magazine TOP sera disponible en deux lancements **à partir des mardis 4 et 11 janvier 2011** dans tous les départements de l'Hexagone. L'éditeur REGICOM, filiale du groupe, entend ainsi faire de TOP "LE" média de la consommation et des loisirs en local. Gratuit et incontournable, il offre aux lecteurs tout ce qui les intéresse, les divertit et les informe.



« Auparavant, l'intérêt de lecture du journal *Topannonces.fr* reposait sur les petites annonces de particuliers et de professionnels. Nous nous adaptons à la croissance de nos sites Internet en allégeant la partie annonces dans le support papier, en intégrant d'autres contenus de lecture, au centre des préoccupations des consommateurs, et en effectuant une montée en gamme de notre produit pour répondre davantage aux attentes de nos lecteurs et de nos annonceurs. C'est chose faite avec TOP. »

**JEAN-CHRISTOPHE SERFATI, Directeur Général Médias du Groupe Spir Communication**

## TOP, le magazine provocateur d'envies....

---

Ludique, pratique, dense et local, le contenu rédactionnel de TOP fait la part belle à l'information et au divertissement : de quoi rendre sa lecture aussi agréable qu'utile. De plus, la rédaction affiche clairement son parti pris en jouant la carte de la sélection dans le but d'aider le lecteur dans ses choix.

### ... avec une information loisirs ultralocale...

- ✓ **Sorties locales** : Les meilleures sorties de la ville (concerts, restos, sports, loisirs, expos, marchés...)
  - *60 % des Français lisent la presse pour s'informer sur les actualités culturelles, artistiques et musicales, les expositions, les concerts... Un intérêt encore plus prononcé pour les femmes : 66 %<sup>1</sup>.*

### ...des rubriques modernes et sélectives

- ✓ **Shopping malin, TENDANCE TECHNO** : Zoom sur une tendance technologique avec présentation d'une sélection de produits correspondant aux différentes attentes des consommateurs, mise en avant des avantages concurrentiels de chacun (exemple : le smartphone le plus pro, le plus ludique...)
  - *61 % des femmes lisent la presse pour se renseigner sur les bons plans, les nouveautés, les adresses, les produits et les services<sup>1</sup>.*
- ✓ **Déco** : une sélection de produits déco correspondant aux tendances du moment, autour de l'aménagement de la maison, intérieur et extérieur (par exemple : « Je veux de la couleur chez moi ! »).
- ✓ **Évasion** : Mise en avant d'une région ou d'une grande ville française où se rendre le temps d'un week-end, avec une sélection pertinente de trois Hot Spots mis en avant en fonction de leur bénéfice (sportif, familial, gastronomique...).
- ✓ **Tendance & Style de vie** : Zoom sur une tendance du moment, une thématique "Style de vie" (cuisine, mode, beauté, bien-être...) avec la présentation d'une sélection de produits correspondant aux attentes des consommateurs qui les aidera à faire le bon choix ! (exemple : la cape pour la mode, les cocottes en cuisine...)

---

<sup>1</sup> Source : Kantar Media SIMM 2009.

## ... des actualités ludiques et légères pour se détendre seul ou en famille...

- ✓ **L'invité de la semaine** : Cette personnalité, star de la télévision, de la musique ou du cinéma, partage ses goûts, ses passions, ses hobbies...
- ✓ **People** : Revue de presse de l'actualité people de la semaine au travers des Unes des magazines people les plus marquantes.
- ✓ **Culture** : Les coups de cœur de la rédaction tant au cinéma qu'en librairie ou en musique.
- ✓ **Cuisine** : Trois idées de recettes à faire à partir d'un ingrédient de saison (la plus rapide, la plus gastro...).
- ✓ **Programme et best of TV** : Avant les grilles du programme TV de la semaine, les lecteurs découvriront les coups de cœur de la rédaction côté émissions, séries ou films à ne pas rater sur les chaînes hertziennes et TNT.  
→ 62 % des Français lisent la presse pour consulter le programme TV.
- ✓ **Jeux** : Sudoku, mots fléchés, jeux... Des défis à relever pour toute la famille !  
→ 55 % des Français utilisent la presse pour faire des jeux<sup>1</sup>.
- ✓ **Horoscope** : Grande forme ou orage à l'horizon ? Pour le savoir, mieux vaut lire son horoscope !  
→ Un lecteur de la presse sur cinq aime y retrouver son horoscope<sup>1</sup>.

Et toujours...

- ✓ **Toutes les petites annonces** : Une sélection des meilleures petites annonces de particuliers et de professionnels pour faire de bonnes affaires.  
→ Un lecteur de presse sur trois recherche des petites annonces dans les domaines de l'automobile, de l'immobilier et de l'emploi.<sup>1</sup>

## Un média de masse certifié...

---

Pour être toujours plus proche du lecteur en lui proposant des actus et des bons plans actualisés, le magazine TOP paraîtra chaque semaine, à plus de 5 millions d'exemplaires. Comme son prédécesseur, il sera diffusé en boîtes aux lettres (80 %), mais également via un réseau de présentoirs (20 %) chez les commerçants, dans les parkings et les centres commerciaux partenaires. Cette distribution sera confiée à ADREXO, filiale du groupe Spir Communication.

TOP, un média de masse, certifié par l'OJD.

## Un relais Internet optimal et sectorisé

---

Deux sites, aux fonctions bien distinctes, relaient le contenu éditorial et répertorient les annonces.

- ✓ **NOUVEAUTÉ** : Le contenu magazine se retrouvera sur [www.topenville.com](http://www.topenville.com). Les internautes pourront y consulter, par ville ou par thématique, tous les articles de la semaine en cours et des précédentes avec, pour certains, un contenu enrichi (vidéos, photos supplémentaires...).
- ✓ Quant aux petites annonces, elles seront bien entendu toujours accessibles sur [www.topannonces.fr](http://www.topannonces.fr), qui reste "LE" site d'annonces généraliste, ouvert aux particuliers comme aux professionnels.

Associée aux offres Web du groupe Spir Communication, l'arrivée de TOP permet donc de proposer un dispositif de communication local complet, assurant aux annonceurs de toucher 100 % des consommateurs à proximité de chez eux.

## TOP, fiche d'identité

---

Nombre d'éditions : 102	
Format :	Magazine 220 mm (l) x 300 mm (h),
Périodicités :	Hebdomadaire Quinzomadaire
Création Contenu / Charte : Textuel La Mine	
Distribution :	Boîtes aux Lettres (80 %) Présentoirs Via Adrexo, filiale groupe
Sites :	<a href="http://www.topenville.com">www.topenville.com</a> <a href="http://www.topannonces.fr">www.topannonces.fr</a>

---

### À propos de Top / Topannonces.fr :

102 hebdomadaires gratuits de petites annonces “bonnes affaires” et un site généraliste d’annonces qui conjugue 2,4 millions de visiteurs uniques par mois (Médiamétrie/Netratings, mai 2010) et plus de 1,4 million d’annonces régulièrement renouvelées. L’hebdomadaire Topannonces.fr existe depuis près de 40 ans. Tirage : 7.1 millions d’exemplaires/semaine (septembre 2010 - source interne).

Audience : 7,4 millions de lecteurs chaque semaine (Étude Gratuimétrie SPG 2009 - Données Topannonces.fr)

### 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.com, 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 Côte d’Azur, Helvetissimmo et le site Lux-residence.com), en France et à l’étranger. Spir Communication, un acteur incontournable et pluridimensionnel : magazines, Internet/WebTV, smartphones/iPad.

### À propos de Textuel :

Textuel La Mine, agence de communication éditoriale, intervient au cœur de la relation entre la marque, l’entreprise et ses cibles. Elle invente, conçoit et donne vie à tous les contenus et médias, qu’elle diffuse dans une logique de relation permanente avec ses publics. En 2010, Textuel La Mine s’est distinguée par une production très riche (12 dispositifs d’information plurimédia, 30 magazines de marque, 25 sites, 10 fan pages Facebook, 400 vidéos, des applications iPad et plus de 40 one-shots...). Textuel La Mine a été élue Agence de Communication Éditoriale de l’Année 2009 par le XXX<sup>e</sup> Grand Prix des Agences de l’Année.

**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)