

Nouvelle Formule bi-médias *la Croix* Lancement de la grande campagne de communication #Sens



Mercredi 7 septembre 2011, *la Croix* lance une grande campagne de communication nationale, une nouvelle étape dans le déploiement de sa nouvelle formule bi-média (débutée le 28 avril 2011). Intitulée #Sens, ce dispositif a pour objectif d'aller à la conquête de nouveaux publics, faire découvrir le contenu du quotidien à une audience plus large, mais aussi moderniser l'image de la marque, notamment sur le numérique.

Conçue avec l'agence C'est un signe, cette campagne intégrée se déploie en :

- Une campagne d'affichage nationale pour installer la nouvelle signature de la marque : « *la Croix. Donnons du sens au quotidien* »
3 messages viennent préciser cette signature : « *Les mots justes, pas juste des mots* », « *le débat pas le déballage* », « *l'actu en clair pas le monde en noir* ».



- Une opération de diffusion et d'affichage événementiel : avec la diffusion gracieuse d'une édition spéciale de 12 pages (une sélection d'articles de *la Croix* du jour réalisée par la rédaction) du 7 au 13 septembre (les 3 premières éditions sous marque blanche « *Donnons du sens au quotidien* », les 3 suivantes sous la marque *la Croix*). Ces exemplaires seront proposés dans des points de diffusion originaux : 15 abribus créés avec JC Decaux Innovate, armés de bacs de distribution (dans l'ouest de Paris) ; distribution des éditions par des hôtesses à pied ou en Segway ; une opération de portage dans le voisinage des abonnés actuels.

- Une opération sur le web avec la création d'un mini-site événementiel « *Donnonsdusensauquotidien.com* » pour découvrir la richesse et la diversité du contenu rédactionnel de *la Croix*. Et un jeu-concours *la Croix* sur Facebook faisant appel à la créativité de chacun.
Cette campagne sera aussi l'occasion de renforcer l'animation des comptes *la Croix* sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...).

Les premiers résultats de la Nouvelle Formule de *la Croix*

Progression de la vente au numéro mai – juin – juillet 2011 (3 mois suivant le lancement de la nouvelle formule) : +15% par rapport à la même période en 2010.

Forte progression de l'audience suite au lancement de la nouvelle formule du site : +49% (entre avril et mai 2011 – Source OJD : Visites avril : 1 147 678 / Visites mai : 1 715 224).

Applis iPhone et iPad

Les applications iPhone et iPad du quotidien *la Croix* sont disponibles sur l'App Store. Ces nouvelles applications permettent l'accès gratuit à l'actualité de *la-croix.com* en continu (Monde, France, Economie, Religion, Culture, Sport, ...).

Contact presse

Nathalie Thannberger – 01 74 31 65 12 – nathalie.thannberger@bayard-presse.com

Jean-Baptiste Charrier - 01 74 31 66 98 – jean-baptiste.charrier@bayard-presse.com