

L'agence d'information



**relaxnews**

lance le **relax**fil,

**premier fil d'infos** sur

**l'actualité des loisirs**



## Sommaire

**1. Le relaxfil : une réponse à une tendance de fond, la « loisiration ».**

**2. Le relaxfil : une offre novatrice sur un marché à fort potentiel.**

**3. relaxnews : une entreprise qui se développe, recrute, innove et investit.**

**4. relaxnews : un tandem de dirigeants complémentaire renforcé par l'arrivée de Ludovic Desautez à la rédaction en chef du relaxfil.**

**5. relax références**

### Contacts presse :

**Idenium** : Caroline Saslawsky  
01 56 21 19 90  
caroline@idenium.com

**Relaxnews** : Lucie Meyer  
01 53 19 89 70  
lmeyer@relaxnews.com



## 1. Le relaxfil, une réponse à une tendance de fond, la « loisiration »

**La « loisiration » de la société, comme de l'information, est une tendance de fond incontestable.**

**La « loisiration »\* de la société** se manifeste par le fait que les Occidentaux consacrent de plus en plus de temps et d'argent à leurs loisirs. Pour Gérard Mermet, auteur de Francoscopie (Editions Larousse), les loisirs représentent le premier poste de dépense des ménages et 25 % du temps d'une vie.

Vraie dans l'ensemble du monde occidental, cette tendance est d'autant plus symbolique en France depuis, qu'en janvier 2000, la réduction du temps de travail voyait le jour dans les grandes entreprises. La gestion du temps libre, l'occupation des loisirs, et le rythme de vie de la famille sont plus que jamais devenus, depuis lors, des priorités pour tout un chacun.

**La « loisiration » de l'information** s'observe quotidiennement aussi dans les médias, français comme étrangers :

. **à la radio** : une émission comme « Laissez vous tenter » est programmée dans la tranche stratégique du matin par RTL, où Europe 1 et France Infos donnent aussi de plus en plus d'infos loisirs à leurs auditeurs,

. **dans la presse écrite** : Les Echos ont récemment indiqué que le vendredi, jour de parution de leur supplément week-end, était le meilleur jour de vente en kiosques. Le nouveau Figaro consacre, chaque jour via son cahier « Et vous », un tiers de sa pagination aux loisirs, et bien plus en comptant les suppléments thématiques et de fin de semaine. L'info loisirs représente d'ailleurs en moyenne 35 % du contenu de la presse quotidienne nationale selon une étude (réalisée en octobre 2004) de L'Observatoire de la Loisiration,

. **à l'étranger** : le Wall Street Journal vient par exemple de sortir une édition du samedi intitulée « Week-end Journal » en écho à cette tendance et la lecture de toute la presse dominicale mondiale permet de saisir la dimension planétaire de la tendance.

**Paradoxe : cette « loisiration » de la société comme de l'information ne s'est pas encore traduit par la création d'une source unique et fiable.** Le besoin d'info loisirs est fort, mais le marché est totalement atomisé en termes d'offres, hétérogène en termes de qualité et proportionnellement cher si on compare avec l'information générale ou économique, car il ne repose pour l'instant que sur des productions individuelles.

**Offrir un service d'information qui couvre chaque jour toute l'actualité des loisirs en continu en industrialisant le production,** tel est le but de relaxnews qui ambitionne de devenir la source de référence dans le domaine.

\* terme inventé et déposé par relaxnews pour décrire cette tendance



## 2. Une offre novatrice sur un marché à fort potentiel

**Le relaxfil couvre les thématiques des loisirs organisées en quatre familles :**

 **bien-être** : pratique sportive, forme, beauté, nutrition...

 **maison** : jardinage, bricolage, loisirs créatifs, mode, high-tech...

 **culture** : cinéma, télévision, spectacles, expositions...

 **tourisme** : voyages, déplacements, auto, moto...

**Le relaxfil comporte initialement trois services accessibles uniquement sur abonnement :**

. **relax dépêches** : 60 dépêches quotidiennes, souvent illustrées, pour suivre l'actualité des loisirs,

. **relax prévisions** : un service conçu pour permettre de trouver l'info loisirs (nouveau en matière de disques, cd, dvd, livres, films, auto...anniversaires d'événements...) des semaines ou des mois à venir. Un critère de recherche, une date et vous avez la réponse.

. **relax agenda** : l'actualité des événements (concerts, expos, salons...) loisirs. Par ville, par région, par catégorie, il recense en permanence plus de 4 000 événements présents ou à venir, en France et bientôt dans les capitales mondiales.

**Deux services (relax forum et relax adresses)** seront également gratuitement offerts aux premiers clients. **Le relaxfil sera commercialisé à partir du 28 novembre 2005.**

**Le Relaxfil s'adresse en priorité à 4 cibles :**

. **les médias** : évolution de la demande oblige, la presse écrite, comme audiovisuelle et interactive, cherchent une info loisirs fiable, de qualité et la plus économique possible. C'est l'intérêt du fil.

. **les marques et leurs agences** : veille concurrentielle et fidélisation des consommateurs obligent, le contenu est en train de devenir le pétrole du moteur relationnel des marques. Un pétrole qui doit être fiable, de qualité et économique. C'est l'intérêt du fil.

. **les opérateurs de télécommunication** : praticité et géolocalisation obligent, l'info loisirs est par définition liée à la mobilité. Une information qui doit être fiable, de qualité et économique, c'est l'intérêt du fil.

. **les institutions** : proximité avec leurs concitoyens ou leurs visiteurs oblige, les institutions doivent de plus en plus « loisirer » leur information. Une information qui doit être fiable, de qualité et économique. C'est l'intérêt du fil.

**Le relaxfil permet à ses clients de gagner :**





**1. de l'impact** : car l'info loisir attire et fidélise,

**2. du temps** : car le service permet d'avoir toute l'actualité des loisirs en continu sur le fil,

**3. de l'argent** : car investiguer pour dénicher et vérifier ce type d'infos coûte cher. Le relaxfil permet aux clients de bénéficier des effets de la mutualisation, comme dans d'autres domaines (finance, actualité générale, sports...) de l'information.



**Le relax fil est utile pour tous les supports :**

-  presse écrite,
-  radio/tv,
-  téléphonie,
-  sites internet.

**Le relaxfil est produit par les journalistes et correspondants de la rédaction de relaxnews qui sont organisés :**

- . **sectoriellement**, avec des spécialistes de chaque thématique,
- . **géographiquement**, avec des correspondants dans chaque métropole française et dans les principales capitales internationales.

**A noter : le relaxfil sera initialement rédigé en Français mais également disponible à terme en anglais.**

**Le relaxfil est une première mondiale mais le marché bouge au niveau international :**

- . le relaxfil sera le premier service du genre au niveau mondial,
- . le marché bouge néanmoins beaucoup au niveau international : en Suède par exemple ou l'agence nationale de presse TT a racheté l'agence Spektra spécialisée dans les loisirs,
- . le marché (estimé par relaxnews à 100 M€ en France, 1 milliard d'euros en Europe et 2 milliards au niveau occidental) des agences de presse spécialisée dans les loisirs devrait se concentrer à terme autour de trois acteurs de taille mondiale.

**Pour Jérôme et Pierre Doncieux, co-présidents de relaxnews :** « *relaxnews ambitionne de figurer à terme parmi les trois agences de taille mondiale qui domineront le secteur. La France, championne du monde des loisirs, doit avoir un leader de l'information dans le domaine. Relaxfil est le fruit de cinq ans d'investissements. La plateforme technologique et l'offre complète relaxfil devraient s'imposer comme la solution la mieux adaptée pour tous ceux qui veulent connaître l'actualité des loisirs. Relaxfil a pour vocation d'être la première source d'info sur les loisirs. C'est un facteur de qualité, de productivité et de rentabilité.*

**3. Relaxnews, une entreprise qui se développe, recrute, innove et investit**

**> qui se développe :** relaxnews réalisera 2,3 M€ de CA en 2005, en croissance de 25 % par rapport à 2004, et de 45 % versus 2003. Ambitions : doubler de taille en France d'ici fin 2007, quadrupler d'ici fin 2010 et devenir à terme l'une des trois agences de presse du segment au niveau mondial ;

**> qui embauche :** relaxnews est en train de passer de 19 à 27 collaborateurs permanents, soit une hausse de 40 % des effectifs, sans oublier les pigistes dont le nombre va également fortement croître.



> **qui innove** : dotée du label Anvar d'entreprise innovante depuis 2000, relaxnews a été sélectionnée en septembre 2004 par le RIAM (Réseau pour l'Innovation Audiovisuelle et Multimédias) dans le cadre d'un projet technologique mené avec l'AFP et le laboratoire L3I de l'Université de La Rochelle et destiné à développer une norme et une plateforme innovantes dans le traitement de l'information sur les loisirs.

> **qui investit** : entre les investissements techniques liés au projet RIAM et les investissements éditoriaux, commerciaux et marketing, relaxnews aura investi plus de 3 M€ dans relaxfil. Après une première levée de fonds en juillet 2000 auprès d'investisseurs financiers, l'entreprise vient de réaliser une nouvelle augmentation de capital de 1 M€ réservée à un investisseur privé. Jérôme et Pierre Doncieux, co-présidents de l'entreprise, restent significativement majoritaires.

#### **4. Relaxnews : un tandem de dirigeants complémentaires renforcé par l'arrivée de Ludovic Desautez à la rédaction en chef du relaxfil.**

**Relaxnews est une entreprise co-présidée par deux frères, Jérôme et Pierre Doncieux, aux profils complémentaires :**

. **Jérôme, 39 ans, est en charge du développement et de la gestion.** Il était auparavant directeur délégué d'Euro rscg France. Il a rejoint relaxnews en septembre 2000, date du premier tour de table.

. **Pierre, 43 ans, dirige la rédaction.** Il a auparavant occupé différents postes de responsabilités chez Conde Nast et Prisma Presse. Il a été, en septembre 1998, le fondateur initial de Relaxnews.

**Le relaxfil aura comme rédacteur en chef Ludovic Desautez.**

35 ans, Ludovic Desautez était auparavant directeur associé du pôle éditorial de Benchmark Group, éditeur notamment du Journal du net et de L'Internaute.

**Pour Jérôme et Pierre Doncieux, « l'arrivée de Ludovic est un signe supplémentaire de l'attractivité du projet et un atout important pour son succès. » Pour Ludovic Desautez, « un tel projet ne se refuse pas. L'actualité des loisirs est une réalité. L'intérêt du challenge consiste à organiser la production, à garantir sa fiabilité, à devenir la première source d'infos sur les loisirs. Relaxnews a la vision, l'équipe et l'envie pour réussir».**



## 5. Relax références

**Trois clients sont déjà clients du « relax agenda » qui constitue l'un des services du relaxfil :**

- . **Métro** : agenda des sorties dans toutes les éditions françaises du quotidien gratuit,
- . **Orange** : service concerts géolocalisé,
- . **PIDF.com** : sorties pour les jeunes en Ile de France.

**Grâce à son produit « relax ad hoc », qui consiste à produire du contenu sur mesure, Relaxnews a par ailleurs acquis, depuis sa création, une certaine légitimité en info loisirs auprès de clients comme :**

L'Express  
Le Parisien  
Femme Actuelle  
VSD  
France 5  
M6  
Le Figaro  
Libération  
L'Equipe Magazine  
L'Indicateur Bertrand  
RTL  
L'Expansion  
A Nous Paris  
...