

ComprendreChoisir (Solocal Group) devient Ooreka, 1^{er} service gratuit de réponses d'experts

Étape clef pour l'une des marques phares de Solocal Group, ComprendreChoisir change de nom et de site afin d'accélérer son développement. Son ambition : doubler son trafic et devenir l'un des services digitaux préférés des Français.



ooreka

www.ooreka.fr

Lancé en 2007 par Christophe Poupinel, Ooreka répond à une promesse simple et inédite : faciliter la vie des Français en leur apportant des réponses d'experts à leurs questions du quotidien. Huit ans plus tard, Ooreka se classe dans le Top 3 des plus fortes progressions d'audience en France¹ et enregistre 6,3 millions de visiteurs uniques par mois. Avec ce nouveau nom et un site complètement refondu, la marque clarifie sa promesse axée sur la qualité du contenu et renforce son positionnement de service gratuit de réponses d'experts aux questions du quotidien. Intégré à Solocal Group en 2011, Ooreka est devenu l'une des marques phares du groupe aux côtés de PagesJaunes et Mappy.



"Le succès des forums montre que les Français cherchent des réponses. On y trouve des merveilles, mais aussi pas mal d'approximations et surtout on y perd beaucoup de temps. Sur Internet comme dans la vraie vie, mieux vaut demander conseil à quelqu'un qui s'y connaît ! Nous avons créé Ooreka afin de faciliter le quotidien des Français en

¹Source : Nielsen mai 2015, catégorie sites de recherche

apportant des réponses fiables à leurs questions. Depuis 8 ans, nous faisons appel à des experts pour constituer notre base de contenus et répondre aux questions des internautes. Dotés aujourd'hui d'un nouveau site, d'une promesse clarifiée et d'une nouvelle marque, notre ambition est de doubler de taille en 2-3 ans afin de toucher chaque mois 1 Français sur 4 et d'entrer ainsi dans le Top 25 des sites Internet en France." déclare **Christophe Poupinel**, fondateur du site **Ooreka.fr**

L'ADN de la marque : la qualité de ses contenus

Besoin de plans et d'informations pour aménager votre terrasse ? Quelle plante bleue choisir pour votre balcon exposé au nord ? Un four qui disjoncte ? Un débat sur le partage des charges avec votre propriétaire ? Les démarches administratives pour embaucher une nounou ?

Ooreka permet aux internautes de ne plus être seuls face à leurs questions en leur donnant un accès simple et gratuit à plusieurs centaines d'experts, à travers 2 services :

- Une base de données de contenu - guides pratiques, tutoriels, etc. - écrite par des "experts auteurs" : notaires, avocats, médecins, électriciens, jardiniers, etc. : [Voir la liste des experts auteurs](#)
- Un service de questions/réponses d'experts : les internautes posent leurs questions à des "experts contributeurs" souhaitant partager gratuitement leur savoir-faire et être référencés sur Internet : [Voir la liste des experts contributeurs](#)

Chaque mois, les experts d'Ooreka publient plus de 1 500 articles et répondent à plus de 10 000 questions.

Ooreka : plus de 450 thématiques, en tête du classement Nielsen dans la catégorie Maison avec 2,1 millions de VU par mois & 1 million de membres inscrits

Ooreka est devenu leader dans la catégorie Maison, catégorie avec laquelle le site a commencé en 2007. Au fil des années, d'autres sujets ont été ajoutés et Ooreka adresse aujourd'hui plus de 450 thématiques du quotidien réparties dans huit catégories : Maison-Argent-Droit-Santé-Famille-Véhicule-Carrière-Entreprise.

- **Maison** : + de 120 thématiques sur le carrelage, plomberie, peinture, etc. ;
- **Argent et Droit** : + de 60 sur l'assurance, retraite, succession, impôt sur le revenu, etc. ;
- **Santé** : + de 70 sur la digestion, douleurs musculaires, etc. ;
- Etc.

Plus d'1 million d'internautes se sont inscrits sur Ooreka afin d'accéder aux différents services : questions aux experts ou téléchargements gratuits de documents ebooks, tutoriels, plans, lettres et contrats type, etc.

Plus de 150 annonceurs séduits par la promesse affinitaire d'Ooreka

100% gratuit pour l'internaute, Ooreka est financé par la publicité. Grâce à son découpage en 450 verticales, Ooreka permet aux annonceurs d'accéder à une audience ultra-qualifiée d'internautes en phase de recherche et de préparation de leurs achats. Ce positionnement convient particulièrement aux marques dont l'enjeu est d'identifier "les bonnes personnes aux bons moments" : Assurance, Crédit, Electroménager, Travaux de la maison, Santé...

Ooreka, nouveau nom pour ComprendreChoisir

"Ooreka nous est apparu rapidement évident comme nom de marque pour son évocation de la formule eurêka (que l'on peut traduire par "j'ai trouvé la bonne réponse")" précise **Gérard Lenepveu, Directeur de la marque de Solocal Group**. Un nom porteur de sens qui permet de simplifier l'expression de la marque, l'ancrer dans la vie de tous les jours et lui donner une connotation positive tournée vers la solution plutôt que le problème. Le symbole graphique de la chouette associée à Ooreka vient rappeler l'idée de connaissance et de sagesse en phase avec les contenus disponibles sur le site rédigés par des experts. Le rebranding a été mené avec l'agence de marque SEENK qui accompagne le Groupe sur ses marques digitales. L'agence a également développé la plateforme de marque, la charte éditoriale et les codes de communication.

À propos d'Ooreka

Sur Internet, comme dans la vraie vie, mieux vaut demander à quelqu'un qui s'y connaît. Ooreka facilite le quotidien des internautes en apportant des réponses fiables à leurs questions à travers 2 services : l'accès à une base de connaissance rédigée par des experts et la possibilité de poser des questions gratuitement à une communauté d'experts. Le site se place dans le Top 3 des plus fortes progressions d'audience en France (Nielsen mai 2015) et enregistre 6,3 millions de visiteurs uniques par mois (web fixe, tablette, mobile). Le site a été lancé en 2007 par Christophe Poupinel, entrepreneur du web français. Ooreka est une marque de la société FineMedia, une filiale à 100% de Solocal Group depuis 2011.

<http://www.ooreka.fr/>



Contacts presse

Jérôme Poirié (01 58 65 00 43) et Aurélie Horner (01 58 65 00 25) - comprendre_choisir@hopscotch.fr
Alexandra Kunysz, Responsable Presse Solocal Group : 01 46 23 47 45 - akunysz@solocal.com