

Le 29 septembre 2014



La régie Reworld Media Factory accélère son développement

Reworld Media Factory, régie du groupe média multicanal Reworld Media, affiche sa forte expansion avec désormais treize marques médias en portefeuille et une équipe renforcée. Après avoir acquis marie france puis les marques d'Axel Springer France et leur réseau de distribution exclusif en GMS, la régie intègre sept nouvelles marques acquises cet été auprès de Lagardère Active. Reworld Media Factory s'impose comme un acteur clé sur le marché, doté d'une équipe d'environ 30 collaborateurs avec une approche innovante par marque média.

13 marques médias portées par des expertises à forte valeur ajoutée pour les annonceurs

Reworld Media Factory propose aux annonceurs 13 marques médias de qualité organisées en trois univers : « **Women** », « **Lifestyle** » et « **Entertainment** ».

- Le pôle « **Women** » réunit les marques **Marie France, Be, Vie Pratique Féminin et Vie Pratique Santé.**
- Le pôle « **Lifestyle** » intègre **Maison & Travaux, Le Journal de la Maison, Campagne Décoration, Mon Jardin & Ma Maison, Gourmand et Papilles.**
- Le pôle « **Entertainment** » regroupe quant à lui **Auto Moto, TÉLÉmagazine et Pariscope.**

Répondant aux nouveaux besoins des annonceurs et des agences, chaque marque média est pilotée par une équipe dédiée qui commercialise l'ensemble des points de contacts. Les collaborateurs sont issus de cultures complémentaires : presse, digital, CRM, opérations spéciales et profitent ainsi les uns des autres de réels transferts de connaissances et de compétences. Ils forment une équipe d'experts capables de **comprendre et d'apporter des réponses adaptées aux enjeux marketing des annonceurs dans leur globalité.**

Une offre 100% multicanale et en développement

Propriétaire de marques historiquement off line, Reworld Media les développe aujourd'hui sur tous les supports : **on line** (sites web, newsletters, vidéos, appli. mobiles, réseaux sociaux), **off line** (print) et en **hors média** (e-commerce, évènement).

Marie France en est un parfait exemple. Outre le mensuel, la marque accompagne désormais ses utilisatrices à tout instant via son site, son programme CRM comprenant 5 newsletters thématiques, son application mobile, sa présence sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter, sa chaîne You Tube, son extension e-commerce le « mf bag », son pop-up store « *L'Escabeau by mf* » et le lancement récent des « Voyages Solidaires mf ». Comptant à l'origine 1 110 000 lecteurs, Marie France s'adresse maintenant à plus de 2 millions de contacts chaque mois grâce au déploiement de ses actifs digitaux.

Information continue, proximité, interactivité maximale... **Reworld Media est résolument tourné vers le digital et a la force de pouvoir délivrer à la bonne personne, le bon message, au bon moment grâce au bon canal.**

Cette stratégie de déclinaison de marque va s'intensifier et va donner lieu ces prochaines semaines au **lancement de nombreux actifs digitaux, en France et à l'international.**

Des atouts différenciateurs, une spécificité dans le sur-mesure

Reworld Media Factory se distingue et répond à des problématiques très spécifiques en s'appuyant notamment sur :

- Sa capacité à concevoir des **partenariats de marque sur-mesure** et mobiliser ses **équipes rédactionnelles bi-medias** pour des dispositifs de **brand content**.
- Ses **5 millions d'adresses e-mail ultra qualifiées**, soit l'une des plus importantes bases de contacts agrégées par un acteur média.
- Sa **présence exclusive en GMS qui permet de toucher le consommateur au plus près de son acte d'achat**. En effet, Reworld Media Factory peut orchestrer des opérations de trade marketing en s'adossant aux cinq marques médias distribuées exclusivement aux caisses de plus de 7 000 super et hypermarchés en France.

Cécile Béziat, Directrice Générale Adjointe de Reworld Media Factory, déclare :

«Reworld Media Factory se positionne désormais comme un acteur global des médias plaçant le digital au cœur de sa stratégie : cette transformation est passionnante et les équipes mobilisées pour l'accompagner. Nos marques premium, notre agilité et notre capacité à innover sans cesse sont les atouts qui font aujourd'hui la différence auprès des annonceurs qui souhaitent développer l'affinité avec leur cible, gagner en performance commerciale tout en institutionnalisant leurs messages.»

À propos de Reworld Media

Reworld Media est un groupe media multicanal générateur de relations entre les consommateurs et les marques à travers un process éditorial novateur. Le groupe est propriétaire de près d'une quinzaine de marques médias (marie france, TELEmagazine, Vie Pratique Féminin, Gourmand, Papilles, Be, Pariscope, Maison & Travaux, Le Journal de La Maison, Auto Moto...) qu'il développe et valorise par l'association de leurs supports historiques aux supports digitaux (site web, newsletters, réseaux sociaux, applications mobiles) et au hors media (e-commerce...). Reworld Media déploie ainsi des dispositifs médias à forte valeur ajoutée pour le consommateur et les marques. Co-fondé en 2012 par Pascal Chevalier (entrepreneur) et Gautier Normand (ex

COMMUNIQUE DE PRESSE

Directeur général de La Tribune), le groupe compte près de 300 collaborateurs et opère en France ainsi qu'à l'international (Espagne, Angleterre, Belgique, Italie, Asie). En forte croissance, il réalise un chiffre d'affaires annuel proforma de l'ordre de 70 M€.

www.reworldmedia.com

Alternext Paris, ALREW

Code ISIN : FR0010820274



Contact presse :

Sékolène de Saint Martin, PCE

Tél : 01 47 22 63 66 – 06 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr