

Le 22 février 2016



## Reworld Media multiplie son audience par 4 et passe la barre des 120 Millions de Pages vues

Reworld Media, qui se développe à un rythme soutenu depuis sa création, a intégré en l'espace de 3 ans plus d'une douzaine de marques média référentes sur leurs segments (Marie France, Be, Le Journal de La Maison, Maison & Travaux, Mon Jardin Ma Maison, Gourmand, TELE Magazine, Auto Moto...) et les a déployées avec succès sur le digital. Ses excellents résultats lui permettent d'afficher la plus forte progression en audience digitale au sein de son univers de concurrence sur l'année 2015<sup>(1)</sup>.

### Une diversification accélérée sur le web

Les différentes marques media du groupe réparties dans quatre principaux univers thématiques - Women, Lifestyle, Sport et Entertainment - ont bénéficié d'investissements significatifs au profit de leur diversification dans le digital.

Leur dynamique online permet à Reworld Media d'enregistrer au global sur 2015 des progressions d'audience notables <sup>(2)</sup> :

- **+73%** au niveau des Visiteurs Uniques
- **+94% en Visites**
- Des Pages vues **multipliées par 4**

A l'issue de l'intégration de Sporever (Sport365, Foot365...), les sites du groupe enregistrent **13 Millions de visites par mois** et **dépassent désormais le seuil significatif des 120 Millions de Pages Vues mensuelles** devant ses principaux concurrents.

### Des taux de croissance record sur les autres leviers digitaux

Au-delà du web, les autres actifs digitaux du groupe affichent également des taux de croissance record sur 2015. **La base de données de plus de 7 millions d'adresses Opt'in dédoublées adressables a ainsi progressé de 40%** sur un an. Par ailleurs, **la communauté des marques Reworld Media sur les différents réseaux sociaux a été multipliée par 3** sur la même période pour atteindre les 4 millions de membres.

Conformément à la stratégie initiée il y a 3 ans, le numérique constitue à présent le premier point d'entrée avec les marques du groupe et offre **un potentiel de plus de 145 Millions « Occasions de Voir » digitales chaque mois** aux annonceurs, sans compter la visibilité additionnelle portée également par les marques du groupe en hors-média.

## COMMUNIQUE DE PRESSE

**Gautier Normand, Directeur général de Reworld Media, conclut : « Notre stratégie a porté ses fruits. Nos marques se développent sur tous les leviers en France ainsi qu'à l'international et sont bénéficiaires. Nous sommes très fiers d'avoir opéré cette transformation d'un groupe de presse en un groupe digital en un temps record et poursuivons notre expansion en intégrant cette année le réseau à la performance de Tradedoubler qui vient encore renforcer la visibilité et le ROI offerts aux annonceurs».**

- (1) Base tendances observées de janvier à décembre 2015 - Hors rapprochements intervenus sur le marché  
(2) Source Google Analytics

### **À propos de Reworld Media :**

Groupe media multicanal à l'approche éditoriale innovante, Reworld Media possède plus d'une douzaine de marques Premium dans les univers Féminins, Lifestyle, Sport & Entertainment (marie France, Be, Le Journal de la Maison, Maison&Travaux, Gourmand, Auto Moto, Pariscope, Télé Magazine...) qu'il développe activement dans le digital et le hors-média (e-commerce, évènements...). Fondé en 2012, le Groupe, qui opère en Europe et en Asie, compte aujourd'hui 250 collaborateurs.

Alternext Paris, ALREW - Code ISIN : FR0010820274  
Reworldmedia.com

### **Contact presse :**

Ségolène de Saint Martin, PCE  
Tél : 01 47 22 63 66 – 06 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr

