

Lancement du magazine NEORURO

Le magazine pour ceux qui réussissent leur nouvelle vie à la campagne

Reworld Media annonce l'arrivée en kiosque du magazine NEORURO ce jeudi 15 avril 2021.

Unique magazine positionné sur la thématique d'«une nouvelle vie au vert », NEORURO est né d'une tendance marquée chez les français et qui s'est accentuée avec la situation sanitaire. Ces nouveaux départs suscitent des histoires remarquables, inspirantes mais également d'innombrables questions avant de se lancer. Reworld Media a décidé de dédier un magazine à cette tendance du retour à la nature.



Le titre dédié au changement de vie « au vert », porteur d'inspiration, d'éclairage et de solutions

100 000 citoyens changent de vie chaque année¹. Mais combien rêvent de le faire ? NEORURO devient le média de ces familles, de ces hommes et femmes qui rêvent d'une autre vie en dehors de grandes villes.

NEORURO se donne trois missions éditoriales :

- **Inspirer** : en conjuguant vision positive et réflexion sur les grands enjeux sociétaux, pour susciter l'envie de partir et de s'établir à la campagne.
- **Expliquer** : à travers un contenu pragmatique, à la fois concret, détaillé et pédagogique, permettant à chacun de se projeter dans la réalisation de son projet.
- **Partager** : des témoignages et portraits font la part belle à ceux qui vivent l'aventure, avec ses succès et ses échecs, et donnent aussi la parole aux experts du terrain (élus, associations, institutionnels...).

Tandis que vivre dans les territoires représente la "vie idéale" pour 81% des Français, et que depuis la crise sanitaire, 1 Français sur 10 souhaitent quitter la ville pour s'installer à la campagne²,

¹ IFOP pour Familles rurales - Avril 2019 « les territoires ruraux : perceptions et réalités de vie »

² Etude Recon' Insights, Reworld MediaConnect – Novembre 2020

NEORURO prend place avec un magazine trimestriel premium d'une centaine de pages pour accompagner ces familles, couples... et que leur rêve devienne réalité.

« NEORURO s'inscrit dans le journalisme de solution avec une forte authenticité et de nombreux retours d'expérience. C'est également un magazine pour rêver avec des parcours originaux ou des exemples concrets qui pourraient nous ressembler. Nous avons souhaité créer un magazine qui joue la carte de l'humour, de la jovialité et du bonheur retrouvé. La rédaction est partie à la rencontre de ces gens à travers la France qui ont quitté les grandes villes. Faire le choix de partir en province est un réel challenge, un projet souvent familial dans lequel chacun souhaite redonner du sens à sa vie. NEORURO parle de ces gens qui partent mais également de ceux qui les accueillent. Plein de conseils pour mieux s'intégrer et mieux vivre ensemble, NEORURO à travers des interviews de maires, de commerçants, d'artisans ou d'indépendants donne la parole à ceux qui vivent au quotidien cette dynamique. Pour aller encore plus loin nous travaillons dès à présent sur le lancement du Salon Neoruro en 2022 ! », indique Tancredi de La Morinerie, Directeur des rédactions.

Au sommaire de NEORURO, une nouvelle vie à la campagne

NEORURO, dès les premières pages, donne le ton. A travers sa rubrique « **Partage** », le magazine offre une grande bouffée d'oxygène avec le retour d'expérience de parisiens ayant fait le grand pas après de longues années dans le tumulte de la capitale. Une illustration parfaite de la réalisation d'un projet de vie.

Le magazine se déploie à travers des rubriques phares :

> Le « **DOSSIER** » ouvre sur « **Ces familles qui l'ont fait** » avec plus **d'une vingtaine de pages** consacrées à ces couples et familles qui ont décidé de faire le grand saut comme Antoine et Hanh-Claire désormais installés avec leurs 5 enfants en Charente-Maritime ou Didier et Emmanuelle créateurs d'un éco-domaine en Ile-et-Vilaine et encore bien d'autres.... Pour chacun d'eux, « **L'analyse de la rédac'** » passe au peigne fin leur prise de décision. Cette séquence donne également la parole aux élus et soulève des questions comme l'écologie, l'intégration,...

> « **ZOOM TERRITOIRES** » emmène le lecteur de ce 1^{er} numéro dans la Sarthe, « terre d'accueil ». Témoignages sur la vie rurale, expérience de télétravail, entretien avec un élu local sur les objectifs de la région, les programmes culturels... ainsi qu'un dossier « **Habiter** » avec une analyse complète sur l'immobilier des villes de taille moyenne.

> « **ENTREPRENDRE** » explore les professions car changer de vie commence souvent par changer de métier ! Il s'agit dans ce premier numéro d'épanouissement au travers de l'artisanat, en traitant de la formation jusqu'au financement. Enquêtes et reportages font découvrir la coutellerie, la savonnerie et même la sylvothérapie avec la rubrique « **On a testé pour vous** ». Cette séquence apporte des conseils -« **Le Jardin des néo-ruraux** »-, guides shopping/pratique.

Prix : 5.90 €

Périodicité : Trimestriel

MEP 1er numéro : 60 000 ex.

Cible : Hommes et femmes >35 ans

Lancement soutenu par un plan média conséquent : affichage en point de vente, soutien dans les titres du groupe - Ami des Jardins, Télé Star, Gueuleton, Closer, Télé Poche, Auto Plus, Le Chasseur Français... et sur les réseaux sociaux.

A propos de Reworld Media :

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés :

- Le marché BtoC via le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 30 millions de consommateurs que le groupe accompagne dans la digitalisation de leurs modes de consommation.
- Le marché BtoB par la couverture de tous les leviers de la communication des entreprises afin de les accompagner dans la digitalisation de leur communication, et notamment en *brand marketing* et *performance marketing*.

Le Groupe a en particulier à son actif 48 marques médias multisupports / multiformats (web, print, vidéo, audio, TV, événements) de qualité, génératrices d'audiences dans un large nombre d'univers de consommation (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine, etc.) et, il intègre sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 425 M€, est présent dans 11 pays, compte 951 collaborateurs et est classé à la 4^{ème} place du FW500 2020 (classement des entreprises de la Tech française).

Euronext Growth Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - www.reworldmedia.com

Contact : PCE - Ségolène de St Martin, 33-(0)6 16 40 90 73, sdestmartin@p-c-e.fr