



## Closer orchestre la sortie-événement de la saga littéraire 365 Jours chez Hugo Publishing

### La trilogie « 365 Jours » de Blanka Lipińska sort en France !

**365 Jours est un succès d'édition internationale** : plus de 1,7 million d'exemplaires vendus en Pologne, traduit dans près de 23 pays, des États-Unis à l'Australie, en passant par le Brésil et la Hongrie. **La série arrive en France ce jeudi 6 mai, aux éditions Hugo Roman.** Les deux tomes suivants sont annoncés le 3 juin, puis le 1er juillet.

### Un scoop Closer pour créer l'évènement « 365 Jours » en France

Hugo Roman a choisi Closer en exclusivité sur les media Print & Social afin d'imposer **365 Jours** comme la lecture indispensable de l'été. Closer met en œuvre les codes de l'actualité people (scoop, interview, photos) pour événementialiser cette sortie et booster la notoriété de la trilogie, auprès des lectrices addictes de fictions palpitantes.

### PRINT – « 365 Jours » à la Une

Dans son édition du 7 mai, Closer affiche en C4 une couverture inversée qui met en scène les deux personnages principaux du roman. Elle s'ouvre sur une double en publi-rédactionnel qui présente la série, attise l'envie et favorise la projection avec des témoignages de lectrices et un programme de lecture idéal.



Les lectrices de Closer ont découvert l'auteure, dans le numéro précédent : avec une page « portrait » consacrée à Blanka Lipińska dans la rubrique « C'est leur histoire ».

Un jeu concours intégré à l'Edito du magazine enrichit ce dispositif print d'un call to action. Il permet à l'occasion de la sortie du tome 1 de gagner ce livre, un bracelet menottes de la marque Zag, un kimono en soie Aurumroma et des goodies collectors.

### SOCIAL – Endorsment et médiatisation

Pour appuyer le lancement auprès de sa communauté sociale, Closer fait appel à l'influenceuse Emma CakeCup (1.8 million d'abonnés). Elle présentera en vidéo le tome 1 en mettant en avant sa subjectivité et les 5 réactions qu'elle a eues en lisant le roman.

**Cette vidéo sera intégrée à un article native advertising, médiatisé sur tout l'écosystème digital et social de Closer (Web, Instagram, Facebook, Youtube , Dailymotion), et auprès de la communauté Instagram de Emma CakeCup.**

### **A propos de la campagne « 365 Jours » – Hugo Roman**

**Sophie-Charlotte Orlowska**, Directrice Commerciale Hugo & Cie

« *Nous avons choisi CLOSER pour l'efficacité de la marque et frapper fort avec cette UNE aux codes de CLOSER !* »

**Elodie Bretaudeau-Fontailles**, Directrice Générale de Reworld MediaConnect.

« *Cette opération spéciale dans Closer vise à événementialiser la sortie du Tome 1 de la série événement 365 Jours aux éditions Hugo Roman. Un dispositif Print émergent en Une Inversée en C4 avec une double de fermeture en publi-rédactionnel. Nous capitalisons également sur l'efficacité du Social pour toucher la cible avec l'endorsement d'une influenceuse dans une video brand content médiatisée sur l'écosystème digital Closer. On joue ainsi la complémentarité des leviers Print, digitaux & sociaux afin de garantir un boost de notoriété auprès de la cible de l'éditeur. Nous remercions Hugo Publishing pour leur confiance.* »

---

### **A propos de Reworld MediaConnect**

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, leader français des médias thématiques (1er éditeur de presse thématique\*, 4ème groupe média thématique dans le digital\*\*). Reworld MediaConnect commercialise ainsi les 48 marques media du groupe, hébergées sous 8 univers thématiques que sont : Auto – sport ; Santé – bien être ; Cuisine – art de vivre ; Femmes ; Maison – nature ; Entertainment ; Sciences – culture ; Business. Les publications du groupe Reworld Media adressent 32 millions\*\*\* de Français par mois, soit 6 Français sur 10. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 25 millions\*\* de visiteurs uniques. Au-delà des media, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'advocacy, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Ainsi, le déploiement de marques media print sur le digital, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du media et du hors-media, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à Reworld MediaConnect de répondre à toutes les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions, de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés.

\* Diffusion moyenne par parution, OJD DFP 2020

\*\* Médiamétrie – Janvier 2021 \*\*\* One Next 2021 V2

Pour plus d'informations, <https://www.linkedin.com/company/reworld-mediaconnect>

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