

## **Reworld Media booste ses offres contextualisées spéciales JO avec en cadeau 20,24% de média en plus !**

Partenaire au quotidien de plus d'une centaine de fédérations sportives françaises via l'édition de SPORT EN FRANCE, média produit conjointement avec le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF), **le groupe Reworld Media est fortement positionné sur la verticale Sport**. SPORT EN FRANCE rassemble chaque mois **plus de 1,5 M de téléspectateurs devant la TV et plus de 4 M de visiteurs uniques<sup>(1)</sup>** sur ses supports digitaux, en proposant un écran éditorial et un territoire d'expression unique et sur mesure. De surcroît, le Groupe réunit plus de **11,4 M de visiteurs uniques/mois<sup>(1)</sup> et 7 M de followers sur les réseaux sociaux via ses sites historiques référents** : SPORT365.fr, SPORTS.fr, FOOTBALL.fr, ...

**Dans le cadre des JO 2024, les rédactions des plus de 80 marques média du groupe traiteront l'évènement et les Jeux Paralympiques selon leur propre contexte éditorial\***. Reworld Media activera non seulement la puissance des audiences de ses différentes verticales mais aussi **la plus large communauté Social media cumulée en France avec 77 M de followers sur ses réseaux**.

### **20,24% de média en plus offert : l'engagement de Reworld Media !**

Dans sa volonté de célébrer les JO 2024, Reworld Media booste ses offres spéciales JO en offrant 20,24% de média supplémentaires **EN PLUS** !

De nombreux dispositifs et contenus originaux se préparent à être portés par les médias du groupe, par ses communautés et ses influenceurs... Des **contextes éditoriaux originaux, pour des dispositifs sur mesure, amplifiés sur les audiences affinitaires des marques du groupe et permettant de garantir plus de visibilité et de performance**.

- « **Les Recettes des Champions** » avec MARMITON, GOURMAND, VITAL FOOD, GUEULETON... touchant près de 25 M de contacts mensuels sur le print et le digital<sup>(2)</sup>, suivis par plus de 11,5 M de followers,
- « **En forme pour les JO** » à destination de tous avec TOP SANTÉ, DOCTISSIMO, PLEINE VIE, PSYCHOLOGIES MAGAZINE... s'adressant à 7,4 M de contacts chaque mois<sup>(2)</sup>, et 3,3 M de followers sur les réseaux sociaux,
- « **Le Sport au Féminin** » via GRAZIA, AU FÉMININ, MARIE FRANCE, PEACHES... rassemblant 10,6 M de lectrices et internautes<sup>(2)</sup> par mois et suivis par près de 20 M de followers,
- « **En avant la Jeunesse** » via MELTY, MINUTE BUZZ, FRAÎCHES, LA CRÈME DU GAMING, GAME KULT, HERO... soit, communiquer auprès de 31,8 M de followers cumulés !

Et bien d'autres...

**Puissantes, diversifiées, connaissant les passions des Français, leurs habitudes, leurs usages, leurs aspirations... Les marques du groupe s'engagent à l'heure olympique !**

Les partenaires de Paris 2024, mais aussi les annonceurs non liés directement à l'évènement, pourront raconter une histoire différente, légitimer leur partenariat, construire leurs audiences, renforcer leur capital data voire créer leur propre écosystème afin d'émerger plus sûrement...

... Tout en conservant ce qui fait la force de Reworld Media : **sa capacité à s'engager sur des résultats !**

*« Le sport a toujours été une priorité pour Reworld Media depuis son lancement avec de premières collaborations ou acquisitions dès 2015 comme celles du groupe SPOREVER, des sites leader Sports.fr et Football.fr ou du magazine de référence Sport Stratégies.*

*En 2019, le partenariat exclusif conclu avec le CNOSF a permis de basculer dans une autre dimension du fait de la collaboration quotidienne via SPORT EN FRANCE avec toutes les parties prenantes du mouvement sportif français : les fédérations sportives, les athlètes, les partenaires du sport, les institutions telles l'Agence Nationale du Sport, le Ministère du Sport, etc. Les dispositifs que nous proposons ne sont pas là pour profiter d'un effet d'aubaine mais sont le prolongement de ce qui est entrepris depuis des années, avec toujours la volonté de s'engager sur des résultats. » - Guillaume SAMPIC, Directeur Général de Media365, filiale sport de Reworld Media.*

*\*Un document rassemblant l'intégralité des dispositifs développés dans le cadre des prochains JO est disponible sur demande*

*(1) Médiamétrie - Audience internet global juillet 2023*

*(2) Etude OneNext Global S1 2023*

#### **A propos de Reworld Media :**

Reworld Media est un Groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

- Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des consommateurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de près de 39 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs modes de consommation.
- Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et la couverture de tous les leviers de la communication des entreprises qu'il accompagne dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale.

Le Groupe a à son actif 81 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (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 a réalisé un chiffre d'affaires de 506 M€ en 2022, est présent dans 16 pays et compte 1 377 collaborateurs.

Euronext Growth Paris - ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - [www.reworldmedia.com](http://www.reworldmedia.com)

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