

La marque Grazia rejoint Follow et devient le premier "talent éditorial" représenté par une agence d'influence



De gauche à droite : Jérémy Parola, Anya Elmaleh, Ruben Cohen et Claire Sassonia

Paris, 6 juillet 2026. À l'heure où les frontières entre médias, influence et création de contenu s'effacent progressivement, les groupes médias cherchent de nouveaux relais de croissance et de nouvelles façons de toucher leurs audiences.

Dans ce contexte de transformation profonde du secteur, Follow annonce l'arrivée de Grazia, marque de Reworld Media, au sein de son roster. La marque devient ainsi le premier « talent éditorial » représenté par l'agence d'influence créative, qui l'accompagnera dans son accélération digitale, le développement de nouveaux formats éditoriaux et commerciaux ainsi que dans l'exploration de nouvelles opportunités de croissance sur les plateformes sociales.

Un nouveau modèle à la croisée des médias, de l'influence et des plateformes

Depuis plusieurs années, les créateurs de contenu empruntent les codes des médias traditionnels : rédaction en chef, formats éditoriaux, studios de production, diversification des contenus. Aujourd'hui, le mouvement inverse s'accélère. Les médias investissent les plateformes sociales, développent de nouveaux formats et collaborent de plus en plus étroitement avec les créateurs de contenu pour toucher leurs audiences.

Avec Grazia, Follow applique pour la première fois cette logique à une marque média. L'agence accompagnera la marque média sur le développement de projets associant marques, talents et contenus, à travers des collaborations, des dispositifs spéciaux et des activations éditoriales et sociales conçus sur mesure.

L'émergence des marques médias comme acteurs de l'influence

L'ambition est de faire converger l'expertise éditoriale du média, les codes de l'influence et les opportunités offertes par les plateformes afin d'imaginer de nouveaux dispositifs pour les audiences comme pour les marques.

« Depuis plusieurs années, les créateurs de contenu empruntent de plus en plus les codes des médias. Aujourd'hui, nous observons le mouvement inverse : les médias adoptent progressivement les codes des créateurs et des plateformes. Nous sommes convaincus que certaines marques médias doivent désormais être accompagnées comme de véritables talents éditoriaux. Grazia dispose d'une marque forte, d'un univers identifiable et d'un potentiel considérable sur les réseaux sociaux. Cette collaboration illustre parfaitement notre vision de l'avenir des médias. » **Ruben Cohen, Rubben Chiche, Samuel Skalawski et Anya Elmaleh, cofondateurs de Follow Group**

Quand les marques médias investissent les codes des créateurs de contenus

L'émergence des plateformes sociales a profondément transformé la manière dont les audiences découvrent, consomment et partagent les contenus. Face à ces nouveaux usages, les médias ne se contentent plus de produire de l'information : ils développent de véritables stratégies de présence sur les réseaux sociaux, expérimentent de nouveaux formats et multiplient les collaborations avec les créateurs de contenu.

Cette évolution rapproche progressivement deux univers longtemps distincts : celui des médias et celui de l'influence. **À travers cette collaboration, Grazia entend renforcer sa présence sur les plateformes sociales, développer de nouvelles expériences éditoriales et imaginer des dispositifs innovants capables de faire dialoguer marques, créateurs et audiences.**

« Grazia a toujours été une marque en avance sur les usages et les conversations culturelles. En rejoignant Follow, nous faisons le choix d'explorer de nouvelles formes de développement à la croisée des médias, de l'influence et des plateformes sociales. Cette collaboration s'inscrit dans notre volonté d'accompagner l'évolution des usages et d'ouvrir de nouveaux territoires d'expression pour la marque. » **Claire Sassonia, Directrice Social Media Reworld Media**

À propos de Follow Group - <https://followgroup.co/>

Créé par Rubben Chiche, Nathan Elmaleh, Samuel Skalawski et Ruben Cohen, FOLLOW Group fait partie intégrante du groupe EDG (European Digital Group). Celui-ci inclut six entités : SCROLL, agence de production créative; ANDY, agence de Celebrity Marketing; COVER, bureau de presse et d'influence; FOLLOW,

agence d'influence créative; AURA, agence de Personal branding et MADE IN, agence d'influence spécialisée dans les univers famille et food.

À propos de Reworld Media - <https://www.reworldmedia.com>

Reworld Media est un Groupe présent 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 lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation. Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication. Le Groupe détient plus de 80 marques média (Maison & Travaux, Les Numériques, Melty, Fraïches, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.), multicanales (print, openweb, social, influence, vidéo digital, TV, événements), génératrices d'audiences dans 10 univers culturels. Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, avec Tradedoubler (partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde) et avec Metapic (influence marketing avec 100 000 influenceurs en Europe). Fondé en 2012, Reworld Media est présent dans 11 pays et compte 1 219 collaborateurs.

Contacts presse

Sarah Roubine, cofondatrice | Cover (Follow Group)
sarah@coverpr.co | +33 (0)6 14 32 28 05

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld Media
stemplet@reworldmedia.com | +33 (0)6 50 46 37 31