



Maison&Travaux éclaire l'énergie solaire pour Effy avec un dispositif 100% social

EFFY, 1er spécialiste de la rénovation énergétique, dévoile à partir du 21 juin sa nouvelle solution solaire pour les particuliers sur les réseaux sociaux de Maison&Travaux. Pour mieux faire connaître l'autoconsommation solaire aux Français et valoriser les performances des solutions EFFY, Reworld MediaConnect s'appuie sur le studio Social Playground et déploie un dispositif exclusivement social media venant renforcer le branding, engager les communautés et générer de la performance.

Créer l'évènement et développer une approche pédagogique avec le social media

L'énergie solaire est encore peu développée en France*. Le parti pris de Reworld MediaConnect : événementialiser le lancement de la campagne EFFY et faire du 21 juin, la journée la plus longue de l'année, la journée du Solaire.

A partir du 21 juin et pendant 4 semaines, la brand leader sur l'aménagement, Maison&Travaux mobilise ses communautés sociales (soit près de 400 000 abonnés) et déploie un programme pédagogique en 3 temps complémentaires : Interpeller, Engager, Transformer.

* 110.000 foyers équipés en 2021, source Enedis

INTERPELLER – Susciter l'intérêt pour le solaire avec des quizz Instagram et Facebook

Maison&Travaux propose à sa communauté de tester ses connaissances sur le solaire, avec des quizz Instagram et Facebook ; les insights recueillis sont partagés en posts.

Pour répondre aux questions posées par les followers : des experts de Maison&Travaux sont mobilisés, et un Swipe Up redirige vers les solutions solaires d'EFFY.



ENGAGER – Expliquer les bénéfices du solaire et valoriser le savoir-faire EFFY avec le format vidéo

Dans une vidéo en motion design, Maison&Travaux décrypte pour ses communautés les 10 idées reçues sur l'énergie solaire. Ce format vidéo permet d'expliquer le fonctionnement de l'énergie solaire de façon ludique, et de valoriser les solutions nouvelles et différenciantes proposées par EFFY.

TRANSFORMER – Accompagner la transition vers EFFY avec des interviews vidéo

Maison&Travaux explique en vidéo les étapes à suivre pour changer son installation, interviews de professionnels EFFY à l'appui, dans une approche pédagogique et concrète.



A propos de la campagne EFFY

Audrey Zermati, Directrice de la Stratégie d'EFFY

« **C'est une campagne inédite pour lancer notre solution. Le solaire sur toiture est encore peu connu du grand public. Le choix de Maison&Travaux correspond à la fois à notre souhait de pédagogie et de démocratisation de ces équipements.** »

Elodie Bretaudeau-Fontelles, Directrice Générale de Reworld MediaConnect.

« **Nous avons imaginé cette opération 100% sociale avec une volonté de créer de véritables contenus engageants et innovants pour nos communautés. L'affinité entre Effy et Maison & Travaux était évidente et promet de très bons résultats, nous nous sommes engagés sur un reach très important sur cette campagne. C'est une fois de plus notre signature, allier des contenus innovants pour renforcer le branding et nous engager sur des audiences pour aller chercher des KPI de performance. Nous sommes ravis d'accompagner Effy sur le lancement de cette campagne.** »

Maison&Travaux en chiffres

Maison&Travaux rassemble une communauté de 4,2M lecteurs BRAND/mois, dont 91 506 lecteurs PRINT, et sur les canaux digitaux 4,8M VU/mois. Le magazine diffuse 91 506 ex. DFP bimestriels.

Sur les réseaux sociaux Maison&Travaux compte 285.000 followers, et ses newsletters sont diffusées à 131.000 abonnés (dont 103.000 en Opt-In).

Sources : OJD DFP DSH 2020, ONE NEXT GLOBAL 2021 V2, ONE NEXT 2021 V2 (LDP), MNR FEVRIER 2021 (VU), OPT-IN juillet 2020, Réseaux sociaux Février 2021

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 ; 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 26 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 2019-20

** Médiamétrie – Avril 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