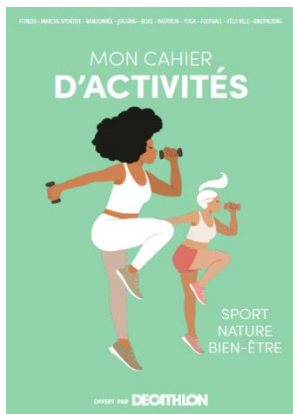


Pour déclencher le déclic sportif auprès des femmes, Decathlon publie son 1^{er} guide pratique avec le groupe Reworld Media et Havas Media Groupe

Tandis que Decathlon accompagne toutes les femmes qui souhaitent se (re)mettre au sport, le groupe Reworld Media a imaginé avec les équipes Native du Pôle Media d’Havas une opération éditoriale innovante.

Mobilisant les différents savoir-faire du groupe Reworld Media (rédactions, équipes créatives, département fabrication, expertises digitales & social media...), ce partenariat inédit, original et global a débuté par la conception d’un « Cahier d’Activités », diffusé ensuite par l’enseigne elle-même, reprenant les contenus créés par Decathlon et enrichis par les équipes éditoriales de Reworld Media, puis s’est poursuivi par la réalisation d’un dispositif orchestré sur 4 marques médias féminines puissantes du groupe.

« Mon Cahier d’Activités » par Decathlon : ouvrage ludique, pratique et interactif pour inspirer et motiver les femmes



Parce que le sport peut améliorer notre vie au quotidien, **Reworld Media Edition** a capitalisé sur les contenus créés par Decathlon et mobilisé ses expertises éditoriales pour concevoir, dans un premier temps, un guide pratique d’une cinquantaine de pages en exclusivité pour Decathlon.

Alternant conseils d’experts, exercices illustrés, astuces bien-être, recettes saines, pages shopping et relais interactifs via des QR codes renvoyant vers les actifs digitaux de Decathlon, « Mon Cahier d’Activités » accompagne les femmes dans la découverte de 10 sports tendances : **Fitness, Yoga, Boxe, Natation, Marche sportive, Football, Randonnée, Vélo, Course à pied, Bikepacking.**

Proche de ses lectrices, sincère, rassurant, cet ouvrage est rythmé par des illustrations permettant à toutes de s’identifier et de créer le déclic sportif.



Edité à 90 000 exemplaires et destiné à être offert aux femmes lors d'évènements organisés par Decathlon et lors d'opérations de street marketing, ce « **Cahier d'Activités** » s'inscrit dans la durée avec, en second temps, le déploiement des contenus réalisés sur les principales marques Femmes & Santé du groupe pour toucher une plus large audience.

Une édition qui associe « branding » & « utility » via son amplification multi leviers sur les audiences de 4 marques media du groupe

Afin de capitaliser sur le pouvoir de prescription et la puissance des marques médias, Decathlon a bénéficié d'un dispositif d'amplification multi-canal. **Main dans la main avec les équipes Native du Pôle Media d'Havas, Reworld MediaConnect a donc orchestré des activations accessibles sur les supports : Biba, Marie France, Top Santé et Pleine Vie jusqu'à fin janvier 2022.**

Au programme, de septembre 2021 à fin janvier 2022 :

- La **production de plus de 100 contenus digitaux** (rewriting des contenus éditoriaux) diffusés sur les sites Biba, Marie France, Top Santé et Pleine Vie, avec la création de 22 moodboards shoppables,
- La mobilisation des **réseaux sociaux de Biba** auprès de ses communautés engagées de Facebook, Instagram, Pinterest. Instagram mettra en avant 1 sport lors d'un **RDV hebdomadaire durant 20 semaines**. Pinterest héberge le board dédié Sport • Motivation dont les 10 sous boards reprennent les 10 sport de « Mon cahier d'activité »,
- Des **e-mailing dédiés** sur les adresses optins des 4 marques médias, soit près de 550 000 contacts optins au global et accompagnés d'une dizaine de **campagnes « click to traffic »**,
- La **médiatisation d'un Live shopping Decat'Live x Biba** co-animé par un expert Decathlon et une journaliste de la rédaction BIBA, fixé le 25 octobre,
- Enfin, un plan de **doubles pages** éditorialisées dans les magazines Biba, Marie France, Top Santé et Pleine Vie entre septembre à janvier 2022 permet de prolonger et enrichir ce lien vers les lectrices des magazines, et complète les points de contacts digitaux.

Echantillon à découvrir

- Biba x Décathlon ► <https://www.bibamagazine.fr/lifestyle/le-sport-et-nous>
- Biba Insta ► <https://www.instagram.com/bibamagazine/?hl=fr>
- Biba Decathlon ► <https://www.pinterest.fr/bibamagazine/biba-x-decathlon/>

Reworld Media Edition et Reworld MediaConnect ont développé en partenariat avec Decathlon une opération innovante - « Branding » + « Utility » - qui met en lumière les complémentarités évidentes entre la force de l'édition et l'amplification multi-canal.

*« Nous sommes ravis de ce partenariat inédit et ambitieux noué avec les équipes de Decathlon. « Mon Cahier d'Activités » est une réalisation marquante pour Reworld Media Edition dans ses premiers mois d'activité. Elle illustre parfaitement la capacité du groupe à mobiliser ses talents, à créer des synergies autour de projets structurants et à délivrer des solutions de communication globales allant du concept éditorial jusqu'à sa mise en œuvre multi-levers. Cette singularité fait la force du groupe et lui permet d'être extrêmement pionnier et créatif dans ses dispositifs ». **Cécile Béziat, Directrice Générale Adjointe - Développement & RSE***



Reworld Media Edition, nouvelle entité lancée en 2021 dédiée à la création de produits d'édition, publie des ouvrages en partenariat avec des maisons d'édition, des enseignes culturelles (ou retailers ou distributeurs) et pour le compte d'annonceurs. Les ouvrages réalisés sont le fruit d'une transmission d'un savoir, adressés à l'ensemble des familles, grâce à la force thématique des 48 marques médias du groupe Reworld Media. Reworld Media Edition propose des livres pratiques en santé, cuisine, beauté, bien-être et déco mais aussi des ouvrages en loisirs créatifs, de la BD, de la fiction et des livres de culture générale (en science et histoire notamment) pour tout public (de la jeunesse au sénior). Résolument ancré dans l'ère des nouvelles technologies, Reworld Media Edition conçoit également des livres audios et numériques.



Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, leader français des médias thématiques (1er éditeur de presse thématique*, 3ème groupe média thématique dans le digital**). Elle commercialise les 52 marques media du groupe, hébergées sous 8 univers thématiques : Auto-Sport ; Santé-Bien-être ; Femmes ; Maison-Nature ; Entertainment ; Sciences-Culture ; Lifestyle et Business ***. Les publications du groupe Reworld Media adressent 31 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 médias, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que la production de contenus, le social, l'audio, la collecte de leads qualifiés mais aussi l'évènementiel ou la performance avec Tradedoubler.

Grâce à une connaissance approfondie des problématiques marketing et de communication, Reworld MediaConnect accompagne les marques pour atteindre leurs doubles objectifs de branding et de performance, avec des dispositifs qui prennent en considération l'ensemble des étapes du funnel marketing en activant tous les touchpoints. Partenaire engagé, la régie co-construit avec les annonceurs, et s'engage sur des KPI de performance, avec des solutions pertinentes et toujours efficaces pour atteindre tous types d'objectifs marketing.

* Diffusion moyenne par parution, OJD 2020 ** 10/09/2021 Médiamétrie – Juillet 2021 *** Business : Be a Boss, Artisans Mag et Ecommerce sont des marques éditées par NetMediaGroup **** One Next 2021 V3
Pour plus d'informations, <https://www.linkedin.com/company/reworldmediaconnect>



À propos de Havas Group

Havas est l'un des plus grands groupes de communication au monde. Fondé à Paris en 1835, le Groupe compte aujourd'hui 20 000 collaborateurs dans plus de 100 pays et dispose de trois unités opérationnelles qui couvrent l'ensemble des métiers de la communication. Depuis fin 2017 il est totalement intégré à Vivendi. La mission de Havas Group est de mettre en relation les marques et les consommateurs via la créativité, l'expertise média et l'innovation. Pour mieux anticiper et répondre aux besoins des clients, Havas a opté pour une organisation « client centric » et un modèle totalement intégré incarné par les 52 Havas Villages à travers le monde, où les équipes créatives et médias travaillent en synergie.

De plus amples informations sur le Groupe Havas sont disponibles sur le site web de la société : www.havasgroup.com
#MakingBrandsMeaningful

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