

Du 12 au 20 mai, à l'occasion du Festival de Cannes  
**REWORLD MEDIACONNECT ANNONCE UN  
PARTENARIAT EXCLUSIF AVEC DIGITAL BRAND  
MAKERS (DBM), GROUPE EXPERT EN INFLUENCE**

**DBM** Digital  
Brand  
Makers



Une collaboration avec l'ambition de créer de nouvelles passerelles entre créateurs de contenu, talents et puissances média

A partir du 12 mai, **Reworld MediaConnect** et le groupe **DBM (Digital Brand Makers)** investissent une villa emblématique au cœur de Cannes. Durant toute la durée du festival, ce lieu réunira : créateurs, talents, partenaires et invités, dans un espace de **rencontres et de création**.

À travers cette collaboration, le groupe DBM et Reworld MediaConnect défendent une vision commune : **un lieu plus accessible où la culture n'est plus un privilège mais une expérience partagée : vivante, sincère et collective.**

**Des activations immersives au cœur de Cannes**

Tout au long du festival, la villa accueille une programmation mêlant **scénographie, branding, expériences, captation, création de contenu, shootings et podcasts**, devenant ainsi un terrain d'expression pour les marques, les talents et les créateurs.

## Des formats signatures au sein de la villa

### ROOM BY YOUR BRAND

Chaque espace de la villa peut être investi par une marque et transformé en univers immersif : chambre cocon, showroom mode, salon floral ou jardin sportif. L'objectif est de proposer à une marque une expérience qui inspire, fédère et génère du contenu spontané.

### WATCH PARTIES

Des projections intimistes, suivies d'échanges entre créateurs, talents et invités. Ce dispositif permet ainsi à la marque d'affirmer sa position d'acteur culturel engagé dans la valorisation de la création contemporaine.

### TASTY – Expériences culinaires créatives

Création de déjeuners et dîners conçus comme une expérience créative. Morning talks, sporty brunchs, créative dinners ou seasonal tables offrent des moments de partage favorisant les rencontres et la création de contenu.

### ÉVÉNEMENTS SUR MESURE

La villa fonctionne aussi comme un point de convergence à Cannes : lancements, soirées privées ou pop-ups prennent place dans cet espace conçu pour valoriser les marques et favoriser l'engagement, la visibilité et les opportunités d'influence.

## Une médiatisation portée par les marques Grazia, melty et ICON

À travers des formats éditoriaux immersifs « **On y était** », les rédactions racontent les temps forts de la villa à travers des interviews, récits et regards incarnés. Ces contenus sont complétés par une couverture en temps réel sur les réseaux sociaux, avec une série de **stories live publiées par l'un des médias partenaires**, afin de faire vivre l'événement au public à travers le regard et le ton éditorial de chaque rédaction.

Avec cette initiative, **Reworld MediaConnect et le groupe DBM proposent une nouvelle manière de vivre le festival : un espace où marques, talents et médias se rencontrent pour créer et raconter Cannes autrement.**

### A propos de Reworld MediaConnect - <https://www.reworldmediaconnect.com/>

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, 1ère plateforme de marques média en France (1er éditeur thématique grand public, 3ème groupe média thématique dans le digital\*. Reworld MediaConnect commercialise les plus de 80 marques média du groupe, hébergées sous 12 univers thématiques : Santé et Bien-Etre, Femmes et Parentalité, Food, GenZ et NextGen, Auto, Science & Culture, Entertainment, Tech & Gaming, Sport, Nature, Maison et Lifestyle. Les publications du groupe Reworld Media adressent 36 millions\*\* de Français par mois, soit 2 Français sur 3. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 32 millions\* de visiteurs uniques. Au-delà des médias, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'influence, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Le déploiement de marques média print sur le digital et le social, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du média et du hors-média, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à la régie de répondre à toutes les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions et de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés. \*Mediamétrie//NetRatings - Internet Global mai 2025 \*\*ACPM - OneNext Global 2025 S1 Brand 30J

### A propos de DBM

DBM (Digital Brand Makers) est un groupe d'agences spécialisé dans l'influence, la communication digitale et la stratégie de marque. Le groupe DBM offre une approche 360° mêlant stratégie d'influence, gestion de talents, brand content et image de marque. Leur ambition est de bâtir des récits puissants et de créer des connexions authentiques et durables entre les marques, les talents et leurs audiences, en privilégiant l'impact positif, la créativité et l'éthique.

### Contacts Médias :

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld Media  
[stemplet@reworldmedia.com](mailto:stemplet@reworldmedia.com) | 33 (0)6 50 46 37 31  
Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE  
[sdestmartin@p-c-e.fr](mailto:sdestmartin@p-c-e.fr) | 33 (0)6 16 40 90 73