

Communiqué de Presse – 23/09/19

Reworld Media et Lapeyre

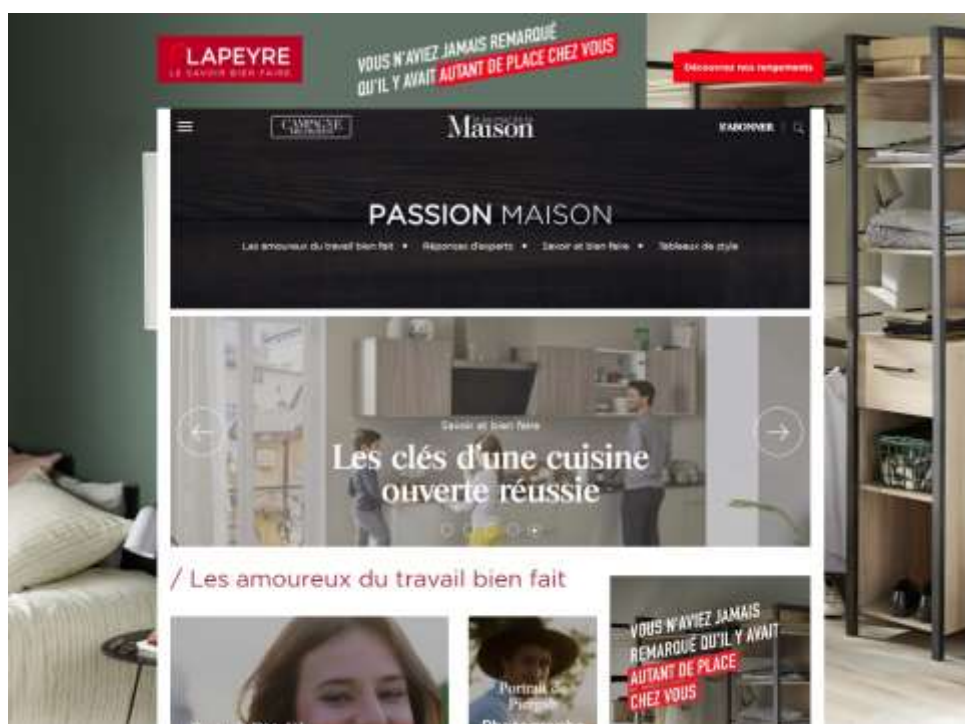
Une plateforme digitale « Passion Maison » ambitieuse

Cette édition 2019 est encore plus ambitieuse que les précédentes ! Orchestrée par Vizeum, la plateforme « Passion Maison » sert des objectifs précis de Branding et Performance. Grâce aux compétences complémentaires présentes au sein du groupe Reworld Media, elle met en œuvre un dispositif digital particulièrement dense et diversifié pour l'enseigne Lapeyre, multispécialiste de l'aménagement de la maison (Cuisines, Salles de bains, Menuiseries, Revêtements). Celle-ci ne mixe pas moins de 70 contenus rédactionnels exclusifs à des technologies de ciblage et d'optimisation de la performance les plus avancées.

« Passion Maison » en Live pour Lapeyre sur <https://passion-maison.lejournaldelamaison.fr>

« Passion Maison » est la nouvelle plateforme de contenus lancée par Lapeyre en barre de navigation du site du Journal de la Maison, avec un look&feel et une charte graphique 100 % dédiée à la marque. Celle-ci s'inscrit dans le cadre d'un partenariat de marque qui a vocation à développer l'image de Lapeyre, à valoriser ses produits, à générer des contacts puis de la conversion sur lapeyre.fr.

Les équipes de Reworld Media Factory ont développé pour Lapeyre **une activation « brand'formance » ambitieuse et en deux temps.**



Temps 1 : volet Branding, offrir une forte richesse éditoriale en créant plus de 70 contenus exclusifs & valorisants

Inspirer, émouvoir, conseiller, accompagner, convaincre... là sont les enjeux « branding » de Lapeyre. « Passion Maison » s'appuie sur un important volume de contenus multi-formats « shoppables » pensés pour le site et les réseaux sociaux, avec notamment :

- **4 vidéos et 4 cinémagraphs** associés avec la mise en scène d'amoureux du travail bien fait : photographe, chef pâtissière, styliste & comédienne - dans des environnements équipés Lapeyre,
- **4 podcats** sur des débats d'experts animés par la rédaction du Journal de la Maison afin d'apporter des réponses aux internautes,
- **12 dossiers rédactionnels** exhaustifs visant à conseiller et accompagner les internautes dans leur projet d'aménagement,
- **8 moodboards** thématiques dont les visuels ancrent les produits dans la tendance,
- **Des conseils et des astuces en collaboration avec Emmanuelle Rivassoux**, architecte d'intérieur-décoratrice et animatrice de télévision.

Signés par les équipes éditoriales **Décoration et atelier.b**, l'agence de production audiovisuelle du groupe **Reworld Media**, ces contenus sont aussi déclinés spécifiquement pour les réseaux sociaux sous une version shortcut.

Les visites sur « Passion Maison » sont soutenues par des **activations earned media, display co-brandées, newsletters et réseaux sociaux du Journal de la Maison, Maison&Travaux et marie france.**

Temps 2 : volet Performance, génération de trafic qualifié sur le site de Lapeyre depuis « Passion Maison »

Au-delà du sponsoring de la rubrique qui suivra les temps forts commerciaux de Lapeyre et de l'intégration de technologies « shoppables » dans certains contenus (moodboards, shopping box dans les articles, etc.), **Reworld Media s'appuie sur l'expertise de Tradedoubler**, spécialiste du marketing à la performance du groupe, pour générer **des visites qualifiées sur le site de lapeyre.fr.**

Tradedoubler met à disposition toutes **ses solutions pour atteindre les KPI's « performance » définis :**

- **retargeting** des internautes ayant visité « Passion Maison », sur le réseau des sites Reworld Media ainsi que sur le réseau d'affiliés premium,
- utilisation de son **outil de contribution/attribution permet de mesurer le chiffre d'affaires réalisé par ce dispositif.**

Et, pour aller plus loin... Rendez-vous aux « Cuisines Days » en octobre !

Les vendredi 11 et samedi 12 octobre prochains, Lapeyre ouvrira les portes d'un grand espace cuisine au cœur de Paris pour une série de **conférences et de conseils pratiques autour de l'aménagement de la cuisine** (déco, mobilier, accessoire, matériaux...).

La marque offrira aux parisiens un moment de **partage et d'inspiration en toute convivialité** autour de sa nouvelle collection de cuisines. Ces derniers pourront notamment initier un projet d'aménagement avec les conseillers Lapeyre, aller à la rencontre de **Luana Belmondo** lors d'une animation culinaire organisée par My Cuisine, et au contact d'Emmanuelle Rivassoux, architecte d'intérieur-décoratrice dans l'émission de Stéphane Plaza « Maison à vendre » sur M6 notamment.

Les « Cuisines Days » est un événement Reworld Media, dont Lapeyre est le partenaire principal, qui vient compléter sa plateforme de marque en lui apportant de la **proximité avec de véritables porteurs de projets, et mettre en avant sa marque et ses produits** dans une ambiance attractive.

Deux jours d'exception présentés sur : <https://www.cuisinedays.fr/>

L'événement est gratuit et ouvert à tous
du vendredi 11 octobre de 13h à 18h au samedi 12 de 11h à 19h.
Au 5015 rue de Basse, 75003 Paris (métro Arts et métiers ou République)

Au programme

Comme une cheffe
Des ateliers vous seront proposés par des chefs tout au long des deux jours. Venez y apprendre de nouvelles recettes et découvrir des techniques à reproduire facilement à la maison.
Le programme des ateliers déco

Speed Meeting déco
Posez vos questions en direct à l'experte intérieure ! Elle vous apportera des conseils et fera plans pour votre décoration et votre projet.
L'intermédiaire sera présente pour vous répondre le vendredi après-midi à 18h.

Clothilde Pourille-Deprez, Responsable de la Marque chez Lapeyre : « Notre projet avec Reworld Media Factory nous permet de nous adresser à notre cible porteuse de projets d'aménagement en leur proposant des contenus riches et diversifiés, inspirationnels et pratiques, qui replacent Lapeyre et son Savoir Bien Faire au centre. Nous sommes convaincus, depuis 3 ans maintenant, que ces collaborations sont non seulement très pertinentes, mais surtout que la synergie des équipes fonctionne, au service de belles opérations ! »

Cécile Béziat, Directrice générale adjointe de Reworld Media Factory, indique : « Nous sommes ravis de la confiance accordée par Lapeyre depuis 3 ans : une telle longévité est assez rare pour être soulignée ! Grâce à ce partenariat ambitieux, Reworld Media renforce sa proposition de valeur sans égale sur le marché avec des dispositifs brand'formance sur-mesure avec cette année la présence de Lapeyre sur l'un de nos événements. La mise en œuvre de toutes ces synergies internes procure beaucoup de satisfaction à nos équipes ! ».

A propos de Reworld Media :

Reworld Media est le leader français des médias thématiques (1er éditeur de presse thématique *, 4ème groupe média thématique dans le digital **) et un acteur international présent dans 11 pays. Fondé en 2012, le groupe a été précurseur dans la transition digitale d'actifs media et développe aujourd'hui un portefeuille de plus de 40 marques média propriétaires telles que : marie france, Maison&Travaux, Gourmand, Télé Magazine, Auto Moto ou, plus récemment intégrées, Biba, Grazia, Sciences & Vie, Auto Plus, Le Chasseur Français... Le groupe combine une activité media de « Branding » à une activité média de « Performance » via sa plateforme d'affiliation Tradedoubler. (*) Diffusion moyenne par parution, OJD 2018 (**) Médiamétrie – Juin 2019

A propos de Lapeyre : Lapeyre, multispécialiste de l'aménagement de la maison (Cuisines, Salles de bains, Menuiseries, Revêtements), est une enseigne du Groupe Lapeyre, filiale du Groupe Saint-Gobain. Elle s'appuie sur un réseau de près de 130 points de ventes et de 11 usines répartis sur l'ensemble du territoire. Fort de son savoir-faire de distributeur-fabricant, Lapeyre propose des produits de qualité, adaptables et accessibles ainsi qu'une offre de conseils personnalisés et de nombreux services (Conseil à Domicile, Atelier, Livraison, Pose...).

Contacts media : PCE - Paul-Marie Grosse - 06 59 97 16 48 - pmgrosse@p-c-e.fr
- Ségolène de St Martin - 06 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr