

REWORLD MEDIA ANNONCE LE LANCEMENT DE *NEW ROMANCE MAGAZINE* AVEC HUGO PUBLISHING

Le groupe Reworld Media annonce le lancement en juin 2024 de « *New Romance Magazine* » en partenariat avec la maison d'édition Hugo Publishing. Cette nouvelle marque média cible l'univers féminin des 20-30 ans.

100 000 exemplaires seront mis en place.

The logo for 'new ROMANCE MAGAZINE' features the word 'new' in a pink script font, 'ROMANCE' in a large, bold, pink sans-serif font, and 'MAGAZINE' in a smaller, pink sans-serif font below it.

Depuis 2013, la *new romance*® est devenue un phénomène littéraire incontournable, marqué par le succès retentissant de *Cinquante nuances de Grey*, *Beautiful Bastard* et *After* (plus de 5 millions d'exemplaires vendus). Avec une croissance fulgurante des ventes, des centaines de nouveaux titres chaque année, et des festivals dédiés, **Reworld Media aspire à ouvrir le genre au monde de la presse**

Ce magazine, innovant dans sa conception, proposera à ses lectrices plus de **90 pages de romances contemporaines** sous forme de nouvelles, explorant les divers aspects de la vie quotidienne tels que l'émancipation, la quête de soi, la santé mentale et la complexité des relations amoureuses... sans oublier le côté érotique. **Morgane Moncomble sera l'une des plumes de ce premier numéro. Une partie magazine viendra enrichir ce nouveau concept**, abordant des sujets psycho, culture, astrologie, mode. **Une expérience de lecture novatrice fusionnant le livre et le magazine dans un écran graphique immersif.**

Hugo Publishing, leader depuis 2015 grâce à la série *After* d'Anna Todd, et **premier éditeur de New Romance**® avec des autrices telles que Morgane Moncomble, Colleen Hoover, C.S. Quill, Scarlett St.Clair et Ana Huang... **s'est associé au projet** en apportant son savoir-faire, la contribution de ses autrices et son expertise sur les réseaux sociaux.

Un plan média ambitieux est prévu pour accompagner le lancement de « *New Romance Magazine* », alliant médias traditionnels (print, affichage, couplage...) et plateformes sociales (TikTok, Instagram...).

Pour Stéphane Hitaian, Directeur exécutif chez Reworld Media : « *Une fois de plus, le groupe Reworld Media innove avec le lancement de ce magazine totalement original et dans l'air du temps. Ce projet, qui fait la part belle à la lecture et aux auteurs, s'adresse à une audience plus jeune que la presse féminine historique, ce qui le rend là aussi unique en son genre* » ;

Pour Arthur de Saint Vincent, Directeur général d'Hugo Publishing : « *La New Romance® dépasse le simple phénomène d'édition et est devenue aujourd'hui un vrai phénomène de société. C'est ainsi qu'il nous semblait évident de pouvoir diffuser ce genre littéraire en kiosques, pour combler un public encore plus large !* ».

Cette initiative vise à captiver une nouvelle audience féminine plus jeune, déjà passionnée par la lecture et particulièrement de la New Romance®.

A propos de Reworld Media :

Reworld Media est la 1^{ère} plateforme de marques média en France dont le 2^{ème} éditeur de presse thématique. Fondé en 2012, le groupe se développe sur deux marchés BtoC et BtoB avec à son actif 81 marques médias propriétaires génératrices d'audiences dans 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.). www.reworldmedia.com

Contacts média :

Sékolène de Saint Martin | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

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