



UNIFY S'ENGAGE POUR LA MAISON DES FEMMES
A PARTIR DU 27 FEVRIER
LANCEMENT DE LA CAMPAGNE DE PREVENTION #BESOIN DE SAVOIR



Unify est heureuse d'annoncer son partenariat avec La Maison des femmes de Saint-Denis qui accueille les victimes de violences, au sein d'un lieu unique de prise en charge. Il réaffirme l'engagement d'Unify, le pôle digital du groupe TF1, de donner tribune à toutes les femmes, à tous leurs combats, à travers ses marques media, ses communautés et ses événements. A partir du 27 février, aufeminin, My Little Paris et Doctissimo, lancent ensemble #Besoin de savoir, une grande campagne de prévention et de sensibilisation contre les violences faites aux femmes et un appel aux dons pour soutenir l'action de La Maison des femmes de Saint-Denis.

#BESOIN DE SAVOIR : UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION ET DE SENSIBILISATION

Parce que les jeunes femmes sont particulièrement touchées par les violences sexistes et sexuelles au quotidien, que ce soit en ligne et hors ligne, et que ces situations d'agressions ne sont pas toujours identifiées comme telles par les victimes et les agresseurs, Unify a souhaité agir en faveur de l'éducation et de la prévention. Unify lance, en partenariat avec La Maison des femmes, une campagne de sensibilisation destinée majoritairement aux 15-35 ans, intitulée #besoindesavoir qui aborde les questions liées à la sexualité et au consentement.

DEPLOYEE SUR AUFEMININ, DOCTISSIMO, MY LITTLE PARIS ET TIK TOK

Ce dispositif comprend 14 vidéos inédites, véritables outils pédagogiques accessibles à tous, déployées à partir du 27 février sur Aufeminin, Doctissimo et My Little Paris. Postées sur leur site et réseaux sociaux respectifs, ces vidéos sont axées sur la sensibilisation et mettent également en lumière le travail de La Maison des femmes à travers des portraits de l'équipe soignante ou de patientes. En parallèle, Unify lancera un challenge sur la plateforme Tik Tok pour inciter les jeunes communautés à partager et échanger sur les thématiques du consentement et du cyberharcèlement.

UNIFY SOUTIENT L'ACTION DE LA MAISON DES FEMMES

Inauguré le 27 février, ce partenariat a également pour objectif de donner tribune et d'apporter un soutien financier à l'association, créée et dirigée par le Docteur Ghada Hatem. Située à St Denis, cette structure accueille des femmes vulnérables ou victimes de violences, physiques et psychologiques et met à disposition des patientes une équipe pluridisciplinaire qui œuvre simultanément dans les domaines du soin, de la prévention et de la formation. Pour permettre à cette structure de poursuivre son action, Unify s'engage et appelle ses communautés à suivre le mouvement en faisant un don via l'application Lydia ou en ligne sur le site HelloAsso, Unify doublant chaque don réalisé (jusqu'à 50 000 euros). Cet appel à financement sera relayé à travers tous les contenus produits pour la campagne #besoindesavoir. Et une seconde campagne sera organisée d'ici fin mars avec Charidy pour que d'autres donateurs (personnes et/ou entreprises) se joignent à Unify pour doubler les dons des internautes.

Olivier Abecassis, Président d'Unify: « Ce partenariat entre Unify et La Maison des femmes s'inscrit pleinement dans les valeurs et les engagements portés au quotidien par nos marques media. Pour la première fois depuis le lancement d'Unify, nous déployons un dispositif exceptionnel, qui active la puissance de nos communautés féminines, pour promouvoir cette campagne de prévention et d'appels aux dons, au profit de La Maison des Femmes et surtout donner tribune à l'action de la Maison des Femmes. Pour compléter ce partenariat, nous permettrons aussi à nos salariés de contribuer sur leur temps de travail à l'action de la Maison des Femmes. C'est donc un engagement fort de l'ensemble des équipes. »

A propos d'Unify

Présent en France et à l'International, UNIFY rassemble les nouvelles activités digitales du groupe TF1. Le pôle se compose d'une quinzaine de marques media et de services : Auféminin, Marmiton, Doctissimo, MyLittleParis, Parole de Mamans, Beauté Test, Les Numériques, Cnet, Zdnet, Gamekult, Vertical Station, Studio71, Magnetism, Ykone, Gammed!, Unify Digital Factory.. Leader sur les verticales féminines, santé, food et lifestyle, Unify touche, à travers ses marques, une audience de 48M VU en France (soit 91% de reach) et plus de 100 millions de VU à l'étranger. UNIFY est le premier groupe numérique construit autour de communautés engagées, de productions originales et d'évènements fédérateurs. Il regroupe des expertises fortes au service des marques pour leur transformation : media, e-commerce, influence, data, contenus, social. UNIFY développe l'ensemble de ses marques autour de trois activités : publishers, brand solutions et services et social e-commerce.

UNIFY Advertising est la régie publicitaire et point d'entrée unique vers l'ensemble de ses marques media et services, à destination de ses clients, agences et annonceurs

A propos de La Maison des femmes

La Maison des femmes accueille, depuis juillet 2016, les femmes vulnérables ou victimes de violences et leur propose un parcours complet de soins, ainsi qu'un accompagnement social et juridique. La Maison des femmes est devenue un lieu ressource où les patientes bénéficient également d'une prise en charge corporelle et de multiples ateliers d'amélioration de l'estime de soi. Aujourd'hui, elle accueille entre 50 et 70 femmes par jour.