



Pour plus d'information, contactez:

Caroline Plagne pour Matriochka
+33 6 32 05 03 30
caroline.plagne@mtrchk.com

SOUS EMBARGO JUSQU'AU LUNDI 24 SEPTEMBRE 2018 A 13H (HEURE DE PARIS)

Weight Watchers devient WW, renforçant ainsi sa mission autour de la santé et du bien-être au sens large

Cette évolution s'accompagne d'un changement de signature: « Wellness that Works™ » (Le bien-être qui vous réussit)

L'appli WW offrira, dès le 5 octobre, une expérience digitale renforcée et lancera, à partir de décembre, WellnessWins™, un programme de motivation inédit réservé à ses membres.

NEW YORK, le 24 septembre 2018 – Symbole de la prochaine étape de l'évolution de la compagnie vers une mission plus globale autour de la santé et du bien-être, Weight Watchers International, Inc. (NYSE: WTW) annonce qu'elle devient WW, s'appuyant sur son héritage tout en élargissant son rôle dans le quotidien de chaque personne. La nouvelle signature, « Wellness that Works™ » sera utilisée partout dans le monde pour incarner l'héritage de la marque et son approche globale visant à inspirer des habitudes saines, basées sur la science.

« Nous nous engageons à proposer le meilleur programme minceur au monde, mais nous mettons désormais nos décennies de connaissances et d'expertise en science du changement de comportement au service d'une mission encore plus grande », déclare Mindy Grossman, President et Chief Executive Officer de WW. « Nous sommes sur le point de devenir le partenaire bien-être de chaque personne à travers le monde. Quel que soit votre objectif - perdre du poids, manger plus sainement, bouger plus, ou développer un état d'esprit positif - nous proposerons des solutions basées sur la science, qui s'adaptent au mode de vie de chacun. C'est juste le début de notre parcours visant à devenir à terme le partenaire mondial du bien-être. Notre potentiel d'impact m'inspire énormément ».

« Depuis le jour où j'ai choisi d'investir dans la compagnie et de rejoindre son Conseil d'Administration, j'ai toujours cru que le rôle que peut jouer WW dans la vie de chaque personne dépasse largement un chiffre sur la balance, » déclare Oprah Winfrey. « Maintenant que Weight Watchers devient WW, j'ai la conviction que nous continuerons d'inspirer les personnes, pas seulement pour bien manger, mais pour bouger plus, se connecter à d'autres et continuer d'expérimenter les plaisirs d'une vie saine. »

Une expérience digitale renforcée qui se concentre de manière plus globalement sur le bien-être

Pour devenir un vrai partenaire du bien-être, WW fait évoluer la manière dont elle s'intègre dans la vie de chaque personne. En tant que compagnie qui met la technologie au cœur de son expérience, WW continue d'innover et d'améliorer son expérience digitale, grâce à des partenariats dans le domaine de la reconnaissance vocale et de l'état d'esprit positif, mais aussi des nouveaux outils optimisés pour le suivi de l'activité physique et la création de communautés. L'appli WW, utilisée par des millions de membres à travers le monde, sera mise à jour le 5 octobre pour refléter la nouvelle identité de marque. Les innovations suivantes seront très prochainement lancées :

Wellness that Works.™



WellnessWins™

Pour inspirer des habitudes saines, WW annonce le lancement de WellnessWins, un programme inédit qui récompense les membres qui adoptent des comportements quotidiens contribuant à un mode de vie plus sain. Les membres gagneront des « Wins » s'ils enregistrent dans l'appli ou le site leurs repas, leur activité physique et leur poids, ainsi que s'ils assistent à un Atelier WW. Ils pourront échanger leurs Wins contre des produits, services et activités exclusifs pensés pour les inspirer tout au long de leur parcours vers le bien-être. Les résultats d'un pilote ont montré un meilleur engagement, plus de motivation et de satisfaction. Lancé aux Etats Unis le 04 octobre, le programme sera étendu dans le monde à partir de décembre 2018.

Partenariat avec Headspace®

L'état d'esprit compte beaucoup dans le bien-être. C'est pourquoi WW a signé un partenariat avec Headspace, leader mondial de la méditation et de la pleine conscience, pour développer des programmes personnalisés réservés aux membres WW. Un premier pilote, intégré à l'appli WW, aux États-Unis, en France et d'autres pays s'est avéré très positif. C'est la première fois qu'Headspace crée des contenus dans d'autres langues que l'anglais.

FitPoints®

WW s'appuie sur les dernières avancées scientifiques pour faire évoluer son système FitPoints® (auparavant ActivPoints® en France) afin d'encourager chaque individu à choisir les activités à plus fort impact potentiel sur sa santé et son bien-être. Les nouveaux FitPoints® seront personnalisés dans l'appli WW – et basés sur la taille, le poids, l'âge et le sexe de chaque personne - pour que chaque membre sache exactement quelle activité lui convient le mieux.

Pour les aliments, toutes les calories ne sont pas identiques et il en va de même pour l'exercice physique : les 100 calories brûlées en marchant ne sont pas les mêmes que les 100 calories brûlées en levant des poids ou en courant. Le nouvel algorithme encourage donc les membres à inclure du cardio et de la musculation dans leur activité physique, et permet de gagner des FitPoints® pour chaque type d'activité. Les nouveaux FitPoints® arriveront dans l'appli WW en décembre, partout dans le monde.

Groupes Connect

WW lance les Groupes Connect, une nouvelle façon de renforcer la communauté WW et d'encourager les relations fortes et riches qui inspirent des habitudes plus saines. La communauté est l'un des éléments les plus puissants de l'expérience WW et un vecteur important de bien-être. Les groupes vont contribuer à renforcer la communauté Connect de WW dans l'appli - qui compte actuellement 1,8 millions d'utilisateurs uniques chaque mois - en aidant les personnes à se connecter avec des membres qui leur ressemblent via différentes thématiques :

- Préférences alimentaires (par exemple sans gluten, végétarien, gourmets, etc.)
- Etapes de vie (étudiants, jeunes mamans, futurs mariés, ...)
- Mon parcours (nouveaux membres, en stabilisation, ...)
- Activité (course, yoga, marche, défis, ...)
- Etat d'esprit (motivé, zen, nouveau moi,...)
- Loisirs (fan de shopping, amoureux des animaux, loisirs créatifs, ...)

Les Groupes Connect seront disponibles partout dans le monde en décembre.



Focus sur les habitudes saines dans l'appli

WW mettra l'accent sur les habitudes saines, ce qui rendra son programme ouvert à ceux qui souhaitent développer des habitudes saines sans se concentrer sur la perte de poids. Les membres auront accès à tous les outils proposés par WW, y compris le programme WW Liberté pour les guider vers des choix alimentaires plus sains, les FitPoints® pour bouger plus, la communauté Connect, le contenu pour les aider à développer un état d'esprit positif et le nouveau programme de motivation WellnessWins.

Assistance vocale avec Amazon Alexa et Google Assistant

WW lance aujourd'hui une version bêta de l'assistance vocale avec Amazon Alexa et Google Assistant, qui permettra aux membres WW d'utiliser leur voix pour :

- Connaître les valeurs en SmartPoints® des aliments
- Suivre leur budget SmartPoints
- Suivre facilement les aliments qu'ils consomment
- Ajouter rapidement des SmartPoints à leur journal de bord (ex. « Ajoute 5 SmartPoints pour mon déjeuner. »)

Un lancement est d'abord prévu aux États-Unis à la fin de l'automne, pour ensuite être étendu au niveau mondial.

Produits WW

Pour aller toujours plus loin dans le bien-être, dès janvier 2019, partout dans le monde, tous les produits vendus par WW en Ateliers WW ou sur son site internet ne contiendront plus aucun ingrédient artificiel (édulcorant, arôme, colorant et conservateur) et refléteront la nouvelle identité de marque, signalant instantanément aux consommateurs qu'ils bénéficient de cette nouvelle formule.

Nouvelle identité de marque et lancement

La transition vers WW s'accompagne d'une toute nouvelle identité de marque – logo, couleurs, polices et iconographie – sur l'ensemble des points de contacts de la marque, expérience client, site, appli WW... La campagne de lancement de la nouvelle marque débutera fin décembre. Les lieux accueillant les Ateliers WW évolueront aussi en 2019.

« Nous allons annoncer la nouvelle articulation de la marque WW de différentes façons, la plus importante étant notre identité visuelle », déclare Gail Tifford, Chief Brand Officer, WW. « Nous avons écouté les suggestions de nos membres actuels et potentiels futurs membres pour créer un nouveau look audacieux, fort et moderne. C'est l'expression du rôle que nous voulons jouer dans la vie de chaque personne en devenant le partenaire bien-être pour tous à travers le monde. »

A propos de WW

WW est une entreprise internationale dans le secteur du bien-être et le leader mondial des programmes minceur. Nous inspirons chaque jour des millions de personnes à adopter des habitudes saines pour la vraie vie. A travers notre expérience digitale stimulante et notre coaching en groupe, nos membres suivent un programme qui s'adapte facilement et durablement à leur vie, et qui englobe alimentation saine, activité physique et état d'esprit positif. Avec plus de 50 années d'expérience consacrées à créer des communautés, et notre expertise approfondie en science du comportement, nous visons à rendre le bien-être accessible à tous. Afin d'en savoir plus sur l'approche de WW pour une vie saine, rendez-vous sur WW.com