AVEC MADEMOISELLE VIOLETTE

BIBA
HAPPY
BEAUTY
HOURS

L'EVENT BEAUTÉ des TRENTENAIRES

INÉDIT ET EXCLUSIF

UNE ÉPOQUE BOULEVERSÉE

L'époque mute à vitesse grand V, cette crise inédite accélère le besoin de profonds changements à tous les niveaux, dans toutes les sphères : sociétales, politiques, professionnelles, technologiques… aujourd'hui, nous sommes en plein bouleversement de nos modes de vie et de consommation

« En période de crise, au-delà de vendre des produits, se positionner autour des valeurs résonnant dans le cœur des consommateurs est crucial ».

47%

des Français souhaitaient retrouver rapidement le plaisir de consommer, à la sortie du confinement.

Source : Enquête Harris Interactive en ligne les 20 et 21 avril 2020. Échantillon de 1 005 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.

REWORLD MEDIA connect

QUELLE Présence EN SORTIE DE CRISE ?

Dans un monde où l'incertitude est la nouvelle norme, les consommateurs expriment un besoin de réassurance, de transparence sur le fond et de légèreté dans la forme

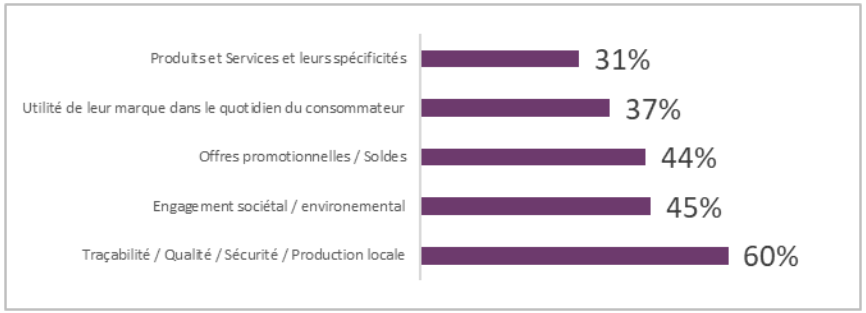
Dans un contexte d'anxiété amplifiée, les consommateurs recherchent avant tout à être **rassurés par les marques sur leur « bienveillance »** tout au long de la chaîne de valeur.

85%

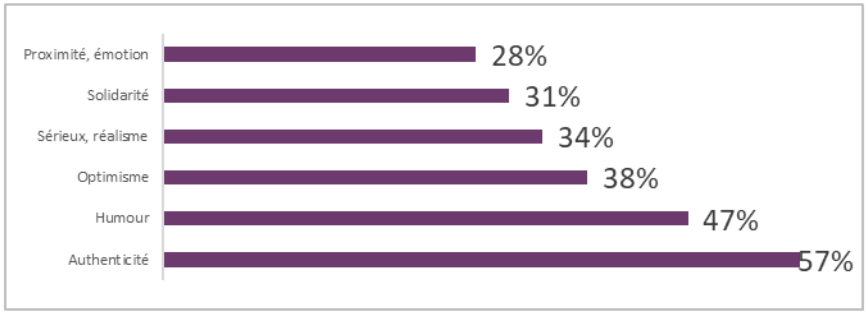
pensent que les marques doivent continuer à s'engager pour faciliter la lutte contre la crise sanitaire actuelle

Les marques doivent parler vrai avec **authenticité** et **optimisme**

Qu'attendez-vous de la part des marques dans leur communication maintenant que le déconfinement a été initié ?



Quel(s) registre(s) aimeriez-vous que ces campagnes de communication utilisent ?

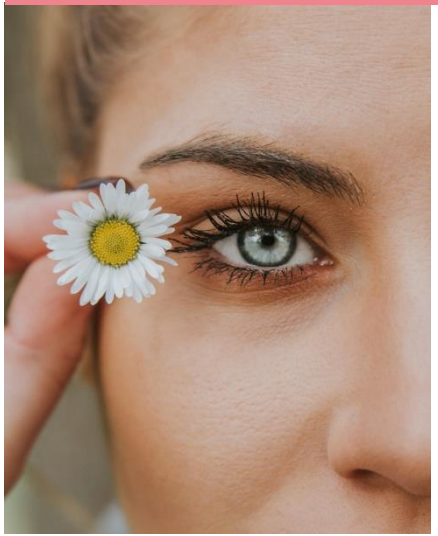


Source : Enquête Harris Interactive en ligne les 20 et 21 avril 2020. Échantillon de 1 005 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.

Ce que veulent les femmes

Les femmes réaffirment également des envies de prendre du temps pour elles, de redonner du sens et de la valeur à leurs actes et à leur consommation. Confinement, gestes barrière, rituels beauté et soins du corps repensés … , les femmes affirment de nouveaux besoins essentiels, un nouveau rapport à soi, à l'humain et son environnement.

La beauté, un essentiel



61%
Prennent plaisir à prendre soin de leur apparence

49%
Souhaitent prendre davantage soin de leur beauté

48%
Se sentent mieux grâce aux produits de beauté

Besoin de

67%
Des femmes ont tendance à acheter toujours les mêmes produits

Besoin de réassuranc

64%
Des femmes s'inquiètent des composants nocifs dans les produits cosmétiques

Besoin d'expérienc e produit

L'éfficacité
1er critère de choix Beauté des femmes

Source : One insight 2020 / panel RMC / Premium Beauty News

Quels enjeux pour votre marque ?

A l'heure où les femmes redéfinissent leur manière de consommer et de vivre leur beauté, il est important pour les marques beauté d'être là et de les accompagner à cette étape de pivotement d'attitudes.

OFFRIR ET PARTAGER DES « COLLECT MOMENTS »

- **Retisser du lien** et redonner du sens à la relation avec vos consommatrices
- Développer et inscrire votre marque dans de **nouveaux rituels beauté**, les nouvelles pratiques des femmes
- Offrir une **expérience personnalisée**, redonner de la valeur à vos produits

AVEC MADEMOISELLE VIOLETTE

BIBA HAPPY BEAUTY HOURS

AFTER WORK BEAUTE BIEN-ÊTRE, FUN ET CONVIVIAL !

Une pause « after work » pour prendre soin de soi dans une atmosphère fun et conviviale à partager entre copines!

BIBA
La marque féminine

Brand leader auprès des femmes 25-49 ans CSP+
Brand multicanal qui touche 939 000 français chaque mois

L'esprit BIBA

Une marque dynamique qui porte haut et fort la parole des femmes, mêlant impertinence et intelligence pour traiter avec second degré et détachement de sujets sérieux et actuels

La lectrice BIBA

Une femme bien dans son époque: curieuse, engagée, drôle, optimiste, énergique, forte et fière.

Magazine
190 305 ex
527 000 lecteurs mensuels
468 000 lectrices mensuelles

Digital
12 millions de PV
+ 35% de visites en 1 mois

Réseaux sociaux
146 281 @

Newsletter / CRM / BDD
14 496 abonnés
11 053 opt-in

Voix
Innovation Biba voix

Source : One Next Global 2020 V2 base Uc

BIBA
Des lectrices Fans de beauté

48%
Des lectrices BIBA ont découvert de nouveaux rituels beauté durant le confinement

« j'ai un budget beauté très important»
Indice 223

« Je prends du plaisir à prendre soin de mon apparence »
Indice 188

« En matière de produits de beauté, j'aime suivre mes impulsions, acheter sur un coup de cœur »
Indice 166

Source : One Insight 2020 indice TTA vs femmes /panel RMC

Un concept irrésistible

- **After work dédiés au bien-être, à la détente, au partage et à la convivialité**
- **Des séances de 2h dédiées aux femmes dans des lieux d'exception** (lofts, hôtels…) où elles se font chouchouter par des partenaires passionnés
- **Au programme** : des ateliers coiffure, manucure, massage, conseils, soins, maquillage… + du champagne, des cocktails et des surprises !
- **Des places limitées** : 35 personnes par séance en moyenne
- **Une collaboration étroite avec Mademoiselle Violette, co productrice de la 1ère tournée HBH,** pour l'organisation, la recherche de partenaires et la logistique de l'événement

⇨ Beauté, bien-être, bon plan, bonne humeur ! Un concept qui marche !

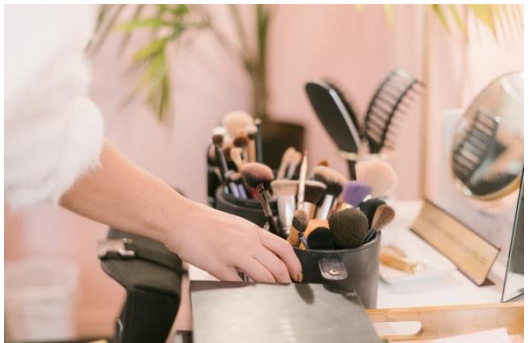
REWORLD MEDIA connect

AVEC MADEMOISELLE VIOLETTE

BIBA HAPPY BEAUTY HOURS

AVEC MADEMOISELLE VIOLETTE

BIBA HAPPY BEAUTY HOURS



Un Format Inédit

- After work dédiés au bien-être, à la détente, au partage et à la convivialité
- 2 villes : Paris et Lille
- 5 sessions de 3 heures réparties sur 2 jours pour chacune des villes soit 10 sessions au global
  - 2 sessions les jeudis – De 18h à 22h30
  - 3 sessions les vendredis- De 15h30 à 22h30
- Prix de vente moyen: 16 € / cliente
- Des ateliers pensés en conformité avec les obligations sanitaires actuelles
- Des lieux d'exception (loft, péniche, hôtel design …)

AVEC MADEMOISELLE VIOLETTE

BIBA
HAPPY
BEAUTY
HOURS

les partenariats

CASUAL x 4

1 VILLE / 1 JOUR – 105 BIBA GIRLS

COCOON x 2

1 VILLE / 2 JOURS / 5 SESSIONS / 175 BIBA GIRLS

BEAUTYSTA EXCLUSIF x1

2 VILLES / 2 JOURS / 10 SESSIONS / 350 BIBA GIRLS

REWORLD MEDIA connect
LE CHANGEMENT NOUS INSPIRE

CONTACT

AUDREY CHASTANET
BRAND DIRECTOR BIBA ET CONSEIL BEAUTÉ SÉLECTIVE
achastanet@reworldmedia.com
06 46 30 31 25