

FIAT BIBA

BIBA souffle sa 500^{ème} bougie en compagnie de Fiat !

Le magazine féminin mensuel **BIBA** célèbre aujourd’hui son **500^e numéro**, avec toujours autant de pep’s et de feel good. Pour accompagner ce numéro, Fiat et son iconique Fiat 500 s’invitent à la fête avec la **nouvelle 500 RED électrique**.

Un Numéro 500 qui valorise « la relève » !

BIBA accompagne les femmes depuis 40 ans sous l’angle du changement positif. Le magazine arrive en kiosque depuis 1980 avec : humour, indépendance, cash attitude, confiance, bienveillance et sororité. Marque forte, unique et singulière, BIBA aime les femmes et les soutient. Elle réunit près de **5 M de français tous les mois** à travers son magazine et ses différents formats.



Avec ce numéro 500, au-delà des sujets récurrents, BIBA souhaite célébrer « **la relève** » : des jeunes femmes de moins de 30 ans, ambitieuses, soucieuses de créer et de devenir les battantes de demain.

Inspirant, précurseur, le magazine porte la voix des « femmes Biba » de la prochaine décennie !



FIAT 500 x BIBA : En route pour le n°500 !

Bien plus qu’un clin d’œil éponyme, **Fiat prend un virage électrique en choisissant BIBA pour porter ce message : inspirer le changement en adoptant une démarche responsable.**

Emblématique voiture de la femme BIBA, la campagne vise à **(RED)émarrer la lecture du numéro 500 sous un autre regard, un nouveau cap : celui des 500 !**

"Inspirer le changement depuis 1957, voici la philosophie que l'iconique Fiat 500 cultive depuis toujours. Aujourd'hui, cette vision légitime ne peut cependant se concevoir qu'en s'appuyant sur une démarche encore plus responsable et solidaire. C'est pourquoi, Fiat a choisi de (re)definir les missions en s'associant avec (RED), organisation mondiale créée par le chanteur Bono qui, depuis 15 ans, sauve des vies en luttant contre les urgences sanitaires. C'est aussi pourquoi Fiat a préféré (re)uire les émissions en ne renouvelant son best seller 500 qu'en 500% électrique. Et, c'est enfin pourquoi Fiat a privilégié le numéro 500 de Biba pour porter ce message universel en misant sur les valeurs positives que nous partageons pour inviter les lectrices à (re)onner de l'optimisme en tout et pour tout." - Nicolas Lévêque, Directeur Marketing et Communication Fiat France.

« Les équipes du groupe Reworld Media sont très heureuses de célébrer ce 500ème numéro de BIBA en compagnie de la mythique Fiat 500 ! Nos deux marques et leurs publics se retrouvent avec un même esprit, une même vision, en partageant parfaitement toutes les valeurs autour de cette campagne menée pour la nouvelle 500 RED électrique. » - Elodie Bretaudeau-Fontailles, Directrice générale Reworld MediaConnect.

Biba parle aux femmes partout, dans tous les formats. La marque réunit près de 5 M de français passionnés tous les mois via son magazine vendu à 51 381 exemplaires, 167 936 followers sur les réseaux sociaux et plus de 4 millions de Visiteurs Uniques sur le digital.

Fort de son succès depuis son lancement au printemps 2021, le hors-série **BIBA Mum double la mise en 2022 avec 4 numéros par an !**

Et, il offre toujours une rubrique digitale dédiée aux mums comprenant un dossier de fond ainsi que de very good tips...

À propos de Reworld MediaConnect :

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, leader français des médias thématiques (1er éditeur de presse thématique*, 3ème groupe média thématique dans le digital**). Elle commercialise les 54 marques media du groupe, hébergées sous 9 univers thématiques : Auto-Sport ; Santé Bien-être ; Femmes ; Maison-Nature ; Entertainment ; Sciences-Culture ; Lifestyle ; Gaming et Business ***. Les publications du groupe Reworld Media adressent 30 millions**** de Français par mois, soit près de 6 Français sur 10. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 27 millions** de visiteurs uniques. Au-delà des médias, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que la production de contenus, le social, l'audio, la collecte de leads qualifiés mais aussi l'évènementiel ou la performance avec Tradedoubler. Grâce à une connaissance approfondie des problématiques marketing et de communication, Reworld MediaConnect accompagne les marques pour atteindre leurs doubles objectifs de branding et de performance, avec des dispositifs qui prennent en considération l'ensemble des étapes du funnel marketing en activant tous les touchpoints. Partenaire engagé, la régie co-construit avec les annonceurs, et s'engage sur des KPI de performance, avec des solutions pertinentes et toujours efficaces pour atteindre tous types d'objectifs marketing. Pour plus d'informations, <https://www.linkedin.com/company/reworldmediaconnect>

* Diffusion moyenne par parution, OJD 2020 **Médiamétrie – Décembre 2021 *** Business : Be a Boss, Artisans Mag et Ecommerce sont des marques éditées par NetMediaGroup **** One Next 2021 V4

Contact média : PCE - Ségolène de St Martin – 33 (0)6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.fr