

B I B A

BIBA SE RÉINVENTE ET DONNE DE LA VOIX SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

BIBA, la marque féminine emblématique, au ton pétillant et drôle, porteuse d'une sororité joyeuse et sincère, se réinvente sur le magazine, s'expose sur les réseaux sociaux avec une audace et une vitalité renouvelées pour incarner de manière percutante la voix de l'époque et de l'influence.

Depuis sa création en 1980, BIBA fédère les femmes ancrées dans la vraie vie. Témoignages, partage d'expériences, vraies bonnes idées : BIBA, c'est la marque média d'une communauté de femmes actives de plus de 35 ans.

Aujourd'hui, BIBA dévoile sa nouvelle énergie éditoriale en élargissant ses points de contact avec sa communauté à travers le print, le digital, les réseaux sociaux et les événements, rassemblant plus de **2,7 millions de Français**, dont plus de **200 000 abonnés sociaux**.

Nouveaux formats pour un ton sans fard : BIBA Académie, Au Top !, BIBA Live, Biba Mum

Une évolution qui s'articule autour de **nouveaux rendez-vous éditoriaux** pensés pour l'ensemble des supports d'expression (print, digital et social) de la marque avec une forte identité artistique.

DU PRINT AUX RESEAUX SOCIAUX DE BIBA :



- ★ **La BIBA Académie** : comment maîtriser les codes de notre époque dans tous les domaines de la vie quotidienne (Beauté, Mode, Lifestyle, Psycho-Société ...)
- ★ **Au top !** : la rédaction partage ses coups de cœur et met en avant les femmes sportives, entrepreneuses, créatrices ... des femmes à suivre !
- ★ **Biba Live** : la rédaction teste et partage ses bons plans et astuces pour sa tribu avec beaucoup d'humour.
- ★ Et parce que la femme d'aujourd'hui est (ou pas) « Maman mais pas que ! » **BIBA MUM** devient un rendez-vous régulier print, social et digital ... Partage d'expérience, mais aussi vraies bonnes idées pour penser à ... soi.

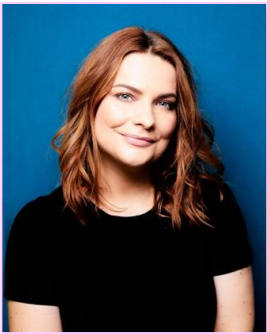


>> PRINT >> SOCIAL MEDIA

<< SOCIAL MEDIA << PRINT



Pour compléter ces nouvelles rubriques, BIBA propose aussi **un traitement de la mode densifié**, plus typé, avec des séries renforcées, tutoriels, backstage et décryptages ainsi que **des sujets beauté reliftés** pour une analyse en profondeur afin d'accompagner et guider toutes les femmes.



Pour **Magali BERTIN**, récemment promue **Head of content** : *« Incarner la marque BIBA sur tous ses supports d'expression est un véritable honneur. Insuffler une sororité joyeuse, adopter un style trendy avec chic, le tout avec la touche d'humour et d'énergie si chère au titre est un terrain de jeu incroyable. A travers le magazine, les réseaux sociaux et le site, BIBA devient la meilleure amie complice à chaque moment de la vie de la tribu BIBA. Que ce soit pour trouver de l'inspiration au quotidien, booster son quotient mode avec l'accessoire au top, ou partager ses good vibes vie de famille. »*

BIBA amplifie également ses événements pour être plus ancré dans la vie des femmes, avec un accent particulier sur l'empowerment féminin à travers son partenariat "Be a Boss" récompensant l'entrepreneuriat féminin ou encore en s'associant à la "Grande Braderie de la Mode", vente solidaire dont les bénéfices sont versés intégralement à l'association AIDES.

Ces évolutions s'accompagnent d'un renforcement au sein des équipes commerciales avec la nomination de Caroline Spiess en qualité de Directrice de publicité de la marque Biba.

Caroline Spiess rejoint les équipes de Reworld MediaConnect, régie du groupe Reworld Media, avec plus de 20 ans d'expertise acquise principalement chez GMC Media, régie du Groupe Marie Claire. Elle était depuis 2018 Responsable team trade, en charge du pilotage digital/print d'un portefeuille d'agences média pour l'ensemble des marques média GMC et EROLD, après avoir été précédemment Directrice de pub Marie Claire Maison (2011-2018), Directrice de publicité magazine et Blog Votre beauté (2007-2011), Directrice de clientèle Marie Claire (2002-2007). Caroline a démarré sa carrière en 1999 en tant que Chef de pub chez Lagardere. Elle est certifiée Manager Media Digital / Actinium (2023), Programmatic / Bee & Green (2020), et est diplômée de l'ESC Grenoble (2009) et de NEOMA Business School (1997).

Rejoignez la Tribu B. comme BIBA et Vivez la Nouvelle Énergie de BIBA !



A propos de Reworld Media - www.reworldmedia.com Reworld Media est un Groupe en développement sur deux marchés, BToC et BToB. -Le marché BToC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des consommateurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de près de 39 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs modes de consommation. -Le marché BToB par la monétisation de ses propres audiences et la couverture de tous les leviers de la communication des entreprises qu'il accompagne dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale. Le Groupe a à son actif 81 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine, etc.) et il intègre sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 506 M€, est présent dans 16 pays et compte 1 377 collaborateurs. Euronext Growth Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274

Contacts média :

Reworld MediaConnect – Séverine Templet – 33 (0)6 50 46 37 31 – stemplet@reworldmedia.com

PCE - Ségolène de Saint Martin – 33 (0)6 16 40 90 73 - sdestmartin@p-c-e.f