

BIBA CASSE LES CODES ET CREE UN CONTENU EDITORIAL NOVATEUR : « LA CONFLUENCE » AVEC LA COMPLICITÉ D'YSL BEAUTE

Casser les codes pour faire bouger les lignes, s'affranchir des limites : un tropisme partagé par Clara Marz, Paola Locatelli, Yves Saint Laurent Beauté & BIBA... Dans son numéro de septembre, BIBA met à l'affiche deux jeunes influenceuses, et réalise la convergence des influences de la presse et du social media. Engagées, les deux jeunes femmes, la marque et la rédaction valorisent chacune à leur manière l'empowerment féminin, avec impertinence, intelligence et positivisme.

Histoire d'une rencontre inspirée à suivre dès septembre sur Instagram @bibamagazine @clamarz @paolalct @yslbeauty
Avec les #beauté, #beautyinspiration, #friendship, #friendshipgoal



DEUX FILLES AU TOP

2 jeunes influenceuses engagées créent l'évènement avec BIBA, et présentent le make-up de l'automne d'Yves Saint Laurent Beauté

37 ans à deux, et déjà des businesswomen aguerries, Clara Marz, 21 ans et Paola Locatelli, 16 ans sont suivies par + de 7M de followers sur les réseaux sociaux. Libres, inspirantes, elles expriment avec force leurs convictions et donnent envie de les écouter. Elles nous parlent de leurs parcours, de la e-popularité, de leurs engagements et de leurs espoirs.

« Avec ce numéro, nous avons voulu croiser les influences des marques de presse à celles des réseaux sociaux et donner la parole aux femmes qui ont des choses à dire, qui font bouger le monde. Clara et Paola ont été une évidence. Elles ont du pep's, curieuses, engagées et drôles, optimistes et énergiques »

Christine Régnier - Rédactrice en chef BIBA

DES CONTENUS AU TOP !

Interview

Au-delà de mettre ces deux entrepreneures inspirantes en Une, BIBA leur donne la parole au travers d'une interview dans la nouvelle rubrique Une fille au top. Ces contenus seront naturellement postés sur les réseaux sociaux de Biba et ceux des influenceuses.



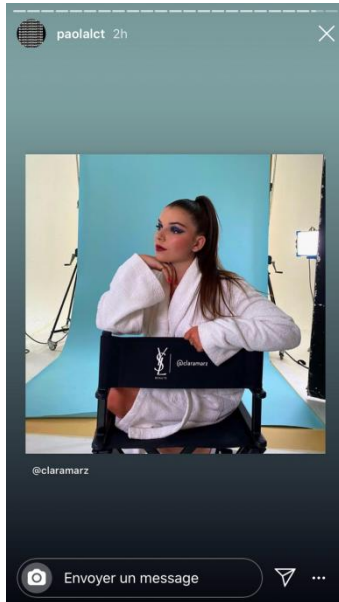
Beauty Make up

On les retrouve dans la séquence Beauté, où elles se prêtent aux tendances de la saison pour Yves Saint Laurent Beauté. Pour la séance shooting, réalisée par le photographe Félix Larher, les deux cover-girls ont été confiées aux soins d'Emilio Benedetti, national make-up artist Yves Saint Laurent Beauté.

Interviewé dans cette même séquence Beauté, Emilio Benedetti donne les clés du make-up de la saison, et ses tips de pro pour le réussir. Les lectrices pourront immédiatement passer à l'action : un plus produit sera offert avec le numéro de septembre, et permettra ainsi de découvrir plusieurs produits issus de la gamme make-up Yves Saint Laurent Beauté.



Les backstages de ce shooting exceptionnel sont déjà postés sur les comptes des influenceuses. L'ensemble des contenus et interviews sera médiatisé sur les réseaux sociaux de Biba en Stories de la rédaction et relayés par Clara @claramarz et Paola @paolalct sur leurs propres comptes.



A propos de BIBA

BIBA, la marque du style qui donne la parole aux femmes #fortes et #fières

Avec un ton à la fois impertinent et intelligent, la marque Biba s'adresse aux femmes de 30-40 ans, dans un style qui mêle le second degré et le détachement au sérieux des sujets traités. Des femmes qui ont du pep's, curieuses, engagées et drôles, des femmes fières, optimistes et énergiques qui, à l'image de leur génération, s'expriment haut et fort.

Une ambition portée par **Biba VIP, un nouveau cahier qui met à l'honneur les femmes et les hommes qui font bouger le monde (et nous avec)** avec de nouvelles rubriques : **la badasse du mois** (la fille forte et fière), le **Bibaboy** (le mec bien), la **Bibaboss** (la patronne inspirante) et la **Bibastar** (un ou une people dans l'actu). Les sujets psychos et de société répondent à toutes les préoccupations des femmes de cette génération et sont traités sur un mode totalement déculpabilisant.

La mode et la beauté par et pour les femmes avec des séries mode exclusivement shootées par des femmes photographes telles que Alexandra Chalaud, Emma Anderson, Laura Palm ou encore Anna Dabrowska.

Biba est diffusé à 190 305 exemplaires. La marque touche chaque mois près d'1 million de Français.

C'est la marque leader en affinité sur les Femmes 30-45 ans et CSP+.

Sources : OJD DSH 2019, ONE GLOBAL 2020V2

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