

Paris, 11 octobre 2011, lancement de  
**La Beauty Factory,**  
Atelier de productivité 100% beauté !

Une démarche originale et inédite, initiée par le **Groupe Marie Claire** et sa régie publicitaire, **GMC Factory**.  
Un laboratoire d'expériences, d'analyse et de services ... pour toutes les marques qui font la beauté d'aujourd'hui et de demain.



Avec plus de 2200 pages beauté chaque année, avec plus de 33% de pénétration sur les femmes (print + web), la motivation première de la Beauty Factory est de créer un espace de partage d'expertise au service des marques.

Une méthodologie exclusive :

-Un **BOUDOIR DIGITAL** : développé sur Facebook, cet espace a permis à nos experts et journalistes de rencontrer et d'écouter 100 lectrices / internautes, toutes résolument « Beauty Addicts ». 15 jours de conversations pour recueillir des données qualitatives sur leurs rituels beauté, leur perception des marques, leur utilisation des produits, leurs influences, leurs sources d'information ... des attitudes et comportements ensuite validés par un observatoire quantitatif auprès de 1400 femmes.

Une restitution interactive :

-Un **BEAUT-EBOOK** : cahier d'expériences présenté sous la forme d'un book interactif, il présente les contours de la beauté d'aujourd'hui. Des résultats qui croisent : ressenti de femmes (verbatim des 100 beauty addicts), expertise filmée des journalistes beauté print et web (co-animatrices du boudoir), paroles d'experts et résultats quantitatifs ... pour une mise en perspective opérationnelle à usage des marques et des annonceurs.

Journalistes Beauté – Groupe Marie Claire :

Ariane Goldet / Marie Claire, Nolwenn Du Laz / Marie Claire, Désirée de Lamarzelle / marieclaire.fr, Emmanuelle Lannes / Cosmopolitan, Delphine Desneiges / cosmopolitan.fr, Marie-Françoise Dubillon / Votre Beauté, Dominique Garnier / Avantages, Alexandre Raillan / Marie France.

Experts Beauté :

Jean-Claude Le Joliff / Université Versailles Saint Quentin, Cyrille Telling / Novexpert, Odile Polette / Beauty Stories, Isabelle Le Caron & Arnaud Pigouinides / Absolution, **Pascale Brousse / TrendSourcing - Adetem**



**Pour accompagner le lancement de la Beauty Factory : 3 offres Beauty Glam !**

La GMC Beauty Factory met à votre disposition 3 dispositifs communautaires inédits pour engager efficacement le dialogue avec vos consommatrices et booster vos plans média.

1- Beauty Boudoir : Intégrer le Boudoir Digital et rencontrer 100 femmes « beauty addicts » afin de répondre à vos problématiques marketing : Test de nom, de création ou encore de packaging, Choix d'égérie ou de signature...

2 - Beauty Box : faire réagir UN PANEL DE CONSOMMATRICES sur-mesure autour de votre produit et s'appuyer sur la caution de nos marques pour communiquer les résultats de cette expérience.

3 - Beauty Buzz : Développer la visibilité, la résonance de votre marque en créant un débat évènement au sein de notre réseau beauté : plateformes communautaires, sites, magazines et amplifier son écho en communiquant dans nos supports.

# Extrait de La Beauty Factory, Atelier de productivité 100% beauté !

## Contenu et extraits du Beaut-ebook – 1ère édition 2011-2012 :

La beauté est partout. Elle se réinvente chaque jour en investissant de nouveaux champs et de nouvelles expressions, sans retouche, hors des âges et des stéréotypes ... une beauté protéiforme. Produits, sens, rituels et conversations sont les 4 piliers de la beauté livrés par les femmes.

Sommaire :

### -Les Produits pour une beauté Performance

L'efficacité produit est la 1<sup>ère</sup> des demandes qu'elles adressent aux marques et 93% se disent prêtes à payer plus cher pour un produit qui apporte vraiment les preuves de sa promesse d'action.

### -Les Sens pour une beauté Emotion

Une sensorialité qui passe avant tout par une expérience gourmande et sensuelle.

### -Les Rituels pour une beauté Rythmée

Un lieu : « la salle de bains où je trouve tout, un vrai magasin ! »

Un tempo : hydratation (25%), maquillage-démaquillage (26%) et parfum (15%).

Un rendez-vous : pour 91% des femmes, feuilleter les pages beauté de la presse féminine fait partie de leur équation plaisir. Internet étire l'expérience beauté et devient terrain de partage, de simulation virtuelle et de projection.

### -Les Conversations pour une beauté Confiance

La beauté est LE sujet de conversation n°1, plus que la conversation, un sujet de partage pour une social Beauty ouverte et connectée à son époque.

Leur parole beauté, les femmes la construisent sous une triple influence : celle de marques statutaires, celle d'experts persuasifs et celle de médias référents.

Après intégration de ces influences, elles peuvent se forger un avis, une maîtrise toute personnelle et se considérer comme leurs propres expertes.

95% aiment donner leur avis sur les produits

76% n'hésitent pas à conseiller spontanément un produit qu'elles trouvent formidables.

La valeur qui transcende toutes ces envies féminines ?

La TRANSPARENCE.

-transparence des produits

-transparence des sens

-transparence des nouveaux usages de la beauté instrumentale

-et transparence des discours entre les experts, les médias, les marques et les femmes.

**Transparence, une valeur qui anime la GMC Factory par le partage des informations avec son marché.**



Contacts :

GMC Factory : Elisabeth Barbier – 01 41 46 89 94

GMC Connect : Sabine Doutriaux-Montaldier – 01 46 83 99

GMC Conseil : Stéphanie Boissonnade – 01 41 46 89 50

