

BETC ETOILE ROUGE & BETC FULLSIX REDÉFINISSENT LE RÔLE DU MIROIR DANS LA NOUVELLE CAMPAGNE DE MARQUE DE SEPHORA

Découvrez le film : <https://youtu.be/YJc-enFHKro?si=-nhp-FH0KpBwl3qB>

A l'heure où l'inclusivité n'est pas encore une réalité universelle dans le monde de la beauté, il était important pour Sephora de porter un message d'ouverture et d'optimisme.

C'est pourquoi la marque décide en 2024 d'étendre la signature de marque américaine « *We belong to something beautiful* » à toutes les régions du monde, pour se positionner comme le lieu de toutes les beautés. Et dire haut et fort qu'entrer chez Sephora c'est faire partie d'une communauté ouverte, inclusive, joyeuse, inspirante, où chacun pourra se sentir bien, explorer et s'exprimer librement.

Pour communiquer en Europe en Chine et au Moyen Orient, BETC imagine une nouvelle campagne de marque qui met en scène un symbole de la catégorie pour mieux le redéfinir : le miroir. Et transformer un miroir trop souvent juge de nos défauts, en allié, témoin bienveillant et positif de moments de célébration collective de toutes les beautés.

Le film met en scène différentes communautés qui se succèdent devant un seul et unique miroir : le miroir d'une salle de spectacle, qui peut aussi bien accueillir une soirée, une conférence, un concert, un ballet... et voir se succéder différents moments de vie, différentes histoires qui racontent les multiples facettes de la beauté.

Le film est produit par Frenzy avec Stefanie Soho à la réalisation, Rina Yang pour l'assister en cheffe opératrice, et Elsa Rakotoson à la production. Liz Collins est la photographe qui a capturé les visuels, qui nous plongent davantage dans l'intimité de nos protagonistes.

Et Selena Gomez, qui avec Rare Beauty partage ces valeurs d'inclusivité et d'ouverture et fait elle aussi partie de la grande communauté Sephora, s'invite dans la campagne avec un visuel dédié.

« Initialement lancée aux Etats-Unis en 2019, We Belong to Something Beautiful est devenu plus qu'un slogan marketing. Il a inspiré des initiatives, allant de l'évolution de notre expérience en magasin à l'élargissement de notre assortiment de produits. Bien que chaque culture possède des nuances uniques, nous pensons que l'inclusion est un concept humain universel. Nous nous lançons maintenant le défi de nous engager à réaliser cette ambition à l'échelle mondiale », ajoute Deborah Yeh, Global Chief Marketing Officer de Sephora.

Pour Rémi Babinet, Président Fondateur de BETC, « *Cette prise de parole commune à plusieurs régions du monde est l'opportunité pour Sephora de réaffirmer sa position de leader de la catégorie en repoussant encore une fois les limites qui subsistent encore dans le monde de la beauté* ».

Florence Bellisson, Présidente en charge de la création de BETC Etoile Rouge, « *L'utilisation du miroir a un sens double pour nous : nous avons voulu lui redonner un rôle positif, loin des aprioris et des diktats de beauté. Mais il est aussi, l'incarnation métaphorique des magasins Sephora : un lieu inclusif et accueillant pour tout le monde.* »

Kit presse complet :

<https://betc.box.com/v/Sephora-WeBelong>

BETC

SEPHORA

Contact presse :

Camille Chang – BETC – camille.chang@betc.com