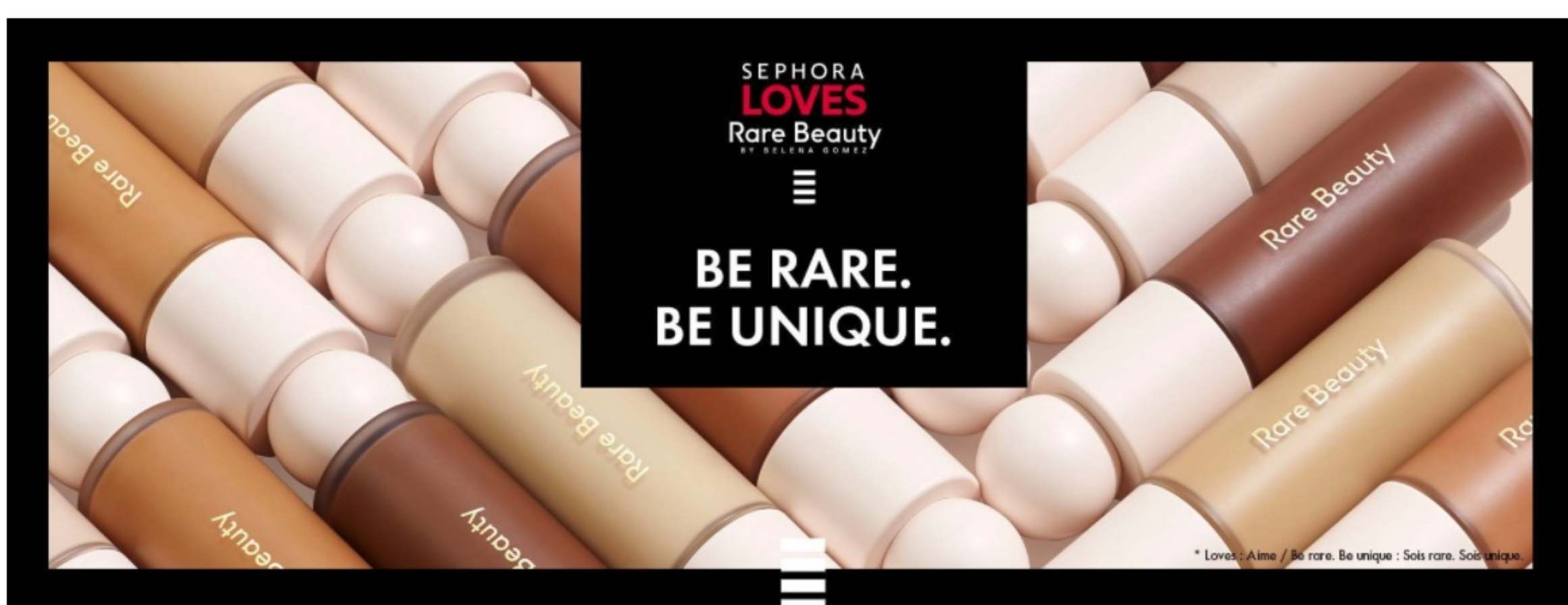


Le 27 septembre 2021

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

CMI Media accompagne SEPHORA pour la sortie en France de Rare Beauty, la marque de cosmétiques de Selena Gomez



Pour la sortie en France et en exclusivité chez Sephora de la marque [Rare Beauty](#) de Selena Gomez, Sephora a fait appel aux équipes de KRWavemaker et de CMI Media pour imaginer une campagne puissante et bi-média autour du ELLE, sous le signe de la diversité et de l'acceptation de soi.

Orchestrée en 2 phases, cette campagne a ainsi débuté en juillet avec des dispositifs digitaux (Stories & Emailing) pour présenter la marque, sa fondatrice, Selena Gomez, et les produits cosmétiques.

En septembre, à l'occasion d'une couverture exceptionnelle du ELLE avec Selena Gomez, une deuxième phase a ainsi été élaborée jouant presse, digital et social. En presse, différentes activations ont été imaginées pour mettre en avant le lancement de Rare Beauty, en exclusivité chez Sephora : SPQ classique ; publidédactionnel ; couverture du ELLE avec Selena et pour finir un raidisseur qui paraîtra en Octobre mettant en avant le nouveau mascara.

Cette prise de parole se décline sur le [site ELLE.fr](#) avec un dossier spécial autour des femmes, des pratiques synonymes d'empowerment et des outils de développement personnel ou encore [l'interview de Grace Wembolua](#) qui célèbre la singularité.

Découvrir le dossier

En social, des vidéos ont été imaginées autour de la thématique « Dis-nous que tu es #RARE » avec [Mara Lafontan](#) et [FabianCrfx](#). Ils nous parlent de leur rapport à la beauté mais aussi de leurs astuces pour s'accepter. Contenus à découvrir en IGTV, Stories et Réels.

Voir la vidéo



Contact presse :

Marie Ezan

[mezan@cmimedia.fr](mailto:mezan@cmimedia.fr)