

Christian Dior
PARFUMS

PUBLICIS
MEDIA LUXE

RETOUR SUR UN DISPOSITIF D'EXCEPTION MISS DIOR ESSENCE X GRAZIA

une opération 360 boostée par une créativité inspirée et audacieuse

Reworld MediaConnect, en association avec l'agence Publicis Media Luxe, accompagne Parfums Christian Dior dans le lancement de Miss Dior Essence à travers une opération 360° avec un volet print d'exception incarnant cette alliance. L'opération prend place sur les supports de Grazia, marque média internationale emblématique, qui ouvre la voie vers une audience de 3 M de VU mensuels et plus d'un million de followers sur ses réseaux sociaux en France.

La créativité éditoriale de Grazia, clé de voûte de l'opération conçue pour Miss Dior Essence

Fort du succès de son premier numéro magazine lancé en mars dernier, Grazia affirme plus que jamais son goût pour la surprise et l'engagement avec un numéro 2 sur le thème XXL qui **transforme l'objet en événement**.

Dans ce numéro, la présence de Miss Dior Essence s'impose comme une évidence : celle d'une icône de la détermination et de la féminité affirmée. **Grazia s'est emparé des codes de la Maison Dior** pour infiltrer son univers et le décliner au travers de valeurs communes. La marque média **repousse les codes de la collaboration luxe** en s'appropriant et en réinterprétant les assets iconiques de la Maison Dior - couleurs, typographie, imagerie - pour leur offrir une nouvelle lecture à travers le prisme Grazia.

La nouvelle fragrance Miss Dior Essence se diffuse ainsi tout au long du magazine par une créativité singulière et bénéficie d'une présence amplifiée :

- ★ **Couverture cocrée avec la Maison Dior**, pensée pour s'imprégner des codes de Miss Dior Essence tout en préservant l'authenticité et l'esprit singulier de Grazia ;
- ★ **Double d'ouverture** co-brandée, encore jamais vue dans l'univers du luxe, et sur-couverture **C4** pour une prise de parole forte et cohérente ;
- ★ **Interview** exclusive de son **égérie**, dans le rôle de **cover girl** ;
- ★ Et, point d'orgue de cette collaboration, un **poster XXL** imaginé à quatre mains par Grazia et Miss Dior : véritable clin d'œil à la thématique de la démesure qui s'impose dans ce numéro.



Du print, au digital en passant par les réseaux sociaux, cette opération combine de façon inédite **puissance éditoriale + visibilité exceptionnelle + expérience immersive**.

La complémentarité des ADN Miss Dior Essence x Grazia se déploie naturellement en digital et en social avec des formats innovants

- ★ Sur le web, **hacking du logo** Grazia et **exclusivité** Miss Dior au sein de la **rubrique Mode & Beauté** ;
- ★ Sur les réseaux sociaux, Grazia tire le fil de cette collaboration à travers des formats sur mesure : **carrousel** "équation" dévoilant les notes et la personnalité de Miss Dior Essence, **post** de la couverture Grazia pour y affirmer la présence de la Maison, **réinvention des formats iconiques** du média - Les Irrésistibles, L'Adresse - qui invitent la communauté à plonger dans l'univers du pop-up immersif Miss Dior et le premier micro-trottoir « Micro Grazia ».



Hacking logo



Post couverture



Réel évènement L'Adresse

Cette collaboration créative sublime l'univers de Miss Dior Essence, en déployant ses codes iconiques à travers l'expertise éditoriale, visuelle et digitale de Grazia, et confirme la capacité de la marque média à **réinventer et magnifier les univers de marque de manière audacieuse et inspirante**.

"Chez Grazia, chaque collaboration est l'occasion de réinventer le storytelling de marque. Avec Miss Dior Essence, nous avons conçu une activation globale qui transcende le dispositif média pour offrir à nos audiences print, sociales et digitales une expérience immersive, inédite et inspirante. C'est cette approche singulière, mêlant audace et créativité que nous souhaitons insuffler avec nos partenaires." - **Elodie BRETAUDEAU-FONTEILLES, Directrice générale de Reworld MediaConnect**

"Notre récente collaboration avec Grazia témoigne de notre volonté de repenser l'expérience consommateur à travers une communication innovante. En travaillant une activation publicité et éditorial plus intégrée, nous avons créé un parcours fluide et engageant pour nos audiences. Ce partenariat sur-mesure nous a permis de raconter une histoire de marque qui résonne avec les valeurs et les intérêts de nos consommateurs et des lecteurs de Grazia" - **Karine FOURNIER, Global paid Media&Digital Activation Director, Parfums Christian Dior**.

A propos de Reworld MediaConnect - <https://www.reworldmediaconnect.com/>

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, 1ère plateforme de marques média en France (1er éditeur thématique grand public, 3ème groupe média thématique dans le digital*. Reworld MediaConnect commercialise les plus de 80 marques média du groupe, hébergées sous 12 univers thématiques : Santé et Bien-Etre, Femmes et Parentalité, Food, GenZ et NextGen, Auto, Science & Culture, Entertainment, Tech & Gaming, Sport, Nature, Maison et Lifestyle. Les publications du groupe Reworld Media adressent 36 millions** de Français par mois, soit 2 Français sur 3. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 32 millions* de visiteurs uniques. Au-delà des médias, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'influence, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Le déploiement de marques média print sur le digital et le social, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du média et du hors-média, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à la régie de répondre à toutes

*les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions et de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés. *Mediamétrie//NetRatings - Internet Global mai 2025
**ACPM - OneNext Global 2025 S1 Brand 30J*

A propos de Publicis Media Luxe

Publicis Media France regroupe les agences media de Publicis Groupe en France : Zenith, Starcom, Blue 449, Performics et Spark Foundry, Publicis Media Connect, Publicis Commerce. Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui et décline ses expertises sur tous les leviers et points de contact. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 23.500 collaborateurs.

Contact média

Florine Fondadouze, Responsable Communication | Publicis Media France
florine.fondadouze@publicismedia.com | 06 75 39 28 96

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect
stemplet@reworldmedia.com | 06 50 46 37 31

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 06 16 40 90 73