

STYLIST

REVIENT SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE ET (RÉ)AFFIRME SES AMBITIONS

Stylist, le féminin urbain qui n'a pas peur des mots, réaffirme son positionnement avec une stratégie 360°. Pauline Arnal, Rédactrice en Chef, prend les rênes de cette nouvelle aventure avec pour principale ambition d'amplifier et d'engager les audiences en développant l'esprit et le ton *Stylist* sur tous les canaux.

STYLIST REBOOSTE SES AUDIENCES AVEC UNE NOUVELLE MOUTURE

En restant fidèle à son ADN et à sa signature si singulière, *Stylist* continue de suivre une ambition claire : cultiver le paradoxe en faisant bouger les lignes. Chic et *mainstream*, cool et engagé, expert et avant-gardiste, la marque média s'attache, depuis sa création, à informer avec style, divertir intelligemment et décrypter avec impertinence.

Stylist engage aujourd'hui un nouveau virage avec l'arrivée d'une nouvelle Rédactrice en Chef, Pauline Arnal, passée par Paulette ou encore le Journal des Femmes et créatrice du podcast « À la bien ». Elle prend ainsi la tête de la nouvelle équipe éditoriale avec pour mission de moderniser et diversifier les contenus digitaux.

En s'appuyant sur sa communauté¹, *Stylist* entend devenir le média prescripteur des jeunes femmes urbaines de 25 à 34 ans.

La marque a pour objectif de monter en puissance sur cette cible en misant sur des formats audacieux toujours plus innovants à l'instar des vidéos et autres formats sociaux sur les différents réseaux Instagram, TikTok, Facebook (*live*, coulisses, décodage de l'actualité beauté/mode/culture, etc.).

« La lectrice *Stylist* ressemble à vous et moi. *Stylist* est un média pour tou(te)s : ambitieux, drôle et effronté, sérieux et inspirant. »

Pauline Arnal, Rédactrice en Chef de *Stylist*

¹ Audiences cumulées sur toutes les plateformes

STYLIST PROPOSE UNE EXPÉRIENCE ENRICHIE

Pour continuer à séduire sa communauté et conquérir de nouveaux publics, *Stylist* enrichit son écosystème digital en lançant de nouvelles newsletters thématiques, événementielles ou exclusivement réservées aux membres de sa communauté – sous le même format que LA List, sa newsletter historique pilier de ses audiences digitales qui s'adresse à 80 000 abonnés.

Stylist renforce son univers expérientiel et confirme le retour prochain de ses événements emblématiques comme le *Stylist Club*, soirée-concert gratuite qui vise à faire émerger les jeunes talents féminins de la scène musicale française.

Le féminin urbain entend bien renforcer ce virage stratégique avec de nombreux autres projets à venir. La parution de La Gazette « *Stylist, street news* », magazine inédit et ponctuel réalisé en collaboration avec des marques partenaires, en fait notamment partie.

« En renforçant sa présence sur le digital et enrichissant son écosystème de nouvelles expériences, Stylist suit les usages et les attentes de sa cible urbaine ultra connectée. Nous attendons beaucoup de cette nouvelle accélération qui ouvre à nos partenaires de nouvelles opportunités. »

Gwenaëlle Thebault, Directrice Générale Déléguée du groupe Marie Claire

À PROPOS DE STYLIST :

Huit ans après son lancement en France, STYLIST redéploie son écosystème à partir de sa plateforme digitale et de ses réseaux sociaux. Fidèle à son ADN d'origine, la marque entend fortement développer sa communauté grâce à son écriture visuelle unique, de nouveaux formats innovants et des sujets toujours surprenants, ainsi que sa capacité à défricher les tendances et à faire des propositions mode et beauté, à la fois créatives et expertes. Stylist reviendra ponctuellement dans la rue avec sa gazette *Stylist Street News* et des événements.

CONTACT : GROUPE MARIE CLAIRE

Direction de la communication • Chupa Renié • chupa@chuparenie.com