

FENTY BEAUTY
BY RIHANNA

29 novembre 2017

1.855.440.7474

customerservice@fentybeauty.com

FENTY BEAUTY

BY RIHANNA

Comment se porte la nouvelle ligne de beauté de notre internationale it-girl après trois mois sur le marché ?



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Après la collection *FENTY x PUMA* que la chanteuse avait lancée en collaboration avec la célèbre marque de sportwear, elle va aujourd'hui s'impliquer davantage dans une nouvelle ligne de cosmétique, portant l'emprunte de la chanteuse.

En effet, connue de tous, la chanteuse de R'n'B Rihanna se montre aujourd'hui sous un nouvel angle. Dans la tendance du moment, où les personnages féminins les plus « fameux » se lancent dans le cosmétique, notre RiRi leur emboîte le pas en imaginant sa collection *Fenty Beauty*.

Du choix des coloris au nom de la collection, la chanteuse s'est investie à 100 % dans son projet avec 91 références distribuées en exclusivité chez *Sephora* et sur le site internet du distributeur, des formules ultra-légères et adaptées à tous types de peau, sa marque propose en effet un large choix de produits : 40 nuances de fond de teint, 30 *Match Stix* pour sculpter, corriger, effacer ou enluminer, une poudre matifiante... ainsi que toute une gamme d'accessoires beauté ! Rihanna avait alors été saluée pour avoir pensé à toutes les carnations : la diversité va alors lui amener une clientèle très large.

« *Fenty Beauty* : nommée dans les
25 meilleures inventions de l'année par le
célèbre *Time Magazine*. »

Le lancement de cette nouvelle marque de beauté est imaginé par Rihanna aux quatre coins du monde : elle fait alors un lancement à Madrid, à Paris mais également à New York, où elle a, pendant une journée, pris le rôle de vendeuse chez *Sephora*.

Depuis son lancement, on fait face à un réel ouragan de *Fenty Beauty*, balayant toute concurrence en enchaînant les publications et le premier tutoriel beauté fait par notre RiRi en personne.

PORTRAIT ET ENTREVUE

Rihanna de son vrai nom Robyn Rihanna Fenty, est une chanteuse, parolière, actrice, designer et mannequin barbadienne de 29 ans. Depuis le début de sa carrière en 2005, RiRi est devenue officiellement l'artiste solo ayant vendu le plus de disques au monde, un nombre de ventes mondiales certifié à 213,2 millions de singles et d'albums. Aujourd'hui elle est non seulement reconnue pour sa voix, ses compositions mais aussi pour son style décalé, diversifié, sexy et provocant. Il aura fallu attendre longtemps, mais voilà c'est fait : notre it-girl a lancé sa propre marque de cosmétique, un projet auquel elle tient tout particulièrement et qui est un réel succès...

Nous avons eu la chance de pouvoir interviewer Rihanna la semaine dernière lors de sa venue à Paris pour le défilé de mode *Vogue collection Printemps – Été 2018*, nous vous donnons en exclusivité notre entrevue avec la it-girl...

Pourquoi avoir nommé votre marque de make-up *Fenty Beauty* ?

Hmmm... *Fenty Beauty* paraissait pour moi naturel, car je pense que le maquillage est quelque chose de très personnel, que chacune d'entre nous s'approprie, j'ai donc trouvé cela logique d'utiliser mon propre nom.

D'où vous vient l'amour pour le maquillage ?

L'obsession du maquillage m'est venue en regardant ma mère en mettre, je rigolais des grimaces qu'elle faisait. Puis j'ai découvert comment nous pouvions créer notre style, laisser libre court à notre imagination en se maquillant ! Ce fût un vrai déclic pour moi...

Pourquoi est-ce si important pour vous de mettre en avant la diversité ?

Je voulais que personne ne soit exclu, que tout le monde puisse trouver son fond de teint selon sa carnation de peau. Il faut bien que je représente toutes mes amies et on a toutes une teinte différente. Particulièrement mes sœurs noires... On a été mises à l'écart bien trop souvent dans le monde du make-up alors j'ai décidé de prendre les choses en main.

Qu'est ce que vous espérez pour *Fenty Beauty* ?

Mon rêve pour *Fenty Beauty*, c'est que les filles en tombent amoureuses. Aussi bien les consommatrices, que les make-up artists.

Votre conseil beauté ?

Je pense que parfois les gens prennent le maquillage trop au sérieux, amusez vous ! N'ayez pas peur, osez de nouvelles choses ! Sentez-vous libre et assumez-vous. Et vous pouvez toujours l'enlever !

ÉTAT DES LIEUX DU MARCHÉ ACTUEL

Depuis la fin du XX^e siècle, de nombreuses marques de cosmétiques ont vu le jour : *Maybelline NYC*, *Bourgeois*, *L'Oréal*, *Revlon* et d'autres se font concurrence sur un marché rude. Entre qualité et prix raisonnables, les marques se font la guerre pour être dans le top 5 des ventes de make-up. D'années en années, de multiples stars comme Kylie Jenner, sœur de l'incontournable Kim Kardashian, Gigi Hadid, mannequin en vogue, et aujourd'hui Rihanna, chanteuse R'n'B depuis les années 2000, se lancent dans la création de leur propre marque de cosmétiques.

En 2016, Kylie Jenner décide de lancer ses premiers *Kylie Lip Kit* et crée sa propre marque : *Kylie Cosmetics*. Peu à peu son business se développe : rouges à lèvres, gloss, kit pour sourcils, blush, kylighter, ça n'en fini plus. La junior des Kardashian-Jenner forge son empire en récoltant près de 400 millions de dollars en 18 mois, soit une moyenne d'environ 22 000 000 par mois.

Le 8 septembre 2017, notre RiRi mondiale est arrivée dans le milieu rude et concurrentiel des cosmétiques chez *Sephora* : la guerre fut déclarée. En à peine un mois, le sexy et sulfureuse Rihanna détrône la star de la télé-réalité américaine avec un chiffre d'affaire trois fois supérieur au sien. Avec près de 72 millions de dollars gagné en seulement quatre semaines, le nouveau concept de *40 nuances de fond de teint* a révolutionné le domaine du make-up. Ses fans la remerciant d'avoir penser à la moindre carnation de peau et donc, à chacune d'entre elles, les ventes dépassent ce que la star avait pu espérer. La concurrence tente de se remettre à niveau, comme *L'Oréal Paris* qui, avec son fond de teint *Accord Parfait* en 23 teintes, pense faire le poids face aux 40 teintes de RiRi... Trop peu pour elle !

« Le maquillage est une manière pour vous de jouer. Il est là pour que vous vous amusiez avec. Il ne devrait jamais être ressenti comme de la pression et ne devrait jamais vous servir à vous camoufler. » Robyn Rihanna Fenty

En pleine expansion, notre RiRi et son entreprise de make-up suscite la jalousie de la concurrence... Selon *Nouvel Obs*, « Face à cet énorme succès, de nombreuses marques de beauté à l'instar d'*Estée Lauder*, *Kim Kardashian West Beauty*, *Kylie Cosmetics* ou encore *Marc Jacobs Beauty*, ont multiplié sur les réseaux sociaux des messages de publicités annonçant que de nouvelles teintes adaptées aux peaux plus foncées. ».

Pour Rihanna la création de make-up est une expression d'elle-même – une manière d'exprimer son *mood*, ses envies du jour –, et l'a aidé à devenir l'icône qu'elle est actuellement. RiRi voit son entreprise comme une représentation de la femme telle qu'elle est. *Fenty Beauty* a dans l'avenir d'autres objectifs : on peut lire dans la catégorie *biens et services* de l'entreprise que RiRi a pour projet de créer des crèmes, lotions, nettoyants pour visage, gels douches et parfums à son effigie ! De quoi faire frémir la concurrence...

REVUE DE PRESSE

La collection *Fenty Beauty* lancée il y a maintenant quelques mois par la chanteuse Rihanna a bouleversé la *beauty sphere*. On imagine facilement qu'il y aura un avant et un après *Fenty Beauty* tant l'éthique de la collection est exemplaire. Avec 40 teintes différentes de fonds de teint, Rihanna a donné une voix à chaque personne susceptible de vouloir se maquiller, et a surtout voulu satisfaire tous les types de peau. Quelques mois après, nous pouvons déjà dire que grâce à sa marque *Fenty Beauty*, Rihanna a déjà fait l'unanimité !

D'après les journalistes, notre RiRi cartonne ! Le magazine d'actualité *L'Express* fait des louanges à la nouvelle marque de make-up lorsque l'un de ses journalistes cite « En plus de parler à toutes les femmes, les différents produits de la gamme au design graphique demeurent accessibles. ». Mais *L'Express* n'est pas le seul... Le magazine Féminin *Cosmopolitan* fait des éloges au nouveau bébé de Rihanna en disant que « Les produits *Fenty Beauty* sont conçus pour être légers comme l'air, avec un fort pouvoir couvrant et un rendu naturel, pour qu'au final, la peau ressemble à de la peau. Mais surtout, Rihanna crée un maquillage qui inspire : "Le maquillage est fait pour s'amuser", déclare-t-elle. Toutes les femmes doivent aimer se maquiller, et après avoir testé, nous pouvons vous dire que ces nouvelles gammes de produits valent le détour ! ». Les journalistes ne sont pas les seuls à être satisfaits...

Les consommateurs, à leur tour, félicitent RiRi du nouveau bijou qu'elle a créé... « Ses produits sont en vente chez *Sephora* et tout le monde a un *Sephora* près de chez soi... Pas besoin de payer des frais de ports et d'attendre trois semaines pour recevoir ses produits ET possibilité de tester avant d'acheter. », d'après la grande fan de la chanteuse et sex-symbole, Marine Paddeu youtubeuse beauté, est accro au make-up de RiRi ! Elle n'est pas la seule, puisqu'Alice Bachy, adolescente lambda, nous dit que « La longévité de ce fond de teint est très impressionnante. Il ne bouge pas du tout. Je l'ai appliqué chaque jour à 8 heures du matin et il est resté en place jusqu'à 23 heures. ». Les consommateurs sont unanimes : ils a-do-rent !

« Je n'ai jamais réussi à trouver la teinte qui correspondait à celle de mon visage... je finissais toujours orange , j'ai vécu un truc de fou aujourd'hui, mon cou et mon visage ont la même couleur ! »

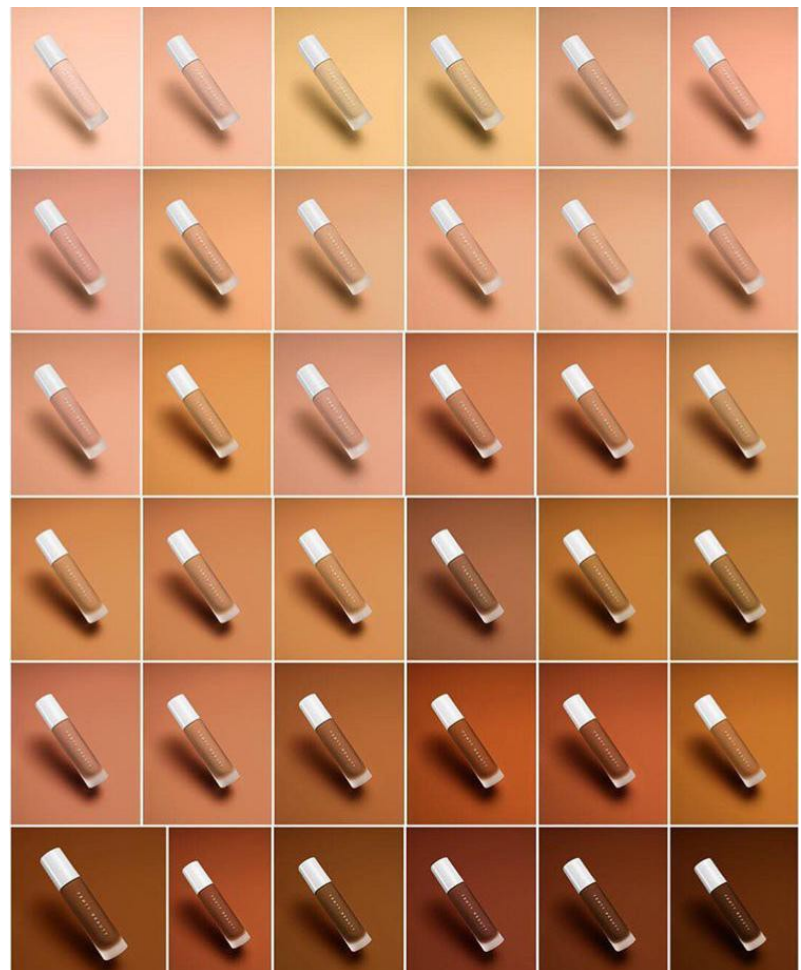
Krystal Roberston

Une autre consommatrice très touchante, Krystal Robertson, jeune femme atteinte d'albinisme depuis son plus jeune âge, nous dit qu'elle « [n'a] jamais réussi à trouver la teinte qui correspondait à celle de mon visage... je finissais toujours orange, j'ai vécu un truc de fou aujourd'hui, mon cou et mon visage ont la même couleur ! ». Cette maladie affecte la pigmentation de la peau et se caractérise par un déficit de production de mélanine. Rihanna a pensé à elle ! Grâce à la teinte #110 de la gamme *Pro Filt'r Foundation*, Krystal a pu maquiller son visage avec une teinte de fond de teint qui matche parfaitement avec sa couleur de peau. On dit merci RiRi !

PHOTOGRAPHIES EMBLÉMATIQUES DE L'ENTREPRISE



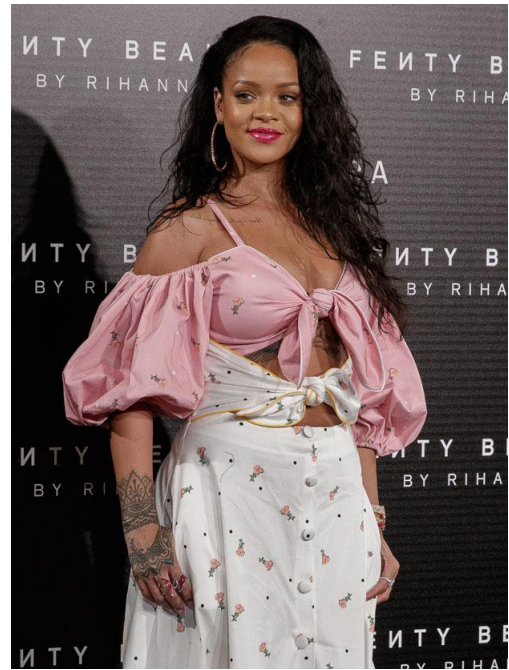
Panel de produits proposés par *Fenty Beauty*



Les 40 nuances de fonds de teint par *Fenty Beauty*



Nouvelle collection *Galaxy Collection* de Noël 2017 par *Fenty Beauty*



Rihanna lors du lancement de *Fenty Beauty* à Paris, Madrid Londres et New York

CHIFFRES CLÉS

12%

Pour lancer de sa marque de make-up, RiRi a déboursé près de 10 millions de dollars avec son contrat avec l'entreprise *LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton)* détenant la filiale *Sephora* (point de vente principal des produits *Fenty Beauty*), afin de produire ses collections. Ce partenariat a permis de faire fluctuer l'activité de l'entreprise puisque que leur chiffre d'affaire a augmenté de près de 12 % au premier semestre 2017. Alors *LVMH*, on dit merci RiRi !

40 nuances de fonds de teint

Avec son nouveau concept des *40 nuances de fonds de teint* Rihanna bouleverse le monde des cosmétiques : elle réalise un exploit en n'oubliant personne et en mettant tous les types de peau à l'honneur. Et les retours sont bons... Les influenceuses modes et beauté mettaient en avant la diversité des produits de la chanteuse, lui permettant d'écouler plus facilement son stock...

72 millions de dollars

132 millions de vues

En un mois, la stralette de 29 ans bat des records : avec un chiffre d'affaire de près 72 millions de dollars, Rihanna transforme tout ce qu'elle touche en or (ou plutôt en dollars) ! Avec son nouveau concept du maquillage pour tous et le monstrueux chiffre d'affaire qui en découle, elle balaye la réussite de sa concurrente Kylie, qui ne voit pas d'un bon œil la réussite de notre RiRi internationale... Après l'avoir unfollow d'instagram et compagnie, la cadette des Kardashian-Jenner tente de remonté la pente. Mais c'est sans compter sur le nouveau concept de Rihanna : les tutos beauté. Depuis le lancement de ses tutoriels le 11 novembre 2017, RiRi compte près de 132 millions de vues à ses vidéos dont 12,5 millions rien que sur sa première vidéo où la chanteuse se filme testant la teinte *Stunna* de ses nouveaux rouges à lèvres mates. Rihanna touche désormais du doigt la perfection...



1.855.440.7474



customerservice@fentybeauty.com



<https://www.fentybeauty.com/>



FentyBeauty



@fentybeauty



@fentybeauty



Fenty Beauty by Rihanna