

Blissim da la bienvenida a la primavera con un homenaje a la mujer

Ya a la venta en www.blissim.es, está compuesta por cinco productos para mimarse este mes de marzo

Con su atuendo floral basado en tréboles y la palabra "Together" en el centro de la caja, la marca de e-commerce de belleza, que cuenta con más de 2.000 suscriptores en Europa, une los dos hitos fundamentales de este mes: el día de la mujer y el inicio de la primavera.

Por ello, "Together" se ha convertido en la palabra que define la cajita que Blissim presenta este mes de marzo.

"Un mes para homenajear a las mujeres, para homenajearnos a nosotras mismas, y así disfrutar del inicio de la primavera con libertad y solidaridad entre nosotras". Con sus cinco esenciales para rostro y cuerpo, la marca busca transmitir la importancia del cuidado personal.

¿Qué hay en su interior?

Dentro se podrá encontrar el spray facial con aloe vera, adaptógenos y agua de coco de la marca Mario Badescu; la máscara de pestañas ecológica Endless de Blushed París, que aportará volumen, longitud y cuidado a las pestañas; el suero reafirmante "Solo para tus senos" que hidrata y nutre el pecho de My Mira; la crema de manos Mil flores de la marca Berdoues; y el champú reparador de rosas de Khadi para regenerar y nutrir el cabello dañado son los descubrimientos *beauty* que Blissim permite probar con su cajita de marzo.

Disponible en www.blissim.es desde 16,90€ con envío incluido (Valorada en 70€).

Acerca de Blissim en Francia

Creada en 2011 por Quentin Reygrobellet, CEO, y Martin Balas, COO, Blissim es el líder en suscripciones y el 5º minorista de belleza en Francia. Actualmente Blissim es un ecosistema dedicado a todo tipo de cosmética y cuidado personal (e-shop, suscripciones, *corners*, estudio de marcas, etc.) gracias a su comunidad y a su papel de prescriptora de belleza.

Blissim cuenta con más de 300 marcas en Francia, desde los gigantes del sector hasta las nuevas marcas emergentes con el sello "Green" y "Made in Francia".

Es precursor de un nuevo modelo de consumo de belleza, líder en servicios de suscripción de cajas de belleza en Francia con una oferta personalizada gracias

a los datos y una e-shop de rápido crecimiento.

La empresa francesa, que cuenta con 70 empleados, tiene un total de 2 millones de visitas al mes en su tienda virtual, 1,2 millones de clientes y una sólida comunidad de más de 200.000 suscriptores mensuales en Francia y 421.000 suscriptores en su cuenta de Instagram. El perfil de cliente de Blissim es una mujer de 25 a 35 años (80% en las regiones francesas - 20% en Ile de France).
