

[11.09.2024] COMMUNIQUÉ DE PRESSE

BIGGIE MET EN LUMIÈRE LA MARQUE TOPICREM TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Alors que la saison estivale – temps fort de visibilité pour Topicrem après le lancement de sa gamme solaire – touche à sa fin, Biggie – l'agence globale de stratégie et activation media & marketing de Biggie Group – revient sur sa collaboration avec la marque dermatologique. Si Biggie avait déjà remporté leur appel d'offres digital mi 2023, la marque a fait le choix de lui renouveler sa confiance, via un plan média multi-leviers et multi-gammes couvrant toute l'année 2024 et englobant une stratégie et une activation on et offline. Les défis ? Développer la visibilité de Topicrem en diversifiant les canaux de communication ; créer l'événement autour du lancement de la gamme solaire ; capitaliser sur son « best-seller » Ultra-Hydratant tout en augmentant la notoriété de ses autres gammes de produits ; et accompagner la marque dans ses ambitions de croissance sur un marché de plus en plus concurrentiel.



Opération spéciale dans les rues de Paris, du 23 au 25 mai

L'accompagnement au long cours mené par Biggie répond à un objectif double : la **notoriété** et la **considération**, auprès d'une cible principalement féminine (de 25 à 50 ans). Pour ce faire, Biggie a ainsi imaginé une campagne multicanale, regroupant des leviers online et offline : DOOH (Digital Out Of Home) ; stratégie display et vidéo sur TikTok et Meta (Facebook & Instagram) et via des sites affinitaires. En somme, une intensification de la couverture digitale de Topicrem permettant une présence publicitaire de la marque tout au long de l'année, couplée à de l'affichage pour toucher son audience dans un environnement extérieur.

Temps fort de la stratégie d'activation : une grande opération spéciale a eu lieu dans les rues de Paris lors du week-end du 23 au 25 mai. Pour cette première prise de parole offline, des échantillons « d'Ultra-Hydratant » Lait Corps ont été distribués sur plusieurs lieux emblématiques de la capitale (Opéra, Saint-Lazare, Saint-Sulpice, Montparnasse, Jardin du Luxembourg, ou encore rue du Commerce), via des vélos

habillés aux couleurs de la marque. Parallèlement, une soirée exclusive a été organisée sur une péniche avec l'aide de **Beastly** – agence de marketing d'influence également membre de Biggie Group – en présence d'une vingtaine d'influenceurs et créateurs de contenus, dans le but de découvrir la marque et notamment sa nouvelle gamme solaire « Sun Protect ».

Par ailleurs, la vidéo étant le canal privilégié des consommatrices skincare, Biggie a également décidé d'amplifier la portée de la campagne en investissant la TV, avec du replay et des actions de sponsoring. Des programmes diffusés en prime time ont été choisis pour maximiser la notoriété de la marque et de ses gammes « Sun Protect » et « Ultra-Hydratant » auprès des femmes urbaines CSP+.

Résultats : des performances remarquables pour les ventes en pharmacie, tant de la nouvelle gamme solaire que des autres produits de la marque.

« Nous avons mené une réflexion globale entre les leviers achat média on et offline, influence et activations digitales, et avons opté pour des partis pris tactiques et budgétaires pour maximiser le rayonnement de Topicrem dans son écosystème très concurrentiel. Le succès de cet accompagnement démontre la réelle synergie qui existe entre les différentes entités de Biggie Group. » déclare **Chloé Six-Latapie, Chief Growth Officer de Biggie France.**

« L'approche stratégique des équipes Biggie, alliée à des créations publicitaires impactantes, la mise en place d'opérations ponctuelles et un suivi régulier des performances, a grandement contribué à la visibilité de notre marque. » explique **Nicolas Courtin, Directeur Commercial France et Marketing de Topicrem**

À propos de Biggie :

Biggie est une agence globale de stratégie et activation media & marketing. Avec pour signature « Partners in growth », Biggie se veut être le partenaire de la croissance des marques, en mettant l'excellence stratégique et opérationnelle au service de leur performance et en leur proposant un accompagnement sur-mesure pour répondre à leurs problématiques business (stratégie marketing, planning stratégique, data & analyse, media, performance digitale, création et adaptation de contenus ou encore consulting business). La force de l'agence Biggie repose sur une conviction : l'hybridation des savoir-faire marketing est aujourd'hui essentielle pour répondre aux nombreux enjeux des marques, que ce soit en termes de leviers media, de création et de mesures. Née en juin 2024, Biggie est le fruit du rapprochement de plusieurs entités de Biggie Group : l'expert en activations digitales Gamned!, l'agence conseil en achat média Repeat ainsi que l'agence média & cabinet de conseil en marketing 3qtz, dont le groupe d'agences intégrées a récemment fait l'acquisition. Forte de 300 experts, l'agence Biggie est présente dans 7 pays, à travers 9 bureaux internationaux (Paris, Marseille, Bruxelles, Milan, Genève, Zurich, Prague, Dubaï et Sao Paulo). biggie.co

Contacts presse – Agence LEON

Louna Laffont | Fiona Thomas

louna@agence-leon.fr | fiona@agence-leon.fr

06.42.96.14.59 | 06.61.73.98.18