



***EN ENCLANCHANT UNE COLLABORATION AVEC LESIEUR ET LES CRUDETTES,
L'AGENCE SOCIAL MEDIA OP1C RENFORCE SON EXPERTISE DANS LA FOOD.***

Reconnue sur le marché pour son expertise food, l'agence social media OP1C renforce encore ce positionnement avec le gain de deux nouvelles marques - Lesieur et Les Crudettes – sur un périmètre de missions extrêmement large allant de la stratégie social media à la création éditoriale en passant par la production de contenus ou l'influence.

Leader des huiles alimentaires en France, le **groupe Lesieur** sélectionne l'agence OP1C pour l'animation social media de l'ensemble de ses marques huiles - Isio 4, Olizea, Les Huiles Engagées.

Cet accompagnement englobe le soutien stratégique, le conseil, la gestion d'activations influence, l'élaboration d'une charte graphique, la création éditoriale et la production de leurs contenus sur META.

L'agence se voit également confier le community management de ces espaces.

La marque **Les Crudettes**, qui propose des salades vertes, crudités, salades composées et herbes aromatiques, confie à OP1C l'ensemble de ses réseaux. A l'animation d'Instagram, Facebook et LinkedIn, déjà existants, viendra s'ajouter TikTok, réseau sur lequel OP1C va créer un compte.

Sur une tonalité décalée et impertinente, OP1C invite Les Crudettes à sortir des codes. Un large périmètre de missions a été confié à OP1C, avec tout d'abord l'élaboration de la stratégie social media : ads, influence, animation et tonalité éditoriale.

L'agence gèrera les investissements Ads et produira l'ensemble des contenus de la marque, hors LinkedIn, dans un mix alliant photos, vidéos et contenus graphiques. Au programme également, le lancement d'une campagne d'influence.

OP1C EN QUELQUES CHIFFRES

2010 année de création

42 collaborateurs

40 clients actifs parmi lesquels Auchan, Bardinet, Brasserie Castelain, Carambar & Co, Cyrillus, Decathlon, Futuroscope, La Mie Câline, Lutti, McCain, METRO, Minelli, Poulain, Rians...