



Communiqué de presse  
Décembre 2024

## **OP1C CÉLÈBRE CETTE FIN D'ANNÉE AVEC LE GAIN DE 3 CLIENTS - CURLY, PERLE DU NORD ET L'INCROYABLE – ET LA RECONDUCTION DE RIAN'S RESTAURATION**

L'année 2024 se clôture sur de nouvelles collaborations pour OP1C. La marque Curly a choisi de s'appuyer sur le savoir-faire reconnu de l'agence social media dans le secteur food. De son côté, Perle du Nord fait confiance à son expertise agroalimentaire et lui confie la gestion globale de sa stratégie social media tandis que dans le secteur BtoB, Rians Restauration renouvelle sa confiance pour la promotion de son Faisselle Challenge. Enfin, OP1C accompagnera L'Incroyable, enseigne incontournable de la décoration et de l'aménagement à petits prix, mettant ainsi à profit sa connaissance fine du secteur retail.

### **Curly : un dispositif d'influence pour révéler Curly Sweety**

Pour Curly, OP1C a imaginé un dispositif d'influence complet afin de soutenir la visibilité du produit Curly Sweety. L'agence a donc élaboré une stratégie sur mesure, du concept à la mise en place. Ce dispositif a permis de dynamiser la notoriété de Curly Sweety avec 1,5 million de vues de vidéos sur les contenus produits et de créer plus de 71 000 interactions avec les consommateurs.

### **L'Incroyable : TikTok et contenus UGC au cœur de la stratégie**

Pour L'Incroyable, OP1C met son expertise TikTok au service de la marque. L'agence prend en charge l'écriture et la réalisation des TikToks, en lien avec les temps forts et les nouveautés produits. Les tournages, réalisés en magasins comme en intérieur, permettront de mettre en valeur l'univers lifestyle de la marque. En parallèle, OP1C accompagne L'Incroyable dans la création de contenus UGC (User Generated Content) : identification et briefing des créateurs afin qu'ils produisent des contenus incarnés, permettant d'insuffler une touche humaine et authentique à l'animation.

### **Perle du Nord confie sa stratégie social media à OP1C**

À l'issue d'un appel d'offres, Perle du Nord, marque de producteurs d'endives des Hauts-de-France, a choisi OP1C pour piloter sa stratégie social media. Le challenge ? Repositionner la marque sur les réseaux sociaux pour contribuer à amplifier son attractivité.

L'agence sera en charge de la définition de la charte graphique et de la ligne éditoriale social media, de la production des contenus (dont certains directement réalisés au sein des exploitations agricoles de ses producteurs adhérents), ainsi que de la gestion des investissements en social ads et des campagnes d'influence. Cet accompagnement couvrira l'ensemble des plateformes de la marque : Facebook, Instagram, LinkedIn et YouTube.

### **Rians Restauration renouvelle sa confiance en OP1C pour 2025**

Dans le secteur BtoB, Rians Restauration poursuit sa collaboration avec OP1C pour la promotion sur les réseaux sociaux de son concours emblématique, le Faisselle Challenge. L'agence assurera le community management, la création et la production de contenus spécifiques pour la finale, ainsi que le pilotage des campagnes social ads et des actions d'influence.

#### **OP1C EN QUELQUES CHIFFRES**

**2010** année de création

**42** collaborateurs

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

Contact Presse - Presse & Cie - Laetitia Munoz  
06 20 49 90 39 - [lmunoz@presse-cie.com](mailto:lmunoz@presse-cie.com)