



## EXPÉRIENCE ÉDUCATIVE POUR SKINCEUTICALS CANADA VIA UNE VIDÉO 3D SUR MESURE

**AGENCE**  
bicom, Interactive Studio  
(France)

**CLIENT**  
SkinCeuticals Canada

**ANNÉE**  
2021

**SERVICES**  
Marketing d'influence

### Opportunité

SkinCeuticals, marque du groupe L'Oréal reconnue pour sa grande expertise en matière de soins de grade médical, ses 30 années de recherche et plus de 40 études cliniques publiées à l'international, mais également cliente de longue date de bicom, souhaitait mettre en avant de manière créative son offre

de sérums à l'acide hyaluronique. Cet ingrédient, reconnu mondialement dans l'industrie de la beauté et de l'esthétique et pour lequel les recherches sur Google ou Pinterest ne cessent d'augmenter (la fameuse quête du « Glow ») a des propriétés uniques en matière d'hydratation, de radiance et d'action anti-âge.

### What the global data says

Glowing skin how to get naturally

4x

Increase in searches year over year for glowing skin how to get naturally

Find it trending in  
Canada  
Australia  
UK



Les sérums à l'acide hyaluronique de SkinCeuticals, conçus pour convenir à tous les types de peaux, requièrent un volet éducatif pour optimiser leur utilisation et la bonne compréhension du consommateur. L'AH est en effet combiné à des actifs et ingrédients complémentaires pour répondre aux différents besoins cutanés.

### Actions

Le meilleur moyen de bien expliquer et positionner ces sérums sur un marché compétitif passait par la création d'une vidéo explicative et l'envoi des produits à notre cible de journalistes et créateurs de contenu ayant un fort attrait pour la beauté et les soins.

« L'envoi d'une vidéo YouTube, accessible par lien ou QR code ne nous semblait pas assez optimal, car il nous manquait encore la dimension expérientielle. » - Laetitia Jallais – directrice exécutive, bicom

Le concept de la pyramide holographique a été développé en collaboration avec Interactive Studio, une agence de production parisienne. Chaque paquet envoyé incluait les 4 sérums et une petite pyramide que l'on place sur un téléphone intelligent pour une projection 3D via un code QR.

« La pyramide holographique était la solution parfaite afin d'offrir aux créateurs de contenu toute la dimension éducative de notre marque de manière visuellement amusante et facile à comprendre. C'était une excellente façon de partager le contenu de façon claire et précise sans confusion ! » - Marla Scattolin – responsable des communications intégrées, SkinCeuticals Canada

### Résultats

Grâce à la pyramide et à tous les composants de la campagne, nous avons atteint 80,3 millions d'impressions pour 250 envois effectués à travers le Canada. Les commentaires que nous avons reçus et les stories sur Instagram sont unanimes : la pyramide holographique, futuriste et visuellement attrayante, a fortement contribué au passage des messages éducatifs qui sont retranscrits dans le contenu créé par les influenceurs sur leur plateforme sociale.

Au total, la campagne a généré plus de 1000 mentions (articles dans la presse, stories, reels et publications statiques sur Instagram, vidéos sur TikTok, inclusions sur YouTube) dans lesquels les sérums étaient expliqués en détail de manière ludique et accessible et les commentaires des abonnés prouvent que les produits ont été compris... et sur le point d'être adoptés !

