

La collaboration entre T.O by Lipton  
et Pierre Hermé Paris mise en campagne par DigitasLBI



COMMUNIQUÉ DE PRESSE, LE JEUDI 29/09/16

À l'occasion de la rencontre entre Kurush Bharucha Tea master chez T.O by Lipton et Pierre Hermé « meilleur pâtissier au monde » en 2016, l'agence DigitasLBI a imaginé une campagne digitale originale auprès des influenceurs et du grand public.

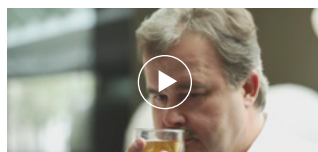
4 films digitaux capturent ce moment unique de rencontre entre Pierre Hermé et Kurush Bharucha. Ils sont diffusés sur la chaîne Youtube de la marque :



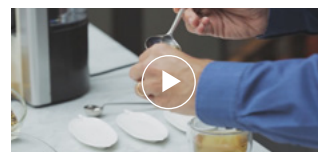
<https://www.youtube.com/watch?v=CiuUIdC4APM>



<https://www.youtube.com/watch?v=OEo7iTJ2Jyo>



<https://www.youtube.com/watch?v=SmFy0Ln6vv0>



<https://www.youtube.com/watch?v=YmgMWwCU5CQ>

La captation montre un atelier pairing thé x macaron filmé sur le vif entre les deux créateurs sélectionnant l'association de saveurs la plus réussie entre leurs produits.

A partir de cette captation inédite, l'agence DigitasLbi a imaginé une campagne digitale. L'objectif étant de faire découvrir la richesse aromatique des thés T.O by Lipton à la cible très exigeante des passionnés de thé premium et superpremium.

Un lancement événementiel été organisé début septembre pour une sélection de 40 bloggeurs thés via une masterclass thé x macaron privée animée par les deux Maitres. L'expérience a généré 100% de retombées positives et atteint un reach 500 000 personnes en 10 jours via Instagram, Facebook et Twitter.

Devant le succès, les deux marques ont décidé de prolonger l'expérience et permettre aux amoureux du thé de découvrir ce pairing à partir du 28 septembre via le site [www.TO-Lipton.com/PierreHerme](http://www.TO-Lipton.com/PierreHerme)

Citron Vert à la Cubaine est disponible sur le site [TO-Lipton.com](http://TO-Lipton.com)

Jardin Oriental, macaron aux saveurs de rose, fleur d'oranger et gingembre sera disponible dans les points de vente Pierre Hermé Paris à partir du 3 octobre.

Daniel Gaujac, Directeur Associé DigitasLBI nous confie « Le digital constitue le pont qui permettra au consommateur chez son shopping chez deux marques et dans 2 réseaux différents. La rapidité du digital permettra de diffuser rapidement le concept et l'offre produit événementielle auprès d'un million d'amateurs amateurs de thé et macarons en France au cours du mois d'octobre ».

Jacinthe Brillet, Directeur Général T.O by Lipton déclare « Nous sommes très fiers du succès de cette association qualitative et gustative réalisée par deux grands Créateurs entre nos deux Maisons »

Pierre Hermé commente « pour moi le thé est la boisson idéale pour accompagner les macarons »

Pour rappel, Lancée il y a un an, T.O by Lipton a été référencé dans 500 magasins retail, ouvert la première boutique en ligne du Groupe Unilever et conquis en un an plus de 30% du marché des machines à thé.

#### **RESPONSABLES DIGITASLBI**

Daniel Gaujac Directeur Associé DigitasLBI

Geoffrey Justeau Directeur de Création DigitasLbi

Clémence Noton Chef de Projet Digital DigitasLbi

#### **RESPONSABLES T.O By Lipton**

Jacinthe Brillet : Directrice Générale T.O By Lipton

Victoria Anjot : Brand Manager T.O By Lipton

\*\*\*

#### **CONTACT PRESSE**

DigitasLBI Paris

Sarah Coutin

01 72 63 20 89

sarah.coutin@digitaslbi.fr

#### **À propos de DigitasLBI Paris**

DigitasLBI est une agence de marketing et technologie internationale qui transforme les activités pour l'ère digitale. Nous aidons les sociétés de toutes tailles et de toutes formes à décider «What's Next»...et nous les y amenons. A travers 40 bureaux dans 25 pays autour du monde, nous réunissons plus de 6 000 experts du digital travaillant à enrichir la vie des gens via notre mélange unique de stratégie, créativité, media et technologie. Nos savoirs et passions couvrent insights, construction de marque, création et distribution de contenu, tout comme la capacité à accompagner les marques dans les changements créatifs et technologiques qui révolutionnent leurs entreprises. Nous agissons comme des partenaires stratégiques pour certaines des entreprises les plus incroyables du monde parmi des industries diverses comme FMCG, services financiers, l'édition, le commerce, les télécoms et le tourisme. De nombreuses choses rendent DigitasLBI unique, mais si nous devons n'en choisir qu'une ce serait notre capacité à connecter données et storytelling pour rendre les marques spéciales, partageables, et enfin de grande valeur.