

Aveeno® devient la première marque de soins et de beauté au Royaume-Uni à lancer le format Out of Phone de TikTok via Displayce

La campagne pour Aveeno® Face SPF 50 intègre le contenu TikTok de la créatrice Gemma Adbby dans des environnements Digital Out-of-Home premium, en adaptant le message aux conditions météorologiques en temps réel



Outernet - London

Londres, Royaume-Uni, 7 septembre 2026 - Aveeno®, TikTok et Displayce ont lancé une campagne média pionnière pour le soin hydratant visage Aveeno® SPF 50, faisant d'Aveeno® la première marque de soins et de beauté au Royaume-Uni à activer le format innovant Out of Phone de TikTok.

Cette campagne marque une étape importante dans la publicité digitale et extérieure (DOOH), en transportant le contenu "social-first" d'Aveeno® au-delà des écrans de smartphones pour le diffuser dans des environnements réels à fort impact. Elle s'inscrit dans le prolongement du récent partenariat annoncé par TikTok et Displayce visant à développer l'offre Out of Phone de TikTok à travers l'Europe.

Activée de manière programmatique via Displayce sur des écrans premium de JCDecaux UK, Outernet, Bauer Media Outdoor et Global à Londres, Manchester et Bristol, la campagne a touché les consommateurs dans des zones commerçantes, des hubs de transport et le long des axes de déplacement. Il s'agit également de la première activation TikTok Out of Phone à intégrer des *triggers* météo en temps réel à l'échelle mondiale.

Transposer le storytelling des créateurs dans le monde réel

Au cœur de la campagne se trouve la créatrice de contenu beauté Gemma Aaby (@gemmaaaby), dont le contenu engageant et authentique a été adapté depuis TikTok pour être mis en valeur sur des emplacements DOOH haut de gamme. Conçue pour sensibiliser au soin hydratant visage Aveeno® SPF 50 et à l'importance d'une protection solaire quotidienne quelle que soit la météo, la campagne s'est appuyée sur les conditions météorologiques en temps réel pour adapter son message tout au long de la journée.

Par temps ensoleillé, le visuel rappelait aux consommateurs de protéger leur peau de l'exposition directe au soleil. Les jours nuageux ou couverts, il soulignait l'importance de porter un SPF même lorsque les rayons UV sont moins visibles. Cela a permis à Aveeno® de délivrer un message opportun et pertinent tout en étendant son contenu axé sur les créateurs dans des environnements publics du quotidien.

Un fort impact sur la marque

La campagne Aveeno x TikTok Out Of Phone a généré plus de 4 millions d'impressions. Une étude de brand lift menée auprès de 500 répondants a enregistré un score d'attribution à la marque très élevé, supérieur de quatre points de pourcentage au niveau de référence. Elle a également permis une hausse de 24 points de l'image de marque et de 26 points de la considération par rapport au groupe témoin.

Emily Barman, Marketing Manager pour Aveeno UK, a déclaré : « *Nous sommes fiers d'être la première marque de soins et de beauté au Royaume-Uni à innover avec cette approche créative. Elle permet de diffuser le contenu exceptionnel de créateurs TikTok sur des écrans DOOH de manière dynamique pour toucher un public encore plus large. Porter une protection SPF au quotidien est essentiel pour préserver sa peau, et nous sommes ravies que cette campagne rappelle aux personnes en déplacement d'appliquer leur soin hydratant visage Aveeno SPF 50.* »

Dan Page, Global Head of Media & Licensing Partnerships chez TikTok, ajoute : « *L'Out of Phone permet de proposer des contenus authentiques de créateurs hors de la plateforme pour les amener dans le monde réel. La beauté et les soins ont toujours été indissociables de TikTok, c'est donc formidable de voir notre première campagne Out of Phone au Royaume-Uni dans cette catégorie, et encore plus enthousiasmant d'assister à une première mondiale avec des visuels ajustés selon la météo.* »

Pablo Fugazza, Tech Partnerships Director chez Displayce, souligne : « *Cette campagne démontre comment le contenu issu des créateurs peut dépasser le cadre du smartphone pour s'intégrer dans des environnements DOOH premium tout en conservant son authenticité. En adaptant le message aux conditions météorologiques en temps réel,*

AVEENO® a su rendre la protection solaire quotidienne plus pertinente pour les consommateurs au fil de leurs trajets quotidiens. »

Étendre la créativité social-first au-delà de l'écran

La solution Out Of Phone de TikTok permet aux marques d'amplifier le contenu de la plateforme sur un réseau sélectionné d'écrans digitaux, créant ainsi des passerelles fluides entre l'engagement sur la plateforme et la visibilité dans le monde réel. En s'appuyant sur ce format, Aveeno® UK a transformé du contenu natif TikTok en visuels d'affichage extérieur percutants, contribuant à sensibiliser à l'importance d'une protection SPF quotidienne tout en préservant l'authenticité attendue des partenariats avec les créateurs.

Cette activation démontre comment la créativité axée sur les réseaux sociaux peut se traduire dans le monde physique, offrant aux marques de nouvelles opportunités d'étendre la portée de leurs contenus tout en restant proches de leur audience au quotidien.

À propos d'Aveeno®

Aveeno® exploite le pouvoir de la science de l'avoine pour maintenir votre peau hydratée, forte et en bonne santé. Notre marque repose sur la science de l'avoine cliniquement prouvée et est conçue pour les peaux sensibles. Depuis des générations, Aveeno® associe la science aux propriétés apaisantes de la nature pour prendre soin de toutes les peaux, en particulier les plus sensibles.

À propos de TikTok

TikTok est la destination leader pour les vidéos courtes sur mobile. Notre mission est d'inspirer la créativité et d'apporter de la joie. Les sièges mondiaux de TikTok sont situés à Los Angeles et Singapour, et ses bureaux comprennent New York, Londres, Dublin, Paris, Berlin, Dubaï, Jakarta, Séoul et Tokyo.

À propos de Displayce

Displayce est une suite technologique pionnière spécialisée dans la publicité extérieure (Out-of-Home), conçue pour répondre aux besoins des marques et des régies publicitaires à travers le monde. Grâce à sa plateforme média (Demand-Side Platform), Displayce connecte les annonceurs et les agences à plus de 2 000 000 d'écrans digitaux extérieurs dans 80 pays. Elle offre un accès au plus grand inventaire DOOH au monde et permet à ses utilisateurs de concevoir des campagnes extérieures contextualisées, sans cookies et percutantes. Sa plateforme de données (Data Management Platform) permet aux propriétaires de médias de centraliser, modéliser et activer leurs données propriétaires et secondaires associées à leur inventaire OOH, les aidant ainsi à élaborer des propositions de campagnes pertinentes et efficaces pour les marques. Fondée à Bordeaux en 2014, Displayce est physiquement présente dans huit pays : France, Espagne, Royaume-Uni, Belgique, Allemagne, Italie, Brésil et Émirats arabes unis. Depuis juillet 2022, JCDecaux détient une participation majoritaire dans l'entreprise. www.displayce.com