

Marketing : les 50 ans de COPYTOP !

new pub marketing

Publié le 18 Mars 2026



À l'heure où le numérique domine les stratégies de communication, Copytop choisit de rappeler la valeur du support physique en célébrant ses 50 ans à travers une campagne nationale de deux mois. Fondée en 1976, l'enseigne mise sur cet anniversaire pour réaffirmer son positionnement : conjuguer proximité humaine et performance opérationnelle.

Déployée depuis début mars 2026, cette campagne s'inscrit dans une logique de continuité plutôt que dans un simple "coup" marketing. L'objectif est clair : remercier les clients tout en valorisant une relation de confiance construite sur plusieurs décennies. La marque souligne d'ailleurs que sa longévité repose avant tout sur cette fidélité, certains partenaires l'accompagnant depuis leurs débuts professionnels.

Le dispositif repose sur une stratégie omnicanale mêlant présence digitale et activation dans les points de vente. Les agences du réseau sont habillées aux couleurs de l'événement, tandis que des contenus viennent nourrir la prise de parole en ligne. Cette approche permet de maintenir une visibilité constante sur toute la durée de la campagne, en évitant l'écueil d'une communication ponctuelle. Au-delà de la célébration, Copytop cherche aussi à démontrer sa capacité d'adaptation. Face à la montée des plateformes 100 % digitales, l'entreprise revendique un modèle hybride, combinant outils en ligne et accompagnement personnalisé. Ce positionnement lui permet de répondre aux nouvelles attentes tout en conservant un ancrage local fort, avec un réseau d'agences implantées au cœur des villes. Enfin, cette campagne anniversaire agit comme un manifeste : celui d'un secteur en mutation, où le print ne disparaît pas mais se transforme. En mettant en avant son expertise, sa réactivité et sa proximité, Copytop entend prouver que la communication physique conserve toute sa pertinence lorsqu'elle s'inscrit dans une expérience client enrichie.

Ainsi, loin d'un simple hommage au passé, ces 50 ans deviennent un levier stratégique pour projeter la marque dans l'avenir.