

Francuskie ikony zapachu w rękach polskiego zespołu. BTP Group pozyskało obsługę ośmiu marek L'Oréal

Warszawa, 16 lipca 2026 - Enyo, agencja należąca do By The People Group, od maja 2026 roku odpowiada za obsługę ośmiu marek z portfolio L'Oréal, w tym Cacharel, Diesel, Viktor & Rolf, Thierry Mugler, Azzaro, Maison Margiela Perfumy i Ralph Lauren oraz Drakkar. Nowy kontrakt obejmuje działania dla marek francuskich, także w kontekście projektów realizowanych poza Polską. To kolejny krok w rozwoju BTP Group jako partnera dla międzynarodowych brandów, które szukają nie tylko kreatywnej egzekucji, ale sprawnego modelu pracy, łączącego strategię, komunikację, content, influencer marketing i narzędzia wspierające procesy operacyjne.

Nie jedna marka, ale całe portfolio

Pozyskanie ośmiu marek jednocześnie to dla BTP Group kontrakt o szczególnym znaczeniu. Współpraca obejmuje brandy z portfolio L'Oréal, należące do segmentu marek zapachowych i lifestyle'owych o silnej rozpoznawalności, wyrazistych kodach komunikacji i różnych grupach odbiorców. W praktyce oznacza to konieczność pracy nie tylko z pojedynczą kampanią, ale z całym ekosystemem marek, z których każda wymaga osobnego języka, tempa, wrażliwości i pomysłu na obecność w kulturze.

Dla agencji to również potwierdzenie kierunku, w którym rozwija się By The People Group, jako grupa zdolna obsługiwać złożone projekty marketingowe, w których liczy się zarówno siła kreacji, jak i umiejętność zarządzania skalą. Współpraca rozpoczęła się w maju 2026 roku i jest nowym kontraktem w portfolio BTP Group.

Od briefu do zespołu, czyli skala bez chaosu

W przypadku pracy z kilkoma markami z jednego portfolio kluczowe staje się nie tylko to, co agencja proponuje kreatywnie, ale również to, jak organizuje pracę. BTP Group rozwija model interdyscyplinarny, w którym zespoły są dobierane pod konkretny brief, cele i wyzwania klienta, a nie przypisywane do projektów wyłącznie według stałych struktur. Dzięki temu grupa może łączyć różne kompetencje, szybciej reagować na potrzeby marek i efektywniej zarządzać projektami, które wymagają równoległej pracy kilku specjalizacji. Za koordynację współpracy po stronie BTP Group odpowiada Aleksandra Kiljan, Senior Account Manager 360.

„Przy takim kontrakcie skala sama w sobie nie jest przewagą. Przewagą jest dopiero umiejętność mądrego doboru ludzi, kompetencji i narzędzi do konkretnego briefu. W BTP Group budujemy zespoły wokół realnych wyzwań klienta, a nie wokół wewnętrznych silosów. Dzięki temu możemy pracować szybciej, trafniej i bardziej elastycznie, nawet wtedy, gdy projekt obejmuje kilka marek jednocześnie.” - mówi **Anna Ślosorz, CCO Enyo, co-founder of the By The People Group.**

Francuskie marki, międzynarodowe ambicje

Nowy kontrakt pokazuje także rosnącą rolę polskich zespołów agencyjnych w projektach, które wykraczają poza lokalny rynek. Marki globalne coraz częściej szukają partnerów zdolnych nie tylko do lokalnej adaptacji komunikacji, ale też do strategicznego myślenia o marce w szerszym kontekście: kulturowym, mediowym, sprzedażowym i technologicznym. Dla BTP Group oznacza to możliwość pracy na styku polskiego know-how, międzynarodowych standardów i potrzeb marek obecnych na różnych rynkach.

„Praca dla marek z tak silnym dziedzictwem wymaga dużej uważności. Każda z nich ma własny świat, własną estetykę i własne emocje, które trzeba umieć przełożyć na język współczesnej komunikacji. Nie chodzi o to, żeby wszystkie marki obsługiwać według jednego schematu. Chodzi o to, żeby dla każdej z nich zbudować właściwą odpowiedź, tak kreatywną, strategiczną jak i operacyjną.” – dodaje **Anna Ślosorz**.

Narzędzia jako część modelu pracy

Ważnym elementem współpracy jest również sposób, w jaki BTP Group wykorzystuje dostępne narzędzia wspierające procesy agencyjne. Grupa nie traktuje ich jako dodatku do pracy kreatywnej, ale jako realny element zarządzania projektami, analizą, planowaniem i optymalizacją działań. W praktyce oznacza to bardziej świadome korzystanie z danych, lepszą organizację pracy zespołów i szybsze przechodzenie od briefu do rekomendacji.

To podejście wpisuje się w szerszą zmianę na rynku komunikacji. Klienci coraz rzadziej szukają jednej usługi lub pojedynczej kampanii. Coraz częściej potrzebują partnera, który potrafi łączyć kompetencje, prowadzić kilka procesów równolegle i rozumieć, że skuteczna komunikacja marki powstaje dziś na styku strategii, kreacji, technologii, mediów i sprzedaży.

„Nie przechodzimy obok narzędzi obojętnie, bo wiemy, że dobrze wykorzystane wzmacniają pracę zespołu. Nie zastępują myślenia, intuicji ani doświadczenia, ale pomagają lepiej porządkować proces, szybciej wyciągać wnioski i trafniej odpowiadać na potrzeby marek. W projektach o takiej skali to szczególnie ważne, bo dobra organizacja pracy jest jednym z warunków dobrej kreacji.” – podkreśla **Anna Ślosorz**.

Kolejny krok w rozwoju BTP Group

Pozyskanie ośmiu marek L'Oréal wzmacnia pozycję BTP Group jako partnera dla klientów, którzy potrzebują zintegrowanego wsparcia w komunikacji i marketingu. Dla grupy to również kolejny przykład projektu, w którym przewagą staje się nie tylko kreatywność, ale też umiejętność budowania odpowiednich zespołów, zarządzania skalą oraz wykorzystywania narzędzi, które realnie usprawniają pracę.

Współpraca z francuskimi markami pokazuje, że polska agencja może być dla globalnych brandów czymś więcej niż lokalnym wykonawcą. Może być partnerem, który rozumie markę, konsumenta, kulturę komunikacji i dynamikę nowoczesnych kanałów, a następnie potrafi przełożyć to na działania prowadzone z myślą o kilku markach i kilku rynkach jednocześnie.

BY THE PEOPLE GROUP to marketingowy powerhouse stworzony przez osiem podmiotów, na których czele stoją wysoko wyspecjalizowani eksperci i eksperci. Zatrudnia ponad 150 osób i współpracuje z ponad 30 klientami, obsługując ponad 500 projektów z branż kosmetycznej, modowej, gamingowej, technologicznej, FMCG, sztuki oraz motoryzacji w Polsce i na świecie. Jest obecna na rynkach polskim, hiszpańskim, włoskim, czeskim i austriackim.

Grupa inwestuje w rozwój narzędzi opartych na AI, automatyzację procesów i dostęp do zaawansowanych rozwiązań strategicznych, które na co dzień są poza zasięgiem mniejszych podmiotów. Jednocześnie wspiera rozwój i kompetencje przyszłości. By The People Group to talenty na co dzień wykorzystujące zaawansowaną technologię napędzaną danymi.

<https://bpgmp.com/>

Kontakt dla mediów:

Klara Ufnalewska

// k.ufnalewska@enyo.co

// 723.991.159