Print : des formats détourés pour encore plus d'impact

Se démarquer et créer de la connivence avec la cible grâce à une prise de parole publicitaire ludique et originale

Carlsberg
Campagne Euro, juin 2016
Format « Escargot »

Haribo
Campagne Dragibus, novembre 2015
Format « Déchirure »

Marine Nationale
Campagne RH, janvier 2014
Format 1/3 hauteur, « Détourage »