







ENJEUX & OBJECTIFS

-  **FAIRE CONNAÎTRE** la nouvelle gamme Tic Tac Breeze et **SES 4 SAVEURS**
-  **DONNER ENVIE** au grand public de **TESTER** ce nouveau produit

LA SOLUTION 20 MINUTES

-  Un dispositif qui allie **UNE CAMPAGNE PRINT** et une opération de **STREET-MARKETING**
-  Une **PLEINE PAGE** dans les 11 éditions 20 Minutes Plus de **250 000** échantillons distribués

NOUVEAU

tic tac
breeze
GOÛT EUCALYPTUS

SANS SUCRES

DES AROMES DE PLANTES CRISTALISÉS

Un souffle de fraîcheur au bon goût de plantes

tic tac
breeze

POUR VOTRE SANTÉ, ÉVITEZ DE GRIGNOTER ENTRE LES REPAS. WWW.MANGERBOUGER.FR



UNE CAMPAGNE PRINT POUR CRÉER DE LA NOTORIÉTÉ ET ANNONCER L'OPÉRATION STREET-MARKETING



14.09.2016

Un bandeau de Une qui annonce la co-distribution organisée le lendemain



15.09.2016

Une pleine page dans les 11 éditions de 20 Minutes, avec un visuel spécifique à Paris



20
minutes

DU STREET-MARKETING POUR FAIRE TESTER LE PRODUIT AUPRÈS DU PLUS GRAND NOMBRE



15.09.2016



188 points de distribution
du réseau national 20 Minutes



230 colporteurs 20 Minutes
aux couleurs de Tic Tac



Plus de 250 000 étuis
de 2 pastilles distribués

