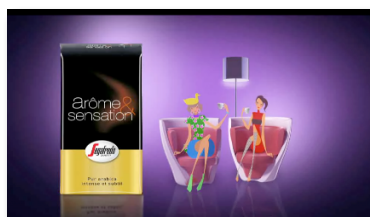


Le mois de novembre,  
c'est un bon mois pour...

## ;)... découvrir le café « trendy » de Segafredo

Les places sont chères sur le marché du café. Tutti Quanti imagine pour Arôme et Sensation - le dernier né des cafés « premium » de Segafredo - une plateforme de communication originale : s'appuyer sur la réalité de la Marque Segafredo - une notoriété moyenne - et faire de ses faiblesses une force pour positionner Arôme et Sensation comme le café branché des consommatrices éclairées. A la clé : un ton et un traité créatifs très distinctifs, en rupture avec les codes, un univers très mode, une prise de parole ciblée en TV et des actions promotionnelles d'essai en GMS...

Arôme et Sensation, le « it café » du moment !



## ;)... s'offrir San Marco en tenue de fêtes...

C'est devenu une tradition ; pour la fin d'année, le « chef d'œuvre du café » se met sur son 31 et s'habille d'un décor élégant et graphique, sublimé par le métal argenté du paquet et décliné en deux versions.

Choisissez la vôtre ...



## ... ou en version XXL !

Là, par contre, c'est une grande première ! Les amateurs de café italien pourront découvrir leur San Marco dans une version tout à fait inédite : un conditionnement exclusif de 4 paquets dont un paquet offert, habillé d'un décor original.

Déjà collector !

## ;)... se lancer dans des travaux d'hiver avec Loxam

Tutti Quanti est maître d'œuvre du programme d'animation des clients de Loxam, numéro un de la location de matériel aux professionnels du bâtiment.

A la clé :

- des actions de marketing direct et des relais PLV en agence,
- des offres béton, un code graphique taillé sur mesure, un ton direct mais complice.

Un chantier en vue ?

