

Tic Tac

Freschi momenti di piacere

092





Semplice, fresca, proprio come la testimonial che da oltre cinque anni la rappresenta, interagendo con lei per esaltarne le peculiarità.

Michelle Hunziker, con un fresco abito bianco che ne richiama il colore, si affaccia sulla scena intonando qualche strofa, semplice ed efficace, che in pochi secondi trasmette la vera essenza del confetto più famoso del mondo provocando un'esplosione di gusto e gioia. "Se metti in bocca un fresco Tic Tac, ah! tu farai...che piacere, che ritmo ti dà!". Mentre canta e balla Michelle gioca allegramente con il Tic Tac e nel momento in cui l'astuccio si apre, la musica esplode in tutta la sua vitalità, creando un'atmosfera allegra e frizzante così coinvolgente da dare l'impressione che Michelle stessa diventi uno dei freschi confetti. Forse mai un testimonial ha rispecchiato così bene il prodotto che rappresenta, Tic Tac è infatti proprio come lei: una sferzata di energia e simpatia... un "fresco momento di piacere". Le sue caratteristiche sono la naturalezza, l'allegria e la vitalità. Il segreto del suo successo è nell'equilibrio tra la dolcezza del prodotto e la sua freschezza, che costituisce una delle principali peculiarità di Tic Tac e che ha fatto del confetto a base di menta distribuito in confezioni tascabili, un successo mondiale.

Forte di un mercato esteso a più di 100 Paesi, il confetto Tic Tac si conferma infatti tra i più internazionali dei prodotti Ferrero: ogni anno in tutto il mondo vengono acquistati più di un miliardo di astucci Tic Tac, che tradotti in singoli pezzi diventano ben 36 miliardi di confetti venduti.

Tic Tac nasce alla fine degli anni '60, e prende il nome dal caratteristico suono che l'astuccio emette quando lo si apre e chiude. Infatti fu proprio durante una riunione per decidere la strategia di vendita del prodotto, che uno dei partecipanti cominciò a giocare con il

tappo della confezione e da quel rumore, tic tac, è nata l'ispirazione per il nome. Il suo lancio sul mercato si rivelò da subito un successo senza eguali, al punto che negli Stati Uniti il brand è divenuto un fenomeno di costume ripreso in alcune pellicole cinematografiche di grande successo.

Per capire il segreto di questo prestigio bisogna andare all'interno dell'inimitabile confetto, ideato nel 1968 dal Cavalier Michele Ferrero e commercializzato dal 1969, e scoprirne la ricetta. Nel gusto classico Mint, per esempio, la piacevole e gustosa sensazione di freschezza proviene dal nucleo del confetto, costituito da aromi naturali ricavati da foglie di menta accuratamente selezionate. Dopo aver avvolto la menta in uno strato di zucchero, il confetto viene ricoperto da un delicato e leggero strato di vaniglia, creando così una miscela dal sapore unico e rinfrescante. Al termine di un processo di lavorazione che si protrae per 48 ore, nel bianco confetto Tic Tac, di mezzo grammo di peso e due calorie, resta racchiuso un gusto inconfondibile.

Negli anni il cuore di Tic Tac è sempre rimasto il medesimo, facendo perno sul potere rinfrescante della menta ha però continuato a rinnovarsi nella gamma. Accanto alla linea tradizionale, Mint, Orange, Mint Extra Strong e Lemon Mint, si aggiunge infatti quella estiva fruttata, fatta apposta per la stagione più calda e naturalmente ricca di vitamina C che garantisce una piccola ricarica di vitalità. Anche il tradizionale astuccio trasparente, nella versione Summer riprende i colori sgargianti della frutta ed è in oltre proposto in due formati: accanto al tradizionale astuccio da 33 confetti (16 grammi), è arrivato quello un po' più grande, che ne contiene 100 (49 grammi).

Da non dimenticare Tic Tac Silvers, la caramellina di cortesia, di dimensioni appena un po' più grandi e dalla forma tonda, confezionata singolarmente in un prezioso involucro argentato. Ultimo nato nella famiglia è Tic Tac King Size, ricco di xilitolo e senza zucchero

presentato in una confezione elegante ed originale con la forma di una foglia di menta, realizzata in materiale metallico con un'esclusiva apertura a cofanetto ed impreziosita all'interno da una pergamena, che ne esalta la ricercatezza e la cura per i particolari.

Ulteriore novità del brand è rappresentata dal restyling del logo, oggi tridimensionale per esaltarne la profondità della caratteristica foglia di menta. Ma le innovazioni di Tic Tac non sono finite: il brand ha infatti in serbo altre grandi sorprese che verranno svelate nelle prossime stagioni.

