



Communiqué de presse

Octobre 2006

## **Avec Frisk, la créativité n'a pas froid... aux yeux**

**Frisk, l'un des leaders mondiaux de la pastille rafraîchissante pour l'haleine, a organisé une grande campagne destinée à élire les meilleures citations originales. Deux gagnants (un à Zurich et l'autre à Genève) verront leur citation affichée sur d'immenses panneaux publicitaires, dès le 5 octobre prochain.**

Dans le cadre de la campagne promotionnelle « n'Ayez plus peur d'ouvrir la bouche », Frisk démontre, une fois de plus, sa volonté de laisser s'exprimer les consommateurs. Lancée au début du mois de septembre par l'intermédiaire du journal « 20 Minutes » et de sa version en ligne, Frisk a invité les lecteurs à envoyer leurs citations les plus étonnantes, drôles ou créatives. Parmi les très nombreux envois, cinq phrases ont été retenues par un jury mais c'est le public qui a finalement pu élire deux grands gagnants : un pour la ville de Zürich et l'autre pour Genève.

Après un succès colossal aux Pays-Bas, c'est en Suisse que cette action de promotion, placée sous le signe de la créativité, a été menée. La rédaction de « 20 minutes » a pu constater à quel point son jeune public (18-35 ans) était motivé par cette compétition au caractère résolument ludique et dont l'enjeu était double : voir sa citation affichée sur des panneaux géants au cœur de la ville et remporter un voyage pour deux à Ibiza. Parmi les très nombreux lecteurs qui ont voté pour élire leur citation favorite, deux personnes ont été tirées au sort et ont également remporté un séjour sur l'île Espagnole.

Le 5 octobre, c'était en présence des deux lauréats, des représentants de Frisk et de la presse que les deux affiches présentant les citations exclusives des gagnants ont été dévoilées au grand jour. Comme lors de l'édition hollandaise de cette campagne, une bouteille de champagne a contribué à conférer à ce moment un caractère résolument festif.



Nippon Export Award 2005



Best Product of the Year 2006



Si Frisk est devenu un must pour un public jeune et citadin à la recherche de fraîcheur à tout moment de la journée, la marque a démontré qu'elle avait tout sauf froid...aux yeux lorsqu'il s'agissait de créer des synergies avec les gens et de les laisser s'exprimer, en toute liberté.

Pour plus d'informations :

FRISK INTERNATIONAL

Alexandra Ley

Sales Manager Suisse

Email: [alexandra.ley@frisk.be](mailto:alexandra.ley@frisk.be)

Tel.: 0032(0)16-39.50.03

GSM:0032(0)479-43.17.10



Nippon Export Award 2005



Best Product of the Year 2006

