

PRÊMIO JATOBÁ 2025

Como Tic Tac® se conectou com o

**PÚBLICO
JOVEM
— POR MEIO DA
MÚSICA**



The Weber
Shandwick
Collective

Grande agência
Relacionamento com influenciadores

RESUMO

No Brasil, o público jovem-adulto busca marcas que vão além do produto, oferecendo experiências autênticas e criativas que se conectam com seus interesses e estilos de vida. Com isso em mente, Tic Tac® decidiu ampliar sua relevância cultural, escolhendo a música como pilar estratégico de transformação. O Lollapalooza Brasil foi o palco ideal para essa jornada, como um dos principais festivais de música entre jovens adultos, celebrando a diversidade de estilos e personalidades. Tic Tac® fez sua estreia como apoiadora oficial do evento com a campanha “Encontre Sua Vibe”, que usou a mistura de sabores como metáfora para a pluralidade de identidades presentes no festival.

Ativações imersivas, como o Remix de Sabores, que permitia aos participantes criarem combinações únicas, a Vibe Machine, uma experiência gamificada, e espaços instagramáveis, criaram momentos marcantes e compartilháveis. Com o apoio de influenciadores como Ana Clara e Manu Gavassi, a campanha gerou amplo impacto digital:

Foram 230 conteúdos criados por 71 influenciadores e um alcance de 12 milhões de pessoas. *Tic Tac® consolidou-se como uma marca leve, criativa e profundamente conectada à cultura jovem.*



Como Tic Tac® se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

CONTEXTO

Tic Tac®, marca globalmente conhecida por suas pastilhas refrescantes, iniciou em 2023, com o apoio do Primavera Sound, um movimento para fortalecer a sua conexão com o público jovem-adulto brasileiro. Com uma base de consumidores consolidada, em 2025 a marca ampliou a sua relevância cultural no território da música.



GenZ & Millenials E A RELAÇÃO COM AS MARCAS

Transformações no comportamento do consumidor brasileiro, especialmente entre jovens de 18 a 34 anos, indicavam uma mudança clara de expectativas.

Pesquisas como o estudo Beyond Age, da Kantar IBOPE Media (2022), mostram que esse público busca marcas que vão além da função do produto: elas precisam refletir valores, provocar sensações, dialogar com estilos de vida e se posicionar em relação a temas como diversidade e autenticidade.



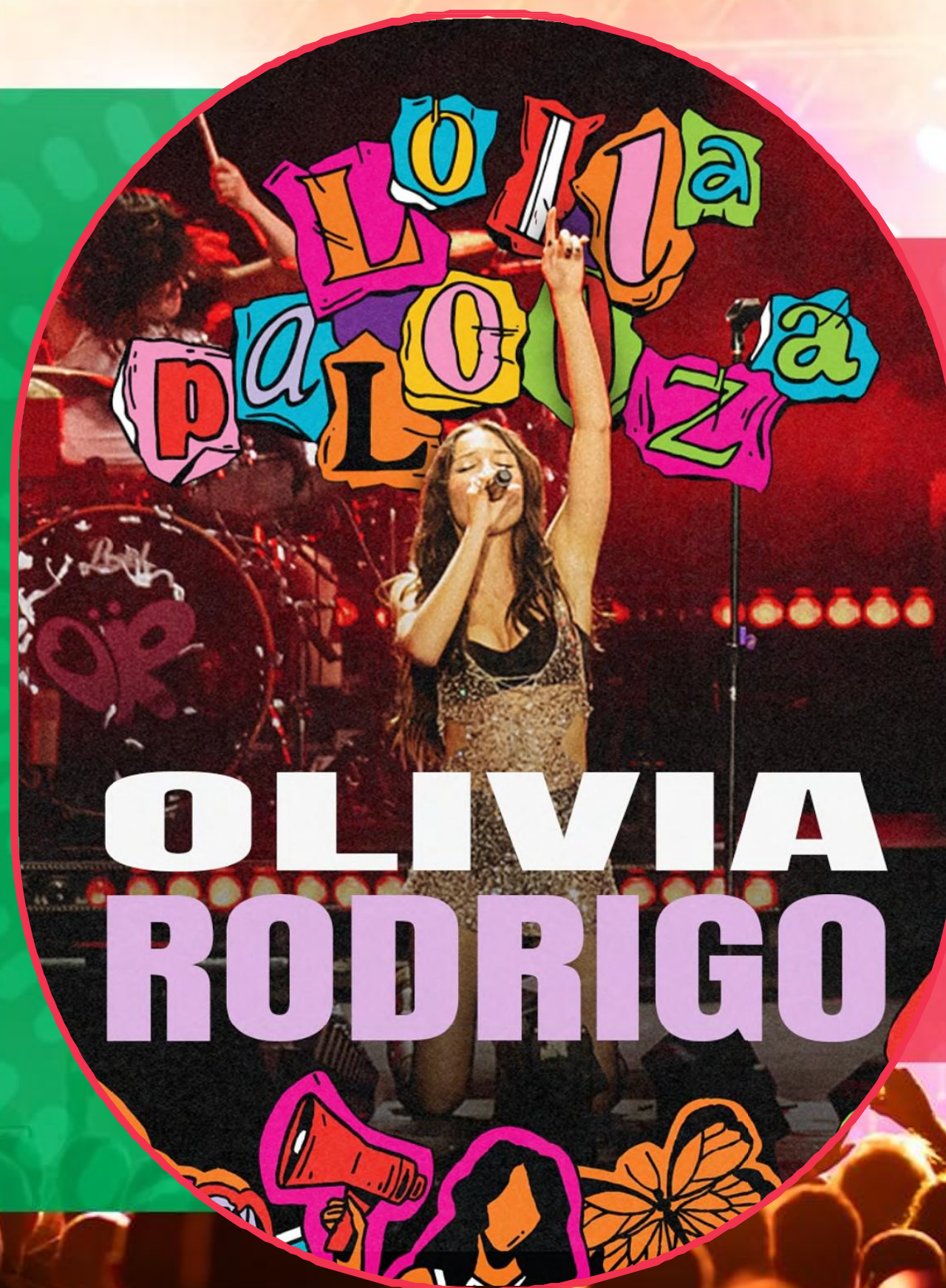
Como Tic Tac se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

CONTEXTO

A relevância do Lollapalooza Brasil

Nesse contexto, festivais como o Lollapalooza Brasil passaram a ocupar um papel central na cultura jovem. Mais do que shows, o evento se tornou um espaço de celebração coletiva, expressão identitária e interação entre marcas e consumidores. A edição de 2025, realizada em São Paulo, reuniu 211 mil pessoas ao longo de três dias, sendo a maioria pertencente à faixa etária de 18 a 34 anos. O festival consolidou-se como um dos principais pontos de contato com esse público, abrindo caminho para experiências de marca imersivas e memoráveis.



A música como instrumento de conexão

A marca aproveitou o território musical para se conectar com o público jovem, tendo o Lollapalooza como sua principal plataforma institucional de ativação em 2025.



Como Tic Tac se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

ESTRATÉGIA

Encontre Sua Vibe

Com o objetivo de fortalecer a conexão com o público jovem-adulto brasileiro e ampliar sua relevância cultural, Tic Tac® desenvolveu a campanha “Encontre Sua Vibe”, que utilizou a mistura de sabores como metáfora para refletir a pluralidade e diversidade desse público. A música foi escolhida como território estratégico, dada sua forte conexão emocional com jovens e sua capacidade de engajar diferentes estilos e personalidades. O Lollapalooza Brasil, um dos maiores festivais de música do país e um ambiente que celebra a diversidade cultural, foi o palco ideal para dar vida à estratégia, que contou com um plano de PR focado em influenciadores digitais, que puderam mixar os sabores em tempo real, já que cada pessoa tem uma ou várias vibes!



Como Tic Tac se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

ESTRATÉGIA

Como fizemos isso?

Durante o Lollapalooza, a ativação foi planejada para transformar Tic Tac® em uma extensão natural da experiência do festival, promovendo interações imersivas. A zona de remix de sabores permitia aos participantes criar combinações únicas e criativas, enquanto a Vibe Machine trouxe elementos de gamificação e diversão alinhados ao espírito inovador da marca. Espaços instagramáveis reforçaram a presença visual e incentivaram compartilhamentos orgânicos nas redes, multiplicando a mensagem de forma exponencial. Para garantir uma conexão autêntica e alcance ampliado, embaixadoras como Ana Clara e Manu Gavassi foram escolhidas para dialogar diretamente com o público-alvo.

Com um time de influenciadores pagos e orgânicos, “Encontre Sua Vibe” foi muito além de uma simples campanha, tornando-se uma experiência cultural e sensorial completa, que posicionou Tic Tac® como uma marca leve, criativa e conectada às paixões e interesses do público jovem-adulto brasileiro.



Como Tic Tac se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025



Estande no Lollapalooza

com uma réplica gigante da embalagem de Tic Tac® (em alusão ao novo formato de 49g do sabor Mix de Frutas);



Vibe Machine

instalação interativa com desafios e prêmios para engajamento in loco;



Espaço Remix

o público criou sua própria combinação de sabores;



Como Tic Tac® se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

PRINCIPAIS AÇÕES



Press kits:

Foram enviados 20 kits para influenciadores, incluindo para a Ana Clara, que foi a embaixadora que cobriu o festival pra marca, contendo os novos sabores e uma caixinha vazia de Tic Tac® para eles personalizarem seu mix no estande da marca do Lolla.



Conteúdo com influenciadores:

71 convidados, incluindo perfis com mais de 12 milhões de seguidores somados; destaque para Ana Clara, José Loreto, Gabriela Rippi e Leo Picon;



Como Tic Tac se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

RESULTADOS

Influenciadores e digital:

230

conteúdos
publicados nas
redes sociais

71

perfis
convidados

alcance
potencial de
+12
milhões

44% dos posts vieram de
influenciadores com
mais de 500 mil
seguidores

engajamento
médio de
50%
nos press kits

88 matérias



A marca se destacou entre as mais comentadas do festival em rankings especializados



Como Tic Tac se conectou com o público jovem por meio da música

PRÊMIO JATOBÁ 2025

PRÊMIO JATOBÁ 2025

OBRIGADO!



The Weber
Shandwick
Collective