



RECO STRATEGIQUE PEAK

Cameroun – Togo – Bénin

Campagne 50ans



Matanga
Agency

Sommaire

Contexte

Problématique

Objectifs

Cibles de consommation

Vision stratégique

The big idea

Conception des éléments graphiques

Lancement de la campagne

Trade



Matanga
Agency

Contexte

La marque PEAK c'est déjà 50 ans de présence dans les marchés d'Afrique centrale et de l'Ouest, en particulier au Cameroun, au Togo et au Bénin.

Grâce à cette longévité, La marque est ancrée dans les habitudes de consommation comme étant un produit de référence. Elle est perçue non seulement comme un lait concentré non sucré (aspect fonctionnel), **mais aussi comme un héritage culturel transmis de génération en génération.**



Matanga
Agency

Problématique

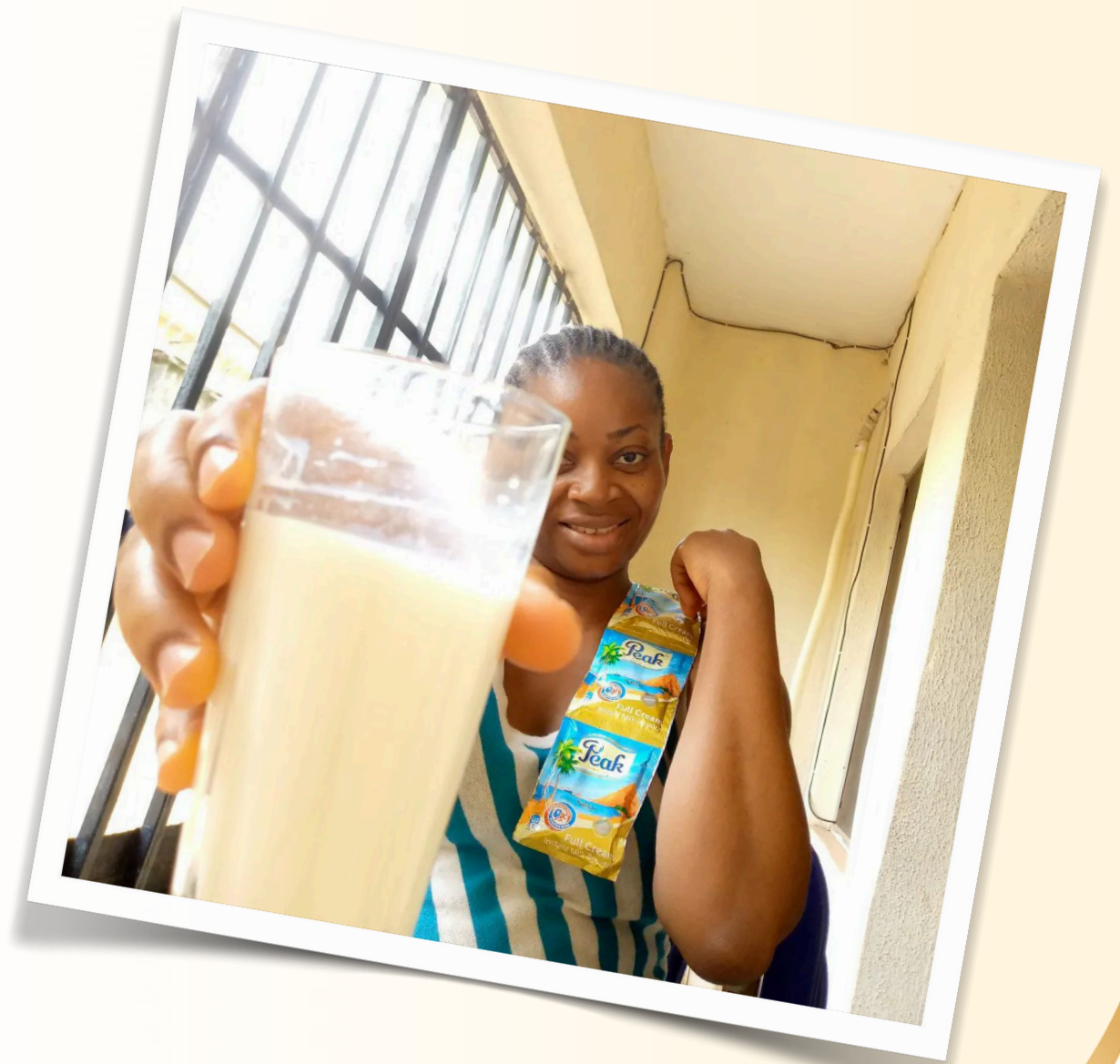
Malgré une position dominante et confortable sur le marché, la marque PEAK doit néanmoins faire face à une concurrence accrue de la part du rival NIDO qui fait une entrée remarquée dans ce segment et souhaite étendre son influence.



Matanga
Agency

Objectifs : Marketing

- **Renforcer la fidélité envers PEAK**, en soulignant sa place légitime dans les foyers depuis un demi-siècle.
- **Renforcer l'image d'une marque inébranlable face à la concurrence**, en mettant en lumière l'aspect patrimonial et intergénérationnel de **PEAK**.
- **Inspirer les consommateurs** en associant PEAK aux valeurs de **réussite**, de **persévérance** et d'**ascension sociale**.



Objectifs : Communication

- **Créer un sentiment d'appartenance fort autour de PEAK** en rappelant son rôle dans la vie quotidienne des familles et son impact sur la réussite personnelle et collective.
- **Positionner PEAK comme un catalyseur de succès en Afrique**, qui aide chacun à atteindre son plein potentiel.
- **Diffuser un message inspirant** à travers des histoires emblématiques de réussite liées aux valeurs de **PEAK**.



Objectifs : Trade

- **Maintenir et ou accroître la part de marché actuelle** face à Nido en consolidant et fidélisant la base de consommateurs.
- **Établir une notoriété renforcée** qui se traduit en ventes directes, notamment via les canaux de distribution.
- **Stimuler l'adoption de PEAK comme produit « indispensable »** pour toute la famille.



Cibles de consommation



Les Familles

Peak les connecte à leur valeur commune et assure à ces familles la santé via l'utilisation d'un produit de qualité.



**Matanga
Agency**

Cibles de consommation



Jeunes adultes (25-35 ans)

Ils sont soucieux de leur bien-être, et celui de leur proche.
Ils s'identifient aux valeurs de la marque, en choisissant des produits de confiance, porteurs d'héritage.



**Matanga
Agency**

Cibles de consommation



Professionnels et personnes actives

Ils sont inspirés par des modèles de réussite et recherchent des marques et ou produits qui leur permettent d'atteindre leur objectif de succès.



**Matanga
Agency**

Vision stratégique



PEAK, la source de réussite pour les générations passées, présentes et à venir : 50 ans de réussite et de transmission de valeurs.

Objectif global

Rehausser la notoriété et le leadership de la marque au sein des marchés camerounais, togolais et béninois en rappelant, via l'association avec des valeurs culturelles et iconiques, l'ancrage profond de cette marque dans l'histoire de ces pays, tout le long de ces 50 années.



Matanga
Agency

Objectif opérationnel

Notoriété : Assurer et conforter le leadership de la marque au sein de son segment de marché.

Ancrage émotionnel : Renforcer les liens que partagent la marque avec sa communauté au travers d'une histoire commune, vécue tout le long de ce demi-siècle.

Visibilité digitale & terrain : Création et exécution de concepts et expériences authentiques, adossés à un narratif émotionnel, qu'on pourra faire vivre aussi bien sur le digital qu'en offline.

Partenariats locaux : renforcer l'ancrage local de la marque, en impliquant des médias, influenceurs et autorités représentatifs des populations et communauté auxquelles s'adresse notre marque.

The big idea : L'héritage continue | The Legacy lives on

Cette idée traduit la volonté de la marque de s'identifier en tant qu'acteur et témoin privilégié des succès passés, présents et à venir de la vie et évolution de nos sociétés. Après 50 années de partage des valeurs, visions, aspirations et réussites communes entre la marque et sa communauté d'aficionados, il est question aujourd'hui, de faire le bilan (héritage) de ce demi-siècle de collaboration, mais aussi affirmer la volonté d'aller au-delà (continuité) en perpétuant cet héritage pour les générations à venir.



Matanga
Agency

Conception des éléments graphiques dédiés à cette campagne :

- **Conception Logo 50ans**
- **Conception packaging 50ans édition limitée**

Le logo spécial 50ans



Matanga
Agency

Le logo spécial 50ans



Matanga
Agency



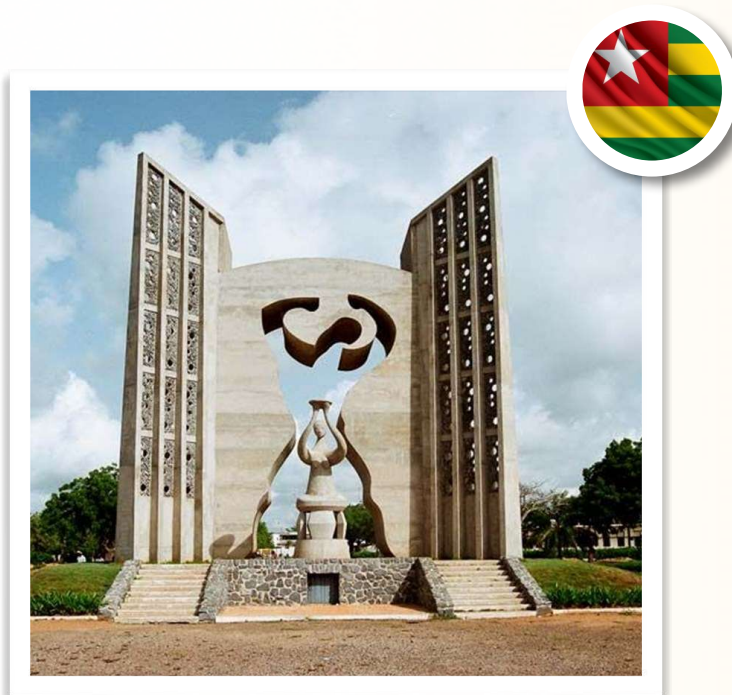
Matanga Agency

Conception packaging 50ans, *édition limitée*

Au cours de la conception de notre proposition, notre challenge était de proposer un design épuré, non disruptif (pas trop éloigné de ce qui existe) et qui pourrait comporter des éléments et ou symboles identitaires propres aux 3 nations mises en vedettes.



**Le Monument
de la Réunification**



**Le Monument de
l'Indépendance**



**Le Monument
Bio Guera**

Conception packaging 50ans, édition limitée



Matanga
Agency

Lancement de la campagne au Cameroun



Matanga
Agency

Cameroun : Ton et Émotion



Passion

Le football comme vecteur d'émotion collective et d'identité nationale.



Espoir

Le sport comme voie d'ascension sociale pour la jeunesse.



Transmission

Le lien entre les légendes d'hier et les champions de demain.

Lancement officiel de la campagne 50ans

- **Campagne médias** : Outdoor, Spot tv et radio, déclinaison digitale.
- **Activation digitale** : Campagne d'influence et élaboration de contenus autour du concept #PEAKthemoment.
- **Concept event** : Match d'exhibition, PEAKNIQUE, PEAK5, PEAK Fanzone.



Matanga
Agency

Au Cameroun, le football est ROI

Au Cameroun, le football est le “sport ROI”, l’élément fédérateur par excellence. Le football est sûrement l’un des rares sujets sur lequel les camerounais interagissent avec autant de fougue, de passion et de dévotion. Les icônes qui ont façonné et façonnent encore ce sport, font certainement parties des personnalités les plus respectées et adulées du pays.



Matanga
Agency

Campagne Outdoor : Keys points



Le football :

- Religion absolue au Cameroun
- + grand vecteur de rassemblement du “Continent”.



L'héritage des lions indomptables :

- Une épopée jalonnée de succès (seconde équipe la plus titrée sur le plan continental)
- Une fierté pour le continent (1ère équipe africaine à atteindre les quarts de finale de la coupe du monde - *Mondial 1990*).



La transmission du fighting spirit “Hemlé” :

- Un des plus grand réservoir de légende passée (Eto'o, Milla, Nkono...) et à venir (Baleba, Onana, Mbeumo...) du continent africain.
- Une histoire qui continue à s'écrire, avec des moments iconiques, par exemple la qualification pour le mondial 2022 marquée par l'élimination de l'Algérie à Blida.

Key visual



Matanga
Agency



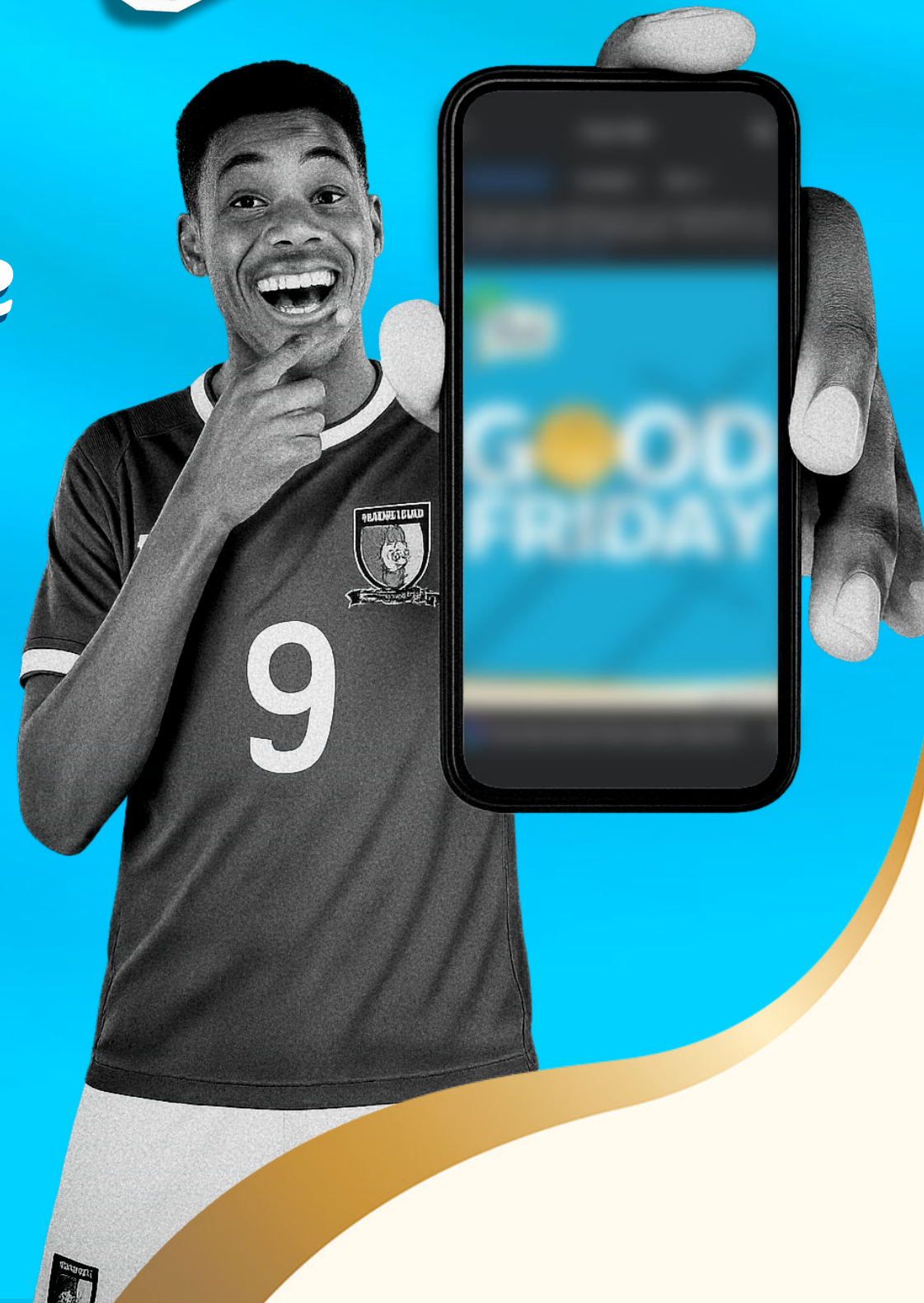
Simulation



Matanga
Agency

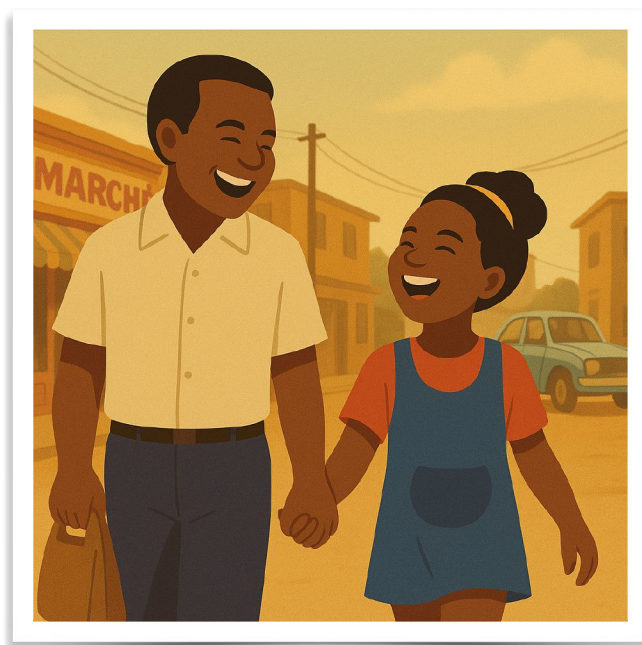
Campagne Médias

- Spot TV & radio
- Campagne Digitale



Spot TV

ACTE 1 – 1984 : Le souvenir fondateur
18 Mars 1984, finale de la CAN Côte d'Ivoire opposant les Lions Indomptables du Cameroun aux Supers Eagles du Nigeria



Scène 1 : Marche complice

Un papa d'une quarantaine d'années, marche avec sa fille adolescente (une quinzaine d'années). Ils discutent tous les deux et rigolent.



Scène 2 : Le match attire la foule

Ils arrivent devant une boutique bondée. En effet, il y'a un groupe d'individus regroupés autour d'un poste radio. En fond on entend les voix des commentateurs qui animent le match qui est entrain de se jouer. Tout le monde est attentif à leur propos.



Scène 3 : Immersion

Ils arrivent devant une boutique bondée. En effet, il y'a un groupe d'individus regroupés autour d'un poste radio. En fond on entend les voix des commentateurs qui animent le match qui est entrain de se jouer. Tout le monde est attentif à leur commentaire.

Ps : Tout au long de ces scènes, on entend clairement les voix des commentateurs, depuis le poste radio.



**Matanga
Agency**

Spot TV



Scène 4 : L'achat rapide

Elle entre et trouve le marchand. Ce dernier, concentré sur le suivi du match, lui demande rapidement ce qu'elle désire, l'adolescente pointe du doigt la boîte de PEAK située sur le présentoir derrière le marchand. Il s'exécute rapidement et lui remet la boîte demandée.



Scène 5 : L'explosion de joie

Au moment où elle récupère la boîte et se retourne pour demander les sous à son père, les commentateurs se mettent à crier : **BUUUUUUTTTTTTTT !!!** A leurs cris, s'ajoutent les cris de joie, euphoriques et hystériques de tous ceux présents à la boutique.



Scène 6 : La fierté

Tout le monde crie, saute de joie, danse. L'adolescente assiste à cette scène et regarde son père sauter de joie avec le reste des individus présents. Elle affiche un large sourire sur son visage et tient fermement la boîte de lait PEAK, tout proche de son cœur.

Ps : Tout au long de ces scènes, on entend clairement les voix des commentateurs, depuis le poste radio.



**Matanga
Agency**

Spot TV

ACTE 2 – 2025 : La transmission

Une famille s'apprête à partager un repas en cette belle matinée de samedi.



Scène 7 : Petit déjeuner familial

Une jeune maman (une trentaine d'années), place dans un plateau, un assortiment de nutriments pour le petit déjeuner, notamment : des tranches de pains tartiné, du beurre... et surtout une boîte de lait en poudre PEAK. Dehors on entend les voix de plusieurs adultes et d'un enfant, qui semblent s'amuser.



Scène 8 : Le dressage terminé

La jeune maman sort avec le plateau et le dépose sur une table, dans la cours, déjà dressée et comportant le reste des éléments du petit déjeuner. Elle finalise le dressage de la table et affiche un sourire satisfait. Elle se retourne ensuite et appelle les personnes* qui jouent au football à quelques mètres d'elle.



Scène 9 : Le geste de transmission

Une fois installée, la grand-mère, toute souriante, saisit son verre de lait et le transmet à sa petite fille, qui lui sourit en retour. Les deux échanges un regard affectueux avant que la petite fille ne se saisisse du verre.

***personnes : un homme âgé (60+), une femme âgée (60+), un homme adulte (35+) et une enfant de 5 ans maximum.**



**Matanga
Agency**

Spot TV



Scène 10 : La joie finale de la petite fille
Après avoir pris une grande gorgée de
lait. La petite fille tient le verre et
affiche un grand sourire satisfait et
joyeux. La camera reste focus sur elle, et
on entend en fond une voix suave et
sensuelle d'une femme dans la
trentaine.



Voix Off : Depuis 50 ans, PEAK
accompagne les générations... dans
les petits déjeuners, les grandes
victoires, et les souvenirs inoubliables.

Avec PEAK, l'héritage continue.



**Matanga
Agency**

Spot Radio

Durée : 45 sec – adaptable à 30 ou 60 sec

Tonalité : Émotionnelle, vivante, intergénérationnelle, rythmée par le foot.

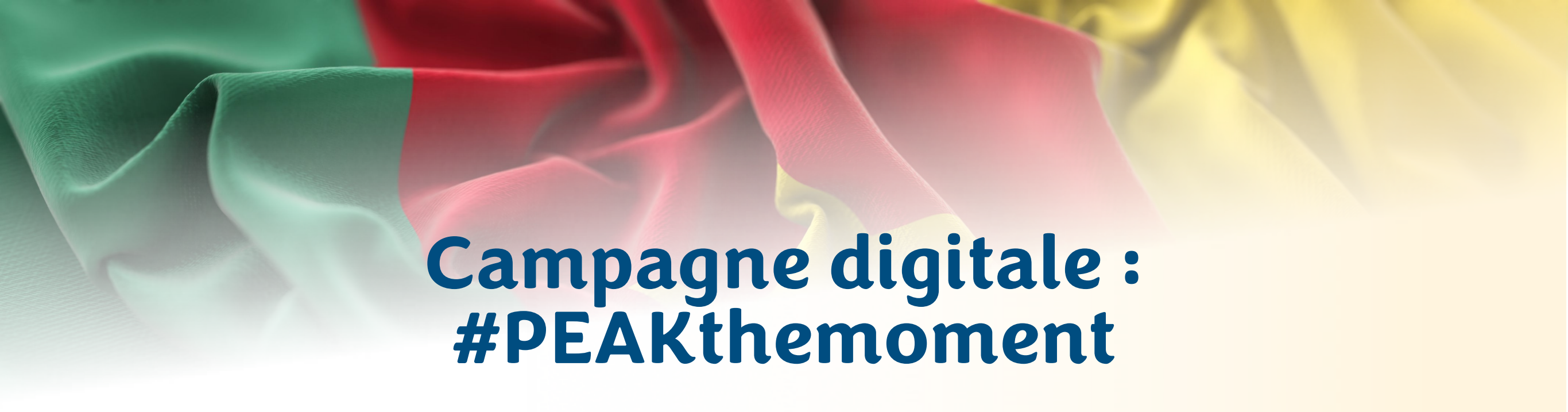
 [SFX – bruit d’ambiance : marché populaire, radio grésillante]
COMMENTATEUR RADIO (voix excitée, années 80) : « Et c’est le Cameroun qui attaque ! Il déborde sur l’aile gauche... Il centre... Et... BUUUUUUTTTT !!! »

 [SFX – explosion de joie, cris de foule, applaudissements]
VOIX ENFANTINE (fille, émerveillée) : « Papa ! Ils ont marqué ? »
VOIX DU PÈRE (rire) : « Oui ma fille ! C’est comme ça qu’on écrit l’histoire. »

 [SFX transition douce – fond musical chaleureux + ambiance de petit déjeuner moderne]
VOIX FEMME ADULTE (douce et affirmée) : « Aujourd’hui, c’est moi qui partage cette histoire... avec ma fille. »
VOIX ENFANT (rire + joie) : « Maman, encore un peu de lait PEAK ! »

 [SFX – bruit de lait versé dans un verre]
VOIX-OFF FEMININE (chaleureuse, posée) : « Depuis 50 ans, PEAK accompagne les générations... dans les petits déjeuners, les grandes victoires, et les souvenirs inoubliables. »

TOUS EN CHŒUR (voix multi-générations) : « Avec PEAK... L’héritage continue. »

The top of the slide features a close-up, artistic shot of the Cameroon flag, showing the green, red, and yellow horizontal stripes with a white border. The flag is draped and folded, creating a sense of movement and texture.

Campagne digitale : #PEAKthemoment

Contexte : Nous avons suffisamment insisté sur la place prépondérante qu'occupe le football dans le coeur des camerounais. En effet, ce sport est profondément ancré dans la culture, le vécu, les expériences communes et individuelles des camerounais. Chaque "Continental", quelque soit son âge, son ethnie, son milieu social, dispose d'une histoire ou expérience vécue au travers de ce sport, avec les Lions Indomptables.

Le but de cette campagne, serait donc de mettre en avant les différents témoignages, histoires et anecdotes des fans de l'équipe fanion du football camerounais via le format viral et trendy du micros-trottoirs.



**Matanga
Agency**

#PEAKthemoment : Mon histoire avec les Lions...



Tant d'histoires à raconter...



Cindy, 23 ans - étudiante
J'étais à Olembe, en 2022...
l'élimination en demi
contre l'Égypte m'a fait
mal au cœur.



Rosine, 33 ans - Mère au foyer
En 2017, j'étais enceinte de mon
premier fils, pendant toute la
CAN, j'avais des palpitations. Le
médecin m'a même interdit de
regarder les matchs. LOL



**Tonton Eugène, 56 ans
- Vendeur à la sauvette**
En 90, c'est seulement
que les arbitres nous ont
fait le baaaadd, sinon
on gagnait la coupe là !



**Aristide, 38 ans -
Mécanicien**
Lorsque Womé a raté le
penalty, massah, le pater a
failli casser la télé. Tous les
grands du kwat étaient
malades...



**Matanga
Agency**

Mécanisme

Un influenceur connu et populaire (**disposant d'une forte communauté TIKTOK et INSTAGRAM**) sera choisis. Celui-ci, aura pour rôle de parcourir les plus grandes villes du pays (Douala, Yaoundé, Buea...) afin d'interviewer des passants (individus lambdas) sur les places publiques les plus côtoyées (marchés, carrefours, aires de jeu...). Les personnes approchées seront incitées (**via des récompenses : boîtes de lait, gadgets, goodies...**) à participer au micro-trottoir en racontant des anecdotes personnelles et expériences vécues par rapport aux Lions Indomptables.

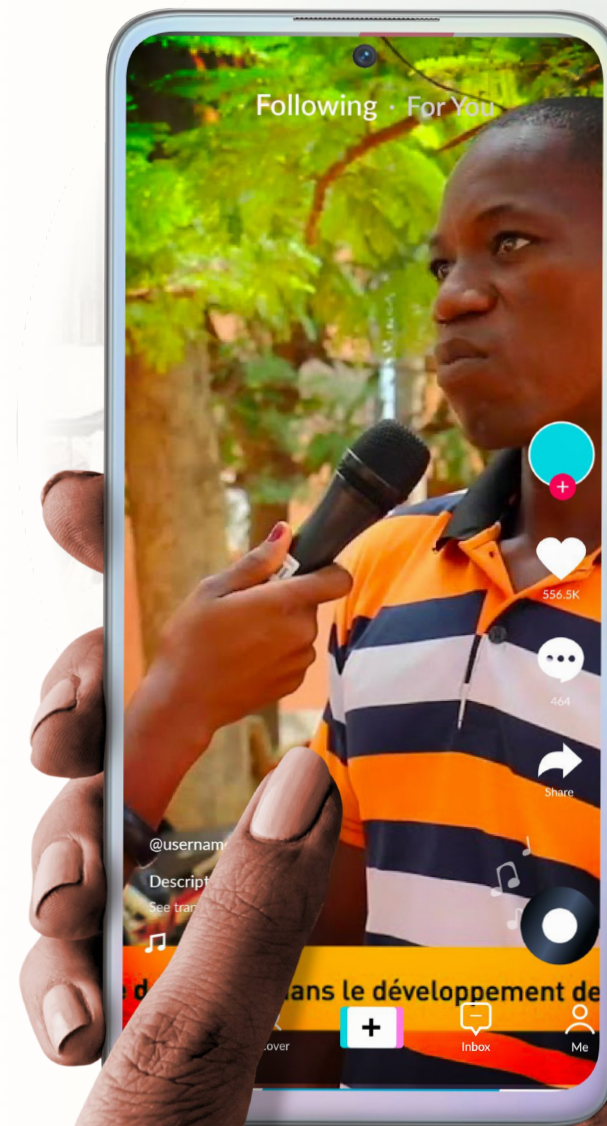


Matanga
Agency

Mécanisme

Le micro-trottoir sera retransmis sur les pages RS de l'influenceur, accompagné des hashtags **#PEAKthemoment**, **#PEAK50** et **#PEAKmilk**. Ces hashtags serviront à amplifier l'activité et permettront **(via des mécanismes d'incitation : Jeux concours)** à tous de participer et ainsi de permettre à tout le monde de raconter son histoire.

PS : Un filtre aux couleurs de la marque sera spécialement conçu pour les plateformes TIKTOK et INSTAGRAM.



Matanga
Agency

Quelques profils d'influenceurs



Diana Bouli

 **574k followers**

 **+ de 3.6M followers**

kamerlife

193 100 followers 

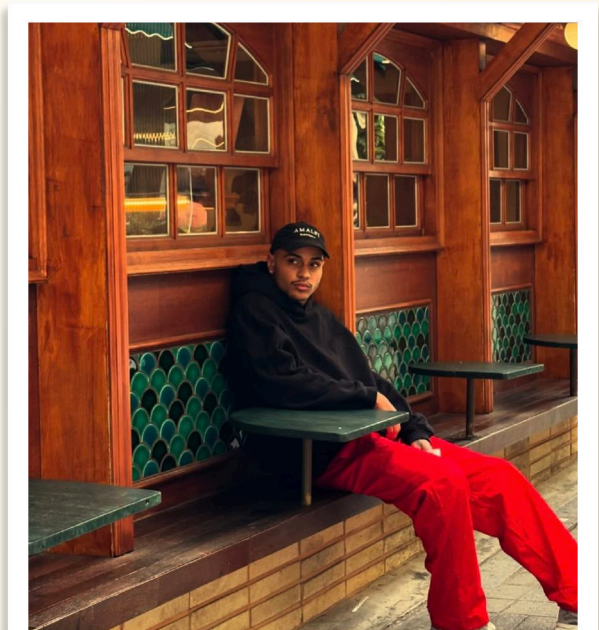
414.3k followers 



David Lord

 **7105 followers**

 **+ 1.3M followers**



Key points

- **Naming concept** : #PEAKthemoment
- **Typologie** : Campagne digitale
- **Format** : Micro-trottoir
- **Média** : Réseaux sociaux (Tiktok & Instagram)
- **Cibles** : Personnes diverses, sans distinction de genre, ethnique, sociale ou professionnelle
- **Période souhaitée** : Août - Septembre
- **Lieu** : Douala, Yaoundé, Buea
- **Ressources physiques** : l'influenceur, l'équipe de tournage ou d'accompagnement (2 à 3 personnes).
- **Ressources matérielles** : l'équipement pour l'enregistrement, les nombreux gadgets et ou supports



Concept event

- **Kick Off : Match d'exhibition**
- **PEAKNique**
- **PEAK5**
- **PEAK Fanzone**

Les icônes choisies

Afin de rehausser la qualité de toutes les activités conçues autour du football, la marque fera appel à 2 ambassadeurs ou Icônes du football camerounais. Ces Icônes représentent l'ancienne mais aussi la nouvelle génération du football camerounais. Il s'agit de :



Roger Milla

Légende du football Camerounais et africain, élu footballeur africain du siècle par l'Équipe en 2001. ✕

Aboubakar Vincent

Capitaine emblématique des lions indomptables et deuxième meilleur buteur de l'histoire de la sélection.



**Matanga
Agency**

Match d'exhibition : Vétérans VS Juniors

Le match d'exhibition est l'activité phare qui lancera officiellement la campagne. Son but sera de donner le ton ainsi que la thématique centrale (le football) qui servira de plateforme d'expression à toutes les activités et events qui suivront.

Concept :

Le match d'exhibition Vétérans vs Juniors est un match de football qui opposera les anciens joueurs (retraités) du football camerounais aux joueurs en activité. Les joueurs concernés seront des joueurs issus du championnat local, aussi bien de la MTN Elite one, que des championnats annexes (semi pro et amateurs).



Matanga
Agency

Match d'exhibition : Vétérans VS Juniors



Un lieu mythique : Le match d'exhibition se jouera dans le stade Mbappé-Lépé. Ce stade, anciennement stade Akwa, est un stade de football de la ville de Douala, au Cameroun. Construit en 1958, il porte le nom d'une légende du football camerounais, l'international camerounais **Samuel Mbappé Léppé**, ancien capitaine des Lions indomptables, mort en 1985.



**Matanga
Agency**

Les préparatifs

Les ambassadeurs

Les icônes (préalablement contactées et engagées) seront mis à disposition afin de participer à l'évènement. Ils auront pour rôle d'assurer leur statut d'ambassadeur de la marque, ceci en participant de manière active à la communication dédiée à cet évènement.

Les équipes et staff

Le SYNAFOC (SYNDICAT NATIONAL DES FOOTBALLEURS CAMEROUNAIS) qui est l'organisme qui fédère le métier et acteurs du football camerounais, devrait être contacté, afin que ces derniers puissent nous fournir les informations nécessaires afin de rassembler les 23 acteurs (plus les différentes équipes techniques) qui pourront participer à ce match.

Les préparatifs

L'administration

Les procédures pour l'accréditation de l'occupation du stade seront engagées. En plus, les autorités administratives et culturelles seront invitées.

Les fans et groupes d'animations

Des groupes d'animations seront sollicités afin d'égayer et rythmer l'activité. Ainsi des groupe traditionnel portant des styles musicaux tels que : L'abelé ou le Mbolé seront sollicités. En ce qui concerne les spectateurs, il s'agira principalement de connaissances et supporters des différentes équipes.

Conception et production de supports et gadgets

Les supports de communication et gadgets seront conçus et produits dans les plus bref délais, afin que le Jour J, nous puissions les déployer sur l'ensemble de l'espace dédiée à cette activité.



**Matanga
Agency**

Simulation de quelques supports



Matanga
Agency

La communication

Le digital :

Le contenu (visuel + vidéo de teasing) sera relayé sur les réseaux sociaux et partager au plus grand nombre.

L'affichage :

Une campagne d'affichage ciblée sera mis en place autour du stade, mais aussi des principales aires de jeux de Douala.

La radio :

Des annonces seront effectuées au sein des chaînes Radios et rubriques sportives les plus plébiscitées.



L'exécution le Jour J : Avant le match

Déploiement, la veille, du Setup event

Les supports produits (flybanner, arche gonflable, etc) seront installés et déployés sur le site (aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur).

Installation des équipes et mise à disposition du stade

Les différentes équipes et leur staff, devraient arriver le plutôt possible afin de s'approprier les espaces qui leur seront dédiés et ainsi commencer à se préparer physiquement et tactiquement pour le match à venir.

Réception et installation des supporters, autorités administratives et culturelles

Les supporters pourront arriver et s'installer à leur guise, néanmoins un accueil spécial sera mis en place pour les autorités administratives et culturelles, qui seront installés à des places spécialement dédiées à leur stature.



**Matanga
Agency**

L'exécution le Jour J : pendant le match

Animations et danses

Quelques minutes avant le début du match, un groupe de danse traditionnelle devait assurer le show.

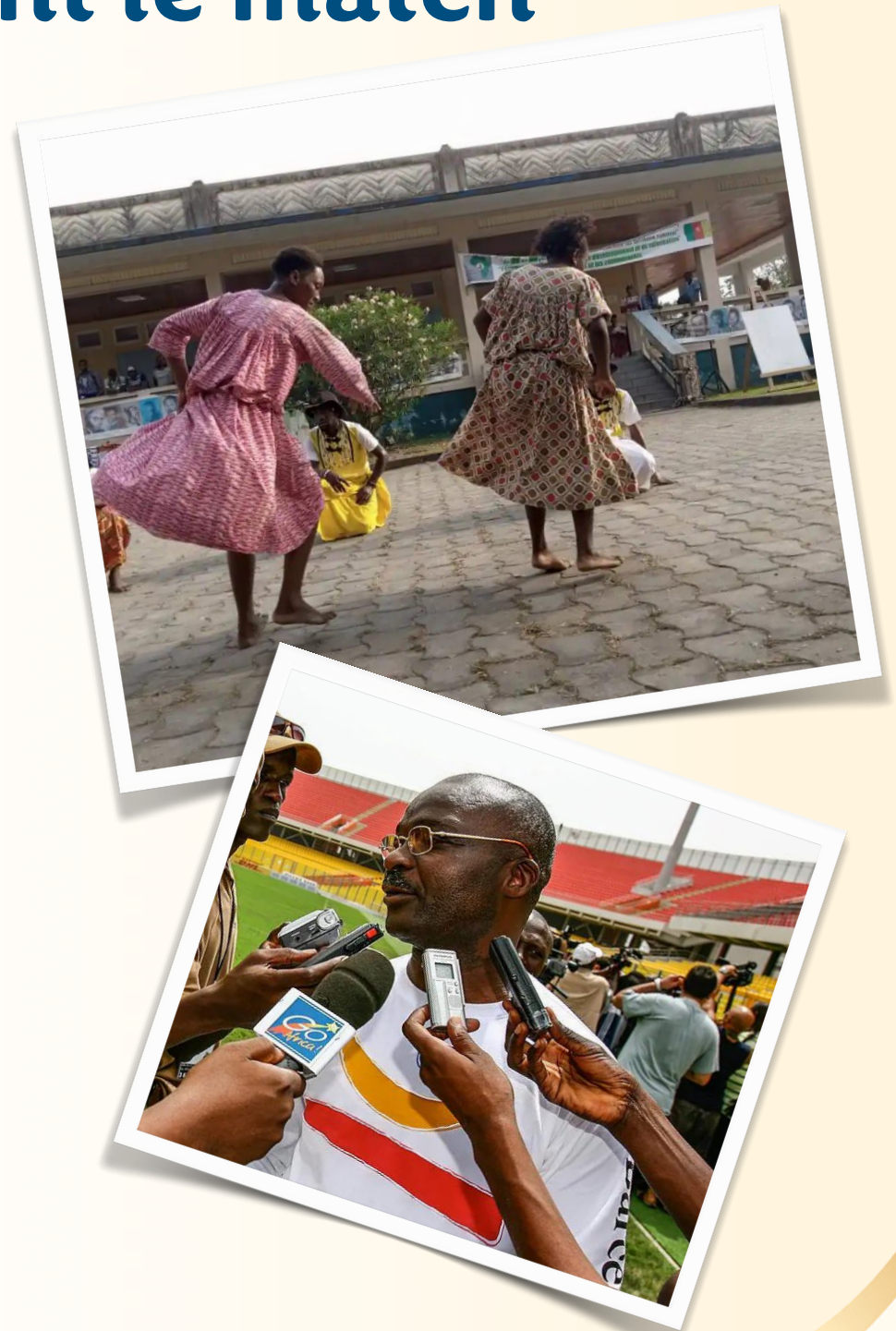
Discours et engagement de la part de notre Ambassadeur

Notre Ambassadeur et légende du football camerounais : **M. Roger Milla**, devrait prendre la parole (discours bref) et effectuer l'engagement.

Début du match

Les deux équipes pourront enfin s'exercer et montrer à toutes les personnes présentes, l'étendue de le savoir-faire.

PS : à noté qu'il y'aura à nouveau des activités et animations culturelles pendant la pause.



L'exécution le Jour J : Après le match

Cérémonie de remise des trophées

Les autorités seront sollicitées afin de participer à la remise des différents trophées : **Meilleure équipe, meilleur joueur.**

Distribution des différents cadeaux aux supporters

Les supporters ne rentreront pas les mains vides, ils recevront de nombreux cadeaux et gadgets : **T-shirts, casquettes, parapluies, boîtes de lait...**

La “séparante”

Au Cameroun, le terme séparante traduit un repas ou encas organisé à la suite d'un événement. Ainsi, les autorités, les joueurs et les invités VIP seront conviés à participer à un repas organisé par la marque au sein d'un établissement gastronomique de la place.



Amplification



Matanga
Agency

Chronogramme



- **8h-9h** : Arrivée des équipes. Vérification des installations et ajustements
- **10h - 11h** : Arrivée des équipes de football, staff techniques. Début des échauffements et reconnaissance du terrain.
- **12h** : Arrivée et installations des convives VIP. Arrivée des supporters et fan clubs
- **12h30** : Début des activités et animations culturelles (show du groupe de danse traditionnelle)
- **12h45** : Discours de l'ambassadeur de la marque, la légende M.Roger Milla
- **13h** : Engagement et début du match
- **13h45** : Show artistique à la mi-temps
- **14h** : Reprise du match.
- **14h50** : Fin du match
- **15h - 15h30** : Remise des différents prix et trophées
- **15h30** : Discours de fin du représentant de la marque. Remise des différents cadeaux et goodies aux supporters, restauration rapide (barquettes alimentaires + boîtes de lait PEAK)
- **16h - 18h** : Séparante, moment de détente, échanges et restauration dans un établissement gastronomique de la place.

Key points

- **Naming concept** : Match d'exhibition : Vétérans VS Juniors
- **Typologie** : Évènement sportif
- **Format** : Match de football
- **Média** : Radios, affichage
- **Cibles** : Professionnels et amateurs de football, fans de football, autorités administratives et culturelles
- **Période souhaitée** : Septembre
- **Lieu** : Douala
- **Ressources physiques** : Equipe event, Joueurs (23), staff technique, hôteses, Fan club et groupes d'animation.
- **Ressources matérielles** : l'équipement sportifs (maillots, ballons...), des nombreux gadgets à distribuer et un stock conséquent de produits PEAK.



Le PEAKnique

Concept :

Un pique-nique est un repas pris en plein air dans un cadre champêtre et installé par terre. le pique-nique est un repas agréable, préparé à l'avance et souvent d'une durée prolongée. **On l'emporte pour le prendre en famille ou entre amis dans un site choisi pour son agrément : dans la nature, dans un jardin, sur une plage, etc.**

Notre **Peak Nique** consiste à réunir, dans un espace agréable et ouvert, un ensemble de personnalités et anonymes qui pourront échanger et discuter sur des sujets portant sur le football.

***L'évènement aura lieu dans les 2 plus grandes villes du pays : Douala et Yaoundé.**



La communication

Campagne d'influence sur le digital

Sur le **digital**, une campagne d'influence sera créée. Cette campagne permettra non seulement d'informer et d'annoncer l'événement auprès du public ciblé, mais aussi de générer une certaine **"Hype"** autour de l'événement, au travers d'une campagne d'influence mettant en avant les déclarations et ou confirmations de présence (confère diapo suivant), de la part des différentes personnalités (têtes de liste) conviées à y participer.



La communication

Annonce et jeux concours sur la radio

Des chaines radios et ou rubriques sportives seront sélectionnées afin de faire la promotion de l'événement, au travers de **jeux concours** permettant de gagner des lots, mais aussi compris des billets afin d'assister à l'événement, et ainsi permettre à des personnes lambda de rencontrer, partager un moment exceptionnel avec leurs idoles.



Jeux concours

Un Jeu concours sous forme de questions-réponses sera lancé au cours des rubriques sportives des chaînes radios sélectionnées. Il s'agira de questionner les fans de foot.

Les questions porteront sur la carrière de leur idole, par exemple : **Au cours de la CAN Gabon 2017, Aboubakar Vincent a marqué combien de buts ?** Des questions de ce type, permettront aux fans de ces idoles, de faire étalage de leur connaissance sur la carrière de leurs icônes.

Une fois qu'un participant atteindra le quota de points nécessaires, il sera invité à venir au sein des locaux de la chaîne radio, afin de recevoir un Gift bag contenant un ensemble de gadgets : **T-shirt, mug, éventail...** et recevra aussi le billet d'invitation qui lui permettra de participer au Peak Nique.



Matanga
Agency

La logistique

Le lieu sélectionné pour l'accueil de l'événement à Douala, sera **le palétuvier Matanda de Bonabéri**. Le cadre est idéal pour la réception d'un pique-nique (en ce qui concerne le lieu idéal Yaoundé, la recherche est toujours en cours). Le lieu sélectionné sera habillé pour l'occasion. On y installera un ensemble de supports et gadgets de la marque qui rendront l'expérience plus immersive et attrayante. Ces gadgets ou supports sont les suivants : **Photocall, flybanner, set de pique nique, Babyfoot...** De plus, les hôtes et membres du staff, seront habillés de manière particulière.



**Matanga
Agency**

Les préparatifs

Les invités

L'évènement accueillera deux types d'invités :

- **Les invités VIP**, sont les personnalités (influenceurs, joueurs de football pro ou amateurs, chroniqueurs et journalistes sportifs) qui grâce à leur statut, expertise et profession, pourront avoir accès à l'évènement et recevoir leur billet d'invitation.
- **Les gagnants du jeu concours**, se sont les individus qui auront participé et gagné le jeu concours dédié à l'évènement qui sera organisé et activé via des chaînes radios de la place. Outre les gains en terme de gadgets et de goodies, ces personnes recevront aussi leur billet d'invitation pour participer au PEAKnique et ainsi avoir l'occasion d'échanger un moment ludique et inoubliable avec leur idole.

Le Setup event

Le **PEAKnique** se veut être un événement ludique, décontracté et chic. Une attention particulière sera portée sur la tenue du personnel mis à disposition pour le service.



**Matanga
Agency**

Simulation de quelques supports



L'exécution le Jour J

Déploiement, la veille, du Setup event

Les supports produits : flybanner, arche gonflable, Selfies frames, photocal, rollup, etc, seront installés et déployés sur le site.

Arrivée des équipes

Les équipes composées des : hôteses, steward, service traiteur, team event Matanga et représentants Friesland Campina Cameroun, devront se réunir le plutôt possible sur le site (9 heure) afin d'effectuer les derniers ajustements et s'apprêter à recevoir les convives.



L'exécution le Jour J

Réception des invités et début de l'événement

Comme mentionné plus haut, l'événement aura lieu au **Palétuvier Matanda de Bonabéri**. Il se déroulera entre 13h et 18h. Les invités seront reçus sur le site à partir de 12h. À leur arrivée, ils pourront participer à des séances de photographies avec l'équipe pro dédiée à cette activité et auront pour accessoire des selfies frames. Par la suite, ils seront installés et pourront ainsi bénéficier de l'expérience créée sur mesure pour eux :

- **Restaurations (barbecue, pâtisseries, cocktails)**
- **Jeux (babyfoot, jeux de société)**
- **Prestations artistiques, avec la participation d'un groupe de danse traditionnelle (Mbolé, Abélé)**
- **Échanges enrichissants et relaxation.**

À la fin de l'événement (18h), les invités recevront un ensemble de gadgets et des packs de lait PEAK édition Spécial 50ans.

L'évènement en images



Roue de la chance: pour
gagner des goodies de la
marque



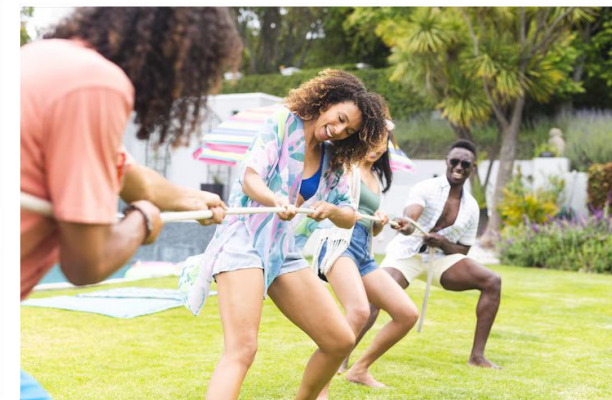
Jeux en équipe : tir à la corde, jenga, cup matching, babyfoot, puzzle



Vente de grillades : par Le **FriendsFood** notre partenaire restauration



Fauteuils palettes



Matanga Agency

Amplification



Matanga
Agency

Key points

- **Naming concept** : PEAKnique
- **Typologie** : Évènement récréatif, expérience outdoor
- **Format** : Pique-nique
- **Média (jeux concours)** : Radios, Réseaux sociaux
- **Cibles** : Professionnels et amateurs de football, fans de football, autorités administratives et culturelles, journalistes, chroniqueurs sportifs, influenceurs
- **Période souhaitée** : Novembre
- **Lieu** : Douala & Yaoundé
- **Ressources physiques** : Equipe event Matanga, hôtesse, stewards, prestataire service traiteur.
- **Ressources matérielles** : l'équipement sportifs (maillots, ballons...), des nombreux gadgets à distribuer et un stock conséquent de produits PEAK.



PEAK5

Contexte :

Le futsal est le football joué en salle de petite taille reconnu par la FIFA (le mot est une contraction de l'espagnol « fútbol sala », football en salle). Il se joue entre deux équipes qui ont chacune cinq joueurs sur le terrain à tout moment, avec une rotation de remplaçants et un ballon plus petit qu'au football, plus dur et moins rebondissant. En plus d'être un sport professionnel à part entière, avec des championnats nationaux et internationaux, il est également considéré comme un éducatif pour le football à onze.

Ce sport prend de plus en plus d'ampleur, de visibilité et de notoriété dans l'esprit des fans et pratiquants du football, aussi bien sur le plan national qu'international.



**Matanga
Agency**

PEAK5

Concept :

Le PEAK5 est un événement sportif entièrement dédié au futsal. Une compétition qui permettra aux amateurs de football en salle d'exprimer leur talent.

Le principe est simple : En collaboration avec les entités et autorités concernées, la marque PEAK organise un championnat local de Futsal. Ce championnat aura lieu à Douala et sera **le rendez-vous incontournable de ce sport au Cameroun**. Le but étant de rééditer annuellement cet événement et ainsi permettre à PEAK de se positionner comme marque référence de ce sport en pleine expansion.



Matanga
Agency

Le recrutement



Le recrutement des commentateurs

Le Jeux concours PEAKThemic :

Les commentateurs seront recrutés sur la base d'un jeux concours qui permettra de dénicher des jeunes talents, des voix exceptionnelles qui pourront faire leur premier pas dans le monde du journalisme sportif.

Le concours PEAKtheMIC est une compétition digitale (suivie sur Tiktok) où des jeunes (agées entre 18 et 30 ans, hommes et femmes) devront poster des vidéos d'eux mêmes entrain de commenter un match de football (aléatoire) accompagnées du hashtag **#PeakThemic**. Les 5 vidéos qui recevront le plus de likes, seront sélectionnées, et les jeunes sur ces vidéos seront appelés à participer à une session live, en présentiel, dans un studio, accompagné d'un jury de professionnels (chroniqueurs radios et commentateurs) qui choisiront à leur tour les 2 talents (dans les 5) qui auront la lourde responsabilité d'animer le PEAK5, tout le long du la période concernée.

***PS : Tout le long de la compétition du PEAK5, les commentateurs en herbe, seront accompagnés et aidés par les membres du jury, qui assureront le mentoring de ces derniers.**



Matanga
Agency

Le recrutement

Le recrutement des commentateurs

Le Jeux concours PEAKThemic :

La communication autour de ce concours sera effectuée sur les réseaux sociaux (comptes Tiktok d'influenceurs sélectionnés) via des visuels et vidéos de teasing & présentation, et dans les chaines radios.



Peak 50
DEPUIS 1954

Tu es un jeune, passionné de football.
Tu as une voix exceptionnelle,
tu kiffes le métier de commentateur,

Viens Peak
The mic

et gagne l'opportunité de faire
tes preuves au cours du
championnat de PEAK5
qui se déroulera du
7 au 24 Déc à Dla.



**Matanga
Agency**

Le recrutement

Le recrutement des équipes

Afin de recruter le maximum de joueurs et ainsi former le plus d'équipes possibles (24 maximums), une communication d'affichage ciblée (prospectus, banderoles...) sera déployée au niveau des quartiers dits jeunes, populaires et estudiantins. Cette campagne sera soutenue par une communication intensive et suivie sur les chaînes radios, mais aussi sur les canaux digitaux via une campagne d'influence cohérente et impactante.



Matanga
Agency

Les préparatifs

Les équipes

Des critères d'éligibilité seront édités, les équipes qui rempliront toutes les conditions seront retenues. Une fois qu'un nombre total de 24 équipes sera atteint, le processus de recrutement des équipes sera arrêté et les équipes retenues recevront des notifications et ou messages comportant les mécanismes, règles et instructions qui régiront et assureront la bonne tenue du championnat. Les équipes seront aussi invitées à venir récupérer le matériel qui sera mis à leur disposition et qu'ils utiliseront tout le long de la compétition.

Les ambassadeurs

En dehors des ambassadeurs principaux de la campagne **PEAK50 (R.Milla et V.Aboubakar)**, d'autres personnalités locales du football camerounais seront recrutés et permettront, grâce à leur expertise et notoriété, d'apporter un plus au championnat en terme de qualité et de visibilité.



**Matanga
Agency**

Les préparatifs

Le staff technique

Il sera composé de 2 coordinateurs sportifs (professionnels et experts du football camerounais), d'une équipe sanitaire, de l'équipe audiovisuelle **(comprenant les jeunes commentateurs retenus via le concours #PeakThemic)**, de prestataires gastronomiques, de l'équipe event de l'agence.

Les fans clubs et supporters

En dehors des ambassadeurs principaux de la campagne **PEAK50** (R.Milla et V.Aboubakar), d'autres personnalités locales du football camerounais seront recrutés et permettront, grâce à leur expertise et notoriété, d'apporter un plus au championnat en terme de qualité et de visibilité.

Conception et production de supports et gadgets

Les supports de communication et gadgets seront conçus et produits dans les plus bref délais, afin que le Jour J, nous puissions les déployer sur l'ensemble de l'espace dédiée à cette activité.



Matanga
Agency

Simulation de quelques supports



Matanga
Agency

La logistique

Le Complexe multisports KIMALE est conçu dans la zone portuaire de Douala, c'est l'un des meilleurs du pays.

Il a été ouvert il y'a juste quelques mois, il attire déjà du beau monde. Le complexe propose des activités ludiques telles que le football, le padel, le baby-foot et bien d'autres. C'est un lieu agréable et sécurisé où peut se tenir le PEAK5.



L'exécution : le championnat

Le PEAK5 est un tournoi de 24 équipes comprenant 8 joueurs (5 titulaires + 3 remplaçants). Le championnat se tiendra dans le complexe multisport KIMALE et sera déroulera comme suit :

- **Phase de Poules (Jours 1 à 3) : 6 poules de 4 équipes**

Chaque équipe joue 3 matchs (format 2x30 min), classement basé sur : Victoire = 3 pts | Nul = 1 pt | Défaite = 0 pt

- **Qualification pour les phases finales : Les 6 premiers de chaque poule + les 2 meilleurs deuxièmes (selon goal average). Pour un total de 8 équipes qualifiées**

- **Phases Éliminatoires (Jours 4 à 6) :**

Quarts de finale (8 équipes)

Demi-finales (4 équipes)

Petite finale (3e place)

Grande finale (1er vs 2e)



**Matanga
Agency**

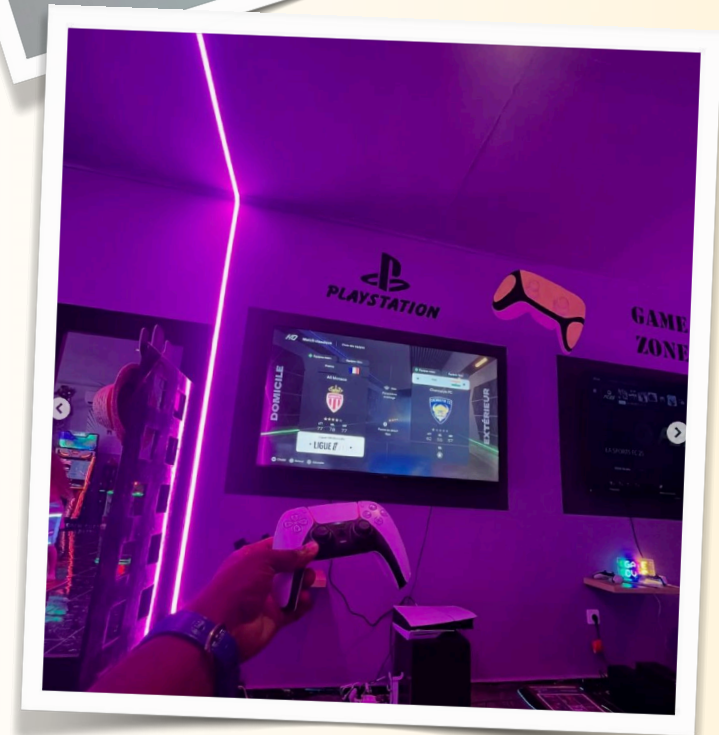
Clôture & Célébration

Match exhibition : Célébrités locales, influenceurs ou anciens joueurs.

Remise des trophées & médailles,
Prix spéciaux (🏆 Meilleur joueur, 🧤 Meilleur gardien, 🎯 Meilleur buteur, 🥇 Prix du fair-play)

Animations

Le tournoi sera animé par des prestations artistiques et scéniques (DJ, MC, show de danse et d'artistes musiciens). De plus, cet évènement bénéficiera des activités annexes présents sur le site KIMALE, il s'agit notamment d'une salle de jeux : Flipper, PS5, bornes d'arcade... qui permettra d'étendre l'expérience autour de cet event. De nombreux jeux concours seront organisés afin de faire gagner, aux personnes présentes, de nombreux lots et goodies



Amplification



Matanga
Agency

Key points

- **Naming concept** : PEAK5
- **Typologie** : Évènement sportif, expérience indoor
- **Format** : Championnat de Futsal
- **Médias** : Radios, Réseaux sociaux, affichage
- **Cibles** : Amateurs de football, fans de football, autorités administratives et culturelles, journalistes, chroniqueurs sportifs, influenceurs
- **Période souhaitée** : Novembre - Décembre
- **Lieu** : Douala
- **Ressources physiques** : Equipe event Matanga, hôtesse, stewards, prestataire service traiteur.
- **Ressources matérielles** : l'équipement sportifs (maillots, ballons...), des nombreux gadgets à distribuer et un stock conséquent de produits PEAK.



PEAK Fanzone

Contexte :

Du 21 Décembre 2025 au 18 janvier 2026, se tiendra la Coupe d'Afrique des Nations de Football, Maroc 2025. Le Cameroun, grande nation de football, sera représentée par son équipe fanion : les lions indomptables. A cet effet, au Cameroun : Terre de football, tous les esprits, pensées et attentions seront dirigées vers cette compétition.

Afin de finir l'année en beauté et de concrétiser la célébration des 50ans de la marque par un climax d'exception, un village de la CAN 2025 sera mis sur pied.



PEAK Fanzone

Concept :

Le Fanzone PEAK est un stand événementiel géant au sein de la foire YAFE (Yaoundé en Fête), conçu comme un mini-parc d'animation dédié à la CAN. Au sein du stand on y trouvera un ensemble d'activités :

1. Zone Match & Fan Zone

- Diffusion des matchs en direct sur écran géant
- Ambiance tribunes : DJ, animateur, ambiance "stade"
- Quiz foot pendant la mi-temps (avec lots PEAK à gagner)

2. Zone Famille & Kids

- Ateliers peinture et dessin : « Dessine ton joueur préféré »
- Mini terrain gonflable pour enfants (futsal babyfoot)
- Maquillage aux couleurs du Cameroun et des pays africains
- Animation avec mascottes PEAK

3. Zone Dégustation



Matanga
Agency

PEAK Fanzone

Objectifs :

- Créer un espace immersif PEAK dans l'univers de la CAN
- Renforcer la proximité de la marque avec le public camerounais
- Valoriser l'héritage de PEAK dans la nutrition familiale et la culture populaire
- Offrir une expérience ludique, festive et mémorable



Matanga
Agency

Simulation de quelques supports



Matanga
Agency

Amplification



Matanga
Agency

Key points

- **Naming concept** : PEAK Fanzone
- **Typologie** : Évènement outdoor, Foire de fin d'année
- **Format** : Stand événementiel
- **Médias** : Radios, Réseaux sociaux, affichage
- **Cibles** : Amateurs de football, fans de football, autorités administratives et culturelles, journalistes, chroniqueurs sportifs, influenceurs
- **Période souhaitée** : Décembre - Janvier
- **Lieu** : Yaoundé
- **Ressources physiques** : Equipe event Matanga, hôtesse, stewards, prestataire service traiteur.
- **Ressources matérielles** : l'équipement sportifs (maillots, ballons...), des nombreux gadgets à distribuer et un stock conséquent de produits PEAK.



Retroplanning

Bonus créatif

Ces propositions représentent des orientations et ou pistes créatives sur lesquelles nous souhaitons nous aligner, afin d'assurer la continuité des idées et identités graphiques présentées tout au long de cette présentation.

Nous avons simulé les visuels des événements suivants :

- **Fête des mères**
- **Rentrée scolaire**



Lancement de la campagne au Togo



Matanga
Agency

Lancement officiel de la campagne 50ans

- **Campagne médias** : Outdoor, Spot tv et radio, déclinaison digitale
- **Activation digitale** : Campagne d'influence et élaboration de contenus autour du concept #TheNANA'sstories
- **Concept event** : Talk PEAKtoRise, PEAKNIC, Soirée de gala x défilé de mode



Matanga
Agency

Au Togo, les femmes savent entreprendre

Au Cameroun, le football est le “sport ROI”, l’élément fédérateur par excellence. Le football est sûrement l’un des rares sujets sur lequel les camerounais interagissent avec autant de fougue, de passion et de dévotion. Les icônes qui ont façonné et façonnent encore ce sport, font certainement parties des personnalités les plus respectées et adulées du pays.

Campagne Outdoor : Togo



L'entrepreneuriat féminin :

- progression notable de l'entrepreneuriat féminin
- Fort potentiel entrepreneurial des femmes



L'héritage des Nana Benz :

- Pionnière et piliers de l'économie togolaise
- Symbole de résilience, de dynamisme et d'ambition, elles ont marqué le début de l'émancipation de la femme africaine



La transmission du savoir faire :

- Un héritage qui se perpétue à travers les “Nanettes”, une nouvelle génération d'entrepreneuse.
- Une storytelling qui continue d'édifier les femmes d'aujourd'hui et qui sert de point d'ancrage historique dans la lutte pour l'émancipation et l'autonomisation de la femme africaine.



**Matanga
Agency**

Key visual



Matanga
Agency



Simulation



Matanga
Agency

Campagne Médias



- **Spot TV & radio**
- **Campagne Digitale**



Matanga
Agency

Spot TV

ACTE 1 – 1984 : Marché d'ASSIGAMÉ



Scène 1 : L'arrivée matinale dans la boutique familiale

Une femme élégante (robe en wax, foulard haut) arrive au marché avec sa fille de 10 ans. Elles tirent un chariot chargé de ballots de pagnes.



Scène 2 : l'apprentissage

Dans leur boutique, la mère discute les prix des articles avec des clientes, pendant que la fille observe attentivement les actions de sa mère.



Scène 3 : Le goûter

La mère qui observe sa fille, se rappelle que dans l'urgence, elle a manqué à son devoir et donner le petit déjeuner à sa fille. Aussitôt elle sort une boîte de lait PEAK d'un sac. Elle la tend à sa fille avec tendresse :

“Bois ça, ma fille... il faut de l'énergie pour devenir une grande dame”.

Ps : Tout au long de ces scènes, on entend clairement les bruits et voix qui alimentent généralement l'espace sonore de ces lieux de marché.



**Matanga
Agency**

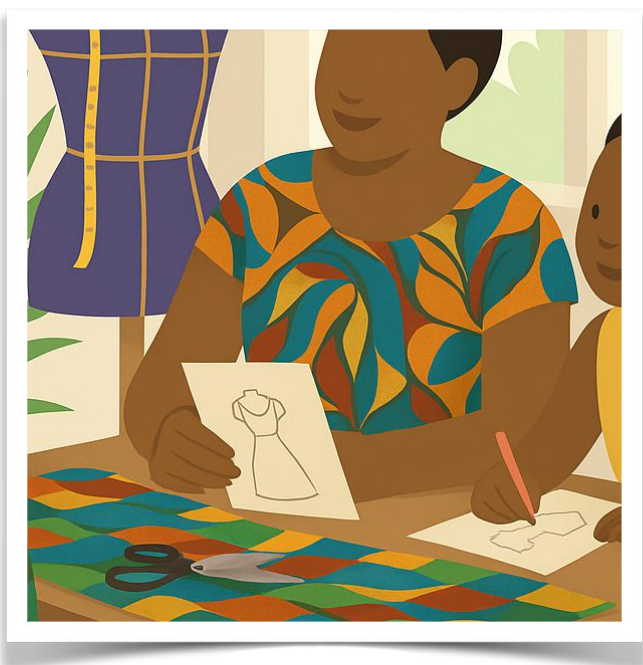
Spot TV

ACTE 2 – Lomé, 2025, boutique moderne



Scène 4 : Reconnaissance du potentiel

La fille, prend une grande gorgée de lait et s'installe sur un chaise à côté de sa maman, elle tient la boîte de lait contre elle et continue à observer sa mère. La cliente (qui négocie avec la mère depuis) l'observe, sourit et dit : **“Ta fille, c'est une vraie Nana Benz en formation !”**.



Scène 5 : L'évolution du business

Une jeune femme styliste, posée à une grande table. Elle dessine des croquis de modèles de robes en pagne dans un cahier à spirale. À côté d'elle, sa petite fille, assise sur un tabouret, tente de reproduire les modèles.



Scène 6 : Le lien entre les générations

La mère styliste montre finalise son croquis et le montre à sa fille, qui est assise à côté d'elle. Elle lui dit avec douceur : **“Ce modèle, c'est inspiré de ceux que ta grand-mère portait à l'époque”**. La fille regarde le dessin avec admiration, crayon à la main.



Matanga
Agency

Spot TV



Scène 7 : L'arrivée de la grand-mère

La grand-mère entre dans l'atelier, regard doux et fière. Elle s'adresse à sa fille (la styliste) et à sa petite-fille : **"Vous êtes bien matinales. Je suis fière de vous, mes nanettes"**.



Scène 8 : La transmission du geste

La grand-mère regarde sa petite-fille et lui dit : **"Poupie, j'ai une surprise pour toi"**, aussitôt elle sort une boîte de lait PEAK de son sac et la transmet à sa petite fille.



Scène 9 : Le plaisir de consommer

La petite fille prend une grande gorgée de lait, sous le regard bienveillant de sa mère et de sa grand-mère. Sa mère lui dit : **"Boit beaucoup ma fille, Il faut de l'énergie pour devenir une grande dame"**.

Spot TV



Scène 10 : Le regard porté vers l'avenir
“ Merci Maman, plus tard je serai
comme vous !”, dit la petite fille en
affichant un large sourire. Sa mère et sa
grand-mère l'observent avec un regard
empli de fierté et de tendresse.



Voix Off : « Depuis les Nana Benz
jusqu'aux créatrices
d'aujourd'hui... PEAK nourrit les
talents, les femmes, les
générations à venir ».

Avec PEAK, l'héritage continue.



**Matanga
Agency**

Spot Radio

Durée : 45 sec – adaptable à 30 ou 60 sec

Tonalité : émotive, inspirante, fière.

 [SFX – Ambiance marché 1984 : brouhaha, vendeuses...]

VOIX DE FEMME (mère, ferme et douce)

« Bois ça, ma fille... Il faut de l'énergie pour devenir une grande dame. »

 [SFX – boîte qu'on tend, fond musical doux, bruit de clients]

VOIX ENFANTINE (fille, émerveillée) : « Un jour, je serai comme toi, maman ? »

 [SFX Transition musicale – ambiance atelier moderne, ciseaux, machine à coudre]

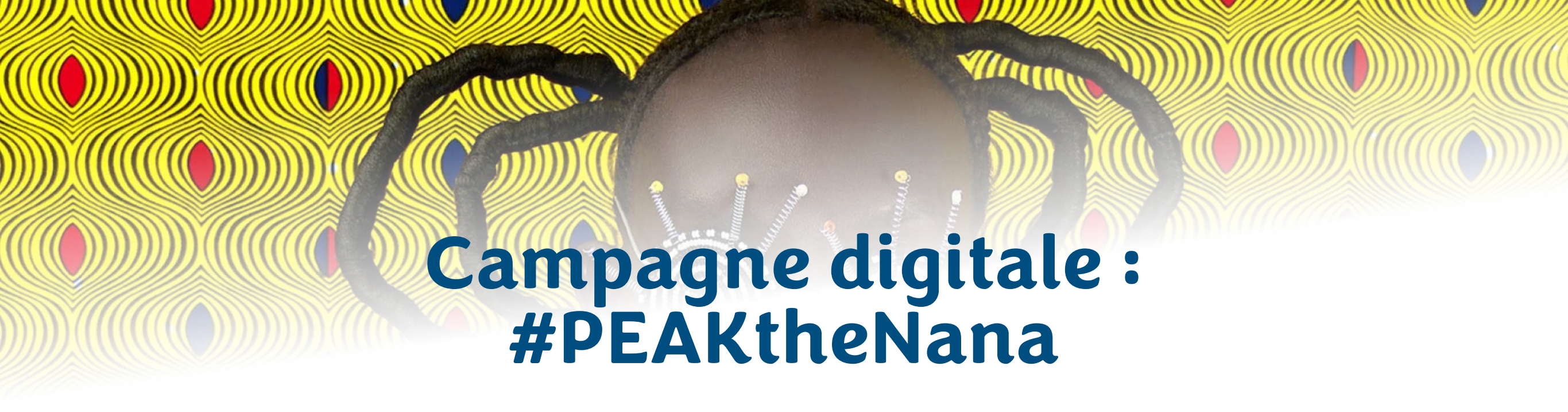
VOIX FEMME ADULTE (douce et affirmée) : « Aujourd'hui, c'est moi qui crée... et ma fille qui rêve. »

VOIX ENFANT (rire léger) : « Regarde mon dessin maman ! C'est un modèle pour moi. Demain je serai comme mamie et toi. »

 [SFX – bruit de la petite fille qui prend la grande gorgée de lait]

VOIX-OFF FEMININE (chaleureuse, posée) : « Depuis 50 ans, PEAK accompagne les générations... dans les petits déjeuners, les grandes victoires, et les souvenirs inoubliables. »

TOUS EN CHŒUR (voix multi-génération) : « Avec PEAK... L'héritage continue. »



Campagne digitale : #PEAKtheNana

Contexte : Nous avons suffisamment insisté sur la place prépondérante qu'occupe le football dans le coeur des camerounais. En effet, ce sport est profondément ancré dans la culture, le vécu, les expériences communes et individuelles des camerounais. Chaque "Continental", quelque soit son âge, son ethnie, son milieu social, dispose d'une histoire ou expérience vécue au travers de ce sport, avec les Lions Indomptables.

Le but de cette campagne, serait donc de mettre en avant les différents témoignages, histoires et anecdotes des fans de l'équipe fanion du football camerounais via le format viral et trendy du micros-trottoirs.



Matanga
Agency

#PEAKtheNana : Des nanas aux nanettes... 50ans d'esprit entrepreneuriale



Tant d'histoires à raconter...



Cindy, 23 ans - étudiante
J'étais à Olembe, en 2022...
l'élimination en demi
contre l'Égypte m'a fait
mal au cœur.



Rosine, 33 ans - Mère au foyer
En 2017, j'étais enceinte de mon
premier fils, pendant toute la
CAN, j'avais des palpitations. Le
médecin m'a même interdit de
regarder les matchs. LOL



**Tonton Eugène, 56 ans
- Vendeur à la sauvette**
En 90, c'est seulement
que les arbitres nous ont
fait le baaaadd, sinon
on gagnait la coupe là !



**Aristide, 38 ans -
Mécanicien**
Lorsque Womé a raté le
penalty, massah, le pater a
failli casser la télé. Tous les
grands du kwat étaient
malades...



**Matanga
Agency**

Mécanisme

Un influenceur connu et populaire (**disposant d'une forte communauté TIKTOK et INSTAGRAM**) sera choisis. Celui-ci, aura pour rôle de parcourir les plus grandes villes du pays (Douala, Yaoundé, Buea...) afin d'interviewer des passants (individus lambdas) sur les places publiques les plus côtoyées (marchés, carrefours, aires de jeu...). Les personnes approchées seront incitées (**via des récompenses : boîtes de lait, gadgets, goodies...**) à participer au micro-trottoir en racontant des anecdotes personnelles et expériences vécues par rapport aux Lions Indomptables.



Matanga
Agency

Mécanisme

Le micro-trottoir sera retransmis sur les pages RS de l'influenceur, accompagné des hashtag **#PEAKthemoment**, **#PEAK50** et **#PEAKmilk**. Ces hashtag permettront d'amplifier l'activité et permettront (via des mécanismes d'incitation : Jeux concours) à tous de participer et ainsi de permettre à tout le monde de raconter son histoire.

PS : Un filtre aux couleurs de la marque sera spécialement conçu pour les plateformes TIKTOK et INSTAGRAM.



Matanga
Agency

Quelques profils d'influenceurs

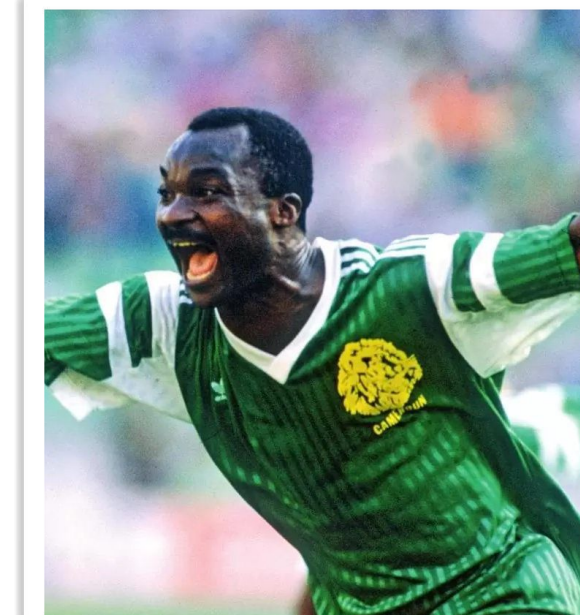


Roger Milla

Légende du football Camerounais et africain, élu footballeur africain du siècle par l'Équipe en 2001.

Roger Milla

Légende du football Camerounais et africain, élu footballeur africain du siècle par l'Équipe en 2001.



Roger Milla

Légende du football Camerounais et africain, élu footballeur africain du siècle par l'Équipe en 2001.



**Matanga
Agency**

Concept event

- **Kick Off : Match d'exhibition**
- **PEAK-Nique**
- **PEAK5**
- **Village de la CAN**

Le principe

Chacun des pays concernés par cette campagne, dispose de spécificités culturelles particulières.

Pour chaque pays, une thématique forte, fédératrice et aspirationnelle sera désignée et utilisée pour l'ensemble de cette campagne.

Ainsi, au sein de chacun de ses secteurs et ou thématiques sélectionnées, 2 personnalités (icônes) représentant 2 époques (ancienne gloire et star actuelle) seront mis en avant.



Les actions autour du concept “Peak Nique” seront séparés en 3 phases :

- **La phase de préparation**, comprenant la communication, la gestion de la logistique (location du lieu, matériel de sampling, recrutement des hôtessees...) et la conception de la liste des invités. Liste composée de personnalités sélectionnés et d'invités anonymes ayant obtenu des places via jeux concours.
- **La phase d'exécution** : comprenant l'ensemble des activités exécutées le jour J de l'événement
- **La phase post event** : principalement dédiée au suivi de la communication mise en place afin de faire perdurer l'événement sur le temps.



**Matanga
Agency**

Les préparatifs : Les invités

Les invités seront classifiés en 2 catégories :

Les personnalités publiques, parmi lesquels nous pouvons citer : les influenceurs, les chroniqueurs et journalistes, les sportifs professionnels et semi professionnels.

Les fans qui auront gagné leur ticket en passant par le jeux concours organiser sur les chaines radios.



**Matanga
Agency**

La phase post event

Cette phase est entièrement dédiée à la Communication digitale. Les différents contenus obtenus lors de l'événement seront retransmis sur les plateformes digitales et permettront ainsi à l'événement de perdurer dans le temps.

Le key Visual



Matanga
Agency