

PLATEFORME MARKETING 2025 : LA PASTA

Notre vision stratégique vise à construire une marque ombrelle forte qui accompagne tous les Camerounais, quelle que soit leur catégorie socio-économique.

Nous allons explorer comment déployer LA PASTA à travers ses trois gammes distinctives : PASTA FOOD (entrée de gamme), PASTA FIRST (cœur de marché) et PASTA GOLD (premium), tout en renforçant son ancrage local comme la référence camerounaise en matière de pâtes alimentaires.





Positionnement Stratégique : Une Marque Ombrelle Forte “LA PASTA”

Notre défi est d'optimiser la complémentarité de ces trois gammes sans cannibalisation, en structurant un discours marketing qui renforce l'ancrage local de LA PASTA tout en rendant chaque gamme désirable de façon distinctive.

Notre Vision :

Devenir l'icône culinaire du Cameroun, incarnant le plaisir, la qualité et l'innovation dans l'univers des pâtes alimentaires. LA PASTA est bien plus qu'une marque : c'est une tradition, une invitation à la découverte et au partage autour de recettes savoureuses.

Notre Mission :

Offrir aux Camerounais des pâtes alimentaires adaptées à leurs besoins et à leurs envies, en garantissant qualité, accessibilité et diversité pour tous les goûts et tous les budgets.

Notre raison d'être

Nous croyons que chaque famille mérite bien plus qu'un simple repas : elle mérite une expérience culinaire où la simplicité rime avec excellence. Notre engagement est de démocratiser des pâtes savoureuses et nourrissantes, pour que chaque foyer puisse en profiter sans compromis.



NOTRE MANIFESTE

“PLUS QUE DES PÂTES, LA FIERTÉ DU CAMEROUN”

L'essence de LAPASTA

Je suis l'odeur envoûtante qui emplit la cuisine et réchauffe les cœurs.
Je suis le sourire complice autour d'une assiette généreuse.

LA PASTA, une vraie tradition aujourd'hui

Je suis le goût d'une tradition préservée et transmise avec amour.
Parce qu'un repas au Cameroun ne se limite pas à se nourrir, il doit être un instant de bonheur et de convivialité..

LA PROMESSE DE MARQUE

"LA PASTA apporte authenticité et saveur à chaque repas, pour des instants de bonheur partagés et des souvenirs inoubliables.«

C'est une marque:

- *Chaleureuse* : Nous sommes proches de ceux qui nous choisissent.
- *Audacieuse* : Nous osons innover, sans jamais trahir nos racines.
- *Familiale* : Nous créons des moments de partage et de complicité inoubliables.





LES RAISONS D'Y CROIRE



Sélection Rigoureuse

Des ingrédients rigoureusement sélectionnés, synonymes de goût et de naturalité. Chaque composant est choisi pour garantir une expérience gustative exceptionnelle et constante.



Une réelle expertise

Une expertise perfectionnée au fil du temps, pour une cuisson toujours parfaite. Notre savoir-faire est le fruit d'années d'expérience et d'amélioration continue.



Une réelle proximité avec les consommateurs

Une proximité avec nos consommateurs, car nous créons des liens durables avec nos clients en comprenant leurs besoins et leurs aspirations.



Un impact social fort !

Nous travaillons pour des milliers de Camerounais toujours bien nourris au quotidien selon leurs budgets



LES BÉNÉFICES DE NOS GAMMES DE PRODUITS

Gamme	Promesse Produit	Bénéfice Consommateur
LA PASTA Foods	Des pâtes simples et savoureuses pour tous	Un quotidien facilité avec des repas délicieux
LA PASTA First	Un bon rapport qualité-prix	Plaisir gustatif sans compromis
LA PASTA GOLD	Une texture et un goût premium	Une expérience culinaire raffinée



Les grands rendez-vous de 2025

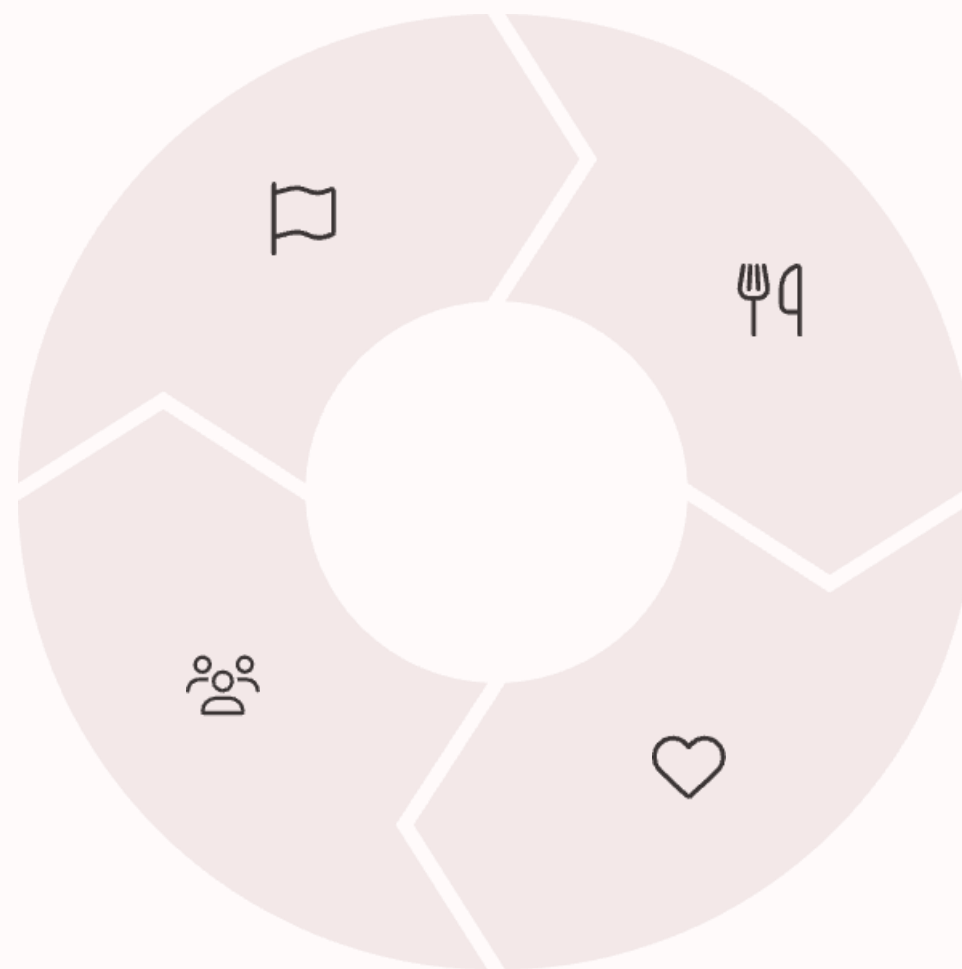
Campagne Brand & visibilité sur le trade

Une campagne qui communique
notre positionnement dans la tête des
camerounais

Un tool kit de visibilité sur tous les
canaux

Campagne CAN 2025

Nous devons rendre notre marque
présente partout où le foot est célébré
(familles; fan zones; restaurants ...ETC.)



End of year Campiagn

Il s'agira de montrer aux familles
comment célébrer différemment avec
LA PASTA

Back to school campaign

LA PASTA, l'allié de la réussite, la
marque des premiers



NOS EXTRAS



Brand experience

- Les ateliers LA PASTA: plateforme d'immersions au sein d'école de formations en hôtellerie
- Pasta Box experience episode 2
- Brunchs PASTA GOLD
- Journée mondiale des pâtes
- La caravane des pêtas (roadshows avec foodtruck)



Sponsoring

Accompagnement concepts populaires

- Concerts
- Championats
- Kermesses
- Festivals
- Jeux universitaires ...ETC.



Partenariats

- Cafétériats
- Réunions communautaires
- Influenceurs
- Restaurants
- Universités ...ETC.

Campagne Brand & visibilité sur le trade

Axe principal

“Vive LA PASTA”

Cette campagne vise à créer un lien émotionnel fort avec les consommateurs camerounais tout en mettant en avant les valeurs fondamentales de la marque et la diversité de son offre à travers ses différentes gammes.

Tool kit

Spot Vidéo
Spot radio
Capsules vidéos/produit
Campagne d'influence
OOH
Visibilité PDV & Horeca

Objectif

Faire adopter LA PASTA comme marque et éduquer sur la richesse de ses gammes de produits





Toll kit visibilité

Canaux	Éléments de visibilité	Objectifs
Modern Trade (<i>Supermarchés, hypermarchés, grandes surfaces</i>)	- Stop-rayon	Maximiser la visibilité en magasin et attirer l'attention des acheteurs impulsifs.
	- Tête de gondole avec PLV	
	- Display en allée centrale	
	- Kakémonos	
	- Balisage de linéaire	
	- Présentoirs de dégustation	
Traditional Market (<i>Boutiques de quartier, marchés locaux, grossistes</i>)	- Écrans vidéo promotionnels	Renforcer la reconnaissance de la marque dans des points de vente à forte affluence.
	- Enseignes lumineuses	
	- Stickers sur les vitrines et comptoirs	
	- Présentoirs simples	
	- Affiches murales	
	- PLV suspendues	
HORECA (<i>Hôtels, Restaurants, Cafés, Fast-foods</i>)	- Tabliers et casquettes pour les vendeurs	Valoriser l'image premium et encourager la consommation sur place.
	- Menus et sets de table personnalisés	
	- Présentoirs de comptoir	
	- Affichage dynamique (écrans, tablettes)	
	- Habillage des uniformes du personnel	
	- Sous-verres et serviettes logotypées	
	- PLV sur les buffets et bars	



Stratégie de Contenu Digital

Une stratégie de contenu non seulement pour les internautes,
mais pour notre staff aussi



Recettes locales adaptées

Création de contenus spécifiques pour chaque gamme



Témoignages authentiques

Partage d'expériences réelles de consommateurs et de nos staffs



Collaborations influenceurs

Partenariats avec des chefs et créateurs culinaires
camerounais

Planning des investissements des actions Marketing

Budget Total:....Fcfa	Q1 (Mai –Juillet)	Q2 (Août – Oct)	Q3 (Novembre – Jan.)	Q4 (Février – Avril)
What we must do 1 <i>Vulgariser le positionnement Brand et le vecteur culturel de notre marque LA PASTA pour un lien émotionnel fort et un contact visual (visibilité) constant avec la marque et ses produits</i>	Campagne Brand PDV & Visibilité Horeca	 - Spot Vidéo - Spot radio - Capsules vidéos/produit - Campagne d'influence - OOH & campagnes digitales - Visibilité PDV & Horeca		
What we must do 2 <i>Evoluer comme une marque iconique à travers des imersions et campagnes</i>	- Brand experience - End of year campaign - Sponsoring	 - Spot Vidéo - Spot radio - Capsules vidéos/produit - Campagne d'influence - OOH & campagnes digitales - BTL Activations		
What we must do 3 <i>Eduquer les professionnels et consommateurs sur les options autour de LA PASTA et les exciter à experimenter au quotidien</i>	- Back to school campaign - Partenariats - Sponsoring - Brand experience		 - Spot Vidéo - Spot radio - Capsules vidéos/produit - Campagne d'influence - OOH & campagnes digitales - BTL Activations	
What we must do 4 <i>Faire de LA PASTA la marque des instants gustatifs mémorables</i>	- Campagne CAN 2025 - Brand experience - Sponsoring - Partenariats		 - Spot Vidéo - Spot radio - Capsules vidéos/produit - Campagne d'influence - OOH & campagnes digitales - BTL Activations	 - Spot Vidéo - Spot radio - Capsules vidéos/produit - Campagne d'influence - OOH & campagnes digitales - BTL Activations



Merci.

PLATEFORME MARKETING LA PASTA

