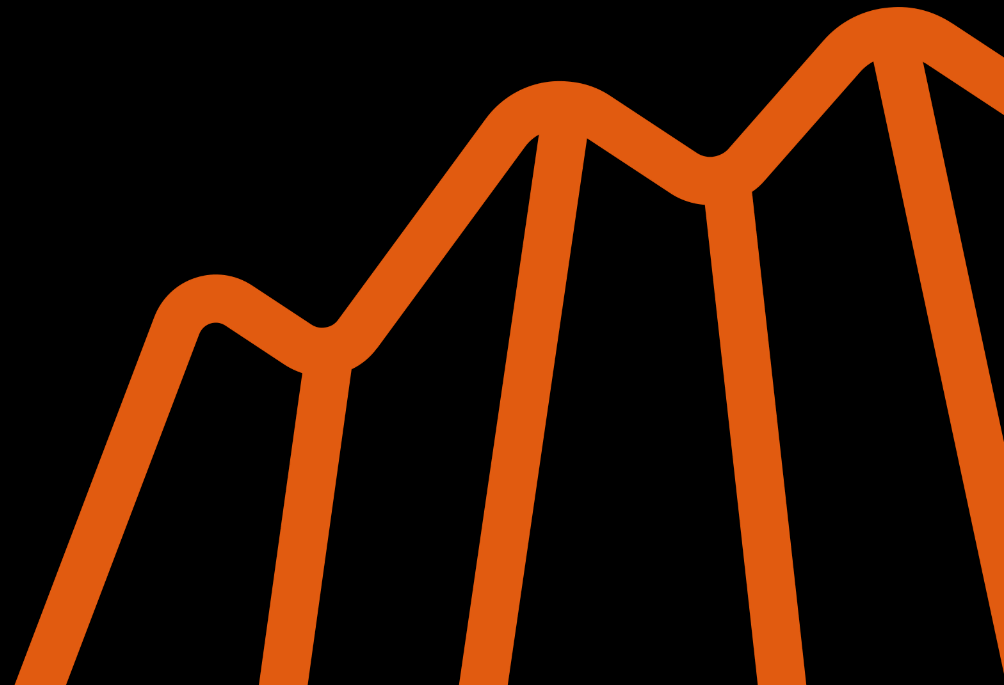


Marche Sportive LA PASTA S.A - Kribi

Présentation générale



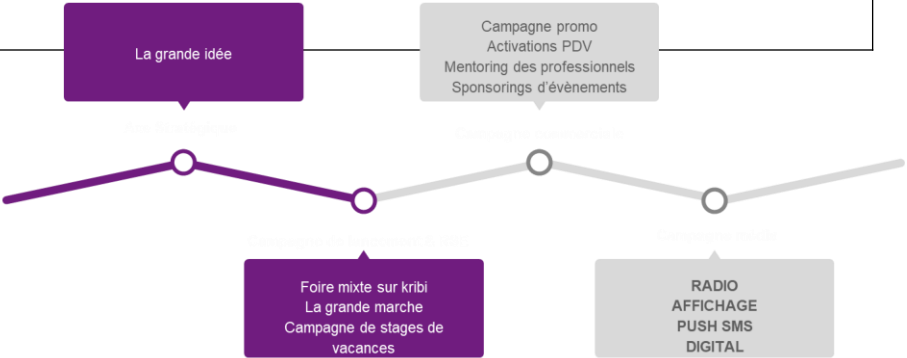
LE BRIEF

CONTEXTE	OBJECTIFS
LA PASTA SA détient 25% de part de marché local dans la catégorie de farine de blé. En Janvier 2024, elle a ouvert une usine de production de farines à Kribi. Aucune campagne de communication n'a été faite après l'inauguration de cette dernière, laissant les parties prenantes peu informées et non engagées, à l'exception des autorités locales présentes à ladite inauguration. LA PASTA SA. a besoin de conquérir les foyers et le commerce à travers une stratégie de pénétration très efficace. Ci-dessous notre proposition	Objectif : - Impacter suffisamment les habitudes de consommation et booster les ventes afin d'avoir au minimum 60% des parts de marché locales en 03 mois Enjeux: - Faire des choix d'activités en fonction des routines de nos cibles et du contexte local - Construire un plan complet qui intègre la communication et les activités hors media sur le reste de l'année afin de permettre à la marque de s'imposer. - Définir une stratégie de conquête efficace - Construire le leadership des marques sur le marché - Consolider les parts de marché détenues - Susciter une appropriation des marques par les populations
CIBLES	PRODUITS
Cible d'achat: - Les destructeurs - Les revendeurs - Les consommateurs	• Pelican Rouge • Amigo • Colombe • La camerounaise

MESSAGE



PLATEFORME D'EXECUTION



LA GRANDE MARCHE

MASS MARKET: BRAND EXPERIENCE

Cible :
YOUTHS

- **IDEE GENERALE** : Opération

1000 jeunes dans la ville de Kribi

- **MÉCANIQUE** : Mobiliser une grande foule de jeunes pour une gigantesque marche sportive dans la ville de kribi et les environs (Surtout un jour de marché).
- **AMPLIFICATION** : Relais digital à travers des lives – Publireportages à diffuser à la télé
- **GUIDELINES** : Durant la marche, recenser les petits commerces où intervient la farine et leur remettre du matériel pour faciliter leur quotidien et annoncer la foire.
- **LISTE DE PETIT MATERIEL** : Tabliers Amigo; Thermos brandés pour bouillie



LA GRANDE MARCHE

Challenge sur le digital

MÉCANIQUE

Faites une vidéo de vous en train de participer à la Marche Sportive du Samedi 24 Août et gagner jusqu'à 25kg de farine AMIGO.

Comment participer ?

Etape 1 : Aimer et suivre la page de LA PASTA S.A

Etape 2 : Prendre une vidéo de vous durant la Marche Sportive du Samedi 24 Août. Mentionner la page de LA PASTA S.A dans votre publication

Etape 3 : Inviter ses abonnés à liker et commenter sa vidéo



LA GRANDE MARCHE

Les Ressources



Le Coach Sportif

Il guidera les participants dans l'exécution de mouvements lors des échauffements. Ces derniers se feront avant et après la marche. Il donnera également le rythme durant l'activité.



La police

Elle veillera à la sécurité des biens et des personnes durant la marche. Elle devra être briefée sur les mesures à prendre à chaque étape de la marche.



Le Camion podium

Il animera tout au long de la marche et servira également à transporter l'eau, le sucre, les tabliers, les thermos, les trousse de premiers secours, le Dj et ses appareils.



Le photographe et le vidéaste

Ils captureront les images et vidéos durant toutes les étapes de la marche. Lesdits médias permettront d'enrichir notre bibliothèques et de créer du contenu pour nos différentes pages sur les réseaux sociaux.

LA GRANDE MARCHE

Les Ressources



Le Dj

Il se chargera d'animer tout au long de l'activité et ce depuis le camion podium. Il fera parler son talent pour booster les participants et leur donner envie de se défouler. Dans ce domaine, pas meilleur choix que **DJ MOYO**.



Le MC

Il participera à l'animation de la marche avec le Dj depuis le car podium et informera les participants sur les différentes étapes. Il suscitera la participation massive au challenge sur le digital.



Le traiteur

Le traiteur confectionnera le menu qui sera servi aux participants après la marche. Ce dernier est composé de : **Beignets** (à base d'AMIGO), **Bouillie**, **Sandwiches**



Les hôteses

Elles vont assurer la distribution des kits de marcheurs, de l'eau, du sucre et des sandwiches.

LA GRANDE MARCHE

LES PERSONNES A INVITER



Les associations

- Les associations de « tontines »
- Les associations de jeunes
- Les associations caritatives



Les médias

- Les médias locaux (radios communautaires, etc.)



Les partenaires

- Les distributeurs
- Les grossistes
- Les autres clients importants



Staff CADYST et grand public (les jeunes en particulier)

LA GRANDE MARCHE

L'itinéraire et la météo du jour

L'itinéraire

L'itinéraire que nous proposons d'emprunter est le suivant : Plage de Ngoye (station Tradex) – La Présidence – Cité des Douanes – Carrefour Mboua Manga – Carrefour Picard – Traversée du pont jusqu'à Mokolo – Marché Nkol Biteng – Retour à la plage de Ngoye.



La météo

Elle est plus ou moins favorable à l'activité que nous voulons pratiquer ce jour.



LA GRANDE MARCHE

Kit du Marcheur

Sac à ficelles



T-shirts, couvre-chaussures et casquette



Polo



LA GRANDE MARCHE

Goodies

Tabliers

Thermos



LA GRANDE MARCHE

Communication externe

Banderole

Poster



LA GRANDE MARCHE

Indicateurs de Succès

- ❖ Obtenir 1000 participants à la marche sportive;
- ❖ Visiter 20 points de ventes (Beigneitariats) ;
- ❖ Distribuer 40 tabliers (soit 2 par points de vente) et 20 thermos de 20 litres ;
- ❖ Faire participer au moins 250 marcheurs au challenge sur les réseaux sociaux ;
- ❖ Gagner au moins 250 abonnés sur Facebook.



LA GRANDE MARCHE

BUDGET



BUDGET MARCHE SPORTIVE LA PASTA SA KRIBI			
Production			
Eléments	Quantités	Prix Unitaire	Montant
T-shirts	900	4 000	3 600 000
Polos	100	7 000	700 000
Casquettes	1000	3 000	3 000 000
Sacs à ficelles	1000	2 500	2 500 000
Banderoles (Production)	3	100 000	300 000
Tabliers	40	7 000	280 000
Thermos	20	15 000	300 000
Total 1			10 680 000
Ressources			
Eléments	Quantités	Prix Unitaire	Montant
Coach sportif	1	200 000	200 000
Police	1	100 000	100 000
Equipe de supervision & frais de missions	1	1 000 000	1 000 000
Camion podium	1	500 000	500 000
Régie photo et vidéo	1	350 000	350 000
DJ (Dj Moyo)	1	400 000	400 000
MC	1	150 000	150 000
Hôteses	5	12 000	60 000
Traiteur	1	300 000	300 000
Kit de fabrication de beignets	1	250 000	250 000
Total 2			3 310 000
Médias & RP			
Eléments	Quantités	Prix Unitaire	Montant
Médias locaux	3	50 000	150 000
Publireportage	1	500 000	500 000
Autorisations administratives et taxes sur le spectacle	1	500 000	500 000
Total 3			1 150 000
Total 1 + Total 2 + Total 3			15 140 000
Frais d'agence 15%			2 271 000
TVA 19,25%			437 168
TOTAL TTC			17 848 168

LA GRANDE MARCHE

Rétro planning simplifié

Actions	CALENDRIER
Validation des visuels et maquettes	02 Août- 07 Août 2024
Production du matériel	08 Août- 10 Août 2024
Répérage des lieux et définition de l'itinéraire	06 Août- 07 Août 2024
Obtention des autorisations auprès de l'administration	07 Août- 12Août 2024
Engagement des prestataires (sécurité, coach sportif, photographe et vidéaste, etc.)	12 Août- 15 Août 2024
Inviter les autorités et les partenaires	05 Août- 12 Août 2024
Communication en interne et sur le digital	05 Août- 24 Août 2024
Jour de marche	24-a0ût-24

Masterplan Campagne Kribi

THEMATIQUES	JUSTIFICATIONS	CALENDRIER
AMPLIFICATION DIGITAL & COM	Prévue pour annoncer les différentes activités de la PASTA à Kribi et assurer le suivi en terme de communication jusqu'au nouvel an prochain	Du 08 Juillet - 10 janvier 2025
STAGE DE VACANCES	Période choisie pour permettre aux stagiaires de travailler et de gagner de l'argent uniquement pendant les vacances	Du 15 Juillet - 08 septembre 2024
MARCHE SPORTIVE ET DE RECONNAISSANCE DE TERRAIN	Période choisie pour pouvoir faire une reconnaissance du terrain, annoncer les couleurs de la campagne commerciale	24 Août 2024
CAMPAGNE COMMERCIALE	Dure 03 mois, et débute après les stages de vacances et marque la période haute des activités avec le début de la période des fêtes	Du 16 septembre - 08 décembre 2024
FOIRE	Débute après la campagne commerciale et annonce les couleurs de fête de fin d'année	Du 1er -13 décembre 2024

Merci.

LA PASTA S.A

