



Campagne de Fin d'Année 2025

📅 OCT 2025 - DÉC 2025

Le Contexte & Les Ambitions



À l'approche de la fin d'année 2025, Panzani Cameroun souhaite renforcer sa visibilité et créer un lien émotionnel fort avec les consommateurs camerounais, du repas quotidien aux moments festifs.

Marché en croissance : Le marché des pâtes connaît une croissance soutenue au Cameroun avec une demande grandissante pour des produits de qualité.

Cibles familiales : Une classe moyenne en expansion et des familles de plus en plus ouvertes aux influences culinaires internationales.

Enjeu de différenciation : Se démarquer dans un segment de plus en plus concurrentiel avec une approche innovante et créative.



Objectifs Marketing Clés



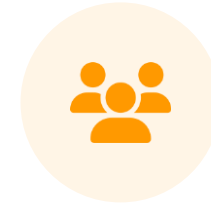
Notoriété spontanée

Une campagne sensationnelle avec une
très forte portée virale



Augmentation des ventes

Sur les produits mis en avant (Gamme
LA PASTA FIRST)



Fidélisation & recrutement

Taux d'engagement et d'adoption à renforcer
sur le marché

Les grandes tendances



💡 Saturation publicitaire

Dans un marché hyperconcurrentiel, les consommateurs camerounais sont bombardés de messages publicitaires traditionnels. Une approche disruptive est indispensable pour capter l'attention (Broli en vedette).

📱 Digitalement natifs

La génération Z et les millennials représentent désormais 65% du pouvoir d'achat au Cameroun - ils attendent des expériences immersives et participatives.

❤️ Émotionnellement engagés

Les marques qui créent du lien émotionnel plutôt que de simples promotions génèrent 3x plus de fidélité et d'engagement à long terme.



L'idée maîtresse : Vivez des fêtes savoureuses

Vivez des fêtes savoureuses

LA PASTA FIRST

 Pour des repas festifs

Des recettes exclusives pour
chaque grande occasion cette
fin d'année

Un calendrier qui inspire la créativité en cuisine
toute l'année



Des pâtes gourmandes qui créent des moments de partage
inoubliables en famille

Une expérience culinaire qui allie tradition italienne et saveurs
camerounaises

Valeurs, cibles & promesse émotionnelle



Notre campagne s'adresse à toutes les familles camerounaises avec une approche inclusive et fédératrice, valorisant la diversité culturelle et générationnelle.

Nos valeurs fondatrices :

Convivialité : Créer des moments de partage inoubliables

Créativité : Encourager l'expression et l'innovation culinaire

Authenticité : Marier tradition camerounaise et savoir-faire local

Familles

Foyers urbains avec enfants, recherchant des moments de partage autour de repas accessibles et conviviaux

Classe moyenne

Consommateurs aspirationnels, sensibles aux marques de qualité et aux expériences familiales enrichissantes

Enfants & Adolescents

Prescripteurs et consommateurs avides de nouveauté, adeptes des défis et du digital



Notre promesse émotionnelle

“ Transformer chaque repas ordinaire en une célébration mémorable où toute la famille peut s'exprimer, partager et créer ensemble des souvenirs gourmands qui durent toute l'année. ”

Axes Créatifs & Slogans



Key Visual 1

🍴 Axe 1 – La magie des fêtes en famille

Concept: "Tout moment magique se vit pleinement et mieux quand on prépare en famille."

Slogans possibles :

- « La magie des fêtes se cuisine en famille »
- « Les meilleures pâtes font de grandes fêtes. »



Axes Créatifs & Slogans



🍴 Axe 2 – Le goût de la fête avec La Pasta First

Concept: Dès que la Pasta First mijote... on sait que c'est la fête. C'est le signe, l'odeur, le goût qui lance les festivités.

Slogans possibles :

« La saveur des grands moments »

« Les fêtes ont un goût de Pasta »

« Vivez des fêtes savoureuses »

Key Visual 2



Axes Créatifs & Slogans



Key Visual 3

🍴 Axe 3 – Le Chef, c'est vous!

Concept: "Avec La Pasta First, créez vous-mêmes les repas gastronomiques, devenant ainsi le héros de la famille...et des fêtes."

Slogans possibles :

« Le chef des fêtes, c'est vous! »



Stratégie de gamification



1



Défis mensuels

Challenges adaptés aux produits (pâtes)

Partage des créations avec hashtag
#Savourez2025

2



Énigmes & Quiz

Énigmes inspirées de la culture
camerounaise

Réponses collectionnables pour des
points bonus

3



Récompenses

Tirages au sort mensuels parmi les
participants

Système de badges et niveaux à
débloquer

Grand tirage final avec lots exclusifs
Panzani

Parcours joueur



Achat produit & scan QR



Participation au défi



Partage sur réseaux



Gain de points



Récompenses & badges

Classement famille

1

Famille Kouam

1250 pts

2

Famille Mbarga

980 pts

3

Famille Nkoulou

875 pts

50%

Objectif participation

Transformer des consommateurs en joueurs actifs
avec une expérience immersive qui renforce le lien
émotionnel à la marque

L'expérience famille (UGC)

Partage social en temps réel

CRÉATIONS & DÉFI MENSUEL



#LaPastachallenge2026



Photos et vidéos des créations culinaires avec produits Panzani

Défis viraux sur Facebook, TikTok et Instagram avec hashtag dédié

Challenges parents-enfants avec recettes spéciales

Engagement communautaire

FAMILLES CONNECTÉES



Galerie mensuelle des meilleures créations familiales

Classement des familles les plus actives sur le dashboard

Contenu généré par les utilisateurs valorisé sur les packagings

Familles ambassadrices sélectionnées chaque mois

Activations en supermarché

Pour maximiser l'impact et l'engagement avec la campagne, nous déploierons un dispositif complet d'activations en points de vente créant des expériences mémorables et immersives.

Dégustations évenementielles : Ateliers culinaires express où les familles découvrent des recettes créatives utilisant les pâtes LA PASTA FIRST.

Photo-booth PASTA-CHEF : Espace photo interactif permettant aux clients de se mettre en scène comme "Chef Panzani du mois" avec accessoires et partage instantané sur réseaux sociaux.

Jeux-concours QR : Bornes interactives avec scan de QR code pour débloquent les défis spéciaux par thème et gagner des prix immédiats.

Sampling créatif : Distribution d'échantillons accompagnés de mini-calendriers mensuels et de fiches recettes exclusives.



d'augmentation de la conversion en point de vente

Animations mass market & corners urbains

Pour créer le buzz viral et maximiser l'impact de la campagne, nous proposons des activations urbaines stratégiques qui amèneront l'expérience Panzani directement aux consommateurs camerounais.

Une campagne de retour d'emballages qui devra booster la pénétration et la fidélisation.

Roadshow "Pasta-Tour" : Tournée événementielle dans les quartiers populaires avec un camion aux couleurs Panzani proposant des démonstrations culinaires et défis mensuels.

Foodtrucks événementiels : Présence mobile lors des grands événements camerounais avec dégustation de recettes fusionnant traditions locales et produits Panzani.

Pop-up éphémères : Espaces d'immersion dans les centres commerciaux avec bornes interactives, photo-booth festif et jeux-concours connectés au calendrier mensuel.



+200,000

Interactions directes dans 5 grandes villes du Cameroun

Ambassadeurs & familles influenceuses

Ambassadeurs Vedettes

Amplifier la portée nationale



5 personnalités camerounaises reconnues comme ambassadeurs officiels

Création de recettes signature avec chaque ambassadeur

Défis mensuels lancés sur leurs réseaux sociaux (3M+ d'audience)

Présence lors des grands événements de la campagne

Familles Ambassadrices

Authenticité & proximité



20 familles ambassadrices sélectionnées à travers le Cameroun

Documentation mensuelle de leurs défis

Création de contenus authentiques et inspirants pour leur communauté

Programmes de mentorat culinaire auprès des jeunes familles

Défis réseaux sociaux



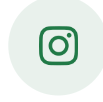
1



#PastaDance Challenge

Chorégraphie spéciale mêlant traditions camerounaises et cuisine

Participation des familles entières devant leur repas Panzani
Comptage des vues pour classement mensuel



#PastaCreation

Concours photos mensuels des créations culinaires avec Panzani

Votes par likes pour désigner les gagnants régionaux

Jury d'experts pour la finale nationale

2



Challenges Saisonniers

Défis thématiques liés aux fêtes camerounaises

Challenges surprise avec célébrités locales

Engagement communautaire avec donations caritatives

3

Hashtags viraux

#VivezLesFêtesSavoureuses

#DéfiPanzani

#PastaDance

#PanzaniCameroun

Plateformes principales

TikTok - Cible prioritaire: 16-25 ans

Instagram - Cible prioritaire: 18-35 ans

Facebook - Cible prioritaire: 25-45 ans

Amplification virale

Influenceurs locaux

Partenariats avec créateurs de contenu camerounais pour lancer les challenges avec leur communauté

Cross-promotion

QR codes renvoyant vers des défis exclusifs et contenus bonus

Récompenses virales

Prix progressifs selon engagement: plus un contenu est partagé, plus la récompense augmente

Content Hub

Plateforme centralisée regroupant tous les contenus UGC et permettant de voter

Recettes camerounaises revisitées



Nos recettes fusion marient le savoir-faire de Panzani aux saveurs emblématiques du Cameroun. Ces créations exclusives seront au cœur de notre campagne, renforçant l'ancrage local de la marque tout en valorisant la diversité culinaire camerounaise.

Pâtes au Ndolé : Fusion étonnante entre les tagliatelles Panzani et le célèbre plat à base de feuilles amères et d'arachides.

Spaghetti au Poulet DG : Réinterprétation du plat traditionnel camerounais avec des pâtes à la place du riz.

Penne choux sautés : Adaptation des pâtes aux choux sautés avec de la morue fumée (typiquement camerounaises).



Notre recette phare : Spaghetti au mbongo tchobi

Spaghetti agrémentés d'une sauce de mbongo tchobi



Mécanique promotionnelle : Jeu-concours & data



Collecte de données

1

Inscription nécessaire pour jouer (nom, email, âge)
Profil familial avec préférences culinaires
Tracking des défis réalisés et habitudes d'achat



Insights & Analyse

2

Données démographiques et géographiques des familles
Recettes favorites et innovations produit
Parcours consommateur et fréquence d'achat



Création de valeur

3

Développement d'une base de données clients
Personnalisation des offres et communications
Fidélisation par engagement émotionnel ludique

Cycle de valeur data



Inscription



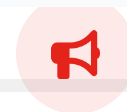
Participation



Analyse



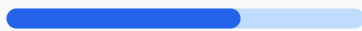
Insights



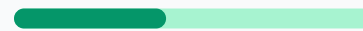
Marketing ciblé

KPIs de la mécanique promotionnelle

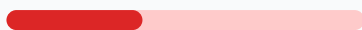
Taux d'inscription



Taux de complétion



Taux de partage



Base contacts

Bénéfices business

Connaissance client approfondie pour futures campagnes
Communauté engagée de 50,000+ familles
Augmentation de la conversion immédiate (+%)
Capital de marque renforcé par l'expérience ludique



Merci.

PANZANI CAMEROUN

