

Pasta First



NOUS au service de nos consommateurs

Stratégie événementielle pour la Journée Mondiale des Pâtes
2025

📅 25 Octobre 2025



Le pivot stratégique



Mobilisation interne

← Approche initiale

La recommandation initiale proposait un roadshow avec foodtruck circulant dans les quartiers de Douala.

Animations culinaires et jeux concours pour les familles

Campagne digitale et collecte d'emballages

Événements festifs et engagements des influenceurs

« Une expérience immersive visant à transformer la perception des pâtes courtes »

→ Nouvelle vision stratégique

La direction souhaite désormais mettre à l'honneur le personnel Panzani pour cette journée mondiale des pâtes.

Personnel Panzani en immersion dans un marché populaire

Proximité directe avec les consommateurs

Fédération interne et fierté d'appartenance

« Pasta First à l'encontre de ses consommateurs »



"Créer un sentiment de fierté, d'appartenance à la famille Panzani, se rapprocher des consommateurs, briser la glace... sans consommer de gros budgets"

Mobiliser l'ADN Panzani



Une opportunité stratégique unique



L'atout humain

Le personnel Panzani est le premier ambassadeur de la marque et porteur de ses valeurs.

Connaissance parfaite des produits

Expertise du marché camerounais

Passion et engagement authentiques



Levier BTL

Une stratégie qui transforme l'expérience consommateur en créant un lien humain direct.

Contact direct sans intermédiaire

Échanges authentiques et proximité

Retour terrain immédiat et précieux



Différenciation sectorielle

Une rupture stratégique dans un secteur agroalimentaire souvent distant de ses consommateurs.

Humanisation de la marque Panzani

Stratégie inédite dans l'industrie locale

Valorisation du personnel comme actif clé



"Les collaborateurs qui croient en leur marque créent une expérience consommateur extraordinaire. Leur passion est contagieuse."

Concept PASTA FIRST



PASTA FIRST révolutionne l'approche marketing traditionnelle en plaçant l'humain au cœur de l'événement. Pour cette Journée Mondiale des Pâtes, Panzani mise sur sa plus grande richesse : ses collaborateurs.

Un concept où la marque devient humaine :

Une journée où tous les collaborateurs Panzani descendent ensemble sur le terrain

Un contact direct et authentique avec les consommateurs, sans intermédiaires

Une expérience partagée entre l'entreprise et son public



💡 Le caractère révolutionnaire de l'approche



D'observateur à acteur, Le collaborateur devient ambassadeur direct



Briser les barrières Entre ceux qui font le produit et ceux qui le consomment



Dialogue authentique Recueillir directement les retours consommateurs



"PASTA FIRST crée un sentiment de fierté, d'appartenance à la famille Panzani tout en nous rapprochant véritablement de nos consommateurs. Ce n'est plus seulement une marque qui parle, ce sont des personnes qui rencontrent d'autres personnes."

La promesse



NOUS au service de nos consommateurs

Une journée exceptionnelle où les équipes Panzani incarnent les valeurs fondamentales de la marque au contact direct des consommateurs camerounais.



Solidarité

Une équipe unie au service d'une mission commune



Proximité

Briser les barrières pour créer des liens authentiques



Fierté

Incarner l'appartenance à la famille Panzani



Service

Mettre l'humain et la satisfaction au cœur de nos actions



Convivialité

Partager des moments chaleureux autour de nos produits

“

"Cette journée incarne notre engagement: transformer chaque collaborateur en ambassadeur de notre marque, créant une expérience mémorable qui résonne avec l'authenticité de notre présence au Cameroun."

Bénéfices stratégiques du concept



Une approche à triple impact : marque, équipes et marché



Proximité consommateurs

Création d'un lien direct entre la marque et son public dans un contexte authentique.

Rencontres sur leur terrain quotidien

Écoute active des attentes réelles

Démonstration d'accessibilité

+65% d'affinité émotionnelle attendue



Engagement collaborateurs

Mobilisation des forces vives de l'entreprise autour d'une mission commune valorisante.

Fierté d'appartenance renforcée

Collaboration inter-services

Contact direct avec la raison d'être

100% des équipes impliquées activement



Différenciation BTL

Stratégie distinctive dans le secteur alimentaire camerounais, rompant avec les codes habituels.

Innovation dans l'approche marketing

Visibilité médiatique accrue

Optimisation du budget marketing

2,5x l'impact vs campagnes classiques



"La présence directe des collaborateurs sur le terrain crée une dynamique vertueuse inédite : elle humanise la marque, engage les équipes et offre un avantage concurrentiel durable"

Zonage : Marchés et quartiers ciblés à Douala

Points d'intervention stratégiques

Marchés populaires

- Marché Central
- Marché Sandaga
- Marché Mboppi
- Marché Ndogpassi

Quartiers stratégiques

- Akwa
- Bépanda
- New Bell
- Bonabéri
- Makepe

Critères de sélection : Densité démographique, proximité écoles/bureaux, pouvoir d'achat local, trafic piétonnier élevé



Logistique & Itinéraires optimisés

Organisation terrain et coordination des équipes



🕒 Planning horaire détaillé

- **08h00 - 08h30**
Briefing des équipes au siège Panzani
- **09h00 - 13h00**
Déploiement terrain par équipes dans les marchés populaires
- **14h00 - 17h00**
Rassemblement central et animations festives

📍 Points de ralliement

- Escortes motos aux points stratégiques
- Service de navettes pour les équipes
- Point central de coordination mobile

👤 Organisation logistique

👤 Composition des équipes

- Équipes de 4-5 personnes multidisciplinaires
- Inclusion de commerciaux et personnel marketing
- Chaque équipe avec un leader désigné

↔ Flux de mobilité

- Rotation des équipes toutes les 90 minutes
- Renouvellement des stocks produits
- Communication centralisée via responsables zones

🛡 Sécurité et coordination

- Équipe médicale mobile disponible
- Agents de sécurité en civil par secteur
- Communication radio permanente avec QG



L'itinéraire précis sera validé 48h avant l'événement avec la préfecture pour assurer une coordination optimale avec les forces de l'ordre et maximiser la visibilité des équipes Panzani dans les zones à fort trafic.

Organisation des équipes : Tous vendeurs !

Répartition stratégique des rôles et responsabilités

Concept "Tous vendeurs" : Pour cette journée mondiale des pâtes, chaque collaborateur Panzani devient ambassadeur de la marque, quelle que soit sa fonction habituelle. Une mobilisation générale qui valorise la contribution de chacun.

Équipe Terrain

Direction commerciale + Marketing

- Animation des points de vente
- Démonstrations culinaires
- Accompagnement des clients

Équipe Promotion

Communication + RH + Admin

- Sensibilisation et échanges
- Collecte de témoignages
- Documentation des activités

Équipe Support

Logistique + Production + Finance

- Distribution des échantillons
- Approvisionnement continu
- Gestion des ressources

Organisation des équipes : Tous vendeurs !



Répartition stratégique des rôles et responsabilités

Préparation & Coordination

Briefing préalable avec tous les collaborateurs (1 semaine avant)

Distribution de kits ambassadeurs (uniformes, matériel promotionnel)

Formation express sur les messages clés et techniques de démonstration

Coordination par zone via responsables désignés

★ Bénéfices pour les équipes

Renforcement de la cohésion d'équipe inter-départements

Meilleure compréhension des attentes consommateurs

Fierté d'appartenance à la marque Panzani

Développement de nouvelles compétences terrain



"Cette journée nous permettra de briser la glace entre les services et de créer un sentiment fort d'appartenance à la famille Panzani, tout en nous rapprochant directement de nos consommateurs."

Animations terrain : 9h-13h

À la rencontre directe de nos consommateurs



🕒 9h00 - 13h00

👥 Interactions consommateurs



Rencontres personnalisées

Chaque collaborateur dialogue directement avec les consommateurs, écoute leurs attentes et recueille des insights précieux



Dégustations culinaires

Préparation de recettes simples et savoureuses mettant en valeur la versatilité des pâtes Panzani



Éducation nutritionnelle

Sensibilisation aux bienfaits des pâtes dans une alimentation équilibrée et adaptée aux besoins locaux

🎮 Animations & Jeux



Distribution d'échantillons

Offre de packs découverte pour essayer les produits à domicile, avec une brochure de recettes adaptées



Concours express

Quiz sur la marque et les pâtes avec des lots instantanés à gagner pour créer une atmosphère festive



Photobooth Panzani

Espace photo avec accessoires thématiques pour créer des souvenirs partagés sur réseaux sociaux avec #PastaFirst

Points clés pour les équipes terrain

- ✓ Tenue aux couleurs Panzani
- ✓ Kit échantillons prédéfini
- ✓ Script d'approche client
- ✓ Fiche recette à partager
- ✓ Offre spéciale 300 FCFA
- ✓ Liaison équipe logistique

Rassemblement central

Pasta Party

Le concept

Après la mobilisation terrain du matin, toutes les équipes convergent vers un lieu central pour un moment de partage unique.

Horaire : 14h00

Lieu facilement accessible depuis les zones de déploiement

Espace convivial pour environ 100 collaborateurs & 500 personnes du grand public

Atmosphère décontractée et festive



Programme de la Pasta Party



Partage d'expériences

Interviews :
Témoignages des équipes sur leurs interactions avec les consommateurs



Dégustation grand public

Repas convivial préparé par le Chef avec la gamme Panzani (500 dégustations)



Reconnaissance

Célébration des succès de la marque grâce à ses consommateurs



Bénéfices pour le staff

Renforcement du sentiment d'appartenance à la famille Panzani

Décloisonnement entre départements et fonctions

Valorisation de l'engagement terrain de chaque collaborateur

Création de souvenirs communs mémorables



"La force d'une entreprise réside dans sa capacité à rassembler ses talents autour d'un moment de partage authentique avec ses consommateurs."



Conseil logistique

Prévoir un système de navettes depuis les différents points de déploiement pour faciliter le regroupement des équipes à 14h et assurer une transition fluide.

Événement festif : animations publiques

Célébrer ensemble la Journée Mondiale des Pâtes



Après la matinée sur le terrain et le rassemblement des équipes, l'après-midi sera consacrée à une grande fête ouverte au public pour créer un moment convivial et mémorable.

15h

Karaoké Géant

Animation par DJ professionnel

Répertoire festif et populaire

Concours de chant inter-équipes

Participation du grand public

Un moment de convivialité qui renforce l'esprit d'équipe



16h

Visite surprise de Ben Decca

Performance de l'icône musicale camerounaise

Répertoire spécial "Pasta First"

Interaction avec les collaborateurs

Photos souvenirs avec l'artiste

Un moment fort qui marquera les esprits



15h

Animations Grand Public

Jeux pour enfants et familles

Mini-kermesse thématique pâtes

Studio photo "Famille Panzani"

Dégustations festives variées

Un espace convivial qui renforce le lien avec les consommateurs



Impact attendu



Un moment fort créant un souvenir mémorable tant pour les collaborateurs que pour les consommateurs. Cet événement festif marquera l'aboutissement d'une journée exceptionnelle où toute l'entreprise s'est mobilisée au service de sa communauté.

Activation commerciale : offre prix spécial



Étude de faisabilité et impact de l'offre à 300 FCFA

Composante	Détails de l'offre	Faisabilité opérationnelle	Impact commercial
Prix spécial	Réduction temporaire à 300 FCFA pour la Journée Mondiale des Pâtes	Marge réduite mais viable pour une journée spéciale (ROI indirect)	Augmentation du volume de +45% attendue
Distribution	Kits de 5 unités pré-conditionnés pour distribution rapide	Préparation en amont avec équipes logistiques (J-2)	Facilité d'achat et effet promotionnel amplifié
Points de vente	Marchés ciblés + Magasins BAO avec îlots dédiés	Signalétique spécifique et PLV "Journée Mondiale des Pâtes"	Double visibilité terrain et points de vente
Limites	Maximum 10 unités par acheteur (stock limité)	Gestion des stocks avec QR code de traçabilité	Création d'urgence et sentiment d'exclusivité

Retour sur investissement

✔ Conversion estimée à +22% de réachat au prix standard dans les 4 semaines suivantes

Mesure d'efficacité

🎯 Suivi des ventes post-événement par code-barres spécifique sur lots promotionnels

Présence exceptionnelle dans les magasins BAO



Une visibilité maximale en points de vente

Îlots dédiés Panzani

Mise en place d'îlots promotionnels exclusifs dans les magasins BAO pour la Journée Mondiale des Pâtes.

Implantation de 02 îlots dans les points de vente clés

Mise en avant de l'offre spéciale à 300 FCFA

Signalétique événementielle aux couleurs de Pasta First

Disposition stratégique à l'entrée des magasins

Hostessing et animation

Déploiement d'hôtesse formées et engagées pour maximiser l'impact et le lien avec les activations terrain.

Présence d'hôtesse aux uniformes Panzani

Discours cohérent avec l'événement terrain

Distribution d'échantillons et de fiches recettes

Relais des retombées de l'action Pasta First

Dispositif Point de Vente

- ✓ Stop rayon + kakémono + PLV sol
- ✓ Stickers prix promotionnels événementiels

Synergie terrain / point de vente

Les collaborateurs Panzani présents sur le terrain orienteront les consommateurs vers les magasins BAO pour bénéficier de l'offre spéciale, créant un parcours client fluide et cohérent.

Impact attendu en magasins



+45%

Ventes jour J



2 500+

Contacts générés



+%

Ventes semaine suivante

Ressources humaines & logistiques clefs



Optimisation des moyens pour un événement réussi



Transport & Mobilité

5 véhicules de transport collectif pour les équipes

Escorte de 10 motos pour visibilité et flexibilité

2 camions logistiques pour matériel et échantillons

Points de rendez-vous stratégiques près des marchés
01 Camion podium pour le grand show



Sécurité & Gestion

Équipe de 8 agents de sécurité pour encadrement

2 ambulances avec personnel médical en stand-by

Autorisations administratives marchés et lieux publics

Gilets identifiables pour tous les collaborateurs



Pilotage & Coordination

Cellule de coordination centrale (5 personnes)

Briefing préparatoire 3 jours avant l'événement

Système de communication radio pour liaison permanente

Documentation détaillée par équipe et zone

💡 Point d'attention clé

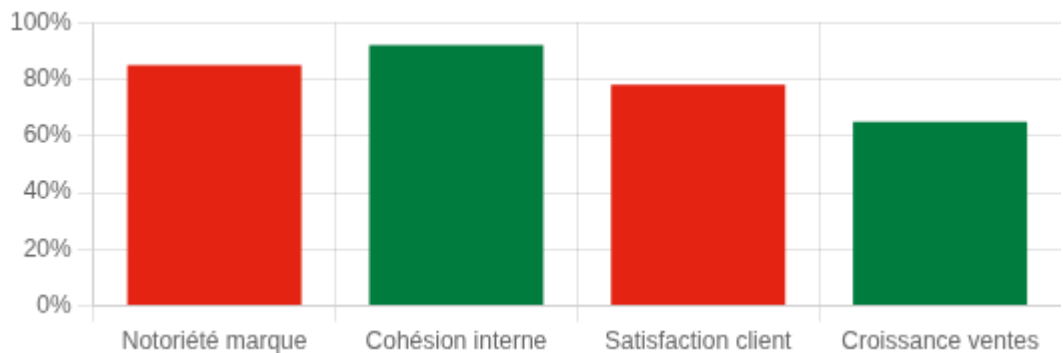
Pour une mobilisation optimale, nous avons dimensionné les ressources pour 100% du personnel Panzani, afin de garantir une couverture maximale des zones ciblées tout en maintenant un excellent niveau de service et de sécurité.

KPIs & Résultats attendus

📈 Indicateurs de succès

Engagement collaborateurs Taux de participation volontaire	95%
Consommateurs touchés Interactions directes qualifiées	5 000+
Vente spéciale 300 FCFA Unités vendues jour J	8 500
ROI estimé Retour sur investissement	3.4x

🎯 Impact & Plan de suivi



Plan de suivi post-événement

- ✓ Enquête satisfaction collaborateurs (J+3)
- ✓ Analyse des ventes sur 4 semaines suivantes
- ✓ Rapport photos/vidéos pour communication interne
- ✓ Intégration des apprentissages aux événements 2026

Pasta First : Une stratégie humaine pour un impact mémorable à long terme

Plan de communication média – Stratégie globale



Présentation de la stratégie média globale pour maximiser la visibilité de la Journée Mondiale des Pâtes.



Objectifs de communication

Générer une forte notoriété autour de l'événement Pasta First
Créer un lien émotionnel avec la marque Panzani
Valoriser l'implication du personnel comme ambassadeurs
Augmenter la visibilité de l'offre spéciale (300 FCFA)



Messages-clés à véhiculer

"NOUS au service de nos consommateurs"
"Une marque proche et accessible"
"Les collaborateurs Panzani, ambassadeurs passionnés"
"Pasta First, une expérience unique de proximité"



Cibles

Grand public: Consommateurs actuels et potentiels
Familles: Décisionnaires d'achat et enfants
Médias: Presse locale et nationale, radios
Digital: Communautés en ligne, influenceurs



Ton

Ton: Chaleureux, authentique et engageant
Signature: "Pasta First - NOUS au service de nos consommateurs"

Enjeux stratégiques

 Accent sur la proximité humaine

 Valorisation du personnel ambassadeur

 Mise en avant des moments phares

Plan de communication média – Calendrier & canaux



Présentation du plan d'action média détaillé pour assurer une visibilité maximale avant, pendant et après l'événement.



Pré-événement (J-15 à J-1)

● J-15 à J-10

Communiqué de presse annonçant l'événement

Presse

Web

● J-7

Lancement campagne radio

Radio

● J-5 à J-1

Teasing sur réseaux sociaux avec compteur

Social



Jour J (25 octobre)

● 7h-9h

Interview radio du directeur Panzani

Radio

● 9h-13h

Live reporting sur réseaux sociaux

Social

● 14h-17h

Couverture TV de la Pasta Party

TV

Presse



Post-événement (J+1 à J+15)

● J+1

Communiqué de presse bilan

Presse

● J+2 à J+7

Publication vidéo récapitulative

Social

Web

● J+7 à J+15

Campagne de fidélisation clients

Email

Radio

Plan de communication média – Calendrier & canaux



Déploiement par canaux de communication

“” Médias traditionnels

Radio : Spots 30s et interventions sur Balafon, Radio Equinoxe
TV locale : décrochage et reportage sur Balafon TV

Médias digitaux

Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, TikTok
Influenceurs : 5 micro-influenceurs locaux engagés
WhatsApp : Campagne virale et groupe communautaire

📰 Relations presse & BTL

Communiqués : 3 communiqués (annonce, rappel, bilan)
Journalistes : Invitation presse à la Pasta Party
PLV : Habillage points de vente BAO (J-7 à J+7)
Street marketing : Distribution flyers (J-3)

Créateurs de contenu – Facebook



Seppo
217k abonnés



Chelsy Suzy
553k abonnés



Flora Etoundi
85k abonnés



Duval Kadje
255k abonnés

Budget détaillé d'exécution – Coûts opérationnels

Détail du budget affecté à chaque poste clé pour assurer le succès de l'opération Pasta First. Tous les montants sont exprimés en FCFA.



Tableau récapitulatif du budget

Poste de dépense	Détail	Montant (FCFA)
Ressources humaines	Animateurs professionnels (2 personnes)	300 000
	Personnel de sécurité (10 personnes)	200 000
	Ambulance (4 personnes)	300 000
	Indemnités (Transport) personnel Panzani	1 000 000
Matériel & Logistique	Location Camion podium + Branding	600 000
	Jury	85 000
	Kits promotionnels (1500 unités)	750 000
	Perdiems motos (45) + chasubles	500 000
	Uniformes et accessoires personnel	1 500 000
	Achats d'espace médiatiques	2 500 000

Budget détaillé d'exécution – Coûts opérationnels

Détail du budget affecté à chaque poste clé pour assurer le succès de l'opération Pasta First. Tous les montants sont exprimés en FCFA.



Tableau récapitulatif du budget

Poste de dépense	Détail	Montant (FCFA)
Communication & Médias	Production contenus digitaux (contenus vidéos) + Influenceurs	1 500 000
	PLV et supports imprimés (Flyers portant QR Code carnet de recettes; autres)	2 000 000
	Prestation Ben Decca	1 000 000
Catering & Prestations événementielles	Catering (500 dégustations)	1 000 000
	Installation scénique + Live Band	800 000
Artistes en herbe & comédiens	Entertainment	1 000 000
BUDGET TOTAL		-----



Merci.

PANZANI CAMEROUN

