

Back-To-School La Pasta First



Sommaire



Contexte



Cibles



Objectifs



Concept



Breakdown





Contexte

À l'approche de la rentrée scolaire, une période stratégique s'annonce pour les marques : c'est le moment idéal pour capter l'attention des consommateurs et dynamiser les ventes. Parents et étudiants s'équipent pour l'année à venir, multipliant les achats essentiels.

Dans cette dynamique, nous souhaitons positionner LA PASTA FIRST comme un partenaire de confiance pour les familles – en particulier pour les goûters des enfants – mais aussi comme l'allié incontournable des étudiants, grâce à ses repas simples, savoureux et accessibles.

Contexte

La Back-to-school au Cameroun



La Pasta First

Campagne d'upselling en point de vente. Gains: Biscuits Delys, Traceuse.



Broli

Concours du Meilleur poème sur l'école incluant des mots-clés. A la clé des lots Broli (Choco Broli, Lait, etc.), des bons d'achat et des fournitures scolaires.



Riz Mémé

Concours de dessin. Gain: Sac de Riz Mémé, kits scolaires.

Cibles

Parents

Attitudes

- Recherche de produits pratiques, équilibrés et rapides pour la préparation des repas et goûters des enfants.
- Soucieux du budget tout en privilégiant des produits de qualité.
- Sensibilité à la nutrition et à la simplicité des repas.

Attentes

- Des repas rapides et nutritifs pour leurs enfants.
- Des solutions économiques pour alléger la charge alimentaire quotidienne.
- Une marque de confiance qui répond à leurs préoccupations de qualité et de sécurité.

Consommation média

- DIGITAL ★ ★ ★
- OOH ★ ★ ★ ★
- TV ★ ★ ★ ★ ★
- RADIO ★ ★ ★ ★

Points de contact avec la cible

- Magasins de proximité
- Boutiques
- Radio
- Réseaux sociaux

Ils sont les principaux décisionnaires d'achat, surtout lorsqu'il s'agit de produits destinés aux repas et goûters des enfants. Ils sont la principale cible de consommation car ils s'assurent de l'alimentation de leurs enfants, recherchant des produits pratiques et de qualité pour la préparation des goûters ou des repas rapides.



Cibles Étudiants



Les étudiants, souvent éloignés de la maison, ont besoin de solutions alimentaires simples, nutritives et peu coûteuses pour leurs repas quotidiens.

Attitudes

- Recherche de solutions rapides, abordables, mais qui restent savoureuses.
- Préférence pour les produits pratiques qui s'adaptent à un mode de vie dynamique et étudiant.
- Souci du rapport qualité/prix.

Attentes

- Des repas faciles à préparer, peu coûteux et rapides.
- Des produits qui répondent à un mode de vie actif (études, travail, loisirs).
- Un goût agréable et une expérience culinaire simple, sans prise de tête.

Consommation média

- DIGITAL ★★★★★
- OOH ★★★★★
- TV ★★★★★
- RADIO ★★

Points de contact avec la cible

- Événements de dégustation
- Réseaux sociaux
- Offres promotionnelles
- Cafétérias : Des réductions sur des packs ou des promotions étudiantes dans les supermarchés et magasins en ligne.

Cibles Jeunes

Attitudes

- Recherche de solutions rapides, abordables, mais qui restent savoureuses.
- Préférence pour les produits pratiques qui s'adaptent à un mode de vie dynamique et étudiant.
- Souci du rapport qualité/prix.

Attentes

- Des repas faciles à préparer, peu coûteux et rapides.
- Des produits qui répondent à un mode de vie actif (études, travail, loisirs).
- Un goût agréable et une expérience culinaire simple, sans prise de tête.

Consommation média

- DIGITAL ★★★★★
- OOH ★★★★★
- TV ★★★★★
- RADIO ★★

Points de contact

- Événements de dégustation
- Réseaux sociaux
- Offres promotionnelles
- Cafétérias



Ils veulent des repas rapides et savoureux, souvent consommés lors de moments de pause ou en soirée.

Objectifs

01

Inscrire LA PASTA FIRST comme goûter incontournable dans les habitudes de consommation de notre cible

02

Engager les étudiants dans la consommation de LA PASTA FIRST

03

Booster les ventes

04

Accentuer la visibilité et la présence de LA PASTA FIRST dans les Modern Trade, les boutiques du quartier et les marchés

05

Sponsoriser les émissions interactives dans les radios à fort taux d'audience

06

Créer des concepts sur le digital



Concept



**PREMIER
PARTOUT**

COMMENCE PASTA FIRST

“Premier Partout !”

Style émotionnel

Notre enfant rentre à la maison, les yeux pétillants, brandissant son carnet de notes, sa coupe de tournoi ou juste son sac à dos. En tant que parent, on essuie une larme de fierté. C’est la récompense de tout un effort, de jours d’école parfois trop longs, de devoirs parfois difficiles.

Intérêt pour la cible

Parce que les parents veulent accompagner leurs enfants, parce que les étudiants recherchent des repas sains et qui leur donnent du tonus, La Pasta First deviant l’allié naturel de toutes les réussites.

Intérêt pour La Pasta First

En s’associant aux moments de réussite scolaire, sportive ou personnelle, La Pasta First renforce son lien émotionnel avec les familles et les jeunes adultes, en construisant une image complice, accessible et inspirante.

Breakdown

Premier Partout

Avant

Sponsoring

Campagne Média

Pendant

Campagne Média

Activations

RSE: Premiers Ensemble

Après

Publireportage

Event de Clôture





Pré-campagne

Cette phase s'étendra de la fin d'année scolaire 2024/2025 au mois d'août 2025. Ceci dans le but de présenter La Pasta First comme un élément omnipresent dans toutes les célébrations académiques.

Cette phase consistera principalement en: Sponsoring et campagne media.

Pré-Campagne

Sponsoring



Prix de l'excellence scolaires

Remise de prix de l'excellence et brand experience dans des écoles primaires publiques. Pour cette première édition, nous choisirons une école par ville.

Douala: École Publique de Deido

Yaoundé: École Publique de Nkolndongo Mbida

Bafoussam: École Publique de Famla

Ngaoundéré: École Publique Annexe II



Pré-Campagne

Sponsoring



Prix de l'excellence scolaires

Kit d'activation

- Sampling spaghettis/macaronis sauce bolognaise
- Stand La Pasta First brandé
- Branding jupe podium de remise
- Kits d'excellence: trousse, règle graduée brandée, spaghettis/macaronis La Pasta First
- Brand Girl



Pré-Campagne

Sponsoring



Évènements de vacances

Sponsoriser les évènements de vacances qui réunissent principalement des jeunes et qui célèbrent l'excellence dans plusieurs domaines:

- Challenge Vacances,
- Concerts,
- Championnats de vacances
- Caravane mobile



Pré-campagne

Campagne média

Radio

Call-to-action à travers le sponsoring d'émissions interactives sur des chaînes de radio à forte audience

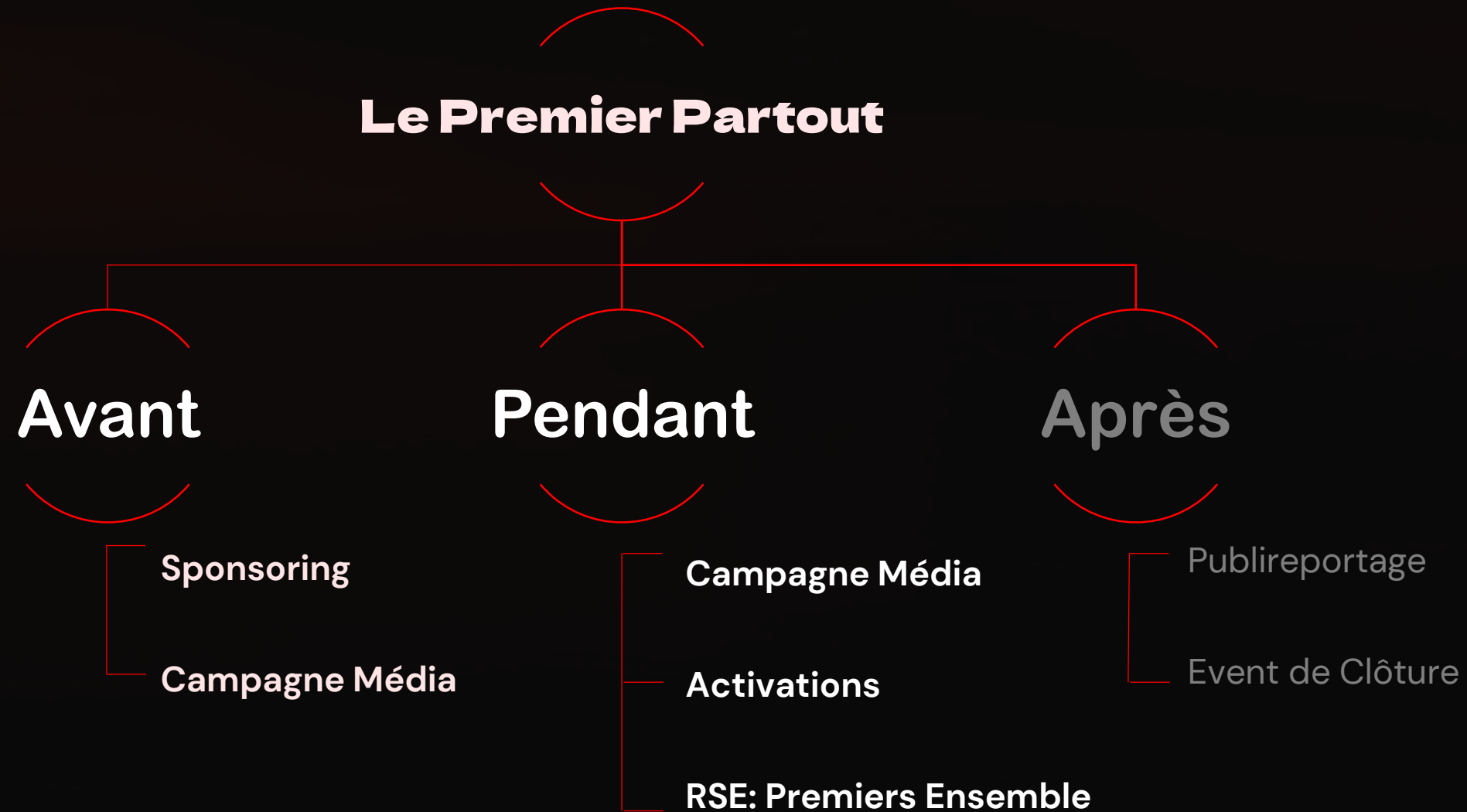
Digital

Push SMS

Pasta Art Challenge: création d'oeuvre d'art à base de pâtes pour tenter de remporter des lots La Pasta First.



Breakdown



Campagne Média (Axe 1)

Une campagne multivisuelle qui s'adresse à chaque groupe cible



Visuel émotionnel 1

Mettant en avant des enfants savourant un plat de pâtes en tenue d'école.



Visuel émotionnel 2

Mettant en avant des étudiants savourant des pâtes



Visuel transactionnel

Mettant en avant la maman en rayon dans un point de vente

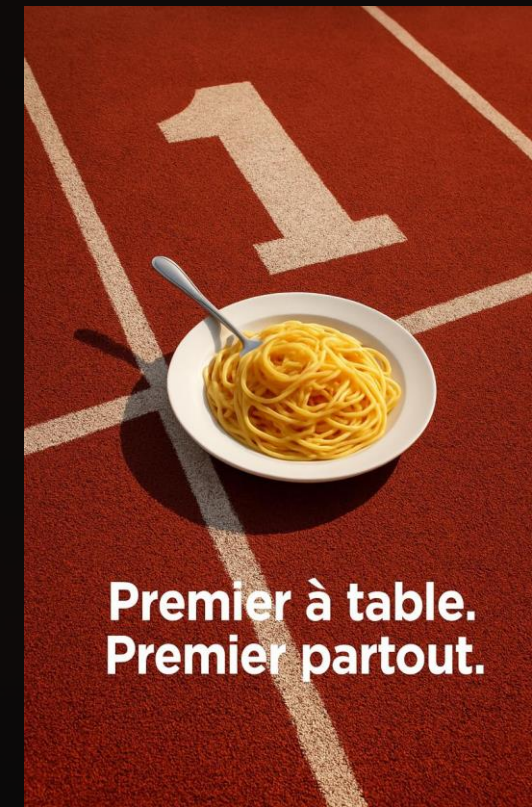


Formats OOH

20% Grand format (4*3 et 6*3), 80% Petit format (9m2) proche des écoles.



Moodboard



Déploiement Média



Radio

Sponsoring d'émissions, décrochages sur des radios commerciales



TV

Diffusion de spots publicitaires



Digital

Campagne d'influence: 1 min de cuisine avec Sir Pierre Mbengue pour apprendre des repas sains et faciles à faire



Digital 2

Contenus émotionnels et engageants: Définir un premier, dans quel domaine es-tu premier, Pasta DanceChallenge etc.

TikTok Pasta Dance Challenge



Création du son original

Composition d'une musique entraînante sur le thème "Avec La Pasta First je suis toujours First" avec un artiste local populaire, conçue pour être mémorable et facile à reprendre.



Chorégraphie signature

Développement d'une série de mouvements simples et amusants, incluant un geste symbolisant le bonnet rouge, accessible à tous les âges et niveaux.

3

Participation des écoles

Lancement du défi dans les universités avec des kits pédagogiques et des prix pour les classes les plus créatives.



Amplification par les célébrités

Implication d'artistes et d'influenceurs locaux qui reprennent la danse, générant une vague d'imitation et de participation massive.



Activations

Modern Trade



Programme de fidélité

Tout achat à hauteur de 2500F te donne droit à un carnet de fidélité dans lequel en fonction des quantités, on cumulera des points permettant de gagner un cartable et des fournitures scolaires.

Gain

Les gifts seront dans un sac à dos géant La Pasta

Roue de la fortune

Scan un code QR et tente de gagner des lots sur la roue de la fortune.

Visibilité

Brand girl en tenue d'écolière, flyer FR/EN résumant la campagne

Activations

Traditional Trade



Boutiques

Zoning où des équipes trade approcheront des boutiques pour faire des rotations. Les PDV seront soumis à un challenge et le gagnant remportera soit 1 réduction sur sa prochaine commande ou un carton de pâtes courtes ou longues gratuit.

Marché

Animation car podium avec sampling et vente de produits à prix réduits. Déstockage des semi-grossistes. Des food soldiers seront présents pour attirer les clients.

Activations

Brand Experience



Chasse au trésor

Organiser une chasse au trésor, 1 minutes pour faire des courses dans un magasin Daily Market pour gagner des courses gratuites ainsi que des Fournitures scolaires.

Cible: étudiants

Opération Premiers Ensemble



Sélection des quartiers

Identification stratégique des orphelinats et camps de déportés NOSO



Annonce locale

Communication de proximité annonçant l'arrivée de la caravane



Distribution festive

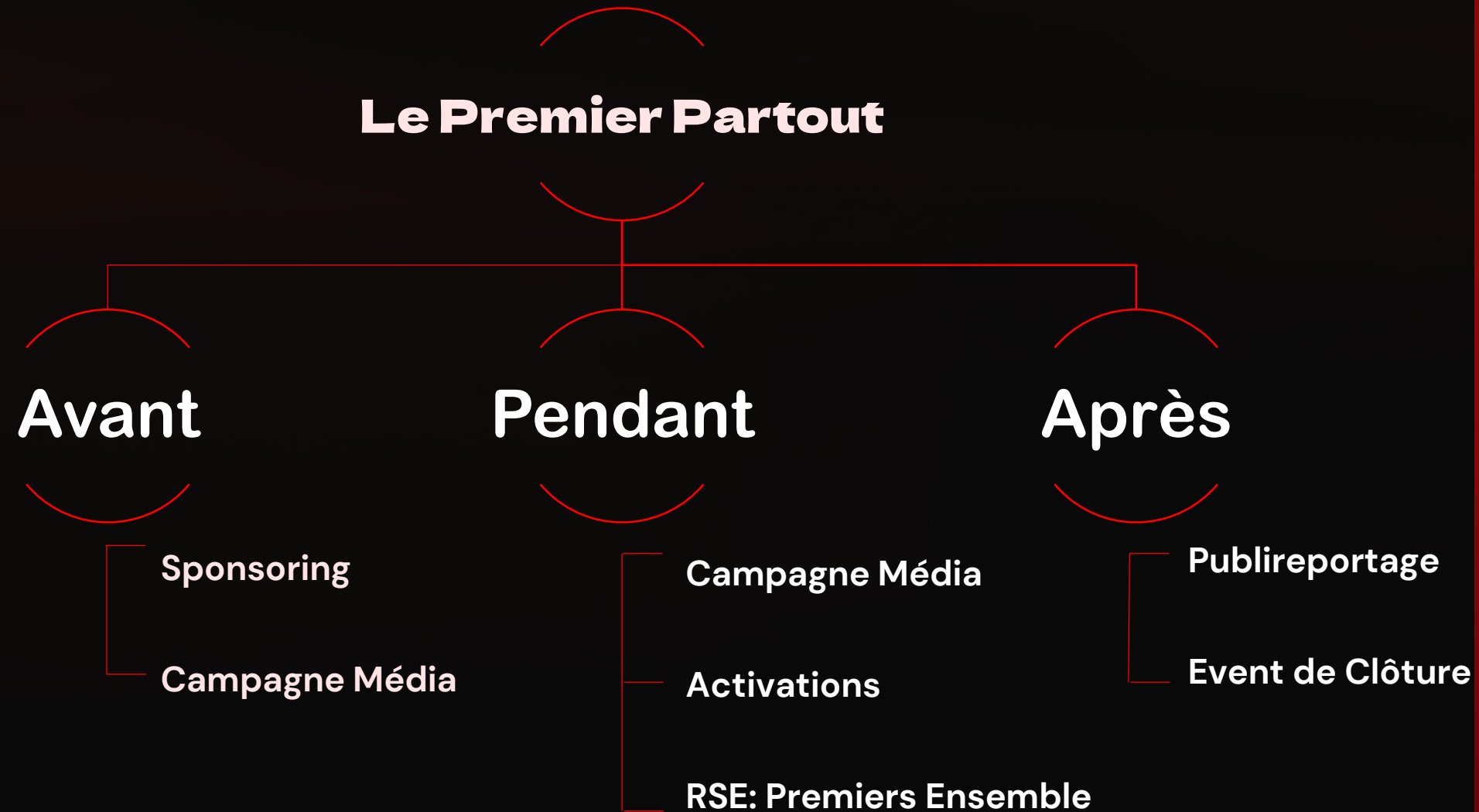
Repas offert, distribution de pâtes et prise en charge des frais de scolarité



Animation éducative

Ateliers sur la nutrition et l'importance des pâtes dans la réussite

Breakdown



La grande Kermesse

Une journée festive, colorée et gourmande dédiée à l'univers des pâtes, où chaque tranche d'âge trouve son espace, ses activités, ses challenges et ses récompenses. Un événement qui allie jeux, découvertes culinaires, musique et apprentissages autour de l'alimentation saine, rapide et créative.



La Grande Kermesse



Site

Espace ouvert (stade ou parking) permettant une mise en place rapide et un déploiement optimal.



Zones Kids et étudiants

Quiz, atelier cuisine, challenge danse sur la chanson officielle de la campagne, jeux, espace création de contenus, animations musicales



First Market

Dégustation gratuite, vente de pâtes à prix réduit



Masterplan

Phase	Mois	Objectif	Actions majeures
Pré-campagne	Mai	Préparer et lancer la campagne	Teasing digital, début des activations scolaires, jeux radio
Pré-campagne	Juin - Juillet	Engager et activer	Campagne radio, valorisation élèves, activations de quartier
Campagne	Août	Déploiement massif	Déploiement TV, OOH, digital, activations Modern Trade
Campagne	Septembre		Brand experience, digital interactif, action RSE
Campagne	Octobre	Clôture de la campagne	Événement final, récompenses, retour d'expérience



Merci.

BACK-TO-SCHOOL LA PASTA FIRST

