

Campagne 2025 – Nouveau visage, même engagement

CADYST GRAIN, leader meunier au Cameroun, franchit un cap majeur : un rebranding complet pour affirmer sa mission, ses valeurs, et sa promesse de qualité.

Dans ce climat électoral où chaque mot compte, nous allons faire entendre une voix singulière.





Une nouvelle ère s'annonce

1

L'année de tous les choix

Des choix politiques, des choix de société, mais aussi des choix de confiance.

2

Rebranding complet

CADYST GRAIN, leader meunier au Cameroun, franchit un cap majeur : un rebranding complet pour affirmer plus que jamais sa mission, ses valeurs, et sa promesse de qualité.

3

Approche en deux étapes

Commencer avec LA CAMEROUNAISE comme symbole national, puis déployer les autres marques.

Plus qu'un rebranding

Un message d'amour

À un pays, à ses artisans,
à ses mères, à ses
enfants.

Un retour en force

Une entreprise qui
s'exprime avec dignité,
proximité et émotion.

Une continuité

CADYST GRAIN s'est renouvelée pour durer, pour nourrir.



Et pour être toujours là. Et pour être toujours “le choix du peuple”

Nourrir

Fournir des produits de qualité
pour tous les Camerounais.

Aimer

Maintenir ce lien affectif unique
avec les Camerounais.



Grandir

Évoluer avec le pays et ses
besoins changeants.

Soutenir

Accompagner les communautés
dans leur développement.

Concept global de campagne

« Je serais toujours là. » / “Le choix du peuple”



Déclaration d'amour

Une promesse silencieuse et sincère.



Promesse d'ancrage

Un engagement de stabilité et de fiabilité.



Mémoire collective

Un appel aux souvenirs partagés par tous les Camerounais.

Objectifs de la première étape



Buzz émotionnel

S'inspirer du climat électoral sans l'évoquer directement.



Attente médiatique

Générer de la curiosité autour du slogan teaser.



Réintroduction

Présenter LA CAMEROUNAISE sous son nouveau visage.



Préparation

Préparer le terrain pour les autres marques du groupe.



Phase teaser – “Le choix du peuple” Ou “Je serais toujours là”

Visuels sobres

Images en bleu et blanc,
poignantes, où la phrase
apparaît seule.

Symbolisme discret

En filigrane, la forme
d'un pain ou d'un
beignet.



Émotion et public cible

Émotions recherchées

- Nostalgie
- Sécurité
- Reconnaissance
- Appartenance

Public ciblé

Tous les Camerounais, des plus modestes aux professionnels.

Des familles aux artisans boulangers, en passant par les vendeurs de rue.





Phase de révélation – « Je suis LA CAMEROUNAISE, je nourris la force du pays. »



Vidéo principale

Diffusion TV et digital



Déclinaisons

Radio, print, digital, street marketing



Animation marchés

Dégustation et mini-débats populaires

Spot vidéo (30s)

Spot vidéo (30s)

🎬 Ouverture sur des scènes quotidiennes :

- Une grand-mère qui pétrit la pâte à 5h du matin.
- Un jeune garçon qui aide à vendre les beignets.
- Une boulangère qui sort les baguettes du four.

Off : « Pendant que certains promettent... d'autres agissent. Depuis toujours. Chaque matin. Chaque fournée. Chaque sourire. »

Cut : Gros plan sur le nouveau sac de LA CAMEROUNAISE.

Off : « Je suis LA CAMEROUNAISE. Et je serais toujours là. »

Logo + Signature finale : CADYST GRAIN – Le cœur du pays dans chaque sac.



Étape 2 : Déploiement multimarques

Objectif

Lier la symbolique nationale de LA CAMEROUNAISE à la force des autres marques.



Écosystème affectif

Créer une campagne chorale qui résonne avec tous les Camerounais.

Unité par la diversité

Chaque marque a sa voix, mais toutes partagent la même mission.



Fil narratif de la campagne

« Ensemble, nous pétrissons bonheur de tous au quotidien. »

Message d'unité

Toutes les marques travaillent ensemble pour un même objectif.

Engagement collectif

Une promesse de service envers tous les Camerounais.

Continuité

Un engagement qui traverse le temps, les générations.

Déclinaison : AMIGO



Le goût de la rue

« Je suis AMIGO. Je suis la joie des coins de rue. »



Le sourire du peuple

Une farine qui incarne l'esprit populaire et la convivialité camerounaise.



Déclinaison : COLOMBE



«Je suis LE PÉLICAN ROUGE. Je tiens bon, partout.»

L'élégance du geste professionnel, la finesse des créations artisanales.

Déclinaison : PELICAN ROUGE



« Je suis COLOMBE. Et je magnifie les pains d'ici. »

L'endurance des professionnels d'élite, avec une bonne dose de fiabilité, performance et résistance





Calendrier de Campagne

Phase 1 - Intrigue

Teaser "Je serai toujours là" /
"Le choix du peuple" via OOH, radio et digital.
15 - 21 avril 2025



Phase 2 - Révélation

Reveal La Camerounaise avec films, visuels et dégustations.
22 - 28 avril 2025



Phase 3 - Activation

Dégustations, échantillonnage et animation marché.
25 avril - 10 mai 2025



Phase 4 - Autres marques

Capsules émotionnelles Colombe, Amigo, Pélican Rouge.
1er mai - 15 juin 2025



Phase 5 - Consolidation

Campagne "Le goût qui nous rassemble" avec relai TV et
digital.
10 - 30 juin 2025



Merci.

CADYST GRAIN

