

CARAMBAR



STUDIO PULSE

2026

PROJET BOOST

Objectif booster l'énergie, sans perdre la bêtise sur l'horizon 2026

MMI 1 (A1,A2,B1)

Présenté par :
Raphaëlla, Tina, Rayan et Cheickene



INTRODUCTION —

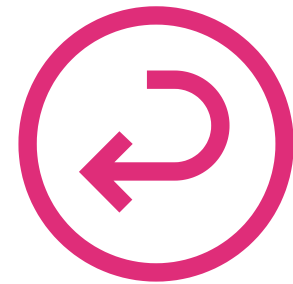
1 | UNE MARQUE MYTHIQUE

- 1954 – Nord de la France
- Icône de la confiserie française
- Célèbre pour ses blagues
- Forte valeur affective, intergénérationnelle



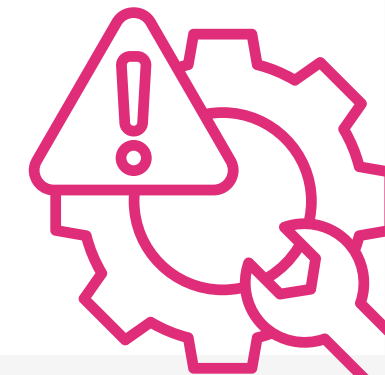
2 | RETOUR AUX SOURCES

- Retour sous pavillon français en 2016
- Production relocalisée
- Valorisation du savoir-faire & de l'ADN historique



3 | UN PROBLÈME

- Faible présence digitale
- Manque de visibilité auprès des jeunes
- Peu d'actions événementielles



4 | L'ENJEU

- Moderniser la communication
- Sans perdre l'identité de la marque
- Renforcer sa présence dans le quotidien des consommateur
- Stratégie digitale + événementielle sur 12 mois



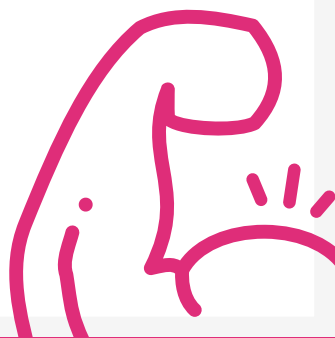
BENCHMARK

FORT MARCHÉ

- Marques très visibles (Haribo, Lutti, etc.)



- Forte puissance média
- Codes de communication souvent similaires
- Territoires de communication saturés



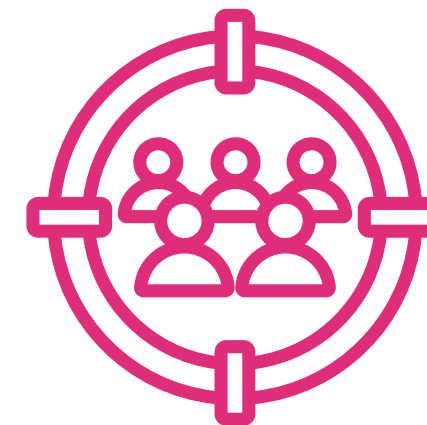
POSITIONNEMENT

- Plaisir simple
- Partage & convivialité
- ADN populaire & culturel
- Capital sympathie très fort



LES CIBLES

- Enfants / ados → découverte, fun
- Adultes → nostalgie, attachement
- Familles → partage



NOTRE COMMUNICATION —

Nos méthodes

1 RÉSEAUX SOCIAUX



| Présent sur les réseaux sociaux
Contenus courts et participatifs
Maintient de l'engagement et
du lien avec la communauté.

2 TEMPS FORTS



| Moments clés axé sur des
animations et événements au
cours de l'année, exemple ; St
valentin ou Noël

3 LES SAISONS



| Axe sur les saisons, propositions
régulière de nouveautés. L'été
devient un temps fort.

STUDIO PULSE |

NOTRE COMMUNICATION

“Une année rythmée comme une cour de récré nationale”

STUDIO PULSE |

NOTRE COMMUNICATION



“Une année rythmée comme une cour de récré nationale”

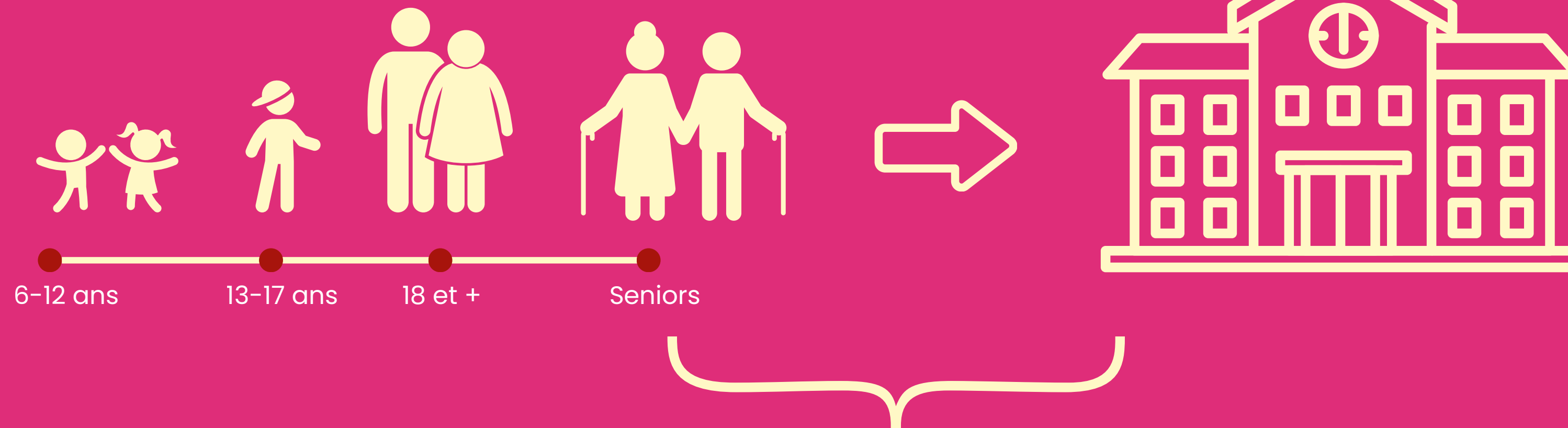


STUDIO PULSE |

NOTRE COMMUNICATION

“Une année rythmée comme une cour de récré nationale”

ÉVÈNEMENT **CARAMBAR** TRANSGÉNÉRATIONNEL



Notre idée est de faire comprendre que même adultes, on vit encore au rythme de l'année scolaire.



NOTRE COMMUNICATION

Une communication qui
suit le calendrier scolaire

Avec des temps forts et des temps plus calmes



NOUVELLE VISION = NOUVEAU SITE

// Point centrale et accès facile pour : LE SITE INTERNET ! //



Objectifs :

- ✓ Centraliser
- ✓ Fideliser
- ✓ Faire participer

The screenshot shows the Carambar Booster website page. At the top, the "CARAMBAR BOOSTER" logo is prominently displayed in a stylized, colorful font. Below the logo, the text reads "3 saveurs gourmandes et énergisantes". A "DÉCOUVRIR" button is positioned below this text. The main visual is an illustration of three anthropomorphic Carambar candy sticks with faces and arms, each wearing a backpack and holding a different flavor: Myrtille (purple), Orange (orange), and Mangue (yellow). Below the illustration are three buttons labeled "MYRTILLE", "ORANGE", and "MANGUE".

The page is divided into three columns:

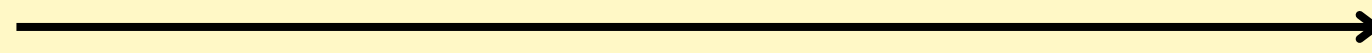
- Nos Produits** (with a fruit icon):
 - Carambar Original
 - Carambar d'Antan
 - Carambar Atomic
 - Carambar Fruités
 - Carambar Bubbliz
 - Carambar Sour
 - MalabarA "TOUS LES PRODUITS >" button is located at the bottom of this column.
- Le Jeu du Mois**:
 - Tente ta chance pour remporter un max de Carambar !A "JE PARTICIPE" button is located below the text.
- Actualités**:
 - Includes an image of a Carambar stand at a festival.
 - Text: "Carambar au Yardland. Découvre notre stand et nos animations au Yardland festival!"
 - A "VOIR LES NEWS >" button is located at the bottom.

NOUVELLE VISION = NOUVEAU SITE

“Le nouveau site incarne la modernisation de la marque.”

TYPOGRAPHIES

Poppins



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

MODERNE

GÉOMETRIQUE

LISIBLE

PALETTE COLORIELLE



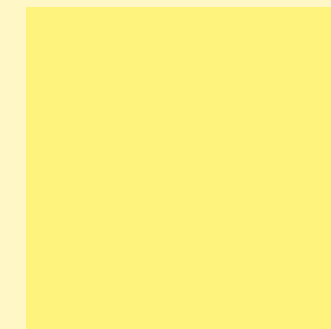
##F47A9D



#FBDFE8

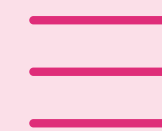


#FFFFFF



#FEF37C

PLANNING ÉDITORIAL ANNUEL



“Le QG de l’univers Carambar”

SEPT



OCT



DÉC



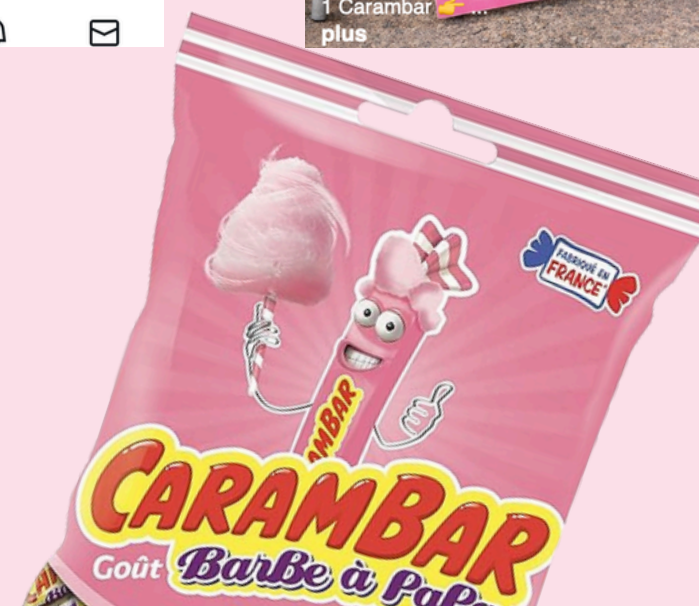
JANV



FEV



- TEMPS FORT
- TEMPS FAIBLE



STUDIO PULSE |

NOUVELLE GAMME

“UN BOOSTER QU’AVEC DES BIENS FAITS”

Identité visuelle de la gamme



MANGUE

Mangue — Boost vitalité

- Donne un coup d'énergie immédiat
- Aide à lutter contre la fatigue
- Goût fruité et tonique

STUDIO PULSE |

NOUVELLE GAMME

“UN BOOSTER QU’AVEC DES BIENS FAITS”

Identité visuelle de la gamme



MYRTILLE

Myrtille — Boost concentration

- Aide à rester concentré
- Favorise la vigilance
- Parfait pour les révisions / le travail

STUDIO PULSE |

NOUVELLE GAMME

“UN BOOSTER QU’AVEC DES BIENS FAITS”

Identité visuelle de la gamme



ORANGE

Orange — Boost tonus

- Redonne du peps
- Riche en vitamines

STUDIO PULSE |

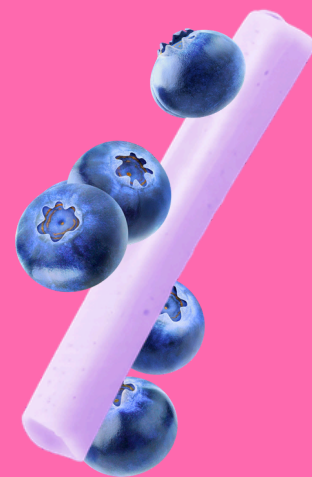
NOUVELLE GAMME

“UN BOOSTER QU’AVEC DES BIENS FAITS”

Les saveurs



MANGUE



MYRTILLE



ORANGE

Spécificités

Chaque Carambar possède son pouvoir pour changer votre journée

Mangue — Boost vitalité

- Donne un coup d'énergie immédiat
- Aide à lutter contre la fatigue
- Goût fruité et tonique

Myrtille — Boost concentration

- Aide à rester concentré
- Favorise la vigilance
- Parfait pour les révisions / le travail

Orange — Boost tonus

- Redonne du peps
- Riche en vitamines

SPONSORS & PARTENARIAT YTB

“ ON S'ADAPTE À LA GEN Z ”



SOLIDAYS



STUDIO PULSE |

SPONSORS & PARTENARIAT YTB



“ON S'ADAPTE À LA GEN Z”



AMIXEM



MICHOU

CIBLES :

ados + jeunes adultes,
amateurs de divertissement,
défis, humour et contenus
inspirés des tendances
Internet.



CIBLES :

enfants et adolescents, avec un
attrait fort pour le jeune public
et les fans de gaming / humour
léger.



STUDIO PULSE |

ROAD TRIP

“NOTRE ROAD TRIP”



LILLE



PARIS



MONTPELLIER



MARSEILLE



BIARRITZ

- Dans plusieurs villes de France



FESTIVALS / NOTRE PLAN

LolaPalaza



1

Un stand Carambar Energy

- Distribution de Carambar Energy
- Zone "coup de boost" pour festivaliers fatigués
- Animations, jeux, défis
- Photos & contenus partageables

2

LES OBJECTIFS

- Toucher les jeunes (cible principale)
- Lancer la nouvelle gamme en situation réelle
- Créer du contenu pour les réseaux sociaux
- Associer Carambar à un événement positif & engagé

3

ACTIVATIONS SUR PLACE

- Distribution gratuite
- Goodies
- QR code vers le site
- Vote / jeux / défis



STUDIO PULSE |

CONCLUSION

Carambar devient plus qu'un bonbon

- Une marque-expérience dans le quotidien
- Une narration sur l'année scolaire, rythmée par des temps forts
- Une stratégie pour toutes les générations
- Un écosystème cohérent : digital, terrain, partenariats
- Un point culminant l'été, puis un retour attendu à la rentrée



MERCI DE VOTRE ATTENTION !

Présenté par :  MMI 1 (A1,A2,B1)

Raphaëlla, Tina, Rayan et Cheickene