



**CARAMBAR REVIENT EN TV
AVEC UNE NOUVELLE PLATEFORME DE COMMUNICATION
ET UNE NOUVELLE SIGNATURE SIGNÉE FRED & FARID**



CARAMBAR
C'EST DE LA BARRE !



DÈS LE 17 JUIN 2017, CARAMBAR, DÉVOILERA « CARAMBAR, C'EST DE LA BARRE », UNE NOUVELLE PLATEFORME DE COMMUNICATION SIGNÉE FRED & FARID PARIS, POUR PARTIR À LA RECONQUÊTE DE LA GÉNÉRATION TWEENS. CETTE PREMIÈRE PRISE DE PAROLE SIGNERA LE GRAND RETOUR DE LA MARQUE FRANÇAISE EMBLÉMATIQUE DE BONBONS EN BARRE EN TV APRÈS PLUS DE 5 ANS D'ABSENCE.



Le nouveau territoire d'expression Carambar est incarné par une nouvelle signature « **Carambar, c'est de la barre !** » remettant ainsi le produit au cœur de son message. Ce clin d'œil à une expression populaire des cours de récré, se veut comme une célébration de l'expérience sensorielle fun des bonbons Carambar à destination des jeunes consommateurs. Après s'être adressée à toute la famille, Carambar reconnecte avec son cœur de cible, au travers d'une campagne multicanale adaptée aux codes de cette génération créative et hyper connectée.

Au cœur du dispositif créatif, 3 films de 20 secondes mettent en scène 3 enfants racontant avec humour l'expérience que procure la dégustation d'un Carambar à la manière de youtubeurs autour de la rhétorique commune « Carambar, C'est bon cooomme... ». Ainsi chaque Carambar - Atomic, Caramel et Magicolor - est incarné par des images décrivant avec créativité la sensation ressentie. Ces films sont déclinés sur le même principe dans 3 prints autour des 3 produits de la gamme.

Cette plateforme à la créativité digital native a été produite de manière inédite par FRED & FARID Paris en respectant les codes de cette culture YouTube chère aux tweens : l'agence a fait appel à Jean-Philippe Visini, du Jamel Comedy Kids pour coacher des youtubeurs en herbe et a pris le parti de tourner les films avec des réalisateurs en interne pour garder la spontanéité des vidéos "home-made".

« **Nous voulons une campagne vraie, sincère et drôle qui parle vraiment aux enfants et aux tweens** - cœur de cible de Carambar. Nous avons fait un travail de co-création avec ces enfants qui ont eu un vrai rôle sur le tournage. L'idée était de communiquer sur les goûts phares de la gamme qui plaisent particulièrement à cette génération en leur proposant d'exprimer leurs sensations avec leurs propres mots ». Olivier Lefebvre - Directeur de la Création de FRED & FARID Paris.

Des contenus bonus (vidéos bêtisier, gifs...) exclusifs seront dévoilés sur les réseaux sociaux de la marque à l'occasion de ce lancement.

CONTACT PRESSE FRED & FARID
Jalila Levesque
Jalila.levesque@fredfarid.com
+33640317629

Retrouvez tous les contenus de la campagne (films, CP, visuels...) sur le lien :
<https://fredfarid.prezly.com/carambarcestdelabarre>

