

Le nouveau monde de Carambar

Pour réactiver le lien avec ses consommateurs et valoriser sa gamme de 15 références, Carambar se lance dans une nouvelle plateforme de communication imaginée par BDDP Unlimited. Deux films, l'un diffusé en TV ("L'asile") l'autre sur le web ("L'interrogatoire"), plongent les bonbons humanisés, appelés "Carambarrés", dans des saynettes humoristiques réalisées en 3D (real.Geoffroy de Crecy/prod.Partizan). Un site internet conçu par Textuel La Mine a également été mis en ligne et s'accompagne d'un plan sur les médias sociaux (Scanblog), d'actions promotionnelles en magasin ainsi qu'une opération web "Attaque de Carambarrés" (Digitas).

