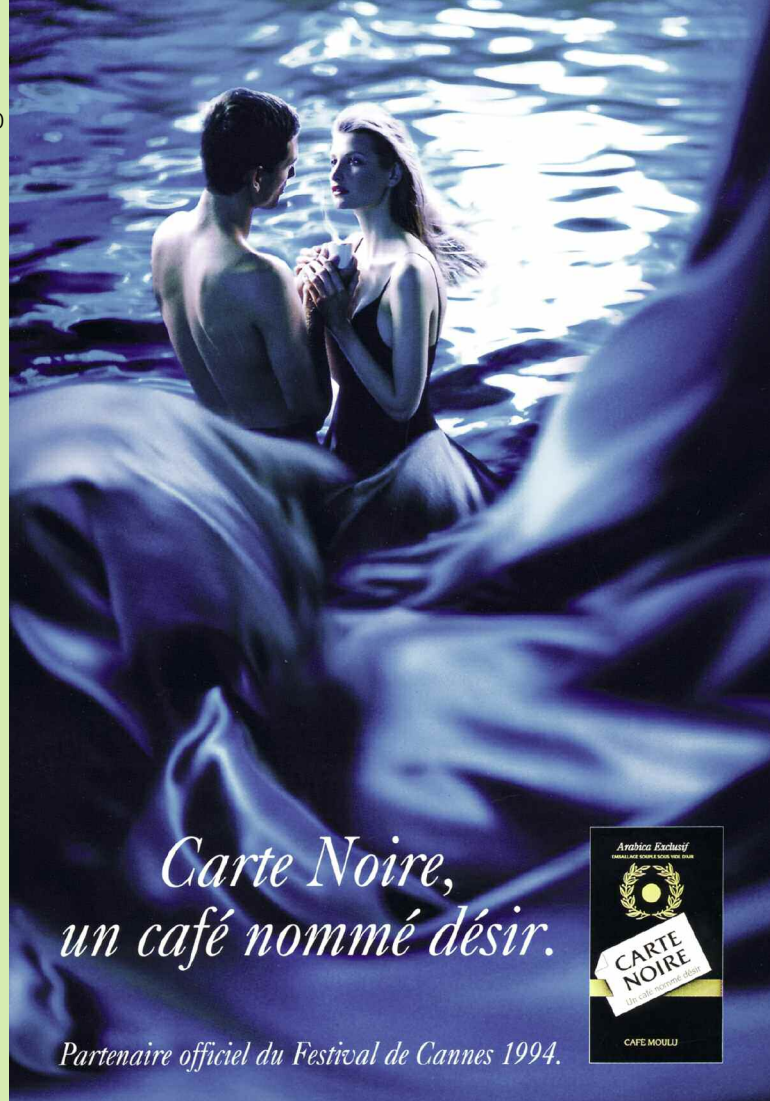


Présente dans un cinéma sur trois en France, Carte Noire fait du 7^{ème} art un partenaire de choix depuis 1987 pour accroître sa visibilité, renforcer sa proximité et rajeunir sa cible. Point d'orgue : le Prix Ciné Roman Carte Noire, en partenariat avec le Festival du Film de Paris.



Carte Noire, le cinéma nommé désir

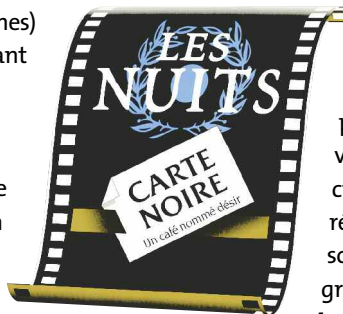


Transgresser les codes du marché, un principe inscrit dans les "gènes" de Carte Noire. Depuis 1984, la marque de café pur arabica préempte le territoire de l'imaginaire, du rêve et de la sensualité. La communication se veut onirique avec le fameux slogan inventé par Jacques Séguéla, "Un café nommé désir", tiré du livre de Tennessee Williams, *Un Tramway nommé désir*, et

immortalisé au cinéma par Marlon Brando. C'est donc tout naturellement que Carte Noire associe son nom au cinéma depuis 1987 et ce, au travers de nombreux événements. Le parrainage d'émissions dédiées au 7^{ème} art débute sur TF1 le dimanche soir avec Cinéstar, bandes annonce avant et après le film, puis Ciné Dimanche jusqu'en 1994. Grâce aux "Tickets d'Or du Cinéma", jeu concours organisé en 1990 dans les salles avec un tirage au sort sur TF1, "Carte Noire entend aider les salles à développer leur fréquentation", explique Cécile Loyer, marketing manager Carte Noire. Changement de partenaire en 1997, avec Canal +, "la" chaîne du cinéma : les billboards de la marque apparaissent aussi bien sur les émissions de cinéma - "Le Journal du Cinéma", "C du cinéma", et aujourd'hui "Le Journal des sorties" ou encore "Conversations secrètes" - que sur celles consacrées aux événements (Césars, Oscar, Cannes) ou tout simplement, tous les soirs en prime, avant les films.

Place aux jeunes espoirs

Autre manière d'institutionnaliser l'image de Carte Noire à travers le cinéma : la promotion de jeunes réalisateurs français. L'année 1996 est ponctuée par deux opérations



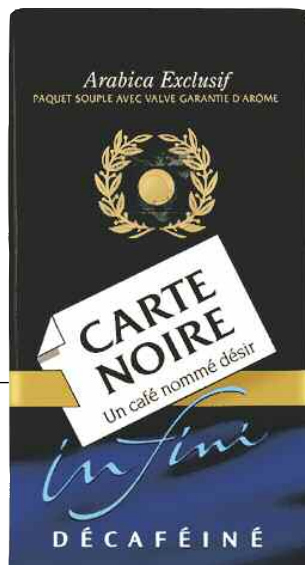
"outdoor". "Les Nuits Carte Noire", animées par Isabelle Giordano, proposent un rendez-vous cinématographique annuel gratuit dans cinq villes françaises pour mettre en avant les réalisateurs de court métrage : durant deux soirées, sont projetés en avant-première, un grand film mythique et trois courts-métrages, dont le meilleur est élu par un vote du public. La deuxième opération, baptisée "Rome au cinéma", propose, en partenariat avec la Ville de Paris, la projection sur écran géant en plein air, au Trocadéro, d'un chef-d'oeuvre du cinéma italien.

Aux origines de la marque

Café créé en 1978, Carte Noire est le numéro un français des purs arabicas. Des trois produits nés en 1978 au sein de la société des cafés Grand-Mère (créée en 1953 par René Monnier), Carte Rouge, Carte Bleue et Carte Noire, c'est ce dernier qui va connaître le succès. A son relancement, en 1982, quand la société des cafés Grand-Mère est rachetée par Jacobs, Carte Noire devient une marque à part entière. Le paquet est souple avec une valve de garantie d'arôme alors que les paquets des marques concurrentes (Maison du Café, Jacques Vabre) sont durs. Le nom est "Carte Noire" quand la carte sur le packaging est blanche. Le goût arabica, à la fois doux et intense, tranche radicalement avec celui, robusta, des

autres cafés. Ses nombreuses innovations comme l'ouverture facile en 1989 et la fermeture tout aussi facile en 1995 seront progressivement reprises par ses concurrents. Avec Carte Noire Instinct, un café soluble,

la marque révolutionne également les codes de ce segment de marché alors dominé par Nescafé : l'agence de design Dragon Rouge crée un bocal non plus rond mais carré avec une fenêtre transparente. En 1995 apparaît la première éco-recharge qui permet de le réutiliser. Les codes publicitaires de Carte Noire, proches de ceux du parfum, singularisent la marque : un couple dans un univers noir/bleuté, enlacé dans un voile noir symbolisant l'arôme. Carte Noire rapproche toujours des êtres que le destin semblait séparer.





Opération promotionnelle à destination des cinéphiles

Partenaire officiel du Festival de Cannes en 1993/1994, Carte Noire organise avec le ministère de la Culture, en 1997 - année du 50^{ème} anniversaire du Festival -, "Cannes dans votre salle", une projection de trois films mythiques de l'histoire du festival élus par le public dans cent villes de France. La marque multiplie le parrainage des grands événements du cinéma français en s'associant, en 1997, avec "Le Prix Louis Delluc" qui désigne le meilleur film français de l'année, et, en 1998, avec les Prix Jean Gabin et Romy Schneider récompensant, depuis 1980, deux jeunes espoirs du cinéma français. Parallèlement, Carte Noire propose en 1998 "les rendez-vous du cinéma", projection privée le samedi matin pour les Restos du cœur, et s'associe avec NRJ pour son émission "Ciné news". Enfin, depuis 2002, afin de s'ancren encore plus fortement dans l'univers du cinéma et le quotidien de ses consommateurs, Carte Noire est devenu le partenaire café des sites Europalaces (Pathé & Gaumont) et depuis 2003 des salles CGR, lui assurant ainsi une présence dans près d'un cinéma sur trois en France (58 millions d'entrées, soit une PDM de 28%).

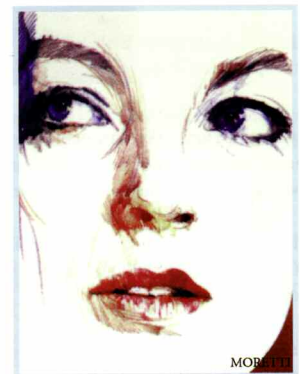
Rajeunir la cible

Point d'orgue du partenariat de Carte Noire avec le cinéma : le Festival du Film de Paris (FFP) ! Inauguré en 1986, ce festival, ouvert au grand public - 60 000 spectateurs -, présente pendant dix jours au Gaumont Marignan (Champs Elysées) des longs métrages du monde entier, premiers ou deuxièmes films de réalisateurs, inédits en France. "Depuis 2000, Carte Noire est partenaire principal du FFP. La marque aide le Festival à développer sa communication, l'affiche et le film publicitaire étant réalisés en complète collaboration. Ce festival, grand public, permet à la marque de jouer la carte glamour tout en étant proche de nouveaux consommateurs, des spectateurs de moins de 35 ans alors que le cœur de cible est plutôt 35/65 ans. Sur place, le lieu de vie, le Ciné Café, dis-



Quand Carte Noire fait son cinéma

PRIX JEAN GABIN
ROMY SCHNEIDER



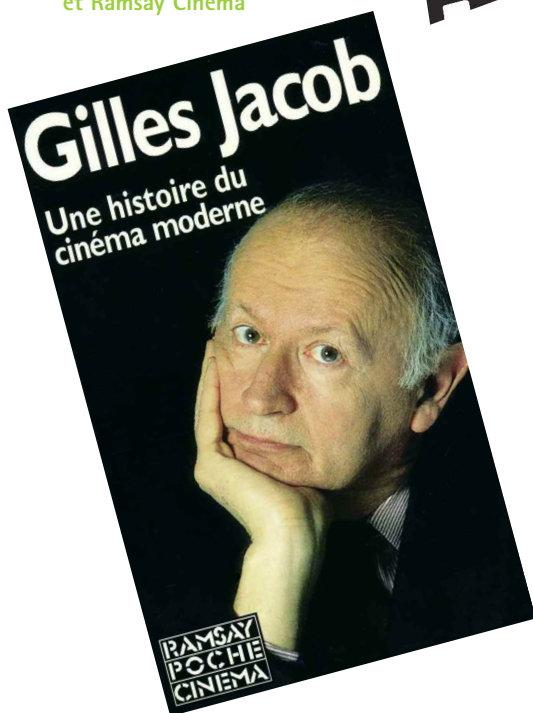
tribue près de 30 000 tasses”, souligne Cécile Loyer. Après le Grand Prix Carte Noire du Court Métrage décerné par un jury de professionnels et le Prix du Public Carte Noire attribué par un jury public, composé d’une quinzaine de jeunes cinéphiles, Carte Noire inaugure, en 2001, le Prix Carte Noire Littérature & Cinéma devenu depuis le Prix Ciné Roman Carte Noire². Fruit de la réflexion de deux experts, Arlette Gordon (Film 13) et Patrick de Bourgues (éditions Plon), ce prix entend faire découvrir et promouvoir la richesse de la littérature française auprès des professionnels du cinéma et construire des ponts entre le monde du cinéma et celui de l’édition. Résultat probant puisque Michel Quint, lauréat en 2001 pour son livre “Effroyables Jardins” a pu le voir porté à l’écran en 2003 grâce au réalisateur Jean Becker. Michel Houellebecq a reçu le prix pour “Plateforme” en 2002, Olivier Rolin pour

“Tigre en papier” en 2003 et Laurence Cossé pour “Le 31 du mois d’août”³ en 2004, roman dont les droits ont déjà été rachetés. Les droits de deux romans “coup de cœur” du jury, “L’Absolue Perfection du Crime” de Tanguy Viel en 2002 et “ONG” de legor Gran en 2003, sont également en négociation. Le tour d’horizon de la symbiose entre Carte Noire et le cinéma serait incomplet si la saga publicitaire de la marque n’était évoquée. Par le choix des images, de la musique - “Try to remember”, immortalisée par le chanteur Harry Belafonte -, et la qualité des réalisateurs - comme Jean-Jacques Annaud en 1998 pour le film “l’Orient Express” -, Carte Noire fait aussi... son cinéma ! ■

1 - Carte Noire est également présente en Angleterre, Belgique, Canada, Ukraine et Maroc.
 2 - Président du jury : Francis Huster (2004), John Malkovich (2003), Nicole Garcia (2002), Anouk Aimée (2001). Des journalistes sélectionnent les romans nominés et le jury choisit le lauréat.
 3 - L’histoire de la Fiat Uno qui serait responsable de l’accident mortel de Lady Di.



Association Carte Noire et Ramsay Cinéma



OFFRE SPÉCIALE

Arabica Exclusif
 2 PAQUETS SOUPLES AVEC VALVE GARANTIE D'ARÔME

CARTE NOIRE
 Un café nommé désir

CARTE NOIRE VOUS INVITE À DINER À BORD DU PULLMAN ORIENT EXPRESS

Offre sans obligation d'achat valable jusqu'au 11/12/99 - Voir au dos.

CARTE NOIRE

3 108440 002619 >