

Coca-Cola et la prévention par le sport

Richard Dacoury

***Consultant Corporate et Communication Sport
Coca-Cola France***

COCA-COLA ET LE SPORT



Un **engagement historique** aux côtés du monde sportif, des grands évènements internationaux que nous soutenons, aux initiatives locales que nous créons ou encourageons

Le sport est pour Coca-Cola une **plateforme naturelle d'engagements**, tant auprès du grand public que des salariés du groupe

Ces initiatives sont signées : « **Le Mouvement c'est le bonheur** »

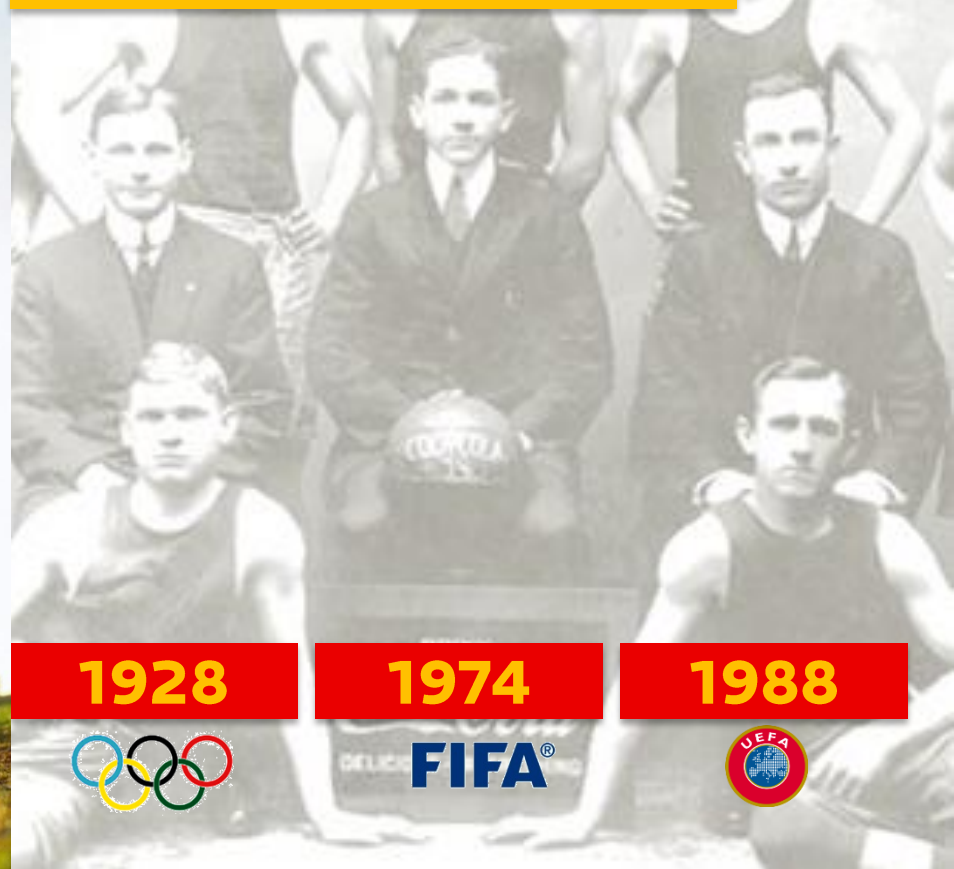
ENCOURAGER LA PRATIQUE DE L'ACTIVITÉ PHYSIQUE

Coca-Cola

**Les valeurs du sport :
l'optimisme et le partage**



**Partenaire majeur
et historique du sport**



1928



1974

FIFA®

1988



UNE NOUVELLE PLATEFORME D'EXPRESSION

The Coca-Cola logo is positioned in the top right corner, featuring the brand name in its signature script within a red circular background.

LE MOUVEMENT, C'EST LE BONHEUR

A group of six diverse young adults are captured mid-jump in a lush green field under a bright, cloudy sky. They are all smiling and have their arms raised, conveying a sense of joy and freedom. The image is the central visual element of the advertisement.

Informar le consommateur

Offrir le choix

Encourager à la pratique de
l'activité physique

#bouger

POUR NOS COLLABORATEURS, DES INITIATIVES TOUT AU LONG DE L'ANNEE



Soutien à des
équipes internes (ex:
marathon)

Voyage annuel
autour du sport

Par l'implication du **Comité d'entreprise** et la création
d'une **salle de sport**, accessible pour tous les salariés

Chaque année, Coca-Cola développe depuis 2007
une initiative européenne : la « **Move Week** »

En cette année de Coupe du Monde de Foot, un
programme dédié intitulé « **Go for the employee cup** »
(03/03 au 13/04)

194 équipes

2000 collaborateurs
supporters

La clé du succès: le soutien et l'implication du top management

UNE INITIATIVE NATIONALE: LE SPORT ÇA ME DIT

The Coca-Cola logo is positioned in the top right corner, featuring the brand name in its signature script inside a red circle.The background of the slide is a photograph of a group of children playing volleyball on a sandy court. A yellow ball is in the air, and several children are reaching up to hit it. A man in a red shirt and cap stands on the right, likely supervising. The scene is outdoors with trees in the background.

UN PROGRAMME DE COCA-COLA FRANCE
POUR FAIRE BOUGER LES JEUNES

**Une priorité pour toutes nos actions :
permettre aux jeunes qui en sont le plus éloignés
d'avoir accès au sport**

DÈS 2008

Coca-Cola

- **UNE DÉMARCHE GLOBALE DE LUTTE CONTRE LA SÉDENTARITÉ ET L'OBÉSITÉ**
- **FAIRE BOUGER LES JEUNES « EN BAS DE CHEZ EUX »**
- **SOUTENU PAR LE COMITÉ NATIONAL OLYMPIQUE ET SPORTIF FRANÇAIS**
- **GRATUIT**
- **OUVERT À TOUS**



UNE MECANIQUE INNOVANTE

Coca-Cola

COCA-COLA FRANCE

Conception du concept et du programme

Prise en charge financière à hauteur de 75% du prix total du cube

Valorisation du programme et d'un mode de vie actif



+ 800 VILLES PARTENAIRES

Déploiement local du programme avec l'aide de leurs animateurs

Participation moyenne à hauteur de 25% du prix total (environ 590€)

Promotion du programme sur leurs supports de communication

UN PROGRAMME CLÉ EN MAIN

Coca-Cola



6 activités récréatives

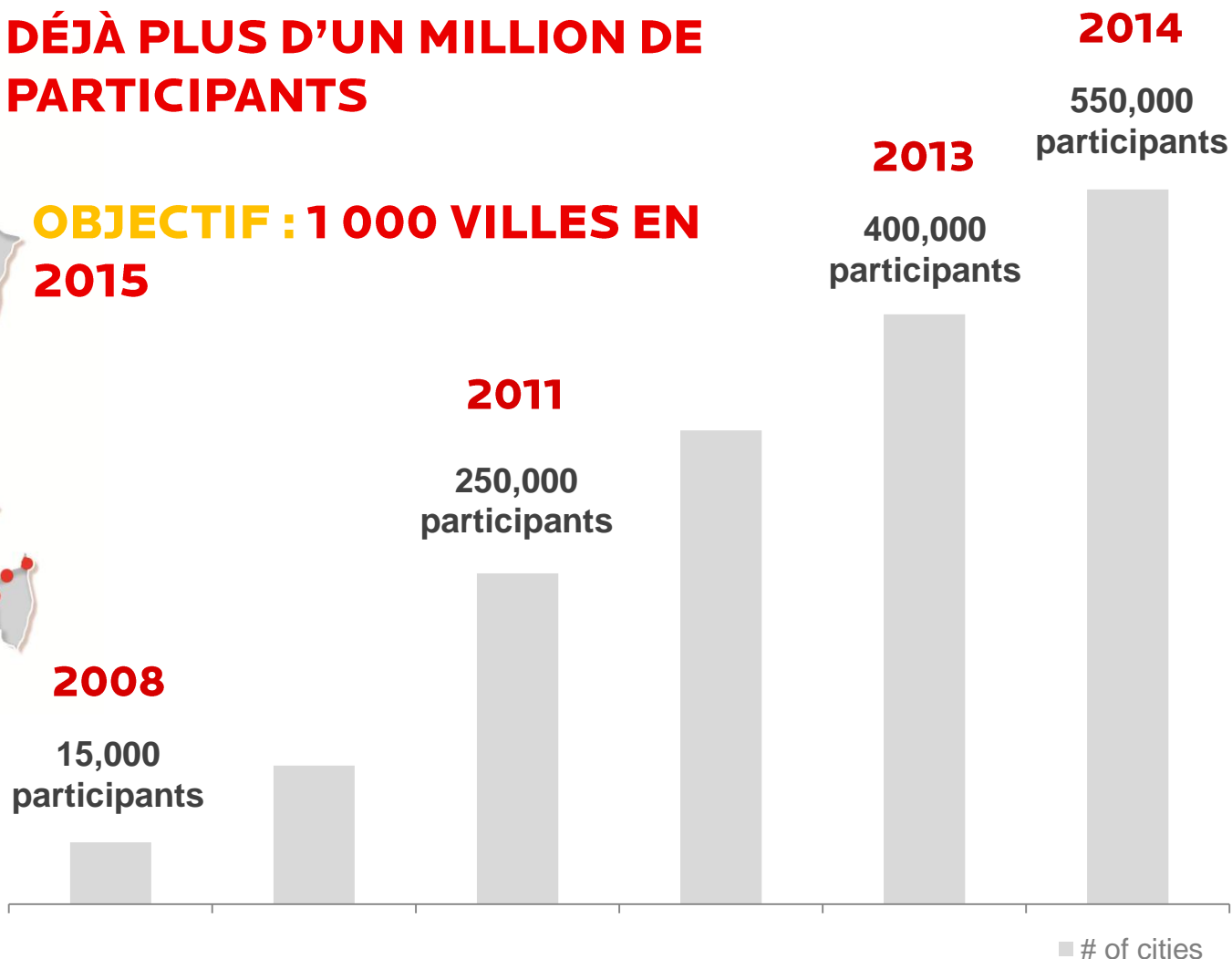
football, street tennis, tir à l'arc, kinball, ultimate, hockey sur gazon

LES CHIFFRES CLÉS

Coca-Cola

DÉJÀ PLUS D'UN MILLION DE PARTICIPANTS

OBJECTIF : 1 000 VILLES EN 2015



NOTRE ENGAGEMENT

Coca-Cola



**D'ici 2020, Coca-Cola s'engage à inciter
5 millions d'ados en France à être (plus) actifs**

MERCI