



**Communiqué de presse  
le 9 mars 2009**

## **Coca-Cola place sa communication 2009 sous le signe de l'optimisme**

Véritable antidote à la morosité, Coca-Cola souhaite proposer aux Français l'énergie positive pour vivre une année 2009 plus optimiste. L'ensemble des actions de la marque seront d'ailleurs placées sous le signe de l'optimisme.

En 2009 « Passez en mode positif » avec Coca-Cola.

**Coca-Cola, 1<sup>ère</sup> marque associée à l'optimisme dans le cœur des jeunes Français.**

Premier levier d'une stratégie de communication positive, Coca-Cola a lancé avec l'Institut CSA un **sondage** exclusif révélant que dans ce contexte de crise la majorité des Français restent optimistes pour leur propre avenir, et qu'ils trouvent **dans la Famille, le Sport et la Musique les recettes simples du bonheur.**

Le sondage révèle également que **Coca-Cola est la première marque associée à l'optimisme** auprès des 12- 19 ans.

Rien d'étonnant à cela quand on regarde de plus près les actions menées par la marque. **Avec son univers publicitaire fait de rêve, d'enchantement au quotidien et surtout un ancrage depuis plus de 80 ans dans la musique et le sport,** Coca-Cola contribue à l'optimisme des Français.

**« Coca-Cola Happiness Factory 3 », un hymne à l'optimisme**

Le **Dimanche 15 Mars** prochain Coca-Cola dévoilera sur les chaînes de télévision françaises le troisième volet de sa saga publicitaire « **Coca-Cola Happiness Factory** », saga que les Français avaient plébiscitée en 2006 en la classant parmi les 10 meilleures publicités européennes.

Ce nouvel opus souhaite inviter les Français à passer en mode positif. La marque diffuse de l'optimisme et son énergie positive à travers son univers enchanteur et son nouveau single musical « **Open Happiness** » interprété par 5 artistes de renom : Cee Lo Green (Gnarls Barkley), Brendon (Panic At The Disco), Patrick (Fall Out Boy), Travis (Gym Class Heroes) et Janelle Monae.

Agence : **WIEDEN KENNEDY (W+K)**

Durée du spot : **30" ou 45"**

Responsable Annonceur : **Véronique Bourez**

## **KOHOP moteur d'entraide, une véritable plateforme de solidarité initiée et soutenue par Coca-Cola**

A partir du 30 mars 2009, Coca-Cola met l'optimisme en action en s'associant au lancement sur le web de **KOHOP, une nouvelle plateforme communautaire dédiée aux projets des 12/19 ans**, sur Skyrock.com. Véritable moteur d'entraide, ce réseau collaboratif permettra à la nouvelle génération de s'investir dans des projets collectifs et solidaires. Coca-Cola pourra mettre à disposition certaines de ses ressources pour aider à la réalisation des projets les plus soutenus par les internautes.

## **Coca-Cola, un engagement positif et continu dans le sport**

Promouvoir le sport dans son ensemble, encourager l'activité physique, favoriser l'esprit d'équipe et le fair-play, sont des priorités pour Coca-Cola.

Déjà partenaire des plus grands événements sportifs (Coupe du monde de football, UEFA Euro, Jeux Olympiques,...), **Coca-Cola renforce ses actions au quotidien en association avec l'Equipe de France de Football et les clubs amateurs**. La marque mettra en place des expériences exclusives « On parle tous football » pendant les matchs de l'équipe de France. **En 2009 plus de 250 jeunes** auront la possibilité de rentrer main dans la main avec les joueurs de l'équipe de France ou de porter les drapeaux des équipes. Soit plus de 3000 participants depuis la création du programme en 1999.

Coca-Cola **invitera** aussi cet été, lors des **Coca-Cola Sport Sessions, plus de 40 000 jeunes** à venir participer à plus de 30 activités sportives dans l'enceinte mythique du Stade de France.

## **La musique et la fête pour « passer en mode positif »**

**Le groupe Justice et leur graphiste So-Me** ont exprimé leur vision de l'optimisme en **dessinant en exclusivité la nouvelle « club coke 2009 »**, bouteille aluminium dédiée au monde de la nuit. Bouche pulpeuse, couleur flashy, message optimiste « Do The Dance », la « club coke 2009 » est une véritable plongée au cœur du célèbre clip D.A.N.C.E de Justice, réalisée par So-Me.

Coca-Cola poursuit son partenariat avec les **plus grands festivals régionaux de musique**. Cet été Coca-Cola rafraîchira les plus jeunes en leur faisant vivre une véritable **expérience autour de la musique**. A leur disposition : un espace de détente dédié à la musique (bar central, vidéo games, écrans diffusant les interviews des artistes du festival, espace autographe) où les festivaliers peuvent se retrouver et échanger sur leur passion commune : la musique.

## **Responsabilité et solidarité, deux leviers forts de l'optimisme**

Afin de diffuser aussi de l'optimisme à ceux qui en ont le plus besoin, Coca-Cola poursuit son engagement autour du **partage et de la solidarité** via son partenariat avec l'association « **Petits Princes** » **qui réalise les rêves des enfants gravement malades**. Comme en 2008, la marque contribuera à la réalisation de **80 rêves d'enfants**.

Consciente également des enjeux de demain, la marque continuera à **encourager le recyclage de ses emballages** : canettes et bouteilles 100% recyclables, messages en faveur du geste de tri, réutilisation des emballages pour la fabrication de nouvelles bouteilles ou d'autres objets tels que des t-shirts par exemple.

### **CONCLUSION**

En tant que première marque associée à l'optimisme dans le cœur des jeunes Français, en 2009 Coca-Cola met en place un ensemble d'opérations destinées à faire passer les Français « en mode positif ».

- Le dimanche 15 mars, Coca-Cola dévoilera le troisième volet de la saga « Coca-Cola Happiness Factory », véritable hymne à l'optimisme.
- A partir du 30 mars, la marque s'impliquera plus concrètement via le lancement sur le web de KOHOP, véritable plateforme de solidarité dédiée aux projets des 12-19 ans, sur Skyrock.com.
- Parallèlement, tout au long de l'année Coca-Cola continuera de soutenir le sport et la musique, deux des principaux leviers de l'optimisme des Français.
- Et enfin, cette année 2009 sera plus que jamais placée sous le signe de la responsabilité et de la solidarité car Coca-Cola s'engagera dans diverses actions citoyennes.

**Contact Presse :**  
**Patricia Goldman Communication**  
Valentine Fabry / François Roelants  
01.47.53.65.65  
[vfabry@patricia-goldman.com](mailto:vfabry@patricia-goldman.com)  
[froelants@patricia-goldman.com](mailto:froelants@patricia-goldman.com)

## ANNEXE

### Résultats du sondage CSA/Coca-Cola Les Français et l'optimisme

Avec 78% des 12/19 ans qui se déclarent optimistes pour leur avenir, les jeunes Français sont plus positifs que leurs parents.

En dépit du contexte de crise, **64% des Français se déclarent optimistes pour leur propre avenir.**

Pour 61% des français, c'est la famille (« enfants/parents ») qui contribue le plus à rendre leur vie positive.

Pour **50% des Français, et surtout 72% des 12/19 ans**, pratiquer un sport aide à passer une bonne journée.

**Ecouter de la musique** permet également d'égayer le quotidien **de 75% des Français.**

Une tendance encore plus marquée chez les jeunes puisque **90% des 15/19 ans** la plébiscitent, et **84% des 12/19 ans.**

**44% des Français** avouent attendre avec impatience les vacances d'été ! **Et 63% des 12/19 ans** sont du même avis.

Lorsqu'on demande aux Français quelles sont les valeurs qu'ils jugent prioritaires dans la société de demain, ils citent en premier lieu « **le respect** » (**31%**), « **la solidarité** » (29%), « **la famille** » (28%) et « **la tolérance** » (27%).

A la question « parmi les marques suivantes, quelles sont celles que vous associez le plus à l'optimisme ? », les 12/19 ans **citent en premier Coca-Cola (39%)**, devant Nutella (32%) et Nike (25%). Pour l'ensemble des Français, Club Med (32%) et Disney (24%) arrivent en tête.