

COCA-COLA EUROPACIFIC PARTNERS FRANCE

AGRICULTURE -
AGROALIMENTAIRE

Coca-Cola Europacific Partners France, filiale française de Coca-Cola Europacific Partners (CCEP), est le principal producteur et distributeur de boissons rafraîchissantes sans alcool en France. Chaque jour, nous assurons la production, la commercialisation et la distribution d'un large portefeuille de boissons, avec des marques parmi les plus réputées au monde. Notre ambition est de devenir le fournisseur préféré de nos clients, tout en inscrivant nos activités au cœur des territoires français. 90% de nos boissons consommées en France sont produites en France, dans nos 5 usines.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

● **CHIFFRE D'AFFAIRES**
13 500 000 000

33 200
**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES** ●

COCA-COLA EUROPACIFIC PARTNERS FRANCE

Like A Champion

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Une tradition depuis 1928 !

Coca-Cola s'engage auprès des Jeux Olympiques et Paralympiques, et cette année, avec Paris 2024, elle met en lumière un partenariat axé sur la transition écologique, l'inclusion et la diversité – des valeurs chères à la marque. À travers une communication interne digitale incarnée par la campagne « Like A Champion », l'entreprise encourage le collectif, le dépassement de soi, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance. Un vrai booster d'engagement ! Grâce à une plateforme digitale centralisée, chaque collaborateur peut s'engager activement dans l'aventure, enrichissant son expérience professionnelle de moments uniques et mémorables. Une initiative qui permet de cultiver l'engagement et la fierté d'appartenir à Coca-Cola, invitant les équipes à vivre pleinement leur rôle de champions dans l'entreprise.

JUILLET 2023 A AUJOURD'HUI - BUDGET : 336 000 €

**Stratégie d'engagement collaborateurs Réalisation des médias
Plateforme digitale Shows Digitaux Animation roadshow Création
contenus**



COCA-COLA EUROPACIFIC PARTNERS FRANCE

Like A Champion

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

POUR QUI ?

Like a Champion s'adresse aux 2900 collaborateurs Coca-Cola en France. Qu'il soit en usine ou au siège, chacun est invité à entrer dans la légende et à participer comme un champion à la préparation et à la célébration des jeux de Paris 2024.

- Le FEEL GOOD, en célébrant les talents individuels et l'énergie collective.
- Le RYTHME, avec un calendrier de contenus et d'expériences à vivre sur près de 12 mois : des expériences attendues ou non, pour donner envie de participer aux Jeux !
- LA FIERTÉ, en célébrant l'esprit des Jeux, la cohésion, les valeurs de Coca-Cola et la diversité des équipes.
- L'ÉMOTION car vivre le sport, c'est partager rires, suspense, et moments d'union. Un projet qui vise à engager, inspirer et rendre fier les collaborateurs, devenant acteurs d'une histoire unique.

COMMENT ?

Via une plateforme en ligne, pivot central de communication pour les collaborateurs Coca-Cola en France, orchestrant la diffusion de contenus relatifs aux Jeux de Paris 2024.

Ce hub digital offre un fil d'actualités Coca-Cola, intégrant motions, news, et vidéos. Il propose des outils d'engagement dynamiques : challenges, interactions sociales, gamification, tirages au sort pour assister aux JOP, invitations à des concerts lors du relai de la flamme, et même une journée à bord des trucks Coca-Cola. La plateforme évalue aussi sans cesse l'engagement et le bien-être des équipes via des sondages réguliers, assurant un dispositif vivant qui renouvelle l'intérêt et stimule l'engagement en continu. Un dispositif complet qui fait de chaque collaborateur un acteur de cette aventure unique !



DÈS ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

COCA-COLA EUROPACIFIC PARTNERS FRANCE

Like A Champion

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

LES RÉSULTATS

Un score impressionnant : 75% des 2900 collaborateurs se sont engagés dans Like a Champion !

Les challenges gamifiés ont généré en moyenne 1 visite tous les 3 jours par collaborateur sur 4 mois.

Des initiatives boostées par les tirages au sort pour gagner des places pour les Jeux. De plus, les shows digitaux marquant les étapes clés de préparation ont atteint des sommets d'audience, notamment lors de l'annonce des porteurs de la torche.

Enfin, le roadshow des usines, captivant plus de 1200 collaborateurs en 5 jours complète ce succès, démontre un engagement et un enthousiasme exceptionnel et consolide l'esprit d'équipe autour de cet événement mondial, historique en France.



DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS