

La nouvelle campagne “Partagez un Coca-Cola” de Coca-Cola s'affiche en grand avec Cityz Media

- Coca-Cola se distingue avec le déploiement XXL de sa campagne "Partagez un Coca-Cola", plongeant les visiteurs dans une expérience immersive et interactive unique.
- Un événement conçu par Essence Mediacom et Screenbase pour renforcer les liens et souligner que l'expérience prend toute sa valeur lorsqu'elle est partagée.

« Cette opération avec Coca-Cola démontre la capacité de Cityz Media à activer des dispositifs puissants, sur-mesure et à forte visibilité. En combinant formats immersifs, interactivité et implantation stratégique, nous créons de la valeur pour les marques en maximisant l'impact et l'engagement du public. » Sylvie Dugard, Directrice Commerciale France de Cityz Media.



Un déploiement XXL pour la marque

Coca-Cola voit les choses en grand pour sa nouvelle campagne "Partagez un Coca-Cola", déployée du 5 au 11 mai au New Digital Dream sur la place du Dôme aux 4 Temps. A cette occasion, la marque a choisi Cityz Media pour investir l'espace : écran géant 3D, stands événementiels et habillage complet du centre.

L'expérience sur les stands, se décline en deux parties : un premier stand physique animé par des hôtes où les visiteurs peuvent personnaliser une canette collector. Après avoir indiqué leur prénom, celui-ci est imprimé en direct sur un sticker à coller sur la canette offerte par la marque. Le second stand, développé par Hop Creative Services, digital et interactif, permet aux visiteurs de saisir deux prénoms qui apparaissent dans une animation exclusive diffusée sur l'écran géant. La vidéo, visible trois fois pendant 12 secondes, peut être téléchargée et partagée via un QR code fourni sur place.

À partir du 7 mai, une campagne nationale sur les mobiliers urbains Cityz Media vient renforcer l'opération pendant une semaine, illustrant la puissance de son dispositif multiformat et grand public.

Un événement conçu pour être partagé

Avec cette nouvelle prise de parole dans le cadre de sa campagne "Partagez un Coca-Cola", Coca-Cola met en avant les liens qui nous unissent. A travers cette activation la marque a souhaité souligner l'idée d'être deux : deux prénoms, deux personnes, deux histoires à connecter. Qu'il s'agisse d'amis, de membres d'une même famille, ou de parfaits inconnus, chacun est invité à penser à l'autre, à choisir un prénom qui compte. L'écran géant et toutes les animations autour, deviennent alors un support d'émotion, où l'on partage un moment, un nom, un souvenir. Ce dispositif singulier met en lumière une valeur essentielle de la marque : créer du lien et rapprocher les gens. À travers cette campagne, Coca-Cola réaffirme que l'expérience prend tout son sens lorsqu'elle est partagée.

Contact presse

Caroline Mériaux - caroline.meriaux@cityzmedia.fr - 06 85 80 53 72

Andréa Evrard – andrea.evrard@cityzmedia.fr - 06 67 42 10 94

A propos de Cityz Media

Cityz Media est un acteur français majeur de la communication extérieure.

Présent en France depuis plus de 100 ans, Cityz Media est le seul opérateur présent dans l'intégralité des lieux de vie, de consommation et de mobilité hors foyer, contribuant ainsi au rayonnement des villes et des marques en print comme en digital. Le groupe bénéficie d'une implantation dans plus de 50 agglomérations de plus de 100 000 habitants : au total, plus de 4 000 communes disposent ainsi d'au moins un mobilier publicitaire Cityz Media. Par ailleurs, Cityz Media est également le premier acteur des bus en régions, avec une présence dans plus de 45 agglomérations et 20 000 faces publicitaires « bus ».

Leader en digital dans les centres commerciaux avec une implantation au cœur de plus de 200 complexes commerciaux majeurs, Cityz Media possède au total près de 3 000 écrans digitaux dans les malls, la rue et les métros.

Chaque semaine, Cityz Media permet aux acteurs privés et publics de communiquer auprès de 40 millions de citoyens-consommateurs.

Conscient des enjeux sociaux et environnementaux, Cityz Media participe au quotidien à la dynamisation des régions avec plus de 90% de clients locaux, contribue à la transformation des territoires grâce l'éco-conception de ses mobiliers et œuvre à la diffusion de messages d'utilité collective pour bâtir la ville de demain, inclusive et durable.