

## AVEC "SERVI PAR", COCA-COLA POURSUIT EN FRANCE SON HOMMAGE À CELLES ET CEUX QUI PRODUISENT ET FONT VIVRE SES BOISSONS



Paris, le 28 mai 2026 -

Après *Produit Par*, consacré en 2025 à celles et ceux qui assurent la production de ses boissons en France, Coca-Cola France est fier de dévoiler *Servi Par*, une nouvelle campagne, incarnée par Arnaud, Valérie et Lilian, trois véritables professionnels du secteur, et dédiée à celles et ceux qui les servent chaque jour dans 125 000 cafés, hôtels et restaurants (CHR) à travers le pays<sup>1</sup>.

En lançant dans une même campagne les collaborateurs des sites de production avec les femmes et hommes qui font vivre les CHR, ces lieux de vie et de sociabilité, Coca-Cola France met en avant celles et ceux qui, partout sur le territoire, contribuent à la vie économique locale et aux moments de partage du quotidien.

### Pourquoi cette campagne ?

Les cafés, hôtels et restaurants sont essentiels pour 9 Français sur 10, selon un sondage IPSOS réalisé par la marque en avril 2026<sup>2</sup>.

Ils sont aussi le moteur d'un ancrage à la fois humain et économique :

- Coca-Cola en France soutient environ 7 200<sup>3</sup> emplois directs dans ce circuit.
- Pour un emploi direct au sein de Coca-Cola en France, ce sont donc environ 2,5 emplois soutenus indirectement dans le CHR en France.

Les femmes et les hommes qui font vivre ces lieux jouent un rôle que les Français reconnaissent : 96 % saluent leur contribution à la convivialité, 88 % reconnaissent leur influence directe sur l'envie de revenir toujours selon ce même sondage.

Avec *Servi Par*, Coca-Cola France affirme que son ancrage en France est avant tout humain, de la production à la table.



Les femmes et les hommes qui font vivre ces lieux :

**96 %**  
des Français saluent leur contribution à la convivialité.

**88 %**  
des Français reconnaissent leur influence directe sur l'envie de revenir.

## SERVI PAR, UN NOUVEAU CHAPITRE CONSACRÉ À LA FRANCE DES CAFÉS, HÔTELS ET RESTAURANTS

Depuis plus de 100 ans, Coca-Cola en France sert des millions de consommateurs en France métropolitaine, et accompagne ainsi en France ces moments simples qui se vivent au comptoir d'un café, autour d'une table ou en terrasse. Avec *Servi Par*, Coca-Cola France choisit de mettre en lumière celles et ceux qui, dans les cafés, hôtels et restaurants, donnent chaque jour un visage à ces instants du quotidien que rien ne remplace.

### TROIS VISAGES, TROIS VILLES, TROIS ÉTABLISSEMENTS

Avec Arnaud, Valérie et Lilian, la campagne met à l'honneur trois véritables professionnels de ce secteur essentiel pour les Français. On retrouve ces trois visages de la convivialité à la française dans leurs propres établissements de Paris, Lyon et Marseille. À travers eux, cette campagne souhaite valoriser les milliers de femmes et d'hommes qui donnent chaque jour un visage à l'accueil, au service et à la convivialité.



**Arnaud**, gérant du Café Marceau à Paris, brasserie située à deux pas des Champs-Élysées. Après avoir débuté dans le secteur de la brasserie, il supervise aujourd'hui 9 établissements et défend une vision du métier où le contact avec les clients, les équipes et les partenaires occupe une place centrale.

**Valérie**, gérante du MOS Mercière à Lyon, établissement qu'elle a ouvert avec son mari il y a 7 ans. Dans cette adresse familiale, où elle travaille aussi avec sa fille, elle fait vivre un lieu qui passe du restaurant le midi au bar le soir, au rythme des habitudes et des histoires de ses clients.



**Lilian**, gérant de L'Authentique Castellane à Marseille, adresse emblématique de la place Castellane reprise il y a un an et demi. Restaurateur depuis 30 ans, il a commencé le métier à 16 ans et avait déjà dirigé deux établissements dans la cité phocéenne. Cet été, il se prépare aussi à faire vivre une terrasse particulièrement festive, appelée à devenir un lieu de rendez-vous autour des animations déployées avec Coca-Cola pendant la Coupe du Monde de la FIFA 2026.



### UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE QUI FAIT BATTRE LE CŒUR DE L'ÉCONOMIE LOCALE

Grâce à un maillage de plus de **300 000 points de vente**, dont **125 000 cafés, hôtels et restaurants**, les boissons du portefeuille de Coca-Cola se retrouvent au cœur des moments de pause, de partage et de retrouvailles des Français<sup>4</sup>.

Sur le terrain, les équipes commerciales de Coca-Cola Europacific Partners France vont à la rencontre des cafés, hôtels et restaurants. Au fil des visites, elles échantonnent, conseillent et s'adaptent aux besoins de chaque établissement, avec une approche très concrète.

Ces relations, construites dans la durée, repositives avant tout sur la confiance et la proximité. À leur niveau, elles contribuent au bon fonctionnement des lieux et à ces moments de partage du quotidien.

Une présence régulière, ancrée localement, auprès des professionnels qui font vivre ces établissements partout en France.

**125 000**

cafés, hôtels et restaurants servent les boissons du portefeuille de Coca-Cola en France<sup>5</sup>

## DES BOUTEILLES QUI VOYAGENT DE TABLE EN TABLE

Coca-Cola en France s'appuie aussi sur un modèle concret de réemploi : la bouteille réemployable et consignée en verre. Dans le réseau CHR, Coca-Cola Europacific Partners France est le premier fournisseur de boissons sans alcool à avoir proposé **100 % de son portefeuille en format consigné**, une pratique historique pour la bouteille iconique de 33 cl, étendue en 2022 à l'ensemble de la gamme (Fanta, Sprite, Fuze Tea...).

Ainsi, **une même bouteille peut être récupérée, lavée et réutilisée jusqu'à 25 fois<sup>6</sup>**.

## PRODUIT PAR, LE SOCLE INDUSTRIEL D'UNE PRÉSENCE FRANÇAISE DEPUIS 1920

La présence de Coca-Cola s'inscrit dans une réalité plus large : **au moins 95 % des boissons de marque Coca-Cola commercialisées par Coca-Cola en France sont produites dans l'Hexagone<sup>7</sup>**.

La production en France a débuté en 1920. L'empreinte économique locale repose aujourd'hui sur :

- Coca-Cola France, qui fournit des services de marketing en lien avec la promotion des marques appartenant à The Coca-Cola Company et à ses sociétés affiliées.
- Société Corse de Boissons, second partenaire embouteilleur, qui dessert la Corse en embouteillant et distribuant les boissons revêtant les marques de The Coca-Cola Company depuis son site de production, près de Bastia.
- Coca-Cola Midi, site implanté dans le Var depuis plus de 35 ans, où sont élaborés les concentrés qui donnent aux boissons de The Coca-Cola Company leurs goûts uniques.
- Infineo, site de recyclage du plastique PET cofondé par CCEP France et Plastipak en 2013, près de Beaune, en Côte-d'Or.

Cet ancrage industriel et commercial permet aux boissons de Coca-Cola en France d'être disponibles auprès de ses clients partout dans le pays, des grandes surfaces aux lieux de vie tels que les cafés, hôtels et restaurants partout dans le pays.

Coca-Cola en France soutient environ **50 000 emplois dans le pays<sup>8</sup>**, dont :

- Près de **3 000 collaborateurs** au sein de Coca-Cola en France<sup>9</sup> ;
- **33 000 emplois indirects** chez ses fournisseurs<sup>3</sup> ;
- **14 000 emplois additionnels** liés à l'écosystème élargi<sup>3</sup>.

Parmi eux, Coca-Cola en France soutient plus spécifiquement environ **7 200 emplois dans le secteur des CHR<sup>3</sup>**. Pour chaque emploi au sein de Coca-Cola en France, **environ 2,5 emplois sont indirectement soutenus dans le secteur**. Ce chiffre illustre le rôle significatif de Coca-Cola en France dans le secteur français de l'hospitalité.

Entre 2020 et 2025, les investissements directs de Coca-Cola en France ont dépassé **1 milliard d'euros**, couvrant aussi bien la modernisation de ses sites industriels, le lancement de nouvelles boissons sur le marché, et l'accompagnement de moments collectifs, comme les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.

Ces investissements directs sont un moteur de croissance et de développement de l'ensemble de l'économie française, depuis les fournisseurs d'ingrédients en amont, jusqu'aux distributeurs, annonceurs, détaillants et restaurateurs en aval.

En 2025, Coca-Cola en France a contribué à hauteur de **plus de 4 milliards d'euros à l'économie française**, sur l'ensemble de sa chaîne de valeur<sup>3</sup>.

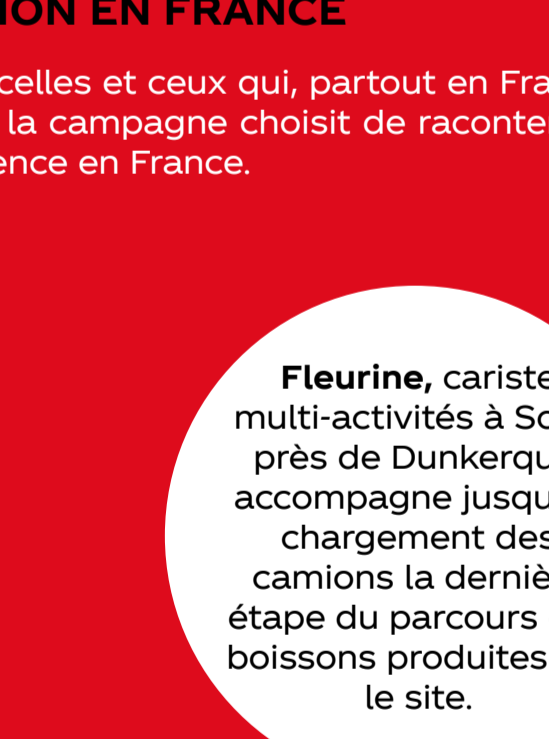
Sur ce total, **plus de 300 millions d'euros ont été générés par les cafés, hôtels et restaurants** grâce à la vente de ses produits<sup>3</sup>.

### TROIS VISAGES DE LA PRODUCTION EN FRANCE

Depuis 2025, *Produit Par* met à l'honneur celles et ceux qui, partout en France, donnent corps à cette présence industrielle. À travers trois collaborateurs, la campagne choisit de raconter la pluralité des métiers, la diversité des parcours et l'ancrage local de sa présence en France.



**Sima**, siropier à Castanet-Tolosan, près de Toulouse, où il supervise depuis plus de vingt ans une étape clé de la fabrication des boissons.



**Fleurine**, cariste multi-activités à Socx, près de Dunkerque, accompagne jusqu'au chargement des camions la dernière étape du parcours des boissons produites sur le site.



**Mehny**, chef d'équipe aux Péniches Mirabeau, près de Marseille, veille chaque jour, avec son équipe, à la qualité des canettes et des bouteilles produites sur le site.

À travers eux, Coca-Cola met en lumière une production locale, faisant partie intégrante de son histoire en France.

## COCA-COLA FRANCE, AU PLUS PRÈS DES FRANÇAIS

La force de Coca-Cola tient à un ancrage qui relie la production locale, la présence sur les territoires et la proximité avec les consommateurs. Avec cette campagne, nous avons voulu mettre en lumière celles et ceux qui fabriquent nos boissons, ainsi que celles et ceux qui les servent chaque jour dans les cafés, hôtels et restaurants. C'est cette continuité, à la fois industrielle, économique et profondément humaine, qui donne sa réalité concrète à notre présence en France, et nous en sommes fiers ! »

**Basak Karaca**, Présidente de Coca-Cola France



### DES LIEUX DE CONVIVIALITÉ QUE LES FRANÇAIS JUGENT ESSENTIELS

Selon une étude IPSOS pour Coca-Cola France réalisée en avril 2026, les cafés, hôtels et restaurants apparaissent bien plus que de simples lieux de consommation<sup>2</sup>.

Ils sont au cœur battant de la vie sociale et économique des territoires. **Pour près de 9 Français sur 10, ils sont essentiels à leur quotidien**, incarnant avant tout la convivialité (79 %), mais aussi le lien social (69 %) et des moments de détente précieux (66 %).

Véritables pères du quotidien, ces établissements façonnent l'âme des villes et des villages. **97 % des Français les considèrent indispensables à la vitalité des centres-villes, et 8 sur 10 reconnaissent leur contribution à l'identité culturelle française**. Derrière chaque café, restaurant, c'est un art de vivre qui s'exprime et se partage.

### UN DISPOSITIF NATIONAL POUR FAIRE RAYONNER CE NOUVEAU CHAPITRE PARTOUT EN FRANCE

Déployé depuis le 4 mai, ce nouveau volet s'inscrit dans une campagne 360° nationale, déclinée dans plusieurs régions, articulée autour de nombreux canaux, dont :

- L'affichage OOH et DOOH ;
- L'affichage et la communication digitale ;
- Des dispositifs en CHR (cafés, hôtels et restaurants) via MediaTable et des inserts en points de consommation ;
- Des vidéos sponsorisées sur les plateformes Meta ;
- Une campagne audio sur Spotify et les grandes stations de radio ;
- Une campagne dans les médias nationaux et régionaux.