

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'ESP GRAND VAINQUEUR DE L'ÉDITION VIRTUELLE 2020 AD'VENTURE POUR THE COCA COLA COMPANY



Les étudiants de l'ESP Lyon en 1ère année de Mastère Innovation, Communication & Digital ont remporté le 18 mai le concours européen Ad' Venture de l'EACA - European Association of Communication Agencies, équivalent de l'AACC en France, pour le client The Coca Cola Company en République Tchèque et en Slovaquie.

Ce challenge paneuropéen ouvert aux étudiants en publicité, marketing et communication, avait pour objectif de créer une campagne innovante pour le compte de la marque sur le thème du « Zéro Waste ».

5 étudiants lyonnais de la Team SQUARE, composée de Corentin Hernandez, Elodie Muguet, Pierre Cauchois, Sarah O'Hayon et Ouidjane Chahdi ont décroché la 1ère place avec leur projet « The Red Collect » lors de la grande finale qui s'est tenue virtuellement mi-mai.

Ils remportent le 1er prix qui leur offre la possibilité d'assister en tant qu'invités VIP au Festival Cannes Lion qui se tiendra durant l'été 2021 et ils pourront assister à la cérémonie de remise de prix prévue au cours de cette manifestation.

Une très belle opportunité qui leur permettra également de rencontrer les grands professionnels de la communication et de la publicité, présents lors de cet événement phare, qui évoluent dans les métiers vers lesquels ils se prédestinent une fois diplômés .

L'ESP Lyon rafle le podium de la compétition AD'Venture pour The Coca Cola Company à la 1ère et 3ème place !

58 dossiers émanant de différentes écoles et universités prestigieuses ont été reçues dans le cadre de ce concours AD'VentureXCocaCola en janvier dernier et deux équipes d'étudiants de l'ESP Lyon, et une de l'ESP Paris, ont été choisies lors du premier tour de pré-sélections par des professionnels en activité.

Constitués en « agences », ils devaient répondre au brief suivant : créer une campagne de communication pour accroître la notoriété de Coca-Cola en République Tchèque et en Slovaquie sur le thème du zéro déchet et proposer des solutions innovantes pour changer les comportements des consommateurs sur les questions du recyclage, de la seconde vie des déchets... Le tout 100% en anglais aussi bien au niveau de la stratégie que des recommandations à livrer.

Le but recherché étant de produire un impact environnemental positif et de positionner l'entreprise comme acteur influent et proactif sur les solutions mises en place pour répondre au problème des déchets plastiques dans les pays de l'Est.

Ils ont ainsi intégré les 11 projets qui ont été évalués dans un premier temps par 60 membres du jury et ont pu assister par la suite à un « Online Meeting » le 22 avril organisé pour départager les « agences » des écoles et universités participantes lors d'un second tour.

A l'issue de ces nouvelles délibérations, menées cette fois-ci par un jury composé de 6 professionnels et de l'annonceur The Coca Cola Company, deux équipes de l'ESP Lyon, la Team BEYOND et la Team SQUARE, ont été élues dans le Top 3 des finalistes.



PROJETS DES ÉTUDIANTS DE L'ESP LYON :

- « **Nothing is lost, everything is transformed** » / **Team BEYOND** constituée de Elodie Santos, Marine Briec, Manon Barrier, Nina Boutaoui et Gianna Machina : installation de conteneurs et de poubelles spéciales de récupération des bouteilles vides en plastiques de Coca-Cola afin de les recycler en leur donnant une nouvelle vie dans le cycle du produit. Ces bouteilles seraient, dans le cadre d'une collaboration avec Adidas, transformées en une gamme de vêtements de sport co-brandés AdidasXCocaCola afin de montrer aux jeunes populations que rien ne se crée, rien ne se perd, tout se transforme. Les participants à ces opérations de recyclages bénéficieraient en plus de codes promotionnels sur cette collection spéciale.



- « **The Red Collect** » / **Team SQUARE**, constituée de Corentin Hernandez, Elodie Muguet, Pierre Cauchois, Sarah O'Hayon et Ouidjane Chahdi : mise en place de conteneurs pour récupérer les bouteilles vides en plastiques de Coca-Cola afin de les recycler en pistes cyclables. L'objectif étant de permettre, grâce à un mélange de goudron, de construire de nouvelles pistes aux couleurs de la marque emblématique et de s'inscrire dans un projet de valorisation des déchets. Ce projet qui viserait à influencer sur la population sur les bienfaits du recyclage, leur permettrait également d'emprunter la voix de la mobilité douce qu'est le vélo, mode de transport plus respectueux de l'environnement.



Ils devaient ajouter à leurs présentations une vidéo des actions de mise en œuvre des solutions proposées et ont dévoilé en visioconférence LIVE leurs projets à Coca Cola Europe et Coca Cola Slovaquie ainsi qu'à AD'Venture. Accompagnés en distanciel durant ce projet par l'équipe pédagogique de l'ESP et par Mathias Abel qui a travaillé dans de nombreuses agences (Ogilvy, Havas, TBWA, Publicis...), les étudiants lyonnais ont pu accéder à de nombreux coaching pour qu'ils puissent être préparés au mieux pour leur rendu final : anglais, stratégie de communication et vidéo... Le 18 mai, les étudiants lyonnais de la Team SQUARE avec leur projet « The Red Collect » ont été élus grands vainqueurs de ce challenge international et ceux de la Team BEYOND ont remporté la 3e place avec leur campagne « Nothing is lost, Everything is Transformed », accédant eux aussi au podium auprès de leurs camarades.

Vidéo de présentation : <https://youtu.be/kAPICV8X6mQ>

À PROPOS DE L'ÉCOLE SUPÉRIEURE DE PUBLICITÉ

Advertising Next Generation.

Plus qu'une signature, c'est la promesse de former les nouveaux professionnels de la communication, prêts à intégrer nativement dans leurs pratiques la révolution technologique et culturelle du digital. L'ESP propose des formations professionnalisantes de BAC+1 jusqu'à BAC+5 avec le BTS Communication, 5 formations Bachelors et 12 Mastères spécialisés en stratégie marketing, communication corporate, création publicitaire, événementiel, RP, etc. Présente sur 3 campus en France (Paris, Lyon et Bordeaux), l'ESP donne accès à des titres certifiés RNCP de niveau II et I conçus en collaboration avec un board de personnalités du monde de la communication et du marketing. En 2018, l'école revendique un réseau actif de plus de 8000 anciens, une insertion professionnelle garantie grâce au rythme alterné en entreprise (71% des étudiants sont recrutés dans les 3 mois suivant leur sortie d'études, à un salaire moyen de 32 000 euros).

CONTACTS

Nadia BAHHAR-ALVES

Responsable Communication Externe et
Relations Publiques AD Education

nadia.bahharalves@ad-education.com
Tél: + 33 6 68 83 68 43

Extraits du projet de l'équipe Square :



SHARED BY

LOCAL

INFLUENCERS

It all begins with a bottle

Show us how you throw it

Instagram Post:

98.876 Likes

Petosagan Show us how you throw it! A beautiful initiative from Coca-Cola that I'm proud to represent #RedCollect

- Petosagan** Pro cyclist, 3x world champion, 1.6m followers
- gogomantv** Humorist, 977K followers
- Rivkineta4** Gymnast, 3 times Olympian, 300K followers
- Lucypug** Graphic designer, 773K followers
- Martinahornakova** Model, 588K followers
- rytmusking** Singer, 606K followers

EVERY YOUNG SLOVAKIAN WILL HEAR ABOUT IT

Step 1
Raise interest

To increase our presence on the networks, we want to do paid advertising on different displays such as Facebook and TikTok because these are networks where we find the target, we are aiming for and they have a very strong power of sharing and membership.

In this way it will go beyond the borders of Slovakia.

- Banners display websites
- Banner displays for mobile applications
- SEA
- Sponsored advertising on Facebook, Instagram and TikTok

WITH A STREET MARKETING CAMPAIGN

Step 1
Raise interest

The street marketing campaign will highlight our visuals above our bins as well as in strategic places in the city to indicate their presence.

It illustrates the campaign, makes it more visual and will help people to find the red bins.

In this way also, people will be able to make their video with it and we will understand in a video the overall concept.