



DOSSIER VEILLE INFORMATIONNELLE

Pour la marque *Coca-Cola*

BABULA Aleksandra
PEÑA Sebastián

SOMMAIRE

L'organisation.....	3
Problématique et besoins stratégiques de la veille.....	4
Problématique.....	5
Besoins stratégiques.....	5
Cartographie des sources.....	5
Tendances et mouvements informationnels.....	7
Analyse et synthèse.....	10
Analyse.....	10
Synthèse.....	12
Recommandations.....	13
Liste des références.....	15
Annexes.....	17
Méthodologie de recherche.....	17
Tableau de bord.....	18
Evaluation de la veille.....	25



L'ORGANISATION

L'entreprise Coca-Cola, fondée en 1886, est aujourd'hui une des entreprises les plus importantes des États-Unis et du monde entier. C'est une entreprise avec une des boissons les plus emblématiques et connues dans le monde, présente dans presque tout les pays et en se positionnement comme leader mondial des sodas.

Malgré être le leader dans son domaine, l'entreprise possède une grande concurrence, notamment la marque de sodas Pepsi. Cela fait que parfois il y a des controverses autour de la marque qui peuvent affecter son image publique.

Actuellement, la marque est en train de traverser une crise majeure, dans un contexte politique et social de tension dû aux différents décrets polémiques du président Trump.

En février 2025, des rumeurs non vérifiées ont accusé l'entreprise d'avoir dénoncé ses employés immigrants latino-américains à « l'Immigration and Customs Enforcement » (ICE). Cette rumeur fait suite à un décret du président Trump sur les déportations massives d'immigrants illégaux. La polémique de Coca-Cola est devenue très rapidement virale sur les réseaux sociaux, notamment sur TikTok et X (anciennement Twitter). Cela a provoqué des appels à un boycott des produits de Coca-Cola. À partir de ce boycott, le mouvement « Latino Freeze » a commencé à encourager les personnes à ne pas consommer des produits d'entreprises qui ont suivi le décret de Trump sur les déportations, mais Coca-Cola a été la plus affectée. Cette crise s'est aggravée par la relation de Coca-Cola avec le président Trump, où Coca-Cola a offert une bouteille commémorative de Diet Coke lors de son investiture présidentielle.

Cette crise a étendue la situation de l'entreprise car, ces dernières années, l'industrie des sodas fait face à plusieurs problèmes de santé publique liés au sucre dans les boissons et aux pressions des gouvernements concernant la consommation de plastique. Coca-Cola, comme ses concurrents, cherche à améliorer ses produits, sa réputation et son image de marque, mais cette controverse a endommagé sa réputation en tant qu'entreprise et ses ventes.



PROBLÉMATIQUE ET BESOINS STRATÉGIQUES DE LA VEILLE

Qui ?	Commanditaire : Coca-Cola Acteurs impliqués : Coca-Cola, l'administration de Trump, les communautés latino-américaines, les consommateurs engagés dans le mouvement Latin Freeze et les concurrents (Pepsi).
Quoi ?	Crise d'image et de réputation de Coca-Cola suite aux allégations politiques (boycottes) et étude de l'exploration concurrentielle.
Où ?	Principalement aux États-Unis et Amérique latine, mais relayé au niveau international sur les réseaux sociaux.
Quand ?	Depuis février 2025. La tendance reste actuelle.
Comment ?	Veille sur les réseaux sociaux et médias internationaux. On a besoin des informations actuelles qui existent en ligne sur la controverse et de suivre les actualités de la marque, donc avec l'analyse des hashtags, des tendances Google, des publications virales et la stratégie des concurrents.
Combien ?	
Pourquoi ?	Pour prévenir une chute économique et une crise d'image et de communication. On doit adapter la stratégie de communication et anticiper les mouvements futurs en contre de la marque.

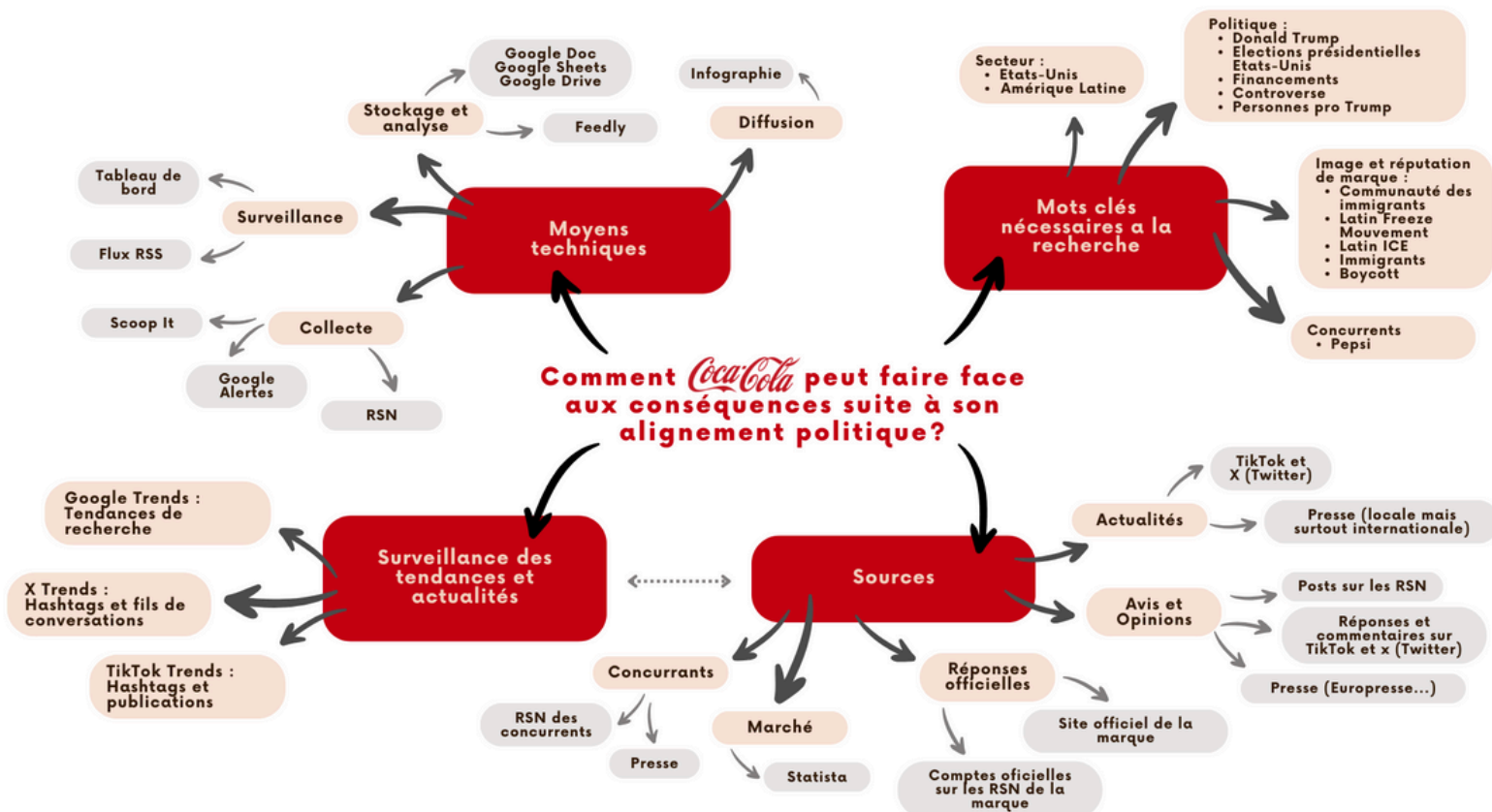
Problématique

Comment Coca cola peut faire face aux conséquences suite à son alignement politique?

Besoins stratégiques

- Analyser l'influence des allégations concernant le positionnement politique supposé de Coca-Cola et son impact sur la réputation de la marque.
- Étudier comment les concurrents (Pepsi) de Coca-Cola exploitent la controverse de la marque à leur faveur.

CARTOGRAPHIE DES SOURCES



Besoin stratégique : Analyser l'influence des allégations concernant le positionnement politique supposé de Coca-Cola et son impact sur la réputation de la marque.

Types d'informations	Sources
Avis du public et consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> - X (comptes et hashtags) - Tiktok (comptes et hashtags) - Sites spécifiques (Latin Freeze Mouvement)
Données sur l'image de marque et tendances en ligne	<ul style="list-style-type: none"> - Google Trends - Tiktok Trends - X Trends - Scoop it - Feedly
Articles de Presse (vérification des faits)	<ul style="list-style-type: none"> - Europresse - Scoop it - Presse Française (Le Parisien,TF1 info) - Presse États-Uniennes (Fox News) - Presse Latino-Américaine (El Pais)
Réactions et déclarations officielles de Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> - Site officiel de Coca-Cola - Comptes officiels sur les réseaux sociaux de Coca-Cola - Communiqué de presse

Besoin stratégique : Étudier comment les concurrents (Pepsi) de Coca-Cola exploitent la controverse de la marque à leur faveur.

Types d'informations	Sources
Campagnes des concurrents (Pepsi)	<ul style="list-style-type: none"> - Presse spécialisée (Europresse, Stratégies, CB News...), - Réseaux sociaux des concurrents (X, TikTok, Instagram)
Réactions du public aux concurrents	<ul style="list-style-type: none"> - Commentaires et publications sur TikTok / X concernant Pepsi - Google Trends (comparaison Pepsi/Coca-Cola) - Europresse
Études de marché (ventes) / Positionnement concurrentiel	<ul style="list-style-type: none"> - Statista - Bases de données spécialisés

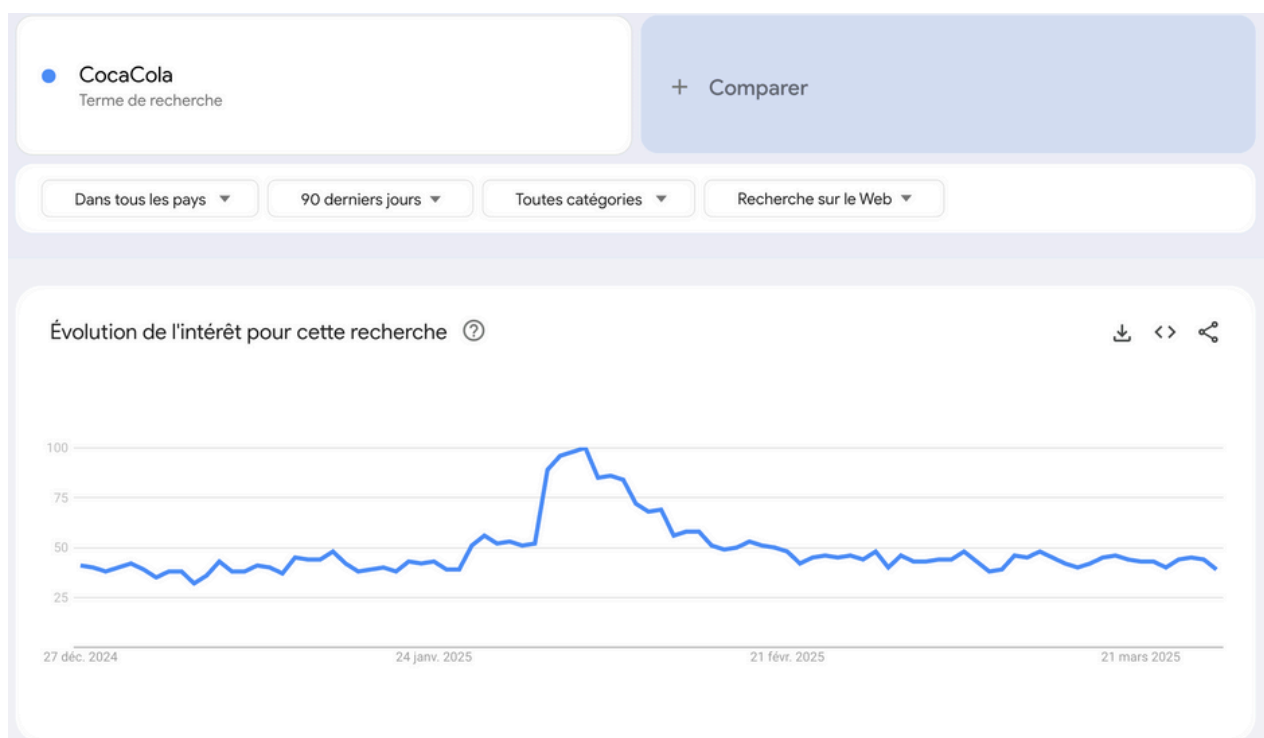
TENDANCES ET MOUVEMENTS INFORMATIONNELS

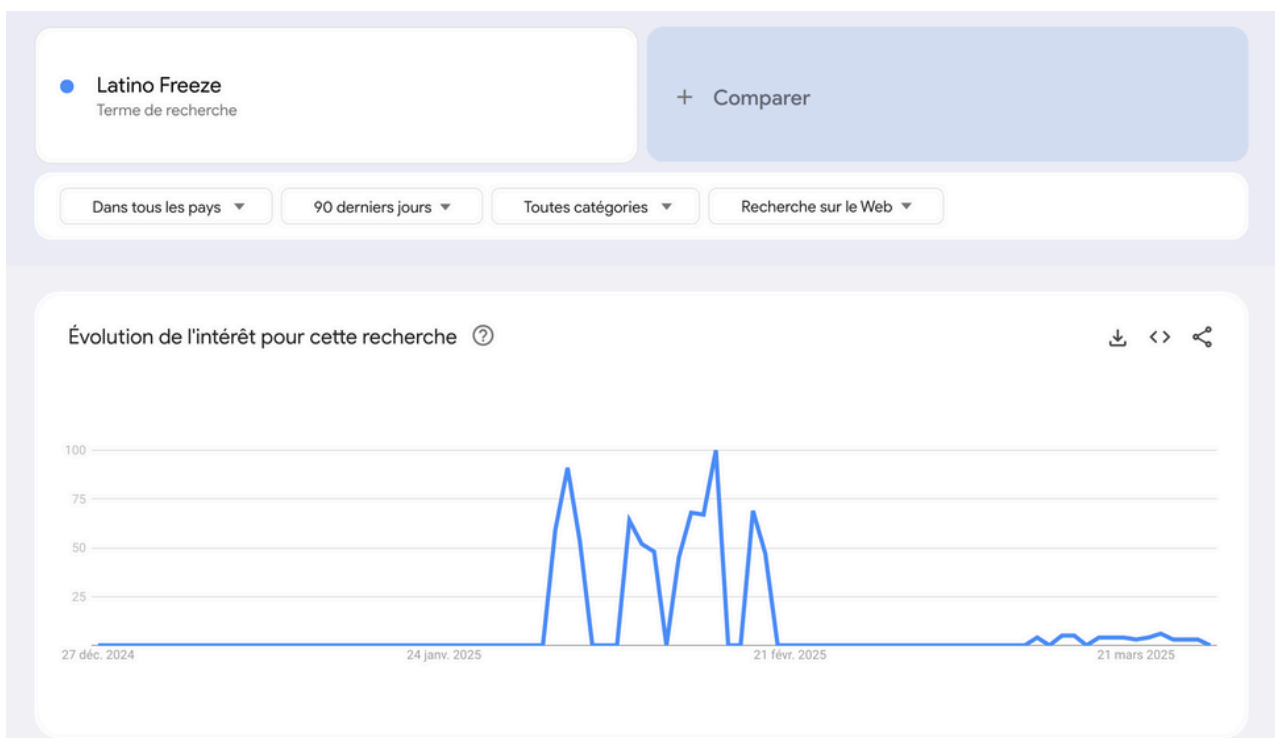
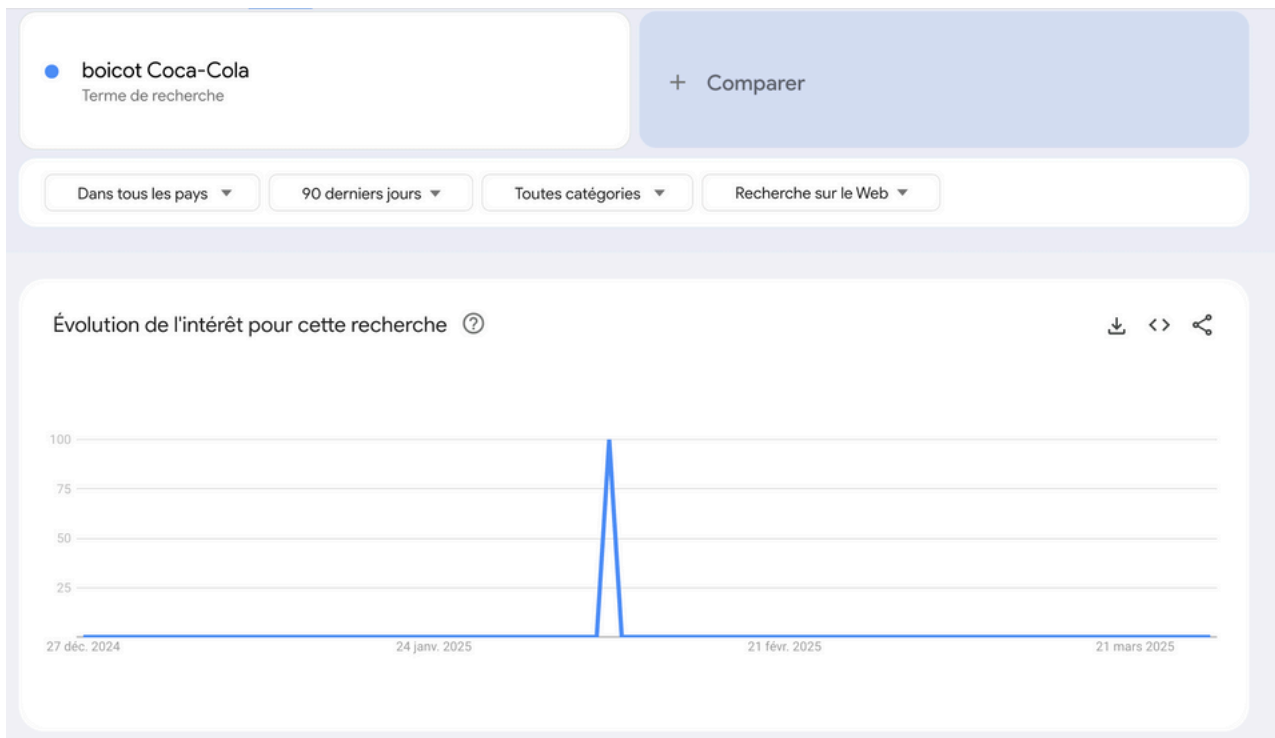
Nous avons analysé l'évolution des tendances autour de la controverse de Coca-Cola, en lien avec son positionnement politique. Dans ce cas, on a utilisé 3 plateformes pour évaluer les tendances : Google Trends, TikTok Trends et X Trends (Twitter), tout pour comprendre les intérêts généraux, les hashtags et les moments clés de la viralité de cette controverse.

Google Trends :

Nos recherches sur Google Trends ont montré que les mots-clés comme « Coca-Cola », « boycott Coca-Cola » ou « Latino Freeze » ont eu beaucoup de popularité durant les derniers mois, principalement au début de la controverse, qui a été en à la fin de janvier et début février 2025 . Ces recherches nous ont montré qu'il y a un appel au boycott des produits de Coca-Cola dans le monde entier, principalement aux États-Unis et en Amérique latine.

Mots-clés sur google trends :





Les trois graphiques sur Google Trends montrent que la controverse de Coca-Cola a généré beaucoup d'intérêt internationalement. Le pic d'intensité de l'intérêt général a été très marqué autour de la fin janvier 2025. Les mots comme « Coca-Cola », « boicot » et « Latino Freeze » montrent que la controverse de Coca-Cola a été très virale dans le monde entier.

TikTok Trends :

Sur TikTok, les hashtags comme #CocaCola, #BoycottCocaCola et #LatinoFreeze ont été plus en tendance et ont eu plus de visualisations dans les derniers mois. Par exemple, le hashtag #CocaCola a eu des millions de vues sur TikTok, ce qui montre l'intérêt général pour le mouvement contre la marque.

Hashtags :

#CocaCola #BoycottCocaCola #LatinoFreeze

X (Twitter) :

Sur X, les recherches de hashtags comme #BoycottCocaCola ont également été en tendance à plusieurs reprises, principalement au début de la controverse. Des milliers de personnes ont eu des conversations avec le hashtag comme appel à l'action. D'autres hashtags comme #NoALaCoca ont été plus en tendance en Amérique latine, ce qui montre que les immigrants sont les personnes les plus intéressées par le boycott de Coca-Cola.

Hashtags :

#BoycottCocaCola #AdiosCocaCola #NoALaCoca #CocaCola



Viral News
@elkingfresh



Fox News
@FoxNews

The company Coca Cola called ice agents on their own workers 😞
#boycott #cocacola #superbow

SHARE A COKE: Coca-Cola's CEO presented President-elect Trump with a special bottle of Diet Coke ahead of his inauguration.

L'analyse des tendances sur Google, TikTok et X (Twitter) montre que le boycott contre Coca-Cola a bénéficié d'une certaine manière de la visibilité numérique, grâce à la viralité des hashtags et aux mouvements communautaires sur les réseaux sociaux. Ces trois plateformes ont joué un rôle principal dans la controverse car ce sont des espaces pour s'informer et pour exprimer ses opinions ; ces plateformes ont permis à la communauté de transformer un simple appel à l'action en un boycott/mouvement international qui a affecté l'image publique de la marque.

ANALYSE ET SYNTHÈSES

Analyse

- Forte notoriété et image connue mondialement.
- Historique positif dans la diversité et l'inclusion.
- Communication de crise efficace.
- Ressources financières solides.
- Distribution internationale.

S

- Silence et/ou réaction lente face aux problèmes médiatiques.
- Rumeurs virales sans contrôle (mauvaise gestion de l'information).
- Association médiatique controversée (Politique - Donald Trump).

W

- Antécédents sur la santé publique.

- Partenariats positifs (avec des associations).
- Utilisation de TikTok et X pour communiquer et diffuser des contenus positifs.
- Renforcement de l'image inclusive (via le storytelling).

O

T

- Concurrence opportuniste.
- Mauvais contrôle des fake news et manipulation d'images.
- Amplification des mouvements en contre de la marque sur les réseaux sociaux.

P

La marque n'a pas un positionnement politique défini, mais à cause des rumeurs et de l'association supposée entre Coca-Cola et l'administration de Trump, le rejet de la marque après certaines communautés s'est amplifié.

E

Coca-Cola reste comme leader dans le marché et n'a pas de problèmes économiques. Pourtant, le boycott a eu un petit impact sur les ventes, surtout dans les régions mobilisées comme États-Unis et l'Amérique latine.

S

Leurs valeurs se reposent sur l'inclusion et la diversité, mais le mouvement en contre de la marque a été porté par des valeurs sociales comme la justice et le respect des minorités et se repose sur une réaction des communautés latino-américaines choquées par les actions de Coca-Cola.

T

L'utilisation des plateformes numériques permet à la marque de cibler efficacement les consommateurs et d'améliorer l'engagement. Les RSN ont joué un rôle important dans la diffusion rapide du boycott.

E

Coca-Cola fait régulièrement l'objet de critiques sur son impact environnemental, ce qui contribue à la perception négative de la marque. Cela les incite à adopter des pratiques durables.

L

Les accusations contre la marque n'ont pas été confirmées officiellement. La circulation de fausses informations soulève des enjeux légaux sur la diffamation et la gestion de l'image.

Cette analyse nous montre qu'en fait Coca-Cola est dans une position délicate à la suite d'une crise de réputation et de politique sociale pour la société.

Du point de vue interne, Coca-Cola reste une marque puissante avec une forte notoriété, une présence internationale, et une bonne communication. Cependant, on peut voir des faiblesses dans la gestion de crise, avec un manque de personnalisation des messages et des réponses lentes.

L'environnement externe montre que cette crise se place dans un contexte socio-politique, notamment sur des sujets d'inclusion et responsabilité sociale. Les facteurs sociaux et culturels sont au centre de la polémique, et les réseaux sociaux jouent un rôle important. Par rapport à l'économie, le boycott représente un risque direct de la perte de parts de marché, et la réactivité des concurrents renforce la pression. Les facteurs environnementaux sont moins présents dans cette crise mais ils restent présents dans la réputation de Coca-Cola, déjà fragilisée par des anciens débats sur l'écologie.

La crise révèle un écart entre les valeurs et informations perçues par le public et celles réellement communiquées par l'entreprise.

Synthèse

Nos recherches collectées dans cette veille, mettent en évidence une crise sévère pour l'image de Coca-Cola. À travers l'analyse d'articles de presse, des publications virales dans les RSN et des suivies des tendances dans les différents médias. On a observé une amplification du scandale, même en dépassant les faits qui varient. Ce boycott est né sur les réseaux sociaux avec le hashtag et le mouvement "Latino Freeze" et a donné comme conséquence la perception négative de la marque, accusant leur relation avec l'administration du président Donald Trump et les services d'immigration des États-Unis (ICE).

Les réactions du public ont été énormes, notamment des communautés latino-américaines, avec une propagation virale sur TikTok et X. Des hashtags comme #BoycottCocaCola, #NoALaCoca ont atteint beaucoup de viralité, notamment sur TikTok, où les vidéos, avec plusieurs millions de vues, ont contribué à alimenter la crise. L'analyse de Google Trends confirme ces pics de viralité, qui coïncident avec les premières publications virales de fin janvier à mi-février 2025. La marque dispose de ressources solides et d'une image forte, mais cela peut être endommagée si elle n'est pas défendue rapidement.

Les articles de presse ont joué un rôle de vérification entre les informations des réseaux sociaux, pour confirmer les faits, dans un cadre journalistique. Certains articles ont essayé de nuancer les rumeurs, tandis que d'autres ont souligné l'impact du boycott. La variété de sources a permis de voir plusieurs types de perception, comme l'indignation communautaire et la réaction des concurrents. Cette réaction des concurrents a renforcé le contraste entre les ventes, ce qui devrait donner à Coca-Cola une opportunité de positionner son message.

La veille stratégique a donc permis d'identifier les points faibles à corriger, les attentes du public et les différents types d'actions possibles pour améliorer la situation. Elle démontre l'importance d'avoir une bonne image publique dans l'actualité, où chaque action ou absence de réaction peut être interprétée. Coca-Cola se trouve confrontée non seulement à une perte de marché, mais aussi à la remise en question de son image et de sa relation avec des publics et aux consommateurs qui ont été historiquement fidèles (comme le Mexique). Maintenant, l'entreprise ne doit pas seulement rétablir les faits, mais reconstruire la confiance à travers une communication alignée sur les valeurs de ses consommateurs.



RECOMMANDATIONS

Recommandation 1 : Restaurer la confiance et renforcer l'engagement social.

Pour que Coca-Cola puisse récupérer une image positive auprès de la communauté latino-américaine, l'entreprise devrait re-diriger sa communication et ses actions de la marque dans des valeurs plus inclusives et solidaires, tout en affirmant un engagement envers les communautés d'immigrants aux États-Unis.

Premièrement, on propose à la marque de reconnaître la controverse et adopter une posture transparente. L'entreprise pourrait publier un communiqué officiel avec un ton empathique et responsable. Ce communiqué montrerait que Coca-Cola veut se placer dans une position d'écoute et de transparence face aux sentiments et émotions négatifs générés par les rumeurs en ligne. Cette initiative vise à restaurer la confiance des consommateurs.

Puis, Coca-Cola pourrait mettre en place des actions dans l'entreprise en faveur des travailleurs immigrés. Par exemple, la marque pourrait lancer un programme de soutien social interne pour les employés issus de l'immigration. Ce type d'engagement devrait être publié ouvertement, dans toutes les plateformes, pour avoir un témoignage des démarches responsables, renforçant l'image externe et interne.

Finalement on recommande à l'entreprise de s'associer avec des leaders d'opinion communautaire. Pour construire un lien avec les jeunes et les publics engagés, Coca-Cola pourrait collaborer avec des influenceurs et/ou activistes des communautés concernées. Ainsi, des campagnes axées sur l'unité et la diversité permettent de réaffirmer les valeurs positives de la marque, atténuant les effets du boycott.

Ces préconisations permettraient à Coca-Cola de répondre à la crise actuelle et de renforcer son engagement dans les enjeux sociétaux. En se positionnant comme une marque à l'écoute, avec une posture d'engagement concret, elle pourrait regagner la confiance et augmenter sa crédibilité auprès de ses consommateurs et des communautés concernées.



Recommandation 2 : Utiliser une stratégie plus conservatrice centrée sur les résultats économiques

Dans cette recommandation, on veut éviter que la marque entre dans un débat idéologique ou sociétal. On veut assurer et s'aligner avec les intérêts économiques de l'entreprise, donc être d'accord avec le nouvel alignement politique des États-Unis .

On recommande à la marque de minimiser la controverse au maximum pour privilégier le «silence stratégique». Dans ce cas, Coca-Cola ne doit pas répondre publiquement à la polémique pour éviter d'amplifier la viralité de la controverse. L'entreprise doit se concentrer sur des messages plutôt neutres. L'impact attendu de cette stratégie est de maintenir l'image de la marque auprès d'un public plus général qui reste fidèle. Cette stratégie peut donner une mauvaise image à la marque au niveau sociétal pendant quelque temps, mais il s'agit d'une «cancellation», qui indirectement est de la publicité, ce qui va donner plus de résultats économiques dans le futur de Coca-Cola. On veut profiter de la viralité pour la visibilité.

De plus, on voudrait que l'entreprise profite des avantages économiques que ces politiques de restrictions lui donnent. Le fait de soutenir indirectement les réformes économiques et sociales du gouvernement, sans prise de position explicite, va bénéficier à la croissance de Coca-Cola dans le marché. L'impact de cette décision fera que les actions de Coca-Cola augmentent à moyen/long terme, ce qui peut se traduire par plus de confiance chez les investisseurs de l'entreprise.



On propose donc deux orientations stratégiques. D'un côté, une stratégie fondée sur l'inclusivité qui permettrait de restaurer la confiance de la communauté latino-américaine et de réaffirmer les valeurs humaines de la marque, à travers des actions concrètes et une communication transparente. De l'autre côté, une stratégie centrée sur les résultats économiques qui viserait à préserver la stabilité de l'entreprise en évitant toute prise de position publique, optant pour le silence stratégique et les bénéfices des politiques actuelles. Dans les deux cas, la clé reste dans la cohérence et la maîtrise de la communication. Il s'agit de transformer une crise d'image en opportunité stratégique pour définir son positionnement face aux enjeux sociétaux contemporains.

LISTE DE RÉFÉRENCES

- AP News. (2025, février). PepsiCo réaffirme son engagement envers la diversité. URL : <https://apnews.com/article/diversity-dei-pepsico-coke-cocacola-a0dd81f45072536614cd27e59209c562>
- BFMTV. (2025, mars). Bouton à Coca et angelots en or : Trump présente son bureau ovale. URL : https://www.bfmtv.com/international/amerique-nord/etats-unis/donald-trump/bouton-a-coca-angelots-en-or-donald-trump-presente-son-bureau-ovale-remodele_AN-202503200292.html
- Diario Cambio. (2025). Adiós Coca-Cola, hola Pepsi : se intensifica boicot a productos de EU. URL : <https://www.diariocambio.com.mx/2025/lo-mas-viral/adios-coca-cola-hola-pepsi-se-intensifica-boicot-a-productos-de-eu-tras-aranceles-de-trump-video/>
- El País. (2025, 13 février). Latinos, dejen de gastar dinero. URL : <https://elpais.com/us/migracion/2025-02-13/latinos-dejen-de-gastar-dinero-el-movimiento-que-pide-un-boicot-a-coca-cola-amazon-o-target.html>
- Euronews. (2025, janvier). Coca-Cola vs Pepsi : une guerre culturelle relancée ?. URL : <https://www.euronews.com/culture/2025/01/16/strange-donald-trump-inauguration-gift-could-reignite-coca-cola-vs-pepsi-war>
- Expansion.mx. (2025, 7 mars). Boicots pueden hundir a una marca. URL : <https://expansion.mx/mercadotecnia/2025/03/07/boicots-pueden-hundir-a-una-marca>
- IBTimes. (2025, février). Pourquoi boycotter Coca-Cola et 11 autres marques ?. URL : <https://www.ibtimes.co.uk/why-are-people-boycotting-coca-cola-11-other-companies-latinos-refuse-buy-1730866>
- Independent. (2025, février). Coca-Cola boycott : des employés latinos licenciés au Texas. URL : <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/coca-cola-boycott-ice-latinos-texas-staff-fired-b2697348.html>
- Le Parisien. (2025, 14 février). Pourquoi la communauté latino appelle au boycott de Coca-Cola. URL : <https://www.leparisien.fr/international/etats-unis/latino-freeze-pourquoi-la-communaute-latino-americaine-appelle-au-boycott-de-coca-cola-sur-tiktok-14-02-2025-JMEYPT4WSFHI3JZGK3XNWPJZNE.php>

- Newsweek. (2025, février). Coca-Cola calls ICE on employees – backlash latino. URL : <https://www.newsweek.com/coca-cola-calls-ice-employees-backlash-latino-worker-2029003>
- Spectrum Local News. (2025, 19 février). Latino Freeze Movement : Nationwide Boycott Companies DEI Scalebacks. URL: <https://spectrumlocalnews.com/tx/south-texas-el-paso/news/2025/02/19/latino-freeze-movement-nationwide-boycott-companies-dei-scalebacks>
- Times Now News. (2025, février). Fact-checking : Coca-Cola et ICE. URL: <https://www.timesnownews.com/world/us/us-news/coca-cola-called-ice-agents-on-latino-workers-fact-checking-viral-boycottclaims-article-118156223>
- TikTok. (2025). Hugo Décrypte – Explication du boycott. <https://www.tiktok.com/@hugodecrypte>
- TikTok. (2025). Courier USA – Résumé du boycott. <https://www.tiktok.com/@couriernewsroom/photo/7460552003287076142>
- TikTok. (2025). Loopsider – Lien entre Coca-Cola et ICE. <https://www.tiktok.com/@loopsider/video/7460578216344816918>
- Statista. (2024). Coca-Cola - Statistics & Facts. <https://www.statista.com/topics/1392/coca-cola/>
- The Coca-Cola Company. (2024). Rapports annuels, rapports ESG et stratégie globale. <https://www.coca-colacompany.com/reports>
- Forbes. (2023). Coca-Cola's Global Strategy and Market Position. URL : <https://www.forbes.com/sites/>
- Les Échos. (2024). Coca-Cola face aux critiques sur la diversité et les valeurs sociales. URL : <https://www.lesechos.fr>
- Harvard Business Review. (2022). Managing Brand Reputation in a Crisis. URL : <https://hbr.org/>
- Nielsen. (2023). Tendances de consommation dans le secteur des boissons. URL : <https://www.nielsen.com>

ANNEXES

Méthodologie de la recherche

Choix des Outils

Etape de la veille	Outils
Définition des besoins	Brainstorming, Google Docs et Notion. Pour structurer les idées et les objectifs de la veille.
Collecte des informations	Google Alertes, Feedly, X, TikTok et sites d'actualités (ex: Le Monde).
Stockage des données	Google Drive, Feedly, Excel (tableau de bord).
Analyse et traitement	Excel et Google Docs (tableaux de bord, Swot et Pester).
Diffusion des résultats	Canva (infographie) et réunion en visio.
Surveillance et mise à jour	Google Alerts, Flux RSS, Feedly

Thématiques

Commanditaire : Coca-Cola
Problématique : Comment Coca cola peut faire face aux conséquences suite à son alignement politique?
Besoins Stratégique : La veille permettra à Coca-Cola de :

- Analyser l'influence des allégations concernant le positionnement politique supposé de Coca-Cola et son impact sur la réputation de la marque.

Notions	Réputation de marque	Positionnement politique	Réseaux sociaux & viralité	Réaction du public
Termes associés	- Confiance - Notoriété - Perception publique	- Image pro-Trump - Controverse politique	- TikTok et Twitter - Hashtags (#LatinoFreeze) - Boycott en ligne	- Boycott produits Coca-Cola - Solidarité de la communauté - Rassemblement des immigrants (contre Coca-Cola)

Commanditaire : Coca-Cola
 Problématique : Comment Coca cola peut faire face aux conséquences suite à son alignement politique?
 Besoins Stratégique : La veille permettra à Coca-Cola de :
 - Étudier comment les concurrents (Pepsi) de Coca-Cola exploitent la controverse de la marque à leur faveur.

Notions	Stratégies concurrentielles	Engagements social des concurrents	Positionnement politique des concurrents	Image de marque
Termes associés	<ul style="list-style-type: none"> - Positionnement - Différenciation - Contre-communication - Opportunisme de marque 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversité - Inclusion - Fidélité des consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - soutien à l'immigration 	<ul style="list-style-type: none"> - Réputation - Perception - comparative - fidélité des consommateurs

Tableaux de bord Gestion des sources

Catégorie	Type d'information fournie par la source	Titre de la source	Auteur/s	Format de la source	Accès à la source	Option de suivi	APA FO	Commentaires
Réputation de la marque	Article de vérification d'allégations virales	Coca-Cola a-t-il vraiment dénoncé ses travailleurs sans papiers ?	TF1 Info	https://www.tf1info.fr/international/verif-coca-cola-a-t-il-vraiment-denonce-ses-travailleurs-sans-papiers-aux-etats-unis-pour-qu-ils-soient-expulses-donald-trump-2350887.html	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola ICE"	P	Permet de clarifier la rumeur principale pour la gestion de la crise.
Réseaux sociaux et viralité	Article de presse sur un mouvement viral	Latino Freeze : pourquoi la communauté latino appelle au boycott de Coca-Cola sur TikTok	Le Parisien	https://www.leparisien.fr/international/etats-unis/latino-freeze-pourquoi-la-communaute-latino-americaine-appelle-au-boycott-de-coca-cola-sur-tiktok-14-02-2025-JMEYPT4WS-FHI3JZGK3X-NWPJZNE.php	Feedly et Google Drive	Hashtag #LatinoFreeze	O	Permet de comprendre la communauté d'immigrants à l'origine du boycott.
Positionnement politique	Article culturel sur politique	Strange Donald Trump inauguration gift could reignite Coca-Cola vs Pepsi war	Euronews	https://www.euronews.com/culture/2025/01/16/strange-donald-trump-inauguration-gift-could-reignite-coca-cola-vs-pepsi-war	Feedly et Google Drive	Recherche manuelle	F	Illustre l'association symbolique de Coca-Cola avec Trump, facteur déclencheur du boycott.
Concurrence	Article sur un changement de comportement de consommation	Adiós Coca-Cola, hola Pepsi: se intensifica el boicot a productos de EE.UU.	Diario Cambio	https://www.diariocambio.com.mx/2025/01-mas-viral/adios-coca-cola-hola-pepsi-se-intensifica-boicot-a-productos-de-ee-uu-tras-arancales-de-trump-video/	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola immigrants"	A	Montre le transfert de consommation vers Pepsi, la concurrence.

Réseaux sociaux et viralité Réaction du public	Vidéos de témoignage, recopilation de vidéos virales du mouvement + explications	"Les latinos avec Pepsi" : des vidéos cherchent à alimenter la guerre Coca-Pepsi en Amérique	Le Parisien	https://www.youtube.com/watch?v=IFzHgRTJzs	Google Drive	Playlist "Latino Freeze" + commentaires	O	Source utile pour comprendre l'ampleur du mouvement.
Réaction du public	Analyse sur les effets du boycott	Boicots pueden hundir a una marca	Expansión	https://expansion.mx/mercado-otencia/2025/03/07/boicots-pueden-hundir-a-una-marca	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola Boycott"	A	Montre les effets potentiellement d'un boycott sur une marque comme Coca-Cola.
Image de marque et réaction du public	Visuel viral attribué à Pepsi	Faux : l'image d'une canette de Pepsi avec le message "Merci les Latinos"	Cotejo.info	https://cotejo.info/2025/03/fb-falso-la-imagen-de-una-lata-de-pepsi-con-el-mensaje-qr-acias-latinos/	Feedly et Google Drive	Alertes Facebook	F	Utile pour distinguer les actions des manipulations virales sur les réseaux et le comportement des personnes supportant le mouvement.
Engagement social des concurrents	Déclaration d'une employée de Pepsi	Empleada de Pepsi EUA reconoce el boicot de mexicanos a Coca-Cola	Merca2.0	https://www.merca20.com/empleada-de-pepsi-eua-reconoce-el-boicot-de-mexicanos-a-coca-co	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola workers"	A	Montre que la concurrence prend acte et peut ajuster sa stratégie en conséquence.
Positionnement politique	Présentation du décor pro-Coca-Cola dans le bureau de Trump	"bouton à coca", angelots en or... donald trump présente son bureau ovale remodelé	BFM TV	https://www.bfmtv.com/international/amerique-nord/etats-unis/donald-trump/bouton-a-coca-angelots-en-or-donald-trump-presente-son-bureau-ovale-remodele_A-N-202503200292.html	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola Trump"	O	L'association entre Coca-Cola et une figure politique controversée.
Positionnement politique	Interview télévisé	Lors d'une interview, Trump appuie sur le bouton rouge de « l'apocalypse nucléaire » pour commander un...	Entrevue.fr	https://entrevue.fr/lors-dune-interview-televisee-trump-appuie-sur-le-bouton-rouge-de-la-pocalypse-nucleaire-pour-commander-un-coca-cola/	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola Trump"	O	Source virale qui alimente l'image de proximité entre Trump et Coca-Cola.
Réaction du public et réputation de marque	Article d'analyse d'un mouvement de boycott latino	"Latinos, dejen de gastar dinero": el movimiento que pide un boicot a Coca-Cola, Amazon o Target	El País	https://elpais.com/us/migracion/2025-02-13/latinos-dejen-de-gastar-dinero-el-movimiento-que-pide-un-boicot-a-coca-cola-amazon-o-target.html	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Latin Freeze"	A	Donne un éclairage sociétal sur la motivation des consommateurs latinos.
Stratégies concurrentielles	Analyse sur la stratégie de Pepsi vs Coca-Cola	Differences bubble up between PepsiCo and Coca-Cola on diversity programs	AP News	https://apnews.com/article/diversity-of-pepsi-coke-coca-cola-a0dd81f45072536614cd27e59209c562	Feedly et Google Drive	Google Alert "Coca-Cola Pepsi"	A	Sert à comparer la position des deux marques concurrentes en contexte des problèmes migratoires.

Engagement social	Article sur le boycott et les et le programme DEI	Latinos respond to DEI scale-backs, mass deportations with a national spending freeze	Spectrum Local News	https://spectrumlocalnews.com/tx/south-texas-el-paso/news/2025/02/19/latino-freeze-movement-nationwide-boycott-companies-doi-scalebacks	Feedly et Google Drive	Recherche manuelle	A	Documente les raisons profondes du boycott et les valeurs inclusives.
Positionnement politique	Article de vérification sur ICE et Coca-Cola	Coca-Cola Called ICE Agents On Latino Workers? Fact-Checking Viral 'Boycott' Claims	Times Now News	https://www.timesnownews.com/world/us/us-news/coca-cola-called-ice-agents-on-latino-workers-fact-checking-viral-boycott-claims-article-118156223	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola ICE"	P	Important pour la gestion de la réputation et la compréhension du mouvement.
Réputation de la marque	Article sur les réactions au licenciement d'un employé	Coca-Cola Faces TikTok Backlash Over Alleged Latino Worker Firings	Newsweek	https://www.newsweek.com/coca-cola-calls-ice-employees-backlash-latin-worker-2029003?	Feedly et Google Drive	Recherche manuelle	A	Renforce la perception négative de la marque.
Réaction du public	Liste de marques visées par le boycott	Pourquoi boycotter Coca-Cola et 11 autres marques ?	IBTimes	https://www.ibtimes.co.uk/why-are-people-boycotting-coca-cola-11-other-companies-latinos-refuse-buy-1730866	Feedly et Google Drive	Scoop it	A	Permet de situer Coca-Cola dans une dynamique de boycott plus large.
Positionnement politique et image de marque	Article sur les licenciements liés à ICE	Why are people boycotting Coca-Cola – and did they really call ICE on their own employees?	The Independent	https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/coca-cola-boycott-ice-latinos-texas-staff-fired-b2697348.html	Feedly et Google Drive	Alerte Google "Coca-Cola ICE"	P	Source américaine pour comprendre l'impact international de la polémique.

TIKTOKS

Réseaux sociaux et réputation de la marque	Vidéo explicative sur le boycott de Coca-Cola	Hugo Décrypte explique le boycott	@hugodecrypte	https://www.tiktok.com/@hugodecrypte/video/7471650243172453654?_tj=ZM-8uF1aUVKWvV	Google Drive	Tiktok	O	Vidéo très partagée en français qui résume les raisons du boycott.
Réseaux sociaux et viralité	Vidéo d'un média américain expliquant la polémique	Courier USA résume le boycott	@couriernewsroom	https://www.tiktok.com/@couriernewsroom/photo/7460552003287076142	Google Drive	TikTok	A	Pour comprendre comment le problème est relayé aux États-Unis sur les réseaux sociaux.
Réseaux sociaux et positionnement politique	Vidéo de sensibilisation dénonçant ICE aux États-Unis	Loopsider dénonce le lien Coca-Cola / Trump	@loopsider	https://www.tiktok.com/@loopsider/video/7460578216344816918	Google Drive	Tiktok	O	Utile pour analyser les perceptions politiques du boycott.

Réseaux sociaux et viralité Réaction du public	Vidéo expliquant rapidement les faits liés à la controverse ICE/Coca-Cola	Vidéo virale montrant les actions des personnes dans les supermarchés	@josealonsomartine6	https://www.tiktok.com/@josealonsomartine6/video/7469208401982000439	Google Drive	Tiktok	O	Contenu viral clé pour comprendre la diffusion de la polémique auprès du grand public.
TWITTER / X								
Contexte sur média traditionnel	Tweet informatif avec lien vers un article sur le boycott de Coca-Cola	Le Parisien publie sur le boycott de Coca-Cola	@le_parisien	https://x.com/le_parisien/status/1890459831154123225?s=46	Google drive	Twitter	A	Source journalistique relayant les faits en ligne.
Réseaux sociaux et viralité	Tweet présentant une vidéo critique envers Coca-Cola	Wall Street Apes publie une vidéo anti-Coca-Cola	@wallstreetapes	https://x.com/wallstreetapes/status/1889759228707086529?s=46	Google drive	Twitter	O	Influenceur américain diffusant un contenu viral critique à l'encontre de la marque.
Réseaux sociaux et viralité Réaction du public	Tweet viral illustrant l'indignation des internautes	Tweet viral de @elkingfresh sur le boycott	@elkingfresh	https://x.com/elkingfresh/status/1888058056430469331?s=46	Google drive	Twitter	O	Représente l'indignation des internautes.
Positionnement politique	Tweet de Fox News partageant le cadeaux de Coca-cola à Trump	Tweet de Fox News	@FoxNews	https://x.com/foxnews/status/1879986885587792113?s=46	Google drive	Twitter	A	Offre une perspective conservatrice sur la polémique, utile pour l'analyse.

Gestion des contenus

Catégorie	Titre du contenu	Auteur/s du contenu	Date du contenu	Format du contenu	Accès au contenu	APAFO	Résumé du contenu
Réseaux sociaux et viralité	Latino Freeze : pourquoi la communauté latino appelle au boycott de Coca-Cola	Le Parisien	14 février 2025	https://www.leparisien.fr/international/etats-unis/latino-freeze-pourquoi-la-communaute-latino-americaine-appelle-au-boycott-de-coca-cola-sur-tiktok-14-02-2025-JMEYPT4WSFHI3JZGK3XNWPJZNE.php	Feedly et Google Drive	O	L'article retrace le début du boycott Latino Freeze, porté par les utilisateurs sur TikTok et lié à l'image politique de Coca-Cola.

Réputation de la marque	Coca-Cola a-t-il vraiment dénoncé ses travailleurs sans papiers ?	TF1 Info	12 février 2025	https://www.tf1info.fr/international/verif-coca-cola-a-t-il-vraiment-denonce-ses-travailleurs-sans-papiers-aux-etats-unis-pour-qu-ils-soient-expulses-donald-trump-2350887.html	Feedly et Google Drive	P	Article de vérification sur les accusations selon lesquelles Coca-Cola aurait dénoncé ses employés sans papiers.
Engagement social des concurrents	Empleada de Pepsi EUA reconoce el boicot de mexicanos a Coca-cola	Merca 2.0	16 février 2025	https://www.merca20.com/empleada-de-pepsi-eua-reconoce-le-boicot-de-mexicanos-a-coca-cola/	Feedly et Google Drive	A	L'article montre comment Pepsi profite indirectement du boycott de Coca-Cola selon les propos d'une employée.
Image de marque et réaction du public	Faux : une canette de Pepsi avec le message "Merci les Latinos"	Cotejo.info	10 mars 2025	https://cotejo.info/2025/03/fb-falso-la-imagen-de-una-lata-de-pepsi-con-el-mensaje-gracias-latinos/	Feedly et Google Drive	F	Analyse d'une fausse image virale qui prétendait montrer une canette de Pepsi avec un message pro-latino.
Réputation de la marque	Article sur les réactions au licenciement d'un employé	Newsweek	13 février 2025	https://www.newsweek.com/coca-cola-calls-ice-employees-backlash-latin-workers-2029003	Feedly et Google Drive	A	Résumé de la controverse autour de l'appel supposé de Coca-Cola à ICE pour dénoncer des employés latinos.
Réaction du public et réputation de marque	Latinos, dejen de gastar dinero : appel au boycott de Coca-Cola	El País	13 février 2025	https://elpais.com/us/migracion/2025-02-13/latinos-dejen-de-gastar-dinero-el-movimiento-que-pide-un-boicot-a-coca-cola-amazon-target.html	Feedly et Google Drive	A	Appel à l'action contre Coca-Cola et d'autres entreprises, relayé par des communautés latino-américaines aux États-Unis.
Stratégies concurrentielles	Differences bubble up between PepsiCo and Coca-Cola on diversity programs	AP News	15 février 2025	https://apnews.com/article/diversity-dei-pepsico-coke-coca-cola-a0dd81f45072536614cd27e59209c562	Feedly et Google Drive	A	Analyse comparative entre les politiques DEI de Pepsi et Coca-Cola, avec un accent sur la perte de crédibilité de Coca-Cola.
Positionnement politique	Strange Donald Trump inauguration gift could reignite Coca-Cola vs Pepsi war	Euronews	16 janvier 2025	https://www.euronews.com/culture/2025/01/16/strange-donald-trump-inauguration-gift-could-reignite-coca-cola-vs-pepsi-war	Feedly et Google Drive	F	Un cadeau à Trump ravive les tensions contre la marque. Interprété comme un signe d'affiliation politique.

Réaction du public	Pourquoi boycotter Coca-Cola et 11 autres marques ?	IBTimes	15 février 2025	https://www.ibtimes.co.uk/why-are-people-boycotting-coca-cola-11-of-her-companies-latinos-refuse-buy-1730866	Feedly et Google Drive	A	L'article énumère les marques boycottées dans un mouvement collectif, Coca-Cola étant cité comme symbole d'exclusion.
Positionnement politique et image de marque	Why are people boycotting Coca-Cola – and did they really call ICE on their own employees?	The Independent	14 février 2025	https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/coca-cola-boycott-ice-latinos-texas-staff-fired-b2697348.html	Feedly et Google Drive	P	Relate les licenciements d'employés latinos à une usine Coca-Cola au Texas, intensifiant la colère du public.
Engagement social	Latinos respond to DEI scale-backs, mass deportations with a national spending freeze	Spectrum Local News	19 février 2025	https://spectrumlocalnews.com/tx/south-texas-el-paso/news/2025/02/19/latino-freeze-move-ment-nation-wide-boycott-company-dei-scale-backs	Feedly et Google Drive	A	L'article détaille l'origine du boycott national et les revendications autour de la réduction des politiques DEI aux États-Unis.
Positionnement politique	Coca-Cola Called ICE Agents On Latino Workers? Fact-Checking Viral 'Boycott' Claims	Times Now News	12 février 2025	https://www.timesnownews.com/world/us-news/coca-cola-called-ice-agents-on-latino-workers-fact-checking-viral-boycott-claims-article-18156223	Feedly et Google Drive	P	Article de vérification qui tente de clarifier si Coca-Cola a effectivement collaboré avec ICE concernant ses employés latinos.
Concurrence	Adiós Coca-Cola, hola Pepsi: se intensifica el boicot a productos de EE.UU.	Diario Cambio	février 2025	https://www.diariocambio.com.mx/2025/02-mas-viral/adios-coca-cola-hola-pepsi-se-intensifica-boicot-a-productos-de-eu-tras-aranceles-de-trump-video/	Feedly et Google Drive	A	Le boycott prend de l'ampleur au Mexique suite aux tensions commerciales et à la politique migratoire américaine.
Positionnement politique	Lors d'une interview, Trump appuie sur le bouton rouge de « l'apocalypse nucléaire » pour commander un...	Entrevue.fr	mars 2025	https://entrevue.fr/lors-d-une-interview-tv-televiser-trump-appuie-sur-le-bouton-rouge-de-lapocalypse-nucleaire-pour-commander-un-coca-cola/	Feedly et Google Drive	O	Article satirique qui alimente l'image de proximité entre Trump et Coca-Cola. Utilisé comme contenu de viralité sur les réseaux.
Positionnement politique	"Bouton à coca", angelots en or... donald trump	BFMTV	20 mars 2025	https://www.bfmtv.com/international/amerique-n	Feedly et Google Drive	O	Article décrivant la décoration du bureau de Trump, dont un bouton Coca-Cola, renforçant les critiques à l'encontre de la marque.

	présente son bureau ovale remodelé			ord/etats-unis/donald-trump/bouton-a-coca-ang-elots-en-ordonald-trump-presente-son-bureau-ovale-remodelé_AN-202503200292.html			
Réseaux sociaux et viralité Réaction du public	"Les latinos avec Pepsi" : des vidéos cherchent à alimenter la guerre Coca-Pepsi en Amérique	YouTube	février 2025	https://www.youtube.com/watch?v=tlFzHgRTJzs	Lien web YouTube – Google Drive	O	Vidéo explicative sur YouTube résumant les faits, diffusée massivement sur TikTok et Twitter.
Réaction du public	Boicots pueden hundir a una marca	Expansion.mx	7 mars 2025	https://expansion.mx/mercado/tecnologia/2025/03/07/boicots-pueden-hundir-a-una-marca	Feedly et Google Drive	A	Analyse des effets à long terme des boycotts sur la réputation d'une entreprise, avec exemple direct sur Coca-Cola.

TIKTOKS

Catégorie	Titre du contenu	Auteur/s du contenu	Date du contenu	Format du contenu	Accès au contenu	APAFO	Résumé du contenu
Réseaux sociaux et réputation de la marque	Vidéo explicative sur le boycott de Coca-Cola	Hugo Décrypte	février 2025	https://www.tiktok.com/@hugodecrypte	Google Drive	O	Vidéo très partagée en français qui résume les raisons du boycott de Coca-Cola.
Réseaux sociaux et viralité	Vidéo virale montrant les réactions en supermarché	@josealonsomartinez6	février 2025	https://www.tiktok.com/@josealonsomartinez6/video/7469208401982000439	Google Drive	A	Explication de la diffusion de la polémique auprès du grand public.
Réseaux sociaux et positionnement politique	Vidéo d'un média américain expliquant la polémique	Courier USA	février 2025	https://www.tiktok.com/@couriersnewsroom/photo/7460552003287076142	Google Drive	O	Explication de comment le problème est relayé aux États-Unis sur les réseaux sociaux.

Réseaux sociaux et viralité Réaction du public	Vidéo de sensibilisation dénonçant ICE aux États-Unis	Loopsider	février 2025	https://www.tiktok.com/@loopsider/video/7460578216344816918	Google Drive	O	Résumé par Loopsider qui explique la relation de Coca-Cola avec Trump et montre des agents de ICE contre une immigrante.
TWITTER / X							
Contexte sur média traditionnel	Tweet informatif avec lien vers article sur le boycott	Le Parisien	février 2025	https://x.com/leparisien/status/1890459831154123225?s=46	Google Drive	A	Vidéo YouTube qui explique et résume en ordre le boycott en français.
Réseaux sociaux et viralité	Tweet présentant une vidéo critique envers Coca-Cola	Wall Street Apes	février 2025	https://x.com/wallstreetapes/status/1889759228707086529?s=46	Google Drive	O	Influenceur américain diffusant un contenu viral critique à l'encontre de la marque.
Réseaux sociaux et viralité Réaction du public	Tweet viral illustrant l'indignation des internautes	@elkingfresh	février 2025	https://x.com/elkingfresh/status/1888058056430469331?s=46	Google Drive	O	L'indignation des internautes face aux actes présumés de Coca-Cola.
Positionnement politique	Tweet de Fox News partageant le cadeau Coca-Cola à Trump	Fox News	février 2025	https://x.com/foxnews/status/1879986885587792113?s=46	Google Drive	A	Annnonce du cadeau que Coca-Cola a donné au président.

Évaluation de la veille

Indicateurs d'activité

Type d'indicateur : Activité - Recherche et surveiller

Indicateurs : Nombre de sources surveillées et taux de nouvelles sources par période.

Pendant la veille, un total de 17 articles, 5 TikTok et 4 Tweets ont été intégrés avec des sources variées, ce qui montre une bonne capacité à élargir le périmètre informationnel.

Cela permet d'identifier la régularité du sourcing et de répondre aux évolutions du sujet surveillé.

Type d'indicateur : Activité - Exploiter

Indicateurs : Répartition des informations par thématiques et volume d'informations traitées.

Les informations collectées ont été regroupées par catégories. Chaque catégorie a été analysée dans le tableau de contenu, ce qui nous a montré un volume de traitement. Ce critère permet de vérifier que la veille couvre bien les axes stratégiques identifiés au départ, assurant une cohérence thématique dans l'analyse.

Indicateur de performance

Type d'indicateur : Performance - Exprimer les besoins

Indicateur : Pertinence des sources et contenu par rapport aux besoins du commanditaire.

L'ensemble des sources ont été sélectionnées en lien direct avec la problématique. Le contenu a permis de proposer des recommandations argumentées et concertées pour le commanditaire. Cela garantit que l'information récoltée est exploitable pour la prise de décision.

Type d'indicateur : Performance - Exprimer les besoins

Indicateur : clarté et cohérence des recommandations proposées.

Ce critère mesure comment nos informations et analyses aboutissent à des recommandations exploitables et logiques connectées directement avec les besoins stratégiques définis. Dans ce cas, deux stratégies opposées ont été formulées à partir des données. La clarté des orientations stratégiques est essentielle pour transformer la veille en outil.