La nuova era Coca-Cola arriva sul mercato

cola-35a0fb68

Coca-Cola HBC Italia, principale distributore in Italia dei prodotti a marchio The Coca-Cola Company, è pronta a cogliere la sfida di un mercato in evoluzione con l'inizio della nuova era Coca-Cola. La nuova strategia mira a soddisfare i gusti e le esigenze dei consumatori, sempre più attenti alla loro assunzione di calorie, attraverso diversi asset: una vasta gamma a ridotto, basso o nullo contenuto calorico rinforzata da innovazioni di prodotto e offerta di confezioni di formato più piccolo che forniscano la giusta quantità di bevanda e permettano ai consumatori di scegliere secondo il proprio stile di vita.

"Proprio per rispondere alla nuova domanda dei consumatori, abbiamo presentato lo scorso anno Coca-Cola Life, una bevanda analcolica con zucchero ed edulcorante di origine naturale, estratto dalla stevia (glicosidi steviolici), dal gusto unico e rinfrescante, la cui ricetta quest'anno verrà rinnovata per avere il 50% di calorie in meno, rispetto alla maggior parte delle cole zuccherate in Italia (prima era il 36%). Anche Coca-Cola Zero Zuccheri Zero Calorie, a dieci anni dal suo debutto in Italia, si presenterà con una nuova ricetta, per un gusto unico a zero calorie. Da marzo inoltre è disponibile Coca-Cola Gusto Limone Zero Zuccheri Zero Calorie, novità di prodotto che unisce la freschezza del gusto di limone alle zero calorie e zero zuccheri" racconta **Marco Pesaresi**, Direttore Commerciale di Coca-Cola HBC Italia. *"La nuova strategia si declina nel canale HORECA con pack specifici ed esclusivi che ne incontrino le peculiarità. Il focus principale rimane la gamma in vetro da 33 cl che consente un'esperienza di consumo perfetta per il nostro consumatore e che si rivela premiante per tutti gli operatori della filiera. Una novità per il prossimo anno riguarderà la lattina da 25 cl che diventerà una referenza continuativa, una soluzione particolarmente indicata per le pizzerie al taglio e per il canale Take-Away in generale".*

Queste novità si affiancano alla rivisitazione della grafica di tutti i pack della gamma Coca-Cola con il lancio della campagna Masterbrand in Italia: il bollo rosso Coca-Cola sarà presente in tutte le varianti prodotto e rappresenterà una vera rivoluzione nello scaffale bevande. Il gusto di bere Coca-Cola e i valori di ottimismo, condivisione e felicità, propri del brand, saranno così trasversali a tutte le varianti. Il consumatore non dovrà rivolgersi a diversi brand per soddisfare le proprie esigenze, ma potrà

scegliere all’interno di una gamma di varianti raccolte sotto il brand Coca-Cola.