Coca-Cola lancia la campagna #dilloconunacanzone

coca-evid-131cad5b

coca 3Ha preso il via la nuova e imponente campagna di personalizzazione #dilloconunacanzone, che mette alcuni tra i più bei titoli e le più belle frasi di canzoni italiane e straniere sulle etichette delle bottiglie di Coca-Cola. Da "Amami" di Emma a "Però mi piaci" di Alex Britti, da "Confusa e Felice" di Carmen Consoli a "Fatto serata ieri?" dei Club Dogo, da "Tutti ballano tranne te" di Fabri Fibra a "Che confusione" di Moreno. Ma anche "I will survive" di Gloria Gaynor, "Tonight's gonna be a good night" dei Black Eyed Peas o "How wonderful life is" cantata da Ellie Goulding. Il progetto è stato sviluppato in partnership con Universal Music, azienda leader nel settore discografico e dell'entertainment. Tutte le canzoni sono state selezionate per comunicare differenti stati d'animo ed emozioni affini all'universo Coca-Cola e a quello dei giovani: dalla felicità all'amicizia, dall'amore alle occasioni di divertimento.

«L'anno scorso, con la campagna "Condividi una Coca-Cola" abbiamo sostituito il leggendario logo su lattine e bottiglie con nomi di battesimo, per ringraziare tutti coloro che da sempre amano il marchio e i suoi prodotti, perché sono proprio i suoi fan i veri protagonisti e artefici del successo dell'azienda- ricorda Fabrizio Nucifora, direttore marketing Coca-Cola Italia -. Quest'estate, sulle etichette delle bottiglie metteremo invece i testi delle più belle canzoni italiane e straniere, per invitare a liberare le proprie emozioni attraverso la musica e a comunicarle agli amici, a condividerle con il mondo, come cerchiamo di fare da oltre 125 anni». Coca 1

«Con oltre 80 differenti pack di prodotto disponibili a scaffale, #dilloconunacanzone è una nuova campagna di personalizzazione destinata a stupire gli italiani - afferma Tiziano Cameroni, direttore commerciale di Coca-Cola Italia -. Il progetto è stato accolto con grande entusiasmo dai punti di vendita che hanno garantito una elevata presenza di prodotto a scaffale e nei cooler. I clienti credono in questo piano, condividendo una strategia che ci consentirà un'estesa campagna di comunicazione all'interno degli esercizi commerciali, in oltre 16mila punti della grande distribuzione e 23mila bar, presenza garantita tramite i nostri partner SIBEG e Coca-Cola HBC Italia».

L'iniziativa ha una forte impronta digitale e viaggerà sui social network con l'hashtag #dilloconunacanzone e sul portale www.dilloconuncanzone.it, rivolgendosi in particolare ai teenager, che più di tutti affidano alla musica l'espressione della propria personalità e la utilizzano per relazionarsi con gli altri.

Per accompagnare i suoi fan nell'estate, inoltre, Coca-Cola ha pensato a un fitto calendario di appuntamenti e iniziative (online sul sito www.dilloconunacanzone.it):

- Il Coca-Cola Summer Festival, 4 serate di grande musica in onda su Canale5 il 7, 14, 21 e 28 luglio e condotte da Alessia Marcuzzi con Angelo Baiguini e Rudy Zerbi, che viaggeranno sui social network attraverso l'hashtag #dilloconunacanzone
- Un tour estivo, che dalla metà di luglio sino a metà agosto toccherà le più belle spiagge italiane per regalare a tutti la possibilità di avere la propria Coca-Cola personalizzata, da dedicarsi o dedicare

Le bottiglie con canzoni italiane e straniere sull'etichetta saranno disponibili nei consueti punti di vendita e distribuzione di Coca-Cola a partire da fine giugno e acquistabili al normale prezzo di vendita.Numerosi i formati coinvolti: bottiglia Pet da 500 ml e 1L, 1,5L (in Sicilia), 1,75L e 2L di Coca-Cola e Coca-Cola Zero.