Coca-Cola light, edizione speciale firmata Moschino

coca-cola-moschino-evid-41f73b8a

Nella cornice della Milano Fashion Week è stata svelata la collaborazione tra Coca-Cola light e la maison Moschino, che ha portato alla realizzazione di una nuova ed esclusiva collezione limited edition dal titolo Coca-Cola light loves Moschino. Fino a dicembre, le lattine di Coca-Cola light avranno dunque un look glamour e ironico grazie a tre soggetti originali - Cow Print, Eye Chart ed Hearts - che traggono ispirazione da alcuni elementi iconici del brand Moschino, riproponendo il suo stile unico, inaspettato e personale.

hearts_sleekcan330ml_3d-retro_png_595«Una campagna che non passerà inosservata soprattutto agli occhi degli appassionati di moda e delle donne, a cui il brand Coca-Cola light si rivolge da sempre - afferma Tiziano Cameroni, direttore commerciale di Coca-Cola Italia -. Le tre creatività saranno declinate sulla lattina da 330 ml, mentre le bottiglie da 500 ml e da 1,75 l in tutta Italia - a esclusione della Sicilia dove sarà presente la bottiglia da 1,5 l - saranno le protagoniste di un concorso dedicato ai consumatori. In produzione 5,5 milioni di pezzi, distribuiti in nei canali off e on premise grazie ai nostri partner Sibeg e Coca-Cola HBC Italia. In Sicilia, inoltre, Sibeg attiverà una campagna di comunicazione con materiale P.O.P. in circa 10 mila punti di vendita». Il progetto Coca-Cola light loves Moschino sarà poi amplificato da una campagna integrata di marketing e comunicazione con una pianificazione mirata sulle testate cartacee e online del Gruppo Mondadori.

Ma non è tutto. E' stato infatti lanciato anche uno speciale concorso dedicato ai i consumatori: fino al 31 dicembre sarà possibile vincere una t-shirt firmata Moschino al giorno. Il meccanismo è semplice: per provare a vincere sarà sufficiente cercare il codice sotto al tappo delle bottiglie da 500 ml e 1,75 l in tutta Italia (1,5 l per la Sicilia) e tentare la fortuna entrando nel Cola-Cola light Club, registrandosi su www.coca-colalight.it. Sempre fino al 31 dicembre, sarà possibile partecipare all'estrazione di un viaggio a New York per due persone durante la Fashion Week e vivere, così, la settimana più cool dell'anno ospiti di Coca-Cola light. Oltre al premio finale, verranno estratti anche 10 cofanetti

Smartbox "Rilassanti Evasioni". Registrandosi alla newsletter, si potranno ottenere tutte le informazioni utili per ottenere i love points che, se condivisi con gli amici, aumenteranno le probabilità di vincita.

Coca-Cola light ha infine stretto una collaborazione con la nota fashion blogger Irene Colzi che si farà portavoce dell'iniziativa sul proprio blog www.ireneccloset.com e sui profili social. Irene Colzi sarà l'ambassador di un Instagram Photo Challenge Coca-Cola light loves Moschino, invitando i suoi fan a inventare un outfit ispirato alle limited edition e realizzare un selfie da postare su Instagram con l'hashtag #DrinkMoschino; ogni settimana, l'immagine che meglio saprà interpretare lo spirito ironico e glam di Moschino e di Coca-Cola light, sarà protagonista di un post dedicato sul profilo Facebook di Coca-Cola.

«Siamo molto orgogliosi di consolidare il legame tra Coca-Cola light e il mondo della moda grazie alla collaborazione con Moschino, una maison italiana riconosciuta e apprezzata a livello internazionale per le sue creazioni. Questa partnership, nata qui in Italia, conferma la vicinanza del nostro brand alle eccellenze del nostro Paese nell'ambito della moda e sancisce l'attenzione rivolta all'universo contemporaneo femminile - afferma Fabrizio Nucifora, direttore marketing di Coca-Cola Italia -. Già in passato numerosi stilisti hanno creato edizioni speciali per Coca-Cola light nell'ambito dell'iniziativa Tribute to Fashion che ha animato numerose Fashion Week milanesi, mentre negli scorsi anni la direzione creativa di Coca-Cola light è stata ricoperta da altre leggende quali Karl Lagerferl, Jean Paul Gaultier e Marc Jacobs».

Le creazioni di Moschino per Coca-Cola light saranno disponibili da settembre fino a dicembre 2014 al normale prezzo di vendita nelle versioni collezionabili in lattina da 330ml, in bottiglie da 500ml e in bottiglie da 1,75l in tutta Italia, ad esclusione della Sicilia dove ci sarà la bottiglia da 1,5l.

Coca-Cola Company è il produttore di bevande più grande al mondo e rinfresca i propri consumatori con oltre 500 bevande gassate e non gassate. Oltre a Coca-Cola, l'azienda vanta altri marchi nel proprio portafoglio prodotti per un valore di oltre 17 miliardi di dollari, fra cui Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Georgia e Del Valle. A livello mondiale, è al primo posto nell'offerta di bevande gassate, caffè pronti da bere, succhi e bevande a base succo. Grazie al sistema di distribuzione di bevande più vasto nel mondo, i consumatori di oltre 200 Paesi scelgono le bevande di The Coca-Cola Company a un ritmo di 1.9 miliardi di consumazioni servite ogni giorno in tutto il mondo. Insieme ai partner imbottigliatori, è tra le prime 10 aziende al mondo con più di 700 mila dipendenti.