Ready to drink: anche in Italia la versione in lattina del Jack Daniel's & Coca-Cola

20240503080238jackdanielcocacola2-3e78b84d

Un ready to drink pensato per avere in lattina uno dei cocktail da bar più amati. Disponibile in alcuni ipermercati, supermercati e minimarket, bar, take-away, chioschi e punti ristoro di stazioni di servizio quali Autogrill, **la nuova versione di di Jack Daniel’s & Coca-Cola** arriva ora anche sul mercato italiano dopo Messico e America Latina, USA, Asia, Africa e altri Paesi europei.

"*Il lancio anche in Italia di Jack Daniel’s & Coca-Cola arricchisce ulteriormente il nostro portafoglio Spirits, confermando il successo della strategia 24/7 di Coca-Cola HBC Italia: offrire ai nostri clienti i prodotti giusti per tutti i momenti della giornata, dalla colazione al dopocena. Questo prodotto in particolare, già miscelato e pronto da gustare, è rivolto ad un consumatore che ama la qualità e apprezza la praticità del ready to drink*”, spiega **Maria Antonella Desiderio**, Premium Spirits director di Coca-Cola HBC Italia.

Un prodotto che, a prima vista, sembrerebbe particolarmente adatto per la nightlife. "*I punti vendita delle categorie non direttamente coinvolte nella strategia 2024, come le discoteche, potranno acquistare il nuovo Jack Daniel's & Coca-Cola attraverso **i loro migliori grossisti***", precisa a questo proposito la manager.

Che aggiunge: "*Alla luce del legame tra Jack Daniel’s & Coca-Cola e il mondo della musica è in valutazione anche l’opportunità di rendere il prodotto disponibile nell’ambito di **alcuni festival musicali,** sempre in linea con le politiche di marketing responsabile adottate da entrambi i marchi*". Per il momento, i primi riscontri del mercato italiano sono estremamente positivi, "*di molto superiori alle nostre aspettative e confermano il trend positivo della categoria ready-to-drink*".

“*Questo prodotto consente, a tutti coloro che già lo apprezzano come classico da bar, di ritrovarne il gusto anche nella versione ready to drink, e a chi ancora non lo conosce, di apprezzare l’amato Old*

No.7 in una veste diversa dal solito. Un'unione di gusto davvero imperdibile, per una proposta innovativa e al passo con i tempi", aggiunge **Cristina Dotti**, Marketing Manager Italy & Alps Brown-Forman.

Un'unione, quella tra Jack Daniel's e Coca-Cola, che si riflette anche **negli elementi grafici che contraddistinguono la lattina**, dove spiccano le caratteristiche distintive di entrambi i marchi: il logo rosso di Coca-Cola nel suo classico stile Spencerian, abbinato al design elegante e al colore nero di Jack Daniel's Old No. 7.

Infine, per rendere più semplice distinguerla, la lattina della variante con Coca-Cola Zero Sugar, disponibile in Autogrill in questi primi mesi di lancio in Italia, presenta una fascia sulla parte superiore.