Pinko veste Coca-Cola: un 2016 all'insegna del #GlamTaste

coca-cola-light-e-pinko-still-life-1-fc58dd2c

Il gusto di **Coca-Cola** e l'eleganza di **Pinko** si incontrano per dar vita a una nuova **limited edition** che esprime perfettamente lo stile unico e fresco dei brand. Una novità destinata a diventare l'"accessorio" più ricercato dagli appassionati del contemporary brand Pinko e di Coca-Cola.

[caption id="attachment_103706" align="alignleft" width="200"] Annalisa-Fabbri_Direttore-Marketing-Coca-Cola-Italia Annalisa Fabbri, direttore marketing di Coca-Cola Italia[/caption]

"Coca-Cola, anche quest'anno, rinsalda il suo legame con il mondo della moda", spiega **Annalisa Fabbri**, direttore marketing di Coca-Cola Italia. "E, in un 2016 ricco di novità per l'azienda, offre una scelta di stile insieme a Pinko, brand simbolo sia di qualità made in Italy che di estro creativo contemporaneo ed eclettico. La collaborazione tra le due aziende valorizza gli elementi distintivi dei due brand, rispettando l'essenza di CocaCola: sempre unica e capace di rendere speciale ogni momento, adattandosi ai gusti, allo stile di vita e alle scelte di tutti i consumatori".

[caption id="attachment_103707" align="alignright" width="200"] CATERINA-NEGRA_Direttore%20Creativo_PINKO Caterina Negra, direttore creativo di Pinko[/caption]

Floral, Bubble e Paisley sono i motivi che raccontano la collaborazione e caratterizzano la collezione, in edizione limitata, firmata da Pinko per Coca-Cola light. Le grafiche, così come la palette colori, esprimono l'estro creativo e la propensione innata alla bellezza che contraddistingue il DNA del brand italiano, facendo eco all'attitude ironica e leggera di Coca-Cola. "Per Coca-Cola light abbiamo studiato un guardaroba fresco e dinamico", commenta **Caterina Negra**, direttore creativo di Pinko; "Una proposta che, esaltando l'entusiasmo e il glamour che da sempre caratterizza le nostre collezioni, racconti l'originalità e la spiccata passione di un brand che, da oltre 12 anni, ama e celebra

la moda”.

La collaborazione tra le due aziende si svilupperà durante il 2016 con una serie di **eventi congiunti**, un **concorso**, una **campagna social** e la **limited edition di Coca-Cola light**. La campagna viaggerà on line con l’hashtag **#GlamTaste**, un tag che racchiude in sé le caratteristiche distintive di entrambi i brand, il gusto unico di Coca-Cola e la femminilità e sensualità della donna Pinko.

Coca-Cola, esattamente come la moda, è in grado di rendere speciale ogni momento se ci offre la possibilità di esprimere il nostro stile, scegliendo la variante che meglio si adatta ai nostri gusti, tra Coca-Cola, Cola-Cola Life, Coca-Cola Zero e Coca-Cola light. Con il concorso “**Vinci il mondo fashion**”, che sarà attivo sino al 27 novembre 2016, ci sarà la possibilità di vestire on-line la propria Coca-Cola preferita con una delle esclusive grafiche ideate da Pinko.

Coca-Cola-light-e-PINKO_Bottiglia-PAISLEY_500mlPer partecipare, sarà sufficiente acquistare una delle bottiglie Coca-Cola light brandizzata con la **grafica del concorso** (tra i formati da 500 ml/ 1,5 L/ 1 L), connettersi al sito www.cocacolalight.it e accedere all’area dedicata al concorso inserendo il codice presente sotto al tappo. A questo punto, si potrà liberare la propria creatività e giocare con una delle grafiche create da Pinko per vestire, sulla base del proprio personalissimo gusto, la variante preferita tra Coca-Cola, Coca-Cola Life, Coca-Cola Zero e Coca-Cola light, con la speranza di vederla realizzata e di riceverla a casa. Per chi si registrerà sul sito, ci sarà anche la possibilità di aggiudicarsi un outfit Pinko.

Tra tutti i partecipanti, al termine del concorso, verrà estratto un vincitore che si aggiudicherà un **pacchetto premio "Vip Day in Milan"** che gli consentirà di vivere, assieme ad un accompagnatore a sua scelta, una giornata indimenticabile a Milano all’insegna della moda, della bellezza e del relax.

Formati limited edition:
- Lattina da 330 ml
- Bottiglia 500 ml/ 1,5 L/ 1 L

I differenti formati saranno disponibili al consueto prezzo di vendita.