Coca-Cola lancia la Lattina Arcobaleno per celebrare l’amore universale

love-cans2rendition584326-917f8635

Per celebrare il mese del Pride, Coca-Cola lancia un’edizione speciale della sua lattina, dedicata al sentimento che più di ogni altro racchiude tutti i significati e le declinazioni di inclusione: l’amore, quello in grado di unire tutto e tutti, di superare le distanze e andare oltre le etichette. Il logo Coca-Cola lascia quindi spazio alla parola “Love”, che riflette il costante impegno dell’azienda verso la valorizzazione della diversità e dell’inclusione. L’azienda sarà in Pride Square, con un corner (Largo Bellintani - angolo via Lecco) dove tutti potranno celebrare l’amore, in tutte le sue forme, con una foto da condividere online con l’hashtag #LoveIsLove e ricevere subito la lattina Love ad edizione limitata.

“L’uguaglianza e la diversità sono estremamente importanti nel definire quello che siamo come brand e come azienda. Coca-Cola è il brand di tutti, in tutte le possibili diversità. Le lattine Love sono la perfetta occasione per usare il nostro famoso logo per esprimere una semplice quanto forte idea di uguaglianza” ha dichiarato **Annalisa Fabbri**, Direttore Marketing Coca-Cola Italia.

Per sottolineare questo impegno, Coca-Cola è partner del Milano Pride e sfilerà alla consueta parata del 30 giugno con i propri dipendenti, le loro famiglie, qualsiasi esse siano, amici e parenti, contribuendo con il “suo rosso”all’arcobaleno che attraverserà il capoluogo meneghino. Questa iniziativa è solo l’ultima testimonianza dell’impegno nel promuovere la diversità che Coca-Cola porta avanti da sempre all’interno dell’azienda: le competenze, i risultati e l’esperienza sono i soli presupposti per l'assunzione, l'impiego, la formazione, il trattamento retributivo e l'avanzamento di carriera delle oltre 2.000 persone che lavorano in Coca-Cola tra uffici, stabilimenti e forza vendita. Già prima dell’approvazione della legge Cirinnà, inoltre, erano riconosciuti diritti importanti per creare un ambiente di lavoro accogliente, come l’estensione dell’assicurazione sanitaria e il congedo matrimoniale anche ai partner dello stesso sesso. In un’ottica di miglioramento continuo, poi, l’anno scorso Coca-Cola ha aderito a Parks, l’associazione di datori di lavoro che aiuta le aziende a realizzare le potenzialità di business legate a strategie inclusive della diversità LGBT.

Questo impegno ha visto la sua concretizzazione anche all’esterno dell’azienda, attraverso la produzione di campagne televisive come “Pool Boy”, andata in onda la scorsa estate: la storia di due adolescenti, fratello e sorella, che, folgorati dalla bellezza di un pool boy che lavora nel loro giardino, cercano di conquistarne l’attenzione offrendogli una Coca-Cola ghiacciata… salvo poi scoprire che la madre li ha battuti sul tempo. L’azienda recentemente si è aggiudicata l’importante riconoscimento del Diversity Brand Award 2018 per il suo impegno nelle campagne di comunicazione ai consumatori nel favorire diversity & inclusion e per la sua capacità di parlare ad ogni persona.

Le lattine Love saranno disponibili anche attraverso i partner in business dell’azienda Deliveroo ed Amazon PrimeNow , che hanno aderito all’iniziativa, e che condividono con Coca-Cola la stessa attenzione ed importanza verso il tema dell’inclusione. Sarà inoltre possibile trovare il pack in edizione limitata presso i molti locali della Pride Square che hanno aderito all’iniziativa, contribuendo così a colorare le vie del village cittadino, luogo di incontro, confronto e divertimento.