

Coca-Cola lancia la campagna #dilloconunacanzone

coca-evid-131cad5b

[coca 3](#) Ha 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 Fioreno. 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».

