Quest’estate, con Coca-Cola #DaiUnBacio a chi vuoi tu

screenshot-campagna-f1d3eb0e

Prende il via la campagna estiva 2015 di Coca-Cola Italia dal titolo #DaiUnBacio, che verrà supportata da un piano di marketing e comunicazione integrato con molteplici iniziative e attivazioni.

Le nuove confezioni di Coca-Cola riportano infatti sull’etichetta, al posto del logo, un invito a dare un bacio alle persone che amiamo. La scritta “Con Coca-Cola dai un bacio…” sarà accompagnata da un nome proprio, un diminutivo o un soprannome per trasmettere una dichiarazione d’amore, un ringraziamento sentito, un gesto d’affetto. Un momento di felicità da vivere in privato o condividere sui social network attraverso l’hashtag #DaiUnBacio.

Coca colaD'altronde, nei suoi 100 anni di vita la bottiglia di Coca-Cola è stata baciata miliardi di volte, per l’esattezza 1.513.607.939.393. Quindi conosce la gioia di ricevere un bacio e, con questa campagna, vuole condividerla con i suoi fan più affezionati, aiutandoli a dichiarare i propri sentimenti alle persone del proprio cuore.

Anche quest’anno l’ispirazione arriva dal mondo dei teenager, con i suoi soprannomi e diminutivi, tipici del linguaggio dei nativi digitali. E Coca-Cola ha pensato proprio a tutti: dai nomi più comuni a quelli più rari. Tra i nomi maschili più diffusi, e quindi stampati su più bottiglie, dopo Marco ci sono Andrea, Giuseppe, Antonio e Luca. I nomi femminili dopo Anna sono Sara, Maria, Francesca e Laura. Tra i diminutivi tantissimi sono gli Albi, Ale e Beppe, ma anche i Jack, Tommy e Angy. Ma Coca-Cola non ha dimenticato i nomi meno usuali: oltre a Ernesto e Virginia, ci saranno Iacopo, Ivan e Ugo oppure Imma, Tatiana e Ludovica. Il divertimento inizia proprio dalla ricerca del nome o del nickname della persona da baciare.

Le etichette riportano anche nomi comuni da attribuire alle persone conosciute: “al Dottore” per l’amico appena laureato, “al tuo Cucciolo” e “alla tua Stellina” per i più romantici, “alla Dormigliona” per la figlia adolescente che non si alza prima di mezzogiorno, “al Tatuato” per l’amico che colleziona

tattoo, a “Miss Fitness” per l’amica fissata con la prova costume.

Per chi preferirà accompagnare il proprio bacio con una battuta di spirito, Coca-Cola ha fatto stampare anche soprannomi scherzosi. Per l’amica pronta ogni secondo per fare un selfie, ecco la bottiglia intitolata “a Miss Selfie”; per il collega che ha comprato l’ennesimo paio di occhiali a montatura spessa, c’è la bottiglia “Hipster”.

I prodotti con i nomi e soprannomi in etichetta saranno disponibili nei consueti punti di vendita e distribuzione di Coca-Cola da giugno a settembre, al normale prezzo di vendita.