

Dopo il grande successo 2013 di "Condividi una Coca-Cola" - che ha sostituito i nomi dei consumatori al leggendario logo - quest'estate Coca-Cola mette sulle proprie bottigliette la musica

Con Coca-Cola, se non trovi le parole... #dilloconunacanzone ...e con un emotisong!

Parte oggi una nuova imponente campagna di personalizzazione, supportata da un articolato piano di comunicazione integrata

Milano, 25 giugno 2014 - Spesso è difficile descrivere le emozioni, raccontare quello che si prova. Capita di bloccarsi, alla ricerca delle parole giuste... Quest'estate, **Coca-Cola ci aiuterà a trovarle nella musica**, perché nulla come una canzone è capace di comunicare i nostri stati d'animo, rendendo tutto più facile.

Parte infatti oggi 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 Moreno. 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 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".*

Per ulteriori informazioni:

Cohn & Wolfe

Paola Blasi – 02.20239.333 – paola.blasi@cohnwolve.com

Sara Bonfiglio – 02.20239.380 – Sara.Bonfiglio.ce@cohnwolve.com



L'iniziativa ha una forte impronta digitale e viaggerà sui social network con l'hashtag **#dilloconunacanzone**.

Protagonisti di #dilloconunacanzone saranno ancora una volta ai teenager, che più di tutti affidano alla musica l'espressione della propria personalità e la utilizzano per relazionarsi con gli altri: Coca-Cola li incoraggerà a liberare le proprie emozioni "dedicandosi" o "dedicando" una canzone ad amici e persone care, nonché divertendosi a trovare il titolo e soprattutto "le parole giuste" per ogni persona.

Per i giovani (e non solo) **Coca-Cola** ha anche inventato gli **emotisong**: il più semplice e "piccolo" formato di una canzone per esprimere quello che si prova.

Se, infatti, per i pensieri ci sono i Tweet, per le foto c'è Instagram, per i video ci sono i Vine di Vimeo, per gli stati d'animo ci sono gli emoticon... **Ancora mancava un mezzo per condividere la musica e, insieme, le emozioni che trasmette**. A questo ha pensato Coca-Cola inventando l'*emotisong*, un breve estratto audio-video accessibile **tramite un QR Code presente su ogni bottiglia**, che può essere **inviato** via smartphone alla persona a cui è dedicato, oppure postato sui social network.

Gli stessi brani, insieme a molti altri, sono raccolti sul **portale www.dilloconunacanzone.it**, organizzati per aree tematiche (amore, amicizia, felicità, scuola, party) e accessibili a tutti coloro che vogliono cercare ispirazione e... dirlo con una canzone!

A supporto del progetto #dilloconunacanzone, una campagna integrata di marketing con componenti Digitali, PR, Above/Below-The-Line, Shopper ed Esperienziali che, a livello strategico, ha previsto una "**fase teasing**" che ha coinvolto, con un' articolata attività di brand PR, un ampio spettro di influencer a vario titolo (vip, giornalisti, blogger, twitter e youtube star, etc) con una reach di 36M in meno di una settimana per il solo hashtag #dilloconunacanzone.

Mentre, **da oggi parte**, una **fase di "amplificazione"** con un'imponente pianificazione sulle principali radio italiane – Radio 105 Network, RDS | Radio Dimensione Suono, Radio Kiss Kiss, Radio Italia, Virgin Radio, RTL 102.5 - che prevederà oltre 500 citazioni in 5 settimane di campagna.

Contestualmente verrà realizzata un'estesa campagna di comunicazione all'interno dei Punti Vendita, che coinvolgerà oltre 16mila punti della grande distribuzione e 23mila bar.

La **campagna integrata di comunicazione** vivrà inoltre sulla **pagina Facebook ufficiale Coca-Cola**.

Per accompagnarci nell'estate, infine, Coca-Cola ha pensato a un fitto calendario di appuntamenti e iniziative:

- Il **Coca-Cola Summer Festival**, 4 serate di grande musica in onda su Canale5 e in contemporanea su RTL 102,5 il 7, 14, 21 e 28 luglio e condotte da Alessia Marcuzzi con Angelo Baiguini e Rudy Zerbi, che viaggeranno sui social network attraverso l'hashtag #dilloconunacanzone
- Un **tour estivo**, che dalla metà di luglio sino a metà agosto toccherà le più belle spiagge italiane **per regalare a tutti la possibilità di avere la propria Coca-Cola personalizzata**, da dedicarsi o dedicare! Il calendario degli appuntamenti sarà on-line sul sito www.dilloconunacanzone.it

Per ulteriori informazioni:

Cohn & Wolfe

Paola Blasi – 02.20239.333 – paola.blasi@cohnwolfe.com

Sara Bonfiglio – 02.20239.380 – Sara.Bonfiglio.ce@cohnwolfe.com



Le bottiglie con canzoni italiane e straniere sull'etichetta saranno **disponibili nei consueti punti di vendita e distribuzione di Coca-Cola a partire da fine giugno e acquistabili al normale prezzo di vendita.**

Formati coinvolti: bottiglia Pet da 500 ml e 1L, 1,75L e 2L di Coca-Cola e Coca-Cola Zero.

The Coca-Cola Company

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) è il produttore di bevande più grande al mondo e rinfresca i propri consumatori con oltre 500 bevande gassate e non gassate.

Oltre a Coca-Cola, l'azienda vanta altri marchi nel proprio portafoglio prodotti per un valore di oltre 17 miliardi di dollari, fra cui Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Georgia e Del Valle.

A livello mondiale, The Coca-Cola Company è al primo posto nell'offerta di bevande gassate, caffè pronti da bere, succhi e bevande a base succo. Grazie al sistema di distribuzione di bevande più vasto nel mondo, i consumatori di oltre 200 paesi scelgono le bevande di The Coca-Cola Company a un ritmo di 1.9 miliardi di consumazioni servite ogni giorno in tutto il mondo. Con un impegno continuo nel costruire un sistema sostenibile, la nostra azienda è concentrata su iniziative volte alla tutela dell'ambiente, alla promozione di stili di vita sani e attivi, alla creazione di un ambiente di lavoro sicuro per i dipendenti e al miglioramento dello sviluppo economico delle comunità nelle quali opera. Insieme ai nostri partner imbottigliatori, siamo tra le prime 10 aziende al mondo con più di 700 mila dipendenti. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.coca-colacompany.com o seguitemi su Twitter all'indirizzo twitter.com/CocaColaCo, visitate il nostro blog al link www.coca-colablog.com, o visitate il nostro profilo LinkedIn www.linkedin.com/company/the-coca-cola-company

Per ulteriori informazioni:

Cohn & Wolfe

Paola Blasi – 02.20239.333 – paola.blasi@cohnwolfe.com

Sara Bonfiglio – 02.20239.380 – Sara.Bonfiglio.ce@cohnwolfe.com