

## 1. Nume brand: Coca-Cola

## 2. Descriere pe scurt a brandului

Cu 138 de ani de istorie globală și 33 de ani de istorie în România, brandul Coca-Cola reprezintă una dintre cele mai cunoscute băuturi din lume. Brandul intrat de multă vreme în cultura populară este conștient de forța sa și o folosește cu succes pentru a transmite un mesaj pozitiv. Dincolo de a răcori oamenii din întreaga lume, **Coca-Cola există pentru a oferi bucurie, încurajând autenticitatea, incluziunea și gândirea pozitivă.**



De-a lungul anilor, Coca-Cola a reușit să rămână un brand relevant pentru toate generațiile, inspirând oamenii să privească spre viitor cu încredere. Promovând o abordare pozitivă a oricărei situații, Coca-Cola potențează fiecare moment, transformând ocaziile simple în momente de celebrare. Mereu acolo în momentele de socializare, Coca-Cola creează legături între oameni, oricât de diferiți ar fi, și promovează valorile comune, care ne aduc împreună.

## 3. Principalele campanii desfășurate în perioada iulie 2023 – iunie 2024

### A. SUMMER

Campania SUMMER MUSIC dedicată în special tinerilor construiește pe pasiunea comună, aceea pentru muzică.

Campania națională din 2023 a cuprins 2 părți: comunicare națională cu premii constând în experiențe la cele mai dorite festivaluri atât locale, cât și internaționale printr-o mecanică simplă: Descarcă aplicația Coca-Cola, joacă-te zilnic, adună punctele & folosește-le ca să te înscrii în tragerile la sorți pentru a câștiga invitații duble la evenimentul preferat.

Partea a doua a comunicării a constat în activări de shopper cu premii cool de vară: scutere, aparate foto instant, casti wireless etc. în diverse lanțuri de KA.

De asemenea, în perioada verii au fost active în magazine ca premiu la achiziționarea a 2 sticle de 2L Coca-Cola, pahare cu grafici dedicate de vară.

Campania a beneficiat de comunicare 360 ATL/BTL timp de 3 luni, pe toată perioada de activare mai – iulie.

### B. BEST COKE EVER

În perioada august – septembrie 2023, Coca-Cola și-a direcționat comunicarea în jurul brandului Coca-Cola Zero Zahar cu o nouă campanie care construiește în jurul gustului irezistibil. Mai mult decât atât, cineva în jurul tău nu se poate abține să nu îți ia din frigider doza de Coca-Cola Zero Zahar.

Dupa o perioada de teasing, am aflat ca artista Delia a fost “hotul suprem” al dozelor de Coca-Cola si astfel devine ambasadorul acestei campanii. Cu peste 2.7 mil de urmasitori pe Instagram si o potrivire perfecta cu brandul, Delia a lansat o piesa in colaborare cu Coca-Cola si pe care a cantat-o pe scena Untold acompaniata de un show cu drone cu un efect spectaculos. Piesa reitereaza sloganul campaniei “Gustul care te fura cu fiecare gura”.

Ca inovatie, campania a beneficiat si de un sampling digital de 150.000 de doze pe care le puteai castiga in aplicatia Coca-Cola si revendica in viata reala din magazinele Inmedio.

### **C. CRACIUN**

Pe final de an, Coca-Cola a adus cea mai asteptata campanie a anului, cea care da tonul Craciunului. Ideea de la care a pornit campania din 2023 a fost aceea ca atunci cand oamenii imbratiseaza Mos Craciunul interior, magia se multiplica.

Coca-Cola este scanteia care transforma micile acte de bunatate de Craciun intr-o miscare globala si spune raspicat ca lumea are nevoie de mai multi Mosi Craciun. Din pozitia brandului care a ajutat la crearea lui Moş Crăciun, Coca-Cola explica si reaminteste tuturor Magia Crăciunului.

Campania a beneficiat de o campanie 360 ATL/BTL cu intregul mix media & vizibilitate in magazine cu peste 4.000 de plasari dedicate & campanii cu premii pentru shopperi in magazinele de KA. De asemenea, caravana Coca-Cola a fost prezenta in orasele mari din tara, iar in preajma Craciunului pe arterele principale din Bucuresti au defilat 100 de Mosi Craciun care invitau oamenii la fapte bune.

### **D. MEALS**

In 2024, campania Coke & Meals și-a propus să creeze pentru publicul tanar conexiunea „mancatului impreuna chiar daca de la distanta” prin intermediul caserolei magice pornind de la ideea creativa: Fie ca esti student, fie ca esti un adult tânăr sau chiar si daca esti căsătorit si ai copii, dacă ai o mamă româncă, ea încă îți trimite mâncare. Nu pentru că ai nevoie de ea, ci pentru că așa își arată dragostea.

Pornind de la aceasta idee, campania a avut si o componenta tranzactionala, in care consumatorii puteau castiga garantat sacose de rafie si caserole de sticla care sa le aminteasca de pachetul magic de la mama.

Avand un tone of voice emotional, dar si umoristic, campania i-a avut ca ambasadori pe Alexia si Aris Eram, dar si pe Chef Nicolai Tand, cei care pe langa faptul ca au fost influenceri in campanie, au completat experienta marelui premiu, care a fost gandita sa ofere castigatorului si mamei sale o cina si o experienta de neuitat.

Campania a beneficiat de comunicare 360 ATL/BTL timp de 3 luni, avand OOH-uri speciale impresionante (caserole si rafii oversized), dar si executii speciale in magazine (peste 1500 de plasari dedicate, cu focus pe elementele campaniei).



## E. PRESUMMER – BRATARA VERII

In 2024, campania PRESUMMER construiește în continuare pe pasiunea tinerilor pentru muzica prin readucerea bratarii iconice introduse în 2017 ca “bilet” pentru festivaluri. Timp de 2 luni (apr-mai) Coca-Cola a desfășurat promoția națională prin care a oferit shopperilor ocazia să castige premii garantate constând în tricouri de festival, dar și acces la cele mai mari festivaluri locale și internaționale, cât și experiențe la campionatul de fotbal Euro 2024. Ambalajele de 330ml CAN și 500ml rPET au avut grafică dedicată cu bratară, fiind singurele 2 ambalaje în varianta Coca-Cola Gust Original și Zero Zahar care au participat la campanie.

Campania a beneficiat de comunicare 360 ATL/BTL cu plasări dedicate în magazine și a avut și o parte de amplificare a campionatului Euro prin care am celebrat calificarea României la campionat pentru prima dată după 8 ani. Consumatorii s-au putut bucura de concursuri cu premii legate de fotbal în magazinele de supermarket, KA IC și petrolum.