



••  
**CAMPANII  
COCA-COLA 2023-2024**

# CAMPANIA SUMMER MUSIC 2023

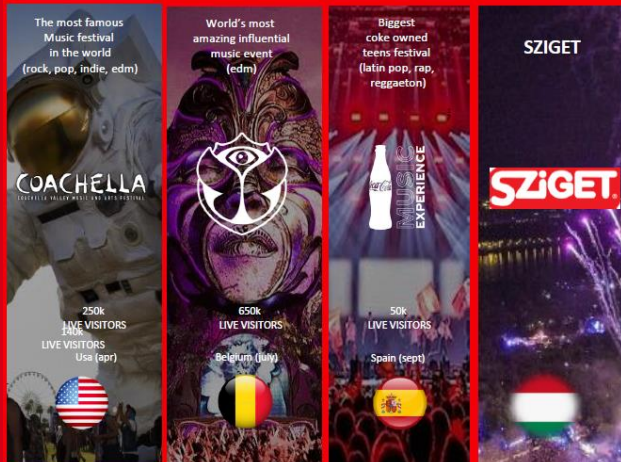
Campania SUMMER MUSIC dedicata in special tinerilor construieste pe pasiunea comuna, aceea pentru muzica.

Campania nationala din 2023 a cuprins 2 parti: comunicare nationala cu premii constand in experiente la cele mai dorite festivaluri atat locale, cat si internationale printr-o mecanica simpla: *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 in activari de shopper cu premii epice de vara: scutere, aparate foto instant, casti wireless etc. in diverse lanturi de KA.

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

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



## DĂ VARA MAI TARE CU FESTIVALURI EPICE!

SCANEAZĂ ȘI  
DESCOPERĂ  
PROMOTIA  
VERII



Scanează codul QR  
Joacă-te în Coke App

POȚI CÂȘTIGA BILETE  
LA FESTIVALURI



Regulament disponibil  
in aplicatia mobila Coca-Cola.

©2023 The Coca-Cola Company.  
Toate drepturile rezervate. COCA-COLA,  
COCA-COLA ZERO sunt mărci înregistrate  
ale The Coca-Cola Company

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh  
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna  
aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim  
veniam, quis nostrud exerci tation ullamcor  
per suscipit lobortis.

# SUSTINUTA DE COMUNICARE PE CANALELE TRADITIONALE DE MEDIA, DIGITAL & SOCIAL-MEDIA



**DĂ VARA MAI TARE CU FESTIVALURI EPICE!**

SCANEAZĂ ȘI DESCOPERĂ PROMOTIA VERII



Scanează codul QR  
Joacă-te în Coke App  
POȚI CĂȘTIGA BILETE LA FESTIVALURI



Regulament disponibil în aplicația mobilă Coca-Cola.  
©2023 The Coca-Cola Company. Toate drepturile rezervate. COCA-COLA, COCA-COLA ZERO sunt mărci înregistrate ale The Coca-Cola Company.

## COCA-COLA TE TRIMITE LA ELECTRIC CASTLE

HAI ÎN APLICAȚIA COCA-COLA ȘI POȚI CĂȘTIGA BILETE LA FESTIVAL



**Coca-Cola**  
ZERO ZAHĂR  
GUST ORIGINAL

**Coke STUDIO** | **EC**

PARTENER OFICIAL

©2023 The Coca-Cola Company. Toate drepturile rezervate. COCA-COLA și COCA-COLA ZERO sunt mărci înregistrate ale The Coca-Cola Company.

## COCA-COLA TE TRIMITE LA SAGA FESTIVAL

HAI ÎN APLICAȚIA COCA-COLA ȘI POȚI CĂȘTIGA BILETE LA CEL MAI MARE FESTIVAL DIN BUCUREȘTI



**Coca-Cola**  
ZERO ZAHĂR  
GUST ORIGINAL

©2023 The Coca-Cola Company. Toate drepturile rezervate. COCA-COLA și COCA-COLA ZERO sunt mărci înregistrate ale The Coca-Cola Company.

# CAMPANIE SUMMER | EXECUTIE IN PIATA



# CAMPANIA BEST COKE EVER 2023

In perioada August – Septembrie, Coca-Cola si-a directionat comunicarea in jurul brandului Coca-Cola Zero cu o noua campanie care construieste in jurul gustului irezistibil. Mai mult decat atat, cineva in jurul tau nu se poate abtine sa nu iti ia din frigider doza de CCZ.

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 urmaritori 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 150k de doze pe care le puteai castiga in aplicatia Coca-Cola si revendica in viata reala din magazinele Inmedio



# SUSTINUTA DE COMUNICARE PE CANALELE TRADITIONALE DE MEDIA, DIGITAL & SOCIAL-MEDIA

## SOCIAL MEDIA



## INFLUENCERS (REAL LIFE FRIENDS)



## Anuntarea Deliei ca Ambasador



## OOH



## SAGA GIVEAWAY



## VIRGIN RADIO ACTIVATION



# VIZUALUL CAMPANIEI & AMBALAJE DEDICATE



**GUSTUL CĂRE  
TE FURĂ  
CU FIECARE GURĂ**

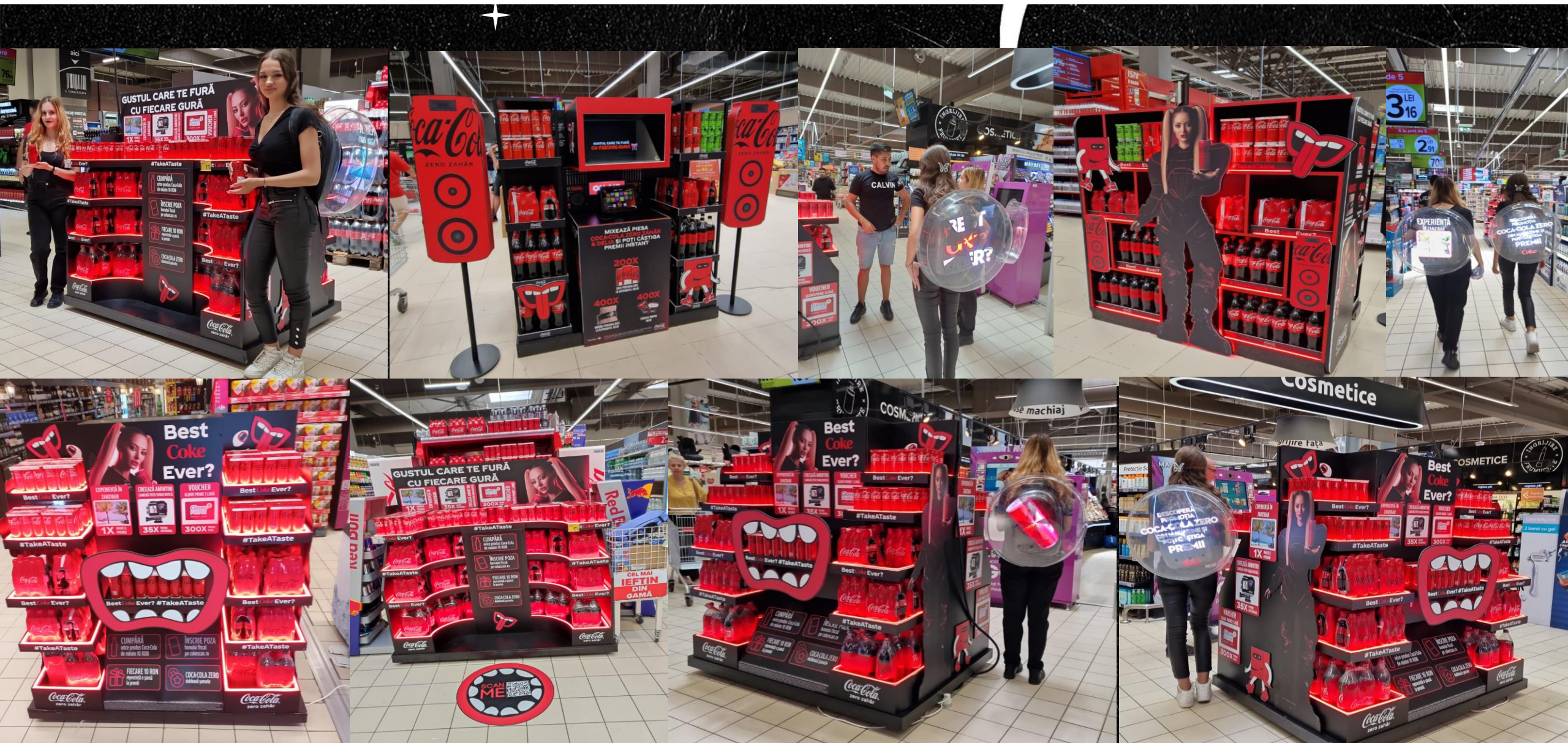
Best **Coke** Ever?

 #TakeATaste

©2023 The Coca-Cola Company. "Best Coke Ever" and "TakeATaste" are trademarks of The Coca-Cola Company.



# CAMPANIE BEST COKE EVER | EXECUTIE IN PIATA





**CAMPANIE BEST COKE EVER | VIDEO EXECUTIE IN PIATA**

**[CLICK HERE TO WATCH VIDEO](#)**

# CAMPANIA THE WORLD NEEDS MORE SANTAS/ LUMEA ARE NEVOIE DE MAI MULȚI MOȘ CRACIUN

Pe final de an, Coca-Cola a adus cea mai așteptată campanie a anului, cea care da tonul Crăciunului. Ideea de la care a pornit campania din 2023 a fost aceea ca atunci când oamenii îmbrățișează Moș Crăciunul interior, magia se multiplică.

Coca-Cola este scanteia care transformă micile acte de bunătate de Crăciun într-o mișcare globală și spune răspicat că lumea are nevoie de mai mulți Moși Crăciun. Din poziția brandului care a ajutat la crearea lui Moș Crăciun, Coca-Cola explică și reamintește tuturor Magia Crăciunului.

Campania a beneficiat de o campanie 360 ATL/BTL cu întreg mixul media & vizibilitate în magazine cu peste 4.000 de plasări dedicate & campanii cu premii pentru shopperi în magazinele de KA. De asemenea, caravana Coca-Cola a fost prezentă în orașele mari din țară, iar în preajma Crăciunului pe arterele principale din București au defilat 100 de Moși Crăciun care invitau oamenii la fapte bune.



# CAMPANIE DE CRACIUN | TV



# VIZUALUL CAMPANIEI & AMBALAJE DEDICATE

SĂRBĂTORI  
CU GUST IREZISTIBIL



# SUSTINUTA DE COMUNICARE PE CANALELE TRADITIONALE DE MEDIA, DIGITAL & SOCIAL-MEDIA



# CAMPANIE DE CRACIUN | EXECUTIE IN PIATA



# Campanie Coke & Meals

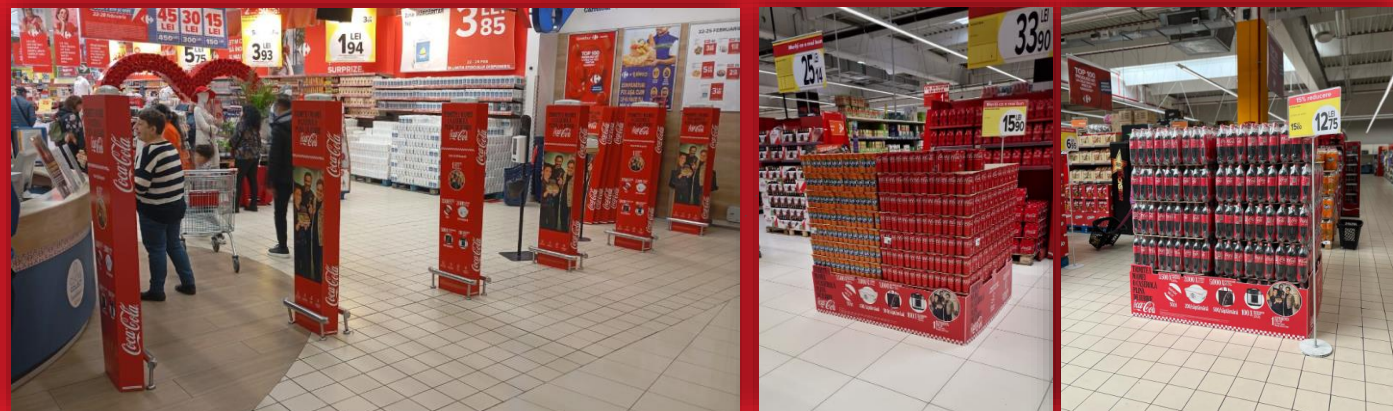
In 2024, campania Coke & Meals și-a propus să creeze pentru publicul tanar conexiunea „mancatului impreuna chiar daca de la distanta” pornind de la ideea creativa: Fie ca esti student, fie ca esti un adult tânăr sau chiar si daca esti căsătorit si ai copii, dacă ai o mamă româncă, ea încă îți trimite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

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 influencers 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 plasasi dedicate, cu focus pe elementele campaniei).

<https://www.instagram.com/stories/highlights/1784555059185933/>



PRESENTING



COCA-COLA MEALS

## BRAVE AND BOUNDLESS EXPERIENCE

First Coke & Meals promo in the past 6 years



ALEXIA



ARIS



CHEF TAND

FAMOUS MOM KIDS

FAMOUS LOCAL CHEF



# MECHANIC



Buy any Coca-Cola,  
Fanta, Sprite  
products



Scan the receipt  
in Coca-Cola App



Collect  
the points



Convert the points in  
prizes for your mom

# PRIZES

## INSTANT WIN

3.500 x  
VOUCHERS



50/DAY  
SURPRIZE FOR MOM

2.000 x  
CASSEROLES



200/WEEK  
TO STORE  
MOM'S LOVE

5.000 x  
RAFFIA BAGS



500/WEEK  
TO CARRY MOM'S  
FOOD PACKAGE

## LUCKY DRAW

100 x  
MULTICOOKERS



FREE TIME  
FOR MOM

1 x  
VIP DINNER

WITH CHEF TANT,  
ALEXIA & ARIS





## PRESUMMER – BRĂTARA 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 câștige 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 brătara, fiind singurele 2 ambalaje în varianta Coca-Cola Gust Original și Zero Zahăr care au participat la campanie.

Campania a beneficiat de comunicare 360 ATL/BTL cu plasări dedicate în in-store 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 hypermarket, KA IC și petroleum.



# ATTRACTIVE EXPERIENCES COMPLEMENTED BY COOL GUARANTEED PRIZES 2.413 PRIZES IN TOTAL



**5x DOUBLE EXPERIENCES AT EURO FINAL**



**3x DOUBLE EXPERIENCES AT TOMORROWLAND**

EURO FINAL	4 COINS
TOMORROWLAND	4 COINS
SAGA, <u>Neversea</u> , EC	2 COINS
EURO RO MATCHES	2 COINS
BEACH PLEASE	3 COINS
<u>Tshirts</u> collectable	5 COINS

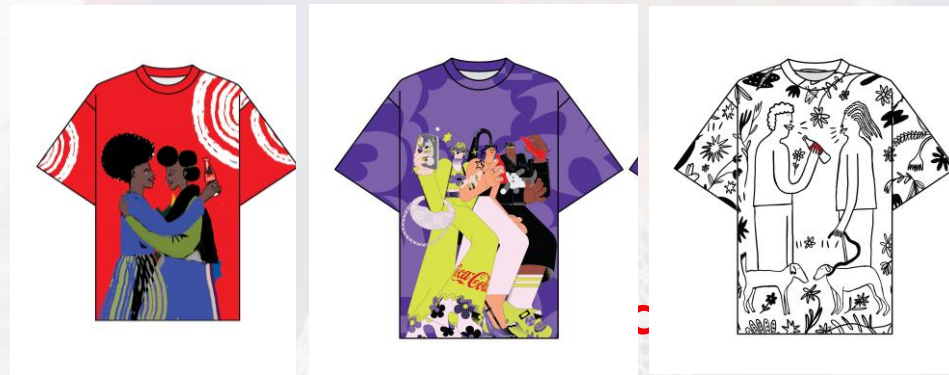
**35x DOUBLE TICKETS AT ROMANIA'S MATCHES IN EURO**



**120x DOUBLE TICKETS AT LOCAL FESTIVALS**



**2.250x GUARANTEED COLLECTABLE SUMMER T-SHIRTS**





**YOUR PASS TO SUMMER'S BIGGEST EVENTS**

YOUR CHANCE TO GO TO  
UEFA EURO 2024 · PARIS 2024  
EPIC MUSIC FESTIVALS

Logos: UEFA EURO 2024 GERMANY, Paris 2024, Coca-Cola Real Magic, and Coka Studio.

**YOUR PASS TO SUMMER'S BIGGEST EVENTS**

YOUR CHANCE TO GO TO  
UEFA EURO 2024 · PARIS 2024  
EPIC MUSIC FESTIVALS

Logos: UEFA EURO 2024 GERMANY, Paris 2024, Coca-Cola Real Magic, and Coka Studio.

A person's hands are raised in the center of the frame, forming a heart shape. The hands are dark and appear to be wearing a dark, possibly sequined, sleeve. The background is a large, dimly lit concert venue with a crowd of people visible in the foreground and background. The ceiling is high with visible structural beams and lighting rigs. Several bright, colorful laser beams (red, blue, green) are projected from the ceiling, creating a vibrant atmosphere. A large, glowing heart shape is visible in the background, slightly to the right of the center. The overall color palette is dominated by reds, purples, and blues, with the white text providing a strong contrast.

*Coca-Cola*®

THANK YOU