Coca-Cola lancia una limited edition per i Mondiali FIFA

coca-cola-can-fwc-33-italia-c4f5f0e1

L'edizione 2014 dei Mondiali FIFA™ si avvicina e, per celebrare l'evento sportivo dell'anno, Coca-Cola ha creato una limited edition di 8 lattine, con una grafica dedicata agli altrettanti Paesi vincitori della Coppa del Mondo FIFA™, dal 1930 ad oggi. «Argentina, Brasile, Francia, Germania, Inghilterra, Spagna, Uruguay e, ovviamente, Italia. Questi i Paesi protagonisti dell'iniziativa che campeggeranno su 70 milioni di lattine prodotte e distribuite da Coca-Cola HBC Italia e, in Sicilia, da Sibeg - afferma Fabrizio Nucifora, direttore marketing Coca-Cola Italia – Le lattine si trasformeranno in esclusivi oggetti, tutti da collezionare, per festeggiare e ricordare l'edizione 2014 del FIFA World Cup™. Un omaggio che trova radici nel fatto che Coca-Cola è, da sempre, un'azienda che crede nei valori positivi dello sport e per questa ragione non tifa un'unica Nazionale, bensì i Mondiali FIFA™. Tanto da esserne sponsor ufficiale sin dal 1978».

Graficamente, gli 8 special pack saranno arricchiti da un'esclamazione di incitamento e incoraggiamento alla squadra, con le espressioni tipiche di tifo di ogni Paese. E, per tutti i tifosi, anche una versione dedicata all'Italia della Coca-Cola Zero in lattina, tutta da gustare durante le partite. Le lattine personalizzate saranno a scaffale e nei frigoriferi Coca-Cola dalla seconda metà di aprile fino

alla chiusura dei Mondiali FIFA™, e saranno distribuite su tutto il territorio nazionale nei tradizionali punti di vendita dei canali HoReCa, distribuzione moderna e tradizionale al consueto prezzo di vendita. «Coca-Cola, come sponsor della FIFA World Cup™ Brazil 2014, affianca a questa serie speciale di lattine collezionabili, molteplici attività volte a supportare la passione dei tifosi per il calcio. Con il FIFA World Cup™ Trophy Tour by Coca-Cola, ad esempio, a partire da settembre 2013 Coca-Cola ha portato la Coppa dei Mondiali FIFA™ in oltre 90 Paesi, tra i quali l'Italia, per renderla realmente #lacoppaditutti - continua Fabrizio Nucifora -. A queste iniziative, si associa un piano completo di azioni promozionali sulla distribuzione italiana su più di 30.000 punti di vendita e con un coinvolgimento diretto e personalizzato di clienti nazionali per un totale di oltre 2.000 PoS».