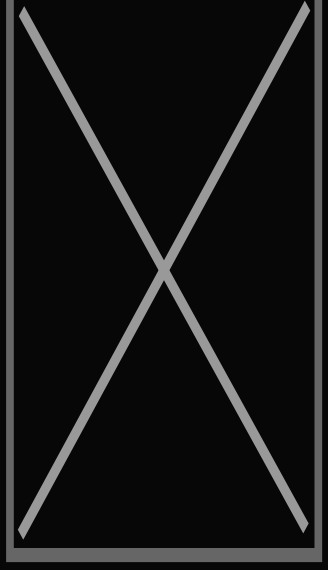
Coca-Cola al fianco di bar e ristoranti italiani nella ripartenza

cocacola-2cf00378

In questi mesi di chiusura forzata, Coca-Cola ha messo in campo diverse azioni a favore del canale Ho.Re.Ca, nel ruolo di partner prima ancora che di fornitore. Sono stati reinvestiti più di 2,5 milioni di euro nel canale, attraverso politiche commerciali, fiscali e di comunicazione dedicate, per aiutare i clienti a superare le restrizioni seguite all'emergenza sanitaria, sostenerli nell'intercettare le opportunità del delivery e del digital e, infine, prepararsi alla ripresa della normali attività. Inoltre, insieme a Lavazza, Perfetti Van Melle e S. Pellegrino, Coca-Cola ha sostenuto Fipe – Confcommercio, la Federazione Italiana Pubblici Esercizi, nel realizzare la campagna #ilsolito, con l'obiettivo di riapprezzare il consumo nei locali nel rispetto delle necessarie condizioni di sicurezza.

Attività promozionali con i principali Food Service Aggregator, la fornitura di materiali di servizio e momenti di consulenza dedicati, sono alcune delle attività con cui Coca-Cola è stata accanto a migliaia di esercenti per valorizzare al meglio le attività di asporto e consegna a domicilio. Ora, in occasione della ripartenza del Fuori Casa, Coca-Cola sta fornendo diversi materiali per valorizzare i dehor dei locali e per agevolare il rispetto delle normative in merito al distanziamento sociale. È attiva, inoltre, la collaborazione con la start-up modenese Dishcovery per supportare la digitalizzazione dei menu di bar e ristoranti di migliaia di clienti.



“Dopo le varie iniziative attivate nel corso del primo lockdown, abbiamo continuato a restare accanto a tutta la filiera Ho.Re.Ca.nei periodi di chiusura e sarà ancora più importante essere vicino a bar e ristoranti nella delicata fase delle riaperture di queste settimane” ha dichiarato **Silvia Molinaro**, Direttore Out of Home di Coca-Cola HBC Italia. *“L’Ho.Re.Ca. è un canale fondamentale per Coca-Cola oltre che un settore strategico per l’economia nazionale e ci auguriamo che gli strumenti che abbiamo messo a disposizione possano essere utili per tornare quanto prima alla normalità”.*

Un ulteriore supporto fornito da Coca-Cola è la sua forza nel comunicare. Oltre a rendere nuovamente disponibile la piattaforma “ADCreator”, che permetterà ai punti vendita di realizzare in modo semplice una comunicazione pubblicitaria a cui Coca-Cola darà visibilità digital, proprio nelle vicinanze del punto vendita, Coca-Cola affianca Fipe–Confcommercio nella campagna #ilsolito dedicata alla riapertura del canale Ho.Re.Ca. *“Abbiamo scelto di sostenere la campagna #Ilsolito perché tra le cose che ora ci mancano ci sono quei piccoli gesti quotidiani a cui ora diamo molto più valore di prima”* – ha commentato **Raluca Vlad**, Direttore Marketing di Coca-Cola Italia – *“Abbiamo trovato una comunione di intenti con le altre aziende sostenitrici e FIPE-Confcommercio, che si è tradotta in questa campagna con cui invitiamo a guardare con occhi diversi il canale Ho.Re.Ca, i nostri partner che hanno riaperto tra molte difficoltà e sono una parte importantissima del nostro tessuto sociale. #ILSolito vuole ricordarci i tanti momenti che abbiamo trascorso nei bar e nei ristoranti, e che, ora che hanno riaperto, potremo nuovamente apprezzare, perché a stare insieme c’è ancora più gusto”.*

Nel corso dell’emergenza, in Italia, Coca-Cola ha donato oltre 1,4 milioni di euro a Croce Rossa Italiana, che ancora oggi fornisce un sostegno fondamentale per debellare l’epidemia. Inoltre, sono state effettuate ulteriori donazioni ad ospedali ed associazioni sul territorio, a cui sono stati offerti ad oggi più di 3,2 milioni di prodotti per medici e operatori sanitari e dispositivi di sicurezza individuale.