

Dzisiaj rusza nowa świąteczna kampania reklamowa marki Coca-Cola. Kampania nawiązuje do ikonicznych symboli marki, takich jak Święty Mikołaj, świąteczne ciężarówki, konturowa butelka Coca-Cola czy miś polarny. W spocie została wykorzystana nowa piosenka, którą wykonuje zespół Train, zdobywca nagrody Grammy. Kampania prowadzona jest równolegle na blisko 90 rynkach na całym świecie.

Głównym motywem nowego spotu reklamowego jest śnieżna kula, która w rękach Świętego Mikołaja sprawia, że wszyscy znajdują kogoś, z kim mogą spędzić ten wyjątkowy w roku czas, jakim są Święta Bożego Narodzenia.

Wiemy, że w okresie przedświątecznym ludzie szukają chwil inspiracji, które przypomną im, jak ważne są święta i czas spędzony z rodziną i przyjaciółmi — powiedziała Monika Grauer, która odpowiada za kategorię napojów gazowanych w Coca-Cola Poland Services - Kampania świąteczna marki Coca-Cola na 2010 rok pokazuje, jak duch świąt, wizerunek Świętego Mikołaja, wpadająca w ucho świąteczna piosenka, mogą przynieść chwile szczęścia i zbliżyć ludzi do siebie - dodaje.

Reklama, która jest częścią globalnej kampanii „Open Happiness” („Uwolnij Radość”) została stworzona we współpracy z agencją McCann w Madrycie. Prawdziwie świąteczne emocje dodatkowo podkreśla ścieżka dźwiękowa zespołu Train; słowa „Shake it up/Shake up the happiness/Wake it up/Wake up the happiness/Come on y’all/It’s Christmas time” budują atmosferę bliskości, której trudno się oprzeć.

Strategia wprowadzenia piosenki do kampanii świątecznej jest kontynuacją sukcesu przeboju „Waving’ Flag” zespołu K’NAAN wykorzystanego podczas kampanii Coca-Cola, towarzyszącej Piłkarskim Mistrzostwom Świata FIFA 2010 minionego lata.

Święta to jeden z najmielszych momentów w roku — powiedział Pat Monahan, główny wokalista i założyciel zespołu Train. - Do napisania piosenki ‘Shake Up Christmas’ zainspirowały nas wspomnienia z dzieciństwa, dotyczące spędzania czasu z rodziną i dzielenia się szczęściem i nadzieją, które przynoszą święta. Udział tego utworu w kampanii firmy Coca-Cola to wspinały sposób na to, aby podzielić się tymi uczuciami z szerszym gronem ludzi. Z niecierpliwością czekamy na moment, w którym zaśpiewamy tę piosenkę dla swoich fanów w ciągu następnych tygodni.

Utwór „Shake Up Christmas” zostanie opublikowany na całym świecie jako singiel. Piosenka znajdzie się także jako bonusowy utwór na limitowanej edycji ostatniego albumu zespołu Train pt. „Save Me, San Francisco (Golden Gate Edition)”, który będzie wydany 22 listopada przez Sony Music.

W ramach dodatkowych aktywności przygotowanych przez markę, poza butelkami Coca-Cola ze świątecznymi etykietami, które tradycyjnie już pojawiają się na sklepowych półkach w okresie świąt, polscy konsumenci będą mieli możliwość wysyłania w formie elektronicznej świątecznych kartek Coca-Cola. Elektroniczna kartka nawiązywać będzie do głównego motywu kampanii Coca-Cola – śnieżnej kuli. Nadawcy kartek mogą sami przygotować treść życzeń, dodać swoje zdjęcia lub też skorzystać z gotowych propozycji graficznych. Aplikacja będzie dostępna na stronie www.coke.pl od początku grudnia.

Za adaptację kampanii w Polsce odpowiada agencja McCann Erickson. Zakupem mediów zajął się dom mediowy Starcom, a działania w Internecie prowadzi agencja K2 Internet. Za PR marki Coca-Cola odpowiada agencja Edelman Polska

Coca-Cola Poland