

18 stycznia Coca-Cola zaprezentowała w Polsce kolejną, trzecią część filmu reklamowego z serii Happiness Factory. Fabryka Szczęścia III to kontynuacja opowieści o niezwykłym świecie, w którym przygotowywana jest cudownie orzeźwiająca Coca-Cola, zanim trafi w nasze ręce. Happiness Factory III jest częścią dużej globalnej kampanii marki, realizowanej pod hasłem „Uwolnij radość”. Telewizyjnej emisji spotu w Polsce towarzyszyć będzie kampania w Internecie.

Trzydziestosekundowy spot reklamowy Happiness Factory III można zobaczyć między innymi w TVP, TVN oraz stacjach niszowych: tv4, tvn7, Discovery oraz Animal Planet.



Akcja reklamy, tak jak w poprzednich dwóch wersjach, umiejscowiona jest w niezwykłym bajkowym świecie, zamkniętym w automacie z napojami Coca-Cola. Tym razem magiczna kraina zostaje opanowana przez ziewanie za sprawą zmęczonego i znudzonego nauką studenta, który postanawia zrobić sobie przerwę i orzeźwić się, sięgając po butelkę Coca-Coli.

Realizowana kampania odwołuje się do kluczowej wartości marki Coca-Cola: radości. Główny komunikat podkreśla emocje, jakie towarzyszą otwarciu napoju, a które wiążą się z chwilą radości i przyjemnego orzeźwienia w ciągu dnia.

Na specjalnie zaadaptowanej stronie coke.pl, w sekcji poświęconej Happiness Factory III konsumenci otrzymają możliwość ściągnięcia tapetu na pulpit i dzwonek na telefon komórkowy, a także zagrania w gry tematycznie powiązane z filmem.

Integralną częścią spotu jest muzyka. W przygotowywanie singla „Open Happiness” zaangażowali się muzycy takich formacji, jak m.in. Panic at the Disco (Brendon Urie), czy Fall out Boy (Patrick Stump). Singiel jest promowany na portalu My Space, piosenkę można również nabyć za pośrednictwem serwisu iTunes.

Kampania w Polsce otrzyma wsparcie online – na wybranych portalach prowadzona będzie kampania reklamowa z wykorzystaniem spotu. Kampania obejmie również portal społecznościowy Facebook.

Pierwszy spot reklamowy Happiness Factory pojawił się w 2006 roku. Kampania Happiness Factory otrzymała szereg najważniejszych nagród marketingowych, m.in. Srebrnego Lwa w Cannes, Grand Prix konkursu Epica Awards 2006 i nominację do amerykańskiej nagrody Emmy. Została wyemitowana w ponad 150 krajach, stając się jedną z najlepiej ocenianych przez konsumentów reklamą w historii Coca-Coli. Drugą część Fabryki Szczęścia można było zobaczyć w styczniu 2008 roku.

Kampania Happiness Factory III jest częścią globalnej kampanii marki Coca-Cola Open Happiness (Uwolnij radość).

Spot „Happiness Factory III”: 30 s

Adaptacja: agencja McCann Erickson

Zakup mediów: Starcom

Emisja: telewizje – TVP, tv4, TVN, tvn7, Discovery, Animal Planet

Działania w internecie: K2 Internet

Działania PR: Edelman

Coca-Cola HBC Polska