



### **Coca-Cola torna on air con un film epico**

Dal 17 febbraio parte "Happiness Factory - il film", la saga che ci fa vivere "il lato Coca-Cola della vita" all'interno di un distributore automatico

Milano, 15 febbraio 2008 - Sembrava un giorno come gli altri nella "**Happiness Factory**", il **mondo fantastico che vive all'interno di un distributore automatico di Coca-Cola**: i "Cappers" si occupavano di posizionare i tappi, i "Chinoink" distribuivano le bottiglie Contour, mentre i "Kissy Puppy" saltellavano in ogni dove distribuendo ovunque un pò d'amore. Finchè... avviene l'impensabile! L'allarme comincia a suonare insieme al flash rosso che indica che la "**Happiness Factory**" ha esaurito la Coca-Cola!

Finalmente arriva anche in Italia "**Happiness Factory - il film**", la versione epica della campagna lanciata lo scorso anno: l'ultimo film firmato Coca-Cola è più di uno spot, è un'avventura lunga un viaggio in cui la ricerca della felicità diventa il traguardo di una vita, ed il protagonista, grazie al suo coraggio e dopo innumerevoli avventure riesce a riportare la gioia nella "Happiness Factory - la Fabbrica della Felicità".

Con una strategia di comunicazione assolutamente innovativa mirata al coinvolgimento del pubblico con modalità sempre nuove e sorprendenti, Coca-Cola non comunica più con la pubblicità "classica", ma diventa una vera e propria regista di piccoli film.

Il cuore del progetto di comunicazione è costituito da un vero e proprio cortometraggio animato da 3:30' minuti presentato con un'anteprima mondiale su Second Life.

Il film sarà on air a partire dal 17 febbraio 2008 sul sito [www.coca-cola.it](http://www.coca-cola.it) e sarà declinato con una campagna la cui creatività del tutto ispirata ai codici ed allo stile dei lanci delle major cinematografiche.

La pianificazione è particolarmente articolata: trailer in TV e al cinema, affissioni con uso di locandine e materiali tipici della comunicazione cinematografica, una campagna stampa su quotidiani e periodici, iniziative on line davvero innovative, senza dimenticare la presenza di alcuni protagonisti della film sulle confezioni di Coca-Cola.

"**Happiness Factory - il film**" diventa così una vera e propria saga, arrivata per ora la suo secondo episodio: la forza comunicativa di questa campagna è straordinaria, ed è stato possibile declinarla su tutti i mezzi di comunicazione in modo completamente integrato" - ha dichiarato **Cristina Santucci, Direttore Marketing di Coca-Cola Italia** - "In 'Happiness Factory - il film', la mitica bottiglia contour e la magia di Coca-Cola si uniscono per dar vita ad un memorabile spot, dandoci modo di esprimere in maniera davvero originale i valori del marchio.

Dal suo lancio nel 2006, "Happiness Factory" è diventata la campagna di maggior successo della The Coca-Cola Company. Trasmesso in oltre 100 paesi, il primo episodio ha infatti già vinto numerosi premi, come il Leone d'Argento agli advertising awards di Cannes nel 2007, il "Grand Prix Gold Prize" agli Epica Awards del 2006 e più recentemente

è stato nominato per un "Emmy" negli Stati Uniti come miglior campagna in prima serata.

"Happiness Factory – il film" è solo l'ultima campagna che nasce all'interno della piattaforma di comunicazione "Vivi il lato Coca-Cola della vita", attraverso la quale Coca-Cola continua ad ispirare e coinvolgere in modo unico i propri consumatori in tutto il mondo.

La piattaforma "Vivi il lato Coca-Cola della vita", che vive in oltre 150 paesi, è stata creata per trasferire i valori di ottimismo e positività che sono sempre stati al centro della marca invitando i consumatori alla spontaneità, alla ricerca della felicità, a fare scelte positive ogni giorno, a vivere il lato Coca-Cola della vita.

"Happiness Factory – il film" è stato prodotto da **Wieden+Kennedy Amsterdam** utilizzando le più sofisticate tecniche di animazione e con un team di oltre 50 animatori 3D provenienti dalla casa di produzione **PSYOP** ed è stato **adattato per l'Italia da JWT**. La pianificazione in Italia è a cura di **Starcom**.

Per informazioni  
Cristina Camilli  
[ccamilli@eur.ko.com](mailto:ccamilli@eur.ko.com)  
02 26246225  
348 2208464

#### **CREDITS SPOT**

Agenzia:	Wieden + Kennedy (Amsterdam)
Direttori creativi esecutivi:	John Norman and Al Mosele
Animazione	Psyop (New York)
Musica	Mark Altshuler per Human (New York)

#### **PIANIFICAZIONE a cura di Starcom**

TV: dal 17 febbraio su TV Primary e Satellitari (RAI, MEDIASET, LA7), 30"

STAMPA: dal 17 febbraio campagna quotidiani

DIGITAL: dal 18 febbraio campagna online con tabellare ed iniziative speciali

OUTDOOR: dal 18 febbraio campagna nazionale

CINEMA: dal 1 marzo

- versione integrale da 3:30'' a Milano (UCI Bicocca), Roma (Stardust), Napoli (Medusa Fuorigrotta), Lecce (Surbo) e Ragusa (Cineplex).
- versione trailer 60": circuiti Opus e Sipra per complessivi 1000 schermi