



**Coca-Cola light torna in comunicazione con la campagna "Hello You"  
e ti invita a liberare la tua naturale radiosità**

Milano, 15 marzo 2008 - **Coca-Cola light** ritorna in comunicazione, e lo fa dichiarando a gran voce il proprio posizionamento, rivolto principalmente alle donne: **Coca-Cola light è tanto gusto senza calorie**, ti incoraggia ad esprimere ogni giorno quella radiosità e quel modo di essere, imprevedibile ed affascinante, che ti rende unica. **Domenica 16 marzo** partirà infatti la campagna con il nuovo **spot "Taxi"**, che si presenta con una **innovativa versione da 45"** ed una **classica da 30"** pianificate fino a inizio Agosto.

Il target di **Coca-Cola light** sono le giovani donne tra i 25 e i 35, sicure di sé, estroverse, spontanee e moderne, hanno cura di sé ma non rinunciano al piacere. Sono donne affascinate dal mondo della moda e della bellezza e amano partecipare agli eventi dedicati all'arte, alla cultura ed al design. Ogni donna ha una parte imprevedibile ed inaspettata, unica e speciale, che è così squisitamente femminile. Questo è il concetto attorno al quale ruota il nuovo spot televisivo di Coca-Cola light, parte della nuova campagna globale firmata "Hello you".

**In ogni donna c'è una particolare scintilla che la rende unica**, che emerge in maniera inaspettata ogni volta che si segue il proprio istinto, e lascia spiazzato chi sta a guardare: questo è l'atteggiamento che Coca-Cola light celebra nello spot "Taxi".

Una ragazza sta uscendo da un negozio sorseggiando una Coca-Cola light quando un uomo le passa davanti inavvertitamente: infastiditi, si ritrovano poco dopo uno accanto all'altra e con lo stesso obiettivo, il taxi che entrambi vedono. La donna capisce l'intenzione di lui e qualcosa scatta dentro di lei, dando il via a una vera e propria gara: i due si affiancano, provano a superarsi, fanno lo slalom tra i passanti. La ragazza arriva per prima alla meta, apre lo sportello del taxi ma inaspettatamente fa salire il "rivale" con un gesto galante. L'uomo, salendo, rimane spiazzato ed affascinato. La donna si gode il proprio momento bevendo la sua Coca-Cola light.

L'idea creativa di campagna è stata ideata da **Publicis Mojo**, mentre il film Taxi, girato a Barcellona il 24 e 25 Febbraio 2008, è stato ideato da **JWT Italia** e prodotto da **Fargo Film**, con la regia di **Xavier Mairesse**.

La musica "**Jeepers Creepers**" è un pezzo originale interpretato da **THE PUPPINI SISTERS**. La pianificazione media è stata curata da **Starcom Italia**.

Allo spot si affiancherà anche un efficace piano di **sampling nei maggiori eventi legati al mondo femminile** già a partire dal mese di marzo, curato dall'agenzia **FUN**.

**Per informazioni**  
**Cristina Camilli**  
**Coca-Cola Italia**  
**02 26246225**  
**ccamilli@eur.ko.com**



## **CREDITS**

Idea creativa	Publicis Mojo
Film	Taxi,
Agenzia	J.Walter Thompson Italia
Direzione creativa esecutiva	Pietro Maestri
Vice Direttore Creativo	Bruno Bertelli
Head of Art	Cristiana Boccassini
Art	Pinky Mascetti
Copy	Ludovica Botti
Direttore Clienti	Enrico Giraudi
Account Director	David Pagnoni
Account Executive	Paola Natellis
Direttore della fotografia	Benoit Debie
Girato a	Barcellona, 24 e 25 febbraio 2008
Produzione	Fargo Film
Regia	Xavier Mairesse
Nusica	"Jeepers Creepers", brano originale interpretato da THE PUPPINI SISTERS

## **PIANIFICAZIONE A CURA DI Starcom Italia.**

Su reti Rai, Mediaset, La7, Sky e Discovery Channels per 11 settimane fino a inizio Agosto.

## **PIANO SAMPLING** – principali eventi da marzo a novembre – a cura di **FUN**

- Centri Wella
- Rinascente
- Thermalia
- Aestetica
- Cosmoprof
- Rimini Wellness
- Notte Rosa
- Mondadori
- Salone del Mobile di Milano
- Lanificio
- Madre
- Expo Arte
- Stazioni di Milano, Roma e Firenze
- Cinefest Taormina
- Cinefest Milazzo
- Porti Turistici
- Internazionali di tennis Napoli
- Talenti e dintorni
- Notti Bianche
- The Look the year
- Film Festival Salento, Reggio Calabria
- Pomigliano Jazz Festival
- Settembre al borgo