



S. R. L.

Buon compleanno Coca-Cola!

Il 2006 segna un anno importante per l'azienda di Atlanta, che festeggia ben 3 anniversari

Milano, Novembre 2006 – Il 2006 è un anno davvero importante per Coca-Cola che festeggia ben 3 importanti ricorrenze.

Sono passati esattamente **90 anni**, infatti dalla nascita della **Contour**, l'inimitabile e immediatamente riconoscibile bottiglia che è diventata un vero e proprio simbolo, un marchio inconfondibile e dotato di propria universale notorietà.

Ben **75 anni** fa, invece, nasceva un'altra icona: a quell'anno risale infatti la prima campagna natalizia di Coca-Cola avente come protagonista l'immagine di **Babbo Natale** realizzata da **Haddon Sundblom**, che con il suo vestito rosso e la folta barba bianca è diventata indubbiamente la rappresentazione più conosciuta e diffusa del più famoso abitante del Polo Nord.

Nel 1971, infine, proprio l'Italia è stata protagonista di un altro momento indimenticabile per Coca-Cola, questa volta legato alla storia della pubblicità: **35 anni fa**, sulle colline romane, venne infatti girato lo spot "**Hilltop**", che con il suo messaggio di fratellanza e di speranza è diventato, non solo per Coca-Cola, una pietra miliare nella comunicazione pubblicitaria.

La bottiglia Contour Coca-Cola, universalmente riconosciuta come esempio di un package che ha contribuito alla creazione di un brand di successo, è uno dei pochi package (pochi cosa?) ad aver ottenuto il marchio registrato dall'ufficio brevetti degli Stati Uniti. proteggendo e assicurando per il futuro l'inimitabile riconoscibilità di quella che può considerarsi a tutti gli effetti una icona senza tempo.

Con il passare degli anni, la bottiglia Contour ha fatto carriera ed ha di gran lunga superato la semplice funzione di "contenitore" della bevanda rinfrescante più conosciuta al mondo, diventando co-protagonista in diversi film hollywoodiani: da "*Ma che siamo tutti matti?*", dove una tribù di boscimani la ritiene un messaggio inviato dal paradiso, per passare poi a "*Complice la luna*", "*Dietro le linee nemiche*", "*Prova a prendermi*", "*Good night and good luck*", "*Kinsey*" e "*Munich*", solo per citarne alcuni. Anche l'arte si è arresa al fascino della Contour Coca-Cola, e Andy Warhol con il suo "*Green Coca-Cola Bottles*" confermava il ruolo rivestito dalla bottiglia Contour nella storia della cultura pop. Anche altri artisti, come Howard Finster, Tom Wesselmann, Ulrich Walter e Carlos Vergar hanno riprodotto la bottiglia Contour nelle loro opere d'arte.

Nel 2006 la bottiglia Contour torna ad essere protagonista della comunicazione Coca-Cola attraverso la piattaforma "Vivi il lato Coca-Cola della vita", campagna che ispirerà anche tutte le attività di marketing del prossimo anno. La bottiglia è fulcro di tutti le immagini che rientreranno nella nuova piattaforma, e con la sua esplosione di colori ed immagini diventa il filo conduttore delle prossime attività di comunicazione di Coca-Cola. "Viviamo in un mondo in cui ogni giorno compiamo delle scelte e l'iniziativa "*Vivi il lato Coca-Cola della vita*" incoraggia a fare scelte positive", ha dichiarato Cristina Santucci, Region Marketing Manager per Coca-Cola Italia, "Il messaggio è molto semplice: Coca-Cola ti invita ad affrontare e vivere la vita di tutti i giorni "pensando positivo".

Proprio la bottiglia Contour era protagonista dei primi disegni in cui **The Coca-Cola Company** iniziò ad associare le proprie campagne pubblicitarie al Natale. Nel **1931** l'azienda commissionò all'illustratore **Haddon Sundblom** lo sviluppo delle immagini pubblicitarie utilizzando Babbo Natale: fu così che 75 anni fa, grazie all'immaginazione e alla capacità grafica di un grande artista, nacque la rappresentazione più conosciuta ed ancora attuale di Babbo Natale, quella di una

Coca-Cola Italia

S. R. L.

signore allegro con la sua folta barba bianca, ancora oggi indubbiamente la più riconosciuta in tutto il mondo come emblema del periodo delle feste.

La sua versione di Babbo Natale piacque immediatamente così tanto che, grazie anche al continuo contributo che Coca-Cola fece nel diffonderla a livello globale con le sue campagne natalizie nei diversi paesi, divenne da subito una icona internazionale.

Quest'anno Coca-Cola ha deciso di tornare alle origini, proponendo uno spot per le feste che ha come protagonista proprio Babbo Natale: in 30' si ripercorrono i momenti cruciali della vita di una giovane ragazza, i cui ricordi dei momenti più belli sono legati proprio agli incontri con Babbo Natale. Un divertente finale a sorpresa ci ricorda quando Coca-Cola sia legata ai momenti di festa ed ai ricordi più felici.

Sono trascorsi esattamente trentacinque anni da quando un numeroso gruppo di persone provenienti da tutto il mondo è stato riunito sulla cima di una collina italiana per cantare una semplice canzone e girare uno spot che avrebbe segnato la storia della pubblicità.

La canzone era "I'd Like to Buy the World a Coke" e lo spot era stato girato per Coca-Cola: conosciuto come "Hilltop", questo semplice spot è rimasto impresso nell'immaginario del pubblico e continua ad essere ancora oggi fra i più ricordati e di maggior successo, entrando a pieno titolo nella storia della televisione.

"Hilltop" ha avuto infatti un impatto davvero notevole sui propri spettatori: dopo la messa in onda nel 1971, i consumatori hanno scritto migliaia di lettere alla The Coca-Cola Company ed alle TV, chiedendo informazioni su quando lo spot sarebbe stato trasmesso.

"Il potere comunicativo di "Hilltop" sta proprio nella semplicità del messaggio" ha dichiarato **Cristina Santucci, Direttore Marketing Coca-Cola Italia** "e il segreto della sua durata nella memoria del pubblico è dovuta proprio alla considerazione che le persone di tutto il mondo possono divertirsi insieme condividendo il piacere di una Coca-Cola"

Tanti auguri, allora, a Coca-Cola che oggi più che mai accompagna i nostri ricordi più belli.

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