

## **Coca-Cola sarà al fianco dei Giochi Olimpici di Pechino 2008 in qualità di Official Sponsor**

Nell'anniversario degli 80 anni di sponsorizzazione, Coca-Cola accompagnerà atleti e spettatori durante l'evento sportivo più importante dell'anno

Pechino, Agosto 2008 – 08/08/08 h 08:08 di sera, una data scelta in modo non casuale, che segna l'inizio dell'evento sportivo più importante dell'anno: i Giochi Olimpici di Pechino prenderanno ufficialmente il via e Coca-Cola sarà al loro fianco. Più che un evento, un simbolo all'ennesima potenza, durante il quale Coca-Cola festeggerà l'80° anniversario della propria ai Giochi Olimpici, e accompagnerà atleti, allenatori e spettatori per dare inizio ad un' esperienza unica lunga tre settimane.

Oltre 10,000 atleti, 5,200 funzionari, 100,000 volontari, 4,000 persone dello staff BOCOG, 32,000 media e 7 milioni di spettatori in tutto il mondo che seguiranno i Giochi potranno vivere come noi le emozioni che solo un evento internazionale come questo è in grado di veicolare.

Lo sport fa parte della cultura di Coca-Cola da più di 100 anni, ed è diventato parte integrante della comunicazione della nostra marca.

Tante e diverse le motivazioni che ci legano ad un evento di tale portata, prima su tutte la volontà di condividere e di trasmettere a quante più persone possibile i valori di cui i Giochi Olimpici sono portatori, e che Coca-Cola condivide da sempre .

Lo sport rimane ancora oggi uno degli elementi fondamentali delle nostre scelte di marketing e comunicazione: per oltre 80 anni, The Coca-Cola Company ha collaborato con il Comitato Olimpico Internazionale, contribuendo a rendere le Olimpiadi un'esperienza unica e memorabile per appassionati e atleti e Coca-Cola è l'azienda che da più lungo tempo ha partecipato al Movimento Olimpico.

Grazie a ciò ha contribuito a trasformare i Giochi Olimpici nell'evento sportivo più seguito e più ammirato del mondo. Coca-Cola, insieme ad oltre 190 Comitati Olimpici Nazionali, ha assistito migliaia di atleti durante l'allenamento e le gare ai Giochi Olimpici.

Coca-Cola collabora con i Giochi Olimpici dall'edizione di Amsterdam del 1928, più a lungo di ogni altro sponsor: dal 1968, inoltre, siamo al fianco dei Giochi Paralimpici.

Con un accordo che è stato rinnovato nel 2005 sulla Grande Muraglia di Pechino, Coca-Cola sarà al fianco del Comitato Olimpico fino al 2020.

Scopriamo insieme dove e come sarà presente Coca-Cola a Pechino e quali sorprese ha in serbo.



## **AMBIENTE**

Coca-Cola non sposa solo i valori emozionali di un progetto come i Giochi Olimpici, ma vuole valorizzarne gli elementi valoriali che ne sono fondamento: ad esempio, supportiamo pienamente i principi promossi dal BOCOG (Comitato Organizzatori Giochi Olimpici di Pechino 2008) che stanno alla base delle Olimpiadi Verdi. Come The Coca-Cola Company, abbiamo riconosciuto ormai da tempo l'importanza dell'ambiente per averne un business sostenibile, e lavoriamo insieme ai nostri partner per conservare e proteggere l'ambiente.

Come già promosso in altri paesi, anche in Cina, le iniziative promosse per la salvaguardia dell'acqua comprendono un notevole sforzo nella riduzione dell'acqua utilizzata per il processo produttivo, oltre alla volontà di essere l'azienda che utilizza in modo più efficiente le proprie risorse idriche, riciclando l'acqua che utilizziamo e implementando con l'aiuto di alcuni partners a rifornire le comunità locali attraverso progetti che permettano loro un accesso più semplice a questa risorsa.

Ci impegnamo anche sul fronte delle emissioni, sia energetiche che di gas, principalmente dai nostri impianti di refrigerazione: con il supporto di Greenpeace Cina, abbiamo portato avanti un progetto per l'utilizzo di frigoriferi 100% naturali, che hanno un minimo contributo nelle emissioni di gas ecocompatibili. I nostri frigoriferi saranno dotati anche di un Sistema di Conservazione dell'Energia, che migliorerà l'efficienza di energia di più del 30%.

I Giochi Olimpici sono un ottimo trampolino di lancio per queste iniziative, che sono iniziate già da tempo e che avranno un impatto positivo ben oltre i Giochi stessi.

## **EDIZIONI LIMITATE....**

Un evento di tale portata non può mancare di essere celebrato, e per questo Coca-Cola ha pensato di farlo dedicando non 1 ma ben 8 edizioni limitate della esclusiva bottiglia contour in alluminio. Grazie ad una preziosa collaborazione con alcuni artisti cinesi, sono state realizzate 8 edizioni limitate ispirate ad 8 diversi temi che incarnano contemporaneamente lo spirito di Coca-Cola e delle Olimpiadi: "Felicità", "Pace sulla terra", "Momenti di gioia", "Collaborazione", "Perseveranza", "Armonia globale", "Ottimismo in azione", e "Mondo Sano" sono stati l'ispirazione di queste opere, parte integrante della campagna di comunicazione e marketing "Live Positively" promossa durante i Giochi da Coca-Cola. E non finisce qui! 8 musicisti da diversi paesi hanno composto per ognuna delle bottiglie delle canzoni uniche, rendendo possibile la collaborazione fra diverse arti e diversi paesi in un colpo solo: questo è lo spirito di Coca-Cola!

Le bottiglie saranno disponibili in alcuni selezionati locali di Pechino e sul sito [www.coca-colastore.com](http://www.coca-colastore.com)

## **...ed EDIZIONI PERSONALIZZATE**

Per creare un capolavoro non bisogna necessariamente essere degli artisti: ognuno di noi può esprimere la propria creatività, e realizzare una bottiglia personalizzata!

Nello spirito dei Giochi Olimpici, da ogni parte del mondo sarà possibile connettersi e creare insieme ad altre persone delle edizioni limitate ed uniche, anche mescolando diverse proposte per crearne una davvero unica. Per partecipare basta collegarsi al sito [www.mycoke.com](http://www.mycoke.com) e accedere alla sezione dedicata alla sponsorizzazione dei Giochi Olimpici.

I pezzi unici creati dalla fantasia di uno o di molti potranno diventare "realtà": potranno essere inseriti in versione 3d sulla propria pagina dei social network più conosciuti (Facebook, My Space, Friendster, hi5, orkut e Bebo) o sulle proprie pagine web personali, ma anche scaricate come wallpaper ed inviate agli amici via mail.

A dare il buon esempio sono stati due campioni del mondo del basket davvero d'eccezione: Yao Ming (Cina) e LeBron James (USA): l'obiettivo è quello di invitare quante più persone a condividere le proprie idee ed a mescolare le proprie culture creando qualcosa di davvero unico.



### **SPOT – DUE CAMPIONI A CONFRONTO**

LeBron James e Yao Ming sono anche i protagonisti dello spot che Coca-Cola ha dedicato ai Giochi Olimpici: due campioni, due culture, una sola emozione – quella di partecipare ai Giochi Olimpici di Pechino 2008. E Coca-Cola è con loro. I due si sfidano con le rispettive squadre e lo spot si conclude con entrambi che bevono una Coca-Cola, l'uno con l'etichetta in cinese, l'altro in inglese: lo spot ha l'obiettivo di mostrare che la diversità culturale non deve essere un ostacolo, ma uno stimolo d'ispirazione e che dall'unione di popoli differenti possono nascere solo grandi emozioni.

### **COME SI SCRIVE COCA-COLA IN MANDARINO?**

Vi siete mai chiesti come si scrive Coca-Cola in Mandarino, la lingua più parlata in Cina? Possiamo dirvi cosa significhino i suoi pittogrammi: sarà un caso, ma la loro traduzione (o meglio translitterazione) è "Felicità Deliziosa". Questa divertente storia risale al 1927, anno in cui Coca-Cola è approdata in Cina: allora il marchio in inglese dovette essere rappresentato con i caratteri di un alfabeto completamente differente, e per farlo si fece ricorso ai caratteri che, combinati insieme, potessero dare il suono "Coca-Cola". I simboli vennero registrati come marchio in Cina, e furono il primo marchio registrato scritto in cinese.

Il marchio diventò presto molto riconosciuto, ed il popolo cinese cominciò sempre più ad identificare questo nome con il suo significato, "Felicità Deliziosa".

A distanza di oltre 80 anni, in occasione dei primi giochi olimpici cinesi, Coca-Cola vuole amplificare ancor di più il proprio significato, e lo fa con una bottiglia celebrativa che ricorderà questo messaggio.

Con un progetto che ha coinvolto diversi paesi in tutto il mondo, questa bottiglia simboleggia l'universalità del messaggio di Coca-Cola, e trasmette i valori al centro della campagna "Live Olympic on the Coke side of life": lanciata a livello mondiale in occasione dei Giochi, la campagna ha l'obiettivo di trasferire la positività che proviamo durante il periodo dei giochi Olimpici nella vita di tutti i giorni.

### **COCA-COLA SHUANG EXPERIENCE CENTER:**

In una cornice magica come quella dell'Olympic Green – in cui si svolgeranno le principali manifestazioni olimpiche – Coca-Cola invita i propri ospiti ed i giornalisti presenti a Pechino a visitare la *Media Lounge*: un'area interamente dedicata alle notizie olimpiche che riguardano Coca-Cola, dove rilassarsi e avere la possibilità di sapere tutto sulla storia dei giochi Olimpici in Cina e di come Coca-Cola ne ha trasmesso lo spirito attraverso tutto il paese.



## COCA-COLA E I GIOCHI OLIMPICI

Il contributo di Coca-Cola ai Giochi Olimpici è sempre stato quello di rendere ancora più memorabili le emozioni che tutti si trovano a vivere. Come bevanda ufficiale dei Giochi Olimpici, a ogni edizione Coca-Cola rinfresca gli atleti, i volontari, i funzionari, i rappresentanti dei media e gli spettatori.

Le Olimpiadi del 1928 ad Amsterdam segnano il debutto di The Coca-Cola Company nelle sue vesti di sponsor, quando insieme alla squadra olimpica statunitense vengono spedite oltremare 1.000 casse di Coca-Cola. La storia di questa collaborazione, all'insegna della promozione dei valori universali dello sport, è segnata da alcune date significative. Nel 1934, la medaglia d'oro per il nuoto e poi attore Johnny Weismuller è il primo atleta olimpico a sponsorizzare un prodotto Coca-Cola su vassoi e poster.

Negli anni '70 e '80, Coca-Cola intensifica il suo impegno per il Movimento Olimpico creando e sostenendo istituzioni olimpiche permanenti. Nel 1979, l'azienda collabora con il Comitato Olimpico statunitense nella realizzazione della "U.S. Olympic Hall of Fame" in onore dei più grandi atleti americani.

Ai Giochi Olimpici del 1992 a Barcellona per la prima volta 150 corridori da 50 nazioni diverse partecipano al viaggio della Fiamma Olimpica attraverso il programma internazionale per i tedoriferi sponsorizzato da Coca-Cola.

Ai Giochi del 1996, le Olimpiadi si tengono ad Atlanta e Coca-Cola dà a tutti il benvenuto nella sua città con numerose iniziative: il nuovo centro interattivo Coca-Cola Olympic City, The Coca-Cola Folk Art Exhibit e Pin Trading Center, visitati da centinaia di migliaia di persone.

L'Italia è il paese che ospita i XX Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006, ed in quell'occasione Coca-Cola accompagna il Viaggio delle Fiamme Olimpiche lanciando un messaggio universale: i Giochi devono essere visti come uno stato mentale permanente che ci unisce tutti e ci fa guardare al presente con un rinnovato senso di ottimismo, fondato sulla convinzione che anche nella vita quotidiana le piccole cose che possiamo fare per gli altri possono avere un effetto molto determinante e contribuire a costruire relazioni migliori.

Nel concetto "*Live Olympic*", promosso durante i XX Giochi Olimpici, i semplici momenti della vita quotidiana sono tutt'altro che poco significativi o banali. Proprio come i Giochi Olimpici rappresentano la migliore espressione dei risultati atletici, la filosofia "*Live Olympic*" ci ricorda che ogni istante della nostra giornata può rappresentare una opportunità per tirare fuori il meglio di ognuno di noi così da contribuire a migliorare la quotidianità.

Coca-Cola non dimentica che c'è un altro momento speciale da celebrare: le Paralimpiadi.

Gli atleti paralimpici mostrano ancor di più la passione che sta alla base della pratica sportiva, imparando ad affrontare e a vincere anche le sfide più difficili. I giochi Paralimpici sono espressione di quello spirito olimpico che porta gli atleti a superare i propri limiti e gli spettatori a vivere con loro questi intensi momenti.

Durante i IX Giochi Paralimpici di Torino 2006, con "Insieme ai Paralimpici" Coca-Cola porta 7500 studenti ad assistere alle Gare Paralimpiche per trasmettere ai giovani l'impegno che questi atleti dedicano alla loro passione.

Per informazioni  
Ufficio Stampa Coca-Cola Italia  
Cristina Camilli  
[ccamilli@eur.ko.com](mailto:ccamilli@eur.ko.com)  
02 26246225

