



**« Craquez pour le nouveau look de Coca-Cola light, redécouvrez son goût léger, vraiment irrésistible ! »**

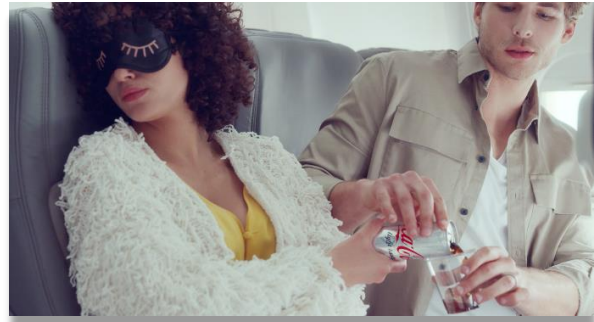


Depuis 30 ans, Coca-Cola light se démarque par son goût unique à la fois léger, rafraîchissant et intense. Les amateurs distinguent leur boisson fétiche grâce à ses fines bulles, sans calorie et à la sensation de légèreté qu'elle procure. Une expérience de goût unique qu'un million de Français plébiscitent en affichant Coca-Cola light comme leur boisson préférée et que 350 000 d'entre eux consomment quotidiennement.

**A tout juste 30 ans, Coca-Cola light prend un nouvel envol et affirme sa différence, son style, sa personnalité pétillante. Tout d'abord, l'ensemble de la gamme (PET et slim cans) revient avec un nouveau packaging à son image, premium, tout en Silver (argent). Ensuite, la marque revient pour la première fois depuis 6 ans vers les consommateurs au travers d'une nouvelle campagne média ciblée (TV, Presse, Digital). Coca-Cola light les invite à prendre leur quotidien coté « light » sous le slogan « Vivez la vie avec plus de légèreté avec Coca-Cola Light ».**

« Coca-Cola light a un goût, une histoire, **et des consommateurs fidèles qui lui sont spécifiques**. La marque a aujourd'hui 30 ans, et c'est le moment de revenir vers tous ses consommateurs : en effet, 50 % des fidèles de Coca-Cola light sont des hommes, et pour la première fois ils sont représentés au même titre que les femmes dans cette nouvelle campagne qui joue sur les moments de légèreté, dont nous avons tous besoin dans la vie de tous les jours, » explique Nathalie Massé, Directrice Marketing Sparkling Coca-Cola France. « Au quotidien, Coca-Cola light leur permet de faire une pause pour décompresser, prendre de la hauteur et voir la vie du côté light, avec le fun et l'espièglerie qui caractérisent aussi la marque. »

## C'est le moment de prendre la vie du côté light !



Le nouveau spot TV invite à faire une pause légère et fun, à marquer un stop rapide et spontané dans le quotidien, peu importe le lieu, pour sourire et apprécier un Coca-Cola light bien frais.

### Le film illustre ces moments de légèreté avec différentes situations du quotidien.

Dans une boutique de mode, deux amies découvrent le nouveau look de Coca-Cola light placé dans une pochette moderne silver, la couleur tendance de la saison comme un véritable accessoire de mode. Dans une rame de métro, une jeune femme savoure un Coca-Cola light. Son amie saute inopinément de la rame pour également s'en procurer un dans le distributeur d'en face, au risque de ne pas pouvoir remonter. En avion, un jeune homme profite de la sieste de sa voisine pour lui dérober un peu de son Coca-Cola light à son insu... Un goût unique qui déclenche une envie irrésistible! Le spot TV met ainsi en scène des exemples de moments décomplexés et fun du quotidien.

### Informations pratiques sur la campagne TV :

La campagne « Vivez la vie avec plus de légèreté avec Coca-Cola light » sera diffusée à partir du 23 septembre 2018 jusqu'au 11 novembre en format 20 secondes.

1 Vague : TV (174M de contacts potentiels) et VOL (15M).

Agence : Ogilvy Berlin

Production : Tony Petersen Films

Producteur exécutif : Carlo Walther

Producteur : Tom Ehrhardt

Réalisateur : Wendy McColm

Directeur de la photographie : Malte Braun

Lieu : Tallinn, Estonie

Lien YouTube pour visualiser le format 20 secondes :

<https://www.youtube.com/watch?v=tnKnafRFsSc&feature=youtu.be>



Les Taglines de la campagne TV sont également déclinées en affichage : « Redécouvrez le goût léger de Coca-Cola light », « Redécouvrez la légèreté d'un moment light » avec des visuels qui jouent la carte de la légèreté jusqu'à son paroxysme en mettant en scène des personnages en situation d'apesanteur.

Arrivé en France en 1988, Coca-Cola light fait un retour retentissant pour son 30ème anniversaire. Appréciée pour son goût léger, sa fraîcheur, son absence de sucres et de calorie, la boisson *Silver* séduit à travers le monde.

### **Une boisson au goût unique et inégalé depuis 30 ans en France**

Alors que la marque Coca-Cola voit le jour en 1886, il faudra patienter presque un siècle pour assister à la naissance d'une version *light*, une première dans le monde. C'est en 1982 que The Coca-Cola Company lance le Coca-Cola light aux Etats-Unis, avant de le proposer en France en 1988. L'engouement est de taille : les Français découvrent alors pour la première fois une nouvelle boisson pétillante sans sucres et sans calorie. Une boisson légère, goûteuse et avec de fines bulles, voilà comment de nombreux consommateurs sont tombés sous le charme du Coca-Cola light. Depuis, la boisson n'a cessé de conquérir un public fidèle au fil des décennies. Si le Coca-Cola light est toujours aussi populaire après tant d'années, c'est grâce à son goût unique et inégalé ainsi que sa saveur à la fois intense et légère.

Coca-Cola light nouveau look

Avec ou sans caféine

Canette 33 cl / Bouteille verre 33cl / Bouteille plastique 50cl - 1,25L / 1L et 1,5L

### **Contacts Presse :**

Havas Paris - Claire Correia : 01 58 47 93 28 – [coca-colafrancerp@havas.com](mailto:coca-colafrancerp@havas.com)

Coca-Cola France - Servane Magnan : 06 13 50 00 67 – [smagnan@coca-cola.com](mailto:smagnan@coca-cola.com)

#### **A propos de Coca-Cola en France**

Aujourd'hui Coca-Cola en France est représenté par deux entreprises, filiales de groupes distincts et indépendants qui collaborent étroitement : Coca-Cola Services France, qui contribue à définir la stratégie de développement des marques de The Coca-Cola Company en France, et Coca-Cola European Partners qui produit, distribue et commercialise ces produits en France métropolitaine.

Boissons pétillantes, boissons plates, jus de fruits, boissons pour le sport, boissons enrichies en vitamines, boissons énergisantes... Coca-Cola commercialise en France 12 marques et une soixantaine de références, dont la moitié est sans sucres ou à teneur réduite en sucres. Depuis presque 100 ans, Coca-Cola fait partie intégrante de la vie des Français. 95% des boissons commercialisées en France sont fabriquées dans six usines implantées sur le territoire français. Rendez-vous sur notre site [www.coca-cola-france.fr](http://www.coca-cola-france.fr) ou sur LinkedIn.

#### **À propos de The Coca-Cola Company**

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) est leader mondial du secteur de la boisson avec plus de 500 marques de boissons gazeuses ou plates et plus de 3 900 produits. Outre Coca-Cola, l'une des marques les plus rentables et reconnaissables au monde, le groupe affiche un portefeuille composé de 21 marques de plus de 1 milliard de dollars, dont 19 qui proposent des boissons sans sucres ou à teneur réduite en calories. Parmi ces marques, on compte Coca-Cola light, Coca-Cola zero sucres, Fanta, Sprite, Dasani, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Del Valle, Georgia et Gold Peak. Doté du plus vaste réseau mondial de distribution de boissons, le groupe occupe la première place dans les secteurs des boissons gazeuses et plates. Plus de 1,9 milliards de boissons sont vendues chaque jour dans plus de 200 pays. Engagée de longue date dans la création de communautés durables, The Coca-Cola Company oriente son action vers des initiatives de réduction de l'empreinte environnementale, de création d'un cadre de travail sûr et ouvert pour ses collaborateurs et d'amélioration du développement économique des communautés au sein desquelles elle travaille. En collaboration avec ses partenaires d'embouteillages, The Coca-Cola Company fait partie des 10 plus grands employeurs privés du monde avec plus de 700 000 collaborateurs. Pour plus d'informations, consultez le Coca-Cola Journey sur [www.coca-colacompany.com](http://www.coca-colacompany.com), suivez-nous sur Twitter ou rendez-vous sur notre blog, Coca-Cola Unbottled, à l'adresse [www.coca-colablog.com](http://www.coca-colablog.com) et suivez nous sur LinkedIn [www.linkedin.com/company/the-coca-cola-company](http://www.linkedin.com/company/the-coca-cola-company)

©The Coca-Cola Company. Coca-Cola est une marque déposée de The Coca-Cola Company