

Communiqué de presse
Paris, le 28 janvier 2019

Coca-Cola

**Coca-Cola,
un goût unique,
avec ou sans sucres,
pour toujours plus de plaisir et de rafraîchissement !**

UN GOÛT UNIQUE
AVEC ou **SANS**
SUCRES

En 2019, Coca-Cola simplifie le choix de prendre un Coca-Cola : toujours un goût unique, avec ou sans sucres. Avec un changement sur l'ensemble des packagings, la marque remet au premier rang « Coca-Cola Goût Original », le goût unique de Coca-Cola, avec une nouvelle étiquette rouge sur l'ensemble de la gamme.

Soutenu par une campagne de communication intitulée « d'une façon ou d'une autre » (« One Way or Another »), l'une avec et l'autre sans sucres, Coca-Cola offre le même plaisir.

Une même personnalité pour un goût unique, avec ou sans sucres !

Sans doute le rouge le plus célèbre au monde – dont la couleur est la deuxième formule secrète de la marque – Coca-Cola offre un goût unique et une promesse durable de rafraîchissement depuis 1890.

En 2019, Coca-Cola simplifie le choix des consommateurs avec Coca-Cola Goût Original, la promesse du goût unique de Coca-Cola, déclinée en 2 versions : avec ou sans sucres.

**Nouvelle étiquette Rouge pour Coca-Cola
AVEC OU SANS SUCRES !**



**Coca-Cola Classic et Coca-Cola zero Sucres deviennent encore plus lisibles avec
Coca-Cola - avec ou sans sucres.**

**Quel que soit le Coca-Cola que l'on choisit
on a un goût unique, rafraîchissant
et l'expérience que l'on connaît et que l'on aime
– avec ou sans sucres.
#AvecouSans**



Sur les packagings, Coca-Cola Classic et Coca-Cola Zéro Sucres deviennent ainsi simplement « Coca-Cola », avec ou sans sucres, et adoptent tous deux la célèbre et emblématique couleur rouge de la marque Coke™ originale. Ce changement porte uniquement sur le nom et non sur la recette qui reste unique.

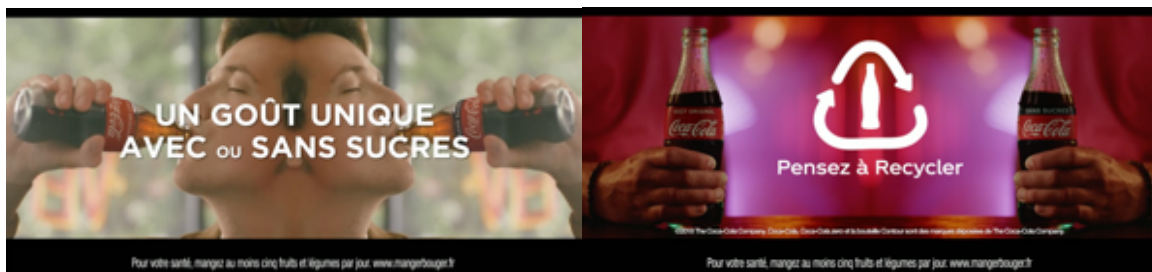
Un bandeau noir en haut de l'étiquette indique aux consommateurs l'absence de sucres dans l'une des versions.

Les bouteilles (PET ou verre) seront également dotées de bouchons de couleurs rouge ou noire pour une différenciation rapide.

Pour célébrer ce changement, la marque lance une nouvelle campagne TV, intitulée « One Way or Another », diffusée en France depuis le 16 janvier 2019.

**« Un Coca-Cola avec ou sans sucres ? »
#AvecouSans**

« One Way or Another » est l'adaptation européenne de la campagne Coca-Cola 'Multiply your Moments'. Le spot dynamique présente une variété de moments emblématiques avec Coca-Cola, au restaurant, lors d'un concert, des moments de partage entre amis, divisés en images miroirs vibrantes. Un côté montre le plaisir du Coca-Cola, avec sucres, tandis que le reflet montre le même moment, apprécié avec sa version sans sucres.



Ce changement reflète également l'engagement de l'entreprise à offrir aux consommateurs un choix grandissant de boissons sans calories et peu ou pas sucrées.

Constance Courtois, Senior Brand Manager Coca-Cola, déclare : « Cette stratégie vise à encourager les fans de Coca-Cola à découvrir ou redécouvrir la version sans sucres qui procure autant de plaisir. Cette nouvelle approche graphique répond à notre ambition de poursuivre le développement de notre gamme sans sucres. »

Le changement, lancé en Espagne avec succès en 2018, se déclinera progressivement à travers l'Europe occidentale, avec l'objectif d'une uniformité sur tous les territoires d'ici 2019.

Coca-Cola light, icône à part entière depuis 30 ans déjà, restera argentée pour refléter sa saveur unique au goût léger, appréciée dans le monde entier.

Bref historique de la publicité Red Coca-Cola :

- **1890** – La pharmacie de Jacob est la première à utiliser du rouge avec le logo Coca-Cola
- **1898** – Les barils de Coca-Cola sont peints en rouge – un moyen simple de les différencier des barils contenant de l'alcool
- **1928** – Robert Woodruff réalise le potentiel de standardiser Coca-Cola rouge, basé sur son expérience à la White Motor Company
- **1931** – Le Père Noël Coca-Cola est créé par le designer suédois-américain Haddon Sundblom, habillé en rouge Coca-Cola (plutôt que vert)
- **1948** – Le Red Disc figure sur la couverture du magazine TIME - le disque circulaire avec le logo blanc sur le fond rouge devient une partie intégrée du marketing pour l'entreprise et vient symboliser le rafraîchissement Coca-Cola à travers le monde
- **1969** – Coca-Cola présente son nouveau look avec l'emblème ruban dynamique
- **2000** – Coca-Cola détermine avec précision sa palette de couleurs, au sein de laquelle « Coke Red » à une place prédominante.

« One Way or Another » :

Le spot TV « Multiply your Moments » a été développé pour l'Amérique latine par Cyranos et tourné par Caviar avec le réalisateur Hernan Corera. L'adaptation a été développée par McCann Europe avec le directeur exécutif de la création, Lee Tan, avec de nouvelles scènes tournées à Madrid, en Espagne, par Landia avec le réalisateur, Maxim Blanco.

Shot in : Madrid, Spain

Agency : McCann Europe

Executive Creative Director : Lee Tan

Creative Director : Mario Anchorena

Production : Landia

Director : Maxim Blanco

Director of Photography : Christos Voudouris

Contacts Presse :

Havas Paris - Claire Correia : 01 58 47 93 28 – coca-colafrancerp@havas.com
Coca-Cola France - Servane Magnan : 06 13 50 00 67 – smagnan@coca-cola.com

A propos de Coca-Cola en France

Aujourd'hui Coca-Cola en France est représenté par plusieurs entreprises, filiales de groupes distincts et indépendants. En France métropolitaine, ce sont Coca-Cola Services France qui contribue à définir la stratégie de développement des marques de The Coca-Cola Company, ainsi que Coca-Cola European Partners et la Socobo qui produisent, et commercialisent ces produits.

Boissons pétillantes, boissons plates, jus de fruits, boissons pour le sport, thés glacés, eau, pas moins de 12 marques de The Coca-Cola Company, et une soixantaine de références, dont la moitié est sans sucres ou à teneur réduite en sucres, sont ainsi commercialisées en métropole. Depuis presque 100 ans, la marque 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 ou sur LinkedIn.

A propos de Coca-Cola Company

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) is a total beverage company, offering over 500 brands in more than 200 countries and territories. In addition to the company's Coca-Cola brands, our portfolio includes some of the world's most valuable beverage brands, such as AdeS soy-based beverages, Ayataka green tea, Costa coffee, Dasani waters, Del Valle juices and nectars, Fanta, Georgia coffee, Gold Peak teas and coffees, Honest Tea, innocent smoothies and juices, Minute Maid juices, Powerade sports drinks, Simply juices, smartwater, Sprite, vitaminwater and ZICO coconut water. We're constantly transforming our portfolio, from reducing sugar in our drinks to bringing innovative new products to market. We're also working to reduce our environmental impact by replenishing water and promoting recycling. With our bottling partners, we employ more than 700,000 people, helping bring economic opportunity to local communities worldwide. Learn more at Coca-Cola Journey at www.coca-colacompany.com and follow us on Twitter, Instagram, Facebook and LinkedIn