



Madrid, 5 de marzo de 2015

Las diferentes variedades de la familia Coca-Cola® (que incluye diferentes variedades de Coca-Cola®, Coca-Cola light® y Coca-Cola Zero®) se unificarán bajo una identidad y comunicación comunes

## Coca-Cola España fomenta la posibilidad de elección de su portfolio de productos mediante una estrategia de “marca única”

- En 2013, la compañía Coca-Cola se comprometió a OFRECER a los consumidores en nuestro país una versión baja o sin calorías de cada una de sus bebidas favoritas
- Esta apuesta forma parte de los cuatro compromisos de Coca-Cola en España por un estilo de vida activo y saludable

Coca-Cola España anuncia que desde el día de hoy los productos de la familia Coca-Cola® (que incluye diferentes variedades de Coca-Cola®, Coca-Cola light® y Coca-Cola Zero®) quedarán unificados bajo una nueva estrategia de “marca única”, que promocionará a todas y cada una de las diferentes variedades de los productos Coca-Cola® mediante una identidad y una publicidad comunes.

Se trata de una evolución significativa para Coca-Cola en España, que sitúa la “posibilidad de elección” en el centro de su estrategia de marca. A lo largo de los años, con el objetivo de adaptarse a los gustos, dietas y estilos de vida de los consumidores, Coca-Cola ha realizado un notable esfuerzo en innovación para aportar al mercado nuevas marcas con distintas identidades que permitan al consumidor elegir distintos sabores, así como el contenido en calorías y cafeína de las bebidas.

Tras el anuncio de hoy, todas las marcas de la familia Coca-Cola® se presentarán bajo la imagen icónica de Coca-Cola®. Se trata de un nuevo enfoque que extenderá la tradición de la icónica Coca-Cola original a toda la cartera. La nueva estrategia se centrará en las distintas características de los diferentes tipos de marcas de productos Coca-Cola, ayudando a las personas a elegir la más adecuada en cada caso. Para ello, el diseño de los envases y la publicidad harán énfasis en los distintos beneficios de cada uno de los productos, haciendo más fácil y sencilla la elección para los consumidores.



### La estrategia de 'marca común' en España:

- En lugar de ver a tres productos independientes Coca-Cola®, Coca-Cola Zero® y Coca-Cola light®, se podrá ver a la icónica marca Coca-Cola® apoyando la Coca-Cola Zero® y Coca-Cola light®, con sus variantes sin cafeína.
- Las bebidas de marca Coca-Cola sin calorías serán incluidas ahora en el cierre de todos los anuncios publicitarios de televisión de Coca-Cola.
- La marca en cada lata y botella de Coca-Cola, ya sea endulzada con azúcar, baja o sin calorías, con cafeína o sin cafeína, tendrá el mismo estilo con diferentes colores para distinguir cada marca.
- Las comunicaciones en los envases incluirán descriptores claros para resaltar los beneficios de cada marca Coca-Cola, por ejemplo "sin calorías o zero calorías" o "sin cafeína o zero cafeína".
- Se cambia el diseño pero la composición y el sabor son los de siempre.
- Durante los últimos 15 años, gracias a la elección por parte del consumidor, se ha conseguido que se reduzca un 32% el aporte de calorías/litro y que las ventas en litro de las bebidas bajas o sin calorías ya sean más del 35% del total.

Según **Jorge Garduño**, Director General de Coca-Cola España y Portugal, "como Compañía, tenemos el privilegio de que Coca-Cola sea una de las marcas favoritas y más icónicas del mundo. Con nuestro nuevo enfoque de 'marca común' en España, Coca-Cola se convierte en una familia, representando los refrescos bajos en calorías y sin calorías en todas nuestras comunicaciones junto con la marca Coca-Cola original. De modo que, ya estés eligiendo la original, o un refresco sin azúcar, siempre tengas un producto de la marca Coca-Cola en la mano".

### Compromisos por un estilo de vida activo y saludable

Actualmente, las versiones bajas o sin calorías ya suponen el 35% de las ventas de la Compañía Coca-Cola en España.

En 2013, The Coca-Cola Company dio un paso más en su compromiso de concienciar sobre la gravedad del problema del sedentarismo y la necesidad de combatirlo mediante el anuncio de 4 compromisos por un estilo de vida activo y saludable. Los 4 compromisos son:

1. **CONCIENCIAR** a la población sobre el grave problema del sedentarismo y ayudar a prevenir el sobrepeso.
2. **PROMOVER** la práctica de actividad física a diario junto con el deporte para ayudar a mejorar la salud de los ciudadanos.
3. **OFRECER** a los consumidores una versión baja o sin calorías de cada una de sus bebidas favoritas.



4. IMPULSAR buenas prácticas de comunicación a adultos y continuar sin realizar marketing a niños.

**Para más información:**

Gabinete de prensa de Salud y Nutrición de Coca-Cola

Telf. +34 91 590 14 37