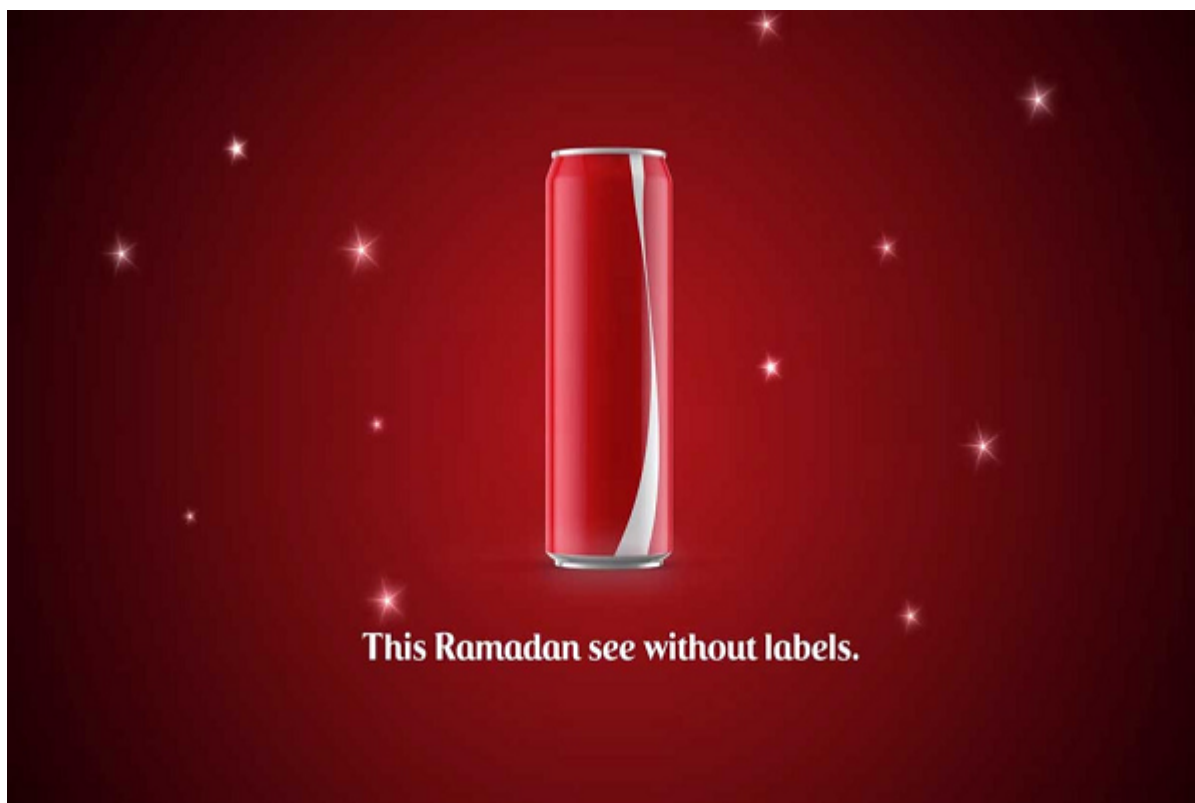


Csr, Coca Cola: per il Ramadan via le etichette dalle lattine e dalle persone (VIDEO)



Lattine di **Coca Cola senza logo**: riconoscereste lo stesso il brand? Assolutamente sì. Ma non è un test, quello che l'azienda sta facendo in **Medio Oriente** in occasione del **Ramadan**. E' una delle tante azioni che la multinazionale mette in atto per lanciare messaggi sostenibili e di responsabilità sociale. Senza cambiare ricetta, naturalmente, e senza diventare una bevanda salutare.

L'ultima trovata è una campagna a tema che tenta di **porre l'attenzione sulle conseguenze dei pregiudizi**. Addio logo, quindi, resta però l'onda che tutti associamo immediatamente al brand e un messaggio: **"Le etichette sono per le lattine, non per le persone"**.

Ma non finisce qui. In linea con questo messaggio

particolarmente efficace, Coca Cola ha realizzato uno spot in cui un gruppo di uomini molto diversi tentano di scoprire che immagine hanno gli altri in una stanza al buio. Soltanto a luci accese avranno la risposta.

Per evitare problemi legati alla mancanza delle informazioni su ingredienti e valori nutrizionali, le lattine sono state distribuite durante eventi.

La campagna, che va sotto il nome di **“Remove labels this Ramadan”**, si inserisce nel filone **“Let’s take an extra second”**, una macrocampagna che Coca Cola porta avanti insieme al messaggio – che torna anche in occasione del Ramadan – di invitare le persone a prendersi del tempo extra per conoscersi al di là delle prime impressioni.

Meglio, naturalmente, conoscersi bevendo una Coca Cola insieme.



“In Medio Oriente, una zona con oltre 200 nazionalità diverse e un numero enorme di etichette che dividono le persone, queste lattine possono mandare un messaggio molto potente e senza tempo”, **FP7/DXB**, l’agenzia di Dubai, di proprietà della McCann, che ha realizzato la campagna, insieme a Memac Ogilvy che ha coprodotto lo spot.