Usos criativos para o conceito de Coca-Cola Zero
Beatriz Almodova Lorente

Campanhas alternativas se propagam pelo País em referência ao conceito "Quanto mais, melhor"

Ação da ESPM-Sul

Sem contar as milhares de versões que os fãs da marca disseminaram na rede em torno da campanha "Nomes" da Coca-Cola Zero (famosa por estampar nas embalagens nomes e cidades), a marca agora está vendo o seu conceito sendo reproduzido pelo Brasil com usos alternativos em campanhas de outras marcas.

É o caso da parceria da ESPM-Sul com o refrigerante que está promovendo a versão "Quanto Mais Jrs. ESPM Melhor", que visa atrair alunos para o processo seletivo das empresas juniores da ESPM. A iniciativa distribuiu refrigerantes com embalagem personalizada e camisetas aos 204 alunos inscritos. A iniciativa contou com o apoio efetivo da Vonpar – fabricante da Coca-Cola no Rio Grande do Sul.

Já em outra circunstância, o aeroporto de Curitiba vai ser palco de uma ação da marca na semana de Páscoa. Os viajantes ganharão como brindes latas de Coca-Cola Zero com o nome da cidade para a qual estão embarcando. O objetivo é surpreender os passageiros do aeroporto da capital paranaense para promover a campanha "Quanto Mais Viagens Melhor". A ação está sendo empreendida pela Spaipa, fabricante e distribuidora dos produtos Coca-Cola no Paraná e Região Oeste de São Paulo.

Fonte: Meio & Mensagem. [Portal]. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2013/03/22/Usos-criativos-para-conceito-da-Coca-Cola-Zero.html>. Acesso em: 25 mar. 2013.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.