

“Cogli il succo” al via la nuova campagna pubblicitaria dei succhi di frutta Amita, da sempre garanzia di genuinità, gusto e qualità

13 diversi gusti e solo frutta altamente selezionata per soddisfare i palati di consumatori grandi e piccoli

Milano, 9 dicembre 2009 - A un anno e mezzo dal suo ingresso nel mercato italiano, **Amita**, il *brand* di succhi di frutta distribuiti da **Coca-Cola HBC Italia**, è presente, con oltre 50 milioni di consumazioni, in più di 30 mila bar su tutto il territorio nazionale.

Un grande successo commerciale dovuto al sapiente *mix* di qualità e genuinità che caratterizza i prodotti Amita: solo frutta altamente selezionata e una ricca offerta di gusti articolata in una gamma di tredici varianti, in grado di soddisfare anche i bisogni dei palati più esigenti.

Sull'onda di questo importante successo, il giovane marchio di Coca-Cola HBC Italia ha dato il via, a conclusione di un anno ricco di soddisfazioni, ad una nuova campagna pubblicitaria che coinvolgerà, per 3 settimane, stampa quotidiana e radio, con *spot* della durata massima di 30 secondi.

La campagna stampa, è costruita attorno al *claim* “**Cogli il succo**” e vede tra i suoi punti di forza l'accattivante *visual*: la bottiglietta di vetro dai colori sgargianti e dalla forma di design, inserita in una metà di frutto come ne fosse il seme.

La campagna radiofonica vede, invece, come protagonista un sondaggista Amita che intende scoprire se tutti i baristi dispongono, nel proprio locale, dei suoi succhi di frutta.

In un susseguirsi di incontri con personaggi simpaticissimi ed esilaranti e di *gag* e battute al fulmicotone, ad emergere in tutta la loro bontà sono i succhi di frutta Amita, ottenuti solo dalla migliore frutta selezionata.

Lo *spot* radiofonico sarà *on air* su 9 emittenti nazionali: RTL, RDS, RADIO 101, Radio Capital, Radio DeeJay, Virgin Radio, CNR, Radio 105 e Radio Montecarlo.

«La proposta di una vasta gamma di succhi di frutta per il mercato italiano nasce dalla combinazione dell'esperienza e degli elevatissimi standard di qualità Amita nella scelta della frutta migliore con il gusto ed il design tutto italiano» - ha dichiarato **Francesco Pastore, Trade Marketing Director di Coca-Cola HBC Italia** - «Grazie a questa nuova campagna pubblicitaria intendiamo pertanto migliorare e rafforzare la conoscenza tra i consumatori di un prodotto che ci ha già dato ottimi risultati nel corso di tutto il 2009».

La campagna è stata ideata da *Young & Rubicam*, la pianificazione è a cura di *Mediaedge* e le foto sono del noto fotografo *Michele Gastl*, mentre, la cdp radio è di *Eccetera*.

Hanno lavorato alla campagna anche il *copywriter* Francesco Cellini e l'*art director* Sara Cappelli. La direzione creativa è di Nicola Barracchia.



Per ulteriori informazioni:

Coca-Cola HBC Italia - Marta Pozzoli – cell. 3357416662 – tel. 02.27077274 marta.pozzoli@cchellenic.com

Sec Relazioni Pubbliche e Istituzionali - Maria Anna Vismara – 338-9940968 vismara@secrp.it

Coca-Cola HBC Italia è la più grande società attiva in Italia che produce e distribuisce i marchi della The Coca-Cola Company. Nel 2008 Coca-Cola HBC Italia è stata riconosciuta la terza migliore azienda in Italia per la gestione e lo sviluppo dei dipendenti dal Great Place to Work Institute, l'istituto internazionale che si occupa dell'individuazione dei migliori luoghi di lavoro. Attiva nel campo della responsabilità sociale d'impresa, Coca-Cola HBC Italia pubblica ogni anno un Rapporto Socio-Ambientale in cui documenta le attività svolte per la comunità, nel mercato, in campo ambientale e sul posto di lavoro. Informazioni dettagliate su Coca-Cola HBC Italia, sulla sua attività e sul suo impegno nel campo della Corporate Social Responsibility sono disponibili sul sito www.coca-colahellenic.it