



www.coca-cola.com.pl

W roku 2006 Coca-Cola obchodzi swoje 120. urodziny. Jest niezmiennie wierna swoim zasadom i wartościom, a jej przesłanie pozostaje uniwersalne i ponadczasowe – oferować orzeźwienie i radość. Wartości marki to optymizm, młodość ducha, autentyczność, przyjaźń i inspiracja. Coca-Cola łączy w sobie siłę tradycji z nowoczesnością przenikającą działania inspirowane zrozumieniem młodych konsumentów i zmieniających się trendów.

Oferta i wartości

Firma Coca-Cola oferuje szeroką gamę napojów bezalkoholowych, z których najpopularniejsza jest oczywiście Coca-Cola, a dokładna receptura słynnego produktu pozostaje ściśle strzeżoną tajemnicą firmy. Inne produkty to gazowane napoje owocowe, wody mineralne, soki, napoje izotoniczne oraz energetyczne, trafiające w upodobania smakowe różnych grup konsumentów na wszystkich kontynentach.

Coca-Cola występuje dzisiaj na świecie w kilku wariantach: bez cukru – Coca-Cola light (w niektórych krajach znana jako Diet Coke), o smaku wiśniowym – Cherry Coke lub waniliowym – Vanilla Coke, a także w wersji bezkofeinowej. W 2006 r. we Francji został wprowadzony nowy produkt – Coca-Cola Black, będący połączeniem napoju Coca-Cola i kawy.

Innowacje i promocje

Coca-Cola stara się dotrzeć do konsumentów, angażując się w wydarzenia dla nich ważne. Szczególnie istotne są zainteresowania młodych ludzi, dlatego kampanie promocyjne marki opierają się głównie na dwóch filarach: muzyce i sporcie.

Przykładem działań związanych z muzyką była przeprowadzona kilkakrotnie we współpracy z MTV kampania promocyjna, podczas której Coca-Cola przygotowała 5 rodzajów płyt, każdą z innym gatunkiem muzyki.

W roku 2005 zaingurowany został projekt Coca-Cola Sound Wave, który obejmował 35 krajów Europy, w tym Polskę. Jego celem było umożliwienie młodym ludziom odkrycie świata muzyki, w którym wspólnie z przyjaciółmi można się bawić i cieszyć życiem. Główną atrakcją był bezpłatny udział w koncertach i festiwalach, na których występowały popularne gwiazdy reprezentujące różne rodzaje muzyki młodzieżowej polskiej i zagranicznej, m.in.: Sistas, Zakopower, Monika Brodka, a także Eamon, JaRule, Fabelous czy Atomic Kitten. Ponadto ważnym elementem projektu był SoundWave Backstage Pass – telewizyjny program w formacie reality show realizowany wspólnie z MTV, dzięki któremu widzowie mogli zerknąć za kuliszy polskiego show-biznesu, a wśród uczestników wyłonionych w drodze castingu jedna osoba wygrała nagrodę główną – roczny kontrakt na asystenta menedżera grupy Sistas.

W roku 2006 do projektów muzycznych Coca-Cola weszła festiwal muzyczny pod nazwą Coke Live Music Festival, który zgromadził ponad 15 tys.



młodych ludzi. Na scenie wystąpiły największe gwiazdy muzyki pop z Polski i z zagranicy.

Zgodnie z ideą wspierania sportu i aktywności fizycznej Coca-Cola jest obecna na polskiej scenie piłkarskiej, organizując ogólnokrajowy młodzieżowy turniej piłkarski Coca-Cola Cup dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjalnych. Jest to największe przedsięwzięcie tego typu w Polsce i jedno z większych w Europie. Coca-Cola Cup wystartował w marcu 1999 r., angażując tysiąc drużyn z całego kraju. Od tego czasu liczba uczestniczących drużyn z każdym rokiem wzrasta. W 2006 r. do rozgrywek zgłosiło się prawie 4830 drużyn, co oznacza udział około 50 tys. młodych ludzi. Turniejowi patronuje Szkolny Związek Sportowy oraz Ministerstwo Sportu. Zainteresowanie wyrażają również media oraz władze lokalne wspierające działania, które propagują aktywny styl życia wśród młodzieży.

W nawiązaniu do Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej firma Coca-Cola uruchomiła specjalny program marketingowy 2006 FIFA WORLD CUP™ oraz promocję konsumencką „Piłka zbliża. Podaj dalej” (w ramach międzynarodowego programu We All Speak Football). Myślą przewodnią kampanii jest przekonanie, że wielkie wydarzenia sportowe zbliżają ludzi, przełamują bariery kulturowe i społeczne. Pozwalają wspólnie przeżywać emocje i się jednoczyć.

Coca-Cola prowadzi również promocje umacniające związek marki ze Świętami Bożego Narodzenia. Ich symbolem jest postać Świętego Mikołaja z butelką Coca-Cola. Przez kilka lat firma organizowała promocję świąteczną pod hasłem Począj Magię Świąt. Na konsumentów czekały miliony nagród – misiów polarnych i czekoladek. O ogromnej popularności świątecznych promocji Coca-Cola świadczy fakt, że do tej pory firma rozdała około 2,5 mln misiów, co oznacza, że statystycznie w co czwartym domu w Polsce można znaleźć misia Coca-Cola.

W 2006 r. Coca-Cola rozpoczęła kampanię „Witaj po radosnej stronie życia. Coca-Cola”, będącą integralną częścią międzynarodowej kampanii „Coke Side of Life”. Celem kampanii jest zwrócenie uwagi na możliwości, jakie daje pozytywne widzenie



rzeczywistości. To także przypomnienie wyjątkowej roli, jaką Coca-Cola spełnia w życiu – zarówno jako produkt, jak i jako marka. Radość, otwartość, optymizm to główne wartości, jakie Coca-Cola

komunikuje swoim konsumentom. To wartości, które mają inspirować do działania i pozytywnego myślenia.

Kontekst rynkowy

Coca-Cola to największy na świecie producent napojów bezalkoholowych. Ponad 50 proc. wszystkich dostępnych dzisiaj napojów orzeźwiających stanowią produkty koncernu Coca-Cola. Dzięki doskonale rozwiniętemu systemowi dystrybucji trafiają one do konsumentów w 200 krajach. Codziennie ludzie na świecie wypijają blisko 1,3 bln napojów Coca-Cola (jeden napój – około 240 ml), czyli około 312 mln litrów. Pod koniec 2005 r. Coca-Cola zdobyła około 40 proc. rynku napojów orzeźwiających w Polsce.

Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

Coca-Cola jest najcenniejszą marką na świecie. Jej wartość szacowana jest na 67 mld dol. według rankingu Interbrand. Charakterystyczny znak Coca-Cola można zobaczyć zarówno na gigantycznych billboardach w centrach światowych metropolii, jak i w odludnych, egzotycznych zakątkach Afryki, Ameryki Południowej i Azji. Sukces firmy Coca-Cola polega na umiejętności jednoczesnego działania na skalę globalną i doskonałego dostosowania się do specyfiki każdego lokalnego rynku. Podejście, które wyraża się w zdaniu: „Myśl globalnie,

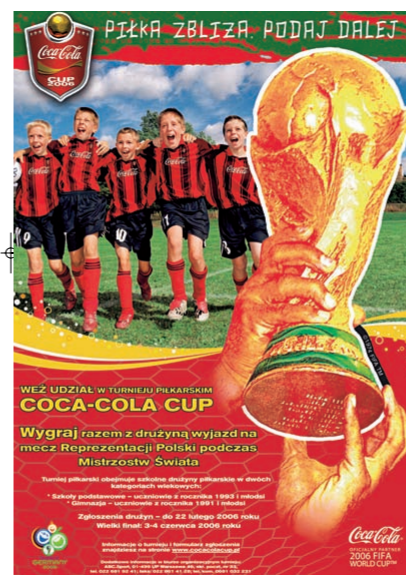
To, czego nie wiedziałeś

- Coca-Cola jest najbardziej znanym znakiem towarowym na świecie. Rozpoznaje go 94 proc. ludzi, a w Polsce nawet 97 proc.
- Coca-Cola zajmuje drugie miejsce na liście słów, które są powszechnie znane (pierwsze miejsce zajmuje słowo OK)
- Gdyby wszystkie wyprodukowane napoje Coca-Cola spływały z wodospadu Niagara z jego normalną prędkością (5,7 mln l na sekundę), trwałoby to 2 dni, 49 godzin i 33 minuty
- Pierwszy napis reklamujący Coca-Cola namalowany został na fasadzie domu w 1894 r. w Casterville (Georgia) i istnieje tam do tej pory

działaj lokalnie”, jest kwintesencją strategii marketingowej firmy.

Coca-Cola jest najstarszym i stałym sponsorem Igrzysk Olimpijskich. Po raz pierwszy pojawiła się na Igrzyskach w 1928 r. podczas IX Olimpiady Letniej w Amsterdamie, kiedy tysiąc skrzypek z napojem dostarczone ekipie olimpijskiej Stanów Zjednoczonych. Zgodnie z tą tradycją, Coca-Cola była sponsorem Igrzysk w Atenach w 2004 r., a także Igrzysk Zimowych w Turynie w 2006 r., współuczestnicząc również w organizacji Sztafety Pochodni Olimpijskiej.

Coca-Cola była obecna na pierwszych Mistrzostwach Świata w Piłce Nożnej w Urugwaju w 1930 r. Od 1978 r. jest oficjalnym sponsorem wszystkich kolejnych Mistrzostw Świata. Zgodnie z tradycją, w roku 2006 przedłużono umowę z FIFA na kolejne 8 lat. Dziś trudno jest wyobrazić sobie największe imprezy sportowe bez udziału Coca-Cola.



1886

John Pemberton, farmaceuta z Atlanty, opracował oryginalną recepturę Coca-Cola i sam sprzedawał średnio dziewięć szklanek napoju dziennie

1888

Prawa do napoju Coca-Cola odkupił inny aptekarz z Atlanty, Asa G. Candler, który założył firmę The Coca-Cola Company

1893

Logo Coca-Cola zostało zarejestrowane jako znak towarowy, a Candler rozpowszechnił je na niezliczonej liczbie innych produktów, m.in. na zegarach i żyrandolach

1906

Coca-Cola oficjalnie przekroczyła granice – butelkowanie napoju rozpoczęło w Panamie, Kanadzie i na Kubie

1919

Ruszyła produkcja w pierwszych rozlewniach w Europie – w Paryżu i Bordeaux

1915

Powstała oryginalna konturowa butelka Coca-Cola

1957

Po raz pierwszy Coca-Cola pojawiła się w Polsce na Targach Poznańskich. W tamtych czasach była synonimem luksusu i wolności. Znana była z opowieści rodaków podróżujących za zachodnią granicę, dostępna tylko w sklepach Pewexu i Baltony

1972

Rozpoczęto produkcję Coca-Cola w Warszawie, początkowo na zasadzie licencji realizowanej przez polskie zakłady piwowarskie. W październiku w Hucie Szkła w Wołominie, ruszyła produkcja butelek. Nowy napój szybko zyskał popularność

1982

Pojawił się pierwszy wariant marki, Coca-Cola light, która natychmiast odniosła rynkowy sukces – już po dwóch latach była trzecim najczęściej sprzedawanym napojem w USA. Na początku roku wprowadzono też nowy slogan reklamowy: „Coke Is It”, mający podkreślić wyjątkowy charakter napoju

1991

Pierwsza bezpośrednia inwestycja koncernu Coca-Cola w Polsce – od tego czasu łączne inwestycje firmy i jej autoryzowanych rozlewni wyniosły około 500 mln dolarów. Dzisiaj Coca-Cola posiada w Polsce 3 zakłady produkcyjne oraz rozlewnię wody źródlanej, a także największą sieć dystrybucji spośród wszystkich producentów napojów w kraju

