

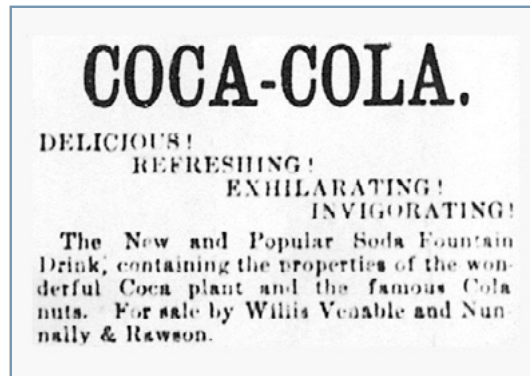
Coca Cola

Le origini

Nel 1886 ad Atlanta, un droghiere farmacista di nome John S. Pemberton crea da anni rimedi medicamentosi e semplici elisir dissetanti. Ne crea uno particolarmente interessante per combattere le nevralgie. È a base di alcool ed estratti di noce di cola. Con l'aggiunta di caffeina, zucchero, glicerina ed altri estratti diventa gradevolissimo ed unico. Successivamente sostituisce l'alcool con l'acqua e il sapore migliora. Infine aggiunge un tocco di caramello per dare la giusta colorazione.

Il nome della bibita lo inventa il contabile del droghiere, Frank M. Robinson che accosta i nomi dei due principali ingredienti. Inventa anche il logo, con la sua grafia un po' svolazzante ma inimitabile. Nasce così il marchio Coca Cola.

Il 29 maggio dello stesso anno la bibita viene pubblicizzata sul quotidiano della città:



“COCA COLA, DELICIOUS! REFRESHING! EXILARANTING!”

La comunicazione nella crisi del 1929...

Poco prima della grande crisi del 1929, arriverà il colpo di genio che dà inizio ad una preciso messaggio nella loro comunicazione. Viene infatti lanciata la campagna "The pause that refreshes" (La pausa che ristora).



Bere Coca Cola significa fermare il tempo ed entrare nel regno della felicità, dove non c'è spazio per le preoccupazioni.

...e durante la Seconda Guerra Mondiale.

Ma la conquista del mercato mondiale avviene durante la Seconda Guerra Mondiale, grazie a una strategia di marketing rivoluzionaria. Si intuisce che l'unico modo per uscirne commercialmente attivi è quello di partecipare direttamente al conflitto.

Viene scritta una relazione in cui si spiega ai capi dell'esercito come sia importante per i soldati impegnati al fronte avere a portata di mano una Coca Cola.

La bibita è il simbolo della vita civile, della famiglia, della patria e della libertà che stanno difendendo.



Lo stato maggiore dell'esercito mette a disposizione un gruppo di graduati che hanno il compito di mantenere costanti le scorte della bibita in ogni reparto. L'ordine è categorico: **nessun soldato avrebbe dovuto sentire la mancanza della Coca Cola.**

Alla fine della guerra le bottiglie vendute saranno 5 miliardi e ogni paese colpito dal conflitto avrà i propri impianti di imbottigliamento, montati dall'esercito.

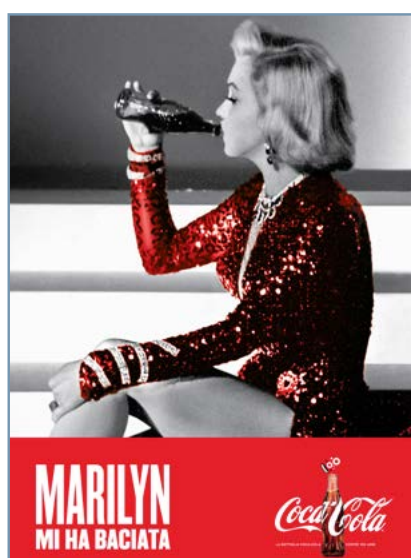
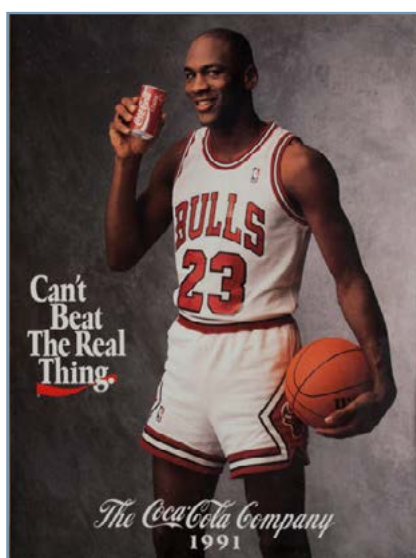
La bibita diventa per tutti il simbolo dell'America e della libertà.

La comunicazione ai giorni nostri

Nel leggere le campagne che da allora hanno accompagnato la fortuna della Coca Cola, si può notare che il concetto è sempre lo stesso: quello del “ristoro”.

Coca Cola è una di quelle cose che rendono piacevole la vita, un simbolo di ospitalità e di amicizia.

La bibita ha sempre seguito l'evolversi delle società, soprattutto nell'immagine e uno dei punti di forza della sua comunicazione è stato l'uso dei testimonial: l'utilizzo dei divi per la pubblicità portò alla bibita una grande notorietà di marca.



Molta importanza nella strategia comunicazionale viene data anche al punto vendita e a tutta una serie di promozioni, fra cui buoni-assaggio e gadget come calendari, poster, penne, ecc.