



10.06.2003 - 16:30 Uhr

Coca-Cola et "Chihuahua"

Brüttisellen (ots) -

Prenez un mambo des années 30, remixez-le et ajoutez-y Coca-Cola - vous obtiendrez alors un spot TV réussi ainsi qu'un véritable hit en Espagne. Ce succès semble maintenant se poursuivre en Suisse également.

Le lien étroit qui unit la musique et la publicité est relativement connu. Pourtant, il arrive parfois que le lien entre le nom de la marque, la musique et les consommateurs devienne si fort que le résultat dépasse l'objectif réel en matière de marketing et se transforme en un véritable phénomène culturel indépendant.

C'est exactement ce qui s'est passé l'été dernier en Espagne avec la campagne publicitaire "Chihuahua". Non seulement le spot TV est devenu la campagne publicitaire la plus discutée de l'année, mais sa bande-son a également été propulsée en tête des charts - "Chihuahua" est devenu le synonyme du feeling Coca-Cola, exprimant la joie de vivre et le plaisir avec les amis.

Le spot TV "Chihuahua" va être diffusé cet été en Suisse également. L'idée de ce spot TV est de présenter Coca-Cola comme une marque capable de transformer les situations quotidiennes en moments magiques. L'histoire se déroule dans le métro. Un musicien de rue rasta entre dans le wagon et commence à jouer une chanson de blues mélancolique sur sa guitare. Au lieu de lui donner quelques pièces de monnaie, un passager lui offre une gorgée de son Coca-Cola - l'effet est immédiat! Avec une nouvelle énergie, le rasta passe alors au rythme entraînant du mambo et demande à tous les passagers puis au conducteur de se joindre à lui pour chanter le refrain de "Chihuahua". Le changement d'ambiance et d'objectif est parfait.

En Suisse aussi, la chanson de DJ Bobo "Chihuahua" est déjà un succès total, permettant de poursuivre la symbiose. Voici l'histoire de cette chanson: Coca-Cola Espagne recherchait un interprète pour créer une nouvelle version de la chanson. L'artiste suisse DJ Bobo fut alors chargé de composer et de produire cette nouvelle version. C'est ainsi que naquit un mambo avec une musique et un texte totalement nouveaux, ne reprenant que l'expression "Chihuahua" de la chanson originale. La chanson est rapidement devenue le hit de l'été et s'est propulsée à la tête des charts espagnols en quelques semaines seulement - sur la couverture du CD figure le mot "Chihuahua" écrit dans le style du logo Coca-Cola. La chanson a atteint la place n° 1 au Top 40 espagnol et la place n° 2 dans la liste des meilleurs hits du prestigieux magazine Billboard. Au hit-parade suisse, "Chihuahua" se trouve pour le moment en deuxième position, en Italie à la place n° 2, en France à la place n° 3, au Mexique à la place n° 1, en Belgique à la place n° 8 du Top 50 et en Tchèque à la place n° 2.

Le mot "Chihuahua" a même fait son apparition dans la langue de tous les jours, où il est employé au lieu de "OK" ou de "cool", équivalant à une expression d'optimisme. En Italie, les jeunes se saluent déjà en se disant "Chihuahua" au lieu de "Ciao".

Contact:

Sabine Baumgartner
Coca-Cola SA
Tél. +41/1/835'94'74

Fax +41/1/835'94'73

E-Mail: sabaumgartner@eur.ko.com

Internet: www.coca-cola.ch, www.cokeconcert.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000818/100463899> abgerufen werden.