

01.06.2007 - 09:50 Uhr

Coca-Cola amène l'UEFA EURO 2008 directement chez les fans



Brüttsellen (ots) -

- Indication: Une image peut être téléchargée sous:
<http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmid=100000818> -

Encore 373 jours jusqu'au coup d'envoi de l'UEFA EURO 2008. En tant que EUROTOP partenaire, Coca-Cola est en pleins préparatifs pour cet événement sportif de grande envergure. Avec "Football on the Coke Side of Life", Coca-Cola lance son plus grand programme de football en Suisse à ce jour.

Depuis l'automne 2006, l'équipe de Coca-Cola en charge du projet de l'UEFA EURO 2008 se prépare à ce grand événement sportif. 19 collaborateurs travaillent aujourd'hui aux côtés du General Manager Frank van der Heijde. "En tant que EUROTOP partenaire de l'UEFA, nous nous sommes fixés pour objectif d'amener l'UEFA EURO 2008 directement chez les fans", explique van der Heijden.

La fièvre monte

L'enquête "Coke Insider Research"¹ prouve d'ores et déjà le grand intérêt suscité par l'UEFA EURO 2008. La Coupe d'Europe de football est un thème qui intéresse déjà une grande partie de la population ; les consommatrices et consommateurs de Coca-Cola sont encore plus intéressés que la moyenne de la population.

Avec Coca-Cola, les fans de football deviennent des insiders

Dans le cadre du "programme des portes-drapeaux de Coca-Cola", quelques 500 adolescents (dont env. 250 seront originaires des pays organisateurs) pourront porter le drapeau dans le stade pour un des 31 matchs et suivre le match depuis les tribunes.

"Avec le "Programme Coke Insider", Coca-Cola permet à de nombreux fans de réaliser leur rêve. Ce programme propose à plus de 100

passionnés de football de jeter un coup d'oeil sur les coulisses. Le "Pass Insider" donne un accès quasiment illimité à la plupart des domaines de l'UEFA EURO 2008. Un tour du stade, une visite dans un véhicule de retransmission en direct ou dans le studio d'une chaîne de télévision, la participation à l'échauffement d'une équipe directement avant le match ne sont que quelques exemples qui caractérisent ce programme. "Nous effectuons le programme le plus grand et le plus complet dans l'histoire de Coca-Cola en Suisse", explique Flavio Calligaris-Maibach, Marketing Manager Coca-Cola.

Un grand tirage au sort toutes les 90 minutes

A partir de septembre 2007, Coca-Cola fera vibrer la Suisse au rythme de l'Euro. Pendant 300 jours, nous tirerons au sort toutes les 90 minutes des billets pour des matchs de l'UEFA EURO 2008, des téléviseurs à écran plat et des articles pour les fans. Ainsi, Coca-Cola propose à tous ceux qui n'ont pas pu acheter de billet la chance de participer en direct à cet événement ou de vivre cette atmosphère exceptionnelle chez eux.

Au niveau mondial, Coca-Cola joue un rôle de précurseur dans le sport

Coca-Cola et le sport font parfaitement équipe depuis des décennies. Les partenariats avec de grandes organisations sportives représentent une part importante de l'engagement de l'Organisation Coca-Cola dans le monde entier (partenaire de l'UEFA, de la FIFA et du CIO). Outre des boissons rafraîchissantes et des moyens financiers, Coca-Cola apporte sa contribution par de multiples prestations de service et par son expérience, dont profitent les organisateurs, les sportifs et les fans. Coca-Cola apporte son soutien au football depuis plus de 70 ans. La collaboration avec l'UEFA (Union of European Football Associations), prorogée en 2005, a été mise en place dès 1988.

(1) Enquête réalisée par SPECTRA en mai 2007 pour Coca-Cola

Contact:

Pia Lehmann
Coca-Cola Schweiz
Stationsstrasse 33
8306 Brüttsellen
Tél.: +41/44/835'94'72
E-Mail: plehmann@eur.ko.com
Internet: <http://www.coca.colach>

Philipp Bodzenta
Coca-Cola Autriche
Triesterstrasse 217
1230 Wien
Tél.: +43/1/66'17'10
E-Mail: pbodzenta@eur.ko.com

Medieninhalte



Coca-Cola bringt die UEFA EURO 2008TM direkt zu den Fans / Coca-Cola amène l'UEFA EURO 2008TM directement chez les fans Bildlegende von links nach rechts: Frank van der Heijden, Charles Salomons, Sascha Kretz (Gewinner), Graciella Huber und Flavio Calligaris Weiterer Text über ots. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "ots/Coca-Cola AG". Texte complémentaire par ots. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Impression sous indication "ots/Coca-Cola AG" Lebensmittel, Veranstaltung, Sport, Sponsoring

