

## Bistecca o cotoletta? Coca-Cola ti fa scegliere con IGPDecaux

**Milano, 30 maggio** – Meglio la pizza alta o la pizza bassa? Bistecca o cotoletta? De Gustibus! **Coca-Cola** sceglie **Milano, Napoli** e **Roma** per promuovere la campagna opzionale promossa attraverso la comunicazione Out Of Home delle **Creative Solutions** di **IGPDecaux** on air dal 28 maggio per 14 giorni.

Per questa iniziativa verranno realizzate due brand pensiline a Milano, due nella città di Napoli e la creazione di un Mupi interattivo, impianto di arredo urbano informativo, nella stazione metropolitana Spagna di Roma decorata con una Station Domination.

Negli impianti di IGPDecaux verranno ripresi e inseriti i sondaggi promossi sui canali social e web di Coca-Cola Italia, permettendo a ogni passante di scegliere il piatto proposto più gradito. All'interno delle vetrine, delle pensiline e del Mupi verranno inseriti due bottoni touch per la scelta: un performer, coinvolgerà attivamente le persone, invitandole a dare una preferenza tra le due proposte. Un contatore si aggiornerà in tempo reale, aumentando in base alle preferenze scelte con un sistema audio che entrerà in funzione dopo ogni votazione per ringraziare i passanti del contributo.

L'attività realizzata e prodotta da **IGPDecaux** si inserisce nel progetto più ampio del noto brand internazionale Coca-Cola ("De Gustibus!"): "i gusti sono gusti ma con il sapore di Coca-Cola mangiare insieme diventa speciale!"

La pianificazione e la scelta delle posizioni centrali nelle tre grandi città di Milano, Napoli e Roma, vogliono raggiungere un grande flusso di persone generando grazie alla campagna, un dibattito coinvolgente. Il progetto è stato ideato e prodotto dalle **Creative Solutions di IGPDecaux** e la campagna "**De Gustibus**" di **Coca-Cola** è stata realizzata in collaborazione con l'agenzia creativa **McCann Worldgroup Italia**, il centro media **Mediacom** e l'agenzia WPP specializzata nella pianificazione OOH **Kinetic**.

#DeGustibus

Cifre chiave IGPDecaux:

- Fatturato 2017: 130.3 milioni di euro
- Dipendenti: 318
- Presente in 147 città italiane
- 88.193 facce pubblicitarie
- 13.713 mezzi di trasporto
- 954 poster
- 72 grandi formati luminosi
- 10.916 impianti di arredo urbano
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino)
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino)
- Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001

