**Coca-Cola navega no Tejo com comunicação inédita**

**A Coca-Cola escreve mais um capítulo na sua história de amor com Portugal e transforma o catamarã Antero de Quental num verdadeiro ícone flutuante. Trata-se da primeira vez que um barco da Transtejo Soflusa é decorado com uma comunicação de marca, numa ação inédita que pretende reforçar a ligação da Coca-Cola aos portugueses.**

Inspirado nos **tradicionais lenços dos namorados**, **o barco Coca-Cola vai navegar** entre as duas margens do rio **como uma ponte bordada sobre o Tejo**, **símbolo de encontros, partilhas e histórias de amor.**

**Diogo Martins, Diretor de Marketing da Coca-Cola para Portugal**, afirma que “*Este é um projeto disruptivo no nosso panorama de meios publicitários, que mostra bem o que queremos enquanto marca: celebrar o que une os portugueses e todos aqueles que nos visitam com uma comunicação local relevante. O Tejo é um símbolo de movimento, de encontros e de ligação. Não podíamos encontrar palco melhor para reforçar a história de amor da Coca-Cola com Portugal, que já atravessa gerações*”.

A escolha do barco surge do desafio de **trabalhar a iconicidade da Coca-Cola em Portugal através de algo visível, disruptivo e permanente**. “*Mesmo nascida do outro lado do Atlântico, a Coca-Cola sabe a casa. Acompanha-nos em momentos únicos, seja num restaurante sofisticado ou numa tasca de bairro, ao lado de um Cozido à Portuguesa, de um Bacalhau à Gomes de Sá ou de um faduncho. Sabe a nós, sabe a Portugal. Foi essa história de amor que quisemos contar no barco Coca-Cola*”, refere Ana Clemente da EssenceMediacom, responsável por este projeto, com a definição criativa da VML.

O nome do catamarã escolhido é também simbólico: Antero de Quental foi uma das grandes figuras da literatura e do pensamento português do século XIX, que dedicou a vida a pensar Portugal e a falar de amor — amor à pátria, à cultura, às pessoas. “*Tal como a Coca-Cola*”, refere Diogo Martins, acrescentando que “*esta iniciativa ganha assim ainda mais relevância cultural, unindo a tradição literária à celebração contemporânea da marca Coca-Cola*.”

O catamarã Antero de Quental estará decorado por um período inicial de seis meses, mas a ambição é que esta presença se prolongue no tempo, tornando-se um marco visual e emocional da cidade.

“*Desde sempre que o Tejo faz parte da cidade de Lisboa. A Coca-Cola desafiou-nos a pensar num projeto que enquadrasse a marca com um espaço icónico da cidade. O “cacilheiro” foi desde sempre o ponto de ligação entre as duas margens do rio e, por isso, faz parte da história da cidade. Mais recentemente, os catamarãs. Assim, este projeto responde claramente ao briefing da marca garantindo uma perfeita integração da Coca-Cola com a identidade de Lisboa e de Portugal*.”, refere Vera Paulino da **MOP**.

**Porque a Coca-Cola ❤️ Portugal.**

**E Portugal ❤️ Coca-Cola.**

**Ficha Técnica**

* **Marca:** Coca-Cola
* **Projeto:** Decoração do catamarã *Antero de Quental*
* **Inspiração Criativa:** Bordados dos Lenços dos Namorados
* **Agência Criativa:** EssenceMediacom
* **Parceiro de Meios:** MOP
* **Duração:** 6 meses (com possibilidade de extensão)
* **Localização:** Travessia Lisboa – margem Sul do Tejo

**Para mais informações contactar:**

Filipa Fonseca | +351 917 176 862 | [filipa.fonseca@lift.com.pt](mailto:filipa.fonseca@lift.com.pt)

Marta Dias | +351 910 603 485 | [marta.dias@lift.com.pt](mailto:marta.dias@lift.com.pt)