**Quando o Tejo fala de amor: Coca-Cola atravessa o rio inspirada nos lenços dos namorados**

**Entre Lisboa e a margem sul, há agora um barco que leva consigo uma história de amor. A Coca-Cola transformou o catamarã Antero de Quental num ícone flutuante, inspirado nos tradicionais bordados dos lenços dos namorados.**

Símbolos de encontros e partilhas, esses bordados ganham nova vida no Tejo, que passa a ser palco de uma celebração muito portuguesa. Mais do que uma intervenção visual, este barco é uma **ponte bordada de afetos, que une as duas margens com o vermelho da Coca-Cola — marca que há décadas faz parte das mesas e das tradições de Portugal**.

“*A Coca-Cola tem uma longa tradição de proximidade com os portugueses, tendo pautado a sua história no país por iniciativas relevantes para os consumidores. Decorar um barco no Tejo, em Lisboa, é não só uma inovação no nosso plano de comunicação, como uma celebração do que une os portugueses e todos aquele que visitam Lisboa. Não podíamos encontrar palco melhor para reforçar esta história de amor que já atravessa gerações*”, afirma **Diogo Martins, diretor de marketing da Coca-Cola para Portugal**.

“*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*”, acrescenta Ana Clemente da **EssenceMediacom**, responsável pela estratégia deste projeto pioneiro, com a definição criativa da VML.

“*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**.

O barco Coca-Cola vai navegar durante seis meses, mas a ambição é que se torne um **marco emocional e visual da cidade** — um brinde flutuante à tradição e ao amor que Portugal sente pela Coca-Cola.

**Porque a Coca-Cola ❤️ Portugal.**

**E Portugal ❤️ Coca-Cola.**

**Para mais informações contactar:**

Filipa Fonseca | +351 917 176 862 | filipa.fonseca@lift.com.pt

Marta Dias | +351 910 603 485 | marta.dias@lift.com.pt