

La marca presenta la edición limitada de 30.000 botellas exclusivas

## COCA-COLA LIGHT SE VISTE DE GALA CON LAS CREACIONES DE OCHO DISEÑADORES ESPAÑOLES COMO COLOFÓN DE SU 25 ANIVERSARIO

- **Amaya Arzuaga, davidelfin, Devota & Lomba, Duyos, Francis Montesinos, Lydia Delgado, Miriam Ocariz y Roberto Verino** han explicado las claves que han inspirado sus propuestas.
- Los ocho diseñadores españoles, pertenecientes a la Asociación Creadores de Moda de España, se suman a la lista de los grandes **diseñadores internacionales que han vestido la botella de Coca-Cola Light como Manolo Blahnik, Karl Lagerfeld, Nathalie Rykiel y Roberto Cavalli.**
- Esta acción se suma a las diferentes acciones que está desarrollando la marca con motivo de su 25 aniversario en nuestro país.
- La revista YO DONA, que se distribuye todos los sábados con el diario El Mundo, impulsó desde el primer momento esta creativa asociación entre Coca-Cola y los diseñadores españoles. No en vano, la revista ha apoyado desde su lanzamiento hace ahora cinco años el trabajo de los creadores españoles.
- La Asociación Creadores de Moda de España, asociación profesional que aglutina la creación de moda en España con sus 32 marcas asociadas, se suma a Yo Dona y Coca Cola Light en la promoción de la moda de España unida a la marca universal Coca Cola.

**Madrid, 30 de junio de 2010.** Coca-Cola Light, la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) y YO DONA han presentado esta mañana en el Room Mate Óscar de Madrid la edición limitada de 30.000 botellas de la marca vestidas con las creaciones de ocho diseñadores españoles como colofón al 25 aniversario de la bebida en España.

**Amaya Arzuaga, davidelfin, Devota & Lomba, Duyos, Francis Montesinos, Lydia Delgado, Miriam Ocariz y Roberto Verino** han sido los elegidos para plasmar su estilo y personalidad en los diseños de cada botella, utilizando algunos de ellos la inspiración de sus colecciones de moda más recientes.

Colores como el **rosa, el rojo, el gris metalizado o el blanco** están presentes en estas botellas exclusivas, así como motivos decorativos como las **hormigas de davidelfin, pequeñas gotas de Miriam Ocariz, conchas de mar de Francis Montesinos, moléculas de agua de Modesto Lomba, flores de Juan Duyos, burbujas de Coca-Cola de Roberto Verino o collares de perlas de Lydia Delgado.**

Para **David Delfín**, “Ha sido muy fácil trabajar en este proyecto porque me gusta mucho la marcha y el producto. He intentado plasmar en mi diseño, uno de los iconos que me ha inspirado en los últimos años y utilizado en nuestro primer desfile en Pasarela Cibeles. Las hormigas”.

Por su parte, **Miriam Ocariz** afirma “Me he basado para el diseño de mi botella en la sensación de frescor, en las gotitas y en el sonido efervescente que se produce al destapar unan Coca-Cola. Participar en este tipo de proyectos es siempre un reto para nosotros, porque te enfrentas a algo distinto, que te ayuda a salir de tu monotonía de trabajo. Es interesante ver un diseño tuyo en una botella de Coca-Cola”.

Cada uno de ellos ha revelado las claves de sus propuestas y, de esta manera, se han sumado a la lista de grandes diseñadores internacionales que han dejado su seña de identidad plasmada en la botella de Coca-Cola Light. **Nathalie Rykiel, Roberto Cavalli, Manolo Blahnik y el más reciente Karl Lagerfeld han sido algunos de los creadores que se han dejado seducir por la personalidad de Coca-Cola Light.**

Para **Modesto Lomba**, presidente de la Asociación Creadores de Moda de España (ACME), “**Coca-Cola se viste por primera vez de moda española, una unión en la que los diseñadores españoles crean una imagen única del producto más universal**”.

Según **Charo Izquierdo**, directora de la revista YO DONA, "en la revista no queremos hacer distinción entre la moda española y las demás. La moda es la moda, independientemente de su nacionalidad; la creación es la creación. Muchos de los diseñadores españoles están a la altura de lo que se hace en las grandes capitales de la moda y, si bien en este proyecto no están todos los que podrían figurar por la calidad de su obra y diseño, de lo que no me cabe duda es de que los que participan están entre lo mejor de nuestro diseño. En la revista YO DONA nos gusta dar un contenido internacional a lo que hacemos. Por eso quisimos impulsar esta acción que llamaría la atención de cualquier país, con la bebida más internacional. Y por otro lado, queremos estar cerca de nuestros diseñadores. Por eso, la complicidad con ellos, a través de ACME."

Con esta acción la marca continúa la celebración del 25 aniversario de su lanzamiento en nuestro país, donde en la actualidad cuenta con más de 8 millones de consumidores.

## **EL REFRESCO LIGHT MÁS CONSUMIDO DE ESPAÑA**

Coca-Cola Light fue el primer refresco bajo en calorías que se comercializó en el mercado español. Su nacimiento en 1984 marcó un hito en el segmento de bebidas refrescantes en nuestro país, creando una categoría hasta esos años casi inexistente.

Coca-Cola Light o Diet Coke, como se conoce en algunos países, comenzó a comercializarse en Estados Unidos en 1982 y actualmente es la tercera marca de bebidas refrescante más consumida en el mundo.

Parte del éxito y enorme aceptación por parte de los consumidores de todo el mundo ha sido gracias a la buena imagen de la marca y a sus famosas campañas de publicidad.

Artistas internacionales de la talla de Julio Iglesias, y Rene Russo fueron los encargados de presentar la nueva bebida baja en calorías en nuestro país.

A ellos le siguieron: Whitney Houston, Demi Moore, Paula Abdul y Elton John. Pero no fue hasta 1994, cuando la imagen de Coca-Cola Light acaparó la pequeña pantalla con el anuncio de “**La hora Coca-Cola Light**” o el “**Chico Coca-Cola Light**”. Esta campaña revolucionó la publicidad de la época y el papel de la mujer en la publicidad, logrando incorporar a los hombres en el consumo de bebidas light. La campaña logró cautivar a los consumidores, creando un nuevo momento de consumo y aumentando las ventas de la marca cerca de un 20%.

Coca Cola Light, sigue siendo a día de hoy el líder indiscutible dentro del segmento de colas light, con más de 8 millones de consumidores.

#### **Acerca de The Coca-Cola Company**

*Coca-Cola es la mayor compañía de bebidas a nivel mundial, que refresca a millones de consumidores con más de 450 marcas de bebidas carbonatas y no carbonatadas. Junto con Coca-Cola, reconocida como la marca más valiosa del mundo, el porfolio de la Compañía incluye otras 12 marcas valoradas en mil millones de dólares, como Coca-Cola Light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, Powerade, Minute Maid Georgia Coffe, entre otras. Mundialmente, Coca-Cola es el proveedor número uno de bebidas carbonatadas, zumos, bebidas para deportistas, té y cafés listos para tomar.*

#### **Acerca de la Asociación Creadores de Moda de España**

*La Asociación Creadores de Moda de España es una organización profesional sin ánimo de lucro integrada por diseñadores procedentes de toda la geografía española. Fundada en 1998 por Modesto Lomba, Jesús del Pozo, Elio Berhanyer, Antonio Pernas, Angel Schlessler y Roberto Verino. En la actualidad cuenta con 32 marcas de moda asociadas. Sus metas son promover y promocionar el diseño de moda español y las marcas asociadas dentro y fuera de nuestras fronteras, entendiendo la moda no sólo como parte de la cultura, sino también como economía. Un marcado carácter que hace que la Asociación Creadores de Moda de España sea la única de esta índole en nuestro país.*

#### **Sobre la revista YO DONA**

*La revista YO DONA se distribuye todos los sábados con el diario El Mundo. Revista semanal femenina de alta gama, la moda es uno de sus pilares en los que se basa y en esta materia se ha convertido en medio de referencia, Creada en 2005, desde su nacimiento ha apostado por el apoyo del sector de la moda española. Presente en todas las ediciones de la pasarela Cibeles, dos veces al año realiza especiales de moda española. Participa también en otros certámenes y ferias que tienen a la moda española como protagonista, tales como 080 o The Brandery. Además, la revista YO DONA ha realizado diversos coloquios de moda, tanto española como internacional, que han servido como lugar de encuentro en el que analizar la situación de este sector de la cultura y la actividad económica española.*