**Великобритания (3 апреля 2023 года)** – Сегодня Coca-Cola представляет новую глобальную кампанию и платформу “Рецепт волшебства”. Посвященную волшебству совместных трапез и невероятной близости людей, которая возникает, когда мы собираемся вместе с близкими, чтобы получить удовольствие от еды.

**Цель кампании – побудить людей собираться вместе и совместно готовить не только еду к праздничному столу.**

Ведущая креативного контента “A Recipe For Magic” – поклонница кулинарии и мама Джиджи Хадид.

> “Готовить – это моя любовь. Это продолжение моего творчества”, – говорит Хадид. “Я узнала, об этом от своего отца, что приготовление пищи связано с тремя вещами: интуицией, самовыражением и общением с другими”.

В то время как творческий контент с участием Хадид и ее друзей будет запущен на некоторых мировых площадках, включая Великобританию. Влиятельные люди по всему миру также проведут кампанию в реальной жизни.

*В Великобритании стартует кампания Coca-Cola с участием известной гурманки и мамы Джиджи Хадид. Она отмечает красоту совместных трапез и стремится вдохновить на более осмысленное проведение трапезы. Реклама с участием Джиджи Хадид появится на ТВ, VOD, в кинотеатрах, OOH и социальных сетях в апреле и мае.*

“**В компании Coca-Cola мы давно признали способность еды объединять людей для получения положительного совместного опыта. Когда мы изучили данные по этому вопросу и увидели отношение людей к приему пищи. Мы заметили, что несмотря на жизнь в условиях высоких технологий, люди стремятся к более тесному общению**“, – сказала Элиф Кайпак, руководитель глобального бренд-маркетинга компании The Coca-Cola Company. “**Исследования показывают, что люди хотели бы чаще разделять трапезу с близкими. А совместная трапеза напоминает им о важности общения с другими людьми**“.

Согласно исследованиям, каждый второй опрошенный покупатель во всем мире согласен с тем, что Coca-Cola помогает сделать встречи более приятными. *И около 86% опрошенных покупателей во всем мире считают, что Coca-Cola делает любую совместную трапезу лучше*.

> Мы надеемся, что запуск кампании “Рецепт волшебства” вдохновит людей собраться вместе за едой. И мы разработали кампанию на основе трех простых и важных ингредиентов. Они помогают сделать этот момент действительно волшебным и это: миг, еда и Coca-Cola!” – сказал Кайпак.

Запущенная по миру, включая США, Канаду, Латинскую Америку, Европу, Китай, Японию.  Кампания является последним проявлением мировой философии бренда Coca-Cola “Real Magic”. Она основывается на вере в то, что повседневные или запланированные дни. А моменты трапезы становятся волшебными, когда ими наслаждаются все вместе. Все, что для этого нужно, это простое сочетание правильных ингредиентов – хорошей компании, правильной еды и ледяной Coca-Cola.