



Eventi

A cena tra le stelle su una piattaforma sospesa a 50 metri di altezza con Coca-Cola e Gruppo Roncaglia

A seguito della vittoria in una gara, l'azienda ha affidato all'agenzia romana lo sviluppo di una attività concorsuale legata alla linea di prodotti Coca-Cola senza zucchero e senza calorie. L'iniziativa, che terminerà il 15 marzo, mette in palio 10 weekend a Bruxelles con inclusa l'esperienza di una 'Dinner in the Sky', una cena su una piattaforma sospesa a 50 metri di altezza, preparata e servita da uno chef stellato.

Coca-Cola Hbc Italia ha affidato al **Gruppo Roncaglia**, a seguito della **vittoria in una gara**, lo sviluppo di una attività concorsuale legata alla linea di prodotti **Coca-Cola senza zucchero e senza calorie**.

Il concetto di **gusto unito a leggerezza** è stato dunque il focus nello sviluppo di **'Cena tra le stelle'**, il concorso (con scadenza il 15 marzo) che mette in palio **10 weekend a Bruxelles** con inclusa la partecipazione a una esperienza indimenticabile: la **'Dinner in the Sky'**, una **cena su una piattaforma sospesa a 50 metri di altezza, preparata e servita da uno chef stellato**.

Un premio unico nel suo genere, dedicato a tutti coloro che desiderano trasformare un cena di qualità in un **momento magico**. Ciascuno dei 10 vincitori potrà portare con sé un accompagnatore. Lo chef, assistito dal suo staff, accoglierà i partecipanti con uno champagne di benvenuto, seguito da 5 portate, bevande, caffè e brandy.

“Leggerezza, divertimento e varietà di prodotti - evidenzia **Antonio Bruno (in foto a destra)**, loyalty & promotion manager del Gruppo Roncaglia - questa è l'atmosfera che abbiamo voluto raccontare ai clienti Coca-Cola attraverso la scelta di **un premio esperienziale** in grado di unire il piacere della compagnia, la buona cucina e la condivisione di un evento esclusivo”.

“Siamo felici di misurarci con una nuova sfida ingaggiante e di collaborare con un marchio di rilievo come Coca-Cola HBC Italia - osserva **Giulia Roncaglia (in foto a sinistra)**, azionista del Gruppo -. Sempre più aziende richiedono innovazione per trasferire un concetto chiaro e preciso ai consumatori. Un plus di questo progetto è sicuramente **l'emozione**, da sognare e da vivere, che coinvolge i partecipanti amplificando **la relazione con il brand**”.