

Coca-Cola light hyllar uttrycksfullhet med ny design

Dags för ny design på burkarna av Coca-Cola light? *You bet.*

Nu lanserar



© 2020 The Coca-Cola Company.

Coca-Cola i Sverige ett nytt och spännande utseende på burkarna av Coca-Cola light. Den nya designen är en hyllning till uttrycksfullhet och inspirationen är hämtad från uttryck som många älskar att använda sig av.

De nya burkarna lanseras i fyra olika versioner för att konsumenter ska kunna välja den som bäst passar humöret för stunden, oavsett om de bara känner för att *get it*, vill ropa *I'm in* eller tycker att livet är *on top*.

- Den nya limited edition-designen med fyra olika uttryck på burkarna av Coca-Cola light tror vi kommer uppskattas. Vi vill skapa uppmärksamhet för en omtyckt produkt som funnits i Coca-Colas portfölj länge samt återetablera Coca-Cola light inom populärkulturen genom att använda moderna uttryck, säger Cecilia Lindau, Senior Brand Manager på Coca-Cola AB.

Coca-Cola light har en lättare colasmak än Coca-Cola original och har länge varit en storfavorit för de som önskar släcka törsten med ett sockerfritt alternativ. De nya burkarna finns på hyllorna redan nu och går att hitta i butik till och med augusti.