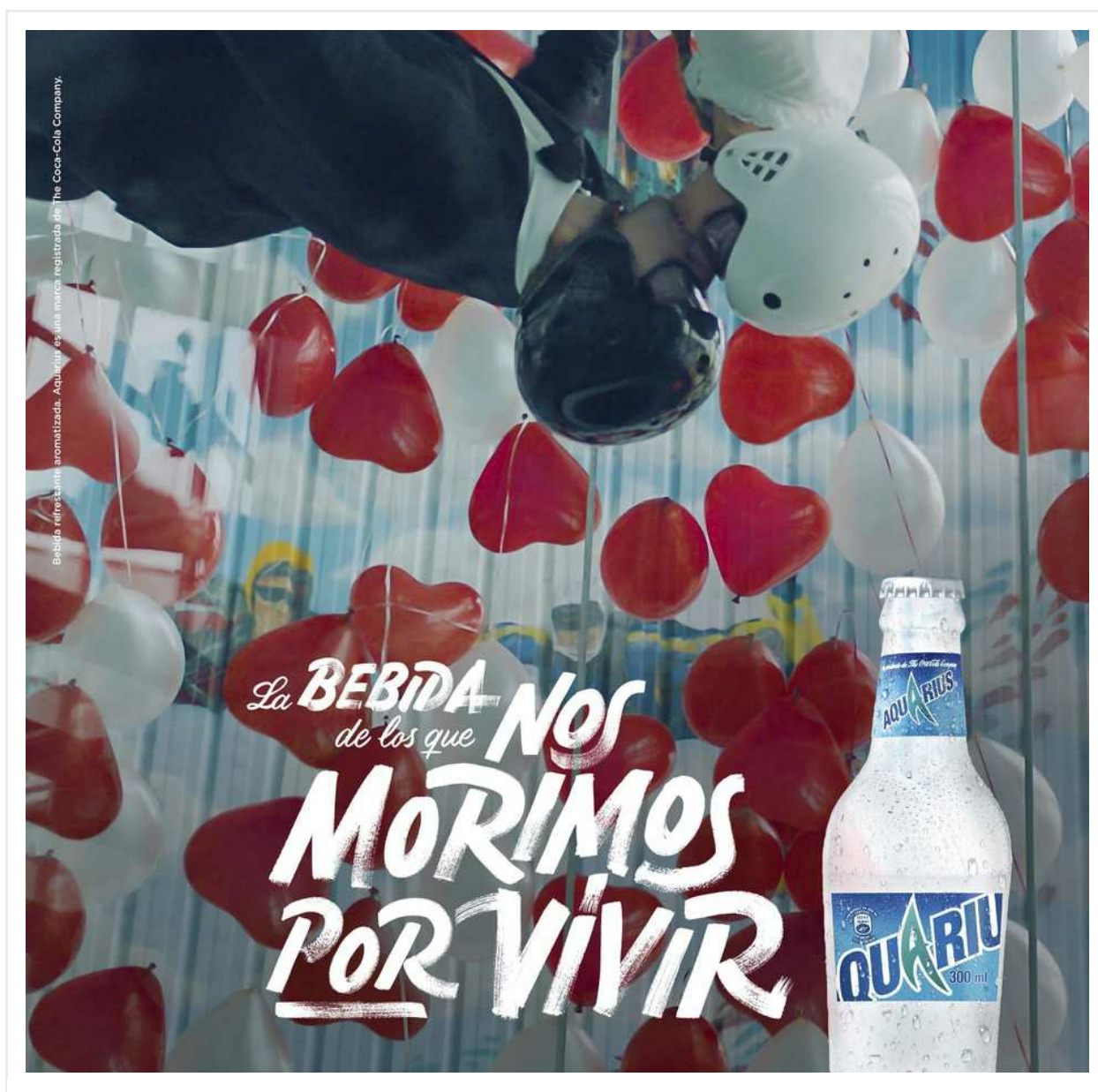


Alimarket

'Aquarius' crece un 7% y se consolida como cuarta marca de refrescos

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 17/01/2017 [Refrescos](#)



La bebida refrescante 'Aquarius', de Coca-Cola, se consolida como la cuarta marca del sector más grande en nuestro país, ya que **en 2016 sus ventas crecieron un 7% hasta situarse sobre los 228 MI.** Desde su lanzamiento en 1991, 'Aquarius' ha ido aumentando su gama de variedades: 'Aquarius' (con sabor original y naranja), 'Aquarius Zero' (cero azúcares, cero calorías, con sabor a original y naranja) y, desde el año pasado con 'Aquarius Vive' (baja en

calorías, en los sabores de lima-limón y tropical) y **con un aporte diferencial como fuente de Zinc, Vitamina B3, y extracto de baobab**. Este año, 'Aquarius Vive' ha sido reconocida como "Sabor del Año 2017" por los consumidores dentro de la categoría de bebidas refrescantes sin gas.

Como ya adelantamos, la marca es una de las grandes apuestas de la compañía en el mercado español. Para apoyarla, lanza su nueva campaña en la que hace un llamamiento al disfrute de la vida con el **eslogan “La bebida de los que nos morimos por vivir”**. Con esta campaña multicanal, 'Aquarius' pretende naturalizar la versatilidad de la marca para ser consumida en cualquier ocasión y por cualquier persona que tenga una actitud vitalista. El spot, creado por la agencia McCann, recalca que “a vivir, no nos gana nadie” con el que 'Aquarius' **pone el foco en los españoles**, en nuestra manera de vivir, diferente a la de otros países, que nos hace únicos y de la que nos sentimos orgullosos.

'Coca-Cola Zero Sugar' más similar a la clásica

En paralelo, y siguiendo con la apuesta hacia las bebidas de perfil más saludable y bajas en calorías, el embotellador Coca-Cola European Partners ha lanzado una **potente campaña publicitaria para su nueva 'Coca-Cola Zero Sugar' en Reino Unido, en la que invertirá 4,5 M GBP**. Bajo el lema "Tastes More Like Coke", la campaña destaca que la variedad libre de calorías es ahora más similar en sabor a la 'Coca-Cola' clásica, pero con cero azúcar. El gigante de refrescos relanzó la marca el pasado mes de abril en el país británico.

Por otra parte, la compañía ha sido reconocida como **una de las 100 Empresas Más Sostenibles del Mundo**, tras entrar en el puesto 48 del índice global que elabora cada año la revista Corporate Knights. Los resultados del ranking de 2017 fueron anunciados en el marco de la celebración del Foro Económico Mundial de Davos.

Alimarket