



## **Coca-Cola Future Legend: la musica è nelle mani di chi l'ascolta.**

**12 giovani talenti pronti a sfidarsi nella prima music battle in lattina, affiancati da 4 Coach: Irama, Emis Killa, Annalisa e Charlie Charles. Sarà il pubblico a decretare chi diventerà la leggenda della musica di domani.**

Milano, 20 febbraio 2019 – Coca-Cola dà il via a **Future Legend, la prima music battle in lattina che invita i giovani a sognare**, offrendo un'opportunità unica per esprimere il loro talento e dando la possibilità ai loro coetanei di scegliere le leggende della musica di domani.

Pop, rap, soul, trap: la musica è in continua evoluzione. Quali generi, quali canzoni, quali cantanti ascolteremo domani? Con questo progetto Coca-Cola **si fa promotrice della scoperta di giovani talenti e offre al pubblico, in particolare i teenager, la possibilità di decidere il vincitore votando** i propri artisti preferiti e i loro brani.

*“Per un'azienda come la nostra, sempre pronta a intercettare le novità, lo sguardo è costantemente rivolto al futuro. – afferma **Viviana Manera, Marketing Manager Coca-Cola Italia** – In questo somigliamo molto al pubblico dei giovani e con Future Legend vogliamo mettere il futuro della musica nelle loro mani, offrendo la possibilità di far conoscere il loro talento e di far sentire la loro voce, scegliendo ciò che desiderano ascoltare domani”.*

A guidare le squadre in gara **4 noti artisti del panorama musicale italiano e rappresentativi di 4 generi musicali differenti: Irama per il pop, Emis Killa per il rap, Annalisa per il soul e Charlie Charles per la trap.**

Dopo una prima fase di candidatura sulla piattaforma dedicata e una scrematura preliminare affidata a una giuria selezionata, sono stati il voto del pubblico e una **live audition** davanti ai Coach a decretare i nomi dei **12 talenti** che, divisi nelle rispettive 4 squadre, sono ora pronti ad affrontarsi nella **music battle e aggiudicarsi il titolo di Final Future Legend by Coca-Cola.**

Per la squadra del **pop** guidata da Irama concorreranno **Edoardo** (Edoardo Brogi), **Margot** (Margherita Di Molfetta), **Ossò** (Ossama Addahre); per la squadra del **rap** di Emis Killa **Blackknote** (Marco Kikonde), **Mathis** (Mattia Paviera), **True Skill** (Michele Rossi); per la squadra del **soul** di Annalisa **Adriana** (Adriana Lè), **Eddie Brock** (Edoardo Iaschi), **Mikesueg** (Michele Aliberti) e infine per la squadra della **trap** di Charlie Charles **Jbarton** (Valerio Martinelli), **Madblow** (Daniele Monellini), **Paul Noire** (Paolo Passaretti).

*“Non partecipo a molti progetti, ma quello che faccio voglio farlo al meglio. – afferma il Coach **Irama** - In questo ho visto elementi creativi e costruttivi e spero di essere una porta per i talenti della mia squadra, un modo per farsi conoscere da più persone possibili, per chi se lo merita e per chi ama veramente la musica”.*

*“Mi entusiasma vivere da vicino il percorso di un talento. Se posso contribuire ancora meglio”. – afferma **Emis Killa** che, rispetto al suo ruolo di Coach, ha le idee chiare: “Sono un autodidatta al 100%. So già cosa fare o non fare. E so cosa e come pensa un artista giovane che ha ancora davanti a sé tutta la strada da fare.”*

**Annalisa** racconta di aver abbracciato il suo ruolo per diverse ragioni: *“Perché mi piace l'idea di poter trasferire qualcosa di ciò che ho imparato a qualcuno che si trova nei miei stessi panni di qualche anno fa. Perché vorrei sottolineare che la musica è lo scopo, non la fama: questa può esserne una conseguenza naturale.”*

Per ulteriori informazioni:

Burson Cohn & Wolfe per Coca-Cola

Valentina Sargenti – Tel. 02.20239.334 - [valentina.sargenti@bcw-global.com](mailto:valentina.sargenti@bcw-global.com)

Chiara Pitzalis - Tel. 02.20239.333 – [chiara.pitzalis@bcw-global.com](mailto:chiara.pitzalis@bcw-global.com)



*"In passato ho già avuto esperienze con gli studenti di una scuola di musica, ma in quel caso dovevo solo raccontare me stesso e la mia storia. – ricorda **Charlie Charles** – Qui si tratta di qualcosa di diverso: devo prendere per mano tre giovani e aiutarli a produrre delle hit e a sfondare. È un'esperienza nuova ed eccitante, anche perché mi piace mettermi in gioco e riscoprimi."*

## **Il progetto**

La competizione è strutturata in tre diverse fasi che, durante il corso dell'anno, permetteranno di selezionare progressivamente gli artisti che andranno avanti nel percorso, fino alla proclamazione del vincitore finale.

In tutte le fasi il pubblico potrà ascoltare i brani in gara grazie alle **speciali lattine di Coca-Cola dedicate al progetto che saranno disponibili dalla primavera**. Le lattine riporteranno il volto dei Coach e cambieranno nel corso dell'anno, con un aspetto e con grafiche diverse tutte da collezionare. Quello che non cambierà è invece il meccanismo di partecipazione per il pubblico: **attraverso il QR code presente sulle lattine, inserendo il codice promozionale, si potrà ascoltare in esclusiva gli inediti delle Future Legend** e scegliere il futuro della musica esprimendo il proprio voto per l'artista o il brano preferito.

Durante la fase uno, da marzo a maggio, i 12 concorrenti verranno votati in base agli inediti presentati alle selezioni: solo 8 passeranno il turno, due per squadra. Nella seconda fase, da giugno ad agosto, le Future Legend si affronteranno con nuove canzoni inedite, registrate con i Coach: solo un membro di ciascun team arriverà alla fase finale, nella quale i 4 talenti rimasti in gara saranno votati dal pubblico che decreterà il vincitore assoluto: **la Final Future Legend by Coca-Cola**.

Le Future Legend avranno a disposizione uno studio di registrazione in cui lavorare ai propri brani e perfezionare le performance grazie ai consigli dei loro Coach. Il **Coke Studio, allestito presso il Massive Art di Milano**, sarà una location viva e ricca di eventi che verranno svelati nel corso del progetto.

Con Coca-Cola Future Legend il pubblico non avrà solo la possibilità di votare i propri artisti preferiti, ma potrà anche accedere a concerti e eventi musicali, scoprire il dietro le quinte o incontrare i Coach. Inoltre, grazie al braccialetto sulle **bottiglie da 450 ml di Coca-Cola**, sarà possibile avere un accesso privilegiato ai concerti e avvicinarsi al cuore della musica live. Un'altra opportunità offerta da Coca-Cola per vivere ancora più intensamente la musica e supportare da vicino i propri artisti preferiti.

Tutti gli aggiornamenti relativi a #FutureLegend potranno essere seguiti **sui canali ufficiali di Coca-Cola, sui profili social dei Coach e attraverso Radio 105**, partner dell'operazione.

- Sito Coca-Cola: <https://www.coca-cola.it/it/future-legend/>
- Instagram @cocacolait: <https://www.instagram.com/cocacolait/?hl=it>
- Facebook @cocacolait: <https://www.facebook.com/cocacolait/>

Per ulteriori informazioni:

Burson Cohn & Wolfe per Coca-Cola

Valentina Sargenti – Tel. 02.20239.334 - [valentina.sargenti@bcw-global.com](mailto:valentina.sargenti@bcw-global.com)

Chiara Pitzalis - Tel. 02.20239.333 – [chiara.pitzalis@bcw-global.com](mailto:chiara.pitzalis@bcw-global.com)



**Coca-Cola Italia**

*The Coca-Cola Company (NYSE: KO) è una total beverage company che offre ai suoi consumatori oltre 500 brand in più di 200 Paesi. Oltre a Coca-Cola, il nostro portfolio prodotti include brand come AdeZ, FUZETEA, Royal Bliss, Fanta, Sprite, Powerade e Acque Lilia.*

*Per rispondere al meglio alle esigenze dei consumatori, lavoriamo costantemente per innovare il nostro portfolio, dalla riduzione dello zucchero al lancio di nuove bevande. Lavoriamo per ridurre il nostro impatto ambientale reintegrando l'acqua che utilizziamo per produrre le nostre bevande e promuovendo il riciclo dei nostri packaging.*

*Insieme ai nostri partner imbottiglieri, abbiamo più di 700 mila dipendenti e contribuiamo alla creazione di opportunità economiche in tutti i Paesi in cui siamo presenti.*

*Dal 1927 in Italia, oggi contiamo 5 stabilimenti e oltre 2.000 dipendenti. Il nostro portfolio comprende 40 prodotti, dalle bevande gassate ai tè, dalle acque alle bevande vegetali e il 60% dei prodotti dell'azienda è a ridotto, basso o nullo contenuto calorico.*

*Per maggiori informazioni su Coca-Cola in Italia, visitate [www.coca-colaitalia.it](http://www.coca-colaitalia.it) e seguiteci su Twitter @CocaColalt.*

Per ulteriori informazioni:

Burson Cohn & Wolfe per Coca-Cola

Valentina Sargenti – Tel. 02.20239.334 - [valentina.sargenti@bcw-global.com](mailto:valentina.sargenti@bcw-global.com)

Chiara Pitzalis - Tel. 02.20239.333 – [chiara.pitzalis@bcw-global.com](mailto:chiara.pitzalis@bcw-global.com)