



# Fanta adota novo posicionamento global

Marca quer incentivar seu público a levar a vida de forma mais leve; espírito jovem é a tônica da campanha

O Brasil é o primeiro país a aderir ao movimento "Galera com mais cores". Começa nesta segunda-feira (11), considerado o dia mais cinza da semana. O filme "Manifesto", que será exibido na TV aberta, salas de cinema e no digital, convida o público a conhecer o novo momento da marca.



[Clique e assista ao vídeo](#)

Nos últimos anos, Fanta, segunda maior marca da The Coca-Cola Company no Brasil, tem mostrado ao seu público que não vale a pena se levar tudo tão a sério. A ideia é despertar o espírito livre e jovem – independentemente de sua idade.

Por isso, a marca lança o movimento global "Colorful People", que visa empoderar os jovens de espírito a lutarem contra o cinza e espalharem diversão em mais de 60 países pelo mundo.

"Fanta abastece o lado brincalhão das pessoas para tornar os dias mais divertidos. A criação deste novo posicionamento vem da conexão historicamente muito forte da marca com diversão e a ideia é fazer com que o mundo que vivemos, que está cada vez mais sério, se engaje com esse lado divertido", comenta Pedro Abbondanza, diretor de marketing de Fanta no país.



[comercialonline.tv.br](http://comercialonline.tv.br)