

DIT IS DE BELGISCHE COCA-COLA LIGHTMAN!



Winnaar Tuur Roels uit Aalst

Elodie Ouedraogo, Coca-Cola light man Tuur Roels en Jani Kazaltzis

Gisterenavond is Tuur Roels uit Aalst verkozen tot eerste Belgische ‘Coca-Cola lightman’. Uiteraard heeft hij een hoog ‘hunk’ gehalte, maar Tuur is ook nog eens charmant, handig, grappig, stijlvol en sportief. In een razend spannende eindstrijd moesten gisteren uiteindelijk 9 andere finalisten de duimen leggen voor de 27-jarige Project Manager. Hij mag intussen zijn koffers pakken. Letterlijk dan, want een duoticket New York én 10.000 euro prijzengeld liggen te wachten...

De Coca-Cola lightman is één van de meest iconische figuren uit de reclamegeschiedenis. Sinds de eerste spetter in de jaren ‘90 wereldwijd furore maakte op de tonen van ‘I just wanna make love to you’ van Etta James, hebben ook zijn opvolgers de bezorger, glazenwasser en uiteraard de tuinman op vijf continenten vrouwenharten sneller doen slaan. Dat de Coca-Cola lightman ook in ons land nog steeds tot de verbeelding spreekt, blijkt uit de massale inschrijvingen en media-aandacht in aanloop naar de finale.

Gaëtan Van de Populiere, Marketing Director Belgium & Luxembourg. “Met meer dan 650 inschrijvingen kunnen we stellen dat het personage van de Coca-Cola lightman nog altijd springlevend is, en dat doet natuurlijk deugd. We willen alle deelnemers uitdrukkelijk bedanken, want iedereen had wel een sterke troef. Het was een aartsmoeilijke beslissing, maar we zijn heel blij met de uiteindelijke winnaar, deze rol is hem echt op het lijf geschreven.”

Van de 662 kandidaten die door hun ‘sponsor’ werden ingeschreven op Coca-Colalight.be, bleven er nog 10 over voor de finale verkiezing in Le Chalet Robinson in Brussel.



De jury met stylist Jani Kazaltzis, ex-atlete & redactrice bij Woestijnvis Elodie Ouedraogo en modeblogster Sophie Ismail van Alerte à Liège toetsten de finalisten aan 5 criteria:

- Charme - waarbij de kandidaat zichzelf moest voorstellen en een dame uit het publiek verrassen met een rode roos
- Stijl - waarbij de kandidaat een Coca-Cola lightvrouw moest 'stylen' voor verschillende gelegenheden
- Handigheid - waarbij de kandidaat tegen de klok een perfecte Coca-Cola light aan zijn sponsor moest serveren
- Humor - waarbij de kandidaat de dames in het publiek aan het lachen moest zien te krijgen
- Sportiviteit - de finale (enkel met de top 3 gespeeld) en waarbij elke finalist een parcours moest afleggen met een grasmaaier, zoals in de wereldberoemde tv - spot.

Tuur Roels, Coca-Cola lightman 2014: "Verkozen worden uit meer dan 650 kandidaten is natuurlijk een grote eer, en het is een fantastisch parcours geweest. Eenmaal de finale bereikt, ga je in je kansen geloven en besef je nog meer wat voor een iconisch personage de Coca-Cola lightman is. Ook mijn pet af voor de medefinalisten, het waren stuk voor stuk sympathieke, sterke kandidaten."

Tuur gaat nu aan de haal met 10.000 euro, een duoticket naar New York én een rol in een campagne voor Coca-Cola light. Ook zijn sponsor Tania deelt in de vreugde, met een citytrip voor vier personen naar New York cadeau, inclusief shoppingbudget van 5.000 euro.

Coca-Cola light is een gedeponeerd handelsmerk van The Coca-Cola Company.

Voor meer info over de campagne, surf naar www.coca-colalight.be. Of contacteer de afdeling mediarelaties van Coca-Cola België op +32 2 559 28 77 of via mail naar agerth@coca-cola.com.

Over Coca-Cola

'Coca-Cola' bestaat in België en Luxemburg uit verschillende bedrijven. Coca-Cola Services, een filiaal van The Coca-Cola Company, is eigenaar van de merken, staat in voor de consumentenmarketing en verkoopt het basisconcentraat aan Coca-Cola Enterprises Belgium en Coca-Cola Enterprises Luxembourg. Deze produceren, verdelen en/of verkopen Coca-Cola, Coke Zero, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Aquarius, Nalu, Burn, Minute Maid, Nestea, Nordic Mist, Chaudfontaine, glaceau vitaminwater, Capri-Sun, Monster, Viva en Rosport. Per dag worden er in België en Luxemburg meer dan 10 miljoen dranken van de verschillende Coca-Cola-merken geserveerd.

Coca-Cola bouwt sterke merken van de hoogste kwaliteit die passen binnen een evenwichtige levensstijl. Voor haar activiteiten heeft Coca-Cola in de Belux ongeveer 3.000 medewerkers verdeeld over 8 sites. Coca-Cola integreert duurzaamheid in haar bedrijfsactiviteiten en focust op die domeinen waar de raakvlakken van haar activiteiten op de omringende leefwereld het grootst zijn. Op milieuvlak betekent dit dat er naast energie ook aandacht wordt besteed aan efficiënt watergebruik en duurzame verpakkingen.

Voor meer info: www.cocacolabelgium.be.