

Tekst 1

Let's Take An Extra Second

Coca-Cola has launched a global campaign titled 'Let's Take An Extra Second' that promotes tolerance, equality and a world without stereotypes and prejudices. The company has taken on the minimalist approach and has removed its name from the can – no consumer name, no brand name.



FP7/DXB, a Dubai-based advertising agency described the stunt as a means of sending a powerful and timeless message that a world without labels is a world without differences. It asked people to post a photo of the can on social media and invited them to comment on it. With or without Coca-Cola labels, you can always tell a coke when you see it. So it's not about what is on the outside. It's what's inside.

idafrica.ng, 2015

Tekst 1

- 1p 1 “Let’s Take An Extra Second”
Wat wil Coca-Cola bereiken met deze campagne?
- A aandacht vragen voor milieuvriendelijke verpakking
 - B de naamsbekendheid van het product onderzoeken
 - C de verkoop in het Midden-Oosten stimuleren
 - D zich uitspreken tegen racisme en discriminatie

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.