

Tuborg, nuovo pack con tappo a strappo e nuova campagna pubblicitaria

bottiglie2-evid-92e73c62

Il tappo a strappo diventa il vero protagonista della comunicazione di Tuborg: non solo un elemento funzionale e distintivo, ma un aggregatore in grado di far condividere momenti, emozioni. Senza dimenticare naturalmente di porre l'accento sulla birra. La forte valorizzazione del tappo a strappo (pull-off cap) - nato per facilitare il consumo nelle occasioni sociali in o outdoor - racconterà ancora di più ai giovani consumatori di Tuborg che la gioia di bere una Tuborg passa attraverso la condivisione del momento. Ecco quindi che i tappi si animano attraverso 5 colori, ognuno dei quali legato a un particolare stato d'animo o azione. Il tappo a strappo, quindi, acquisisce un ruolo chiave nell'identità e nell'esperienza associata al marchio, perché al benefit funzionale si somma una nuova valenza squisitamente emozionale e relazionale. Strappare la Tuborg diventa un gesto di condivisione con cui manifestare l'emozione per un concerto, la voglia di dare inizio al divertimento o il piacere di star bene con gli amici. E il colore del tappo è il codice non verbale che veicola tali messaggi:

- Verde (Live) - appartiene da sempre al mondo di Tuborg ed è associato a un mood estroverso, easy, informale: #LIVETUBORG
- Azzurro (Share) - indica amicizia e socialità in tutte le sue forme (è infatti il colore tipico dei social network): #SHARETUBORG
- Fucsia (Love) - è il colore associato all'amore e al sentimento: #LOVETUBORG
- Arancione (Play) - indica carica, vitalità: #PLAYTUBORG
- Giallo (Enjoy) - è associato alle sensazioni positive, alla solarità e al godimento: #ENJOYTUBORG

La centralità dello strappare il tappo nel posizionamento di Tuborg quale birra da compagnia, da consumare nelle occasioni sociali, è confermata sia dall'eloquente (e giocoso) invito StRappami! Posto sul classico collarino obliquo delle bottiglie sia dal claim "Quale Tuborg stRappi oggi?".

