

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



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

