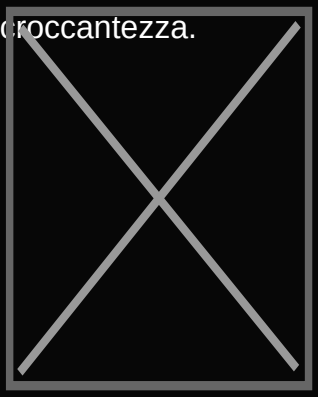
Arrivano due nuove referenze di Doritos

doritos-texmex-1bc29ddb

Doritos lancia - per la prima volta in Italia - la nuova campagna di comunicazione “Couch”, con uno spot volto ad esaltare le principali caratteristiche del prodotto: il gusto unico e l’ineguagliabile croccantezza.



Nello spot una giovane donna è seduta sul divano intenta ad assaggiare quelli che sono i veri protagonisti della campagna: i dorati triangoli Doritos. Il video - silenzioso fino a quel momento - prende vita subito dopo il primo morso, accendendosi di suoni: l’extra croccantezza Doritos viene infatti enfatizzata dalla crepa che si forma sul soffitto a causa del forte rumore. Lo spot prosegue con uno zoom sul sacchetto, dentro al quale si nascondono deliziose tortillas di mais aromatizzate, per finire poi in un’ultima inquadratura in cui vengono presentate le due iconiche referenze del brand dal “gusto esplosivo”: Tex-Mex, dall’intenso aroma di formaggio e Chilli, al gusto peperoncino piccante.

La campagna Doritos, online dallo scorso 29 marzo fino al 30 maggio sulle piattaforme digital Youtube, Facebook, Instagram e Twitch, si conclude infine con la presentazione della partnership con GameStopZing, leader mondiale nella distribuzione del gaming con oltre 300 negozi in Italia, che vede per la prima volta Doritos protagonista di un’esclusiva attivazione promozionale. Ad accomunare i due marchi sono la forte associazione con il mondo gaming e la stretta connessione con il target della Generazione Z.

Le modalità di partecipazione sono semplicissime: dal 20 marzo fino al 30 giugno basterà acquistare un pacchetto di Doritos, conservare lo scontrino e inviare un sms per diventare i vincitori dell’ambito

premio: 500 euro in gift card GameStopZing.