

Brandul Noroc se extinde in segmentul economic cu o bere cu continut ridicat de alcool

19 Apr 2012 | de Administrator Site



[1]

Compania Bergenbier, membra a grupului Starbev, continua procesul de reconstructie al marcii de bere Noroc, inceput in 2011, prin crearea extensiei de brand – Noroc Tare, pozitionat in categoria economic. Imaginea noului produs a fost creat de agentia de branding si design Cocoon Group Bucharest.

Punctul de plecare pentru noul tip de ambalaj este elementul de diferentiere al noului sortiment de bere lansat de Bergenbier SA: continutul ridicat de alcool - 6,5% - si timpul mai indelungat de maturare pentru a obtine un gust mai plin.

“Designul de ambalaj creat de echipa Cocoon Group, a pus in evidenta acest element de diferentiere pastrand in acelasi timp esenta si valorile brandului Noroc, asa cum a fost relansat in anul 2011. Noroc Tare este o extensie de brand, dar cu o personalitate proprie exprimata in primul rand la nivel cromatic, accentuand atributele produsului: taria (continutul ridicat de alcool), ingredientele naturale, gustul plin. Am reusit sa construim la nivel vizual aceasta extensie de brand, folosind elemente de design definitoare, care subliniaza masculinitatea brandului Noroc Tare”, declară Simona Straut, Managing Director Cocoon Group

Bucharest.

Marko Njavro, Marketing Director Bergenbier S.A. adauga ca "Noroc Tare patrunde pe segmentul economic al pietei de bere intr-un moment oportun, conform statisticilor din piata. Succesul unui astfel de produs, este asigurat de un design de ambalaj care este in linie cu brandul-mama, dar care exprima clar atributele si caracteristicile acestuia".

Ştiri asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/news/brandul-noroc-se-extinde-segmentul-economic-cu-o-bere-cu-continut-ridicat-de-alcool>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images//extensie_brand_noroc.JPG