

Press release

Public Relations
NuKorc Pty Ltd
+61 8 8368 0100
public-relations@nukorc.com

Idee vincenti con la stampa a due colori NuKorc

La catena Australiana BWS del colosso Woolworth's e la Cantina Vinicola Italiana Umbria Viticoltori sono due esempi perfetti di come i clienti NuKorc possono distinguersi nel mercato sfruttando la stampa a due colori con creatività innovativa.

Il tappo estruso NuKorc non solo offre performance e standard tecnico-qualitativo già apprezzati a livello globale, ma offre anche la possibilità di stampare in alta definizione loghi e scritte a due colori, dando la possibilità al vostro responsabile marketing di ideare nuove forme di differenziazione attraverso il packaging.

"La stampa a due colori aggiunge valore al branding del cliente, può essere usata per scopi promozionali a costo zero, e permette al produttore di vino di comunicare direttamente con il cliente finale, senza filtri" sostiene Giovanna Toldi, Marketing Manager di NuKorc Pty Ltd.

La catena BWS di Woolworth's ha pensato di usare questa possibilità in occasione di una promozione su scala nazionale per celebrare l'Australia Day nel gennaio di quest'anno.

"1.5 milioni di bottiglie di True Blue Chardonnay sono state messe nel mercato per l'occasione in ogni punto vendita BWS in Australia. Il tappo presentava la stampa della bandiera Australiana, il logo aziendale di BWS e un messaggio ai clienti "Orgogliosi di essere Australiani", ci racconta Trevor Harper, Australia National Manager di NuKorc.

"In un mercato altamente saturo e molto attento ai prezzi, idee innovative a livello di prodotto e di marketing sono un elemento strategico chiave per Woolworth's. I tappi NuKorc sono stati scelti anche per questo, si adattavano perfettamente sia in termini tecnici che "creativi" secondo John Allen, BWS Business Manager Categoria Vini.

Un esempio locale arriva invece da Umbria Viticoltori, che avendo deciso di passare parte della produzione dal sughero al sintetico, ha pensato bene di farlo con un tocco di originalità, come ci racconta Marco Gemelli, Managing Director di Umbria Viticoltori.

"Abbiamo scelto NuKorc non solo per gli elevati standard qualitativi e di performance, ma anche per la possibilità di estendere la nuova immagine della linea Vigne Umbre sul tappo" dice il Dott. Gemelli. "Non solo volevamo eliminare i problemi legati all'odore di tappo, ma anche proporre un nuovo look, più fresco e brioso, che identificasse in maniera immediata la nostra immagine e provenienza.

"Il risultato è un tappo bianco che informa il consumatore in maniera originale cosa sta comperando, con l'immagine della bandiera italiana stampata, il nostro logo aziendale e il fatto che si tratta di vino 100% italiano.

"Le vendite vanno molto bene, e sono aumentate in seguito al re-branding della linea. Non abbiamo registrato alcun problema in termini di qualità e il consumatore Italiano oggi accetta il tappo sintetico nel vino senza problemi, purché di buona qualità".

Umbria Viticoltori intende estendere l'uso del tappo sintetico NuKorc ad altre linee con nuove idee di stampa che vadano ad integrarsi ai progetti di comunicazione aziendale.

Per maggiori informazioni contatta public-relations@nukorc.com