

URSUS anunță una dintre cele mai importante schimbări din ultimii ani la nivel de identitate vizuală, platformă de comunicare și ambalaje

București, **15** iulie 2021: **URSUS, regele berii în România și prima marcă de bere românească etichetată “Premium” după anii `90, face una dintre cele mai importante schimbări din ultimii 20 de ani.**

URSUS, berea din segmentul premium preferată de romani are, încă de la momentul lansării sale la nivel național, o istorie bogată în inovații, marcată deseori de premiere. În acest an, URSUS vine cu o schimbare integrală a ambalajelor, o identitate vizuală nouă, cu o prezență mai puternică a simbolului care a consacrat marca – ursul - și o nouă platformă de comunicare lansată sub mesajul **Ascultă ursul din tine!**, prin care îndeamnă oamenii să aibă curaj și să-și urmeze propriile **convingeri**, indiferent de împrejurare.

URSUS i-a obișnuit deja pe români cu noutăți aproape anuale, fie la nivel de produse, fie cu proiecte care să implice comunitățile și grupurile de prieteni, arătând astfel o preocupare permanentă pentru nevoile publicului căruia se adresează. În urma unei cercetări ample derulate anul trecut și ghidat de dorința de a fi tot mai aproape de **oameni**, URSUS, prin noua platformă de comunicare, se adresează de-acum acestora printr-un mesaj care oferă un plus de susținere și inspirație, pornind de la un fapt constatat: adesea, ne lăsăm influențați mai mult de către de cei din jur, **neavând curajul să ne ascultăm vocea interioară**. Astfel, noua comunicare și identitate vizuală au fost dezvoltate pentru a inspira curaj și încredere în sine.

“Am vrut să înțelegem mai bine ce își doresc oamenii de la un brand de bere local. În ultima vreme, oamenii se așteaptă ca brandurile să abordeze subiecte cotidiene, să se implice mai mult în social, să aibă o contribuție reală. De aceea, am venit cu un mesaj cu substanță și profunzime, pornit dintr-un insight în care cu toții ne găsim în multe situații din viața de zi cu zi. Ne-am dorit ca URSUS să fie vocea colectivă care îndeamnă înspre asumare, curaj și unicitate”, declară Victor Teioșanu, Head of Premium Brands.

Odată cu relansarea, **URSUS introduce și o nouă identitate vizuală**, actuală, demna de Regele Berii, în care ursul, simbol al brandului încă de la început, ocupă o poziție centrală atât la nivel de comunicare, cât și la nivelul identității vizuale. De altfel, rezultatele cercetărilor au arătat că oamenii asociază ursul cu esența brandului.

URSUS a adus multe inovații pe piața berii din România în materie de ambalaje (Infografic) iar în acest an lansează și o sticlă nouă, cu un design unic. Noile ambalaje sunt disponibile în rețelele de comerț modern și tradițional din România și includ sticla de 500ml, 330ml, 750ml și doza de 500 ml. Odată cu această lansare, URSUS introduce bax-ul de carton și tăvița pentru doze produse 100% din materiale reciclate, renunță la ambalajul de tip PET și introduce material reciclat în proporție de 50% în compoziția noilor doze.

O altă inovație pe care URSUS o aduce pe piața berii din România este Tin Box , o cutie metalică de colecție care conține 6 sticle URSUS Premium de 330 ml. Cutiile de colecție pot fi găsite în 3 design-uri diferite și sunt reutilizabile. Totodată, URSUS lansează și o inovație de sezon, Ice Pack, un pachet ce conține 6 sticle URSUS Premium de 330 ml și un compartiment destinat cuburilor de gheață **iar, datorită foliei de etanșare din interior împiedică scurgerea apei și umezirea pachetului**. Pachetul este perfect pentru timpul petrecut alături de prieteni în sezonul cald, **datorită foliei de etanșare din interior care împiedică scurgerea apei și umezirea pachetului**.

Toate aceste lucruri au fost posibile datorită partenerilor Ursus. În tot acest demers, brandul a fost susținut de **Leo Burnett**, agenție premiată la toate competițiile importante de creație, care a pus bazele conceptului creativ.

Totodată, **Design Bridge**, agenție globală de design din Londra care deține o expertiză vastă, recunoscută în domeniu, a fost cea care a proiectat noua identitate vizuală a brandului, caracterizată de un design modern și elegant, inspirat de forme geometrice.

Prin intermediul reînnoirii identității de brand și a ambalajului, URSUS reușește să rămână un brand relevant, ancorat în actualitate, cu o estetică modernă și curată, dar și cu un mesaj apropiat de oamenii care aleg să consume berile URSUS.

Cu toate acestea, unele lucruri nu trebuie schimbate. **Berea URSUS își păstrează continuare neschimbat elementul esențial – gustul**, atât de apreciat de către români și cu un palmares internațional de 39 de medalii, dintre care 5 medalii de aur la World Beer Awards.

Mai mult, URSUS deține un portofoliu variat în materie de bere, promițând gustul bun indiferent de categorie: URSUS fără alcool, ce păstrează gustul URSUS clasic, dar în varianta fără alcool, precum și sortimentele de specialități, ce vin să ofere diversitate dincolo de lagerul obișnuit.

Nu în ultimul rând, URSUS dorește să ajungă cât mai aproape de oamenii care îndrăgesc berea, continuând să promoveze consumul responsabil prin mesaje în toate comunicările sale, dar și în campaniile din piață.

Noua campanie integrată URSUS rulează în perioada iunie – august pe TV, radio și în digital, fiind susținută în același timp de componente de Outdoor, PR și activări în zona de trade. **Produsele URSUS în ambalaj nou vor fi disponibile atât în rețelele de retail, cât și în canale alternative, asigurând o interacțiune directă și constantă între oameni și brand.**

Despre URSUS

Istoria berii URSUS a început în anii 1878 în Cluj, unde a fost produsă pentru prima dată, iar de la nivel local, a început apoi să fie distribuită la nivel național în 1995. Astăzi, URSUS este Regele Berii în România și unul dintre cele mai puternice branduri locale, dar care se bucură de apreciere și recunoaștere și la nivel global.

De-a lungul timpului, URSUS a fost pe rând prima bere românească cu reclamă TV, prima bere românească în doză, prima bere românească în sticlă verde, prima bere românească în sticlă cu aspect embosat, prima bere care a lansat un mix de bere și limonadă fără alcool, dar și prima bere specială destinată unui festival (Untold).

URSUS a fost și va fi mereu orientat spre inovare, pentru a satisface cele mai înalte standarde și gusturi, astfel încât, în anii recentți, portofoliul a cunoscut o diversificare bogată. În prezent, din gama extinsă URSUS mai fac parte: specialitățile URSUS Pale Ale Panda, URSUS Retro Carpatin, URSUS Black Grizzly, URSUS Cherry Lager Cireșar și URSUS fără alcool.

Despre Ursus Breweries

Ursus Breweries este cel mai mare producător de bere din România. Mărcile din portofoliul Ursus Breweries sunt: URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Peroni Nastro Azzurro, Grolsch, Azuga, Pilsner Urquell, Asahi Super Dry și St. Stefanus, alături de marca de cidru Kingswood. În prezent, Ursus Breweries deține 3 fabrici de bere: în Brașov, Buzău și Timișoara și o micro-berărie în Cluj-Napoca. Ursus Breweries face parte din grupul Asahi Europe & International. Pentru mai multe informații despre companie și programele sale, vă rugăm să vizitați: www.ursus-breweries.ro și www.desprealcohol.ro.