Bofferding dévoile "Better together" sa nouvelle plateforme de marque



Il y a des moments dans la vie qui ne se racontent pas seuls… Ils se vivent à plusieurs.

Un départ à la retraite. Un match de Coupe du monde où des inconnus deviennent une seule voix. Un déménagement où les cartons deviennent prétextes à rire et partager encore un peu de temps ensemble.

C’est dans ces instants que Bofferding a été, et sera, toujours là. Aujourd’hui, la marque ouvre un nouveau chapitre avec une conviction simple : on est toujours meilleurs ensemble. Better Together.

Cette nouvelle plateforme de communication remet au centre ce qui fait l’ADN de Bofferding depuis toujours : la convivialité, le partage et l’authenticité. Car une bière accompagne avant tout des moments de vie et des liens humains.

Imaginée par Agacom, la campagne prend vie à travers trois films, du print et du digital. Trois émotions, une même idée : les moments les plus simples deviennent les plus forts lorsqu’ils sont vécus ensemble.

La retraite célébrée avec ses collègues. Une rencontre portée par l'énergie d'un match de football. Et un déménagement transformé en moment de partage.

Eric Triol : *« L'agence Agacom a accompagné Bofferding dans son rebranding global et lui a proposé une nouvelle signature : Better Together. Ce nouveau territoire de marque incarne l'esprit de convivialité et de partage qui fait l'identité de la bière luxembourgeoise. Pour donner vie à cette plateforme, Agacom a conçu et déployé une campagne complète autour de trois spots audiovisuels et d'un volet print. La réalisation des films a été confiée à Encore Pictures, avec le réalisateur Stephen Korytko et une production sonore assurée par Linster Studio. »*

En parallèle, Bofferding dévoile une nouvelle identité visuelle : un logo modernisé, plus léger et plus lisible, tout en restant fidèle à son ADN. Les lions retrouvent leur rouge emblématique, symbole fort du Luxembourg.

Cette évolution se poursuivra dans les prochains mois avec des packagings simplifiés et modernisés sur l'ensemble de la gamme.

Avec "Better Together", Bofferding affirme une ambition claire : remettre l'humain et les moments partagés au cœur de sa communication. Parce qu'au fond, c'est toujours mieux ensemble.