

Bodega Piedra Negra

Natural por fuera y por dentro



Con el paso del tiempo, la “cultura orgánica” ha adquirido gran importancia a nivel mundial.

Esto es así gracias a la creciente demanda de los consumidores por productos inocuos que hayan sido producidos bajo métodos más amigables con el medio ambiente. Esta tendencia, cada vez más presente en las industrias, impulsa a las bodegas a innovar sus métodos de producción, dando lugar a marcas con procesos más sustentables y productos innovadores con muy buena aceptación del mercado.

En este contexto, se destaca la **bodega Piedra Negra** de François Lurton, que con sus 200 hectáreas de tierra ubicadas a los pies de la cordillera mendocina, en el Valle de Uco, practica una viticultura respetuosa con el medio ambiente. **El fin: lograr una experiencia única que nos lleve a descubrir el vino de otra manera.**

Bajo este horizonte, y con el interés de lograr el rediseño de la línea orgánica “Alta Colección”, una de las más conocidas y conformada por diferentes varietales, la bodega enfrentó el desafío de crear una nueva imagen de marca que logre seducir a los amantes de los vinos naturales. Para ello, confió en el **estudio argentino especializado en packaging DIZEN**, el cual cuenta con gran trayectoria en el mercado del vino, liderando proyectos de gran impacto visual y alcance internacional.



“Teniendo en cuenta la búsqueda por el extremo cuidado y respeto del medio ambiente, seleccionamos una gama de papeles con cualidades simples pero que acompañan y están a la altura de la calidad y concepto de esta línea”

Ignacio Eguiguren
Director Creativo en Estudio Dizen

Para acompañar desde el packaging, la innovación y frescura que propone esta línea especial de vinos, se consideró un camino estético con colores frescos y una identidad visual que a simple vista cautiva al consumidor. Es por ello que se incluyeron elementos naturales (flores, plantas y hojas) y se adornó la información escrita con tipografías estilo “handwritten”, las cuales aportan una percepción de elegancia, creatividad y afecto por lo aquello “hecho a mano”, de manera natural.

El resultado es un diseño orgánico, simple y llamativo, que refleja la identidad del producto y los conceptos clave de la marca.

Sobre los materiales:

Contar con una identidad visual llamativa es clave para impactar a los consumidores. El diseño, las tintas, colores y acabados pueden embellecer una etiqueta, pero contar con el frontal indicado es un factor igual de importante si queremos amalgamar todos estos elementos. Este es un detalle crucial a la hora de destacar una marca o bodega por sobre las demás.

Teniendo en cuenta la importancia de un buen destaque y la diversidad de variedades que contempló el proyecto, se optó por elegir diferentes estilos de frontales. Para los Pinot Gris, en su estilo Rosado y Blanco, y el Malbec orgánico, se eligió el [Fasson® Cuvée Sablé #8](#), el cual gracias a su acabado superficial, apariencia blanca y lisura única, logró reflejar la frescura, suavidad y armonía, características de estos estilos.

Para el Malbec elaborado sin sulfitos agregados, se seleccionó el [Fasson® Cuvée Alinea Blanco](#), papel cuya textura presenta líneas horizontales, y para el Jackot, un vino de la variedad Tocai Friulano, se eligió el [Fasson® Cuvée Chêne Fleury](#), de superficie lisa con detalles rústicos que dan efecto tipo madera. Estas soluciones, gracias a sus texturas y acabados, llevaron un paso más allá el concepto de “lo orgánico”, un pilar muy importante dentro de la identidad de la bodega. Además, son soluciones ideales para impresión en offset, fijación de tintas y barnices y terminaciones de cuño seco y stamping.



“Poder reflejar en una etiqueta las características del mundo orgánico en su máxima expresión, es un trabajo en conjunto que refleja la creatividad de nuestra agencia y la calidad de los frontales elegidos”

Ignacio Eguiguren
Director Creativo en Estudio Dizen



Todos los frontales involucrados en este proyecto cuentan con el adhesivo Fasson® S0300, reconocido en la región por su resistencia a las exigencias del mercado vitivinícola de Sudamérica, en especial a la humedad y al test frappé. Las botellas etiquetadas pueden sumergirse en un balde con hielo (soporta más de 12 Hr a una temperatura de 4°C). Además, es reposicionable en los primeros minutos de aplicación y posee resistencia al envejecimiento y a la luz ultravioleta, características clave en un adhesivo confiable y resistente.

Además, poseen una excelente resistencia a la humedad (Wet Strength) lo que brinda la posibilidad de mantener una imagen de marca plena por más tiempo, aún en condiciones de alta humedad.

Colaborando con el medio ambiente, y aportando al concepto madre de la línea, poseen la **certificación FSC® (Forest Stewardship Council®)**, acreditando nuestro reiterado compromiso en la utilización de materias primas provenientes de bosques con manejo responsable y otras fuentes controladas. Además, todas estas soluciones están disponibles con soporte BG80b y liner PET 30.

Este es un ejemplo claro que demuestra cómo el portafolio de Vinos y Espumantes de Avery Dennison puede impulsar los conceptos y valores de una marca sin la necesidad de apelar a superficiales complejos o texturas marcadas. A veces todo es cuestión de simpleza. De saber elegir el mejor material que acompañe al proceso creativo, y de entender que cada producto tiene su propia identidad. Su propia historia que contar.

Para mayor información o asesoramiento sobre este material, lo invitamos a contactar a nuestro equipo de Ventas, Servicio Técnico, Atención al Cliente y/o Desarrollo de Negocios.

label.averydennison.com

my-muse.com

Facebook | Instagram: [averydennisonlatinoamerica](https://www.instagram.com/averydennisonlatinoamerica)



Términos y condiciones - Todas las declaraciones de Avery Dennison. La información técnica y las recomendaciones se basan en pruebas que se consideran confiables, pero no constituyen una garantía. Todos los productos de Avery Dennison se venden con el entendimiento de que el comprador ha determinado independientemente la idoneidad de dichos productos para sus fines. Todos los productos de Avery Dennison se venden sujetos a los términos y condiciones generales de venta de Avery Dennison. © 2020 Avery Dennison Corporation. Todos los derechos reservados. Avery Dennison® es un marca registrada de Avery Dennison Corporation. Las marcas, nombres de productos, diseños de antenas y códigos o programas de servicio de Avery Dennison son marcas comerciales de Avery Dennison Corporation.