



## Imago, un cambio inesperado de la mano del Lineal Blanco de Avery Dennison.

**El mercado vitivinícola crece cada vez más gracias a nuevos y exigentes consumidores que son más conscientes de los productos que desean obtener.**

Por este motivo, las bodegas tienen como reto ofrecer variantes de ejemplares alineados a las necesidades de cada uno de ellos. **Trapiche**, una de las bodegas más tradicionales de **Grupo Peñaflor**, quiso marcar el rumbo al ofrecer diversidad dentro del mercado de los vinos llegando no solo a consumidores expertos a través de sus productos de alta gama, sino también a aquel consumidor que se está iniciando. Con esto en mente, decidieron lanzar una nueva marca que por sus características poco convencionales fuera inesperada dentro del portafolio de **Trapiche**.

Con la ayuda de **FutureBrand**, a cargo del diseño para la nueva imagen de marca, comenzaron a desarrollar este proyecto para ofrecer un vino disruptivo para la bodega tradicional, apuntado a un público más joven y relajado. Con los atributos marcados en lo onírico, lo fascinante e inesperado ofrecieron una propuesta para atraer la mirada, llamar a descubrirla, que seduzca e hipnotice.

El estilo se compone de la mezcla, la mixtura de distintos estilos y épocas. Elementos vintage, colores vibrantes mezclados con pasteles, figuras recortadas de revistas, objetos que no deberían estar ahí, que parecen otra cosa, que nos invitan a imaginar una historia.

