

**dUX**  
DESIGN

CASOS DE ESTUDIO

# VINITERRA ESPUMANTES

ETIQUETAS  
diseño línea de espumantes



## CEPAS ARGENTINAS

### CLIENTE

La **bodega Viniterra** fue creada en 1997 con el respaldo de su socio fundador Adriano Senetiner, un reconocido enólogo italiano con más de 50 años de trayectoria en la industria vitivinícola.

Es referente en la creación del concepto de bodegas Boutique, símbolo de innovación y calidad.

En 2011, **Cepas Argentinas S.A.**, compañía especializada en la producción y distribución de bebidas con más de 50 años en el mercado, adquiere **Bodegas Viniterra**, quien de esta forma, comienza a formar parte de la Familia Gancia. Adriano Senetiner va a mantener su presencia dentro de **Viniterra** pero ahora como principal productor de uvas Premium con las que se producen los vinos **Viniterra**.

A partir de entonces, **Cepas Argentinas** encara una extensa transformación para reposicionar sus vinos en el mercado, acorde a los más altos estándares internacionales, con una excelente relación precio/calidad.



## PEDIDO

Posteriormente al desarrollo del nuevo branding institucional de la bodega, nuestro trabajo consistió en generar la identidad de la nueva línea de espumantes de alta gama.

**Viniterra** apostó a crecer en el complejo y cambiante mercado de los espumantes presentando 3 exponentes, cada uno de ellos elaborado con un método distinto (Champenoise, Charmat y Chaussepied), con características bien diferenciales, para mostrar a sus consumidores todo lo que puede ofrecer la bodega: calidad y variedad.

La consigna entonces consistió en el rediseño de los 2 espumantes ya existentes en la familia ("Viniterra Extra Brut" y "Viniterra Select Extra Brut") y en la creación de una identidad propia para el lanzamiento del nuevo "Viniterra Prosec", un producto único y diferente del resto.



## SOLUCIÓN

Nuestro desafío consistió en dotar a los productos de una identidad sólida que forme parte del nuevo sistema visual creado para toda la línea de vinos **Viniterra**, pero que a su vez no se desvinculara por completo del diseño utilizado hasta el momento, para mantener el lazo emocional creado con el consumidor durante todos estos años.

En la compra de vinos, a diferencia de otros productos, la contemplación en la góndola es un factor importante en el momento de la elección, por eso se requiere un diseño cuidado hasta en los detalles y una estética premium para competir en un mercado de alta gama.

En la nueva imagen trabajamos en la creación de una estructura simple y limpia, acentuando la marcada superposición de planos a partir de los contrastes de colores y los troqueles. Combinamos caligrafías con caracteres rígidos para lograr un delicado equilibrio entre impacto y calidad.





antes

ahora



## SOLUCIÓN (cont.)

Reemplazamos el antiguo caballero (símbolo de la familia Senetiner) por el nuevo signo icónico de la bodega, producto de la conjunción de la V (Viniterra) y la Tierra.

Incorporamos las huellas de la tierra como reflejo de la principal filosofía de la bodega: VINOS DE LA TIERRA. Como la etimología de su nombre lo indica, la filosofía de Viniterra es obtener VINOS DE LA TIERRA, entendiendo como tal la calidad que surge de la perfecta combinación entre: zona geográfica, suelo, microclima, aportes del hombre y las variedades de uvas más adecuadas.

La combinación del negro y el naranja se mantiene en los 3 espumantes y funciona como sello de identidad de la línea, dándoles un estilo más actual entre las bebidas alcohólicas.

En el nuevo "Viniterra Prosecco" se destaca la elección tipográfica en su marca y la incorporación de los colores de Italia, que reflejan la más fina expresión del estilo italiano, remitiéndose a sus orígenes en la región de Véneto, donde es reconocido no sólo como aperitivo sino también para preparar cócteles.



## RESULTADOS

Actualmente, **Viniterra** está estrenando su nueva línea de espumantes participando en distintos eventos exclusivos, para acercar sus productos a las mesas más sofisticadas y a las góndolas más selectas.

El nuevo diseño logró despegarlos de su impronta netamente tradicional, pero manteniendo su calidad e historia. Les otorgó un espíritu fresco e innovador, con personalidad y estilo propio, para llegar al público desde una mirada que trascienda el mero acto de beber y que lo involucre en el descubrimiento de un producto cuidado en cada uno de sus detalles. El éxito del rebranding depende del trabajo constante en nuevas acciones y eventos que acompañen su proceso de posicionamiento a nivel comercial.



[www.duxdesign.com.ar](http://www.duxdesign.com.ar)