

re-
inventar

Vino Gallardo y Avery Dennison: Un maridaje de primera

Fasson® Cuvée Agrelo
de Avery Dennison



A mediados del 2021, el Director Técnico del reconocido club de fútbol argentino River Plate, Marcelo Gallardo, lanzó su primer vino “MG” de edición limitada y elaborado por el enólogo de **Bodega Norton**, David Bonomi, uno de los referentes más reconocidos de la industria vitivinícola de dicho país.

Se trata de un exclusivo blend de Malbec, Cabernet Sauvignon y Merlot cosecha 2017, añejado 14 meses en barricas de roble francés, el cual guarda un estilo elegante y sofisticado y que, por sus características, remite a como Marcelo Gallardo logró reinventarse como DT, luego de una excelente trayectoria como futbolista.

Sobre la marca:

“Hacer lo que uno ama. Siempre persiguiendo sueños”, es la frase que representó este proyecto y la que impulsó a Marcelo Gallardo a lograr esta nueva creación. “Mi filosofía de vida siempre estuvo regida por la tenacidad, dedicación, intensidad y pasión, y este vino es un reflejo de todas esas características”, afirmó el DT.

El interesante MG, de partida limitada, es un vino de color rojo profundo, aromas frutales y especiados y frescos. Es un blend diferenciado, atractivo, complejo y de muy largo final. Notas que conectan con el recorrido profesional del DT, el cual cuenta con cinco campeonatos nacionales y siete internacionales, Copas Libertadores (2015 y 2018), una Copa Sudamericana (2014), tres Recopas Sudamericanas (2015, 2016 y 2019) y una Suruga Bank (2015). Desde sus comienzos, Gallardo ha liderado su crecimiento como DT con intensidad y pasión, volviéndose el entrenador más exitoso en la historia del club.



“Un nuevo desafío siempre se proyecta mucho tiempo antes de que salga, y en equipo junto al cliente. Para eso tenés que tener la confianza del cliente como socios estratégicos, confianza que se genera como en el caso de Norton, en 10 años de trabajo en conjunto y lleno de desafíos”

Diego Giaccone,
Director en Sure Brand Design

El diseño:

Con el interés de lograr una imagen de marca que logre consolidar y transmitir la personalidad del producto, se pensó en una estética que a simple vista transmita elegancia y personalidad. Para ello, se utilizó la implementación de detalles logrados en stamping color cobre mate, para luego, mediante la utilización de una impresión oscura y diferentes relieves sectorizados, lograr un acabado ideal en donde queden al descubierto un look sobrio, de tonalidades profundas en donde se destacan los brillos del cobre y la textura innovadora del papel. **Una estética elegante y moderna que invita al consumidor y lo seduce a primera vista.**

El equipo encargado de desarrollar el arte de este proyecto, pertenece a **Sure Brand Design**, Agencia de branding y diseño con gran protagonismo en la escena del packaging a nivel regional. Creada en 2004 por su fundador, **Diego Giaccone**, la agencia se especializa en el desarrollo de estrategias de Branding para marcas líderes en toda latinoamérica. En lo relacionado a la impresión y los procesos de embellecimiento, el equipo

del Establecimiento Gráfico J. Luis Smovir fue el elegido. Ellos fueron los responsables de llevar adelante la Impresión Offset, sumando stamping de color cobre, barniz flexo antiroce y serigrafía volumétrica en la superficie de las etiquetas, logrando una terminación única.

“En este caso la idea la fuimos pensando en la cancha y luego en muchas reuniones para llegar a definir la personalidad de marca que quería reflejar Marcelo. Las ideas nos llevaron a utilizar el Agrelo de Avery Dennison, Por su textura, elegancia y por ser novedoso en el mercado.”

Diego Giaccone,
Director en Sure Brand Design

La elección del frontal:

El papel elegido para este proyecto fue el **Fasson® Cuvée Agrelo S0300/BG80b**, una de nuestras últimas novedades en etiquetas autoadhesivas para el mercado de Vinos, Cervezas y Bebidas Espirituosas de la región.

Su frontal de color extra blanco presenta un tramado símil martillado intenso que remonta a las tierras arenosas de nuestra localidad protagonista “Agrelo”, en donde las uvas alcanzan aromas intensos logrando un gran equilibrio de sabor. Este frontal es ideal para productos donde se busca transmitir un look tradicional y su versatilidad permite adaptarse a todo tipo de diseños.

“Elegimos el papel Fasson® Cuvée Agrelo, por ser una solución adhesiva de alta gama, la cual presenta una excelente calidad, performance y una textura única en el mercado. Este papel refleja una parte fundamental para resaltar los conceptos de la marca.”

Diego Giaccone,
Director en Sure Brand Design.





Como en la mayoría de los productos de nuestro portafolio de Wines & Spirits, cuenta con el **adhesivo Fasson® S0300**, el cual es 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.

Complementa su estructura con el soporte (liner) BG80b que gracias a su grosor, posibilita la utilización de todas las técnicas de impresión, stamping o cuño seco, y permite un excelente dispensado. **Como sucede con el resto de la línea de materiales para vinos de Avery Dennison, también se encuentra disponible con soporte PET.**

Además, posee la certificación FSC® (Forest Stewardship Council®) acreditando nuestro compromiso de utilizar materias primas provenientes de bosques con manejo responsable, y a su vez ofrece excelente resistencia a la humedad (Wet Strength), permitiendo mantener la calidad visual de su etiqueta aun en condiciones de alta humedad.

El resultado:

En el mundo, el vino argentino es tan protagonista como el fútbol, y sin ninguna duda son dos polos que siempre estuvieron unidos. Por esta relación tan estrecha es que muchos clubes del mundo tienen vinos entre su merchandising oficial.

En este sentido, podemos decir que así como los clubes, las botellas también tienen sus camisetas, y en ellas es en donde encontramos la verdadera personalidad de la marca. Lo que representan y que nos quieren decir.

Una identidad necesaria para diferenciarse en un mundo de posibilidades.

Este interesante proyecto nos habla sobre cómo la utilización de materiales innovadores y la búsqueda de la creatividad pueden lograr un resultado perfecto. Nos muestra como se debe considerar el entendimiento entre cliente y marca, sobre cómo debemos elegir los elementos, buscando el mejor resultado. Hablando futbolísticamente, nos demuestra cómo podemos armar “un equipo” ganador.

Una etiqueta ideal para un vino campeón.