

Annex 1
De la vinya al paper:
Anàlisi del disseny
gràfic en les etiquetes
de vi de D.O. Penedès.

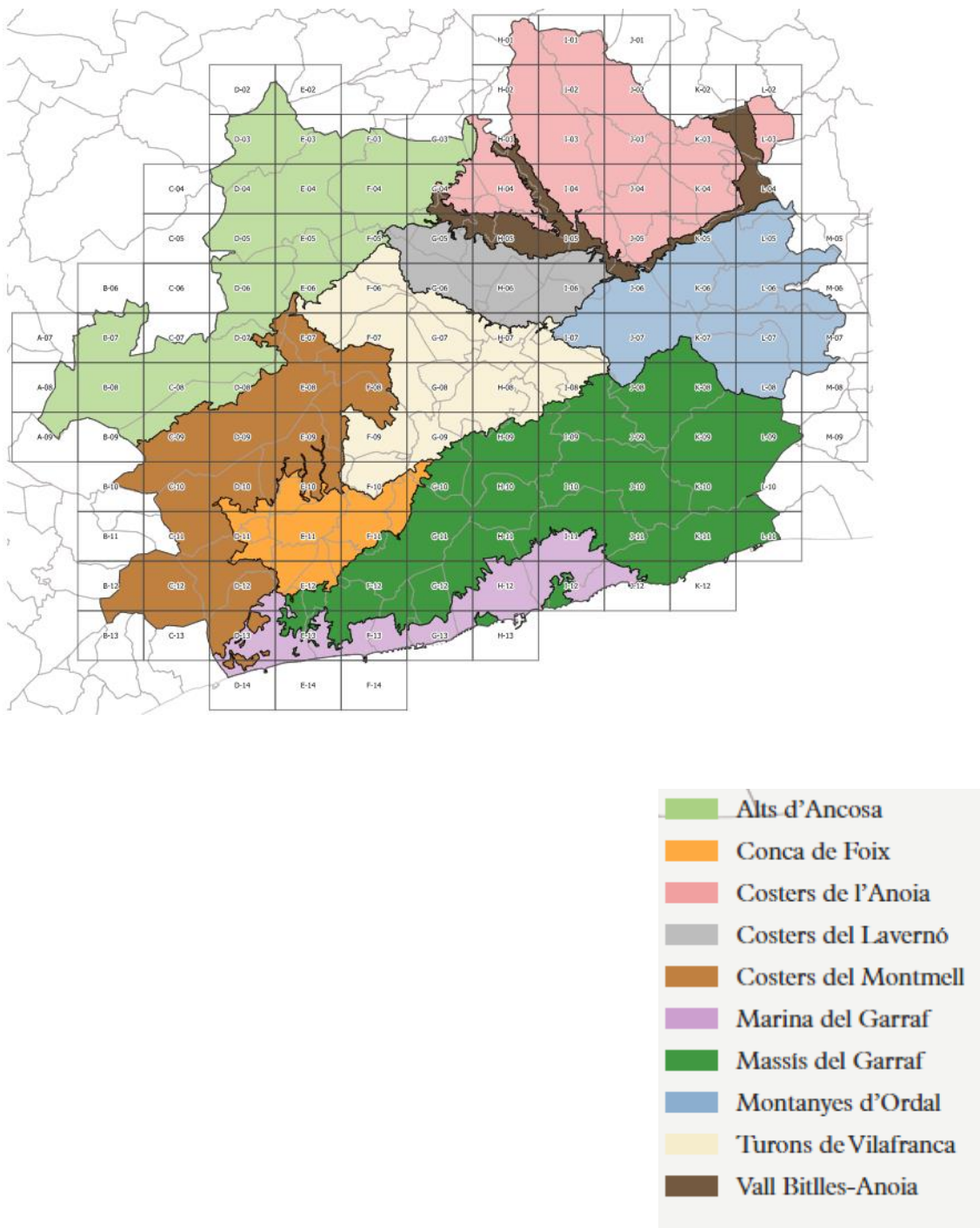


Índex de continguts

1.	Gràfics.....	3
1.1	Gràfic 1 – Zones de la DO Penedès.....	3
1.2	Gràfic 2 - Mapa de les Denominacions d'Origen de Catalunya.	4
1.3	Gràfic 3 - El mercat dels vins amb Denominació d'Origen	5
2.	Entrevistes.....	5
2.1	Entrevista a Estudi Bas – Capo, Xavier Bas Disenyador gràfic especialitzat en disseny d'etiquetes de vi.....	5
2.2	Entrevista a Sònia Vilar, Tastadora de Vins de Ramon Bilbao	6
2.3	Entrevista a Ester Montero - Dissenyadora gràfica	8
2.4	Entrevista Celler Parató de la DO penedes	9
2.5	Entrevista celler Can Lleó de la DO Penedès – Aina Mariné, Enòloga	10
2.6	Entrevista a Joaquín Mañes de Bodegas Magasé, Huelva	12

1. Gràfics

1.1 Gràfic 1 – Zones de la DO Penedès



Prodeca - Mapa de les Zones de la D.O Penedès.

1.2 Gràfic 2 - Mapa de les Denominacions d'Origen de Catalunya.



Prodeca - Mapa de les Denominacions d'Origen de Catalunya.

1.3 Gràfic 3 - El mercat dels vins amb Denominació d'Origen



NCAVI - El mercat dels vins amb Denominació d'Origen – Informe Nielsen 2020

2. Entrevistes

2.1 Entrevista a Estudi Bas – Capó, Xavier Bas Disenyador gràfic especialitzat en disseny d'etiquetes de vi.

1. Com descriuries la importància del disseny en les etiquetes de les ampolles de vi?

Fonamental. El disseny vol dir diferència (distingir) i emoció (obrir la gana).

1. Quins elements consideres fonamentals en dissenyar una etiqueta de vi per destacar al mercat?

La claredat del missatge. Tenir en compte les sensacions que desperta. Que “dibuixi” un emissor, algú que et diu alguna cosa i que et creus.

2. Com creus que influeix el disseny d'una etiqueta en la elecció del consumidor en el moment de comprar una ampolla de vi?

Combinada amb el preu, la imatge té una importància bàsica. És el que t'impulsa a allargar la mà, et suggereix i explica la qualitat del vi, i et fa pensar si és o no el que vols comprar. El primer impuls es converteix (o no) en una decisió de compra.

3. Quins són els principals reptes en dissenyar etiquetes per als vins que s'han de destacar entre la competència?

Ser diferent combinat amb ser autèntic, creïble.

4. Podries mencionar algunes tendències que consideris actuals en el disseny d'etiquetes de vi?

El llenguatge de les etiquetes de vi es va obrir molt fa uns quinze anys. Ara hi ha molta varietat, però menys entusiasme. Potser el que més es valora avui són els dissenys més senzills, tipogràfics, on el que es diu està per sobre de les imatges.

5. Quin és el teu procés creatiu en dissenyar una etiqueta de vi des de zero? Com integres les característiques del vi i la marca en el disseny?

Parlar amb el client. Escoltar-lo. Acompanyar-lo en el seu projecte. Crear un clima de confiança. No anticipar cap resultat. Construir, fent. Provar això i allò. Treballar molt. Equivocar-se. Dialogar.

6. Quins consells oferiries als cellers que busquen renovar o actualitzar el disseny de les seves etiquetes per mantenir-se rellevants en el mercat actual?

Que passin un dia per l'estudi i xerrem

2.2 Entrevista a Sònia Vilar, Tastadora de Vins de Ramon Bilbao

1. Com influeix el disseny de l'etiqueta en la seva percepció inicial d'un vi abans de tastar-lo?

El disseny de l'etiqueta d'un vi té un impacte significatiu en la percepció inicial del consumidor sobre el vi abans de tastar-lo. Una etiqueta atractiva pot despertar l'interès i la curiositat, mentre que una etiqueta menys atractiva pot generar una impressió negativa inicial. En general, es pot considerar que al voltant del 60% de la influència inicial d'un vi es deu al seu disseny d'etiqueta.

2. Considera que hi ha coherència entre el disseny de l'etiqueta i les característiques del vi en sí mateix?

En molts casos, hi ha una certa coherència entre el disseny de l'etiqueta i les característiques del vi. Un bon disseny d'etiqueta pot reflectir la qualitat, l'estil i el caràcter del vi que hi ha dins de l'ampolla. No obstant això, això no sempre és garantit, i és important no basar-se només en l'etiqueta per avaluar la qualitat del vi.

3. Creu que una etiqueta ben dissenyada pot aportar valor complementari al vi, més enllà del seu contingut?

Una etiqueta ben dissenyada pot certament aportar valor complementari al vi més enllà del seu contingut. Pot transmetre una sensació de prestigi, artesanat o elegància, que pot influir en la percepció del consumidor sobre el valor del vi.

4. Ha experimentat alguna vegada que, només amb observar l'etiqueta d'un vi, ha pogut intuir certes qualitats o característiques del mateix?

Tot i que no és comú intuir les qualitats d'un vi només per observar l'etiqueta, en el cas de marques molt consolidades, l'etiqueta pot evocar una imatge de consistència i qualitat que els consumidors poden associar amb els productes d'aquella marca.

5. Quina és la seva opinió sobre la importància del disseny de l'etiqueta en la indústria del vi, especialment en un mercat cada vegada més competitiu?

El disseny de l'etiqueta és cada vegada més important en la indústria del vi, especialment en un mercat competitiu. Les bodegues estan reconeixent cada vegada més l'impacte que una bona presentació pot tenir en les vendes i estan invertint més recursos en el disseny de les seves etiquetes.

6. Ha notat alguna tendència en el disseny d'etiquetes de vi en els últims anys? Com creu que aquestes tendències afecten l'elecció del consumidor?

En els últims anys, s'ha observat una tendència cap a etiquetes més simples, blanques i minimalistes. Aquest estil de disseny pot transmetre una sensació de modernitat, elegància i sofisticació. Aquestes tendències poden afectar l'elecció del consumidor, ja que una etiqueta atractiva i en línia amb les tendències actuals pot captar més l'atenció dels consumidors.

Per exemple el nostre "top" vendes el vi Milto tenia una etiqueta molt clàssica i molt tradicional la qual van observar que no captivava al consumidor, amb lo qual es va decidir proceder a un canvi i ara es grava l'etiqueta a la mateixa empolla de vidre, inspirant així uns aires molt més nous.

7. En la seva experiència, creu que el disseny de l'etiqueta pot ser un factor determinant en l'elecció d'un vi per part del consumidor, fins i tot per sobre de la seva qualitat real?

Tot i que el disseny de l'etiqueta pot ser un factor important en l'elecció d'un vi per part del consumidor, no és el factor determinant. La qualitat del vi en sí mateix, incloent-hi el seu sabor, aroma i textura, segueix sent l'aspecte més important per a la majoria dels consumidors. Així, tot i que una etiqueta atractiva pot cridar l'atenció inicialment, la qualitat del vi en sí mateix serà el factor que determini si el consumidor repeteix la compra en el futur.

2.3 Entrevista a Ester Montero - Dissenyadora gràfica

1. Com descriuries la importància del disseny en les etiquetes de les ampolles de vi?

El disseny és crucial per identificar el producte, saber d'on vé qui el proveeix, quins valors ens aporta... També és molt rellevant per la part de captivar l'atenció del consumidor i comunicar tant la història, les qualitats, l'escència... del vi. És la primera impressió que el consumidor té del producte i clarament pot influir en la seva decisió de compra.

2. Quins elements consideres fonamentals en dissenyar una etiqueta de vi per destacar al mercat?

Mmm....A l'hora de dissenyar una etiqueta de va és essencial tenir en compte diversos elements per destacar i ressaltar el producte dins en el mercat. Per exemple, la tipografia ha de ser legible i coherent amb l'estil del vi i la marca.

Els colors han d'intentar reflectir l'essència del vi i despertar emocions positives i atractives en el consumidor per aconseguir enganxar-lo.

També les imatges o il·lustracions que es mostren poden ajudar a transmetre la història i el caràcter del producte i sovint amb els materials utilitzats que no s'hi presta molta atenció, però també són importants, ja que poden afegir un toc de personalitat o d'elegància o fins i tot mostrar l'autenticitat a l'etiqueta.

3. Com creus que influeix el disseny d'una etiqueta en la elecció del consumidor en el moment de comprar una ampolla de vi?

Clarament és de gran importància! Avui en dia comprem amb els ulls i encara més productes on la gran majoria no hi entenem molt!

El disseny d'una etiqueta pot ser un factor decisiu en la compra, si la etiqueta és atractiva i ben dissenyada, com he dit abans pot captivar fàcilment l'atenció del consumidor des del primer moment, despertant la seva curiositat i generant un interès ja inicial pel producte. A més, una etiqueta que comunica clarament la qualitat i els valors del vi pot ajudar a generar confiança en el consumidor, influenciant positivament la seva decisió de compra.

4. Quins són els principals reptes en dissenyar etiquetes per als vins que s'han de destacar entre la competència?

Aviam, jo diria que entre el principal repte que es presenta en el disseny d'etiquetes per a vins destaca la necessitat de destacar en un mercat cada vegada més competitiu. Amb milers de marques i varietats de vi disponibles, és essencial crear una etiqueta que capti l'atenció del consumidor i el faci escollir el nostre producte sobre la resta. Això implica ser innovador, diferenciar-se de la competència i comunicar clarament els avantatges i valors únics del nostre vi.

5. Podries mencionar algunes tendències actuals en el disseny d'etiquetes de vi i com creus que impacten en la indústria?

Avui en dia trobem de tot, des de l'etiqueta més tradicional a la més moderna i abstracte. Les tendències actuals van des del minimalisme i la ultra simplicitat fins les més artístiques i creatives.

El que valoren els consumidors actuals és la autenticitat i la història darrere de la marca, per tant les etiquetes que comuniquen una narrativa autèntica i personalitzada tendeixen a destacar.

6. Quin és el teu procés creatiu en dissenyar una etiqueta de vi des de zero? Com integres les característiques del vi i la marca en el disseny?

És important començar amb una investigació exhaustiva sobre la marca i el producte i sobretot el seu públic objectiu. A partir d'aquí, es poden explorar diverses opcions de disseny, tenint en compte els elements clau del vi, o no. Segons la identitat que es preten transmetre farem ús d'uns elements o d'uns altres i a partir d'aquí es constuirà el primer esbós de l'etiqueta. He de reconèixer que cada dissenyador acaba tenint el seu estil, per tant en el fons acabem posant part de la nostra manera de fer dins de la creació.

7. Quins consells oferiries als cellers que busquen renovar o actualitzar el disseny de les seves etiquetes per mantenir-se rellevants en el mercat actual?

Considero que s'ha de tenir en compte per sobre de tot què es el que busca el seu consumidor. Jo recomano buscar diferenciació a través de la creativitat i la innovació, però alhora destacant els valors i la història de la marca. També crec que és essencial estar obert a la retroalimentació dels consumidors i ajustar la creació segons les seves preferències i feedback, per garantir una connexió efectiva amb aquesta l'audiència.

2.4 Entrevista Celler Parató de la DO penedes

1. Quins són els vins més emblemàtics de la vostre celler i què els fa únics en comparació amb altres vins de DO Penedès?

Parató Xarel·lo: des del 1977 que elaborem un vi monovarietal de xarel·lo, el raïm blanc més noble de la nostra DO. I és des de fa pocs anys que la DO Penedès promou l'elaboració d'aquest tipus de vins i són l'emblema del Penedès. Parató Samsó, el nostre Gran Vi de Mas, i un dels primers vins catalogats així per la DO Penedès.

2. Què inspira el disseny de les etiquetes dels vins i com assegureu que reflecteixin adequadament la qualitat i la història del celler?

Ens inspira sobretot la vinya. A cada etiqueta intentem representar un element significatiu de la parcel·la d'on procedeix el raïm.

3. Heu experimentat canvis en el disseny de les etiquetes al llarg del temps? quin impacte han tingut aquests canvis en la percepció dels consumidors?

Sí. Anem fent canvis. L'impacte sempre ha sigut positiu. Som un celler dinàmic i ens agrada canviar per millorar

4. Consideren que el disseny de les etiquetes influeix significativament en la decisió de compra dels consumidors? Com equilibren l'estètica amb la informació rellevant sobre el vi?

Influeix segur. Sobretot quan parlem de cellers petits, on el nom no atrau per si sol al consumidor. L'estètica i la informació intentem que s'equilibrin de manera que tots els requeriments legals que estem obligats a incloure, no afectin a la "bellesa" de la imatge.

5. Creuen que el mercat actual valora més el disseny de les etiquetes o la reputació que la qualitat del vi en si mateix?

En vins que ja tenen un nom de fa anys potser no tant. Però en la resta és molt important la imatge.

6. Quines estratègies utilitzen per mantenir-se actualitzats quant a les preferències i tendències dels consumidors en termes de disseny d'etiquetes?

Observem molt tots els vins i caves del mercat. I tenim uns bons dissenyadors de confiança que ens ajuden.

7. A la vostra opinió, quin és l'equilibri ideal entre la tradició i la innovació en el disseny d'etiquetes per atreure tant als consumidors tradicionals com als més moderns i experimentals?

Això sempre és un punt difícil. Cada vi té un tipus de consumidor final. Intentem donar a cada un la imatge que creiem que agradarà més al consumidor que potencialment comprarà aquest producte

2.5 Entrevista celler Can Lleó de la DO Penedès – Aina Mariné, Enòloga

1. Quins són els vins més emblemàtics de la vostra celler i què els fa únics en comparació amb altres vins de DO Penedès?

A Can lleó elaborem 6 referències de vins, i tots ells tenen la seva peculiaritat. En tots mencionem a l'etiqueta la finca de procedència ja que son vins de finca única i creiem que això té un valor afegit. També la varietat (com a títol principal), ja que son varietats

tradicionals del Penedès. Donem importància a la tradició, singularitat i qualitat i això és el que volem reflectir.

2. Què inspira el disseny de les etiquetes dels vins i com assegureu que reflecteixin adequadament la qualitat i la història del celler?

Dins de la mateixa qualitat, tenim 3 perfils de vins:

- *2 Ancestrals; imatge innovadora / tradicional (mètode tradicional però a la vegada novel·lós)*
- *2 Blancs Brisats: imatge més elegant, clàssica (vins més fins, amb criança i elegants)*
- *2 Genuïns (blanc i negre); imatge genuïna, atrevida i vistosa (vins més singulars, especials)*

Tots ells contenen etiquetes visualment atrevides i amb vida.

3. Heu experimentat canvis en el disseny de les etiquetes al llarg del temps? Quin impacte han tingut aquests canvis en la percepció dels consumidors?

Celler molt nou, de moment no hem modificat el disseny de les etiquetes.

4. Consideren que el disseny de les etiquetes influeix significativament en la decisió de compra dels consumidors? Com equilibren l'estètica amb la informació rellevant sobre el vi?

Crec que sí que influeix, la percepció de cadascú però és diferent. Crec que tota la gama de productes ha de tenir un mateix fil conductor referent al celler. Que estèticament tingui alguna singularitat però que no deixi de mencionar allò més característic de cada un (sigui varietat, vinificació, parcel·la).

5. Creuen que el mercat actual valora més el disseny de les etiquetes o la reputació que la qualitat del vi en si mateix?

Malauradament hi ha una gran part del mercat que es guia per reputació (marques ja conegudes), i es dificultós donar oportunitats d'entrada a projectes més desconeguts tot i tenir una bona qualitat.

6. Quines estratègies utilitzen per mantenir-se actualitzats quant a les preferències i tendències dels consumidors en termes de disseny d'etiquetes?

En el nostre cas estem iniciant, de moment hem tingut molt bona rebuda per part del consumidor en quan al disseny d'etiquetes.

7. A la vostra opinió, quin és l'equilibri ideal entre la tradició i la innovació en el disseny d'etiquetes per atreure tant als consumidors tradicionals com als més moderns i experimentals?

Donar diferents games de productes, tots ells però amb un fil conductor que et porti a la historia i filosofia del Celler.

2.6 Entrevista a Joaquín Mañes de Bodegas Magasé, Huelva

1. ¿Cuáles son los vinos más emblemáticos de su bodega y qué los hace únicos en comparación con otros vinos?

Magasé Ánfora, el cual realizamos con maceración y en tinaja de barro. Conseguimos una leve crianza biológica y oxidativa, a partir de uva zalema proveniente de cepas viejas

2. ¿Qué inspira el diseño de las etiquetas de los vinos y cómo aseguran que reflejen adecuadamente la calidad y la historia de la bodega?

Nuestra bodega es el tercer negocio que montamos, ya que nuestra marca comienza con una editorial y posteriormente una galería de arte, de ahí que todas nuestras etiquetas son una obra de pintores de arte contemporáneo. Contamos con pinturas de Patricio Hidalgo, Daniel Franca, Ricardo Suarez o Manuel León.

3. ¿Han experimentado cambios en el diseño de las etiquetas a lo largo del tiempo? ¿Qué impacto han tenido estos cambios en la percepción de los consumidores?

Hemos homogeneizado el formato de la etiqueta en sí, por crear una uniformidad en la marca y ser más reconocibles con nuestras referencias

4. ¿Consideran que el diseño de las etiquetas influye significativamente en la decisión de compra de los consumidores? ¿Cómo equilibran la estética con la información relevante sobre el vino?

Creemos firmemente que sí, el hecho de que sea la etiqueta sea de un artista contemporáneo es por aportarle más valor a un producto completamente artesanal que se fundamenta en la cultura vinícola arraigada en nuestra zona

5. ¿Creen que el mercado actual valora más el diseño de las etiquetas o la reputación que la calidad del vino en sí mismo?

Por muy buena que sea la etiqueta, si el vino no es de calidad no se sustenta el conjunto

6. En su opinión, ¿cuál es el equilibrio ideal entre la tradición y la innovación en el diseño de etiquetas para atraer tanto a los consumidores tradicionales como a los más modernos y experimentales?

Creo que el formato, y el estilo es muy importante, crear marca en torno a una identidad visual corporativa.