vinetur

Las etiquetas de vino actuales no solo deben impactar por la vista, también por el tacto

martes 4 de mayo de 2021



A la hora de elegir uno u otro vino entran en juego muchos factores. El conocimiento del consumidor acerca de la bodega es, evidentemente, el más importante. Pero cuando nos situamos delante de un lineal, en una vinoteca o en una gran superficie, experimentamos una especie de "flechazo" que no en pocas ocasiones hace que nos decantemos por una botella y no otra.

En ese flechazo, que apenas dura unos segundos, las etiquetas lo son todo. En solo unos centímetros cuadrados, las bodegas deben transmitir al consumidor toda una declaración de intenciones sobre la identidad de sus vinos y de su marca.

Como explica Alberto Torroba, director general de Argraf, en los últimos 40 años, el sector de las etiquetas de vino ha experimentado "una revolución, tanto a nivel técnico como estético". Uno y otro han ido de la mano y han hecho posible que en la actualidad se pueda encontrar un sinfín de acabados y formatos. Así, la tendencia actual es "no solo provocar impacto visual, sino también proporcionar sensaciones táctiles", señala el director.

Materiales con texturas de terciopelo o láminas de madera son algunas de las tendencias que pueden encontrarse en el mercado. También el uso de relieves complejos, a varias alturas, están siendo cada vez más demandados.

Entre lo más novedoso, Torroba apunta a la aplicación de varios materiales superpuestos en una misma etiqueta. O incluso papeles impresos con tintas termocrómicas cuyos motivos permanecen invisibles y solo salen a la luz cuando la botella alcanza la temperatura de servicio correcta.

En este amplio mundo de posibilidades, casi infinitas, cobra especial relevancia la formación del diseñador, quien debe mantenerse al día de las tendencias, capacidades, maquinarias y acabados que puede aplicar en sus diseños. "A nosotros nos gusta pensar que si la creatividad no tiene límites, las marcas tampoco deberían tenerlos".

Con este panorama, no es difícil pensar que el sector de la etiqueta y el packaging del vino nos depara aún muchas y gratas sorpresas. Torroba lo tiene claro: "Vamos hacia etiquetas más trabajadas y complejas, con más elementos gráficos e, incluso artísticos; etiquetas que cuentan historias en unos pocos centímetros cuadrados y cada vez con más calidad técnica y materiales más ricos y naturales. El futuro será tecnológico y sostenible".