

PREMIOS DE MARKETING DE ASTURIAS

Bodegas Fernández presenta:

LA LEYENDA ROBERTINI



Cuando Roberto Fernández, “alma mater” de Bodegas Fernández nos telefoneó un buen día y nos contó que quería distribuir un vermut solera con el nombre de Robertini, lo primero que pensamos es que se había vuelto loco.

Como sabemos que a Roberto no le gusta jugar con las cosas de comer, nos sentamos a reflexionar y a los 5 minutos ya sabíamos que estábamos ante una idea brillante.

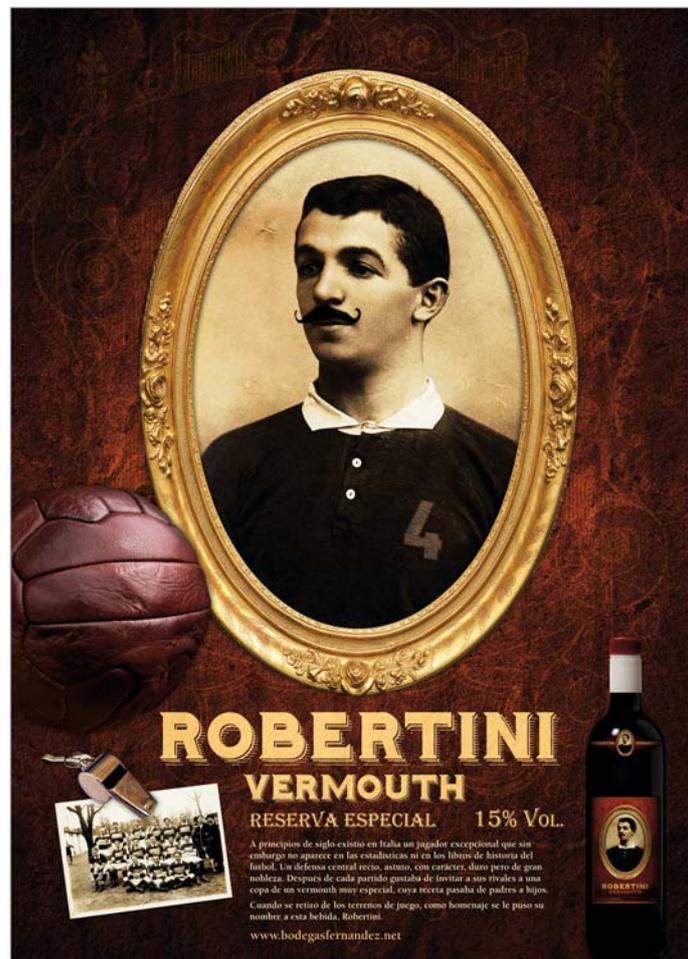
Roberto es un emprendedor de una personalidad arrolladora. Un tipo especial, amigo de sus amigos, que imprime carácter a todo lo que hace. Si el vermut iba a llevar su nombre, también debería ser un fiel reflejo de su personalidad.

Así que el brainstorming se convirtió, como en las películas de policías, en la reconstrucción del perfil psicológico de nuestro cliente: un hombre decidido y resuelto, viril, de carácter noble y espíritu soñador, una persona sencilla pero con grandes habilidades sociales para empatizar y desenvolverse en cualquier ambiente.

¿Pero, y qué pasaba con el producto? Pues afortunadamente teníamos en las manos un vermut solera verdaderamente excepcional, elaborado a partir de uva del valle de Yecla y sometido a un proceso de maduración en barrica durante al menos dos años. Disponíamos entonces de nuevos atributos con los que enriquecer la marca: calidad, tradición y sabiduría.

¿Cómo podíamos conectar todos estos conceptos?. La respuesta fue el fútbol, una de las grandes pasiones de Roberto, que militó en la tercera división asturiana durante muchos años. Como en un buen guión cinematográfico, el personaje cobró vida prácticamente de forma espontánea.

Así nació la leyenda de Robertini.



ROBERTINI
VERMOUTH
RESERVA ESPECIAL 15% Vol.

A principios de siglo existió en Italia un jugador excepcional que sin embargo no aparece en las estadísticas ni en los libros de historia del fútbol. Un defensa central recio, astuto, con carácter, duro pero de gran nobleza. Después de cada partido gustaba de invitar a sus rivales a una copa de un vermouth muy especial, cuya receta pasaba de padres a hijos. Cuando se retiró de los terrenos de juego, como homenaje se le puso su nombre a esta bebida, Robertini.

www.bodegasfernandez.net

Una marca de vino se expresa fundamentalmente a través de su etiqueta. Es su seña de identidad más importante y su nexo de unión con el consumidor.

Formalmente teníamos un objetivo muy claro: el diseño de la etiqueta proyectaría todos estos valores, pero además debía provocar en nuestra mente la ilusión de una marca que llevara con nosotros toda la vida, "Robertini era la marca preferida de nuestros abuelos".



Con una personalidad tan definida, la marca ha tenido una aceptación inmediata entre los establecimientos habituales donde opera Bodegas Fernández. Roberto y Robertini tienen un mismo discurso: una oferta competitiva, original, coherente y de gran calidad.

Pero quizás lo más importante y el verdadero éxito de este proyecto ha sido el de conectar de forma inmediata con el consumidor final. Robertini transmite emociones, es una marca que dialoga con el cliente.

En la actualidad, se comercializan unas 8.600 botellas anuales de Robertini y las expectativas de futuro de Bodegas Fernández son las de expandirse paulatinamente en el mercado nacional e incluso a través de la exportación.

La marca ha continuado evolucionando en busca de una mayor excelencia. Se ha desarrollado un nuevo concepto de botella, con la etiqueta serigrafiada, que le confieren una personalidad todavía más original frente a sus competidores.

Además, se ha creado un nuevo estuche para aprovechar el canal de comercialización de las tiendas gourmet y de productos asturianos.



Avilés, 27/05/10

Jose Manuel Fernández
CEO Trisquelmedia