

Nuevo Plan de Comunicación

El nuevo plan de comunicación de Envite transmite la identidad de la marca por medio de su eslogan *Empieza el juego*. Un vino que supone toda una apuesta por este Rioja de carácter propio, “que puede llegar a sorprender en la cata a aquellos consumidores que les guste probar vinos nuevos”, explica Rubén Sáenz.

La imagen de Envite lanza una idea de juego, sabiendo que su elección es un reto que se produce en un entorno de diversión. El *packaging* se concreta en una cápsula que reproduce la imagen de un montón de fichas para apostar. El color de la ficha, a su vez, identifica el tipo vino. En el caso del crianza y del tinto joven, ambos tintos, el color es el azul pero se combinan con blanco y negro. En el caso del blanco, las fichas son amarillas, y en el rosado, rojas.

El papel en el que se imprimen las etiquetas es del tacto más plástico posible para ser lo más fieles posibles a la comunicación. Además, se han utilizado tintas de relieve para simular el efecto ficha hasta el extremo.

La botella para toda la gama también ha cambiado. Una botella más innovadora y moderna que responde al posicionamiento y público de la marca. La presencia de la botella, junto con el nuevo diseño de etiqueta y cápsula, convierte a Envite en una marca diferenciadora dentro de entorno de los vinos de Rioja.

Las cajas, dentro de la comunicación, se presentan como otro de los elementos importantes. El modelo de cajas está destinado para contener doce y seis botellas. Las cajas son genéricas para toda la gama de Envite y se han trabajado como un elemento de comunicación importante.

Los dos modelos de cajas no están impresos en un único color. Tienen caras en blanco y negro, una idea innovadora para seguir conectando con el público objetivo de Envite.