

El vermut que marca la diferència

Un resum de les apostes pel disseny de les etiquetes i la imatge dels vermuts catalans

Els egipcis ja posaven «etiquetes» als seus vins. Si volem comprovar els orígens del comerç vinícola del nostre país, paga la pena la visita al Museu de Badalona per veure les restes romàniques i observar les primeres etiquetes dels productors de vins. Unes etiquetes que eren senzilles i sobretot, pràctiques. Els nostres avantpassats gravaven les àmfores que transportaven els vins amb el nom del productor, la vinya i l'anyada.

Sempre ens ha interessat saber el que bevem i la seva procedència, també és el cas del vermut. Les etiquetes ens criden l'atenció a l'hora de comprar els productes, i moltes marques intenten seguir les tendències de mercat i treure novetats per atraure el públic. Tot i que la imatge i el disseny no en vaticinen la qualitat de la beguda, juguen un paper fonamental en la decisió de compra i també volen presentar la imatge de l'elaborador i el seu producte. Ja ho diuen: «les primeres impressions, compten».

Malgrat que el vermut s'hagi comprat a doll durant molts anys, les cases comercials van crear les seves marques i algunes ja l'embotellaven des de finals del segle XIX. És aleshores quan comencen a necessitar un nom comercial, un bon disseny i l'etiqueta per vestir el seu producte. A continuació fem un passeig pels vermuts catalans:

Els clàssics

Les etiquetes tradicionals de vermut juguen principalment amb el romanticisme de l'època. Si els primers vermuts van aparèixer a partir de la segona meitat del s. XIX, podem veure les influències modernistes de formes naturals, femenines i divinitats com a elements clàssics de disseny. També hi apareixen medalles daurades, que ens mostren si les begudes s'han presentat en diverses fires històriques, exposicions universals o han guanyat premis. O altres emblemes, com els escuts d'armes o heràldics, alguns per reconèixer la marca d'una família, d'altres més de cara a fer màrqueting i embellir l'ampolla. A començament del segle XX, l'Art déco acaparà el món del disseny i tenim molts exemples de publicitat d'aquella època.

Molts vermuts catalans segueixen aquesta línia tradicional de presentació d'imatge. També hi ha les línies clàssiques, amb colors negres, vermells i daurats per oferir els productes *premium*.

NacióReus

Naciódigital



Els moderns

Al segle XXI amb la novetat de marques de vermuts i l'amplitud de tècniques que incorpora el disseny industrial i gràfic, cada cop tenim més productes innovadors i sorprenents. L'objectiu és apropar-se al públic. I ara que els joves s'interessen pel vermut, el disseny va a per ells (amb ampolles serigrafiades, coloraines, noms suggeridors, ampolles de tap de cantimplora, de tamany més petit o més gran). A continuació, alguns exemples:

NacióReus

Naciódigital

