

LA PETITE MORT

Чувственный дизайн для вина Pet-nat

Задача

Перед нами стояла задача создать бренд и упаковку, которые позволили бы **быстро продать всю партию без затрат на медиапродвижение**, а также заложить прочную основу для будущей винодельни и привлечь потенциальных инвесторов.

Решение

Мы разработали **запоминающееся название и привлекающую внимание упаковку**, которые транслировали уникальный характер и качество вина, делая его непревзойдённым выбором для покупателей с первого взгляда.

Результаты:

- **90% вина распродано всего за 2 месяца**, включая предзаказы, что стало рекордом для индустрии.
- **€0 затрат на медиапродвижение или рекламу.**
- Винодел получил приглашения на **5 крупнейших отраслевых выставок.**
- Проведены переговоры с **3 потенциальными инвесторами**, с одним из которых уже подписан контракт.
- По словам клиента, именно **брендинг стал ключевым фактором этого успеха.**



ИСКУССТВО МОМЕНТА * ИСКУССТВО МОМЕНТА * ИСКУ



RAW PLEASURE, NOT POLISH





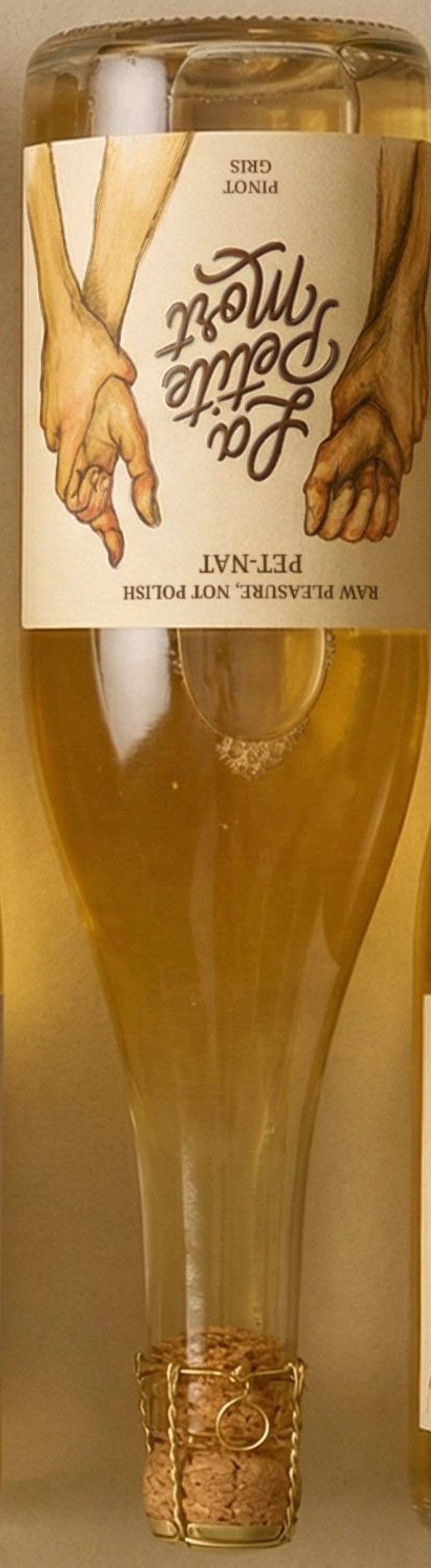
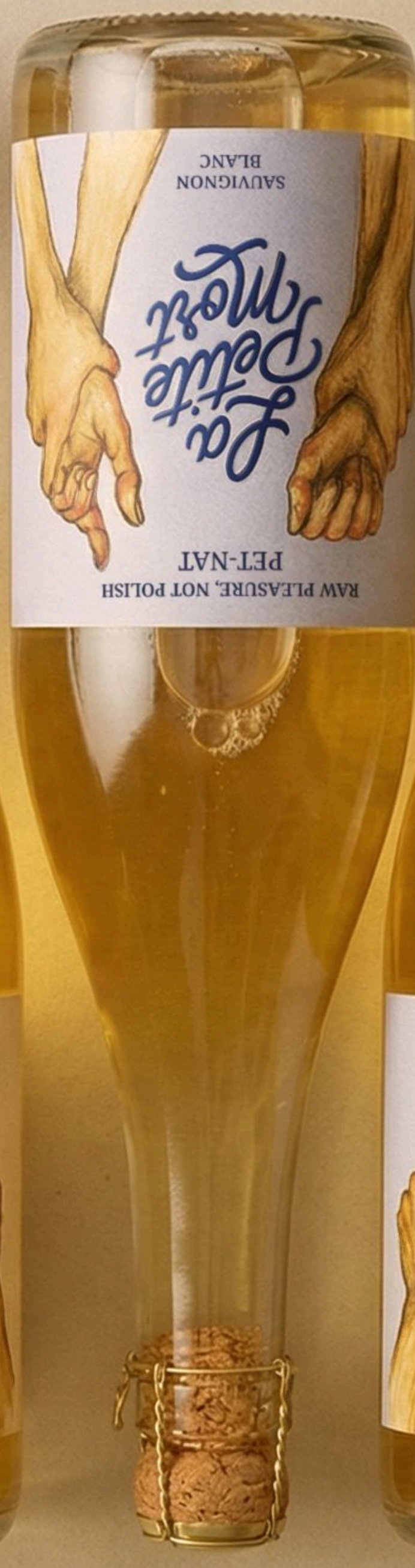
La
Petite
Mort















A close-up, low-angle shot of a chilled bottle of sparkling wine. The bottle is covered in condensation droplets. The cork has just popped, and a thick, white spray of foam is erupting from the neck. The background is a textured, light-colored surface.

DON'T HOLD IT