



Roberto Pinto

DIRECTOR DE MARCA

Vinos Lamborghini

RPINTOMARKETING.COM / MADRID

CASO DE ESTUDIO / CASE STUDY

Vinos Lamborghini

Automóviles Lamborghini Argentina, ALAR S.A., 2023

El desafío no era vender vino. Era que el nombre Lamborghini significara lo mismo en una botella que en un chasis.

Dirigí el proyecto de punta a punta: de la investigación de mercado a la exportación. Branding, packaging, contenido, activación y distribución, tratando cada decisión como extensión de una marca de hiperlujo.



MARKET RESEARCH

Investigación de mercado

Estudio del sector vitivinícola argentino: análisis FODA, benchmark de competidores (Rutini, Luigi Bosca), definición del buyer persona, canales de distribución exclusivos y posicionamiento de precio. La base sobre la que se tomó cada decisión de producto y go-to-market.





BRAND IDENTITY

Identidad de marca

Estrategia de branding e identidad visual del producto: tono de voz, cápsula grabada con la L de Lamborghini, corcho personalizado y la papelería de ALAR. Cada punto de contacto pensado como extensión del universo Lamborghini, no como un vino con un logo prestado.

DIGITAL CONTENT

Contenido digital

Conceptualización creativa, copywriting, dirección de arte y supervisión del diseño: piezas para redes, fichas técnicas de cata y la campaña Regalá un Lamborghini.





AUDIOVISUAL PRODUCTION

Producción audiovisual

Dirección de la producción de punta a punta: brief creativo, selección y contratación del equipo, coordinación de locaciones en vinoteca exclusiva, supervisión del shooting y la edición final.

ORIGIN, MENDOZA

Origen

Selección de bodega y supervisión de la producción. Visitas a los viñedos de Valle Grande, Mendoza (1050 msnm) para documentar cosecha y vinificación, como respaldo de calidad y materia prima del storytelling.





EVENT ACTIVATION, MOTO GP 2023

Activación en eventos

Activación completa en el Moto GP Argentina 2023: diseño y producción del stand, logística, edición limitada Moto GP 2023 con packaging exclusivo y dirección de la experiencia de marca.

DISTRIBUTION & POS

Distribución y punto de venta

Estrategia de distribución y negociación directa de acuerdos exclusivos con 7 distribuidores nacionales. Presencia en vinotecas premium, visual merchandising y adaptación para exportación LATAM: etiquetado regulatorio e Incoterms.



*No se trata solo de vender un producto. Se trata de
construir un universo de marca donde cada detalle
cuenta la misma historia.*

