

Fulg de vară, vin românesc de lux în ediție limitată



Oenologul Ciprian Stancu a lansat pe piața “Fulg de vara”, primul brand românesc de vinuri de lux, apărut în ediție limitată. Marca a fost creată de compania BrandTailors. Stancu și-a propus să poziționeze brandul pe segmentul premium din România, un segment disputat de vinuri internaționale.

Început în martie 2007, procesul de branding a fost inițiat de oenologul și consultantul de specialitate Ciprian Stancu, pentru a oferi cunoscătorilor, în fiecare toamnă, o ediție limitată de vin alb considerat cel mai bun din anul precedent. Vinul care a fost ambalat pentru toamna lui 2007 sub brand-ul “Fulg De Vara” este o Tamaioasa Românească, culeasă la Domeniile Stirbey și vinificată la cramele cu același nume de către germanul Oliver Bauer. În fiecare an sub această marcă se va comercializa un soi diferit, păstrându-se însă conceptul de vin alb licoros, a precizat Beatrice Danis, managing partner al BrandTailors.

Ediția din acest an conține 2.707 sticle, la care vor avea acces doar persoanele înregistrate în lista personală de “connoisseurs” a lui Ciprian Stancu și maxim 10 restaurante de elită din București. Prețul unei sticle se ridică la peste 30 de euro, cu un maxim de 200 de lei.

Numele și identitatea vizuală a vinului au fost create de compania de consultanță de marcă BrandTailors. Compania a executat identitatea vizuală și conceptul de ambalaj într-o notă minimalista, redată în două culori (negru și argintiu), pentru a conferi vinului o notă de distincție.

Sursa: **Capital**