

# novum

WORLD OF GRAPHIC DESIGN 10.14



**novum+**  
DRINKS

---

GRAPHIC DESIGN  
**LA FONDA GRÀFICA**  
CORPORATE DESIGN  
**PECORA NERA**  
TYPOGRAPHY  
**IVORIN VRKAS**

## Kreatives aus Kork

### Imaginative wine labels

#### TEXT:

Marta Almeida

**Lavernia & Cienfuegos Design wurde 1995 von Nacho Lavernia und Alberto Cienfuegos gegründet. Mit ihrem ganzheitlichen Gestaltungsansatz decken sie viele Bereiche vom Industriedesign bis zum Packaging ab. Ihr Büro befindet sich im Herzen von Valencia in einem wunderschönen Gebäude aus den Anfangsjahren des 20. Jahrhunderts.**

Delhaize ist eine belgische Supermarktkette und Produzent von Eigenmarken für die eigenen Läden und Franchise-Unternehmen in verschiedenen anderen Ländern. Eine ihrer Marken ist 365 mit Produkten für ein mittleres Kundensegment zu günstigen Preisen. Delhaize beauftragte Lavernia & Cienfuegos Design 2012 mit der Gestaltung der Flaschenetiketten der Weinserie »Wines of the World«.

Lavernia und Cienfuegos setzen primär auf Einfachheit bei der Gestaltung der Etiketten dieses kostengünstigen Produkts. Am besten ließ sich das in ihren Augen durch eine humoristische Gestaltung erreichen. Daher schlugen sie eine fantasievolle und clevere Lösung vor: Auf den Flaschen gibt es jeweils eine Korkenfigur, die etwas Typisches der Menschen oder aus der Geschichte des Landes besitzt. Bei südafrikanischen Weinen ist es ein Elefant, bei argentinischen Weinen ein Fußballer, bei französischen Weinen ein Koch und bei chilenischen Weinen eine Steinstatue der Osterinsel.

Auf diese Weise nutzten die Designer das gestalterische Potential von Flaschenkorken, einem wichtigen Element mit hohem Wiedererkennungswert, das viele Weine auf der ganzen Welt besitzen. 2013 erhielten Lavernia und Cienfuegos für Konzept und Gestaltung dieser Etiketten die Auszeichnung »Laus de Plata« im Rahmen des bedeutenden Designpreises der ADG-FAD, der Asociación de Diseñadores Gráficos y Directores de Arte de Barcelona.

[www.lavernia-cienfuegos.com](http://www.lavernia-cienfuegos.com)

Lavernia & Cienfuegos Design was founded in 1995 by Nacho Lavernia and Alberto Cienfuegos. Many areas of design, from industrial to packaging, benefit from their talents. Their base is a magnificent early 20th-century building in the heart of Valencia.

Delhaize is a Belgian supermarket chain which also produces its own-brand ranges for its own stores and for franchises in various countries. One of its brands is 365, offered at affordable prices and aimed at the middle customer segment. In 2012 Delhaize commissioned Lavernia & Cienfuegos Design to produce bottle labels for their wine series »Wines of the World«.

Lavernia and Cienfuegos opted for simplicity in promoting these low-cost products. For them, the best way to implement this was through humour. They therefore put forward an imaginative and intelligent solution: depicted on each label is a cork, in the shape of a figure stereotypical of that country or of its history. On South African wines, it's an elephant, for Argentina a footballer, for France a chef, and for Chile, the head of an Easter Island statue.

In this way the designers made use of the expressive potential of the cork, a simple and easily recognisable element, used for wines around the world. In 2013 the conceptual quality and aesthetics of these labels by Lavernia & Cienfuegos attracted a »Laus de plata« in the important design awards from ADG-FAD, the Asociación de Diseñadores Gráficos y Directores de Arte de Barcelona.

