

# Alambí

---

Identitat per a una marca  
de licors artesans

Memòria Treball Final de Grau  
**Judith Bosch Castro**  
**Disseny Gràfic**

Tutores: Laia Clos i Pilar Górriz  
EINA Centre universitari de Disseny i Art  
Juny 2016

# Índex

## **0. Abstract**

## **1. Introducció**

- 1.1 Tema
- 1.2 Context
- 1.3 Objectius

## **2. Procés de treball**

- 2.1 Metodologia i fases

## **3. Recerca**

- 3.1 Anàlisi de referents
- 3.2 Conclusió de la recerca

## **4. Memòria descriptiva**

- 4.1 Concepte de disseny
- 4.2 Formalització

## **5. Memòria productiva**

- 5.1 Producció
- 5.3 Materials, tecnologies, proveïdors

## **6. Conclusions**

- 6.1 Viabilitat
- 6.2 Continuïtat
- 6.3 Fins

## **7. Agraïments**

**Català**

*Alambí* és un projecte que neix amb la finalitat de solventar les necessitats de comunicació visual d'una marca de licors artesans, és per tant un treball d'identitat i packaging.

El repte de disseny doncs, és reflexar els valors del producte en la seva imatge gràfica en tots els elements necessaris per millorar el seu posicionament en el mercat i diferenciar-lo de la resta, mitjançant una gràfica atractiva i coherent amb els valors de la marca.

El resultat final d'aquest projecte es materialitzarà amb les etiquetes per a les diferents ampolles de licors, un llibret divulgatiu de les propietats i característiques de cada tipus de licor, un expositor pels punts de venda i un pack prèmium.

**Castellà**

*Alambí* es un proyecto que nace con el fin de solventar las necesidades de comunicación visual de una marca de licores artesanos, es por tanto un trabajo de identidad y packaging.

El reto de diseño pues, es reflejar los valores del producto en su imagen gráfica en todos los elementos necesarios para mejorar su posicionamiento en el mercado y diferenciarlo del resto, mediante una gráfica atractiva y coherente con los valores de la marca.

El resultado final de este proyecto se materializará con las etiquetas para las diferentes botellas de licores, un librito divulgativo de las propiedades y características de cada tipo de licor, un expositor para los puntos de venta y un pack premium.

**Anglès**

*Alambí* is a project born in order to solve visual communication needs of an artisan brand liquor. Therefore, is a identity and packaging work.

The challenge that design have is to reflect the product values, through his graphic image in all necessary elements to improve their market position. Trying to stand out from de rest by an attractive and coherent graphics with the brand values it's always a goal for the brand.

The final result of this project will be materialized with different labels for bottles of liquor, an informaticd booklet about the properties and chadacteristics of each type of liquor, a display for points of sale and a premium pack.

**Paraules clau**

*Licor*  
*Artesania*  
*Natural*  
*Estampació*  
*Packaging*

**Palabras clave**

*Licor*  
*Artesanía*  
*Natural*  
*Estampación*  
*Packaging*

**Keywords**

*Liqueur*  
*Artesian*  
*Natural*  
*Stamping*  
*Packaging*

## 1. Introducció

---



## 1.1 Tema

El projecte consisteix en crear la identitat i packaging per a uns licors artesans.

La creació d'aquesta nova marca per al projecte final de carrera es basa en Quevall<sup>[1]</sup>, una minúscula empresa de licors artesans que es troba a Bellpuig, Lleida. L'empresa la formen en Jesús Querol i la Teresa Vallés, dels seus cognoms ve el nom de la empresa.

\_Val a dir que en Jesús i la Teresa estàn aprop de la jubilació i no estàn interessats en aprofitar aquests projecte en un futur pròxim. És per això que s'ha optat per canviar el nom de la marca.

A Quevall utilitzen les receptes que han anat recopilant de les àvies i besàvies que feien fa molts anys.

Alambí, doncs, vol ser fidel als valors d'aquesta empresa; artesanal, tradicional, natural i únic.

El disseny servirà per afegir el valor que mereix el producte; la imatge del producte vol estar a l'alçada de la seva qualitat i ha de servir per destacar i referenciar la marca en el seu sector.



Teresa Vallés, propietària de Quevall Licors Artesans



Ampolles de licor de la marca Quevall



Nau de Quevall

---

[1] Quevall

Pàgina de Facebook <<https://www.facebook.com/quevall/>>

## 1.2 Context

### Els licors

Els licors han estat destacats, des de temps enrere, per les seves propietats per combatre o pal·liar algunes malalties. De fet, els alquimistes es van topar amb ells per a aquests fins, encara que l'ús pràctic avui dia sigui, sovint, diferent. Aquest fet ha estat corroborat per una part de la ciència, ja que l'alcohol té la característica d'extreure les propietats medicinals de les plantes que en ell es maceren. Per tant poden ser beneficiosos, és clar, sempre i quan no se'n fagi un consum excessiu.

Fa dècades era habitual acabar els àpats i iniciar les sobretauls amb destil·lats, generalment envellits, com el conyac, el brandi o el whisky. Amb el pas del temps canvien els gustos, però els tradicionals aiguardents i digestius estàn recuperant un lloc al final de menjar.

La producció de licors artesanals acostuma a anar lligada a tradició o costums familiars que han anat perdurant de generació en generació, com és el cas de Quevall, on la recepta d'aquestes begudes provè de la recuperació de receptes familiars, les quals des de fa tres anys en Jesús Querol i la Teresa Vallés, han volgut aprofitar per obrir el seu negoci.

Els licors en qüestió destaquen pel fet de ser 100% naturals; el matrimoni cultiva i cull els fruits i les herbes amb els quals realitzen els destil·lats, per tant la matèria prima és autòctona.

### Repte

En aquest context es vol encabir una nova manera de mostrar aquests productes, més valorats fa uns anys enrere, i actualitzar-los per revaloritzar-los, donant una imatge més actual, tot i mantenir els valors que han fet que segueixin agradant malgrat el transcurs del temps.

### La gràfica en aquest sector

Gràficament el sector dels licors està poc explorat, fins i tot algunes de les marques més conegudes com ara els licors Ruavieja tenen una gràfica on es dona poca importància al disseny.



Logotip actual de Quevall

## 1.3 Objectiu

Amb aquest projecte és vol donar un gir en aquest sector i tenir en compte aspectes essencials en el context comercial actual, on la comunicació i el disseny és molt important.

Es preté trobar un espai pel disseny de les etiquetes dels licors en el camp de les begudes, de la mateixa manera que l'han trobat la cervesa, els vins i caves, o refrescos, on la gràfica està més explorada i valorada.

S'aposta per un disseny que transmeti les qualitats d'aquests licors i els valors més tradicionals que hi ha al darrera de la seva producció i, al mateix temps trencar amb la gràfica habitual d'aquests productes.

---

"No existeix com a tal, l'etiqueta ideal, però sí que ha de complir tres requisits; llegibilitat, atractiu i diferenciació"  
José Peñín [3]

---

[3] Article sobre etiquetes

Eina, Escola de Disseny i Art (2016) <[http://www.elsingular.cat/vadevi/notices/2012/06/\\_a\\_catalunya\\_les\\_etiquetes\\_de\\_vi\\_les\\_fem\\_millor\\_que\\_ningu\\_3367.php](http://www.elsingular.cat/vadevi/notices/2012/06/_a_catalunya_les_etiquetes_de_vi_les_fem_millor_que_ningu_3367.php)>

## 2. Procés de treball

---

### 2.1 Metodologia i fases

#### 2.1.1 Selecció del tema

#### 2.1.2 Anàlisi del tema

#### 2.1.3 Definició del projecte

#### 2.1.4 Definició dels continguts

##### 2.1.4.1 Exploració individual

##### 2.1.4.2 Viatge a Bellpuig

##### 2.1.4.3 Reunió amb els propietaris de Quevall

##### 2.1.4.4 Productes i elements sobre els què actuar

##### 2.1.4.5 Classificació dels productes

#### 2.1.5 Recerca de referents

#### 2.1.6 Primeres propostes de concepte

#### 2.1.7 Experimentació amb les propostes

#### 2.1.8 Conclusions de recerca i propostes

#### 2.1.9 Idea i concepte de disseny

#### 2.1.10 Formalització del concepte

#### 2.1.1 Selecció del tema

#### 2.1.2 Anàlisi del tema

Després d'una primera presa de contacte amb el sector es van detectar algunes mancances en l'àmbit més concretament dels licors.

Anàlisi visual d'ampolles més comercials, de marques conegudes que es troben habitualment en el mercat.

I d'altres més difícils de trobar, enfocades per a un target més específic o de petita producció.

Finalment s'acota la cerca, i es centra l'interès pels licors artesans.

#### 2.1.3 Definició del projecte

Un cop realitzat l'anàlisi de la situació actual de l'àmbit en el què es vol desenvolupar el projecte, es determinen els objectius que es volen assolir.

Cal millorar aspectes gràfics, actuant en tots els àmbits de comunicació de marca, s'ha de generar un codi visual que funcioni, amb un concepte que l'acompanyi.

S'escull la marca Quevall per a realitzar el projecte en base a aquesta.

### 2.1.4 Definició dels continguts

#### 2.1.4.1 Exploració individual

És en aquest punt en el què es fa una recerca exhaustiva dels valors de la marca, la informació essencial que ha de contemplar el projecte, l'estudi de la gamma de productes on s'ha d'intervenir, etc.

Una vegada s'extreu un concepte idoni a comunicar es comença a plantejar i recer-car el contingut que s'utilitzarà.

Així doncs, en primer lloc, es realitza una búsqueda per internet de Quevall, i ens posem en contacte amb ells per tal de fer una visita a la seva nau, per tal que expliquin com treballen, què fan, què els identifica, quins valors tenen etc.

#### 2.1.4.2 Viatge a Bellpuig

Un cop establert el contacte amb en Jesús Querol i la Teresa Vallés, propietaris de Quevall, es realitza una escapada a la nau on el·laboren els licors.

En Jesús mostra quin és el procés que segueixen per la fabricació de les begudes, el funcionament i els passos que s'han de seguir, sense desvetllar completament la recepta "secreta" que fa del seu producte algo únic.

### 2.1.4.3 Reunió amb els propietaris de Quevall

En Jesús Querol i la Teresa Vallés són els propietaris d'aquesta minúscula empresa de producció de licors, només hi treballen ells dos.

El nom de Quevall, ve de la suma de tots dos cognoms, segons explica en Jesús *“el nom no ha de ser rebuscat, ha de ser familiar i fàcil”*.

Un cop arribats a la masia on hi viuen, en Jesús va explicar que ells mateixos cultiven i recullen la matèria prima per als seus productes. *“Camamilla, fari-gola, codonys, menta, fruites del bosc, prèssecs, llimones, taronges... i més!”*

Va ensenyar primer unes caixes esteses al terra de la nau on hi havia una gran diversitat d'herbes.

Després mostrà la zona on tenen uns bidons d'acer inoxidable on reposa l'aiguardent amb *“la fórmula secreta d'herbes i fruita”*, *“Cada dia les fem rodolar per a remenar la meceració, el licor ha d'estar en aquests entre un i dos anys”*.

2.1.4.4 Productes i elements sobre els que actuar

Aquesta és la gamma de productes Quevall i els suports gràfics que utilitzen, a partir d'aquests productes es va fer una tria pel projecte.



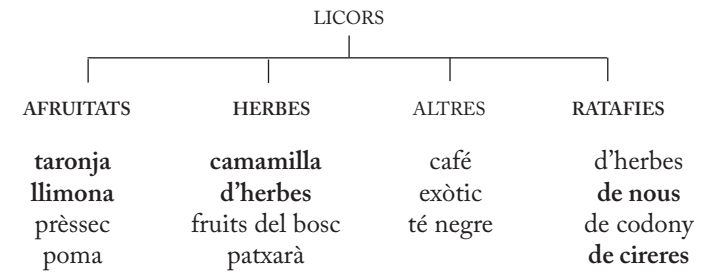
Triptic 1  
Mostrari dels seus productes



Triptic 2  
Mostrari dels seus productes

2.1.4.5 Classificació dels productes

Es fa una classificació de quatre tipus de licors:



Finalment s'escull el licor de taronja, el de llimona, el de camamilla, el d'herbes, la ratafia de nous, i la ratafia de cireres per a realitzar el projecte.

Part de l'objectiu és aconseguir un codi visual per a diferenciar les diferents gammes d'afruitats, herbes i ratafies.



### 2.1.5 Recerca de referents

Recerca en llibres[4], webs[5] d'estudis, i altres pàgines web de disseny[6], imatges que transmetessin els valors del projecte.

### 2.1.6 Primeres propostes de concepte

Una vegada situats de ple en el tema s'el·labora una pluja d'idees per tal d'extreure'n alguns conceptes a partir dels quals començar a treballar.

artesa  
diferent  
**natural**  
únic  
autèntic  
**autòcton**  
aromàtic  
**pocs graus d'alcohol**



Look & feel inicial

#### [4] Llibres de referència

Eina, Escola de Disseny i Art (2016) <[http://www.elsingular.cat/vadevi/notices/2012/06/\\_a\\_catalunya\\_les\\_etiquetes\\_de\\_vi\\_les\\_fem\\_millor\\_que\\_ningu\\_3367.php](http://www.elsingular.cat/vadevi/notices/2012/06/_a_catalunya_les_etiquetes_de_vi_les_fem_millor_que_ningu_3367.php)>

#### [5] Webs d'estudis de referència

Eina, Escola de Disseny i Art (2016) <<http://www.wearemucho.com/>>

Eina, Escola de Disseny i Art (2016) <<http://www.pentagram.com/#/home>>

#### [6] Webs de disseny

Eina, Escola de Disseny i Art (2016) <<http://designspiration.net/>>

Eina, Escola de Disseny i Art (2016) <<https://es.pinterest.com/>>

(FALTA COMPLETAR)

### 2.1.7 Experimentació amb les propostes

Feta la tria de conceptes es comença a plantejar quina és la millor manera de representar aquests valors i idees. Es vol aconseguir un recurs totalment diferent al que es troba habitualment.

Així doncs, amb la idea de “producte de Km0”, es planteja treballar directament amb la matèria prima, buscant la manera de deixar una empremta gràfica a través d'aquesta.

### 2.1.8 Conclusions de recerca i propostes

S'arriba a la conclusió que la manera d'aconseguir treballar directament amb la matèria prima dels licors és emprant l'estampació. [7]

### 2.1.9 Idea i concepte del disseny

La idea i concepte de disseny és per tant la d'utilitzar elements naturals utilitzats en la fabricació de cadascun dels licors com a mitjà per elaborar una gràfica fidel i coherent amb el concepte artesanal, natural i autòcton.

### 2.1.10 Formalització del concepte

Per a formalitzar el concepte, primerament es decideix com, a partir d'una mateixa tècnica, es poden diferenciar les diverses gammes de licors (afruitats, herbes i ratafies).

---

#### [7] Estampació

1 1 v. tr. [IT] [AF] [AR] Fer un dibuix en relleu, amb tintes o colorants (sobre un objecte de metall, de cuir, de cartó, etc., sobre un paper, una tela) mitjançant la pressió d'un motlle o de qualsevol sistema d'estampació.

2 1 tr. [LC] [IT] Deixar marcada l'empremta (d'una cosa) sobre una altra.

### 3. Recerca

---

#### 3.1 Anàlisi de referents

S'analitzen alguns referents per així prendre o descartar idees formals pel projecte. (Exploració de materials, tècniques, tipografia, jerarquia de la informació en els diferents suports sobre els que s'haurà d'intervenir, etc.)



#### 1. Recurs fotogràfic

disseny de *Jules Tardy i Christian Cervantes*

Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
<<https://es.pinterest.com/pin/13440498865399954/>>



#### 2. Textura de flors

disseny de *Hanna Zarea*

Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
<<http://es.pinterest.com/pin/280771357996862947/>>



#### 3. Bodegons i volum

disseny d' *Aleksandr Gusakov*

Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
<<https://www.behance.net/gallery/20058499/Illustration-Flower>>



#### 4. Il·lustració realista

disseny de *Paris+Hendzel Studio*

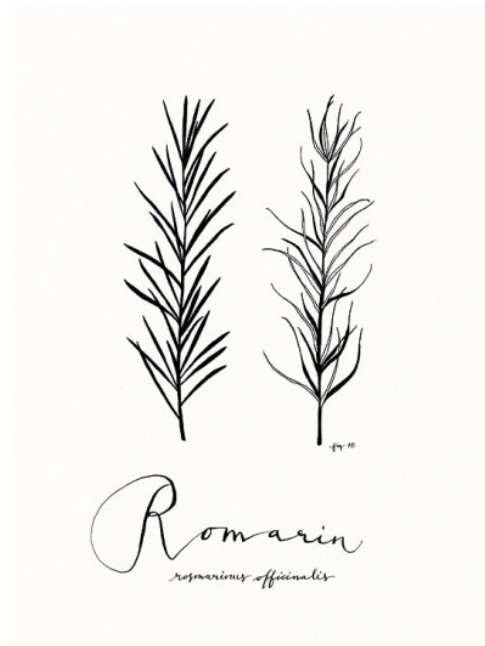
Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
<<http://pinterify.org/pin/7177680633409287>>

Projectes on es mostren diferents maneres de representar i treballar amb elements naturals com flors i fruits.



1. Realista +  
tipografia grotesca

disseny de *Ben Biondo*  
Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
< <http://www.benbiondo.com/> >



2. A llapis + simplicitat + lettering

disseny d' *Eva Juliet*  
Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
< <https://www.flickr.com/photos/evajuliet/> >



3. Tintes planes + simplificació de formes

disseny d' *Anna Bond*  
Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
< <https://riflepaperc.com/floral-heart-illustrated-art-print/> >



4. Collage

disseny de *Haizea Nájera*  
Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
< <https://pantone.ccnsite.com/gallery/4636967/Herbario-Experimental-typography> >



5. Aquarel·la  
+ imperfecció

disseny de *Junyi Wu*  
Eina, Escola de Disseny i Art (2016)  
< <http://junyiwu.com/> >

#### 4. Memòria descriptiva

---

### 4.1 Concepte de disseny



Il·lustració medieval,  
Alquimistes fent el  
procés de destil·lació  
amb l'alambí

#### 4.1.1 Naming

*Alambí* [1] és el terme que dóna nom a la marca, és el nom que reb l'aparell utilitzat per destil·lar els licors. Així doncs, vincula la producció del licor amb el resultat final, i al mateix temps és fàcil i agradable.

#### 4.1.2 Concepte final

L'artesania, la natura i la matèria prima autòctona d'aquests licors, representada a través de l'estampació directe dels fruits i herbes.

#### 4.2.3 Direcció d'art

Realització d'estampacions a partir de l'entintació dels fruits i les herbes, amb pintura acrílica plàstica. Aquesta tècnica dota de textura i relleu el resultat final, i genera un sistema visual identificable.

---

#### [1] Alambí

1 m. [QU] Aparell de destil·lar, generalment de metall, que consisteix en una caldera amb una tapadora en forma de cúpula d'on arrenca un tub que condueix els productes de la destil·lació a un refrigerant.



## 4. Memòria descriptiva

### 4.2 Formalització

#### — Gamma Licors Afruitats

S'estampa el fruit tallat per la meitat en el cas de la llimona i la taronja.



Estampacions realitzades sobre tela i paper d'aquarel·la pel licor de llimona i el de taronja



### — Gamma Licors d'Herbes

Per la gamma d'herbes, s'opta per estampar la flor, les fulles i la tija de diferents espècies d'herbes utilitzades en el licor d'herbes i en el licor de camamilla.



Estampacions realitzades sobre tela i paper d'aquarel·la pel licor d'herbes i el licor de camamilla

### — Gamma Ratafies

Per últim, en el cas de les ratafies es decideix estampar tant el fruit, part de la tija i la fulla dels arbres, tant de la noguera, com del cirerer.



Estampacions realitzades sobre paper d'aquarel·la per la ratafia de cireres i la ratafia de nous

## 4. Memòria descriptiva

### — Sistema

Generar unes textures per aplicar-les a les etiquetes de les ampolles.



Textura camamilla



Textura llimona



Textura cireres

### 4.2.3 Tipografia

Les tipografies del projecte són per una banda la Brown, una família de pal sec grotesca i moderna, amb similitud a la coneguda Futura de Paul Renner. Aquesta s'utilitzarà per a textos amb cossos grans, com el logo d'Alambí, i els noms de cada licor en les etiquetes.

Per altra banda, Simple, una tipografia monospace, per a textos descriptius.

# Alambí

---

**licor  
de camamilla**

Brown light  
Brown regular  
**Brown bold**

---

Tipografia Brown

100% natural  
LOT- 0131024

Simple light  
Simple regular  
**SimpleBold**

---

Tipografia Simple

## 5. Memòria productiva

---



### 5.1 Producció

#### — Etiquetes

Mesures: 80mm x 290 mm



Etiqueta licor de  
llimona

Escala 75%

### 5.1 Producció

#### — Etiquetes

Mesures: 80mm x 290 mm



Etiqueta licor de taronja

Escala 75%

### 5.1 Producció

#### — Etiquetes

Mesures: 80mm x 290 mm



Etiqueta licor d'herbes

Escala 75%



## 5. Memòria productiva

### 5.1 Producció

#### — Etiquetes

Mesures: 80mm x 290 mm



Etiqueta licor de  
camamilla

Escala 75%

### 5.1 Producció

#### — Etiquetes

Mesures: 80mm x 290 mm



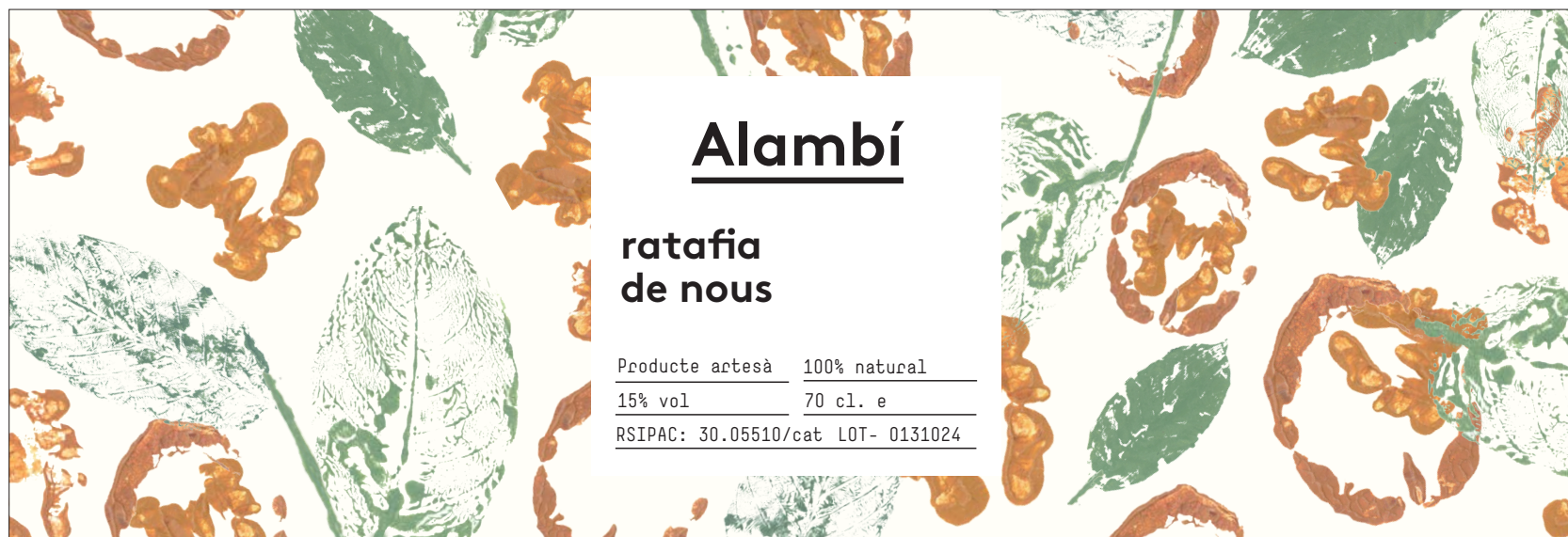
Etiqueta ratafia de  
cireres

Escala 75%

### 5.1 Producció

#### — Etiquetes

Mesures: 80mm x 290 mm



Etiqueta ratafia de nous

Escala 75%







### 5.1 Producció

#### — Llibretó

Mesures: 100mm x 150 mm

Llibretó divulgatiu on s'expliquen les propietats de cadascún dels licors i es mostra la seva ampolla.





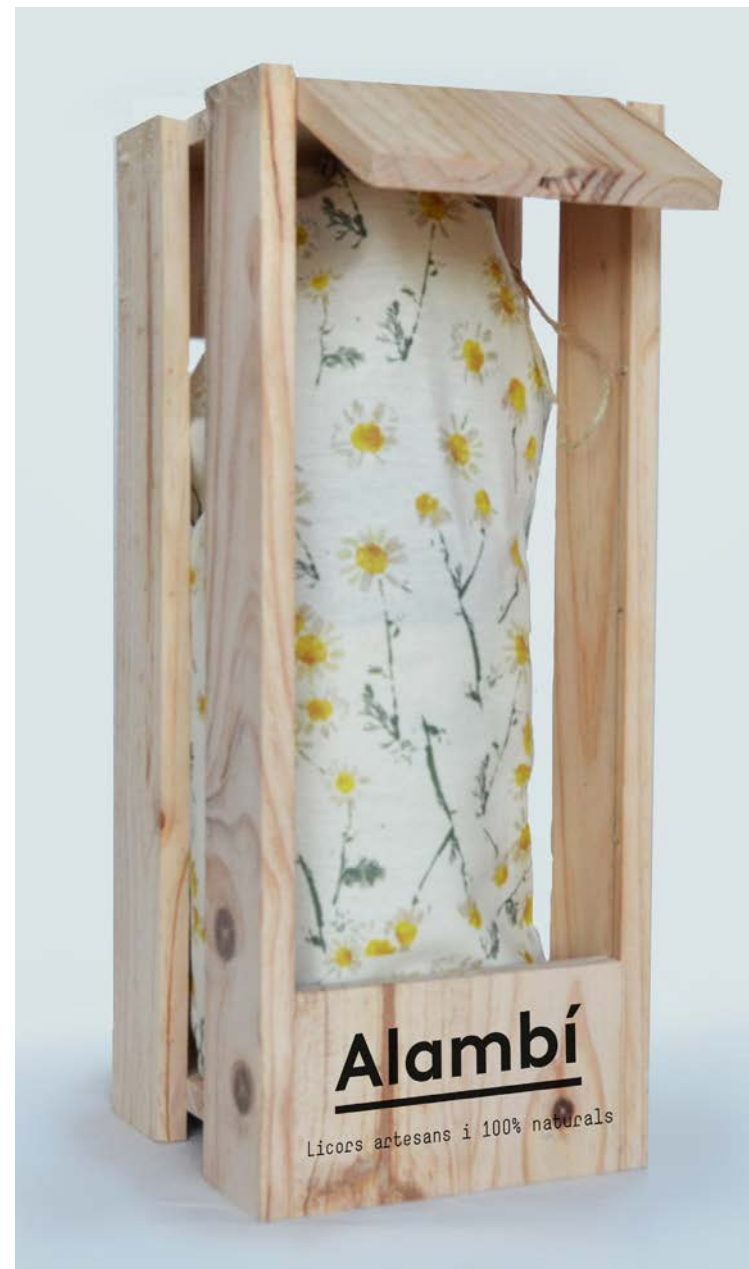
## 5. Memòria productiva

### 5.1 Producció

#### — Pack prèmium

Mesures: 280mm x 120 mm

Aquest consisteix en la presentació d'una ampolla individual amb una bossa de roba i dins d'una caixa de fusta, pensat per regalar.







## 5. Memòria productiva

### 5.1 Producció

#### — Expositor

Mesures: 105cm x 40 cm  
(mòduls de 350mm x 400mm)

Suport plegable i fàcil d'adaptar  
per a punts de venda.



### 5.2 Materials, tecnologies, proveïdors

#### — Ampolla

Mesures: 250mm x 90 mm

Un altre element clau en el desenvolupament d'aquest projecte és l'elecció de l'ampolla sobre la que es treballarà.

A través de l'ampolla es preté comunicar una idea més simplista, elegant i amb acabats linials i arrodonits, per tal que convisqui al mateix temps que contrasta amb el to més tradicional del projecte.

L'ampolla escollida finalment ha estat la Moonea 75cl, de la marca Selective Line.



Ampolla Moonea

#### — Paper d'etiquetes

El proveïdor és Arconvert, i les característiques tècniques del paper amb referència; Acquarello Bianco, són les següents:

Gramatge (gr/m <sup>2</sup> ) ISO 536	90
Gruix (µm) ISO 534	130
Blancor (%) ISO 2470	90
Opacitat en sec (%) ISO 2471	86

És un paper verjurat blanc, adhesiu. Especial per a etiquetes de vi, cava i licors, el qual per la seva qualitat aporta un valor afegit al producte final.

Resisteix la humitat en cas d'estar a la nevera o congelador.

## 6. Conclusions

---

### 6.1 Viabilitat

Conclòs el projecte es constata què s'ha trobat un llenguatge gràfic el qual tradueix el valor del producte d'una manera visual, entenedora i honesta, i que per tant s'han assolit els objectius plantejats inicialment.

### 6.2 Continuïtat

Amb el sistema generat s'obre la possibilitat a la continuïtat del projecte. En el cas d'ampliar la gamma de productes seria viable generar les etiquetes per aquests seguint el mateix criteri i tècnica.

### 6.3 Fins

S'han acomplert els objectius marcats a l'inici del projecte, el resultat és fidel als valors de la marca i al mateix temps el projecte ha incidit en el camp dels licors de manera gràfica amb la intenció d'explorar noves maneres d'actuar en aquests, i aportant el valor que requereixen.

## 7. Agraïments

---

A Pilar Górriz i Laia Clos per la dedicació, supervisió i paciència al llarg del projecte.

A Licors Quevall per l'ajuda i la informació prestada.

A Fina per haver-me ajudat a l'inici del projecte, i sobretot per ensenyar-me des de ben petita a estimar la natura i tot el què ofereix.

A Pere, Jordi i Núria per la col·laboració al llarg del projecte.

A David de ginebra Nut, qui m'ha cedit les ampolles finals del projecte.

A Jordi d'Establiments Domingo, per la dedicació dipositada per tal d'aconseguir les ampolles que buscava.

A Mucho per cedir-me els papers d'etiqueta.

A Copi Decu per tantes impressions.

A David Castellví, per l'ajuda amb l'expositor.

A tots aquells amics i familiars que s'han interessat, i m'han aconsellat i animat.

