

'Faustino Rivero' lanza vinos para millennials

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 07/05/2018 [Vinos](#)



Los **millennials** cada vez representan una parte más grande de los consumidores de nuestro país. La generación de los nacidos entre los 80 y mediados de los 90 está cambiando los hábitos de consumo, **guiándose más por el packaging y la imagen** del producto que por otros factores, afirma [Marqués del Atrio](#). Según un reciente estudio de la Universidad Politécnica de California, el 71% de los que compran vinos en supermercados reconocen que compran las botellas con las etiquetas más llamativas. El estudio también apunta a que los jóvenes prefieren diseños de producto con elementos más coloridos, extravagantes y creativos.

En un contexto cada vez más exigente, 'Faustino Rivero' lanza su nueva gama '**Wine Lovers**', tres vinos **enfocados al público millennial**. Esta nueva línea se compone de tres personajes: 'El Cachas' (blanco semidulce), 'La Choni' (verdejo) y 'El Macho Ibérico' (cabernet sauvignon, syrah y merlot).

Rodrigo Espinosa, enólogo responsable de la bodega, desvela que han creado un producto “**fácil de beber, enfocado a los aromas primarios, con mucha fruta**”. Sobre la concepción de esta nueva propuesta

confiesa que estos vinos “no tienen crianza, buscamos exclusivamente el perfil aromático de la variedad, con una boca muy fácil”.

Según Jorge Rivero, director comercial de la bodega, “el consumidor millennial es un público que busca una experiencia”. Además, añade que “Wine Lovers' es el vino perfecto para que puedan introducirse en el mundo del vino”.

Alimarket