

Concluye la primera edición de los Premios Vinográfico, Concurso Nacional de diseño de imagen de marca de vino



Este pionero certamen ha celebrado su primera edición en 2019, galardonando a los mejores diseños, estrategias de imagen corporativa, campañas de publicidad y marketing en medios digitales del sector vinícola

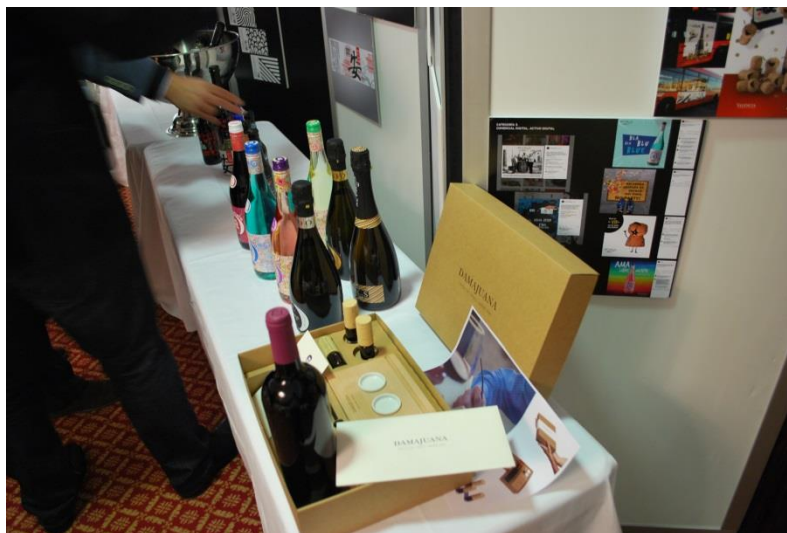


El pasado 1 de Abril de 2019 tuvo lugar en los salones del Hotel Miguel Angel 5* by BlueBay de Madrid la fase final de Vinográfico 2019. La primera edición de este Concurso de Marketing y Diseño del Vino ha sido organizada por la consultora especializada **ALAMESA Wine & Beer Action Marketing**, siempre a la vanguardia del futuro más cercano del Marketing del sector. El certamen se convierte así en el primer Concurso a nivel nacional cuyo objetivo es reconocer y premiar la labor de diseño, comunicación y marketing específico en el mundo del vino. Estos galardones son tan pioneros como necesarios, pues en el sector son muy numerosos los certámenes que premian la calidad objetiva del vino como tal, pero hasta el momento no existía un

certamen que valorase el diseño de imagen de marca como un valor añadido, siendo cada vez más importante en las decisiones de compra.



El Certamen convocó a todas aquellas bodegas, estudios de diseño, profesionales freelance y oficinas de publicidad que desarrollen su labor habitual en el mundo del vino, pudiendo presentar sus trabajos y proyectos más creativos e innovadores, dentro de diferentes categorías entre las que se incluyen etiquetas, naming, envases, campañas de publicidad, identidad corporativa o presencia en medios digitales. La convocatoria resultó plenamente exitosa para un certamen debutante, pues en esta primera edición se recibieron alrededor de 50 trabajos inscritos en las diferentes categorías y sub-categorías del Concurso.



El jurado del Certamen, presidido por la artista plástica Inma Amo, y compuesto por un amplio número de profesionales nacionales e internacionales, expertos en distintas áreas como diseño gráfico, comunicación, marketing, publicidad y activos digitales, valoró de manera telemática durante el mes de Marzo los distintos proyectos recibidos. Una vez contabilizadas sus puntuaciones para esta primera fase, aquellos

proyectos que en opinión del jurado profesional fueron los mejores en su categoría y que en consecuencia lograron su pase a la ronda final, fueron expuestos de manera física para un análisis más detallado. Finalmente, los jueces de Vinográfico se reunieron en la exposición de trabajos ubicada en el Hotel Miguel Ángel para el nombramiento de los proyectos ganadores absolutos del Concurso.



A la vista de los resultados finales, cabe destacar diferentes hechos relevantes. En primer lugar, la gran atomización del sector vinícola, con la participación de numerosas empresas y bodegas de pequeño tamaño, hace que las estrategias de marketing no se apliquen actualmente en plenitud, y por ello algunas sub-categorías de Vinográfico han quedado desiertas en cuanto a premios concedidos. No obstante, es destacable la importante capacidad creativa de las empresas del sector pese a las todavía bajas inversiones en lo referente a Marketing, Diseño y Comunicación. Así, a la vista de los trabajos galardonados, se puede concluir que el sector cuenta con empresas innovadoras que entienden que sus vinos se eligen también por "los ojos", prestando una atención creciente a su imagen de marca y a la de sus productos, como elemento diferenciador frente a la competencia.



Tras la deliberación de los jueces, los asistentes a la entrega de premios de Vinográfic pudieron contemplar en primera persona los sorprendentes diseños "Marca España" que se alzaron con los galardones en esta primera edición. Así, haciendo un breve repaso al medallero del Certamen, en la categoría de Imagen de Producto destacaron los proyectos **Adaras Trilogía** de *MG Wines* como mejor Etiqueta, **Tinta de Vino (Damajuana)** de *Miguel Ángel Lozano* como mejor Caja Expositora, y **Mala Vida** de *Bodegas Antonio Arráez* como mejor naming. En cuanto a Imagen Corporativa, resultaron premiados los trabajos **Amatista (Radio)** de *ANECOOP Bodegas* como mejor Campaña de Publicidad, y **Malkoa** de *Bodega Astobiza* como mejor Identidad Corporativa. Finalmente, el medallero en la categoría de Imagen Comercial Digital fue copado por *ANECOOP Bodegas*, que se alzó con los premios a mejor Presencia en Redes Sociales y mejor Campaña de Publicidad en Medios Digitales para su proyecto **Reymos**. Quedaron así desiertas las siguientes sub-categorías, al considerar el jurado que los trabajos presentados en las mismas no alcanzaban el nivel artístico y creativo suficiente para otorgar premios: Envase Receptor de Vino, Web, Catálogo de Productos, Logotipo y Material Publicitario.



A través de estos reconocimientos, Vinográfic pretende ser un elemento motivador más para que el sector del vino avance hacia un uso más profesionalizado del Marketing y la Comunicación, incentivando de esta manera la creatividad e innovación en los diseños relacionados con el mundo vinícola. Los proyectos galardonados no sólo podrán presumir de contar con diseños que han sido reconocidos y valorados por reputados y exigentes expertos de la Comunicación y la Publicidad, sino que también podrán beneficiarse de la presencia de sus productos en diferentes eventos, presentaciones y actos profesionales que la Organización del Certamen desarrollará en los próximos meses, de cara a dar a conocer al gran público la excelencia de los diseños que convierten al vino en un producto prestigioso, apreciado y ampliamente distinguido a nivel mundial.



Madrid, 2 de Abril de 2019