



Resultados de la 2ª edición de los Premios VinoGráfico, Concurso Nacional de diseño de imagen de marca de vino

Valorados por jueces de manera telemática, la segunda edición en 2020 ha galardonando a los mejores diseños, estrategias de imagen corporativa, campañas de publicidad y marketing en medios digitales del sector vinícola



El pasado 8 de Abril de 2020 se procesaron las distintas puntuaciones telemáticas de la fase final de **VinoGráfico 2020**. La segunda 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 es 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 Concurso 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 desarrollan 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 con **más de 100 trabajos recibidos 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 **VinoGráfic** se reunieron de manera telemática con la presencia material de todos los trabajos, para debatir y decidir 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 **VinoGráfic** 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, el medallero final muestra. además de los vencedores, otros trabajos con alta valoración que alcanzaron la final. Así, haciendo un breve repaso al medallero del Certamen, en la categoría de Imagen de Producto destacaron los proyectos **ELIKA** de **MG Wines** como mejor Etiqueta, finalistas en esta categoría fueron **Casar de Vide, Castillo de Monte la Reina Cuvée Privé, Diorama, Emina Verdejo, Inaraja, Las Margas, Sonido** y **Wine & Fly**.

Como mejor Envase, fue **Mensaje en una botella** de **Francisco José Girón**, siendo finalista **Diorama**. Como mejor Caja Expositora **DIORAMA** de **Bodegas Pinord**, como finalistas de esta categoría **Elika, Habla Magnum y Lulú**, y a destacar **0 puntos Parker** de **El Cavino** como mejor Naming. En cuanto a Imagen Corporativa, resultaron premiados los trabajos **DIORAMA** como mejor Material Publicitario, y **Mensajenunabotella.es** como mejor Imagen Comercial Digital presentado por **Francisco José Girón**. 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: Campaña de Publicidad, Catalogo de Productos, Logotipo e Identidad Corporativa.

A través de estos reconocimientos, **VinoGráfico** 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, una vez se normalice la actividad comercial en el mundo, 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, 14 de Abril de 2020