vinetur

Agrovin lanza una campaña que sitúa el disfrute del vino en el centro de la vendimia

El spot reúne a personal de la empresa con la Plataforma Tecnológica del Vino y Wine in Moderation

viernes 21 de agosto de 2026



Grupo Agrovin ha presentado este viernes, 21 de agosto, una nueva campaña con motivo de la vendimia 2026. La empresa, especializada en el desarrollo de tecnologías y soluciones enológicas, articula la iniciativa en torno a un spot que relaciona el inicio del trabajo en las bodegas con el momento en que el vino llega a la copa y se comparte.

La compañía plantea la vendimia como el punto de partida de un proceso que termina en la mesa y en los momentos de consumo. A partir de esa idea, la campaña traslada el foco desde los procesos técnicos hacia el fin último que Agrovin atribuye al trabajo de la enología: elaborar vinos que las personas elijan para disfrutar y compartir.

El proyecto se ha desarrollado en colaboración con la Plataforma Tecnológica del Vino y con el programa Wine in Moderation. Las tres entidades vinculan esta acción con una de las fases más relevantes del calendario vitivinícola y la utilizan para difundir un mensaje que va más allá de las soluciones concretas que comercializa la empresa.

En la pieza audiovisual, Agrovin enlaza la recogida de la uva y su llegada a bodega con el consumo final del vino. La empresa sostiene que esa secuencia refleja la relación entre quienes participan en la elaboración y quienes completan ese recorrido al escoger un vino para su disfrute.

Uno de los rasgos de la campaña es la presencia de miembros reales del equipo de Agrovin. La compañía informa de que numerosos trabajadores han participado en el spot para representar a las personas que acompañan a las bodegas durante el proceso que va del viñedo a la copa.

Con esa elección, Agrovin busca asociar su labor diaria con el resultado final que percibe el consumidor. En las imágenes aparecen empleados de la empresa disfrutando del vino, una escena con la que la firma quiere mostrar la satisfacción de quienes intervienen en distintas fases del trabajo previo.

La campaña también marca una diferencia respecto al discurso más habitual del sector, centrado en procesos, tecnología y herramientas de bodega. Agrovin explica que en esta ocasión ha querido poner el acento en el propósito compartido que, a su juicio, une a los profesionales de la enología por encima de cada solución concreta.

Según indican Agrovin, la Plataforma Tecnológica del Vino y Wine in Moderation, la iniciativa defiende una visión en la que la innovación, el conocimiento y el trabajo en bodega funcionan como instrumentos al servicio de un objetivo común: elaborar mejores vinos y favorecer que después sean elegidos, celebrados y disfrutados.