vinetur

Bodegas Emilio Moro gana el premio a mejor campaña integral por Re-wine your summer

La bodega acercó el vino a nuevos públicos con una propuesta de verano basada en cinco vinos y los sentidos

miércoles 30 de septiembre de 2026



Bodegas Emilio Moro recibió este miércoles, 30 de septiembre, el premio a Mejor Campaña Integral en la cuarta edición de los Premios de Comunicación Experiencial de Alimentos y Bebidas por “Re-wine your summer”, su campaña de verano. La entrega

tuvo lugar en los Museos de la Atalaya de Jerez de la Frontera, dentro de la programación de Jerez, Capital Española de la Gastronomía 2026.

La bodega explica que la campaña se diseñó para acercar el vino a nuevos públicos a partir de una idea sencilla: asociar cada referencia a sensaciones del verano y a formas cotidianas de compartir una copa. El proyecto se articuló en torno a cinco vinos de la casa —La Revelía, Bestizo, Elalba de Emilio Moro, La Felisa y El Zarzal— y a los cinco sentidos.

Durante los meses de verano, esa idea se trasladó a distintos formatos. La acción incluyó piezas audiovisuales, redes sociales, experiencias y colaboraciones bajo una misma identidad. La empresa sostiene que uno de los elementos valorados por el jurado fue la capacidad de mantener un mismo mensaje en canales distintos.

“Re-wine your summer” fue concebida y desarrollada por el equipo interno de Bodegas Emilio Moro. La parte audiovisual se rodó en Málaga con la productora Megabeats y con Gabriel Tineo, según informa la propia compañía.

Paloma Gutiérrez, responsable de Comunicación y Marca de Bodegas Emilio Moro, afirmó que el reconocimiento premia una manera de comunicar el vino en la que la empresa cree “profundamente”. “Queremos hacerlo más cercano y demostrar que no hace falta saber de vino para disfrutarlo”, señaló. Gutiérrez añadió que la campaña les permitió trabajar “desde algo tan universal como el verano” y relacionarlo con recuerdos, sabores, paisajes y encuentros.

Los Premios de Comunicación Experiencial de Alimentos y Bebidas celebran este año su cuarta edición. Están impulsados por Juntos con la Hostelería, una alianza integrada por Hostelería de España, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas y AECOC, con la colaboración de Horeca Cádiz. Estos galardones reconocen campañas de alimentación y bebidas que conectan con el público a través de experiencias, emociones, cultura y territorio.

Bodegas Emilio Moro sitúa su origen en 1891, año del nacimiento de Emilio Moro en Pesquera de Duero, en Valladolid. En la actualidad, la empresa está dirigida por miembros de la tercera y la cuarta generación de la familia y cuenta con unas 375

hectáreas de viñedo propio.

Además de su actividad en la Ribera del Duero, la bodega abrió en 2016 un proyecto en El Bierzo, donde dispone de 60 hectáreas en propiedad para la elaboración de vinos blancos de godello. En su catálogo figuran, entre otras referencias, Finca Resalso, Emilio Moro, Emilio Moro Vendimia Seleccionada, La Felisa, la gama Malleolus, Clon de la Familia, Polvorete, El Zarzal y La Revelía.

La compañía amplió su oferta en agosto de 2023 con el rosado Elalba de Emilio Moro. En octubre de 2024 incorporó Bestizo, su primer mencía, y en noviembre de 2024 lanzó Latertius, un coupage de tres añadas vinculado a su club de socios, El Lagar de Emilio Moro.