vinetur

El comité de los vinos de Alsacia adjudica su estrategia de medios a Values.media

La próxima campaña pondrá el foco en el Gewurztraminer con humor y 3.500 paneles publicitarios

lunes 12 de octubre de 2026



El Comité Interprofesional de los Vinos de Alsacia (CIVA) ha adjudicado a Values.media su estrategia de medios tras un concurso y prolongará así una relación que comenzó en junio de 2026 con una primera campaña dedicada al Crémant d’Alsace. La siguiente

acción arrancará el próximo 21 de octubre y estará centrada en el Gewurztraminer.

El objetivo de esta nueva campaña, según trasladan el CIVA y la agencia, es hacer el vino más accesible para el consumidor con una propuesta basada en el humor y la cercanía. La creatividad gira en torno al nombre de esa variedad, cuya pronunciación puede resultar difícil para parte del público. Con ese recurso, la interprofesional quiere transmitir que no hace falta dominar los códigos ni el vocabulario del vino para elegir y disfrutar un vino de Alsacia.

La campaña del Gewurztraminer tendrá alcance nacional en Francia y se apoyará en 3.500 paneles de publicidad exterior operados por JCDecaux en ciudades de más de 100.000 habitantes. El plan incluirá además un refuerzo específico en el este del país, la zona histórica de los vinos de Alsacia y un territorio prioritario para la denominación.

La colaboración entre ambas partes empezó en junio con una campaña sobre el Crémant d’Alsace. En esa fase, Values.media articuló un plan de medios en varios soportes, aprovechando el interés que generaba la Copa del Mundo de fútbol. La acción incluyó 3.700 paneles de exterior en ciudades francesas de más de 100.000 habitantes, presencia en la contraportada de L’Équipe Magazine y una estrategia digital con formatos en web, amplificación en redes sociales y segmentación por afinidad temática.

Ese primer despliegue también llegó a los cines de Île-de-France con motivo de la Fiesta del Cine, del 28 de junio al 1 de julio, y a la televisión segmentada, del 15 de junio al 12 de julio. Con la campaña prevista para el próximo 21 de octubre, el CIVA mantiene esa línea de comunicación y la orienta ahora a una de las variedades más conocidas de Alsacia.

Values.media fue fundada en 1989 y se define como una agencia plurimedia independiente. La empresa asegura que cuenta con 75 empleados y una facturación de 18 millones de euros. También forma parte del Grupo Values, junto a Novad y Line-up Media.

El CIVA, con sede en Colmar, reúne a más de 750 operadores del sector de los vinos AOC de Alsacia, entre bodegas, cooperativas y comerciantes. Creado por decreto el 22 de abril de 1963, asume funciones económicas, técnicas y de promoción para toda la

filiera. Su ámbito incluye tres denominaciones: AOC Alsace, reconocida en 1962; AOC Alsace Grand Cru, creada en 1975 y formada por 51 Grands Crus; y AOC Crémant d’Alsace, reconocida en 1976 como el primer vino espumoso con AOC de Francia.