vinetur

‘Somos Raíz’, la campaña con la que Dominio de Atauta reivindica su papel como referente de la nueva Ribera del Duero

La bodega soriana refuerza su posicionamiento gracias a una trayectoria ligada al origen, la altitud, las viñas viejas y la identidad del Valle de Atauta

jueves 19 de noviembre de 2026

ESCRITO POR TERRASELECTA



Dominio de Atauta presenta ‘Somos Raíz’, su nueva campaña de posicionamiento con la que reivindica su trayectoria y manera de entender la Ribera del Duero desde el Valle de Atauta, en la vertiente soriana de esta denominación de origen. La iniciativa parte de una idea clara: el origen, la altitud, las viñas viejas y la identidad de cada territorio, valores que hoy definen buena parte de la conversación en torno a la denominada Nueva Ribera y que forman parte de la filosofía de trabajo

de la bodega desde sus inicios.

En un momento en el que la denominación vive una evolución en la manera de interpretar y comunicar sus vinos, con una atención creciente al paisaje, la diversidad de suelos, la frescura y la personalidad de los viñedos, Dominio de Atauta se reafirma en la continuidad de un camino propio. Un enfoque que sitúa el lugar de procedencia en el centro del proyecto y que busca expresar las particularidades de un entorno vitícola singular, alejado de una interpretación uniforme de la Ribera del Duero.

La campaña no pretende sumarse a una tendencia, sino poner en perspectiva una trayectoria que contribuya, como hasta ahora, a entender mejor esta denominación de origen.

Una realidad que cada vez está más presente en el sector y que en el caso concreto de la bodega nace de un trabajo sostenido en el Valle de Atauta y de una filosofía que concede un papel esencial a las viñas antiguas, la altitud y la diversidad de parcelas. Una mirada desde la vertiente soriana que amplía la comprensión de la Ribera del Duero y pone de manifiesto la riqueza de sus diferentes territorios.

‘Somos Raíz’ toma precisamente ese concepto como eje narrativo. La raíz representa aquello que sostiene y alimenta la planta, pero también aquello que permanece, resiste el paso del tiempo y permite que una identidad se transmita de generación en generación. Una metáfora que conecta con la historia de Dominio de Atauta y con su compromiso con un patrimonio vitivinícola que constituye la base de su personalidad.

Declaración de principios en blanco y negro

La campaña se articula en torno a una pieza audiovisual que se aleja de los códigos habituales de la comunicación promocional para adoptar un lenguaje sobrio, cinematográfico y de inspiración documental. El blanco y negro, los primeros planos y las imágenes de la tierra, las manos, las barricas y los rostros construyen una narrativa centrada en el oficio, la memoria y la permanencia.

La elección estética responde al propio concepto creativo de la campaña: eliminar lo superfluo para poner el foco en aquello que permanece. El viñedo y la bodega aparecen como espacios de trabajo y conocimiento, donde la observación, la paciencia y el respeto por el entorno forman parte de una misma manera de entender la elaboración.

Con ‘Somos Raíz’, Dominio de Atauta busca consolidar un territorio de comunicación propio y reconocible, capaz de trasladar a sus diferentes canales y mercados los principios que definen el proyecto. La campaña reivindica así una identidad construida desde el lugar, con la mirada puesta en el futuro, pero sin perder de vista aquello que ha dado sentido a su trayectoria: “Fuimos raíz. Somos raíz. Y seguiremos siendo raíz”.

Una forma de entender la Ribera que parte del origen

Desde el año 2000, Dominio de Atauta desarrolla su proyecto en un valle caracterizado por la altitud, la diversidad de suelos y la presencia de viñas centenarias. Estas condiciones conforman un paisaje único y son el punto de partida de una manera de trabajar que se sitúa en línea con la filosofía de Bodegas Terraselecta -grupo al que pertenece-, preservando la identidad de cada parcela y trasladando su expresión al vino.

“La altitud, los suelos, las viñas prefiloxéricas, la interpretación del paisaje y la identidad de cada lugar conectan con una visión del vino que llevamos trabajando en la bodega desde sus inicios para expresar esa singularidad del Valle de Atauta. Hoy, muchos de estos valores adquieren una relevancia creciente en la Ribera del Duero, pero para nosotros no son una tendencia reciente: forman parte del camino que elegimos desde el principio”, señala Jaime Suárez, enólogo de Dominio de Atauta.

Posicionamiento internacional y reconocimiento del sector

Esta filosofía de trabajo ha significado en la práctica un posicionamiento estratégico cada vez más evidente en el sector, consolidando mercados tradicionales de Dominio de Atauta y abriendo nuevas oportunidades de negocio.

La presencia de Dominio de Atauta en los principales eventos y salones del mundo del vino, como Wine Paris, Barcelona Wine Week y Madrid Top Wine by Peñín; así como el aplauso unánime de crítica nacional e internacional a sus vinos, como a la colección Single Vineyards 2020, con los 100 puntos de Gourmets a San Juan, los 99 de Robert Parker Wine Advocate a La Mala y los 98 a La Roza, o los 97 de James Suckling a Valdegatiles, San Juan y La Roza, son hitos que evidencian la evolución y el reconocimiento general al trabajo del equipo profesional que conforma Dominio de Atauta.

Video