vinetur

Barbadillo se convierte en la marca más premiada de los premios Agripina con cinco galardones

Los reconocimientos abarcan flamenco, promoción, realidad virtual y el lanzamiento de Rebujito Barbadillo en Bélgica

viernes 20 de noviembre de 2026



Bodegas Barbadillo ha obtenido este viernes, 20 de noviembre, cinco galardones en los Premios Agripina 2026 y se ha situado como la marca con más reconocimientos de esta edición. La empresa de Sanlúcar de Barrameda informa de que los premios distinguen

campañas de perfil muy distinto, desde una propuesta cultural ligada al flamenco hasta acciones promocionales, una experiencia de realidad virtual y un lanzamiento en Bélgica.

La bodega señala además que las cinco campañas ya están inscritas en los IMPACT European Awards de la European Association of Communications Agencies, donde concurrirán con trabajos reconocidos en otros países europeos. Cuatro de las cinco campañas premiadas fueron desarrolladas por Grupo 360º Marketing y Comunicación, que sumó cuatro premios y quedó como segunda agencia con más galardones en esta edición. El quinto trabajo correspondió a la firma neerlandesa Groep5700. Barbadillo también fue finalista en las categorías de Turismo y Medioambiente.

Los premios reparten el reconocimiento entre cinco líneas de trabajo. En la categoría Cultural, el jurado premió De Mirabrás a Solear. Flamenco en femenino, entre versos y vinos, una iniciativa vinculada a la XXIV Bienal de Flamenco de Sevilla. La actividad, organizada en Casa Inquieta con la colaboración de Gastropass, unió cante flamenco, literatura y una selección de cuatro vinos de la casa: Mirabrás, Nave Trinidad, Solear y Pastora. La propuesta recuperó además la figura del bodeguero y escritor Manuel Barbadillo Rodríguez y su relación con el poeta Manuel Machado.

En la categoría Original, el premio fue para El Sur tiene otro sabor, la campaña de lanzamiento de Barbadillo Spritz en sus variedades Bitter Orange y Lemon Blossom. La creatividad parte de los azulejos presentes en las botellas y adapta el mensaje a distintas localidades andaluzas. La marca llevó esta campaña a citas como las Carreras de Caballos de Sanlúcar, la Copa Sevilla de tenis y la Ruta de la Tapa Tomares Gourmet.

Álvaro Alés, director de Marketing y Comunicación de Bodegas Barbadillo, afirma que uno de los momentos que mejor resumió la respuesta del público llegó durante la proyección de ese anuncio en la gala. Alés relata que una asistente comentó en voz alta que le habían entrado ganas de probar el producto, una reacción que, a su juicio, refleja el objetivo de una campaña comercial: atraer la atención y generar interés de compra.

El premio en la categoría Promocional recayó en la campaña del 50 aniversario de Castillo de San Diego, comercializado como Barbadillo Blanco desde su lanzamiento en noviembre de 1975. Bajo el concepto 50 euros al día durante 100 días, la bodega distribuyó 100.000 botellas promocionales de Barbadillo Blanco y Maestrante con códigos únicos en los corchos para participar en sorteos diarios. La compañía asegura que la acción sumó miles de participaciones y que el 31,5% de los usuarios repitió.

En Realidad Virtual, el reconocimiento fue para Solo para los que saben llegar. La propuesta permitía recorrer de forma virtual ocho bodegas históricas de Sanlúcar de Barrameda mediante un sistema de pistas que conducía hasta Cuarto Atamán, un espacio inspirado en los bares clandestinos de Estados Unidos de los años treinta. El itinerario digital terminaba con la opción de tomar un cóctel en el local. La empresa sostiene que la iniciativa generó una fuerte afluencia de público y colas de acceso.

El quinto galardón llegó en la categoría Off Spain por el lanzamiento de Rebujito Barbadillo en Bélgica. La campaña, desarrollada por Groep5700, combinó publicidad digital, degustaciones y un concurso durante el festival gastronómico Hapje Tapje de Lovaina. Según los datos facilitados por Barbadillo, la acción superó las 3.000 degustaciones, reunió a más de 100 participantes en el concurso y generó más de tres millones de impresiones publicitarias. La marca vincula ese resultado a una presentación del rebujito asociada a celebraciones y referencias culturales andaluzas.

La bodega atribuye parte de estos resultados al trabajo conjunto entre su equipo de marketing, Grupo 360º MC y otros profesionales externos que han participado en cada proyecto. Alés sostiene que esa colaboración ha permitido combinar la historia de la casa con nuevas fórmulas de comunicación y confía en trasladar ese recorrido a la fase europea.

Fundada en 1821 en Sanlúcar de Barrameda, Bodegas Barbadillo es una empresa familiar del Marco de Jerez. Elabora manzanillas, entre ellas Solear, y otros vinos, y cuenta también con Bodegas y Viñedos Vega Real, en Ribera del Duero, y Bodega Pirineos, en Somontano.