vinetur

Rioja se propone levantar el ánimo de un otoño complicado

El slogan `Te Mereces un Rioja’ da el salto a la televisión nacional con 270 millones de nuevos impactos publicitarios que llaman al optimismo y al apoyo colectivo.

jueves 24 de septiembre de 2020



La Denominación de Origen Calificada Rioja lanza hoy la tercera oleada de su campaña 'Te Mereces un Rioja', que en esta ocasión da el salto a la televisión nacional y se propone levantar el ánimo de la sociedad en un otoño que la mayoría de los españoles prevé incierto y complicado.

Aunque el marchamo resulta ya popular para muchos, 'Te Mereces un Rioja' nació el pasado mes de abril como agradecimiento al sacrificio realizado por la ciudadanía durante el confinamiento; Rioja lanzaba entonces aquel primer grito de ilusión ofreciendo 15.000 visitas gratuitas a sus bodegas para el momento en el que se produjera la reapertura. Coincidiendo con el inicio de la reapertura, una nueva fase de 'Te Mereces un Rioja' con marcados tintes solidarios en favor de la hostelería veía la luz durante el mes de junio; la Denominación salió entonces en apoyo del principal canal de ventas para sus vinos, donando 10.000 kits higiénico-sanitarios a otros tantos bares y restaurantes en colaboración con distintas federaciones de hosteleros del ámbito nacional.

Superado el período estival, la región vinícola se enfrenta ahora al momento álgido de la vendimia viéndose en la necesidad de adoptar estrictos protocolos y medidas para maximizar la protección y seguridad en las labores de recolección. En palabras de Fernando Salamero, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja, "todo esto que está sucediendo es una muestra más del enorme reto al que nos enfrentamos; pero nuestra Denominación y sus gentes tienen muy interiorizados los valores del esfuerzo y la resiliencia y saldremos adelante". Apoyándose en estos mismos valores, el spot televisivo de la nueva oleada de la campaña 'Te Mereces un Rioja' anima a los consumidores a afrontar el día a día con decisión y esperanza y a intentar salir fortalecidos de los momentos difíciles. La pieza creativa ensalza este carácter luchador y pionero mediante un original relato visual que ilustra distintas etiquetas de Rioja, las cuales también simbolizan la diversidad de los vinos de la región.

Iñigo Tapiador, director de Marketing del Consejo Regulador, declaraba al hilo del lanzamiento de la campaña que "uno de nuestros deseos es que el sentimiento de agradecimiento y recompensa del que nació Te Mereces Un Rioja cale en el público y se convierta en un estandarte de la colectividad; al fin y al cabo se trata de un lema que apela a la unión y a compartir un buen vino". Con este objetivo, en la web www.temerecesunrioja.com se ha habilitado una novedosa funcionalidad con la cual cualquier internauta podrá diseñar su propia etiqueta de vino de Rioja y personalizarla si lo desea con fotografías y mensajes o dedicatorias especiales. Estos diseños se

podrán descargar y compartir al momento en redes sociales y plataformas de mensajería instantánea para que la energía positiva se multiplique y llegue a un mayor número de personas. De entre todos los improvisados diseñadores de etiquetas, 1.000 afortunados verán plasmada su propia creación en una botella de vino de Rioja que recibirán en sus domicilios durante el mes de diciembre, justo a tiempo para los regalos y brindis que caracterizan esa época del año.

La nueva ola publicitaria cuenta con una ambiciosa planificación de medios; con la televisión como soporte principal, el spot publicitario podrá verse a partir de hoy y durante el próximo mes en las principales cadenas de ámbito nacional. Las páginas de Internet de diversos diarios y medios de estilo de vida e interés gastronómico también albergarán creatividades de 'Te Mereces Un Rioja" en las próximas semanas. En su conjunto, la campaña aspira a conseguir más de 270 millones de impactos publicitarios.