vinetur

Marqués de Riscal gana el premio a la Mejor Campaña de Marketing Nacional por RISK ALL en los International Wine Challenge

La campaña destaca la historia y el carácter innovador de la bodega, con presencia en medios y edición especial de vino

viernes 7 de noviembre de 2025



La bodega Marqués de Riscal ha recibido el premio a la Mejor Campaña de Marketing Nacional en los International Wine Challenge por su campaña RISK ALL. El acto de entrega tuvo lugar en Elciego, Álava, el 13 de octubre. Este reconocimiento llega tras haber sido elegida como Mejor viñedo del mundo en World’s Best Vineyards 2024. La campaña RISK ALL busca poner en valor la historia y el carácter innovador de la bodega.

Ricardo Diéguez Jiménez de la Espada, director general de Marqués de Riscal, recogió el galardón, que fue compartido con la campaña 100 Años Centenario Rioja de DOCa Rioja. Diéguez explicó que este premio supone un reconocimiento al trabajo del equipo y a la apuesta constante por la excelencia. Según sus palabras, la campaña refleja el espíritu valiente de la bodega y su voluntad de seguir avanzando.

RISK ALL se presentó oficialmente en Madrid el pasado mes de mayo. La campaña se apoya en tres momentos clave para la bodega: el apoyo al Médoc Alavés entre 1862 y 1868, que permitió introducir el método bordelés en Rioja; la dirección de Juana Zavala y Guzmán durante una época difícil marcada por la filoxera y el logro de ser el primer vino no francés en obtener el Diploma de Honor en la Exposición de Burdeos en 1895; y la construcción del Hotel Marqués de Riscal, inaugurado en 2006, que une tradición vitivinícola con diseño contemporáneo.

El concepto creativo ha sido desarrollado junto a la agencia Aurman. El nombre RISK ALL juega con el nombre Riscal y el término inglés “risk”, para subrayar la idea de asumir riesgos. El ilustrador Isidro Ferrer, Premio Nacional de Diseño e Ilustración, ha colaborado creando tres piezas gráficas que representan los tres momentos históricos seleccionados. Estas imágenes buscan atraer a públicos interesados en cultura, arte, arquitectura y experiencias diferentes.

La imagen principal de la campaña, centrada en el Hotel Marqués de Riscal, se ha mostrado en lonas publicitarias instaladas tanto en Elciego como en puntos estratégicos de Madrid, como las calles Alberto Alcocer y Menéndez Pelayo o la estación de Nuevos Ministerios. También se han colocado mupis en ciudades como Bilbao, Barcelona, Málaga, Sevilla, Valencia y Madrid. Además, la campaña ha tenido presencia en medios impresos y digitales y plataformas audiovisuales como Movistar,

Prime y Netflix. El spot publicitario ha sido realizado junto a la productora Laszlo Hace.

Dentro del ámbito digital, se ha creado un microsite específico para RISK ALL donde se concentran varias iniciativas. Entre ellas figura un sorteo para una estancia completa para dos personas en la Ciudad del Vino Marqués de Riscal y colaboraciones con creadores de contenido como Gotzon Mantuliz y Mariale Briceño.

La acción más reciente dentro de esta campaña ha sido el lanzamiento del Marqués de Riscal Reserva Edición Especial Risk All 2021. Se trata de un vino que busca reflejar tanto la calidad de la añada como el universo visual creado por Isidro Ferrer para esta iniciativa. La edición especial pretende consolidarse como una referencia dentro del sector por su consistencia y calidad.

La campaña RISK ALL pone así en valor tanto los logros históricos como las nuevas propuestas impulsadas por Marqués de Riscal. La bodega continúa apostando por combinar tradición e innovación para mantener su posición dentro del sector vitivinícola nacional e internacional.