



29/01/16

NOTA DE PRENSA

LA CAMPAÑA CONJUNTA DE RIBERA DEL DUERO Y RUEDA EN ESTADOS UNIDOS, FINALISTA DE LOS PRESTIGIOSOS PREMIOS 'INSIGHT + INNOVATION SABRE AWARDS'

El jurado, que integran profesionales del marketing de Estados Unidos, considera que la campaña 'Si. What's Next!', puesta en marcha por Ribera y Rueda, es una de las mejores del año en la categoría de "Identidad y Branding". Entre las empresas con las que compete se encuentran Samsung y Oscar Mayer.

El Plan Ribera-Rueda en Estados Unidos sigue cosechando éxitos. Los premios 'Innovation + Insights Sabre Awards North America', que reconocen anualmente las mejores campañas de marketing y relaciones públicas que se han puesto en marcha en Estados Unidos y Canadá, han nominado el trabajo de la campaña 'Si. What's Next!' en la categoría 'Identidad y Branding', que premia los mejores trabajos en la creación de una marca.

El jurado ha destacado el trabajo que la campaña Ribera-Rueda realiza en las redes sociales y la puesta en marcha de la página web conjunta www.riberaruedawine.com que unifica los objetivos del plan. "En nuestra misión de impulsar la demanda de vinos de Ribera del Duero y Rueda en el mercado estadounidense, uno de los pasos cruciales ha sido la unión de las dos Denominaciones de Origen con una identidad de marca conjunta", asegura Felipe González -Gordon, Director del este plan que se encuentra en la segunda de sus cinco anualidades.

Otra de las claves del Plan Ribera-Rueda es la apuesta por sorprender a los consumidores estadounidenses, con innovadoras acciones de promoción. Entre las más comentadas se encuentra el Truck Tour 'Sí, What's Next!', un camión





promocional, marcado por su diseño joven y desenfadado, que ha recorrido festivales y citas gastronómicas de distintos puntos del país.

El mercado estadounidense.

Estados Unidos es en la actualidad el principal consumidor de vinos del mundo, con un total de 319 millones de cajas de nueve litros comercializadas en 2014. Se trata de un país elaborador, con más de 7.500 bodegas, aunque la producción propia es insuficiente para abastecer la creciente demanda, lo que le convierte en un mercado de enorme interés, pero en el que es muy difícil hacerse un hueco. *"El mercado del vino de Estados Unidos es probablemente el más competitivo del mundo, así que sabíamos que la creación de una marca distintiva para nuestra campaña sería un requisito esencial para el éxito a largo plazo"*, asegura Felipe González-Gordon.

La agencia Weber Shandwick es la encargada de gestionar la campaña de promoción de Ribera y Rueda en Estados Unidos. Se trata de una agencia multinacional con presencia más de 80 países y oficina propia en España, premiada en múltiples ocasiones en el festival Internacional de Cannes de Publicidad, por su creatividad y eficiencia. Es, además, una de las dos agencias de relaciones públicas más grandes del mundo en cuanto a facturación se refiere, con casi 700 millones de dólares. *"Estamos encantados de que el trabajo de marca se reconozca en estos premios tan competitivos"*, asegura Josh Gilbert, Director Creativo Ejecutivo de Weber Shandwick.

La campaña de Ribera y Rueda comparte nominación con multinacionales tan destacadas como Samsung y Oscar Mayer. Los premios se darán a conocer el próximo 16 de febrero, en una gala que tendrá lugar en San Francisco.

Más información:

<http://www.riberaruedawine.com/>

