

## NOTA DE PRENSA

10 de mayo de 2019

# LA SEGUNDA EDICIÓN DE “HablanDO SOMONTANO” REÚNE A LAS BODEGAS DE LA DENOMINACIÓN

Este foro fue creado el año pasado

Somontano, 10 de mayo de 2019.- El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano celebraba ayer el II Encuentro HablanDO SOMONTANO con el fin de fortalecer las alianzas entre sus bodegas y presentar las principales acciones de promoción que está desarrollando este año entre las que la campaña “Denominaciones de Origen de Europa, mucho más que un lugar” promovida con la D.O. Jamón de Teruel y cofinanciada por la Unión Europea durante el trienio 2018 - 2020, es prioritaria. Esta segunda edición ha consolidado este espacio de encuentro del Consejo Regulador y sus bodegas como un referente para ellas y ha reforzado las estrategias de comunicación y posicionamiento que se están implementando desde el Consejo Regulador.



El encuentro de carácter itinerante este año se ha celebrado en la bodega Viñas del Vero y comenzaba con la bienvenida del Director de la bodega, José Ferrer, tras la que comenzaba la conferencia de apertura de la Presidenta de la Denominación de Origen Somontano, Raquel Latre, cuyo discurso se centraba, principalmente, en la campaña de promoción conjunta “Denominaciones de Origen de Europa, mucho más que un lugar”, que en este segundo año, vuelve a concentrar todas sus acciones en dar visibilidad a las denominaciones más allá de su origen potenciando su significado y valor como productos de calidad y sellos de garantía inspiradores de confianza y excelencia.

Con los resultados del primer año de campaña, el Consejo Regulador ha detallado el calendario 2019 y todas sus acciones presentando, entre ellas, propuestas innovadoras que ya se pusieron en marcha en 2018 como el “Primer Drunch con D.O.” y otras que se iniciarán en el segundo semestre del año vinculando a las dos denominaciones de origen a sectores como la moda con la organización de la “Semana Fashion D.O.”. La campaña incluye también un Plan de Medios y una serie de jornadas técnicas de formación en importantes foros y salones del sector profesional para reforzar el valor de las denominaciones de origen y, complementariamente, la imagen de marca de Somontano y Jamón de Teruel.

Durante la exposición, la Denominación reforzaba sus valores de marca presentes en la campaña entre los que “la pasión por el trabajo, el origen, el inconformismo y la excelencia siguen siendo, este año, los valores compartidos que representan a las denominaciones de origen europeas y que gracias a la cofinanciación del proyecto por parte de la Unión Europea se reforzarán mediante la televisión, la prensa, los medios online y la propia web del proyecto [www.masqueunlugar.com](http://www.masqueunlugar.com)”. Son esos valores los que han guiado y marcan el camino de Somontano y Jamón de Teruel y los que dan sentido al eslogan complementario de la campaña “Seguimos un camino, el nuestro”.

Tras la charla de apertura centrada en la campaña europea, el encuentro continuó con la conferencia “Marketing y Vino: ¿cómo crecen las marcas?” impartida por Juan Park, Director de la consultoría Wine Intelligence para Iberia y Sudamérica, quien tiene doce años de experiencia en el sector del Marketing vitivinícola y ha trabajado como asesor de bodegas en treinta y cinco países. Durante la charla, Park destacaba que el factor más decisivo en la compra del vino es el conocimiento de la marca antes que su penetración en el mercado, la afinidad o la recomendación lo que conlleva la necesidad de facilitar ese conocimiento al consumidor si las marcas quieren crecer y hacerlo con campañas a largo plazo.

### La unión hace la fuerza

El Consejo Regulador ha querido aprovechar este encuentro para poner en valor que “la unión hace del Somontano una zona vinícola fuerte con un presente que se refleja en la elaboración de grandes vinos para disfrutar, equilibrados, afrutados y versátiles y con un futuro prometedor por el valor auténtico que diferencia a estos vinos del resto gracias a un territorio en el que las uvas dan lo mejor de sí y a unas personas que las transforman en vinos únicos”.