

ANEXO I.E.1

MEMORIA DE ACTUACIÓN JUSTIFICATIVA

SUBMEDIDA 3.2 PDR “DESTINADA A APOYAR LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN REALIZADAS POR GRUPOS DE PRODUCTORES EN EL MERCADO INTERIOR.

D. Víctor Rafael Díaz Figueroa, con DNI nº 45.531.969-L, en calidad de representante legal de la entidad Consejo Regulador D.O. Vinos de Lanzarote con C.I.F. V-35316538 presenta dentro de la cuenta justificativa de la subvención concedida al amparo de la Submedida **3.2 PDR “destinada a apoyar las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior”** la siguiente memoria de actuación:

Nº de Orden: 1- Acción: Elaboración de material audiovisual.

Descripción: elaboración de distintos spots y vídeos promocionales del Consejo Regulador con grabaciones en distintos paisajes, bodegas, personas,.....

Grabación en distintos entornos relacionados con la viticultura, patrimonio, cultura, historia, paisajes, etc...de la isla, con el objetivo de tener imágenes de calidad que transmitan sentimientos por el mundo del vino, que cuando se vean y/o escuchen te motiven a visitar nuestro paisaje y a conocer nuestros vinos, que seamos capaces de dar a conocer todo el valor humano que hay detrás del todo este sector en Lanzarote. De ahí obtenemos material para poner en los medios de comunicación, y dar siempre una imagen fresca, actualizada y renovada con nuestros spot y/o noticias.

Objetivos: tener material para divulgar la imagen, la cultura del vino de Lanzarote, y en esta ocasión, seguimos haciendo hincapié en spots publicitarios, que cautiven con imágenes de calidad, diferentes, acordes a la temporada del año que estemos viviendo (primavera, verano, etc..). Este año intentamos crear un decálogo de Wines Lovers, siempre buscando palabras tendentes entre el público más joven y captar la atención de nuevos nichos de consumidores.

Material: elaboración de dos spots promocionales (primavera y verano) para emisión en distintos medios de comunicación. Grabación de varias actividades y/o eventos del Consejo para tener los recursos necesarios para la elaboración y montaje de los spots. Grabación en la sesión de senderismo, experiencia enogastronómica, cuentacuentos, wine pottery, winefullnes, etc...,

Medios: contratación del responsable para la realización de los distintos materiales. En este caso hemos contado con Pedro Miguel Pérez Rodríguez y Manuel David Hernández Corujo, Liken Films.

Fecha: la grabación y toma de recursos se ha ido realizando desde enero del 2022 hasta principios de septiembre de 2022.

Resultados obtenidos: soporte audiovisual y amplia cantidad de recursos para información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, etc....., además de poder divulgar los conocimientos técnicos y científicos sobre

los productos. Obtenemos material divulgativo con calidad de los productos que ayudan a mejorar la imagen y calidad del producto. Con las grabaciones de los eventos se obtiene un material que nos ayuda a tener siempre spots variados en los medios de comunicación, redes sociales, etc....dando imagen fresca, renovada y adaptada a las tendencias comunicativas. El impacto lo evaluamos con el informe mensual de las redes sociales elaborado por nuestra empresa de comunicación.

Material grabado en el pen:

Se adjunta 7 video-spots promocionales (spot de verano, spot primavera-lanzamiento actividades Wines Lovers, recursos de distintos eventos: cuentacuentos, experiencia enogastronómica, sendero, winePottery, winefullnes).

Se adjunta informe de las Redes Sociales del mes de marzo y abril del 2022 con distintas repercusiones, impactos e interacciones de los vídeos/spots publicados, haciendo aumentar o mantener nuestros niveles en las redes sociales.

Nº de Orden: 2- Acción: Elaboración de video temático explicativo del sector: documental “El Origen de La Geria”.

Descripción: Realización de **Video-documental “El Origen de La Geria”**, que consiste en la realización de entrevistas a distintas personas relacionadas con la historia, biólogos, agricultores, etc..., grabaciones con figurantes que representen el antes y el después de las erupciones del Timanfaya dando origen a lo que conocemos como La Geria. Para ello se ha intentado buscar ropa de la época y que la representación quede lo más acorde a la época posible.

Objetivos: continuar con la línea de documentales que veníamos desarrollando con el objetivo de dejar por escrito y documentado visualmente parte de la historia de la vitivinicultura de Lanzarote. Muchas de las personas que colaboran con nuestro trabajo son de edad avanzada, por ello desde el Consejo Regulador llevamos tres años apostando porque toda esa sabiduría y vivencias queden grabadas, éste sería el 4º documental. Ese material se cuelga en nuestras redes y página web, y el alcance que tiene es incalculable.

Divulgación de conocimientos científicos y técnicos sobre los productos.

Acciones para la mejora de la imagen y presentación del producto.

Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, etc.....

Evaluación de impacto en medios de comunicación y redes sociales, a través de nuestra empresa de comunicación.

Material divulgativo de los productos.

Material y Medios: Contratación de la empresa encargada del desarrollo de las entrevistas y posterior montaje del documental. Dicho trabajo consistió en visitar y seleccionar los espacios a grabar, alquileres de equipos para la correcta grabación, buscar vestimenta tradicional en grupos folclóricos de la isla, figurantes, maquilladores, elegir a los entrevistados y realizarles las entrevistas, etc...

Fechas: desde enero a septiembre del 2022.

Resultados obtenidos: Documental de 15 minutos de duración con el tema “El Origen de La Geria”, con información de interés de nuestro producto de calidad y paisaje vitivinícola insular.

Se adjunta el documental.

Nº de Orden: 3- Acción: Servicio de hosting y mantenimiento de la página web.

Descripción: Servicio de mantenimiento de la **página web** del Consejo Regulador. La página fue renovada y con este servicio lo que se pretende es su mantenimiento.

Objetivos: Página web actualizada con el objetivo de divulgar conocimientos científicos, técnicos, eventos promocionales; además de un portal de promoción.

Portales web para promoción de productos.

Material: página web renovada y actualizada.

Link: www.dolanzarote.com

Medios: Contratación de la empresa encargada para la ejecución de la misma.

Fecha: mantenimiento de enero hasta septiembre de 2022.

Resultados obtenidos: Una página web renovada con información actualizada. En la página se trabaja continuamente para que la información esté actualizada. Para ello se coordina el responsable de la página con nuestra empresa de comunicación, marmascomunicación, y desde el Consejo les pasamos los datos estadísticos.

Se adjunta pantallazo de la página web.

Nº de Orden: 4- Acción: Cursos de Formación.

Descripción: Realización de distintos cursos de formación. Los cursos que se desarrollaron fueron:

▶ Curso Vinos 360º- Todo lo que necesitas saber sobre los vinos.

✚ 1ª sesión. 11 y 12 de abril de 2022

✚ 2ª sesión. 16 y 17 de mayo de 2022

✚ 3ª sesión. 13 y 14 de junio de 2022

▶ Taller formativo sobre poda responsable Simonit & Sirch. 12 y 13 de junio de 2022.

▶ Curso de especialización en vitivinicultura ecológica, natural y biodinámica. Tendencias de producción, etiquetado y consumo. Del 15 al 17 de junio de 2022.

✚ Ponencia de Pedro G. Tenoury Domínguez. 15 de junio de 2022.

- ✚ Ponencias de Pablo Alonso González. 15 y 16 de junio de 2022.
- ✚ Taller formativo teórico-práctico viticultura ecológica. 17 de junio de 2022.

► Curso de cata “Vinos del Mundo”: Vinos de Sudáfrica y Nueva Zelanda.

- ✚ El 07 y 08 de septiembre de 2022. Realizado en el Hotel Lancelot.

Objetivos: Formación de nuestros viticultores, bodegueros, catadores y consumidores.

Organización de Seminarios, cursos, conferencias, jornadas informativas y eventos promocionales.

Catas y degustaciones de productos.

Divulgación de conocimientos científicos y técnicos sobre los productos.

Coordinación con los medios de comunicación para la divulgación y evaluación del impacto mediático a través de nuestra empresa de comunicación.

Mejoramos la imagen y calidad del producto, ya que con la formación se consigue acercar a potenciales consumidores con inquietudes formativas sobre el sector y el producto.

Se implementa de contenido el portal web, ya que se informa de la actividad en ella.

Se edita material divulgativo en el que se hace referencia del producto vinos de Lanzarote.

Material y Medios: contratación de la empresa que se encargaba del profesorado que impartían las clases o conferencias del **Curso de especialización en vitivinicultura ecológica, natural y biodinámica. Tendencias de producción, etiquetado y consumo**, los cuales gestionaron todo lo referente a su curso (desplazamiento, hoteles, dietas, coches, material necesario, temario a impartir, etc...), reserva de la sala, compra de material, coordinación de las visitas a campo con los viticultores.

Contratación de la empresa que se encargaba de la realización del **Curso de Vinos 360° - Todo lo que necesitas saber sobre los vinos**. Compra de los vinos, preparación e impartición del curso.

Traslado y hospedaje de los técnicos encargados de realizar el **diagnóstico de la poda** en Lanzarote, bajo el paraguas de Simonit&Sirch, **poda responsable**.

Contratación del profesor que se encargó de preparar e impartir las ponencias magistrales sobre **“Vinos del Mundo: Sudáfrica y Nueva Zelanda”**, Juan Luis Asenjo Acosta.

Billete y hospedaje del profesor que se encargó de impartir las ponencias magistrales sobre **“Vinos del Mundo: Sudáfrica y Nueva Zelanda”**, Juan Luis Asenjo Acosta.

Diplomas, salvamanteles y dossier de temario para los alumnos de todos los cursos.

Contratación de los servicios de coordinación y difusión de los mismos. Empresa de comuni-

cación del Consejo Regulador.

Servicio del fotógrafo y audiovisual para la toma de recursos en todos los cursos.

Contratación de la sala y servicios de camareros para el curso de Vinos del Mundo. Hotel Lancelot.

Compra de los vinos para el curso de “Vinos del Mundo: Nueva Zelanda y Sudáfrica”.

Desglose por cursos:

❖ Curso de Vinos 360°-Todo lo que necesitas saber sobre los vinos.

- ✚ 1ª sesión. 11 y 12 de abril. Realizado en el Monumento al Campesino. Horario de 17:00 a 20:00 horas.

La factura (Factura 22-112 de fecha 18-abril-2022) se desglosa de la siguiente manera:

- El curso fue celebrado el 11 y 12 de abril de 2022, durante dos días por tres horas cada día, lo que suponen un total de 6 horas. Cada hora a 60 euros (60 €/hora) hace un total de 360 euros en formación.

Preparación de las moléculas aromáticas y disolución para la cata: preparación del temario a impartir así como de la disolución de las moléculas aromáticas para llevarla al curso. Tiempo invertido 9,33 horas a 60 euros/hora, hace un total de 559,80 euros.

Compra de vinos y material a usar en el curso por importe de 457,33 euros (12 vinos diferentes por 3 botellas por referencia).

En la gestión del curso se incluye colaboración con el montaje, desmontaje y repaso de copas, compra de agua, bizcocho, servilletas, elección y compra de los vinos, contacto con el local para celebrar el curso, preparación del material a entregar al alumno.....y todo lo que pudiera necesitarse para el correcto desarrollo del curso.

Se adjunta listado de firma de alumnos, solicitud de inscripción, cartel anunciador, salvamantel.

Se adjunta informe de redes sociales del mes de junio de 2022.

Se adjuntan fotografías.

- ✚ 2ª sesión. 16 y 17 de mayo. Realizado en el Monumento al Campesino. Horario de 17:00 a 20:00 horas.

La factura (Factura 22-121 de fecha 20-mayo-2022) se desglosa de la siguiente manera:

- El curso fue celebrado el 16 y 17 de mayo de 2022, durante dos días por tres horas cada día, lo que suponen un total de 6 horas. Cada hora a 60 euros (60 €/hora) hace un total de 360 euros en formación.

Preparación de las moléculas aromáticas y disolución para la cata: buscar información, sintetizarla y preparar el temario a impartir así como de la disolución de las moléculas aromáticas para llevarla al curso. Tiempo invertido 14,82 horas a 60 euros/hora, hace un total de 889,20 euros.

Compra de vinos y material a usar en el curso por importe de 452,55 euros (12 vinos diferentes por 3 botellas por referencia).

En la gestión del curso se incluye colaboración con el montaje, desmontaje y repaso de copas, compra de agua, bizcocho, servilletas, elección y compra de los vinos, contacto con el local para celebrar el curso, preparación del material a entregar al alumno.....y todo lo que pudiera necesitarse para el correcto desarrollo del curso.

Se adjunta listado de alumnos, cartel anunciador, salvamantel.

Se adjunta informe de redes sociales del mes de junio de 2022.

Se adjuntan fotografías.

- ✚ 3ª sesión. 13 y 14 de junio. Realizado en el Monumento al Campesino. Horario de 17:00 a 20:00 horas.

La factura (Factura 22-124 de fecha 16-junio-2022) se desglosa de la siguiente manera:

- El curso fue celebrado el 13 y 14 de junio de 2022, durante dos días por tres horas cada día, lo que suponen un total de 6 horas. Cada hora a 60 euros (60 €/hora) hace un total de 360 euros en formación.

Preparación de las moléculas aromáticas y disolución para la cata: preparación del temario a impartir así como de la disolución de las moléculas aromáticas para llevarla al curso. Tiempo invertido 11,05 horas a 50 euros/hora, hace un total de 552,50 euros.

Compra de vinos y material a usar en el curso por importe de 727,70 euros (26 vinos diferentes por 3 botellas por referencia).

En la gestión del curso se incluye colaboración con el montaje, desmontaje y repaso de copas, compra de agua, bizcocho, servilletas, elección y compra de los vinos, contacto con el local para celebrar el curso, preparación del material a entre-

gar al alumno.....y todo lo que pudiera necesitarse para el correcto desarrollo del curso.

Se adjunta listado de firma de alumnos, solicitud de inscripción, cartel anunciador, salvaman-tel.

Se adjunta informe de redes sociales del mes de junio de 2022.

Se adjuntan fotografías.

❖ **Diagnóstico de la viticultura de Lanzarote: poda responsable con técnicos de Si-monit&Sirch.**

Diagnóstico de la viticultura de Lanzarote, con el objetivo de conocer el estado de la viña en la isla y estudiar las posibilidades de hacer la formación de poda responsable bajo los conocimientos de los técnicos que aplican el sistema Simonit&Sirch a un grupo de vi-ticultores de la isla.

Se desarrolló los días 12 y 13 de junio de 2022, a lo largo de todo el día. Para ello se mantuvieron reuniones con diferentes técnicos de campo de las bodegas y se visitaron fincas ubicadas en diferentes zonas vitícolas de la isla (La Geria, Tinajo, San Bartolomé, Haría), en las que se charlaba con el viticultor y se les pedía permiso para estudiar el estado de la cepa, ya que en algunos casos para saber las “heridas” que pueden tener ocasionadas por una mala poda, había que cortar con una motosierra el tronco.

Se adjuntan fotografías de las visitas de campo.

❖ **Curso de especialización en vitivinicultura ecológica, natural y biodinámica. Ha-cia un modelo vitivinícola sostenible en las Islas Canarias: tendencias de produc-ción, etiquetado y consumo.**

Celebrado en la Cámara de Comercio, los días 15 y 16 de junio de 2022, y en distintas fincas de cultivo ecológico el día 17 de junio. Horario de 16:30 a 18:30 horas las sesiones del 15 y 16 de junio, y la sesión práctica en finca del día 17 de junio en horario de 16:30 a 19:30 horas.

Siguiendo un enfoque científico-práctico, el presente taller pretende debatir modelos y tendencias de producción, etiquetado y consumo sostenible en el ámbito de las Islas Cana-rias. De forma general en el mismo se pretende, por un lado, analizar la normativa ecoló-gica actual y su implicación desde el punto de vista del viticultor/a ecológico y, por otro, a través de los resultados de diferentes investigaciones científicas, mostrar posibilidades de diferenciación y valorización de los vinos ecológicos desde la perspectiva de la sostenibi-lidad medioambiental, económica y social, a través de la caracterización de diferentes modelos de vitivinicultura existentes en el ámbito de las Islas Canarias y el establecimien-to de posibilidades de conexión con modalidades de etiquetado existentes y tendencias de consumo en el mercado global.

Además, se mostrarán perspectivas diferenciales en función de los múltiples agentes de la cadena de valor vitícola (eg. Viticultura, enología, distribución, restauración, consumo). La identificación y discusión de posibilidades prácticas para el sector vitícola canario favorecerá la caracterización de potenciales nichos de mercado y su sostenibilidad.

- + Día 1 (1ª hora)⁽¹⁾: El desarrollo de la viticultura ecológica desde el marco normativo actual: un enfoque práctico. Horario 16:30-17:30 horas. 15:30 a 16:30 preparación del equipo y la sala para la charla.
- + Día 1 (2ª hora)⁽²⁾: Modelos y posibilidades de producción vitícola asociadas al suelo y viñedo canario. Horario 17:30 -19:00 horas
- + Día 2 (2 horas)⁽²⁾: Elaboraciones singulares de vinos sostenibles: casos prácticos. Horario 16:30-19:00 horas.
- + Día 3 (3 horas): Visita a fincas de viticultura ecológica de la isla. Horario 16:30-19:30 horas. Asisten e imparten contenido Pedro Tenoury, Ascensión Robayna y Eugenio Romero.

Ponentes:

(1)Pedro G. Tenoury Domínguez (Belenus Agroecología).Ingeniero agrónomo dedicado al desarrollo del sector de la agricultura ecológica y la agroecología desde los años 90. Ha trabajado en el desarrollo de numerosos proyectos vinculados con la agroecología en el archipiélago como asesor independiente y en sus últimos años al frente de la empresa Belenus Agroecología especializada en dicho sector.

(2)Pablo Alonso González (IPNA-CSIC). Científico Titular del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (IPNA-CSIC). Doctor y Máster en Estudios de Patrimonio por la University of Cambridge (Reino Unido), y Doctor en Historia por la Universidad de León (España), ha publicado múltiples libros y más de 100 artículos internacionales científicos y de divulgación. Sus investigaciones recientes se han centrado en la cultura y patrimonio del vino en el eje atlántico, enfocándose a prácticas productivas, de distribución y de consumo de proximidad, sostenibles y naturales, en particular en Canarias.

(2)Eva Parga Dans (IPNA-CSIC). No pudo venir por el COVID.

La factura (Factura 08-22 de fecha 27-junio-2022) se desglosa de la siguiente manera:

- El curso fue celebrado del 15 al 17 de junio de 2022, durante tres días por doce horas de docencia en total. Cada hora a 60 euros (60 €/hora) hace un total de 720 euros en formación.
 - 4 horas Pablo Alonso los días 15 y 16 de junio.
 - 2 horas asistencia/teórica Pedro Tenoury el día 15 de junio y 3 ho-

ras en las prácticas del día 17 de junio.

- 1 hora práctica en la finca con Ascensión Robayna.
- 2 horas prácticas en la finca con Eugenio Romero.
- 3 horas prácticas de Pedro Tenoury junto a Ascensión y Eugenio.

Preparación de la documentación a entregar a los inscritos, preparación de la presentación a realizar, selección y contactar con los ponentes, coordinación del traslado de los mismos, así como cualquier otra gestión para el correcto desarrollo del curso. Tiempo invertido 6,333 horas a 60 euros/hora, hace un total de 380 euros.

El resto de la factura corresponde a gastos de billetes, dietas, taxis, alojamiento y coche de alquiler, lo cual lleva los correspondientes justificantes.

Se adjunta listado de firma de alumnos, cartel anunciador de la jornada, programa enviado y fotografías-videos.

❖ **Curso de cata nivel avanzado: Vinos del Mundo: Sudáfrica y Nueva Zelanda.**

🚩 Celebrado el 07 y 08 de septiembre, en horario de 17:00 a 20:00 horas. Hotel Lancelot. Impartido por Juan Luis (Juancho) Asenjo Acosta.

La factura (Factura nº 74/22 de fecha 08-septiembre-2022) se desglosa de la siguiente manera:

- El curso fue celebrado el 07 y 08 de septiembre de 2022, durante dos días por tres horas cada día, lo que suponen un total de 6 horas. Cada hora a 60 euros (60 €/hora) hace un total de 360 euros.

Horas de preparación y coordinación del curso: 12 horas a 60 euros/hora, hace un total de 720 euros. El curso estaba enfocado a los vinos de Sudáfrica y Nueva Zelanda, por lo que fue bastante extensa y con mucha información que el ponente tuvo que procesar para ser capaz de exponer en seis horas. Fue el encargado de seleccionar los vinos que se iban a catar.

Dietas: 2 días x 60 euros/día hace un total de 120 euros.

Lo que hace un total de: $360 + 720 + 160 = 1.200$ euros.

Se adjunta listado de firma de alumnos, solicitud de inscripción, cartel anunciador, salvamantel, diplomas.

Se adjuntan fotografías.

Nº de Orden: 5- Acción: Diseño de creatividades-Fee mensual.

Descripción: Desarrollo de los **Diseños de creatividades (Fee mensual)** de los distintos

eventos que desarrollamos. Consistió desde el diseño a la adaptación para los distintos formatos que utilizamos en la promoción de los eventos, desde redes sociales, materiales gráficos, carteles, roll-up, etc.....

Objetivos: tener una imagen para la promoción de cada evento.

Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc..

Acciones dirigidas a mejorar la imagen y presentación del producto.

Tener material de divulgación para promocionar los eventos de manera diferente y que resulten atractivos al público.

Material y Medios: Contratación de los servicios para el desarrollo de los **Diseño de creati-vidades (Fee mensual)** de los distintos eventos que desarrollamos, así como de las publica-ciones en redes sociales e inserciones en medios de comunicación.

Fecha: desde enero de 2022 a 15 de septiembre de 2022.

Resultados obtenidos: los materiales usados para la promoción de cada actividad tanto en re-des sociales como medios de publicidad, carteles, campañas, eventos,

Presencia en los distintos medios con imágenes variadas, dando mayor dinamismo y calidad a las inserciones que se hicieron, así como una imagen cuidada con los diseños de los materia-les de ferias, senderismo, cuentacuentos, Experiencia enogastronómica, Winefulness, Wine Pottery (cerámica y vino), conVinados, etc...

Imagen renovada y muy variada tanto en las redes sociales, como en las inserciones que se realizaron en los medios de comunicación.

Todo el material creado está adjunto con las distintas acciones. Aún así aportamos alguna creatividad:

- Gráfica para medios de comunicación.
- Creatividad senderismo.
- Creatividad Winefulness.
- Creatividad Cuentacuentos.
- Creatividad conVinados.
- Creatividad Taller WinePottery

Todas las creatividades que se diseñan se adaptan para las Redes Sociales, para los medios de comunicación, para carteles, etc....

Nº de Orden: 6- Acción: Eventos Promocionales presenciales y online (Cuentacuentos, senderismo, experiencias enogastronómicas, winefulness, wine pottery, conVinados, presentación de vinos-calificación añadida, gabinete de comunicación, marketing, prensa, Community Management, posicionamiento SEO.....).

Descripción: Realización de distintos eventos promocionales presenciales y online. Los even-

tos presenciales que se hicieron fueron:

- Actividad de senderismo.
- Cuentacuentos.
- Winefulness.
- Wine Pottery (cerámica y vino).
- ConVinados.
- Experiencia enogastronómica: sabor a Italia.
- Presentación del producto-Calificación de la Añada.
- Servicio de marketing y comunicación: gabinete de prensa, Community Management, posicionamiento SEO, planificación de medios (gestión de inserciones e intervenciones), coordinación de las actividades y de los diseños de creatividades que se realizaron para los distintos medios (prensa, TV, radio, Redes Sociales, online, etc..).

Independientemente que cada evento presencial y/o curso que se realice, se promociona a través de las redes Sociales, se realizó de manera virtual una campaña en RRSS por la época de carnaval.

- Campaña en Redes Sociales (Carnaval,...).

Objetivos:

Organización de Seminarios, cursos, conferencias, jornadas informativas y eventos promocionales.

Catas y degustaciones de productos.

Divulgación de conocimientos científicos y técnicos sobre los productos.

Organización, patrocinio, coordinación de asistencia a ferias, congresos y/o presentaciones del producto.

Coordinación con los medios de comunicación para la divulgación de la acción, tanto antes de su desarrollo como a posteriori haciendo una evaluación del impacto mediático a través de nuestra empresa de comunicación.

Aumentar la incidencia en las Redes Sociales y medios de comunicación, coordinando distintas inserciones o post para tener presencia e incentivar el consumo responsable de vinos de Lanzarote a través de la imagen en estos canales de promoción, medios muy activos y consultados por un alto número de usuarios.

Acciones para la mejora de la imagen y presentación del producto.

Edición de material divulgativo de los productos.

Material y Medios: contratación del espacio donde se desarrollaron las acciones, compra de vinos, compra/alquiler de los materiales necesarios para el desarrollo de los talleres (agua, sonido, sillas, mesas, barro, vinos, etc..), contratación de los servicios de coordinación de to-

das las actividades, servicio de fotógrafo y video para la toma de recursos en las distintas actividades, monitor para las actividades de senderismo y complemento de la misma, contratación de las narradoras para las sesiones de cuentacuentos (Cristina Temprano e Isabel Cabrera), contratación de monitora/monitor para la actividad de winefulness y winePottery, servicios de la empresa encargada del diseño gráfico para crear la imagen, imprenta para la impresión de todo el material (carteles, entradas, diplomas, salvamanteles,...), desplazamiento y hospedaje del ponente para la presentación de los vinos en la calificación de la añada, alquiler del espacio y servicio para la presentación de los vinos dentro del evento Calificación Añada, catadora encargada de realizar la cata junto con el chef en la experiencia enogastronómica, servicios de la empresa de marketing y comunicación del Consejo Regulador.

En este proyecto se incluyen facturas de la empresa de comunicación y marketing del Consejo Regulador por la coordinación y gestión de los distintos eventos, así como, por la gestión de las inserciones en los medios de comunicación y Redes Sociales.

Fecha:

- ❖ Cuentacuentos.
 - Érase una Vid con Cristina Temprano: 21 de abril de 2022. Bodega El Grifo.
 - Érase una Vid con Isabel Cabrera: 29 de julio. Bodega Rubicón
- ❖ Actividades de senderismo.
 - 12 de marzo de 2022. Bodega La Mareta.
 - 14 de mayo de 2022. Bodega Guiguan.
 - 16 de julio de 2022. Bodega La Florida.
 - 03 de septiembre de 2022. Bodega Rubicón.
- ❖ Experiencia enogastronómica.
 - 10 de agosto de 2022. Esencia de Italia con Casa Morelino y Vinos de Lanzarote. Castillo de San José.
- ❖ Campaña Redes Sociales.
 - Revive tu Espíritu Carnavaleiro con Vinos de Lanzarote: Del 25 de febrero al 07 de marzo de 2022
- ❖ ConVinados.
 - Restaurante Kenewa. Arrecife. Del 21 al 27 de marzo de 2022.
 - Restaurante Tacande. Haría. Del 01 al 10 de julio de 2022.
- ❖ WinePottery (taller de cerámica y vinos de Lanzarote).
 - 02 de junio de 2022. Realizado con Timijota Studio en Bodega Vega de Yuco.
- ❖ Winefulness (taller de mindfulness y vinos de Lanzarote).

- 09 de abril de 2022. Realizado con Itziar Goikolea en Bodega Rubicón.
- ❖ Presentación de vinos (Calificación Añada 2021).
 - 27 de mayo de 2022. Realizado con Cristina Alcalá en el Castillo de San José.

Resultados obtenidos:

- ❖ Sesión de cuentacuentos: seguimos con esta acción, inicialmente creada como una actividad dentro de la Semana Malvasía, pero debido a la buena aceptación que siempre tiene es por lo que nos planteamos hacerlas a lo largo del año.

Es una acción que se rotará por las distintas bodegas del Consejo, consiguiendo por un lado que se conozcan las bodegas de la isla y por otro, que conozcan sus vinos. La persona encargada de hacer el cuentacuentos, siempre hará alguna historia relacionada con la vid.....

Se intenta llegar a un público relacionado con la cultura literaria, y así se ha conseguido. Mucho público que asistió era diferente al que suele ir a nuestras actividades, ya que se consigue que acudan los seguidores de la narradora, que en algunas ocasiones ya conocen los vinos de Lanzarote y en otras no.

El aforo era para 25 personas y en ambas sesiones se completó en menos de dos días. Pero no hay que tener en cuenta sólo la participación de esas 50 personas, sino la repercusión de la actividad a través de las Redes Sociales y medios de comunicación.

La sesión de abril la hicimos con Cristina Temprano y la de julio con Isabel Cabrera, dos narradoras de reconocido nombre y prestigio.

Se adjunta fotografías y material creado para cada actividad.

Se adjunta Informe de Redes Sociales de la Semana del mes de abril de 2022 y del mes de julio de 2022.

- ❖ Actividades de senderismo: se han realizado 4 rutas de senderismo por el entorno de distintas bodegas de la D.O. Vinos de Lanzarote.

Se pretende a través de una actividad lúdica dar a conocer nuestro producto. Se termina cada sendero en una bodega diferente con una actividad complementaria y una degustación de vinos, explicados por el enólogo o persona responsable de la bodega.

A lo largo del sendero se van dando información del tipo de cultivo, las variedades, así como por parte del responsable de la empresa contratada (Nacho Romero/Luisa) conocimientos de la historia, patrimonio y cultura de la zona.

Con esta acción se pretende que se conozca y valore nuestro paisaje, para a partir de ahí darle el valor que nuestro vino tiene. Ser capaces de transmitir que ese paisaje que estamos caminando lo hizo y lo sigue manteniendo el hombre con sus manos, que la mecanización es casi imposible y que por eso, es el valor añadido a nuestro vino.

Participaron unas 140 personas (cada acción la cerrábamos en 30-35 personas para que el grupo fuera más manejable a lo largo del sendero y porque mucha de las bode-

gas son de instalaciones pequeñas, aún así, siempre se nos iba alguna mas), a las cuales se les pudo concienciar de la importancia y particularidades de nuestros vinos, para que lo puedan valorar y consumir.

Se adjunta Informe de Redes Sociales del mes de marzo, mayo y julio de 2022.

Se adjuntan fotografías.

Se adjuntan materiales creados para la actividad.

- ❖ Experiencia enogastronómica “Esencia de Italia con Casa Morelino y Vino de Lanzarote”: se ha realizado este evento para dar a conocer distintas maneras y productos con los que maridar nuestros vinos.

El taller fue muy dinámico y novedoso, porque los chefs del restaurante participaron todos y cocinaban en la propia cocina del Castillo San José. Mientras ellos cocinaban o preparaban el siguiente plato, una persona responsable del restaurante hacía la presentación con la catadora del Consejo. La interacción entre la catadora y la persona del restaurante fue muy buena, de ahí parte del éxito que tuvo esta experiencia. A parte de dar a conocer los vinos y las distintas maneras de maridarlos, se les dio unas ligeras nociones de elaboración, para que algunos conceptos de cata fueran más fáciles de detectar.

Se adjunta Informe de Redes Sociales del mes de agosto de 2022.

Se adjunta fotografías y material creado para el evento.

El taller se llenó en menos de dos horas (35 plazas) y según la opinión de los asistentes fue muy bien valorado, tanto por el maridaje elegido como por el espacio donde se celebró.

- ❖ Campaña Redes Sociales: desde el 25 de febrero al 07 de marzo del 2022, y por motivo del Carnaval, se realizó una campaña en RRSS “Revive tu Espíritu Carnavaleño con Vinos de Lanzarote”. Los participantes tenían que disfrazarse y subir una foto a las RRSS brindando con vinos de Lanzarote, y se tenía que ver claramente que el vino era de la D.O. y nos etiquetaran.

Se adjunta material creado para divulgar la actividad y publicación en la revista digital masscultura.com.

Se adjunta Informe de Redes Sociales del mes de febrero y marzo de 2022.

Se adjuntan algunas imágenes recibidas.

- ❖ ConVinados: cuando nos planteamos hacer esta acción fue con el objetivo de acercarnos a la restauración, siempre es un tema pendiente y a través de este tipo de acciones se crean vínculos que ayudan a la promoción del vino. Pensamos en la idea de hacer una semana, con un menú elaborado para la ocasión por el chef del restaurante maridando con distintos vinos de Lanzarote que ya tiene en su establecimiento. A la hora

de seleccionar el restaurante se ha tenido en cuenta aquéllos que tengan varias referencias de vinos de la isla en su carta, y en esta ocasión seleccionamos uno en Arrecife y otro en Haría, para así diversificar las zonas.

Se le ha puesto un nombre atractivo para que llamara la atención, intercalando una V en mayúscula que hace referencia al vino, y dentro de esa V está la forma de una copa.

En esta ocasión, el restaurante Kenewa, es repetidor de la actividad, y superó todas su expectativa con más de 170 menús. Según el propietario del establecimiento, un 80% fueron clientes del local que ya conocen la actividad y un 20% nuevos, es decir, que fueron al restaurante por la acción, por lo tanto, son seguidores del vino de Lanzarote y de las acciones del Consejo.

Para diversificar la acción de restaurante y de municipio, se ha hablado con el propietario del restaurante Tacande en Haría, y desde un primer momento se adhirió a la actividad. Los resultados fueron muy buenos para ser la primera vez que se hacía esta actividad en Haría, que es un municipio menos poblado y más alejado de los núcleos de población turística y/o de la capital. Se sirvieron más de 70 menús y según el propietario del establecimiento, un 50% fueron clientes del local y el otro 50% nuevos que acudieron por la actividad, es decir, que fueron al restaurante por la acción, por lo tanto, son seguidores del vino de Lanzarote y de las acciones del Consejo.

Las minutas se han hecho también en código QR.

Se adjunta Informe de Redes Sociales del mes de junio de 2022.

Se adjunta material creado para la actividad.

- ❖ Sesión de Taller de Cerámica y Vino (WinePottery): innovamos este año con esta acción para intentar llegar a ese público que le motivan las manualidades y ese estilo de creativities. Existe en la isla un auge por la cerámica y/o el barro, y quisimos innovar con esta acción para llegar a ese público.

La persona encargada de hacer el Taller fue Carlos Martínez de Timijota Studio, con un reconocido prestigio dentro de esta modalidad de artesanía. Llegamos a un público diferente, ya que de las personas que asistieron un 90% no habían participado en otras actividades organizadas por el Consejo. El aforo era para 15 personas y se completó en un día. No podíamos ampliar porque el monitor nos dijo que más de ahí no es un grupo manejable, aún así, permitimos 17 personas.

Se adjunta fotografías y material creado para la actividad.

Se adjunta Informe de Redes Sociales del mes de mayo de 2022.

- ❖ Sesión de Taller de mindfulness y Vino (Winefulness): innovamos este año con esta acción para intentar llegar a ese público que practican y/o le motivan las técnicas de relajación. Existe en estos momentos y quizás provocado por la situación sanitaria vivida y todo lo que ha conllevado, un auge por estas técnicas de relajación y por encontrar ese momento de evadirnos de los problemas diarios. Por ello quisimos innovar con esta acción y el resultado fue muy satisfactorio, porque llegamos a un público que

era desconocedor en su mayoría de los vinos y de la importancia del cultivo de la viña en Lanzarote.

La persona encargada de hacer el Taller fue Itziar Goikolea, de reconocido prestigio en esta técnica y con sus clases particulares ocupadas prácticamente todo el año. El aforo era para 15 personas y se completó en dos días. No podíamos ampliar porque la monitora nos dijo que grupos más grandes es más difícil conseguir el grado de concentración necesario para que la sesión sea productiva, aún así, permitimos 16 personas.

Se adjunta fotografías y material creado para la actividad.

Se adjunta Informe de Redes Sociales del mes de abril de 2022.

- ❖ Presentación del producto-calificación de la Añada 2021: se ha realizado una presentación de los vinos de la añada 2021 y con el acto público se ha dado a conocer a los asistentes el resultado de la cata celebrada en la sede del Consejo para obtener el resultado de la calificación de la Añada.

En el acto público contamos con la presencia de Cristina Alcalá, para hacer una pequeña charla titulada “Lanzarote, de lo imposible a lo sostenible” y con el técnico del Consejo Regulador, Darío Pérez, que fue el encargado de hacer la presentación de los vinos y un balance de la cosecha 2021.

Asistieron unas 100 personas de distintos colectivos (restauración, bodegueros, viticultores, consumidores,...).

Repercusión mediática importante: impacto en medios de comunicación, redes sociales.

Se adjunta creatividad y fotos del evento. Informe de redes sociales del mes de mayo 2022.

- ❖ Servicio de marketing y comunicación: esta acción incluye toda la coordinación de eventos (sonido, mesas, sillas, vinos, camareros, monitores, fotógrafos, materiales de promoción, control web de los asistentes, bodegas, toma de recursos audiovisuales...), inserciones en medios de comunicación, elaboración de notas prensa, control de las intervenciones en los medios, supervisión de artículos de prensa, actualización de las Redes Sociales y seguimiento de las mismas, elaborar clipping de noticias diarias, colaboración con la actualización de la página web, etc.....

Nº de Orden: 7- Acción: Sonidos Líquidos 2022.

Descripción: Realización del **Ciclo de Sonidos Líquidos 2022**, que consiste en experiencias enogastronómicas con actuaciones musicales. Se maridan distintas degustaciones gastronómicas con nuestro vino.

Objetivos: intentar llegar a un público más joven, creando conciencia del consumo responsable del producto y haciendo ver que un buen maridaje puede ser la música con el vino. Pretendemos también asociarlo a un público y un ambiente diferente al que es habi-

tual el consumo del vino.

Organización de eventos promocionales.

Catas y degustación de productos.

Divulgación de conocimientos científicos y técnicos sobre los productos.

Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, redes sociales, etc.....

Evaluación de impacto en medios de comunicación y redes sociales, a través de nuestra empresa de comunicación.

Edición de material divulgativo de los productos.

Material y Medios: Contratación de la empresa para la gestión del evento, que fue la encargada de organizar, desarrollar y ejecutar todo el Ciclo de Conciertos. Desde la contratación de los grupos musicales, tramitación de permisos y seguros, localización de espacios y alquileres, desplazamientos y dietas de los artistas, cartelerías, catering, imagen, etc.... La recaudación total es para la empresa organizadora del evento.

El Consejo colabora con los vinos que se presentan en los eventos y las copas.

Empresa de comunicación encargada de hacer el seguimiento del evento, tanto antes de su celebración como a posteriori.

Fechas: desde mayo a junio del 2022.

13 de mayo, Hotel Las Salinas (Lanzarote).

14 de mayo, Hotel Aguere (Tenerife).

15 de mayo, Alboroto (Las Palmas).

22 de mayo, Bodega El Grifo (Lanzarote)

10 de junio, El Almacén (Lanzarote)

11 de junio, La Geria (Lanzarote)

Resultados obtenidos: En esta edición de Sonidos Líquidos 2022 desde la organización se destaca que se logró **una cifra de 1.390.818 de visualizaciones de la web** durante los días en los que los banners estuvieron presentes en los medios digitales.

Dentro de las acciones propias de prensa, se lanzaron siete notas de prensa a los diferentes medios locales de las islas en las que se celebraron los conciertos y a medios regionales. A continuación se especifican las fechas y los titulares de cada una de las notas de prensa enviadas:

- 06/05/22: “Vuelve Sonidos Líquidos, el festival más sostenible de Canarias”.
- 10/05/22: ”Llega a Tenerife el concierto de presentación del festival SonidosLíquidos”.
- 20/05/22: ”El festival Sonidos Líquidos hace escala en Fuerteventura con Ángel Stanich Trío”.

- 03/06/22: "Cancelado el concierto de Ángel Stanich Trío en Fuerteventura, organizado por Sonidos Líquidos".
- 08/06/22: "Sonidos Líquidos reafirma su compromiso con la sostenibilidad en la nueva edición del festival".
- 13/06/22: "Cierre apoteósico del festival Sonidos Líquidos".

Pese a las circunstancias bajo las que hemos tenido que desarrollar el festival de Sonidos Líquidos 2022, tras dos años sin celebrarse, creemos que los resultados de repercusión del evento y de la visibilidad de Consejo Regulador Vinos de Lanzarote han sido muy positivos. En este sentido, hemos contado con una gran repercusión en medios de comunicación nacional, regional y local. Además, gracias a la gestión de nuestros perfiles en redes sociales hemos logrado llegar a público extranjero y a un buen porcentaje de residentes en la Península. De este modo, hemos conseguido que los asistentes procedentes del extranjero hayan significado aproximadamente un 60% del público total del festival.

Se adjunta el dossier entregado por la empresa, donde se pueden ver la valoración del impacto en los medios y los resultados obtenidos.

Se adjuntan fotografías de los conciertos así como la imagen creada para anunciarlos.

Nº de Orden: 8- Acción: Asistencia a Ferias y Congresos.

Descripción: Asistencia a distintas ferias para seguir manteniendo la posición de nuestro producto.

Objetivos: dar a conocer nuestro producto en distintos lugares, tal como el espacio de la Feria Gourmets, la mayor muestra anual de productos de alimentación y bebidas de alta gama de Europa, de carácter estrictamente profesional, o en el marco de Barcelona WineWeek (BWW) y FE-NAVIN en Ciudad Real. Así como en otras ferias de carácter regional tal como FEAGA en Fuerteventura o Los Dolores en Lanzarote de la mano de **Saborea Lanzarote**.

Organización de Seminarios, cursos, conferencias, jornadas informativas y eventos promocionales.

Catas y degustaciones de productos.

Divulgación de conocimientos científicos y técnicos sobre los productos.

Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc..

Asistencia a ferias.

Coordinación con los medios de comunicación para la divulgación de la acción, tanto antes de su desarrollo como a posteriori haciendo una evaluación del impacto mediático a través de nuestra empresa de comunicación.

Acciones para la mejora de la imagen del producto.

Edición de material divulgativo de los productos.

Material y Medios: Contratación de los espacios, cuota de inscripción, pases de expositor, diseño stand, gastos de envío de los vinos, gastos de la persona del Consejo, compra de vinos, billetes para el desplazamientos, estancia, alquiler de copas, escupideras y champañeras, así como compra de hielo, servilletas, etc...para la correcta imagen y funcionamiento del stand.

Fecha:

Del 04 al 06 de abril estuvimos presentes en la **Segunda edición de Barcelona Wine Week (BWW 2022)**, para seguir posicionando nuestros vinos en un mercado cada vez más competitivo y selecto. BWW, es una feria que se celebra por segunda vez, en una ciudad estratégica para el negocio, como Barcelona. Nace con la idea de convertirse en un escaparate para mostrar la excelencia del vino español en el mercado internacional, con un formato de salón, que recrea un recorrido por todos los territorios vitivinícolas de España.

La acción consiste en asistir con un stand donde las bodegas exponen sus vinos, lo dan a degustar y realizan contactos con posibles distribuidores de su producto. El papel que juega el Consejo Regulador en este tipo de ferias es, de manera neutral representar a nuestro sector, tanto vinícola como vitícola, dando a conocer las particularidades de nuestro paisaje y la idiosincrasia de nuestros vinos, para ello hay una persona del Consejo durante los días de la feria que se encarga de dar dicha información.

En esta ocasión asistimos bajo el paraguas del Gobierno de Canarias pero cada bodega contaba con su espacio para presentar sus productos. El Consejo estaba de apoyo a las bodegas participantes y para informar de manera genérica a todos aquéllos que mostraran interés. Participaron 5 bodegas de la DO.

Del 25 al 28 de abril estuvimos presentes en la **35 edición Salón Gourmets 2022**, para seguir posicionando nuestros vinos en un mercado tan importante como el de Madrid. El Salón Gourmets es la Feria Internacional de Alimentación y bebidas de calidad, líder del producto gourmets en Europa y una de las más prestigiosas del mundo en su sector.

La acción consiste en asistir con un stand donde las bodegas exponen sus vinos, lo dan a degustar y realizan contactos con posibles distribuidores de su producto. El papel que juega el Consejo Regulador en este tipo de ferias es, de manera neutral representar a nuestro sector, tanto vinícola como vitícola, dando a conocer las particularidades de nuestro paisaje y la idiosincrasia de nuestros vinos, para ello hay una persona del Consejo durante los días de la feria que se encarga de dar dicha información.

En esta ocasión asistimos bajo el paraguas del Gobierno de Canarias y el Cabildo de Lanzarote-Saborea Lanzarote, pero cada bodega contaba con su espacio para presentar sus productos. El Consejo estaba de apoyo a las bodegas participantes y para informar de manera genérica a todos aquéllos que mostraran interés. Participaron 5 bodegas de la DO.

Del 10 al 12 de mayo estuvimos presentes en la **undécima edición de FENAVIN 2022**, ya que es una cita comercial con el objetivo de crear un lugar excepcional para el negocio

entre productores y distribuidores.

De la mano de **Saborea Lanzarote-Cabildo de Lanzarote**, donde estuvo presente el vino de Lanzarote, asistimos:

- Madrid Fusión 2022. Del 28 al 30 de marzo de 2022.
- FEAGA. Del 12 al 15 de mayo de 2022.
- Feria de Los Dolores. Del 09 al 15 de mayo de 2022. **Única feria que hemos contabilizado como gastos para la justificación de la presente subvención.**

Del 05 al 08 de mayo del 2022, estuvimos presentes en la Feria Agrícola y ganadera de Teguiise.

Resultados obtenidos: según el informe de la organización la Segunda Edición de Barcelona Wine Week (BWW 2022) fue visitada por más de 18.000 visitantes profesionales, de 79 países y más de 470 compradores internacionales de mercados estratégicos para la exportación del vino español. Se estima que se celebraron unos 6.000 encuentros de negocios. Contó con más de 650 empresas expositoras y con 60 Denominaciones de Origen españolas.

Las bodegas participantes de la D.O. Vinos de Lanzarote vinieron muy satisfechas por los contactos realizados.

Se adjuntan fotos de la Barcelona Wine Week.

Resultados obtenidos: según el informe de la organización del Salón Gourmets 2022, fue visitada por más de 80.000 visitantes profesionales, 10.443 compradores extranjeros de 38 países. Se estima que había más de 40.000 productos y que se celebraron más de 800 actividades. Contó con más de 1.611 empresas expositoras.

Las bodegas participantes de la D.O. Vinos de Lanzarote vinieron muy satisfechas por los contactos realizados.

El impacto mediático según la organización fue de 1.043 Periodistas Acreditados. Con los siguientes datos de impacto:

18.023.000 TV
2.915.000 Radio
29.983.745 Prensa
790.045.074 Internet
2.016.000 Redes sociales
42.600.000 Búsquedas en Google

Se adjuntan fotos del Salón Gourmets.

Se adjuntan fotos de FENAVIN 2022, FEAGA 2022 y **Feria de Los Dolores 2022.**

Nº de Orden: 9- Acción: Publicidad en la revista Vinetur.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista digital Vinetur**, a través de la inserción en diferentes espacios. Vinetur es una revista digital líder en el sector del vino en España.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los espacios publicitarios.

Fecha: al ser edición digital se realizan distintas inserciones en el período de contrato de enero a septiembre del 2022.

Resultados obtenidos: al ser una emisión de ámbito digital y especializado, llegar a numeroso público conocedor y selecto de vinos, lo que nos hace posicionarnos en cotas de consumidores diferentes.

Se adjuntan varias inserciones realizadas.

Nº de Orden: 10- Acción: Publicidad en la revista Origen.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista Origen**, a través de un banner lateral en la web origenline.es del 21 al 27 de febrero de 2022, de un banner superior news origenline.es con fecha de salida el 03 de marzo del 2022. ½ hoja en color en la revista Origen de fecha enero-febrero, ½ hoja en color en la revista Origen de fecha mayo-junio y de un reportaje página Origen septiembre-octubre.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario.

Fecha: enero a septiembre de 2022.

Resultados obtenidos: al ser una revista digital y escrita, de ámbito especializado, llegamos a numeroso público conocedor y selecto del sector agroalimentario que apuesta por transmitir el valor de los productos españoles.

Se adjunta las publicaciones realizadas.

Nº de Orden: 11 Acción: Publicidad en Antena 3 (ATresmedia publicidad).

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en Antena 3 (ATresmedia publicidad)**, a través de la emisión de noticia de empresa en Antena 3 TV.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario.

Fecha: del 05 al 14 de agosto de 2022.

Resultados obtenidos: al ser una emisión de ámbito regional, llegar a todas las islas y a públicos diferentes.

Se adjunta certificado de emisiones y la noticia de empresa emitida grabada en el pen.

Nº de Orden: 12- Acción: Publicidad en Biosfera Televisión.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en Biosfera Televisión**, a través de Noticia de empresa a insertar en www.biosferadigital.com + 60 pases de spot a emitir en la programación de Biosfera Televisión.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha: se realizaron en distintas fechas:

- Noticia de empresa en www.biosferadigital.com, el 22 de marzo de 2022.
- Inserción noticia de prensa en www.biosferadigital.com, el 18 de marzo de 2022.
- 60 pases de spot emitidos en la programación de Biosfera Televisión del 25 de julio al 31 de agosto de 2022.

Resultados obtenidos: llegar a través de la prensa digital y de la Televisión local a públicos diferentes, pues biosferadigital.com y Biosfera Televisión es un medio local muy visto por la población independientemente de la edad.

Se adjunta certificado de anuncio de la noticia de empresa emitida el 22 de marzo de 2022.

Se adjunta certificado de emisión de 60 spots del 25 de julio al 31 de agosto de 2022.

Se adjunta spot emitido grabado en el pen.(spot de verano)

Nº de Orden: 13- Acción: Publicidad en Cadena SER y 40 Principales Lanzarote.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en Cadena Ser y 40 Principales Lanzarote**, a través de cuñas publicitarias.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha: enero 2022 y agosto 2022.

Resultados obtenidos: llegar a través de la radio y de la web a públicos diferentes, por un lado al perfil de radio-oyentes de la Ser, y por otro al perfil de los radio-oyentes de la emisora 40 principales.

Se adjunta certificado de emisiones, banner insertados y la cuña de verano emitida grabada en el pen.

Nº de Orden: 14- Acción: Publicidad en la Revista Gazzetelife.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la Revista Gazzetelife**, con 2 inserciones tamaño tercio de página.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha: febrero y mayo de 2022.

Resultados obtenidos: al ser una revista que se edita en inglés, con calidad de impresión e información, intentamos llegar a ese público tanto turista como residente que no domina el idioma y consulta las actividades que se realizan en la isla a través de estos medios.

Esta revista se reparte en los espacios públicos de la isla, sobre todo de las zonas turísticas, por lo que llega a un amplio número de público.

Se adjuntan las inserciones de las dos fechas.

Nº de Orden: 15- Acción: Publicidad en La Voz de Lanzarote.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en La Voz de Lanzarote**, a través de 1 banner noticias de empresa en lavozdelanzarote.com + 120 cuñas de 20” en radio Lanzarote.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha: se realizaron en distintas fechas:

- Noticia de empresa en www.lavozdelanzarote.com, insertada el 21 de marzo de 2022. Campaña “Vinos de Lanzarote lanza nuevas actividades para esta primavera en su búsqueda de wine lovers”
- Cuñas diarias en Radio Lanzarote. Del 01 al 30 de marzo de 2022. Campaña marzo 2022.
- Cuñas diarias en Radio Lanzarote. Del 01 al 30 de agosto de 2022. Campaña

verano 2022.

Resultados obtenidos: llegar a través de la prensa digital a públicos diferentes, pues lavozde-lanzarote.com es un medio digital muy visto por la población local independientemente de la edad. El grupo mediático la Voz de Lanzarote es muy escuchado y leído tanto por la población de Lanzarote como por los que conocen la isla y quieren seguir sus noticias.

Se adjunta certificado de anuncio de la cuña emitida del 01 al 30 de marzo de 2022.

Se adjunta certificado de anuncio de la cuña emitida del 01 al 30 de agosto de 2022.

Se adjunta pantallazo de la noticia de empresa emitida el 21 de marzo de 2022 así como su certificado de emisión.

Se adjunta las cuñas emitidas grabadas en un pen.

Nº de Orden: 16- Acción: Publicidad en la Guía de Ocio y Cultura de Lanzarote.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la Guía de Ocio y Cultura de Lanzarote, MASS CULTURA.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los espacios publicitarios.

Fecha:

- Edición escrita: marzo 2022 nº 128 y julio 2022 nº 132.
- Soporte prensa digital: del 17 de febrero al 17 de marzo de 2022. Campaña: “un nuevo año, 365 días para emocionarse”.
- Soporte prensa digital: mes de agosto 2022, con un GIF genérico de Vinos de Lanzarote.

Resultados obtenidos: visibilidad de nuestra marca en una revista que se ha convertido en una herramienta de consulta para conocer las actividades de ocio que existen en la isla. Por lo tanto es consultada por un público variado y de distintas edades. Este año al tener soporte digital, se ha aumentado la visibilidad entre el público que consulta este tipo de medios.

Se adjuntan inserciones, pantallazos del banner digital y el certificado de la emisión digital.

Nº de Orden: 17- Acción: Publicidad en Cadena Cope Lanzarote y cronicasdelanzarote.es.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en Radio Cope Lanzarote y en cronicasdelanzarote.es**, a través de la producción y emisión de cuñas, e inserción digital.

La acción consistió en 2 campañas de:

- 2 paquetes de 60 cuñas distribuidas en Cope Lanzarote.

- 1 noticia de empresa en cronicasdelanzarote.es
- 1 Banner mensual en cronicasdelanzarote.es

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha: se realizaron en distintas fechas:

- Cuñas emitidas del 01 al 30 de marzo de 2022. Cuña PRIMAVERA-campaña actividades.
- Cuñas emitidas del 01 al 30 de agosto de 2022. Cuña AGOSTO.
- Noticia de empresa del 21 al 23 de marzo de 2022 en cronicasdelanzarote.es
- Banner “365 días para emocionarse” en cronicasdelanzarote.es, del 6 de enero al 05 de febrero de 2022

Resultados obtenidos: llegar a través de la radio a públicos diferentes, y a través de la web tener mayor rango de impacto.

Se adjunta certificado de emisiones de las cuñas emitidas y las cuñas grabadas en el pen.

Se adjunta certificado de los banner emitidos y pantallazos.

Nº de Orden: 18- Acción: Publicidad en el periódico Canarias7.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en el periódico Canarias 7, a través de 2 acciones:**

- Edición general: ½ página de publicidad formato 5x5.
- Edición digital: patrocinio sección Lanzarote durante 30 días.

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha:

- ½ página formato 5x5 el día 01 de junio de 2022.
- Banner fijo en la sección Lanzarote, www.canarias7.es del 01 al 31 de julio de 2022

Resultados obtenidos: darle mayor visibilidad a nuestras acciones así como promocionar la marca vinos D.O. Lanzarote en un periódico de tirada regional, tanto en formato papel como digital.

Se adjunta la inserción de la edición escrita.

Se adjunta certificado de emisión del banner en la edición digital y pantallazo.

Nº de Orden: 19- Acción: Publicidad “El Enyesque”-Fernando Núñez.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en el programa El Enyesque-Lancelot gastronómico.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario.

Fecha: presencia mensual en diferentes patrocinios del grupo Lancelot, relacionados con la gastronomía. Lancelot gastronómico

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca en un medio especializado dentro de un grupo de los más visitados, oídos y leídos en la isla.

Se adjuntan las inserciones en el pen y certificado de emisión.

Nº de Orden: 20- Acción: Publicidad en periódico Diario de Lanzarote.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en el Diario de Lanzarote.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los espacios publicitarios.

Fecha:

- Diario de Lanzarote Edición nº 147 de junio 2022.
- Noticia de empresa en www.diariodelanzarote.com. Marzo 2022.

Resultados obtenidos: promoción de la marca Vinos D.O. Lanzarote en un medio local que es distribuido por distintos puntos de la isla y en Fuerteventura, que es un destino consolidado de venta de vinos de Lanzarote, y su edición digital es muy visitada.

Se adjunta inserción escrita.

Se adjunta pantallazo de la noticia de empresa en el digital y certificado de emisión

Nº de Orden: 21- Acción: Publicidad en Lancelot Medios.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en Lancelot Medios.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios, tanto a nivel de televisión, digital como de radio.

Fecha:

- 60 spots en Lancelot Televisión desde el 13 de abril al 12 de mayo de 2022.
- 60 spots en Lancelot Televisión desde el 25 de julio al 24 de agosto de 2022.
- Noticia de empresa en Lancelot digital durante una semana (del 21-27 de marzo 2022).
- Noticia de empresa en Lancelot TV durante una semana (del 12 al 18 de julio 2022).

Resultados obtenidos: darle mayor promoción a la marca vinos D.O. Lanzarote y a las actividades que teníamos programadas a lo largo del año, en el grupo mediático de mayor audiencia y visibilidad en la isla de Lanzarote.

Se adjunta certificado de emisión, pantallazos de emisión en digital, spot emitidos en mayo y agosto, así como la noticia de empresa de TV en julio, grabado en pen.

Nº de Orden: 22- Acción: Publicidad en la revista NU2.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista trimestral NU2.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los espacios publicitarios.

Fecha: inserción en el número de marzo-mayo de 2022. Nº 64.

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca durante ese trimestre siendo visible para el público lector de esa revista. Es una revista gratuita, con unos artículos interesantes y siempre con un carisma de protección medioambiental, por lo que es leída por un público diferente que es lo que perseguimos con las inserciones en los distintos medios de comunicación. Esta revista es repartida en las instituciones públicas, lugares de interés insular, asociaciones, etc...por lo que llega a mucha gente.

Se adjunta inserción.

Nº de Orden: 23- Acción: Publicidad en la revista Lancelot inglés.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista Lancelot inglés.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los espacios publicitarios. En un primer momento se pensó hacer dos inserciones de ¼ de página en números distintos, pero luego por el mismo presupuesto se acordó unificar la inserción a un sólo número.

Fecha: inserción en el número Spring 2022. Nº 157.

inserción en el número Summer 2022. Nº 158.

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca durante ese trimestre siendo visible para el público lector de esa revista. Es una revista gratuita, con unos artículos interesantes y siempre con un carisma de protección medioambiental, por lo que es leída por un público diferente que es lo que perseguimos con las inserciones en los distintos medios de comunicación. Esta revista es repartida en las instituciones públicas, lugares de interés insular, asociaciones, etc...por lo que llega a mucha gente.

Se adjuntan inserciones de contratación de 1/4 página de publicidad a color.

Nº de Orden: 24- Acción: Publicidad en Televisión Canaria.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la Televisión Canaria.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario.

Fecha: julio-agosto de 2022.

Resultados obtenidos: al ser una emisión de ámbito regional, llegar a todas las islas y a públicos diferentes.

Se adjunta factura con la fecha de emisión y el spot emitido grabado en el pen.

Nº de Orden: 25- Acción: Publicidad en el periódico La Provincia.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en el periódico La Provincia.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación de los diferentes espacios publicitarios.

Fecha:

- Edición general: banner de 3x5 en el Especial del Sector Primario. 26 abril 2022.
- Edición digital: impresiones con megabanner flotantes del 01 al 30 de junio de 2022.

Resultados obtenidos: darle mayor visibilidad a nuestras acciones así como promocionar la

marca vinos D.O. Lanzarote en un periódico de tirada regional y en su edición digital.

Se adjunta la inserción del día 26 de abril de 2022 en la edición Especial Sector Primario.

Se adjunta informe de resultados de las impresiones con megabanner flotantes en la edición digital.

Nº de Orden: 26- Acción: Publicidad en la revista Sobremesa.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista Sobremesa.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario.

- Soporte revista impresa: 1 página de publicidad
- Soporte revista digital www.sobremesa.es: post patrocinado + newsletter+banner

Fecha:

- Sobremesa 404 (revista impresa y digital)
- Sobremesa agosto 2022 (www.sobremesa.es)

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca en una revista especializada del sector dirigida a un público más profesional y selecto del mundo del vino. En la revista se tratan temas de gastronomía, viajes y tendencias, por lo tanto, muy leída por viajeros que buscan conocer experiencia en destino y conocer nuevas referencias de la enogastronomía.

Se adjuntan las inserciones.

Nº de Orden: 27- Acción: Publicidad en la revista Viva Lanzarote.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista Viva Lanzarote.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario.

Fecha: abril-mayo-junio de 2022.

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca en una revista de ámbito insular, escrita en inglés y español, y muy leída por el turista residente y visitante, ya que se distribuye por toda la isla y sobre todo por los entornos turísticos.

Se adjunta inserción.

Nº de Orden: 28- Acción: Publicidad en la revista Binter Canarias.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista Binter Canarias.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario en la Revista Binter Canarias.

Fecha: inserción en el número de mayo de 2022. Revista NT 229.

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca durante ese mes siendo visible para los pasajeros que volaron en un mes de máximo desplazamiento entre islas.

Se adjunta la inserción.

Nº de Orden: 29- Acción: Publicidad en la revista Air Europa.

Descripción: Campaña promocional de **difusión mediática en la revista digital Air Europa.**

Objetivos: Información y publicidad del régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías de turismo, puntos de ventas, recetarios catálogos, libros, etc.

Material y Medios: Contratación del espacio publicitario en la Revista Air Europa.

Fecha: inserción en la revista de marzo 2022.

Resultados obtenidos: promoción de nuestra marca durante ese mes, en una compañía área que tiene muchas conexiones con la isla de Lanzarote a lo largo de todo el año.

Se adjunta inserción.

Nº de Orden: 30- Acción: Elaboración e impresión de material promocional del Consejo Regulador.

Descripción: Elaboración de **varios materiales promocionales** del Consejo Regulador, tales como carteles informativos de las actividades, flyers, folletos, grabación de las cuñas, etc.... Con este material pretendemos que cada actividad que realicemos llegue al mayor número de público, como no todos tienen acceso a las nuevas tecnologías, aparte de adaptar las creatividades al formato de las redes sociales, se hará material en formato de papel para repartir por distintos espacios sociales de la isla. Con los Roll-up se quiere dar mayor promoción de la marca Vinos de Lanzarote colocándolos en cada evento que se realice, además de tematizar cada acción.

Objetivos: tener material tanto para la divulgación de conocimientos científicos y técnicos sobre nuestros productos como para los distintos eventos de promoción. Material para información y publicidad de régimen de calidad en medios de comunicación, revistas especializadas, guías,.....

Material: Se elabora todo el material para divulgar la acción, tales como:

Diplomas a los alumnos que realizaron los cursos.

Impresión de los temarios del curso de cata.

Salvamanteles con la imagen creada para los cursos de cata, experiencia enogastronómica.....

Minutas con el menú+vino y con la imagen creada para dicho evento (ConVinados, experiencia enogastronómica.....)

Minuta código QR con el menú+vino y con la imagen creada para dicho evento (ConVinados, experiencia enogastronómica.....)

Diseño y maquetación de los folletos del Consejo Regulador con la información de las bodegas.

Grabación y edición de off para spot de TV.

Grabación y montaje de cuña de radio a una voz con música de librería y efectos de sonido.

Medios: contratación de la empresa encargada de realizar cada material, una vez elaborado el diseño o creatividad por parte de nuestra empresa de comunicación.

Fecha: de enero a septiembre de 2022, según se iban desarrollando las actividades.

Resultados obtenidos: Se han dado a conocer las actividades que realizamos a lo largo del año, porque a cada actividad se le crea un diseño, y en los casos que requieren salvamanteles, minutas, se imprimen. Además, con esos diseños se hacen adaptaciones para las redes sociales con las que trabajamos (facebook, instagram, twitter,..).

El folleto del Consejo se lleva a las ferias, eventos, cursos,...con lo cual el alcance es incalculable.

Se adjunta el diseño y maquetación del tríptico, foto de la experiencia enogastronómica para que se vea impreso el salvamantel y las minutas.

NOTA: Se adjunta un pen con toda la documentación de justificación enviada proyecto por proyecto. En cada proyecto van las cuñas que se han emitido, aún así, se graba el spot primavera-lanzar actividades, spot de verano, cuña radio verano, cuña radio mayo, cuña radio primavera, cuña radio winelovers, píldoras audiovisuales de sendero, cuentacuento, winefulness, winePottery y experiencia enogastronómica.

En San Bartolomé de Lanzarote, a 23 de septiembre de 2022

Fdo: Víctor Rafael Díaz Figueroa
Pte. Consejo Regulador D.O. Vinos de Lanzarote

DIRIGIDO AL INSTITUTO CANARIO DE CALIDAD AGROALIMENTARIA