



# Consejo Regulador DO Vinos de Lanzarote

Informe de resultados 2022

Arrecife, 24 de enero de 2023

**Biwi.**

Este año ha estado marcado por la relajación de las restricciones que se establecieron tras el inicio de la pandemia derivada de la Covid-19. Por ello, durante el 2022, se han vuelto a realizar algunas acciones promocionales prepandémicas e incluso, se ha innovado con nuevas actividades. El **objetivo principal** del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Lanzarote ha sido **difundir la cultura del vino a un público diverso, con un rango amplio de edad, poniendo foco en la audiencia más joven que habitualmente consume menos vino.**

Como venimos haciendo desde hace años, las acciones ejecutadas van más allá del ámbito regional. Sin olvidar el entorno local también se han promocionado los vinos a nivel nacional, a través de una serie de inserciones publicitarias en medios gastronómicos de referencia, que se han ido realizando a lo largo del año.

A continuación recogemos el calendario desarrollado en conjunto por la agencia de marketing y comunicación Biwi y el Consejo Regulador. Además, exponemos las funciones desempeñadas desde la agencia en relación a cada una de ellas.

Entre estas labores destacan la propuesta de iniciativas, la organización de eventos propios, la creación de una identidad corporativa para cada campaña (diseño de carteles, formularios de inscripción, salvamanteles, minutas, códigos QR, etc), la gestión de proveedores, la difusión de campañas tanto en medios de comunicación como en redes sociales y el desarrollo de materiales audiovisuales.

## 2.1. Coordinación de eventos y campañas.

### 2.1.1. Semana Malvasía

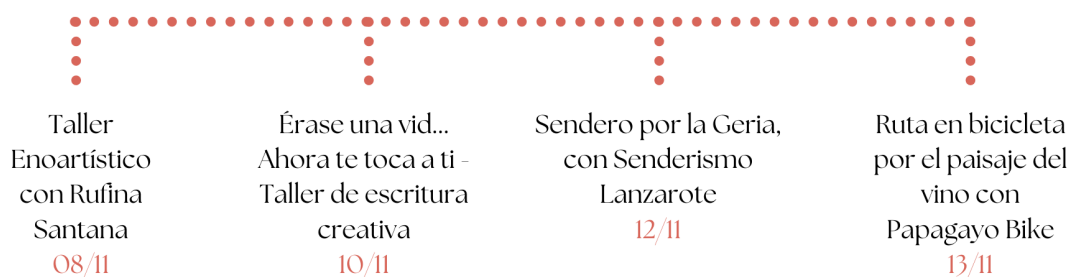
Este año celebramos la **octava edición de “Malvasía, la semana del vino de Lanzarote”**. Una vez más, esta fue todo un éxito, ya que se completó el aforo en la mayor parte de las actividades al poco tiempo de poner las entradas en venta. Con el objetivo de seguir sorprendiendo con esta semana emblemática del Consejo, se han propuesto actividades innovadoras y el público ha mostrado una respuesta muy positiva hacia estas iniciativas.

Durante la semana celebramos diferentes **acciones**:

#### Actividades

##### *Semana Malvasía 2022*

Sorteo de merchandising HUGU x Vinos de Lanzarote  
06/11 al 13/11



- Taller Enoartístico con Rufina Santana

Los asistentes pudieron disfrutar de una masterclass de pintura de la mano de la artista local Rufina Santana en su local Lanzarote Art Center. El este taller enoartístico se utiliza el vino como material para elaborar obras de arte. Durante la actividad, los asistentes pudieron disfrutar de las referencias de la bodega Vulcano de Lanzarote.



- Sorteo de 3 packs de vinos en redes sociales

Con el objetivo de dinamizar las redes sociales y generar interacciones por parte de nuestro público durante la semana, se lanzó un sorteo en los perfiles de Facebook e Instagram del Consejo Regulador desde el inicio de la semana.

De este concurso se eligieron dos ganadores (uno por red social), que fueron premiados con una camiseta, una sudadera y una bolsa de tela del diseño elaborado por la marca local HUGU.

Para participar, los usuarios debían seguirnos en Instragram o Facebook, darle "Me gusta" a la publicación y etiquetar a un amigo.

Este sorteo tuvo una grandísima acogida, y es que estas publicaciones tuvieron los siguientes datos:

- Instragram: **352 "Me gusta" y 422 comentarios.**

- Facebook: 59 reacciones, 58 comentarios y 7 veces compartido.



- Érase una vid... Ahora te toca a ti

Siguiendo la línea de anteriores ediciones de "Érase una vid...", esta vez, en lugar de escuchar historias ilustradas, tuvimos la oportunidad de que nuestro público pudiera crearlas por sí mismos.

La escritora Lana Corujo fue la encargada de impartir este taller de escritura creativa en el que los asistentes conocieron diferentes prácticas para crear combinaciones inspiradoras de palabras.

Esta actividad estaba destinada a un público más reducido para generar un ambiente íntimo y que todos pudieran expresar al máximo sus capacidades creativas. Así, fueron ocho los privilegiados que además pudieron disfrutar de las referencias de El Grifo, siendo esta la bodega que acogió el taller.



- *Sendero por La Geria*

Como en años anteriores, se desarrolló un sendero por los alrededores de Finca Testeina con Senderismo Lanzarote. Un total de **40 personas** disfrutaron de esta ruta, que finalizó con la música de una parranda y un enyesque maridado por vinos de Bodegas Vega de Yuco.



- Ruta en bicicleta por el paisaje del vino con Papagayo Bike

Para cerrar la Semana Malvasía, como novedad en esta edición, realizamos una ruta en bicicleta por el paisaje del vino de Lanzarote.

A esta asistieron un total de 15 personas que, de la mano de la empresa Papagayo Bike, pudieron recorrer los alrededores de Bodega La Geria.

Esta empresa les suministró todo el material deportivo (bicicleta y casco) y además, ejercieron de guías durante todo el recorrido.

Al finalizar la ruta, los participantes realizaron una visita por la Bodega La Geria y degustaron algunas de sus referencias.



Para darle visibilidad a esta octava edición de "Malvasía, semana del vino de Lanzarote" realizamos diferentes acciones:

- Materiales:

Como cada año, ideamos una identidad corporativa para la Semana Malvasía del Consejo Regulador. Este año reflejamos en el diseño la variedad de actividades que había en torno al vino. Utilizamos este diseño para diferentes materiales (adaptaciones de redes sociales, plataforma de inscripción a las actividades, web, sorteos).



- Web

Para promocionar las actividades adaptamos la página web [semanamalvasia.com](http://semanamalvasia.com) a la edición de 2022. En ella incluimos toda la información sobre las actividades (fecha, horario, lugar, precio de entradas...). También mantuvimos la información de las acciones celebradas en los años anteriores.



Este año, vuelve la prestigiosa pintora Rufina Santana, que impartirá una masterclass de pintura en su propio estudio Lanzarote Art Center. En él se utilizará el vino como material para elaborar diferentes obras de arte.

**Fecha:** martes, 8 de noviembre.

**Horario:** 17:30 horas.

**Lugar:** Lanzarote Art Center Lanzarote  
- Estudio Rufina Santana (C/ Los Reyes, 155,  
San Bartolomé)

**Entrada:** Online (agotadas)

**Aforo:** 16 personas.



- Videos

Durante esta Semana Malvasía 2022 se han recogido recursos para la producción de un vídeo-resumen ([ver aquí](#)) de las actividades celebradas.



- Gabinete de prensa

Para comunicar la celebración de esta semana elaboramos **dos notas de prensa**: "Llega la octava edición de 'Malvasía, la semana del vino de Lanzarote'" y "Malvasía, la semana del vino de Lanzarote, cierra su octava edición con gran éxito". Estas fueron enviadas el 2 de noviembre y el 15 de noviembre del pasado año.

Con las notas de prensa **obtuvimos un total de 21 impactos en medios, locales, regionales y especializados** en los distintos soportes de prensa escrita y online.

### **2.1.2. XXX Asamblea General de la Confederación Española de Consejos Regulador Vitivinícolas (CECRV)**

Este año celebramos por primera vez la Asamblea General de la Confederación Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV) el 11 de noviembre, en Marina Innova HUB.

Se trataba de la 30ª edición de la misma y acudieron 32 Consejos Reguladores de las zonas vitivinícolas más importantes del país. De esta forma, Lanzarote se convirtió en el centro neurálgico del vino de toda España.

Durante tres días recibimos a los miembros de estos Consejos Reguladores quienes, además de acudir a la Asamblea, pudieron conocer nuestros valores e idiosincrasia, visitando diferentes lugares de la Isla.

Desde Biwi realizamos las siguientes acciones:

- Gestión y organización de la Asamblea.

Desde la agencia hemos gestionado la reserva y acondicionamiento del espacio en donde tuvo lugar la celebración de la Asamblea.

Asimismo, nos encargamos de los materiales gráficos para los medios técnicos del espacio y del catering del evento.



- Organización de actividades complementarias.

Durante estos tres días los miembros de los diferentes Consejos Reguladores y sus acompañantes pudieron descubrir Lanzarote a través de la visita a varios de los lugares más emblemáticos de la Isla. Las actividades que se gestionaron desde Biwi se distribuyeron de la siguiente forma:

#### 10 de noviembre

- Cena de bienvenida en Restaurante Castillo de San José.

#### 11 de noviembre

- XXX Asamblea General CECRV en Marina Innova HUB.
- Durante la celebración de la Asamblea, los acompañantes visitaron Los Jameos del Agua y el Mirador de El Río.
- Comida en Restaurante Casa Museo del Campesino.
- Visita y cata en Bodegas La Geria y Rubicón.
- Cena en Restaurante Arenas Lounge.

#### 12 de noviembre

- Visita guiada a Salinas de Janubio.
- Visita a la zona El Golfo y Charco de Los Clicos.
- Ruta en autobús por el Parque Nacional de Timanfaya.
- Comida en Restaurante El Diablo.

- Gestión de alojamientos.

Desde la agencia nos pusimos en contacto con diferentes alojamientos de Arrecife para poder proporcionar un código de reserva para todos los asistentes. Estos estuvieron distribuidos entre el Arrecife Gran Hotel, Hotel Lancelot, Hotel Miramar y Hotel Damar.

- Organización de traslados.

A través de la empresa Lanzarote Bus se realizaron todos los traslados de los asistentes a las diferentes ubicaciones del programa de actividades.

- Desarrollo de la imagen y cartelería del evento.

En Biwi diseñamos los materiales necesarios para la cartelería del evento.

Entre ellos se desarrollaron portadas digitales para el acondicionamiento de Marina Innova HUB, roll-up, carpetas, bolsas, libretas y bolígrafos. Además, se gestionó el merchandising y montaje de las bolsas como recuerdo para los asistentes.



- Gabinete de prensa

Para el lanzamiento a medios de este hito de comunicación decidimos introducirlo dentro de la nota de prensa de cierre de la Semana Malvasía, dado que se encontraba dentro del mismo periodo de tiempo.

Esta nota de prensa fue enviada el 15 de noviembre del pasado año y obtuvo un total de 8 impactos en los diferentes medios.

### 2.1.3. Actividades y campañas propias durante el año

#### - Sorteo 'Revive Tu Espíritu Carnavaleiro con Vinos de Lanzarote'.

Durante los Carnavales 2022, hemos querido retomar la acción que realizamos durante el 2021, cuando fueron suspendidos por la pandemia.

En esta ocasión, decidimos trasladar esta celebración a las casas de nuestros seguidores. Por ello, lanzamos un concurso para todos los residentes de Canarias, que consistía en disfrazar una botella de Vinos de Lanzarote o disfrazarse ellos mismos tomando uno de nuestros vinos.

La comunidad elaboró verdaderos disfraces para sus botellas y, con ello, conseguimos una gran visibilidad en Facebook e Instagram y la marca se vinculó a una fiesta muy importante en nuestro territorio.

En él participaron **4 usuarios únicos**, con un total de **6 publicaciones compartidas**. Además, durante esta acción realizamos 2 publicaciones en Facebook con los siguientes resultados: **2.833 personas alcanzadas y 86 reacciones**. En el caso de Instagram, se publicaron 5 posts que tuvieron **6.720 personas alcanzadas y 366 "Me gusta"**.



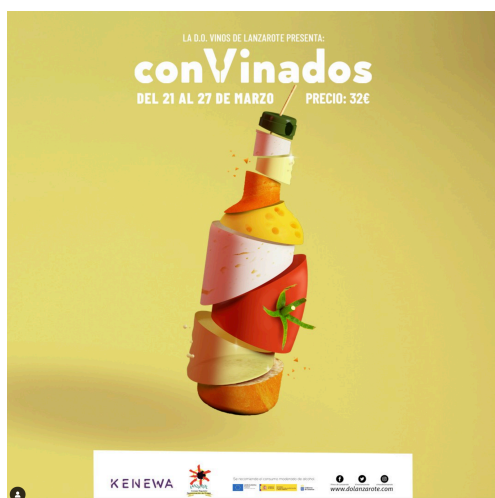
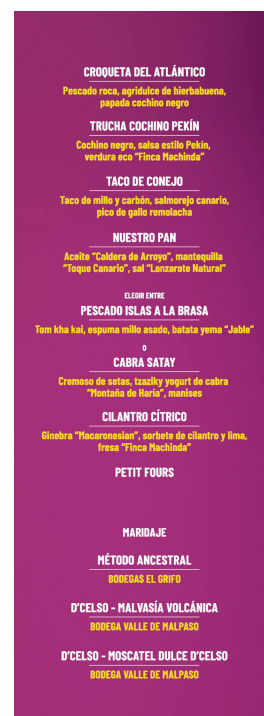
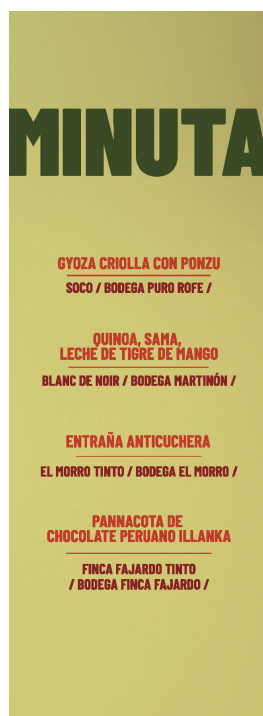
## - Menu 'ConVinados'.

En los meses de marzo y julio organizamos durante una semana un espectacular menú preparado por los restaurantes Kenewa (Arrecife) y Tacande (Haría). Este incluía una propuesta de maridaje de sus chefs, que combinaba varios platos de su carta con diferentes referencias de Vinos de Lanzarote.

Entre ambas semanas, los establecimientos recibieron un total de **101 reservas** para degustar estos menús.

En estos menús se incluyeron vinos de las bodegas Puro Rofe, Martinón, El Morro, Finca Fajardo, El Grifo y Valle de Malpaso.

Para esta acción, desarrollamos la imagen creativa, los carteles del evento, sus adaptaciones para redes sociales y el menú en formato QR.



## - Sesión de mindfulness 'Winefulness'.

Por primera vez desarrollamos una sesión de mindfulness con la instructora Itziar Goikolea en la Bodega Rubicón.



Durante esta actividad **15 asistentes** pudieron practicar la atención plena y, además, degustar los vinos de esta bodega.

Para su difusión, realizamos el diseño de esta actividad y adaptaciones de los diferentes formatos para las redes sociales y la plataforma de inscripción.



### - Curso Vinos 360º

Entre los meses de abril y junio realizamos un curso global de Vinos 360º.

Este fue impartido en tres «raciones» de dos sesiones, cada una de ellas por **Tomás Mesa Guanche**, de Enoactiva. Uno de los profesionales de más prestigio en el mundo del vino de Lanzarote al frente de una actividad que te permitirá aprender todo lo que necesitas saber sobre los vinos.



El primero de ellos fue un curso básico de reconocimiento de aromas y sensaciones gustativas, el segundo trataba sobre los estilos y alteraciones del vino y en las últimas sesiones los asistentes conocieron los vinos de Canarias y vinos Nacionales.

Durante estas tres sesiones hubo un total de **93 participantes**.

Para esta formación realizamos el diseño de los carteles de cada sesión y sus adaptaciones a los distintos formatos. Además, elaboramos un vídeo de promoción ([ver aquí](#)).



- Sesiones de cuentos 'Érase una Vid'.

En los meses de abril y julio realizamos dos sesiones de cuentos para adultos con las intérpretes Isabel Cabrera y Cristina Temprano.



Estas se realizaron en Bodegas El Grifo y Rubicón, donde los **48 asistentes** también degustaron los vinos de ambas bodegas.

Desde Biwi realizamos el diseño del cartel de esta actividad y sus diferentes adaptaciones para redes sociales y plataformas de registro.



- **Taller de cerámica 'Winepottery'.**

Como novedad este año, elaboramos un taller de cerámica en donde los asistentes crearon con sus propias manos un recipiente para beber vino.

**Timijota Studio** fue quien les guió durante esta sesión, en donde en un par de horas aprendieron a elaborar este utensilio. Además, las **17 personas que** participaron disfrutaron de esta experiencia en un lugar idílico como Finca Testeina, acompañados de los mejores vinos de Bodegas Vega de Yuco.



Para esta actividad desarrollamos su imagen creativa y las diferentes adaptaciones de la misma.



- **Curso de especialización en vitivinicultura ecológica, natural y biodinámica.**

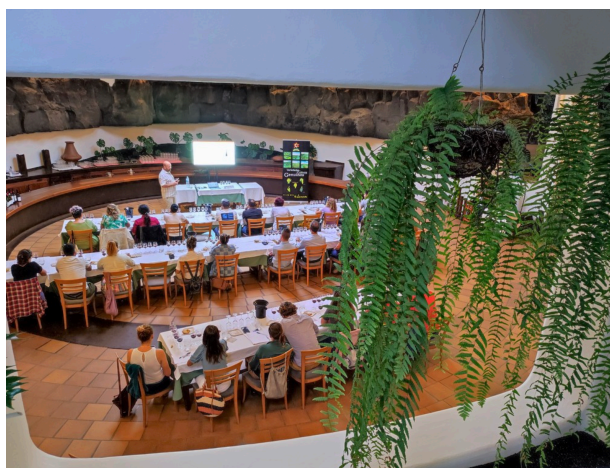
En los días 15, 16 y 17 de junio se impartió este curso de especialización para fomentar un modelo vitivinícola sostenible en las Islas Canarias a través de las diferentes tendencias de producción, etiquetado y consumo.



De la mano de expertos como, Pedro G. Tenoury Domínguez (Belenus Agroecología), Pablo Alonso González (IPNA-CSIC) y Eva Parga Dans (IPNA-CSIC) se analizó la normativa ecológica actual y su implicación desde el punto de vista del viticultor/a ecológico.

Además, se mostraron posibilidades de diferenciación y valorización de los vinos ecológicos desde la perspectiva de la sostenibilidad medioambiental, económica y social. Como broche final se realizó una visita a una finca en la que se podrá ver in situ todo lo aprendido.

La convocatoria fue todo un éxito, alcanzando **más de 65 inscripciones**. Desde Biwi desarrollamos la imagen del cartel y sus diferentes adaptaciones a las redes sociales y materiales del evento.



- **Experiencia enogastronómica.**

Nuevamente, hemos vuelto a disfrutar de un clásico de nuestro calendario de actividades, "Experiencia enogastronómica: Esencia de Italia", celebrada en el restaurante Castillo de San José (Arrecife).



Para ello, contamos con la colaboración del restaurante de comida italiana Casa Morelino, que diseñó un menú especial de degustaciones maridadas con cuatro vinos de bodegas adscritas al Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Vinos de Lanzarote: Guiguan, El Morro, La Florida y Titerok Akaet. En esta experiencia participaron un **total de 34 personas**.

Cabe destacar que esta actividad tuvo una gran acogida entre el público, ya que las entradas se vendieron pocas horas después de su puesta a la venta.

Desde Biwi se realizó el diseño de las minutas, sobremanteles y adaptaciones del cartel.



- **Curso de cata: Vinos del Mundo.**

De la mano de Juancho Asenjo, gran conocedor de los vinos del mundo, los **30 inscritos** a este curso conocieron las nociones básicas para reconocer las sensaciones gustativas y aromáticas que nos ofrecen las diferentes referencias del planeta.

En los días 7 y 8 de septiembre en las que cataron referencias de países exóticos, como Nueva Zelanda y Sudáfrica.



En Biwi desarrollamos la imagen del cartel y sus diferentes adaptaciones a las redes sociales y materiales del evento.



- **Día del Movimiento del Vino D.O.**

Un año más, nos sumamos a la celebración del Día Movimiento Vino D.O., el 22 de octubre. En esta ocasión, para esta actividad realizamos un llamamiento a toda nuestra comunidad, con el fin de que degustaran un vino de Lanzarote y brindaran por el Movimiento D.O.



Este brindis se realizó en el Monumento del Campesino de forma simultánea con otros 35 los Consejos Reguladores pertenecientes a la CECRV. Amenizamos esta actividad con un tentempié y la actuación de una parranda local.

Una fiesta en la que se reivindica los valores ligados a un modelo de producción, el del vino de calidad protegido y sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental.



### - Rutas de senderismo.

Las rutas de senderismo, celebradas desde 2016, han tomado gran relevancia entre las actividades del Consejo Regulador. Este año celebramos un total de cuatro rutas de la mano de Senderismo Lanzarote.

Estas se desarrollaron en torno a las bodegas La Mareta, Guiguan, Rubicón y La Florida.



Durante las rutas, más de **120 asistentes** pasearon por el paisaje entre viñedos y, posteriormente, degustaron algunas referencias de cada una de las bodegas.

Para la promoción de estos eventos, **realizamos el diseño y adaptaciones** de los diferentes formatos para las redes sociales, la página web y la plataforma de inscripción.

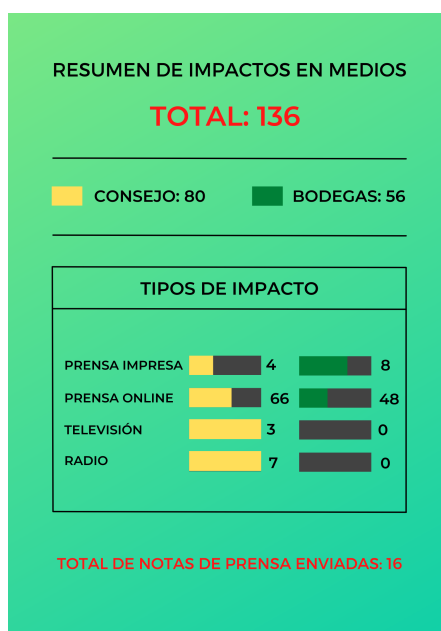


## 2.2. Gabinete de prensa.

A lo largo de este 2022 redactamos un total de **16 notas de prensa**, con las que hemos **generado 136 impactos** en diferentes medios de comunicación.

Así, se ha obtenido una media de **8,5 impactos** por cada una de las notas de prensa lanzadas, mejorando la media en 0,9 con respecto al año anterior.

Con las informaciones generadas por el Consejo Regulador y las diferentes bodegas de Lanzarote hemos llegado a medios a nivel regional y local, así como a otros especializados en temas vitivinícolas y gastronómicos. Unas noticias con las que **hemos alcanzado al público a través de la prensa, televisión y radio.**



La temática de las notas de prensa enviadas durante este año ha sido, en mayor medida, sobre los premios y la información proporcionada por las bodegas, con 9 notas. Por su parte, hemos enviado 7 notas de prensa elaboradas mediante información propia del Consejo Regulador.

A pesar de enviar un menor número de notas de prensa con información proveniente del Consejo Regulador, éstas han tenido un número de impactos mucho mayor con información de las bodegas, especialmente a nivel online. Como suele ser habitual, la mayor parte de los impactos se publicaron en **medios locales de difusión online.**

Para el seguimiento de medios, al igual que años anteriores, hemos continuado con el contrato con la empresa Metrópolis.

## 2.3. Comunicación online.

### - Web

Durante este año continuamos con la labor de posicionamiento de la página web del Consejo Regulador (dolanzarote.com). Si atendemos a los criterios de búsqueda en Google con “Vinos de Lanzarote”, la **web del Consejo Regulador se encuentra en el primer puesto. A su vez, también se sitúa en primer lugar entre las fichas de Google My Bussines de Google Maps.**

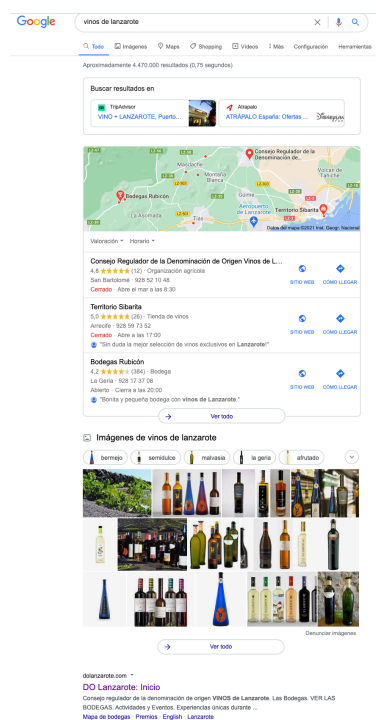


En cuanto al **tráfico del sitio web**, en 2022 recibimos la visita de **30.751 usuarios**, frente a los 30.907 el año anterior (resultados calcados). Mejoramos el número de páginas vistas (78.698 frente a 76.428, un 2,97 % más).

De esos usuarios totales, 22.065, un 70 %, procedieron de búsqueda orgánica (Google y otros buscadores) y 1.010 de redes sociales (un 3,22 %).

Respecto a las **sesiones**, también mejoramos: **37.708** frente a 37.149 en 2021 (un 1,50 % más). Una sesión es el periodo durante el cual un usuario interactúa con el sitio web.

Destacamos las subidas de visitas de usuarios de lengua alemana (2.813 frente a 1.775), de



lengua francesa (2.254 frente a 1.512) y de lengua inglesa de Gran Bretaña (2.018 frente a 1.531).

Sigue destacando la página del "Mapa de Bodegas", con 8.230 visitas (un 10,46 % del total), por encima de la página de Inicio del sitio web (7.705 visitas).

#### - Redes sociales



##### Crecimiento de la comunidad:

Este año 2022, siguiendo las indicaciones de Meta (propietaria de Facebook e Instagram), hemos prestado más atención al número de seguidores que al número de «me gusta» de la página de **Facebook**.

Así, durante 2022 pasamos de 7.882 a **9.145 seguidores**, lo que supone haber **ganado 1.263 seguidores (un crecimiento del 16 %)**, frente a los 423 que ganamos en 2021 (tres veces menos que este año).

Por dejar constancia también del número de «me gusta» ganados (aunque este dato tenga ahora menos valor) diremos que pasamos de 7.776 al final de 2021 a los 8.128 a 31 de diciembre de 2022 (352 más, prácticamente el mismo incremento que el año anterior).

Como se ve, el ritmo de crecimiento orgánico de la comunidad en Facebook se recupera respecto a años anteriores. Durante 2022 ganamos alrededor de 100 seguidores cada mes.

##### Alcance e interacción:

No ocurre lo mismo en cuanto al alcance de los contenidos, que sigue costando mantener de manera orgánica (sin invertir en publicidad). La información de la página y las publicaciones lograron 457.020 visualizaciones, prácticamente la mitad que las de 2021.

También se redujo drásticamente el número de personas a las que llegamos: 146.766 frente a las 299.146 personas del año anterior. Y las interacciones con los contenidos se quedaron en las 27.980 (un 22 % menos).

Hay varias razones para explicar estos datos, además de esa dificultad para llegar a la gente sin invertir en publicidad.

Por ejemplo, publicamos menos contenido (198 publicaciones frente a 242 en 2021). En 2022 la frecuencia de publicación se sitúa en una cada 1,84 días, cada 1,31 días si descontamos los fines de semana, en los que no es habitual publicar. Se podría valorar publicar con más frecuencia.

También invertimos menos en publicidad. Del 2 al 7 de marzo de 2022 tuvimos en circulación un anuncio en Facebook e Instagram para animar a la participación en el Concurso de Carnaval. Fue visto por 97.952 personas,

e invertimos 30 €. Fue la única campaña de anuncios que hicimos en todo el año.

Como los alcances orgánicos siguen resintiéndose, conviene seguir realizando acciones promocionales puntuales para complementar la difusión de nuestros contenidos.



En **Twitter** terminamos 2022 con **4.428 seguidores** (un 2,03 % más respecto a 2021). Ganamos 259, pero perdimos 171, para un balance de **88 nuevos seguidores**. Seguimos creciendo más lentos que en años anteriores.

Publicamos menos contenido que en 2021: nuestras 198 publicaciones fueron vistas 24.500 veces, frente a las 97.000 de 2021. Generaron 734 interacciones, también menos que el año anterior.

Twitter sigue cumpliendo su misión de **perfil «complementario»** y más especializado dentro de nuestra estrategia.



En cuanto a **Instagram**, en 2022 **ganamos 794 seguidores**, hasta los **7.897**. Aun siendo un dato aceptable, es inferior al del año anterior, cuando ganamos 1.166 seguidores.

En Instagram vamos a diferenciar publicaciones «normales» de reels y stories.

Hicimos menos publicaciones que el año anterior (109 frente a 132), y junto al resto de la información relacionada con el perfil, fueron vistas 368.610 veces, frente a las 526.000 del año anterior (un dato favorecido por la mayor inversión en publicidad que hicimos ese año).

El alcance se situó en las 120.418 personas, frente a las 178.000 de 2021 (también influido por la menor inversión publicitaria).

Disminuyen las interacciones, hasta las 11.490 (un 60% menos que en 2021).

En la otra cara de la moneda se sitúan los reels y las stories, formatos a los que hemos dedicado mayor esfuerzo y cuyos resultados se disparan.

Publicamos 28 reels (el año anterior prácticamente no habíamos empezado con este formato). Fueron vistos 55.340 veces, frente a las apenas 3.000 de 2021, y generaron 2.367 interacciones (231 en 2021).

En cuanto a las stories, publicamos 567 frente a las 454 de 2021 (125 más), que fueron vistas 118.420 veces (25.260 veces más que el año anterior). El alcance promedio por historia fue similar al de 2021 (202 personas por historia).

## 2.4. Apoyo a otras campañas y eventos.

Durante este 2022, desde Biwi también hemos proporcionado apoyo al Consejo Regulador en otras campañas y eventos en los que, sin ser propios, ha estado presente.

Los eventos principales en este sentido **fueron los conciertos de Sonidos Líquidos**, realizados entre mayo y junio por las islas de Gran Canaria, Tenerife y Lanzarote. Durante este período se celebraron cuatro conciertos previos, con Eva Ryjlen en Gran Canaria y Tenerife, Alberto & García en Bodegas El Grifo.

Para cerrar el festival, el fin de semana del 10 y 11 de junio, se disfrutó de los vinos de Lanzarote junto a los artistas de La Habitación Roja, Dorian, Fuel Fandango, Maika Makovski, Goos, Shego y Tiburona, entre otros.



Por otra parte, desde la agencia hemos colaborado en la tarea de dar visibilidad a otros eventos en los que ha estado presente el Consejo Regulador, como **Barcelona Wine Week, Salón Gourmets, Fenavin o el Festival de Cocinas Volcánicas**.



- En la tarea de gabinete de prensa hemos detectado que este año **se ha aumentado la media de impactos por nota de prensa enviada en 0,9;** pasando a **8,5 impactos por nota.**
- En cuanto al trabajo en **redes sociales**, ha sido un año en el que hemos desarrollado diferentes campañas para la captación de nuevos seguidores y la fidelización de la comunidad actual. Esto ha repercutido positivamente en los resultados de Instagram y Twitter, siendo estos superiores a los de 2021. En Facebook hemos notado una visible mejoría con respecto a años anteriores. Cabe destacar, el gran incremento de visualizaciones gracias a los vídeos en formato Reel.
- **El tráfico a la página web del Consejo Regulador ha sido muy similar con respecto al 2021**, de esta forma se mantiene ese crecimiento que tuvimos el año anterior del 17%. A su vez, se sigue realizando la actualización continua con las noticias del Consejo Regulador y las bodegas.
- En relación a los **eventos**, este año todas las acciones realizadas tuvieron un éxito rotundo. Uno de los mayores avances que hemos desarrollado este año ha sido la **venta online de entradas a través de Eventbrite**. Este hito ha hecho la compra mucho más accesible para nuestro público y ayuda al control y seguimiento del mismo. A su vez, además de realizar la Semana Malvasía, el Consejo Regulador ha organizado por primera vez la **Asamblea General de la CECRV**. Así, ha sido el anfitrión de Lanzarote del resto de Consejos Reguladores de todo el panorama nacional.

Biwi.

l.

Biwi.