



Consejo Regulador DO Vinos de Lanzarote

Informe de resultados 2023

Arrecife, 23 de enero de 2024

Biwi.

Índice

1. Introducción	3
2. Área de trabajo	4
2.1 Coordinación de eventos y campañas	4
2.2 Gabinete de prensa	17
2.3 Comunicación online	18
2.4 Apoyo a otras campañas y eventos	21
2.5 Campaña en medios	22
3. Conclusiones	23

1**Introducción**

El **objetivo principal** del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Lanzarote ha sido, una vez más, **diversificar la estrategia de comunicación para llegar a todo tipo de públicos**. Tal y como hemos defendido desde hace años, al reto ha consistido en atraer al **segmento más joven**, que suele consumir otro tipo de bebidas. Todo ello marcado por campañas que promueven el consumo moderado de alcohol, como no puede ser de otra manera.

Es cierto que el 2023 ha estado marcado por la **ausencia del PDR** (Programa de Desarrollo Rural) y esto, lógicamente, ha limitado en cierta medida la inversión publicitaria. No obstante y pese a ello, se han seguido llevado a cabo acciones que recogemos, a continuación, en 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, minutos, diplomas, 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 **novena edición de “Malvasía, la semana del vino de Lanzarote”**. Una vez más, ésta fue todo un éxito, ya que se completó el aforo en la mayoría de actividades al poco tiempo de la puesta en venta de las entradas y el público mostró gran interés en ellas.

Durante la semana celebramos diferentes **acciones**:

- Taller Enoartístico con Rufina Santana

Como en años anteriores, esta actividad clásica de la Semana Malvasía se impartió una masterclass de pintura en su propio estudio Lanzarote Art Center. En él se utilizó el vino como material para elaborar diferentes obras de arte.

Mientras tanto, los 20 asistentes que llenaron el aforo pudieron catar y disfrutar el Lágrima de Listán Negro 2023.



- *Érase una vid... Crea tu cómic*

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 crearla por sí mismo con ilustraciones de cómic.

El ilustrador Íñigo Franco fue el encargado de impartir este taller de creación en el que los asistentes conocieron diferentes prácticas para crear combinaciones inspiradoras de palabras e ilustraciones de cómic.

Esta actividad estaba destinada a un público más reducido para generar un ambiente íntimo y que todos pudieran exprimir al máximo sus capacidades creativas. Por ello, sólo unos pocos privilegiados pudieron disfrutar de las referencias de Bodegas Bermejo, siendo esta bodega el lugar donde se celebró el taller.



- Experiencia enogastronómica: Kokoxili

Este año recuperamos una experiencia enogastronómica que había dejado con muy buen sabor de boca hace unos años. En esta ocasión, eso sí, nos trasladamos directamente a su restaurante, Kokoxili. Un total de **25 personas** pudieron disfrutar de esta experiencia, con una degustación de **5 platos y 5 vinos** acompañando cada plato.



- Eres una vid... Vicky Dos Santos y Aaron Márquez

En esta ocasión, los asistentes pudieron dejarse seducir por historias narradas por Vicky Dos Santos acompañadas por el cello de Aarón Márquez; todo ello en un espacio muy especial: la bodega La Florida.



- Ruta del vino por la Geria

Para cerrar la Semana Malvasía, como novedad despues de varias ediciones sin poder realizarla, volvió la Ruta del vino por el paisaje de la Geria de Lanzarote.

A esta asistieron un total de 45 personas que pudieron recorrer los alrededores de Bodega La Geria, Bodega Stratvs y Finca Testeina, finalizando en esta última bodega con una parranda y un enyesque.



Para darle visibilidad a esta novena 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. Esta edición ha estado fuertemente marcada por la estética del cómic, al igual que la imagen del Consejo Regulador en general. 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 a la edición de 2023. 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.



Érase una vid con Vicky Dos Santos

29/10/2023



¡Brindis y relatos vuelven a encontrarse!

En el corazón de Bodega La Florida, un encuentro mágico está por suceder. Imagina un rincón donde los vinos murmurán cuentos y las palabras destilarán aromas embriagadores.

Este viernes 10 de noviembre, cuando el reloj marque las 19:00h, Vicky Dos Santos nos guiará por un viaje narrativo junto al chelista Aarón Márquez, mientras Lanzarote se desliza por nuestras copas.

Asegúrate de reservar tu asiento en este viaje sensorial donde las historias fluirán en un entorno mágico.

Érase una vid... ¡Y una experiencia inolvidable que no debes perderte!

Fecha: viernes, 10 de noviembre.

Horario: 19:00 horas.

Lugar: Bodega La Florida

Entrada: 12€.

[COMPRAR ENTRADAS AQUÍ](#)



- Gabinete de prensa

Para comunicar la celebración de esta semana elaboramos **dos notas de prensa**: “La semana del vino ‘Malvasía’ regresa con actividades para todos los amantes de la vinicultura” y “La novena edición de Semana Malvasía concluye con éxito celebrando la viticultura de Lanzarote”. Éstas fueron enviadas el 30 de octubre y el 13 de noviembre de 2023.

Con las notas de prensa **obtuvimos un total de 14 impactos en medios locales, regionales y especializados** en los distintos soportes de prensa escrita y online, TV y radio.

2.1.2. Actividades y campañas propias durante el año

- Maridaje sensorial “Casa de las Flores”.

Como novedad, este año, ofrecimos un espectacular menú, preparado por la Casa de las Flores en la Villa de Teguise. Esta actividad, celebrada en mayo, incluía una propuesta de maridaje sensorial con ojos bendados, que combinaba varios platos de su carta con diferentes referencias de vinos de Lanzarote.

En estos menús se incluyeron vinos de las bodegas Vega de Yuco, Guiguan, Martinón y La Florida. ¡Fue todo un éxito!



- Experiencia Enogastronómica: Jardín de Cactus

Otra novedad a reseñar fue la que supuso esta nueva experiencia enogastronómica. El Jardín de Cactus acogió a **30 personas** que pudieron disfrutar de esta experiencia, con una degustación de **4 platos** y **4 vinos** acompañando cada plato.

De la mano de las bodegas La Mreta, Rubicón, Vulcano de Lanzarote y La Florida, los asistentes pudieron degustar los distintos platos con nopal.



Se recomienda el consumo moderado de alcohol



- Sesiones de cuentos 'Erase una Vid'.

En el mes de mayo realizamos una sesión de cuentos para adultos con la intérprete Vicky Dos Santos. En esta ocasión fue la obra ilustrada "Vestida de fuego, Vestida de Sal" la que narró con el sonido envolvente del cello de Aarón Márquez. Ocurrió en Bodegas Rubicón y contó con la asistencia de 20 wine lovers.



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



- Día del Movimiento del Vino D.O.

Un año más, nos sumamos a la celebración del Día Movimiento Vino D.O, el 13 de mayo. Como viene siendo habitual, realizamos un llamamiento para que toda nuestra comunidad disfrutara de un vino de Lanzarote y brindara por el Movimiento D.O.

Este brindis se realizó en el Monumento del Campesino, en la Plaza de los Artesanos, de forma simultánea con otros 35 Consejos Reguladores pertenecientes a la CECRV. En él amenizamos la actividad con un tentempié y la actuación de una parranda.

Una fiesta en la que se reivindican 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 dos de la mano de Senderismo Lanzarote: la de Bodegas La Geria y la de El Grifo.



Durante las rutas, más de **50 asistentes** pudieron disfrutar del paisaje entre viñedos alrededor de las bodegas y, posteriormente, degustar algunas referencias de cada una de ellas.

Para su difusión, **realizamos su propio 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 2023 redactamos un total de **17 notas de prensa**, con las que hemos **generado 132 impactos** en diferentes medios de comunicación. De esta manera, se ha obtenido una media de 6,60 impactos por cada una de las notas de prensa lanzadas.

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**.

Cinco de estas notas de prensa se enfocaron en resaltar los premios obtenidos por varias bodejas del Consejo en concursos nacionales e internacionales, reconociendo su excelencia y calidad. Otras cinco notas buscaron promocionar los eventos organizados por la entidad, una estrategia clave para impulsar los vinos de Lanzarote. Finalmente, siente comunicados adicionales cubrieron temas viados, desde las añadas y la vendimia hasta la composición del pleno y reconocimientos obtenidos por el Consejo, reflejado un enfoque diversificado en su estrategia de comunicación.

A pesar de enviar un menor número de notas de prensa con información proveniente del Consejo Regulador, éstas han tenido un número de impactos similares a aquellas notas 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 Business de Google Maps.



En cuanto al **tráfico del sitio web**, en 2023 recibimos la visita de 42.345 usuarios, frente a los 30.751 el año anterior. Mejoramos el número de páginas vistas, siendo 84.873 frente a 78.698.

De esos usuarios totales, 28.170 procedieron de búsqueda orgánica (Google y otros buscadores). Por otro lado, este año disminuyó la llegada a web por redes sociales a 565.

Respecto a las sesiones, también mejoramos: con 1 minuto 42 segundos de media de visita, un 9,7% 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 italiana, con 874 visitas y de lengua francesa (2.269 frente a 2.254).

vinos de lanzarote

Aproximadamente 6 410 000 resultados (0,75 segundos)

Trámites VINO + LANZAROTE, Puerto ATRÁPALO España: Ofertas ... Disneyplus

Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Lanzarote

Vinevista - Horario

Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Lanzarote

Teritorio Santa Brígida

Bodegas Rubén

Imágenes de vinos de lanzarote

dolanzarote.com - DO Lanzarote - Índice

Por el contrario, los usuarios de lengua inglesa de Reino Unido descendieron de 2.018 en 2022 a 1.005 en 2023.

(Nota: estos idiomas son los que cada usuario tiene configurado en su navegador).

A diferencia de años anteriores, la página de Inicio del sitio web destaca frente al resto, con 5.595 visitas, disminuyendo así las visitas a la página “Mapa de Bodegas” con 4.053 visitas.

- Redes sociales



Crecimiento de la comunidad:

Este año 2023, 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 2023 pasamos de 9.145 a 9.458 seguidores, lo que supone haber **ganado 313 seguidores (un crecimiento del 3,43 %)**.

Por dejar constancia también del número de «me gusta» ganados (aunque este dato tenga ahora menos valor) diremos que pasamos de 8.128 al final de 2022 a los 8.361 a 31 de diciembre de 2023 (233 más, prácticamente el mismo incremento que el año anterior).

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 539.540 visualizaciones, un 17.97% más que el año pasado.

Las interacciones con los contenidos fueron un total de 38.940, un 38 % más que el pasado 2022.

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 (163 publicaciones frente a 198 en 2022, un 16% menos), consiguiendo un 72% más de alcance promedio con cada publicación, con 2.688 personas.

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

En **X**, antes conocido como **Twitter** terminamos 2023 con 4.488 seguidores (un 1,36% más respecto a 2022). Ganamos 223, pero perdimos 161, para un balance de **62 nuevos seguidores**. Seguimos creciendo más lento que en años anteriores.

Publicamos menos contenido que en 2022: nuestras 149 publicaciones fueron vistas 22.610 veces, frente a las 24.500 de 2022. Generaron 658 interacciones, también menos que el año anterior.

X sigue cumpliendo su misión de perfil «complementario» y más especializado dentro de nuestra estrategia. Aunque en 2023 la plataforma haya sufrido grandes cambios, nosotros destinamos más recursos a los formatos más en boga, sobre todo en Instagram. Debemos reforzar las publicaciones también en X e intentar recuperar niveles de difusión anteriores.



En cuanto a **Instagram**, en 2023 **ganamos 690 seguidores**, hasta los 8.587. Aun siendo un dato aceptable, es inferior al del año anterior, cuando ganamos 794 seguidores.

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

Hicimos más publicaciones que el año anterior (145 frente a 109), y junto al resto de la información relacionada con el perfil, fueron vistas 488.960 veces, frente a las 368.610 del año anterior.

El alcance se situó en las 133.629 personas, frente a las 120.418 de 2022, aumentando así con respecto al año anterior.

Disminuyen las interacciones, hasta las 11.250 (un 2,22% menos que en 2022).

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 31 reels, los cuales fueron vistos 68.480 veces frente a 55.340 veces, aumentando considerablemente la visualización de reels en instagram, lo cual parece que cada año va en aumento.

En cuanto a las stories, publicamos 685 frente a las 567 de 2022 (118 más), que fueron vistas 131.620 veces (13.200 veces más que el año anterior). El alcance promedio por historia fue similar al de 2021 (203 personas por historia).

2.4. Apoyo a otras campañas y eventos.

Durante este 2023, 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 en Lanzarote. Durante el festival se realizaron dos conciertos previos, en la Bodega El Grifo y en el Monumento del Campesino. Para cerrar el festival, el fin de semana del 8 de junio, se disfrutó de los vinos de Lanzarote junto a los artistas de DePedro, Drupe, Arde Bogotá, Crystal Fighters entre otros.

Al igual que al festival VinoPoesia, realizado tanto en Álava como en Lanzarote. De esta forma se celebró un intercambio gracias al cual, varias bodegas de la isla fueron invitadas a viajar al País Vasco, y las de Álava a conocer Lanzarote y disfrutar de diferentes actividades como degustaciones, ruta de senderismo, etc.



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**, el **Festival de Cocinas Volcánicas**, o el **festival Saborea Lanzarote**.



2.5.Campaña en medios.

Universo Malvasía

Durante el 2023 hemos desarrollado una campaña para dar a conocer, de una manera más creativa, al sector vitivinícola de la isla. De esta manera, se ha establecido un paralelismo con el Universo Marvel y se ha representado a los diferentes actores de la cadena de valor con superhéroes. La primera de las inserciones en medios en las que se ha utilizado esta nueva imagen ha sido en la felicitación de Navidad. A lo largo de 2024 estos superhéroes seguirán protagonizando las campañas publicitarias en medios y en redes sociales.



3**Conclusiones**

- En lo que respecta a la imagen del Consejo, debemos destacar el esfuerzo que ha supuesto diseñar la campaña del **Universo Malvasía**, aportando creatividad y novedad a la identidad de los Vinos de Lanzarote. Siempre con la mirada puesta en el heroicismo de nuestra viticultura.
- En materia de **eventos**, este año todas las acciones realizadas tuvieron un **éxito rotundo**. Entre ellos destacar el maridaje sensorial en **La Casa de Las Flores** y la experiencia enogastronómica en el **Jardín de Cactus**, dando así a conocer los vinos de Lanzarote a través de experiencias únicas y diferentes.
- En lo referente a la labor de gabinete de prensa, hemos detectado que este año ha disminuido ligeramente el impacto, en 2 medios por nota aproximadamente. Somos conscientes de que la menor inversión en publicidad -por la falta de subvención- ha tenido mucho que ver en esto.
- En cuanto al trabajo en **redes sociales**, ha sido un año en el que nos hemos centrado en la fidelización de la comunidad y consideramos que se ha logrado con éxito. Además, se ha trabajado con esfuerzo en la **generación de material de calidad**.
- **El tráfico a la página web del Consejo Regulador ha sido muy similar al de 2022.** De esta forma se mantiene ese crecimiento que tuvimos el año anterior. A su vez, se sigue realizando la actualización continua con las noticias del Consejo Regulador y las bodegas.
- Proponemos para el **próximo ejercicio** la organización de un nuevo shooting de fotos y la edición de nuevos spots que permitan difundir una imagen más fresca y renovada. Además, seguir apostando por las actividades disruptivas, que permitan seguir maridando el vino de Lanzarote con nuevas disciplinas. Y como reto, proyectar el docuficción elaborado por Liken Films que no ha llegado a promocionarse por diversos motivos.

Biwi.

I.

Biwi.