



PROYECTO DE ACTIVIDADES CONMEMORATIVAS DEL 75 ANIVERSARIO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN DE CARIÑENA

Introducción

El 8 de septiembre de 1932 el Estatuto del Vino concedió la Denominación de Origen a los vinos de Cariñena mediante un acuerdo que en 1933 fue elevado a Ley, a propuesta del Ministerio de Agricultura. Para conmemorar dicha efeméride este Consejo Regulador tiene previsto celebrar, entre septiembre de 2007 y septiembre de 2008, los actos conmemorativos del 75 Aniversario de su constitución.

A lo largo de un año se desarrollarán los diversos acontecimientos de lo que constituye un hito histórico tanto para el Consejo Regulador en pleno, como para las gentes de esta tierra aragonesa unida desde antaño a la producción vinícola, hasta el punto de dar nombre a una variedad de uva tinta: la variedad Cariñena.

Históricamente, la vida en el campo de Cariñena ha estado vinculada al trabajo en torno al vino. En 1909, el Rey Alfonso XIII concedió el título de Ciudad a esta población como reconocimiento al esfuerzo realizado para salvar al viñedo español de la plaga de la filoxera. Según cuenta Enrique Cock, en 1585 Felipe II fue recibido en esta comarca con dos fuentes de vino. En 1415, los vinos de Cariñena formaban parte de la relación de alimentos preferentes del Rey Fernando I de Aragón.



Las catorce poblaciones que forman parte de nuestra Denominación de Origen viven y sustentan principalmente su economía en el sector del vino, por lo que el Consejo Regulador ha considerado que los actos del 75 Aniversario, además de tener un carácter de celebración, deben constituir también un motivo para contribuir al conocimiento de la Denominación y sus productos, a la difusión de la cultura del vino y a la identificación de esta tierra con la innovación y el vino de calidad, hecho con esmero.

Acciones y acontecimientos

1.- Cambio de Imagen Corporativa

1 – a) **Logo marca:** Teniendo en cuenta que nos encontramos ante un punto de inflexión derivado de un hito histórico como es la celebración del 75 Aniversario y dado que en la actualidad se viene utilizando una imagen corporativa implantada hace ya varios años y que reclama un “cambio de cara”, consideramos que es el momento de afrontar los nuevos retos que asume la Denominación, mediante el desarrollo de una imagen renovada, actual y dinámica, capaz de transmitir los nuevos aires de una marca genérica que, con la experiencia adquirida a lo largo de los años, hoy se define como una de las más competitivas y de mayor calidad del mercado. El motivo elegido por los autores de la nueva identidad que, a partir de ahora, será el principal soporte de comunicación de la D.O. Cariñena es “**La Parra**”.



1 – b) **Eslogan:** En el transcurso de los años, esta D.O. ha pasado por distintas evoluciones y adaptaciones del producto a la demanda del mercado, desde la elaboración de vinos de mesa e incluso de vino con alto grado, cuando éste era demandado. La realidad actual y las preferencias del mercado han hecho que la industria vitivinícola de Cariñena haya adecuado sus sistemas de producción y elaboración al gusto de un público mucho más exigente. Por ello se hace necesario, sin renunciar a la historia y trayectoria de la Denominación, transmitir junto a la nueva imagen corporativa una leyenda que refleje el continuo proceso de innovación en el que estamos inmersos. Un proceso que tendrá su expresión textual en el eslogan: “**Cariñena, de Nuevo**”.

1 – c) **Producción de un spot:** Las acciones y acontecimientos que se prevén realizar durante este año de celebración tendrán como soporte mediático una importante inversión en inserciones publicitarias en distintos medios de comunicación del ámbito regional y nacional, tanto en prensa escrita, prensa especializada, radio y televisión. Si en los puntos anteriores ya se han argumentado los motivos del cambio de imagen corporativa, la creatividad del nuevo spot habrá de tener como mecanismos referenciales para su elaboración los nuevos elementos de identidad corporativa y mensaje conceptual diseñados y adoptados a partir de este momento. Por otra parte, la referencia a la innovación como factor de impulso de la D.O. debe estar vinculada al uso de las nuevas tecnologías de la imagen, por lo que el spot se realizará con los mejores medios al servicio de la creación publicitaria.



1 – d) **Página Web:** Las nuevas tecnologías han supuesto un avance importante para la comunicación y, en la actualidad, suponen un medio de difusión para la imagen corporativa, de gran interés por la rapidez y facilidad con que permiten transmitir conocimiento y mensajes entre cualquier parte del planeta. Frente a muchos aspectos positivos, esta tecnología supone como rasgo negativo la pérdida de actualidad en un muy breve plazo de tiempo. La D.O. Cariñena diseñó hace unos pocos años una página web que en estos momentos tiene formatos de utilización totalmente desfasados. Por ello, junto al cambio de imagen corporativa, se plantea el aniversario como momento idóneo para realizar un rediseño, con los nuevos mecanismos, de un sitio en la Red que recoja la identidad actualizada y que resulte ágil, rápido en las instalaciones de información, claro, eficaz, atractivo y sencillo.

2.- Composición de una Sintonía Oficial

2 – a) **Composición musical:** Se ha establecido un acuerdo con el compositor aragonés, natural de la localidad turolense de Albarracín y de reconocido prestigio nacional, Julio Mengod, que ha compuesto la sintonía titulada “**Sintonía en D.O.**” El título hace referencia directa a las iniciales de “Denominación de Origen”. Esta sintonía será utilizada de ahora en adelante en todos los actos y acontecimientos que se organicen, a manera de banda sonora, así como en la producción del spot publicitario. Será cedida en su uso a las bodegas e industrias inscritas en la Denominación de Origen, a fin de que pueda ser utilizada por éstas como soporte genérico de identidad, publicidad y comunicación, en los mismos términos que la D.O.



2 – b) ***Presentación de la Sintonía: un regalo para los aragoneses.*** Los actos conmemorativos para la celebración del 75 Aniversario tendrán como fecha de partida el mes de febrero de 2007, mediante una conferencia de prensa donde se darán a conocer a los medios de comunicación las acciones y acontecimientos que compondrán el programa conmemorativo.

En la misma fecha la D.O. ofrecerá como regalo a la sociedad aragonesa un concierto de la Orquesta Sinfónica de Mujeres de Madrid, dirigida por María Isabel López Calzada. El concierto servirá para enmarcar la presentación formal de la nueva composición musical de Julio Mengod que adoptará como Sintonía la Denominación de Origen de Cariñena. Será en la Sala Mozart del Auditorio-Palacio de Congresos de Zaragoza y estará abierto al público hasta completar el aforo de la sala (2.000 localidades). Una vez interpretado el repertorio seleccionado para la ocasión, tomará la batuta el compositor Julio Mengod para dirigir la Sinfónica en la interpretación inaugural de la “Sintonía en D.O.”

3.- Material publicitario y merchandising

3 – a) ***Productos y materiales:*** El cambio de imagen corporativa y la celebración de distintos acontecimientos públicos, así como la asistencia a ferias especializadas en el sector del vino y la alimentación, hace necesario el diseño y producción de nuevo material publicitario y promocional que actúe como transmisor de la identidad y los valores de la D.O. y sirva, al mismo tiempo, para cumplimentar los compromisos que se produzcan en materia de regalos, recuerdos, etc.



Los productos de merchandising estarán divididos fundamentalmente en dos apartados: los dedicados a regalos de cortesía para entregar en ocasiones especiales a colaboradores, empresas o a aquellas personas que tengan una mayor relevancia para el Consejo Regulador y que, de manera orientativa, se plasmarían en: agendas de piel, relojes grabados... Y, por otra parte, la producción de material promocional para la distribución masiva de cara a la presencia en ferias o eventos deportivos, y que en este caso podrían ser: caramelos con envoltorio serigrafiado, bolígrafos, gorras, camisetas, lápices, etc.

3 – b) **Folletos y cartelería:** Aún cuando las nuevas tecnologías y los soportes informáticos ofrecen posibilidades muy directas de comunicación, existen encuentros comerciales como son sobre todo los certámenes feriales, en los que la forma de transmitir las excelencias y peculiaridades de un producto se centra especialmente en la distribución de materiales gráficos en formato de papel. Es de vital importancia, por ello, disponer de distintas publicaciones, como folletos genéricos y temáticos, en los que se ofrezca un resumen pormenorizado de aquellos aspectos que sirven para dar a conocer en detalle los productos de la D.O., así como cartelería de impacto como reclamo visual.

Este material se utilizará además como complemento y apoyo a las empresas y bodegas inscritas, productoras de vinos amparados, a la hora de exponer el significado de sus contraetiquetas. Del mismo modo, la cartelería con la imagen de la Denominación se constituye en identificador del territorio geográfico de la procedencia del producto.



La calidad del papel, la impresión, las fotografías y los textos será esencial en el tratamiento de estas publicaciones.

3 – c) **Copa Cariñena:** Una celebración como del 75 Aniversario debe generar elementos destacados para perdurar en el tiempo, como símbolo y recuerdo de ese momento histórico. Inmersos en una cultura destacada y popularmente asentada como la del vino, la creación de una copa específica y de diseño exclusivo en la que se integre el propio nombre de la Denominación supone un elemento de evocación a lo vivido en un año que quedará en la memoria colectiva del sector y de su entorno.

4.- Asistencia a Ferias y Convenciones.

4 – a) **Feria Qualimen:** Éste es un certamen con periodicidad bienal, que organiza la Institución Ferial de Zaragoza en el mes de marzo y que tiene como contenidos la presencia de alimentos de calidad, principalmente con denominación de origen. Es una cita a la que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cariñena no puede faltar en este año, ya que la filosofía y estrategia del Consejo en cuanto a acontecimientos feriales es asistir únicamente a aquellas donde sea necesario reforzar la marca y lo que supone un sello de calidad como el que representa la D.O.

En otras ferias nacionales e internacionales, han de ser las empresas y bodegas las mantengan su presencia y actúen en la relación comercial que suponen estos certámenes.



4 – b) **Asamblea General de la CECRV:** La Confederación Española de Consejos Reguladores del Vino, cuya presidencia ostenta el presidente de uno de los consejos reguladores del vino aragoneses, Mariano Beroz de la D.O. Somontano, celebra a lo largo de cada ejercicio un par de encuentros assemblearios para debatir y tratar los temas que en la actualidad afectan al sector del vino.

En esta ocasión, haciéndolo coincidir con la celebración del certamen ferial Qualimen, el Consejo Regulador de Cariñena, con el fin de convertirlo en uno de sus primeros actos del 75 Aniversario, ha transmitido su ofrecimiento de convertirse en la anfitriona de todas las denominaciones del vino de España, de forma que asuma el coste y organización del encuentro, salvo los temas a tratar en la convención, que serán propuestos para incluir en el programa por la Junta Directiva de la CECRV.

5.- **Publicación Conmemorativa**

5 – a) **Edición del Libro 75 Aniversario:** El Consejo Regulador es consciente de la importancia de dejar constancia escrita de un acontecimiento que acerca la historia a la sociedad de hoy.

Disponer de un documento de alta calidad editado como artículo para coleccionistas, que realice un viaje comentado de los años vividos y en el que, además de destacar las diferentes etapas transcurridas, se transmita por la pluma de prestigiosos escritores la trayectoria de la Denominación de Origen de Cariñena, supondrá un excelente componente de referencia para conocer la historia pasada, justificar el presente y servir de guía para el futuro. Esta publicación contará con la colaboración, como prologuista, del escritor y novelista estadounidense Noah Gordon, conocedor en primera persona de nuestra zona de actuación.



6.- Rehabilitación de las Instalaciones

6 – a) ***El Museo del Vino:*** En las mismas instalaciones donde se encuentra la sede del Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Cariñena se levanta el Museo del Vino, que fue el primero en crearse en la geografía aragonesa dentro del sector vitivinícola. Posteriormente se constituyeron otros como los de las denominaciones de origen de Somontano, Borja y Calatayud.

El Museo del Vino de Cariñena cuenta con instalaciones donde se dan a conocer utensilios y materiales empleados a lo largo de su historia, acompañado todo esto por paneles retroiluminados que exponen la actualidad de la denominación.

Con motivo de la celebración del 75 Aniversario se pretende llevar a cabo una remodelación de estas instalaciones, para mejorar aspectos como la iluminación y la climatización de las mismas. En el ámbito de los contenidos, se proyecta realizar una reubicación de algunos elementos, así como la incorporación de pantallas táctiles como medio de consulta y de interpretación para los visitantes. Se trata de hacer un Museo del Vino más vivo y participativo, donde el visitante disfrute de nuevas sensaciones.

6 – b) ***Oficinas y dependencias:*** La sede administrativa del Consejo Regulador se ubica en lo que fue una industria y bodega con fachada neomodernista, que el paso de los años ha ido deteriorando. Para dar continuidad a la inversión prevista en el Museo, se pretende rediseñar la zona administrativa y de atención al público, así como restaurar el inmueble.



7.- Monumento Conmemorativo

7 – a) ***Símbolo de la Denominación:*** Al igual que está previsto dejar huella literaria del 75 Aniversario mediante la edición de un libro conmemorativo, es voluntad del Consejo el crear un símbolo de identidad que presida el acceso a la comarca y territorio adscrito a la D.O. por las vías de comunicación terrestre más importantes, como es el caso de la autovía mudéjar A – 23,

Teniendo conocimiento del proyecto de instalación de un monumento junto a la autovía por parte de la administración del Estado, el Consejo de la D.O. ha establecido un acuerdo con los autores del mismo para la cesión de los derechos y propiedad intelectual del propio diseño a la Denominación de Origen, con el fin de que este monumento nos sirva como nueva logomarca e identidad corporativa. De esta forma se hará llegar la imagen de vino de Cariñena con Denominación de Origen a todos los usuarios de la autovía, señalizándose geográficamente la zona. El monumento ha sido bautizado por los autores como “**La Parra**”,

El Consejo Regulador ha ofrecido al Ministerio de Fomento su colaboración en la instalación del monumento y, para ello, se ha establecido la idea de contribuir a la decoración e iluminación del conjunto escultórico de cara a aportarle mayor realce y vistosidad a fin de anunciar al viajero, con este símbolo, su estancia en un territorio de vinos. Se constituirá, por tanto, en la alegoría perpetua a la celebración del 75 Aniversario.



8.- Las distinciones del Aniversario

8 – a) ***Insignias de Platino:*** No cabe duda de que nos encontramos ante un momento histórico que ha de servir para que la denominación de origen agradezca y muestre el mayor de sus reconocimientos a todas aquellas personas, entidades e instituciones que, por su contribución en cualquiera de las facetas señaladas hasta aquí, han contribuido a que los vinos de Cariñena se encuentren hoy en una posición de privilegio y prestigio, tanto en el ámbito nacional como internacional.

Distintos sectores como el empresarial, financiero, político, cultural o deportivo, que han ayudado con diferentes posicionamientos y acciones a mejorar la situación de nuestra denominación y de sus gentes, son merecedores de un galardón. Éste supondrá un reconocimiento determinado por un número concreto de personas y entidades, que a su vez representarán a tantas y todas aquellas que son dignas de la distinción por su respaldo a cuanto significa la cultura del vino en general y, en particular, del vino de Cariñena.

La distinción se basará en una insignia de platino, metal que simboliza la celebración de 75 años de existencia, vivencia o “bodas” conmemorativas. Será entregada en un acto institucional, con la presencia de autoridades de la Comunidad Autónoma y del Estado.



9.- Eventos Deportivos

9 – a) ***Vuelta Ciclista a España:*** Los eventos deportivos que gozan de un seguimiento masivo por la sociedad tienen un valor significativo para las estrategias de comunicación. El ciclismo muestra el tesón y la entrega de los participantes, cualidades que reflejan la labor y esfuerzo de un sector ubicado en territorios deprimidos que llevan, si cabe, a una mayor dedicación y esmero para potenciar y consolidar la economía de su zona.

La Denominación de Origen Cariñena ha tenido una vinculación histórica con la Vuelta Ciclista a España, siendo durante muchos años patrocinador y vino oficial de la carrera.

En este año debemos transmitir a la sociedad española e internacional el momento de celebración en el que nos encontramos y dar a conocer el nuevo proyecto mediante el estreno de una nueva etapa. Y, en tal sentido, se ha establecido contrato de patrocinio con la entidad organizadora de la Vuelta Ciclista a España, “Unipublic”, para celebrar en Cariñena la salida de una etapa contrarreloj, “D.O. Cariñena – Zaragoza”.

10.- Campañas Publicitarias y Comunicación

10 – a) ***Gabinete de Comunicación:*** En este año de celebración que se enmarca entre los meses de septiembre de 2007 y 2008, a tenor de la amplia y variada información que se va a generar, el Consejo Regulador pondrá en marcha un gabinete de comunicación que tendrá al frente un director de campaña para facilitar, tanto a los medios de comunicación como a patrocinadores, autoridades e instituciones públicas, todos aquellos actos que se realicen así como cualquier noticia que se genere.



10 – b) **Promoción Genérica:** La incorporación de la nueva identidad e imagen corporativa ha de estar acompañada de un plan de comunicación de forma que el consumidor se familiarice con la nueva imagen y con el sello de calidad que aporta una denominación de origen. La contraetiqueta es el símbolo a destacar como referente de calidad del producto amparado.

Se establece por tanto una inversión publicitaria en los distintos medios de comunicación de la geografía aragonesa, así como en aquellas comunidades que por su importancia en el consumo sean objetivo de las empresas inscritas en la Denominación.

Los medios a los que se recurrirá serán los de carácter generalista, como prensa escrita, radio y televisión, además de todas aquellas publicaciones especializadas en el sector del vino.

10 – c) **Emisión de Programas Radiofónicos:** El mes de septiembre es uno de los más significativos para el sector vitivinícola, por llevarse a cabo en estas fechas la vendimia. Además, en el caso de Cariñena, coincide con la fecha clave de su aniversario, por lo que será en los quince primeros días de este mes cuando se desarrolle el mayor esfuerzo en materia de comunicación.

La publicidad, presentada en forma de inserciones en prensa escrita, cuñas radiofónicas o spots de televisión, pretende difundir una imagen y dar a conocer las cualidades de un producto al telespectador, oyente o lector.



En el caso de la industria del vino, se han de transmitir además otras cuestiones referentes al reglamento de control de calidad, producción y una realidad socioeconómica que abarca al colectivo de los sectores primarios e industrial de vino. Por ello se plantea la realización, en directo y desde Cariñena, de programas radiofónicos de corte y/o carácter informativo, a fin de comunicar y dar a conocer algo más que una marca, desde el propio territorio y “a pie de obra”.

Los programas seleccionados para conseguir este efecto, por emisoras de radio y programas, son:

Cadena SER. “Hoy por hoy”, “A vivir que son dos días” y “El larguero”.

Onda Cero. “Herrera en la onda”, “Goma Espuma”, “La Brújula” y “Al primer toque”.

Punto Radio. “Protagonistas” y “Ana en punto radio”.

COPE. “Al sur de la semana”.

Radio Nacional de E.. “España a las 8” y “No es un día cualquiera”.

Aragón Radio. Este medio emitirá una jornada completa de su programación desde la ciudad de Cariñena.

10 - d) ***Emisión de Programas de Televisión:*** De igual forma que se hace una apuesta por la emisión de programas de radio para emitir en directo desde la ciudad de Cariñena, se estima oportuno hacer una apuesta importante en los medios televisivos.



Los medios que hasta el momento están en negociación son:

Televisión Española, TVE. “Por la mañana”, programa magazine, que tendrá una emisión de tres programas en directo. Este programa, además, tiene emisión por el Canal Internacional de Televisión Española.

Televisión Española, La 2. “Agrosfera”, programa dedicado al sector agrícola, alimentación y turismo rural.

Antena 3 Televisión. “Noticias 2”, informativo.

Aragón Televisión. Es la televisión autonómica de Aragón, y tiene previsto trasladar la producción y emisión de varios programas de su parrilla como “Magazín” e “Informativos”, a lo largo de una jornada.

11.- Ceremonia Acto Central del 75 Aniversario

11 – a) ***Gala Conmemorativa e Institucional:*** La celebración del 75 Aniversario tiene un día señalado en el calendario como fecha oficial de conmemoración: el 8 de septiembre de 2007. Ahora bien, teniendo en cuenta que esa jornada es sábado y coincide con la salida de la etapa contrarreloj, “Denominación de Origen Cariñena – Zaragoza” de la Vuelta Ciclista a España, resulta aconsejable anticipar un día el acto principal, de forma que fuese el 7 de septiembre la jornada elegida para tal fin.



De cualquier forma, y dado que se está a la espera de respuesta por parte de las distintas instituciones públicas, tanto de la Comunidad Autónoma como del Estado, el Consejo Regulador variará el cierre de la agenda en función de las disponibilidades de las altas autoridades invitadas.

Una vez fijado el calendario, se programará la “Gala Conmemorativa del 75 Aniversario”, en la que está previsto ofrecer un almuerzo a la principal representación de la sociedad aragonesa, a todos los Consejos Reguladores y Asociaciones de Calidad Alimentaria de Aragón, a una amplia representación de los medios de comunicación de España y a las autoridades regionales y nacionales.

Éste ha de ser un momento de celebración de la gran familia que forman las mujeres y los hombres de nuestra tierra que, a diario, entregan su vida y esfuerzo en el trabajo para sustentar a sus gentes, así como a la industria y sector primario del vino.

En el transcurso de este almuerzo se entregarán distinciones a personas y colectivos del ámbito de actuación del Consejo Regulador por los méritos que, de una forma u otra, han hecho posible la realidad actual de la D.O. Cariñena y sus vinos.



12.- Actuaciones Varias

Este apartado engloba todas aquellas acciones de carácter promocional, informativo, formativo y conmemorativo que se irán desarrollando a lo largo del año, en el periodo de actuación del 75 Aniversario y que está comprendido, como ya se ha expresado, entre el mes de septiembre de 2007 y septiembre de 2008.

Se trata de actividades que se encuentran en plena gestión para su programación y desarrollo, destacando algunas de ellas como la edición de un cupón conmemorativo de la ONCE, cuya fecha se encuentra pendiente de fijar por parte de la Organización Nacional de Ciegos, o la celebración de la semana gastronómica del vino de Cariñena en hoteles representativos de la capital de España como pueden ser Hotel Palace o el Hotel Ritz.

Se estudia, así mismo, la posibilidad de establecer un convenio con Alta Velocidad de RENFE para tener presencia en las salas Club VIP de las estaciones, con el fin de realizar degustaciones y entrega de material promocional, folletos informativos, etc.

De esta forma, y una vez planificado y cerrado el calendario del grueso de las actuaciones, se podrán incrementar este tipo de acciones que evidentemente deberán estar respaldadas por la financiación y disponibilidad presupuestaria necesaria.

Cariñena, enero de 2007