

Campanya corporativa

Campanya «Enològica»

Desembre de 2024



**Diputació
Barcelona**

Índex

Antecedents 3

Objectius 3

Dates 3

Públic 3

Peces 4

Cartell de promoció dels capítols 4

XXSS 5

 Instagram story ads 5

 Instagram reel ads 5

 Instagram story ads 6

Pressupost 6

Campanya Enològica (i Turisme de pantalles)

Antecedents

La Diputació de Barcelona és una institució de govern local que impulsa el progrés i procura el benestar dels ciutadans del seu àmbit territorial: la província de Barcelona, 311 municipis en xarxa, la qual representa el 24% del total de la superfície de Catalunya i el 74,4% del total de la població catalana (més de cinc milions i mig de persones). Actua directament prestant serveis i, sobretot, en cooperació amb els ajuntaments.

A la província de Barcelona es pot gaudir de paisatges de vi i cava, i de tres zones vinícoles amb denominació d'origen (DO Penedès, DO Pla de Bages i D.O Alella) que ofereixen un ventall de propostes enoturístiques. La Gerència de Serveis de Turisme ha volgut dur a terme una acció per posar en valor l'enoturisme a la província.

Amb aquesta campanya la Diputació de Barcelona pretén:

- Crear contingut audiovisual de qualitat entorn l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona a partir de la **sèrie Enològica** conduïda per l'actor, *sommelier* i influencer David Jané.
- Fer difusió de l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona a través de les plataformes audiovisuals Amazon Prime, Filmin, Sun Channel i Love Wine.
- Prioritari: *wine lovers*, *food lovers* i públic gourmet de Catalunya i Espanya.
- Secundari: *wine lovers*, *food lovers* i públic gourmet de mercats internacionals.

Una de les noves línies d'actuació que es treballa des de la Gerència de Serveis de Turisme és el Turisme de pantalles. En aquest sentit, el dimecres 11 de desembre, des de l'Oficina de Màrqueting Turístic, es va fer la presentació de l'Estudi de Turisme de Pantalla, en el marc d'una Jornada de MaBns del Cercle. Es va aprofitar aquesta jornada per fer la preestrena dels dos capítols d'Enològica, per tal d'exemplificar la nova línia de treball de turisme de pantalles. El director i el productor de la sèrie Enològica hi van ser-hi presents.

Objectius

- Donar a conèixer l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona i de les Rutes del Vi del Penedès, d'Alella i de Pla de Bages.
- Millorar la notorietat de la marca turística Barcelona és molt més.

Dates

Desembre de 2024.

Públic

Dones i homes de 18 a 65 anys, de les comarques de Barcelona, d'Espanya i públic internacional.

Peces**Episodi 1: Ruta del vi del Penedès**

En aquets capítol, en David fa una introducció de la DO Penedès i visita diferents escenaris: el Vinseum, els Miravinyes, les Bodegues Torres, el Centre d'Interpretació de la Malvasia a Sitges, l'Hotel Font de la Canya, el Cava Centre, la Bodega Llopart, i acaba fent una reflexió final.

Episodi 2: Ruta del vi DO Pla de Bages i Ruta del vi DO Alella

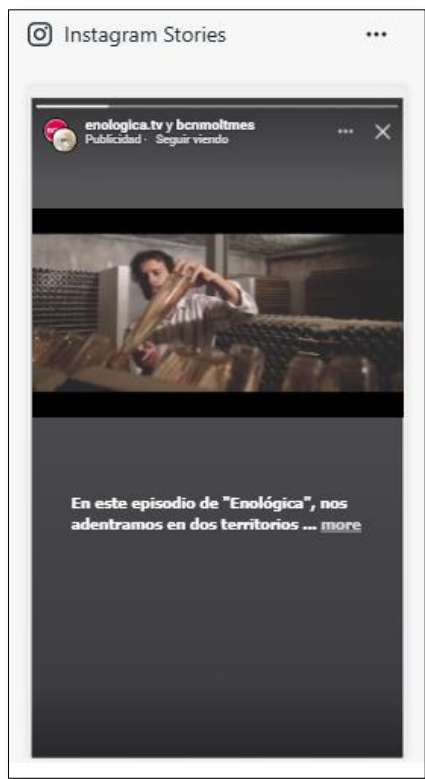
En aquets capítol, en David fa una introducció de la DO Bages i DO Alella i visita diferents escenaris: la Bodega Heretat Oller del Mas, les Bodegues Abadal, el Monestir de Sant Benet i el restaurant l'Ò, el centre Enoturístic i Arqueològic de Vallmora-Teià, la bodega Alta Alella, la bodega Can Roda, i acaba fent una reflexió final.

**Els dos capítols es poden veure a les plataformes Prime, Filmin, Sun Channel i Love Wine.*

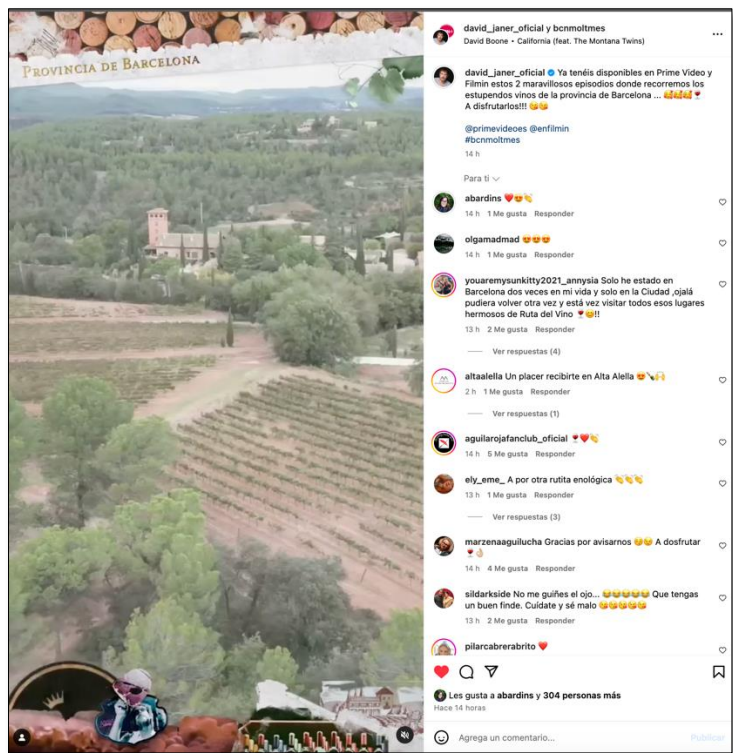
Cartell de promoció dels capítols

XXSS

Instagram story ads



Instagram reel ads



Instagram story ads



Pressupost

Inversió	Proveïdors	TOTAL CAMPANYA
38.090,00 €	Below Action SL (producció i emissió a Prime i Sun Channel)	51.708,42 €
11.700,00 €	Below Action SL (Emissió a Love Wine i Filmin)	
1.918,42 €	Below Action SL (Turisme de pantalles)	

**La inversió d'aquesta campanya en xarxes socials ha estat de 1.258,40 €, inversió imputada a la campanya de XXSS de Diputació de Barcelona.*

***Tots els imports inclouen l'IVA.*



Belowactions

MARKETING NO CONVENCIONAL

Agencia BTL |

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

L'objectiu d'aquesta campanya: donar a conèixer l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona i de les Rutes de Vi del Penedès, d'Alella i del Pla de Bages així també millorar la notorietat de la marca turística Barcelona és molt més.

Per aconseguir-ho hem realitzat dos capítols d'una durada de 20 minuts, amb contingut audiovisual de qualitat entorn l'oferta enoturística de les comarques de Barcelona, a partir de la sèrie Enològica conduïda per l'actor, sommelier i influencer David Janer.

Aquests capítols es difondran a través de les plataformes audiovisuals Sun Channel (Llatinoamèrica i els Estats Units), Filmin (Espanya, Portugal i Mèxic) i a les plataformes de vídeo sota demanda Love Wine i Amazon Prime Video.

Es preveu una audiència aproximada de 6,5 mmilionsel que suposa un cost per visualització de 0,0063€

CADENA	AUDIENCIA MITJA PER CAPÍTOL	TOTAL AUDIENCIA
PRIME VIDEO	450.000	900.000
LOWE WINE	800.000	1.600.000
SUN CHANNEL	900.000	1.800.000
FILMIN	1.100.000	2.200.000
		6.500.000

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

La distribució del programa serà indefinida i dinàmica. Igual que algunes sèries populars han migrat d'una plataforma a una altra, Enològica buscarà sempre la millor finestra per a aconseguir a la seva audiència, adaptant-se a les tendències del mercat i assegurant la màxima visibilitat. Això farà que Enològica es converteixi en el **primer projecte dedicat al món del vi a Espanya amb una finestra multiplataforma a escala mundial, accessible per a milions d'espectadors.**

Aquest ampli abast assegura que la nostra programació no sols atraurà els entusiastes del vi, sinó també a una audiència diversa i global interessada en la cultura, la història i les experiències úniques que el món del vi té per a oferir.

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

ACCIONS COMPLEMENTÀRIES

- **NOTES DE PREMSA:** A mesura que s'acosti la data de l'estrena el **13 de desembre** emetrem una nota de premsa als mitjans especialitzats, i es farà arribar a la Diputació de Barcelona un altre nota de premsa que informará sobre aquesta estrena perquè es dugui a terme la seva difusió pels mitjans locals i regionals.
- **XARXES:** El compte d'Instagram d'Enològica compta actualment amb 9 mil seguidors sense haver fet actualment públic que David Janer és el presentador. Quan s'acosti l'estrena de la sèrie donarem la notícia i començarem a fer publicacions en col·laboració amb el seu compte, que compta amb 34 mil seguidors i una mitjana de més de tres mil interaccions en cadascun dels seus posts. A partir d'aquest moment començarem a realitzar publicacions col·laborant amb les institucions que han participat en la sèrie, la qual cosa farà que es generi un trànsit d'interaccions i visualitzacions que beneficiarà a totes les parts.

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

ACCIONS COMPLEMENTÀRIES

- **LLIURAMENT DE MATERIAL:** Després de l'estrena de la sèrie es lliurarà a la Diputació de Barcelona un trailer d'un minut de cada capítol sense la imatge de David juntament amb els bruts que els conformaran. A majors també es farà arribar un pòster personalitzat de cadascun dels episodis. Tot aquest material tindrà ús lliure per a la institució.
- **INFORMES D'AUDIÈNCIA:** Després de l'estrena en les plataformes esmentades es farà arribar periòdicament a la Diputació de Barcelona un informe amb les audiències que tingui la sèrie. Els tres períodes que estimem per a això seran en els tres primers mesos, al cap de sis mesos i a l'any.
- **NOVES PLATAFORMES:** Com indiquem anteriorment, la distribució del programa serà indefinida i dinàmica, per la qual cosa s'anirà estrenant en múltiples plataformes al llarg del temps. Cada vegada que la sèrie es vagi a emetre en una plataforma nova ho farem saber a la Diputació de Barcelona.

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

RAONS PER LA QUAL AQUESTA COL·LABORACIÓ ÉS POSITIVA

- **Visibilitat Global Garantida:** En l'àmbit internacional, Enològica permetrà que les Denominacions d'Origen, cellers i rutes del vi arribin a audiències que mai haurien aconseguit amb una campanya tradicional. El creixement de l'enoturisme en l'àmbit global continua augmentant, i amb Enològica, les regions que participen no sols es promocionen en l'àmbit local, sinó que es converteixen en destins de referència per a milions de turistes i consumidors en mercats clau.
- **Exposició Contínua:** Una Promoció que no té límits: La reemissió i distribució d'Enològica en múltiples plataformes de TV garanteix que els territoris col·laboradors continuïn beneficiant-se molt temps després de la primera emissió. Això no és una campanya temporal, sinó una inversió en visibilitat que continua generant impacte al llarg del temps. Cada capítol continua sumant espectadors i consolidant la presència de les marques col·laboradores en mercats clau, assegurant que el públic continuï descobrint i consumint el contingut fins i tot anys després de la seva emissió inicial.

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

RAONS PER LA QUAL AQUESTA COL·LABORACIÓ ÉS POSITIVA

- **Una Plataforma Sense Competència Directa:** Mentre que campanyes com les de influencers ofereixen un impacte breu i limitat, Enològica garanteix una promoció molt més profunda i duradora. Un post en xarxes socials pot captar l'atenció per uns minuts, però aviat cau en l'oblit. En canvi, amb Enològica, cada col·laborador rep 20 minuts complets de contingut exclusiu, distribuïts internacionalment amb un impacte garantit i una imatge de qualitat única i atemporal. La promoció que ofereix la sèrie continua sent rellevant molt de temps després, assegurant un retorn sostingut de la inversió en termes de visibilitat i prestigi.

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

ESCENARIS ON S'HA GRABAT

EPISODI 1 D.O. PENEDEÉS

- Viniseum
- Miravinya
- Cellers Torres
- Centre d'interpretació de la Malvesia a Sitges
- Hotel Font de la Canya
- Cava Centri i Espai Simón Coll
- Celler LLOpart

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

ESCENARIS ON S'HA GRABAT

EPISODI 1 D.O. Penedès

https://youtu.be/rme_eeh2MB4



INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

RUTES EPISODI 2 D.O.

PLA DE BAGES

- Bodega Heretat Oller del Mas
- Bodegas Abadal
- Monasteri de San Benet

D.O. ALELLA

- Alella de Mar
- Centre Enoturístic i Arqueològic de Vallmora – Teià
- Celler Alt Alella
- Celler Can Roda

INFORME

ENOTURISME A LES COMARQUES DE BARCELONA

CAPTURES

EPISODI 2 PLA DE BAGES & D.O. ALELLA

<https://youtu.be/2lleiuON878>



Belowactions

MARKETING NO CONVENCIONAL

Agencia BTL |