



## La International Sherry Week, premiada en los Drinks International Awards como Mejor Campaña Digital y Redes Sociales

- Por segunda vez, la gran fiesta internacional dedicada a los Vinos de la D.O. Jerez ha sido reconocida en los galardones del marketing del vino que otorga esta prestigiosa publicación británica.
- La International Sherry Week, organizada por el Consejo Regulador de Vinos de Jerez, se celebró en 30 países el pasado mes de noviembre. Con el hashtag #SherryWeek, logró más de 7.000 publicaciones, con un impacto potencial de 25 millones de usuarios.

**Jerez, xx de marzo de 2020.-** La International Sherry Week, la mayor celebración mundial de los Vinos de la D.O. de Jerez, ha sido galardonada en los **Drinks International Awards 2020**, en la categoría de **Mejor Campaña Digital y Redes Sociales**. Es la segunda vez que este evento global, organizado por el **Consejo Regulador de Vinos de Jerez**, recibe este premio, tras conseguirlo en 2015.

La International Sherry Week consigue que a través de las redes sociales más 35 países celebren de forma simultánea miles de eventos donde los vinos de Jerez son los protagonistas. Desde catas de vino, hasta maridajes, pasando por rutas de tapas y coctelería. Estas citas son organizadas por bares, restaurantes, hoteles, bodegas, universidades, enotecas y clubes de vino de todo el mundo que con un solo click y de forma gratuita registran su propio evento a través de la web: <https://www.sherry.wine/es/sherryweek>. Eventos geolocalizados en un mapa virtual que permite al #sherrylover conocer cuántos eventos tendrán lugar en su ciudad y compartirlo con sus amigos en redes sociales con el hashtag #sherryweek.

Durante esta celebración vitivinícola internacional, el Vino de Jerez demuestra que es capaz de reunir a amantes del vino de todas partes del mundo.

Desde 2014, año de la primera edición de la International Sherry Week han participado países como China, Alemania, Suiza, Nueva Zelanda, Taiwán o Ucrania no han querido perderse este homenaje a los Vinos de Jerez. Esta lista, que no ha dejado de crecer, se completa con países como: Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Corea del Sur, Dinamarca, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Gibraltar, Grecia, Hong Kong, Hungría, Irlanda, Israel, Japón, México, Noruega, Países Bajos, Polonia, Perú, Reino Unido, República Checa, República Dominicana, Rusia, Sudáfrica, Suecia.



Los premios del marketing del vino, que otorga cada año la prestigiosa publicación británica Drinks International, reconocen aquellas campañas de marketing que logran tener un mayor impacto en la difusión y promoción de los vinos, y su importancia a la hora de aumentar el reconocimiento de marca.

En el caso de la Mejor Campaña Digital, se premia a aquellas que centran sus acciones en las plataformas digitales y que logran implementar con éxito una campaña viral, animando a la audiencia a compartir contenido en las redes sociales y, en consecuencia, aumentando el tráfico web de la marca.

La **International Sherry Week**, que se celebró del 4 al 10 de noviembre de 2019, batió récord de países participantes (40), así como de seguidores en las redes sociales.

El objetivo de la campaña de la **International Sherry Week**, realizada en colaboración con Chelsea Consulting & Co, es promocionar los Vinos de la D.O. de Jerez por todo el mundo. Para ello, España, cuna de los Vinos de Jerez, fue el país que más eventos acogió, con más de 1.100 catas, maridajes y degustaciones, que permitieron a los participantes descubrir la versatilidad y personalidad de unos vinos únicos en el mundo, reconocidos con el Sello de Calidad D.O.P.

Con el hashtag #SherryWeek, logró más de 7.000 publicaciones, con un impacto potencial de 25 millones de usuarios. (Fuente: Tweetbinder). Solo en Instagram, obtuvo 36.738 likes en posts de #SherryWeek.

César Saldaña, Director General del Consejo Regulador de Vinos y Vinagre de Jerez, ha declarado que "La ISW se ha convertido en un elemento fundamental en nuestra política de comunicación, pues nos permite mantener el contacto con miles y miles de aficionados y profesionales de todo el mundo que desean compartir su pasión por nuestros vinos, a la vez que nos ayuda a identificar una enorme cantidad de fórmulas creativas para el disfrute compartido del Jerez".

Asimismo, durante la semana previa a su celebración, la actividad viral en redes sociales hizo que se registraran más de 1.000 eventos en esos días, propiciados por los comentarios de los usuarios.

En esta última edición, los stories de Instagram desempeñaron un papel importante en la cobertura de la Sherry Week. La cuenta de Instagram de @SherryWinesJerez repostó más de 500 stories de participantes de todo el mundo.

Por último, cabe destacar el éxito de la cata de Vinos de Jerez en Twitter #SherryTT, que contó con más de 700 tweets en tan solo una hora, con un impacto potencial total de 4



CONSEJO REGULADOR



millones de usuarios. Por primera vez, dos de los participantes también retransmitieron sus propias degustaciones en directo a través de YouTube y de Instagram.

### **CONSEJO REGULADOR DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN "JEREZ-XÉRÈS-SHERRY" Y "MANZANILLA-SANLÚCAR DE BARRAMEDA"**

El Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen "Jerez-Xérès-Sherry", "Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda" tutela estas denominaciones andaluzas que aglutinan a 1.750 viticultores y unas cien bodegas situadas en el llamado "Marco de Jerez", en la provincia de Cádiz. Se trata de vinos de una extraordinaria variedad y un carácter genuino, con una larguísima tradición exportadora y con marcas que representan auténticos iconos españoles en todo el mundo.

**Para más información**  
**QMS Comunicación**  
**913431286/87**

**Rosa Soria**  
**[rosasoria@qmscomunicacion.com](mailto:rosasoria@qmscomunicacion.com)**  
**679 70 07 62**

**Diana Pérez**  
**[dianaperez@qmscomunicacion.com](mailto:dianaperez@qmscomunicacion.com)**  
**690 65 05 98**

El contenido de la presente campaña promocional representa únicamente la opinión de su autor y es responsabilidad exclusiva del mismo. La Comisión Europea no asume ninguna responsabilidad por el uso que pudiera hacerse de la información que contiene.