

# PDR D.O. NAVARRA

## 2022-23



## **I. ENTIDAD SOLICITANTE**

---

Consejo Regulador Denominación de Origen Navarra  
Rúa Romana S/N  
31390 Olite  
CIF: Q3171001E  
Tel: 948 741812 – Fax: 948 741776  
[www.navarrawine.com](http://www.navarrawine.com)  
Javier Santafé (Director Gerente)

## **II. PRODUCTOS A PROMOCIONAR**

---

Productos contemplados por el pliego de condiciones de la DOP Navarra:

1. Vinos blancos, tintos y rosados
2. Vinos de licor

Representatividad de la producción certificada de vino con DOP sobre el total de la producción en Navarra.

## **III. MERCADOS DESTINATARIOS**

---

Los mercados destinatarios de las acciones de este PDR son:

A nivel nacional, Navarra, País Vasco, Madrid, Barcelona y la Costa Mediterránea

- Navarra y País Vasco son dos de los mejores mercados para los vinos de la DO Navarra, donde tienen una buena distribución. En ambos mercados tenemos que seguir trabajando para mejorar la distribución y, sobre todo, incrementar la demanda por parte de los consumidores.
- Madrid es el mercado más importante de nuestro país, donde están situados los mejores periodistas, restaurantes, sumilleres, vinotecas, ... Todos los esfuerzos que se hacen en Madrid tienen amplia repercusión e influencia a nivel nacional.
- Barcelona y la Costa Mediterránea son mercados muy turísticos, y tienen mucha importancia ya que muchos turistas conocen nuestros vinos en las vacaciones, y luego los compran en sus lugares de origen.

A nivel internacional, este año centraremos los esfuerzos en dos mercados clave para el vino español: Alemania y Suecia.

- Alemania sigue siendo uno de los mayores importadores del mundo y el mejor mercado de exportación para los vinos de Navarra. Tenemos que seguir potenciando este mercado tan importante.
- Suecia está creciendo mucho e iremos a presentar la D.O. Navarra a responsables del Monopolio Systembolaget, con el objetivo de conseguir más presencia en dicho mercado.

## **IV. OBJETIVOS**

---

1. Aumentar el conocimiento de los vinos con D.O. Navarra en los mercados objetivo.

2. Posicionar a la D.O. Navarra como una denominación con una gran variedad de vinos y paisajes.
3. Posicionar a la D.O. Navarra entre las primeras referencias de las denominaciones de vinos españolas.
4. Crear una corriente de opinión favorable sobre la D.O. Navarra y sus bodegas productoras, incrementando su notoriedad entre los profesionales y presencia en los medios de comunicación.
5. Alcanzar un mayor desarrollo comercial de las bodegas de la D.O. en los mercados destino.

## **V. ESTRATEGIA**

1. Fomentar el conocimiento de los vinos entre profesionales y público general a través de la publicidad en diferentes medios y soportes, que permita la creación de una comunidad de entusiastas y el apoyo a la marca genérica DO Navarra.
2. Conseguir, mediante la activación de la comunicación en cada actuación y mercado, difundir hechos noticiosos e identificar oportunidades mediáticas que faciliten impactar en los públicos objetivo.
3. Incitar a la degustación del producto que generará confianza tanto por su alta calidad y variedad, como por su capacidad de responder a todas las necesidades de los profesionales y expectativas de los consumidores.
4. Contribuir al crecimiento de la red comercial de las bodegas D.O. Navarra en los distintos mercados de actuación, que revierta en un incremento de la cuota de venta de sus vinos.

## **VI. ACCIONES**

Las acciones tienen un carácter genérico y buscan la promoción de la marca Denominación de Origen Navarra. No obstante, en actividades puntuales se da la presencia de marcas privadas de productos certificados con la DOP y producidos por las bodegas inscritas en el CRDO Navarra. Con el objetivo de garantizar la participación en igualdad de condiciones de todos los operadores, todas las convocatorias se realizan de manera abierta a todos los operadores inscritos, sin ningún tipo de limitación.

El plan cuenta con la subvención del Gobierno de Navarra a través de los fondos Feader.

### **Descripción detallada de las acciones y actividades**

#### **1. Participación en ferias y exposiciones**

**1.1. Ferias nacionales e internacionales dentro de la UE, específicas del sector o generalistas.**

**1.1.1. Barcelona Wine Week (4-6 abril de 2022)**

- 1.1.2. Fenavin (10-12 de mayo de 2022)
  
- 1.2. Exposiciones y eventos para manifestación y reconocimiento del producto
  - 1.2.1. Eventos del vino de la D.O. Navarra en Madrid, Barcelona y Málaga (septiembre/octubre de 2022)
  
  - 1.2.4. Experiencia Verema Bilbao (7 de noviembre de 2022)
  
  - 1.2.5. Salón Profesional del Vino Fevino (Santiago, 14 y 15 de junio de 2022)
  
- 2. Información y Promoción mediante los diferentes canales de comunicación
  - 2.6. Campañas promocionales de naturaleza diversa
    - 2.6.1. Campaña de publicidad en medios de comunicación (abril 2022-enero 2023)
    - 2.6.2 Campaña de comunicación en redes sociales (abril 2022-enero 2023)
    - 2.6.3. Patrocinios
      - 2.6.3.1. Jornada del vino de la Cofradía del Vino de Navarra (septiembre 2022)
      - 2.6.3.2. Semana de la cazuelica y el vino DO Navarra (septiembre/octubre 2022)
      - 2.6.3.3. Patrocinio la Ruta de la Gilda y la Ruta del Bokata de la Asociación de hostelería ANAPEH (junio y septiembre de 2022)
  - 2.9. Productos promocionales
    - 2.9.1. Compra de vino para las acciones promocionales del Consejo Regulador (abril 2022-enero 2023) ejercicio.
  
- 3. Relaciones públicas para la información y promoción de los productos que evidencien su calidad, seguridad respeto medio-ambiental y certificación que lo garantiza
  - 3.10. Promoción en punto de venta
    - 3.10.1 Ruta Vino-burguer (noviembre 2022)
  - 3.11. Presentaciones de producto.

**3.11.1. Presentación de los vinos de la Selección D.O. Navarra 2022 en Madrid (28 y 29 de marzo de 2022)**

**3.13. Misiones inversas y misiones comerciales**

**3.13.1. Misión comercial en Suecia (mayo/junio 2022)**

**3.14. Concursos**

**3.14.1. Garnachas del Mundo (4-6 de mayo de 2022)**

**3.15. Demostraciones, catas y degustaciones de productos**

**3.15.1. Campaña promocional de la D.O. Navarra en Alemania (septiembre-diciembre 2022)**

**3.16. Jornadas y seminarios de carácter técnico sobre figuras de calidad y sus productos**

**3.16.1. Congreso Internacional de Comunicación y Vino (noviembre 2022).**

**4. Gastos de personal**

**VII. MENSAJES**

---

1. Una de las principales regiones vitivinícolas de España, situada en la zona norte, donde se elaboran los mejores vinos de este país (por encima de los ríos Ebro y Duero).
2. Zona de gran tradición vitivinícola, donde se elaboran de vinos desde la antigüedad.
3. Gran riqueza varietal y geográfica que nos permite producir con éxito los tres colores del vino.
4. La calidad y reconocimiento de la Garnacha en Navarra. La única zona del mundo reconocida por elaborar garnachas en tres colores: tinto, blanco y rosado.
5. Navarra es sinónimo de calidad: la calidad de vida, la riqueza gastronómica y cultural, la belleza de sus paisajes y el carácter de sus gentes, y por supuesto, la calidad de sus vinos.
6. Una Denominación de Origen adaptada a las nuevas tendencias tecnológicas del siglo XXI, tanto en la producción de sus vinos como en su comunicación.

**VIII. REPERCUSION PREVISIBLE Y METODO PARA MEDIRLA**

---

Las acciones previstas en este programa tienen como objetivo principal aumentar el conocimiento de los vinos de la Denominación de Origen Navarra entre líderes de opinión, periodistas,

profesionales de la comercialización y amantes/entusiastas del vino. Los resultados previsibles se van a evaluar desde distintos puntos de vista, en función del tipo de actividad.

## **IX. PRESUPUESTO**

---

Cuadro recapitulativo de cada una de las acciones:

<b>1. Participación en feria y exposiciones</b>	<b>90.035,10 €</b>
<b>2. Información y Promoción en los diferentes canales de comunicación</b>	<b>197.655,42</b>
<b>3. Relaciones Públicas para la información y promoción de los productos que evidencien su calidad, seguridad, respeto medioambiental y certificación que lo garantiza.</b>	<b>141.234,31 €</b>
<b>3. Gastos de personal</b>	<b>66.048,00 €</b>

## **X. PLAN DE FINANCIACIÓN**

---

<b>Financiación</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Solicitante	254.992,83 €	51,5
Sub P.D.R. de Navarra 2022-23	240.000 € (MÁX)	48,5
<b>TOTAL</b>	<b>494.972,83 €</b>	<b>100</b>

## **XI. PRESUPUESTO ANUAL DE LA ENTIDAD**

---

<b>Presupuesto</b>	<b>Euros</b>	<b>%</b>
Presupuesto total Plan de acción	494.972,83 €	28,4
<b>Presupuesto total de la entidad</b>	<b>1.741.938 €</b>	<b>100%</b>