

Los vinos D.O. Navarra buscan destacar su personalidad

Ayer se presentó en el Museo de Navarra la campaña publicitaria, "Nacidos para gustar", que acompañará los próximos años a la Denominación

ASIER ALDEA Pamplona

Vinos rosados, garnacha y fresca de las elaboraciones. Estas son las tres apuestas sobre las que gira la nueva campaña de la Denominación de Origen Navarra, presentada ayer a las 19.00 en el Museo de Navarra. "Es un momento de mucho cariño para todo el sector. Llevamos más de un año buscando un posicionamiento y un mensaje para los consumidores y el mercado", explicó David Palacios, presidente del Consejo Regulador de la

D.O. Navarra. Fruto de esta búsqueda, "Nacidos para gustar" será el eslogan que acompañará a esta entidad de vinos navarros.

El acto arrancó a las 18.30 con una visita guiada por el Museo bajo el título "La importancia de la cultura del vino en Navarra", seguido de la presentación de la campaña a las 19.00. Media hora después, se dio paso a un cóctel que incluía degustación de vinos de la Denominación, con DJ incluido.

Como explicó Palacios, el siguiente paso tras Pamplona pasa por dar a conocer los productos al público y medios y llevar el proyecto por diferentes eventos para las próximas semanas en Madrid, San Sebastián y Málaga, entre otros. Uno de las características más importantes de la campaña es la vuelta al pasado, lo que implica una apuesta por el vino rosado,



De pie, de izda a dcha.: Sergio Puertollano, director creativo de Villa McLuhan; Valeria Gamper, sumiller, y David Palacios, presidente del Consejo Regulador de la D.O. Navarra. Sentadas, de izda a dcha.: Elena Arraiza, reguladora de la D.O. Navarra, e Itziar Gómez, consejera de Desarrollo Rural y Medio Ambiente. J.A. GOÑI

que, en palabras de Palacios, "es el vino más emblemático", la garnacha, "la variedad más autóctona" y la fresca, que supone una "ventaja que ahora demanda el consumidor". También "Nacidos para gustar" quiere reivindicar el valor de los rosados. "Es un vino costoso de hacer y de una gran calidad. Hay que valorarlo. En Navarra sí que se valora porque somos tierra de rosados y la gente lo consume, pero muchas veces parece que es

un vino de segunda cuando es todo lo contrario", aseguró Palacios, quien, además, destacó el liderazgo de Navarra en el mercado nacional acerca de este producto. "De cada tres botellas de rosado que se comercializan en España, una es de Navarra".

La consejera de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del Gobierno de Navarra, Itziar Gómez, acudió al acto y dedicó unas palabras a la importancia cultural de este

producto. "Navarra desde tiempos remotos está ligada a la cultura del vino. En Navarra somos conscientes de su importancia, pero también de todo lo que hay detrás", expresó la consejera.

Junto con Gómez y Palacios, también participaron en la presentación Sergio Puertollano, director creativo de Villa McLuhan, la agencia de comunicación creadora de la campaña y la sumiller Valeria Gamper.

