

# La campaña de comunicación de la Diputación de Valladolid para promocionar la marca Milla de Oro del Vino, elegida entre las mejores de España en 2023

- El objetivo de la campaña, diseñada por la agencia de comunicación Virtus3.14, era atraer al turista de lujo internacional, especialmente el mexicano, dando a conocer los valores tangibles (vino, gastronomía, cultura y paisaje) e intangibles (imagen de turismo de alta calidad) de la nueva marca de enoturismo Milla de Oro del Vino / Provincia de Valladolid.
- La campaña contó con viajes de familiarización de agencias de viaje de lujo mexicanas a la Milla de Oro del Vino, la elección de este entorno como escenario del lanzamiento de un nuevo teléfono de la multinacional Xiaomi, y la presentación de la nueva marca enoturística como único caso de éxito internacional en la última edición de IBTM Americas, el evento de turismo de eventos y reuniones más importante de Latinoamérica.

**Valladolid, 17 de enero de 2024.-** La agencia de comunicación VIRTUS3.14 Communication & Events ha llevado a cabo para la Diputación de Valladolid una de las mejores campañas de comunicación de España en 2023, según la publicación especializada, y referente en el sector, "Top Comunicación". Se trata de una campaña dirigida a posicionar la marca Milla de Oro del Vino / Provincia de Valladolid como un referente internacional en el mundo del enoturismo de lujo. Esta campaña se proponía aumentar el conocimiento de los atractivos turísticos de la provincia de Valladolid a nivel local e internacional y, al mismo tiempo, incrementar el número de turistas de alto poder adquisitivo, fundamentalmente del mercado mexicano, atraídos por esta nueva marca enoturística.

Para ello, en primer lugar se organizó un viaje de familiarización de agencias de viaje de lujo mexicanas y directivos de la compañía aérea Aeroméxico a la Milla de Oro. Este encuentro tuvo lugar entre los meses de mayo y junio de 2023 y contó con una amplia agenda de encuentros y de experiencias que resultaron todo un éxito gracias a la colaboración de bodegas, restaurantes, artesanos y hoteles de la propia ruta. La difusión en medios de comunicación se realizó tanto a nivel local, como nacional e internacional, a través de los corresponsales de medios extranjeros con sede en España.

Entre los meses de marzo y abril se logró que una empresa multinacional del mundo de las telecomunicaciones, como es XIAOMI, eligiera la Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid como escenario del lanzamiento de un nuevo modelo de móvil de su marca, cuyos valores se fusionaban con los de la propia marca enoturística. El gran evento de presentación de la Campaña de Publicidad tuvo lugar en el corazón de la Milla del Oro del Vino, el castillo de Peñafiel, y contó con presencia de autoridades, empresarios, medios de comunicación especializados e influencers nacionales.

El tercer hito de esta campaña fue la presentación de la Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid como único caso de éxito internacional en la última edición de IBTM Americas, el evento de turismo de eventos y reuniones más importante de Latinoamérica, que tuvo lugar el pasado mes de septiembre, en la Ciudad de México. En esta ocasión, la organización invitó a Francisco Suárez, presidente de la agencia VIRTUS3.14 Communication & Events, para desarrollar una conferencia sobre el caso de éxito de promoción de la Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid.

### **Resultados de la campaña**

Además de la promoción y los reconocimientos, según los datos de los hoteles y restaurantes consultados, en tan solo en un año se ha llegado a triplicar en algunos casos la llegada de clientes mexicanos a la Ruta establecida en torno a la nueva marca de lujo enoturístico.

VIRTUS3.14 Communication & Events es una agencia de marketing y comunicación que opera tanto en Europa, como en América. Sus profesionales llevan más de 25 años desarrollando su actividad con todo tipo de empresas públicas y privadas en ámbito de la agroalimentación, la sanidad, la tecnología, el turismo, la industria o los recursos humanos.

Enlace a la publicación de Top Comunicación

[Estrategia de comunicación para una nueva marca de enoturismo - Topcomunicacion](#)

NOTA DE PRENSA