

**"Μέτρησε" η καμπάνια στις ΗΠΑ Drink Ribera, Drink Spain**

Το σχέδιο marketing που προωθείται με την ονομασία Ribera del Duero στις ΗΠΑ, αποδίδει καρπούς. Το ποσοστό των καταναλωτών που γνωρίζουν την ισπανική ονομασία, έχει αυξηθεί στο 23% από την έναρξη της καμπάνιας «Drink Ribera, Drink Spain».

Κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους της καμπάνιας, ο αριθμός των Αμερικανών που δηλώνουν ότι γνωρίζουν το συλλογικό εμπορικό σήμα αυξήθηκε κατά 900.000 άτομα. Σύμφωνα με το Wine Intelligence, κατά τους τελευταίους 12 μήνες, ο αριθμός των αμερικανών αγοραστών οίνων από την Ribera del Duero, έχει επίσης αυξηθεί και αντιπροσωπεύει σήμερα το 1,4% των καταναλωτών οίνου στις Ηνωμένες Πολιτείες. Με το πρώτο έτος της διαφημιστικής εκστρατείας, ανακοινώθηκε και η υποψηφιότητα Wine Star Awards, για την περιοχή. Σ' αυτό βοήθησαν η κάλυψη των MME με περισσότερα από πενήντα άρθρα, συμπεριλαμβανομένων των New York Times, της Wall Street Journal και του Wine Spectator. Η εκστρατεία στο Διαδίκτυο μέσω των κοινωνικών δικτύων έχει επίσης σημαντική επίδραση μέσω της ιστοσελίδας του Facebook για την περιοχή, που έχει υψηλή επισκεψιμότητα και 7.500 οπαδούς.