

## MATEUS ROSÉ LANZA UNA NUEVA CAMPAÑA DE VERANO E INVITA A LOS PORTUGUESES A “REFRESCAR LA CONVERSACIÓN”

**5 de agosto de 2026** – **Mateus Rosé**, la icónica marca de Sogrape fundada en 1942, presenta este verano la campaña **“Refresca la Conversación”**, una nueva plataforma de comunicación que invita a los portugueses a salir de la rutina, vivir nuevas experiencias y crear más momentos de encuentro y de compartir.

En un contexto en el que las interacciones digitales ocupan cada vez más espacio en la vida cotidiana, Mateus refuerza su propósito de acercar a las personas y valorar las relaciones presenciales. La marca busca inspirar a los consumidores a cambiar lo habitual por lo inesperado, transformando experiencias sencillas en nuevas historias que contar y convirtiendo los momentos cotidianos en catalizadores de convivencia y conexión auténtica.

Este posicionamiento acompaña la estrategia de ampliar las ocasiones de consumo de la marca, consolidando a Mateus Rosé como una elección natural para momentos relajados entre amigos y familia.

*“Desde hace más de 80 años, Mateus acompaña a generaciones y acerca a las personas en todo el mundo. En un momento en el que el ritmo acelerado de la vida cotidiana y el universo digital tienden a alejarnos unos de otros, queremos recordar la importancia de las conexiones reales. Con “Refresca la Conversación”, invitamos a las personas a desconectarse por un momento, salir de casa y crear nuevas historias para compartir”, afirma **Filipe Gonçalves, Chief Marketing Officer de Sogrape.***

Desarrollada en colaboración con la agencia UZINA, la campaña parte de una idea simple: las conversaciones reflejan aquello que vivimos. Cuando hacemos siempre lo mismo, acabamos hablando siempre de los mismos temas. Es precisamente aquí donde entra en juego uno de los atributos más distintivos de Mateus Rosé, su frescura, que inspira el concepto creativo de la campaña y se transforma en una metáfora para renovar las conversaciones a través de nuevas experiencias.

La campaña tendrá una fuerte presencia en **OOH (Out of Home)**, puntos de venta y

---

Para más información, por favor contacte con:

Carla Martins – [cmartins@llyc.global](mailto:cmartins@llyc.global)

Maria Coutinho – [mcoutinho@llyc.global](mailto:mcoutinho@llyc.global)

Madalena Almeida – [madalena.almeida@llyc.global](mailto:madalena.almeida@llyc.global)

VINHO.com MODERAÇÃO  
ESCOLHA | PARTILHE | GUIDE

Sea responsable. Beba con moderación.

plataformas digitales. En vallas publicitarias y mupis aparecerán mensajes como: *"Si tu único tema de conversación es el tráfico, necesitas moverte más"*, *"Si la conversación no sale de los pañales, quizá necesites salir tú"*, *"Si solo hablas de reuniones, quizá necesites una con tus amigos"* o *"Menos likes, más me gustas"*.

La estrategia incluye también activaciones en espacios cotidianos, como gimnasios, complejos de oficinas y espacios de coworking, a través de mensajes adaptados al contexto y diseñados para desafiar a las personas a romper con la rutina y crear nuevas experiencias.

En las redes sociales y plataformas digitales, el concepto se extiende mediante contenidos que animan a los consumidores a cambiar el *scroll* por momentos reales, redescubriendo el placer de compartir tiempo con los demás.

Con **"Refresca la Conversación"**, Mateus Rosé refuerza su relevancia a través de un tema actual y universal que invita a reflexionar sobre la importancia de las conexiones humanas. La campaña fortalece la relación cercana y auténtica de la marca con los consumidores, consolidando su posicionamiento en torno al compartir, la espontaneidad y los momentos de convivencia que forman parte de su ADN desde hace más de ocho décadas.

## Sobre Mateus

Creado en 1942 por Fernando Van Zeller Guedes, Mateus es una referencia indiscutible del vino portugués, reconocido por su botella singular y su espíritu innovador, convirtiéndose en una presencia natural en encuentros auténticos, celebraciones espontáneas y brindis por los buenos momentos de la vida.

Ligero, vibrante y desenfadado, Mateus conecta generaciones a través de la música, la cultura y el placer de compartir. Presente en más de 100 mercados, continúa reinventándose, convencido de que las mejores ocasiones siempre saben mejor cuando se viven en buena compañía.

---

Para más información, por favor contacte con:

Carla Martins – [cmartins@llyc.global](mailto:cmartins@llyc.global)

Maria Coutinho – [mcoutinho@llyc.global](mailto:mcoutinho@llyc.global)

Madalena Almeida – [madalena.almeida@llyc.global](mailto:madalena.almeida@llyc.global)



Sea responsable. Beba con moderación.