vinetur

Larios renueva su imagen por primera vez en toda su gama

La ginebra malagueña actualiza su identidad visual y estrena un packaging más sostenible

martes 12 de mayo de 2026


LARIOS
ROSÉ
GIN
Fundada en Málaga
ESPÍRITU
MEDITERRÁNEO
CON AROMA A FRESAS

Larios ha iniciado una nueva etapa con la renovación de la imagen de todo su portfolio. Es la primera vez que la marca actualiza de forma conjunta la identidad visual de toda su gama, con el objetivo de reforzar su vínculo con los consumidores y presentar su propuesta de una manera más atractiva para nuevas audiencias.

La compañía, que se presenta como la ginebra nº1 en España, sitúa esta evolución bajo el concepto “Espíritu Mediterráneo”. Con esa idea, la marca reinterpreta su universo visual a través de un nuevo diseño de packaging que combina modernidad, frescura y autenticidad, sin renunciar a su legado histórico ni a su relación con Málaga y con el estilo de vida mediterráneo.

La nueva identidad visual da más protagonismo al rojo y al amarillo, dos colores muy ligados a la marca. También incorpora escenas de la vida cotidiana mediante una colección de iconos inspirados en azulejos costumbristas. Según explica la compañía, estas piezas están pensadas para combinarse entre sí y construir relatos visuales que amplían el universo de Larios y refuerzan su conexión con el Mediterráneo.

La identidad creativa se ha desarrollado de la mano de Komodo Comunicación. El nuevo diseño de packaging, por su parte, ha sido elaborado por la agencia Ntity. La etiqueta renovada traslada estos códigos al producto e incorpora la frase “la ginebra de siempre”, con la que la marca quiere subrayar su carácter icónico como primera marca de ginebra española.

La propuesta pone el foco en elementos asociados al Mediterráneo, como la luz, el color y los momentos de disfrute compartido. También concede más presencia a los cítricos, que forman parte de la receta y son uno de los rasgos distintivos de la marca.


RIOS
ESTD 1866
LONDON DRY
GIN
Fundada en Málaga
ESPÍRITU
MEDITERRÁNEO
LA GINEBRA DE SIEMPRE

“La nueva identidad visual de Larios, así como su nuevo packaging, responden a nuestra visión de seguir evolucionando una marca icónica sin perder su esencia. Hemos trabajado para reforzar sus códigos más reconocibles, aportando mayor contemporaneidad, visibilidad en el lineal y coherencia con las nuevas demandas del consumidor. Este cambio no es solo estético, es una declaración de cómo entendemos la innovación en el grupo Suntory: respetar nuestra herencia mientras construimos el futuro de la marca”, afirma Paco Recuero, Senior Marketing Director Suntory Global Spirits.

Además de la renovación estética, la marca ha reforzado su compromiso con la sostenibilidad. Larios ha optimizado su packaging con la incorporación de materiales reciclados o de origen responsable en etiquetas, estuches y cápsulas. También ha ajustado distintos elementos del producto con el objetivo de reducir el uso de plástico y las emisiones de CO_2.

Estas medidas refuerzan el compromiso de Suntory Global Spirits, compañía a la que pertenece Larios, con la responsabilidad y consolidan su avance hacia un modelo más sostenible y alineado con las expectativas del consumidor actual.

La nueva identidad se aplicará de forma transversal en toda la gama de la marca, formada por Larios Dry, Rosé y Larios 12. La compañía busca así garantizar coherencia visual en todo el portfolio y reforzar su reconocimiento en el punto de venta.

“Ha sido un proyecto especialmente ilusionante por todo lo que representa la marca. Hemos trabajado cada detalle con precisión, siempre con el consumidor en el centro de cada decisión. Ha sido un proceso exigente y profundamente colaborativo, en el que múltiples equipos han aportado su visión para construir un resultado sólido, coherente y relevante”, afirma Patricia Augustin, Senior Brand Manager de Larios.

Larios nació en 1866 y mantiene su origen malagueño. La marca se presenta como una de las más emblemáticas de su historia y vincula su identidad al estilo de vida mediterráneo y a la esencia de Málaga. Inspirada en una forma de vivir propia, Larios resume su propuesta en el “Espíritu Mediterráneo”: disfrutar como te dé la gana. La compañía sitúa esa idea como una actitud que va más allá del simple hecho de disfrutar y que representa una manera libre y auténtica de entender la vida.

Ese carácter ha convertido a Larios en un referente en los momentos de encuentro y celebración, con una presencia especialmente ligada a los bares y a distintas generaciones de consumidores.