vinetur

Johnnie Walker refuerza su presencia en la ruta española de festivales del verano

La marca anuncia activaciones en citas como Mad Cool, Bilbao BBK Live, Sonorama Ribera y O Son do Camiño

lunes 29 de junio de 2026



La temporada de festivales de verano ya está en marcha en España y volverá a reunir a miles de asistentes en algunos de los principales recintos musicales del país. En ese calendario figuran citas como Noches del Botánico, Mad Cool, Bilbao BBK Live,

Sonorama Ribera y O Son do Camiño, junto a otros encuentros repartidos de norte a sur, según informa Johnnie Walker.

La marca de whisky escocés sostiene que la música en directo se ha consolidado como uno de los grandes motores culturales y de ocio del verano. En su valoración, los festivales van más allá de una sucesión de conciertos y se han convertido en espacios de encuentro ligados al descubrimiento de artistas y a la experiencia compartida entre el público.

Johnnie Walker señala que mantendrá este año presencia en una amplia relación de festivales celebrados en España y Portugal. Entre ellos cita Noches del Botánico, Starlite Marbella, Rock in Rio Lisboa, O Son do Camiño, A Summer Story, Río Babel, Mad Cool, PortAmérica, Bilbao BBK Live, Sonorama Ribera, Aquasella, Riverland, Río Verbena Fest, Jardín de las Delicias e Intro Music.

Más allá de su presencia comercial en los recintos, la compañía explica que su propuesta pasa por incorporar espacios propios dentro de los festivales. Entre las iniciativas previstas menciona áreas de descanso, propuestas interactivas como Walker & Walker, activaciones tecnológicas, sorteos y experiencias inmersivas pensadas para acompañar al público durante toda la jornada.

La principal novedad de esta temporada será, según la marca, Johnnie Walker Red Soul. La compañía lo presenta como una nueva propuesta pensada para consumir el whisky de una forma más fresca. Añade que tiene un perfil ligeramente más dulce y menos ahumado, y que está orientado a momentos de música, encuentros y celebración propios del verano.

Johnnie Walker precisa además que Red Soul está concebido para combinar y compartir, en especial en mezclas con refresco de lima-limón. Con ese lanzamiento, la marca busca acercarse a consumidores interesados en nuevas formas de consumo dentro del entorno festivalero.

Otra de las acciones anunciadas es la instalación de un Studio en algunos festivales de la temporada. En ese espacio, los asistentes podrán grabar en pocos segundos una pieza audiovisual personalizada y elegir el estilo musical que mejor represente su

experiencia, desde sonidos indie hasta propuestas urbanas o electrónicas. La marca plantea esta activación como un recuerdo inmediato del paso por el festival y como un contenido pensado para compartir después.

La compañía enmarca esta estrategia en su apoyo continuado a la música en directo en España. Según explica, lleva años vinculada a festivales del calendario nacional y a artistas consolidados y nuevas generaciones de músicos.

En su información corporativa, Johnnie Walker afirma ser la marca de whisky escocés número uno del mundo y estar presente en más de 180 países. También indica que su gama actual incluye referencias como Red Label, Black Label, Double Black, Green Label, Gold Label Reserve, Platinum Label y Blue Label.

La marca añade que comercializa cerca de 19 millones de cajas al año, con datos atribuidos a IWSR de 2016. Asimismo, recuerda que celebra 200 años desde la apertura de la tienda de comestibles escocesa de su fundador, John Walker, origen de la compañía.

Por su parte, Diageo, propietaria de Johnnie Walker, se presenta como una de las mayores compañías del sector de bebidas espirituosas premium. La empresa comercializa sus marcas en más de 180 países y mantiene, según indica, un compromiso con la promoción del consumo responsable y con la prevención del consumo de alcohol en menores de edad.