vinetur

Win Sin Alcohol lanza una edición limitada firmada por Carolina Marín

La bodega presenta un rosé espumoso sin alcohol con el lema «tu instinto, tu victoria»

jueves 9 de julio de 2026



Win Sin Alcohol ha presentado este jueves, 9 de julio, una edición limitada junto a Carolina Marín. La propuesta, impulsada por Bodega Win Sin Alcohol, se articula en torno a un rosé espumoso sin alcohol que la compañía sitúa como una referencia exclusiva dentro de su gama.

La bodega vincula este lanzamiento a una idea de celebración abierta a todos. Bajo el lema «tu instinto, tu victoria», la empresa sostiene que esta edición limitada busca unir éxito, celebración y bienestar. En esa misma línea, Win Sin Alcohol afirma que el producto plantea una forma de brindar en la que también tienen cabida quienes optan por bebidas sin alcohol.

La deportista Carolina Marín firma esta edición limitada, según informa la marca. La colaboración asocia la imagen de la jugadora con un producto que la bodega presenta como singular dentro del universo Win. En el material difundido por la empresa aparece también Beatriz Moro junto a la deportista.

Win Sin Alcohol define la novedad como un rosé espumoso sin alcohol y subraya que pretende cambiar el paradigma de las celebraciones al incluir a todos en el brindis. La compañía no ha detallado en la información facilitada otros aspectos como el volumen de botellas, los canales de distribución, el precio o los mercados a los que se dirigirá esta edición.

La presentación refuerza la apuesta de la marca por el segmento sin alcohol, una categoría en la que Win ha construido su identidad comercial. Con esta colaboración, la bodega recurre a una figura del deporte español de primer nivel para asociar el producto a valores como el esfuerzo, la superación y el bienestar, una relación que la empresa resume en el lema elegido para la campaña.

La edición limitada se incorpora así al catálogo de Win Sin Alcohol como una propuesta de perfil promocional y de imagen, apoyada en la firma de Carolina Marín y en un mensaje centrado en la celebración inclusiva. Por el momento, la compañía ha puesto el foco en el carácter exclusivo del lanzamiento y en su condición de rosé espumoso sin alcohol.