vinetur

MG Spirit relanza su comunicación con Barcelona como sello propio ante el público joven

Exterior en la Barceloneta, Instagram geolocalizado y una nueva referencia de 5,5% sostienen el relanzamiento

jueves 6 de agosto de 2026



MG Spirit ha puesto en marcha este jueves, 6 de agosto, la campaña 'Show Your Spirit', con la que relanza su comunicación y refuerza su vínculo con el público joven. La marca, integrada en MG Destilerías, sitúa el origen barcelonés como eje de la iniciativa y acompaña ese movimiento con la llegada de Strawberry Mojito, una nueva referencia dentro de su gama de cócteles preparados o ready-to-drink (RTD).

La compañía explica que la campaña se apoya en el concepto 'Made in Barcelona' para diferenciar a MG Spirit dentro de su categoría. La firma sostiene además que fue la primera marca de RTD en España y que su propuesta encaja con un consumo consciente gracias a una graduación alcohólica del 5,5%, pensada para reuniones informales y consumo compartido.

El plan se ha articulado con un enfoque 360º que combina presencia en la calle, activación digital y trabajo con creadores de contenido. La creatividad ha sido desarrollada por el equipo interno de MG Spirit y la producción audiovisual ha corrido a cargo de Egami Productions, según informa la marca.

En publicidad exterior, la empresa ha concentrado una parte importante del despliegue en la Barceloneta. MG Spirit señala que el momento de mayor visibilidad llegó durante julio con la instalación de un MUPI especial en el Paseo Joan de Borbó, una de las zonas con más tránsito durante el verano en Barcelona. A esa acción se añade la presencia del producto en distintas tiendas de conveniencia de la ciudad desde mayo.

La parte digital comenzó este lunes, 3 de agosto, con una campaña de Paid Media en Instagram geolocalizada en Barcelona. A lo largo de agosto, la marca difundirá nuevo contenido audiovisual en redes sociales y mantendrá una estrategia con creadores afines a su imagen. Ese plan incluye tanto colaboraciones activadas por la propia firma como la incorporación orgánica de nuevos perfiles en el entorno social.

El relanzamiento de la comunicación llega acompañado de una novedad en el catálogo. MG Spirit ha lanzado Strawberry Mojito, una referencia que se incorpora a su gama de baja graduación. La empresa enmarca esta incorporación en su política de innovación y en su intención de ganar presencia en las reuniones sociales del verano con formatos listos para tomar.

Solène Bruna-Fiorentino, directora de marketing de MG Spirit, afirma que la campaña busca reconectar con el público de la marca a partir de 'una Barcelona creativa e innovadora'. En sus palabras, la propuesta pretende invitar a disfrutar 'libremente, sin etiquetas y con un consumo consciente'.

La campaña seguirá activa durante el verano y, según avanza MG Spirit, se ampliará a nuevos soportes y formatos a partir de septiembre. El ámbito principal de las acciones presenciales y de pago se concentra en Barcelona, mientras que la difusión en redes sociales se extiende a los canales digitales de la marca.

MG Spirit nació en Barcelona en 1987 bajo MG Destilerías. La compañía asegura que cuenta con 12 referencias listas para tomar, elaboradas con destilados como vodka, ginebra o ron, combinados con zumos de frutas y aromas naturales, y que toda la gama mantiene una graduación del 5,5%. La marca añade que está presente en más de 20 países.

En España, la distribución y el desarrollo comercial de MG Spirit corren a cargo de Amer Global Brands, empresa familiar especializada en marcas de bebidas en Iberia. La firma distribuye en exclusiva las enseñas de MG Destilerías en el mercado español, entre ellas MG Spirit, LE Tribute, Gin MG, Coppa Cocktails y Santísima Trinidad.