vinetur

Grey Goose Altius se alía con PALOMO en una edición limitada de seda alpina

El pañuelo de 70x70 cm se venderá solo en la web de la firma durante septiembre

jueves 6 de agosto de 2026



GREY GOOSE Altius y PALOMO han puesto en marcha una colaboración que se concreta en un pañuelo de seda de 70x70 cm, concebido como una edición limitada inspirada en los Alpes franceses. La iniciativa se presentó en Madrid este jueves, 6 de agosto, y la

pieza saldrá a la venta durante septiembre únicamente en la web oficial de PALOMO, por tiempo limitado y hasta agotar existencias.

Ambas marcas vinculan el proyecto a la afinidad entre el universo creativo de Alejandro Gómez Palomo, director creativo de PALOMO, y la identidad de Altius, la referencia más reciente del catálogo de Grey Goose. La unión mezcla moda y destilación premium en un objeto de pequeño formato pensado tanto como accesorio como pieza de colección.

El diseño toma como punto de partida el imaginario alpino asociado a Altius. La firma de moda explica que el pañuelo combina la fluidez de la seda con motivos que remiten a la geometría del hielo, las cumbres nevadas y los códigos visuales de la marca de vodka. La pieza se plantea así en dos planos: como complemento de uso y como objeto textil de edición limitada.

PALOMO relaciona esa propuesta con su trabajo artesanal y con su atención al detalle. Alejandro Gómez Palomo afirma que la colaboración le ha permitido llevar a su lenguaje visual la idea de frío y pureza ligada a Altius. El diseñador añade que el pañuelo se ha concebido como una pieza ligera, con presencia, preparada para acompañar distintos estilismos dentro de una estética compartida por ambas casas.

Altius es, según Grey Goose, la nueva expresión ultra-premium de la casa francesa. La marca indica que se elabora con trigo de invierno francés de Picardía y agua de manantial procedente de los Alpes franceses. A ello se añade un proceso de filtración a -24 °C, uno de los rasgos con los que la compañía diferencia esta referencia dentro de su oferta.

La empresa describe el resultado como un vodka de textura muy suave y tacto aterciopelado en boca, con mineralidad alpina, notas de manzana verde y un matiz terroso. También señala que está pensado para tomarse solo, muy frío o con hielo. Cada botella se embotella a mano, está numerada de forma individual y presenta detalles escultóricos inspirados en las cumbres modeladas por el viento en los Alpes franceses.

En el mercado español, Grey Goose informa de que Altius se distribuye únicamente en clubes nocturnos, en formatos de 700 ml y 1,75 litros. Esa posición refuerza el perfil de gama alta que la compañía atribuye a la botella y ayuda a explicar el encaje de la colaboración con una firma que trabaja con ediciones limitadas y producción artesanal.

Grey Goose sitúa el origen de su producción en Francia y cita como bases de su cartera el trigo blando de invierno de Picardía y el agua de manantial de Gensac-la-Pallue, en la región de Cognac, filtrada de forma natural a través de piedra caliza. La marca forma parte de Bacardi Limited, grupo con sede en Hamilton, Bermudas.

Para PALOMO, la alianza llega en una etapa de cambios recientes. La firma recuerda que en 2025 amplió su actividad al womenswear, trasladó su taller a Madrid e incorporó a Rosella López como consejera delegada. Fundada por Alejandro Gómez Palomo, la casa vincula la artesanía española con una estética fluida en cuanto al género y cita entre sus clientes a artistas como Harry Styles, Beyoncé y Rosalía.