vinetur

Gin MG afianza su presencia en la Semana Grande junto a Tintigorri en Bilbao

La marca afirma que miles de personas pasaron por la txosna de San Nicolás en los días centrales

lunes 31 de agosto de 2026



Gin MG y Tintigorri Konpartsa cerraron este lunes, 31 de agosto, el balance de su colaboración en la Aste Nagusia de Bilbao con una valoración positiva de su paso por la Plazuela San Nicolás. Ambas entidades sitúan la txosna de la comparsa como uno de

los puntos de encuentro del tardeo durante la Semana Grande, una cita en la que la música en directo y la oferta de barra concentraron la actividad de la marca.

La compañía sostiene que, a lo largo de las fiestas, miles de personas se acercaron a esta propuesta en el centro de Bilbao. Los momentos de mayor afluencia, siempre según Gin MG, se registraron los pasados 27 y 28 de agosto, cuando la programación incluyó sesiones de DJ Iker y DJ Imanol. La marca afirma que esas actuaciones llenaron la txosna de Tintigorri Konpartsa y convirtieron cada tarde en uno de los focos de mayor movimiento del recinto festivo.

La alianza entre la firma de ginebra y la comparsa se articuló en torno a una presencia continuada durante toda la semana. El espacio de San Nicolás funcionó como punto de servicio y también como lugar de reunión para el público que buscaba música, ambiente de calle y una oferta vinculada al consumo en hostelería. Gin MG enmarca esta acción dentro de su vínculo con las fiestas populares vascas y con el consumo de proximidad.

Durante toda la Aste Nagusia, la barra de la txosna ofreció dos referencias de la marca. La primera fue Gin MG Clásica, que la empresa presenta como su versión más ligada a la tradición. La segunda fue Gin MG Brisa, descrita por la compañía como su nuevo lanzamiento para esta edición.

En el caso de Gin MG Clásica, la firma remite a su servicio habitual, el «Perfect Serve», compuesto por ginebra, tónica, twist de limón y hielo. Sobre Gin MG Brisa, la empresa precisa que se trata de una propuesta con mandarina, pino, higo y laurel, además de un toque salino. La marca añade que esta referencia incorpora ingredientes y botánicos locales.

Gin MG señala que su presencia en Bilbao durante la Semana Grande se ha apoyado en esa doble oferta, una más reconocible para el consumidor habitual de la marca y otra vinculada a una formulación nueva. La empresa defiende que esa combinación ha permitido adaptar su propuesta a distintos perfiles de público dentro de un mismo espacio festivo.

La ginebra se elabora en Vilanova i la Geltrú desde hace más de siete décadas, según informa la compañía. La firma añade que fue creada por Manuel Giró en 1940 y que figura entre las primeras ginebras fabricadas en España desde mediados del siglo pasado. También asegura que se prepara con productos 100% naturales.

La empresa explica además que la destilación se realiza de manera manual en alambiques de cobre y bajo el estilo London Dry Gin. Dentro de esa línea, Gin MG mantiene como eje de comunicación el «Perfect Serve», una fórmula que la marca identifica con su manera de presentar el producto tanto en bares como en el consumo doméstico.

Gin MG forma parte del catálogo de Amer Global Brands, empresa familiar con más de treinta años de trayectoria en Iberia, que abarca España, Portugal, Canarias y Andorra. Según la propia compañía, su actividad se centra en la representación y el desarrollo de marcas de bebidas en categorías como ginebras, RTD, rones, whiskies, licores, aperitivos, zumos y mixers.

Amer Global Brands incluye entre sus marcas propias a Gin MG, Coppa, Cuckoo, Santísima Trinidad, Trigo Limpio y Le Tribute. La empresa añade que también distribuye en exclusiva enseñas como Cointreau, Salitos, Finlandia, The Botanist, Rémy Martin, Fernet-Branca, Carpano y Antica Formula. Su red comercial y de marketing opera, según la compañía, tanto en hostelería como en alimentación en España y Portugal.