vinetur

Hendrick’s rompe nueve años sin novedades permanentes con una ginebra de azahar y cacao

La receta combina rosa, pepino, azahar y cacao para atraer a nuevos consumidores de ginebra

miércoles 2 de septiembre de 2026



Hendrick’s Gin presentó este miércoles, 2 de septiembre, Another Hendrick’s, una nueva ginebra que se incorpora de forma permanente a su gama. La empresa la sitúa como la primera novedad estable de la marca en nueve años y la plantea como una

variante que conserva la base habitual de rosa y pepino y añade flor de azahar y granos de cacao.

La nueva referencia llega coincidiendo con el arranque de septiembre, un periodo en el que muchas marcas de bebidas reactivan lanzamientos y campañas ligados al regreso a la actividad tras el verano. En este caso, Hendrick’s orienta su propuesta a encuentros informales y consumo en coctelería, con una botella blanca que se diferencia del envase oscuro de estilo boticario de su ginebra clásica.

La compañía describe Another Hendrick’s como una ginebra fresca, suave y con un punto de dulzor ligero. Según traslada la marca, el azahar aporta una parte cítrica y floral, mientras que el cacao introduce profundidad en boca sin romper el perfil reconocible de Hendrick’s, construido desde sus inicios sobre la combinación de pepino y rosa.

Lesley Gracie, maestra destiladora de Hendrick’s, vincula el proyecto con dos ingredientes por los que siente especial interés: el chocolate y las flores. Gracie afirma que buscaba unir ambos elementos de una forma coherente con la identidad de la casa y que trabajó en esa dirección a partir de pruebas realizadas en el invernadero tropical del Hendrick’s Gin Palace, las instalaciones de la firma en Ayrshire, en Escocia.

En su valoración, Another Hendrick’s ofrece una versión distinta de lo que la marca ha venido haciendo durante los últimos 25 años. La destiladora sostiene que la mezcla de azahar y cacao es poco frecuente en ginebra y que el resultado final combina frescura, un dulzor sutil y un perfil con más recorrido en paladar.

Hendrick’s encuadra este lanzamiento dentro de una idea de dualidad que, a juicio de la empresa, forma parte de su identidad: unir ingredientes que no suelen aparecer juntos y mantener a la vez ligereza y complejidad. Con esa base, la marca señala que Another Hendrick’s busca conectar con una nueva generación de consumidores de ginebra sin apartarse de las cualidades esenciales de su receta original.

Nora Torpey, directora general de la marca, considera que la nueva incorporación va más allá de ampliar el surtido. En su opinión, mostrar otra cara de Hendrick’s puede reforzar su posición en el segmento premium de las bebidas espirituosas y ampliar su

alcance entre públicos que buscan sabores menos convencionales dentro de la ginebra.

La marca también ha acompañado el lanzamiento con propuestas de servicio pensadas para coctelería. Para el combinado clásico, mantiene la fórmula de 50 ml de Hendrick’s Original Gin o Another Hendrick’s Gin con 150 ml de tónica premium y tres rodajas de pepino. Charmaine Thio, embajadora de la marca, recomienda además una versión del spritz con 45 ml de Another Hendrick’s, 45 ml de zumo de manzana, 45 ml de prosecco, 60 ml de soda y una cucharadita de licor de cereza, decorada con pepino, una cereza de cóctel y un toque de limón.

Thio también menciona otra receta basada en la ginebra original de Hendrick’s, con zumo de manzana, prosecco, soda y salmuera de aceitunas. La firma busca así dar a la nueva referencia una salida inmediata en bares y reuniones informales, un terreno en el que las marcas suelen apoyarse para acelerar el conocimiento de producto cuando introducen sabores menos habituales.

Another Hendrick’s tiene una graduación alcohólica del 41,4%, la misma que Hendrick’s Gin. La empresa fija su precio de venta recomendado en 34,50€ y mantiene para ambas referencias un proceso de elaboración en pequeños lotes de 500 litros, con dos alambiques y una mezcla de 11 botánicos a la que se añaden las infusiones de rosa y pepino que han definido a la marca.

La trayectoria de Gracie dentro de Hendrick’s arranca en 1999, cuando Charles Gordon, bisnieto de William Grant, le propuso crear una ginebra de gama alta distinta a lo que había en el mercado. Desde entonces, la destiladora ha firmado las innovaciones de la casa y, según la empresa, Another Hendrick’s nace de ese mismo enfoque: introducir combinaciones poco comunes sin perder continuidad con la receta que dio origen a la marca.