vinetur

# Croft Twist lanza un estuche inspirado en el abanico andaluz para impulsar su Fino Spritz

La edición especial refuerza la campaña de González Byass para afianzar esta bebida en el aperitivo

lunes 7 de septiembre de 2026




Croft Twist ha anunciado este lunes, 7 de septiembre, el lanzamiento de un estuche especial inspirado en el abanico andaluz con motivo del Día del Fino Spritz, que la marca celebrará el próximo 25 de septiembre. La edición estará disponible durante este mes y forma parte de la campaña con la que González Byass quiere dar visibilidad

a esta bebida en el momento del aperitivo.

La fecha del 25 de septiembre fue creada por la propia marca en 2024, con la idea de rendir homenaje al Fino Spritz. En esta ocasión, la firma vincula la celebración a una presentación especial que toma como referencia uno de los símbolos más conocidos de Andalucía. El estuche se ha diseñado con los colores habituales de Croft Twist y sitúa el abanico como elemento central de la imagen.

La empresa asocia esa elección a una lectura actual de un icono tradicional andaluz. Con ello, busca unir la identidad del producto con un objeto muy ligado a la cultura del sur de España, al tiempo que refuerza la vinculación de la marca con su origen en Jerez de la Frontera.

Croft Twist se elabora en las bodegas de González Byass y se presenta como un Fino Spritz de baja graduación, con 5,5% de alcohol. La compañía precisa que su preparación parte de vino fino y de ingredientes naturales como la hierbabuena y el limón. También señala que el producto tiene burbuja fina y está pensado para un consumo ligado a reuniones informales y al aperitivo.

El movimiento llega en un momento en el que las bebidas de menor graduación ganan presencia en bares, terrazas y encuentros sociales, con formatos que buscan un consumo más ligero. En ese espacio, Croft Twist quiere afianzar la categoría Fino Spritz, una propuesta que conecta el vino de Jerez con una preparación más cercana al combinado listo para servir.

La empresa sitúa a la marca como pionera de ese concepto y recuerda que su implantación comenzó en el sur de España. Tras esa primera etapa, Croft Twist ha iniciado su llegada a Madrid, un paso que González Byass enmarca en su plan de expansión dentro del mercado nacional. La compañía usa la expresión “efecto Croft Twist” para referirse a la acogida que atribuye al producto en los puntos donde ya está presente.

Beatriz Núñez Guerra, senior brand manager de la marca, afirma que Croft Twist nació con el objetivo de liderar una categoría vinculada a nuevas formas de socializar, “más ligeras, más flexibles y más espontáneas”. La responsable añade que la evolución de la

marca confirma, a juicio de la empresa, el potencial del Fino Spritz para conectar con consumidores jóvenes sin perder el vínculo con su origen.

Núñez Guerra sostiene además que este lanzamiento busca impulsar esa línea de crecimiento y reforzar la posición de Croft Twist dentro de la categoría. La iniciativa se apoya en un elemento visual reconocible y en una fecha propia del calendario promocional de la marca, que volverá a celebrarse el próximo 25 de septiembre.

Con esta edición, González Byass mantiene la apuesta por una bebida que presenta como el Fino Spritz original del sur de Andalucía. El nuevo estuche llegará a los canales de venta durante septiembre, coincidiendo con la campaña previa a esa celebración.