vinetur

# Señorío de Montanera y Lustau lanzan un estuche limitado para el aperitivo en casa

La propuesta reúne ibérico de bellota de Extremadura con vermut de Jerez en formato regalo

martes 15 de septiembre de 2026




Este martes, 15 de septiembre, Señorío de Montanera y Lustau anunciaron una colaboración centrada en el aperitivo con el lanzamiento de un estuche regalo de edición limitada. La propuesta une productos de ambas casas: ibéricos de bellota de la

D.O.P. Dehesa de Extremadura y vermut de Jerez.

Las dos empresas sitúan esta iniciativa en el arranque de septiembre, cuando vuelve la rutina tras el verano y regresan también las reuniones con amigos, las sobremesas y el consumo ligado al aperitivo. Con ese planteamiento, la alianza busca asociar dos categorías muy presentes en la gastronomía española en un mismo formato de regalo.

Señorío de Montanera trabaja en el segmento de los ibéricos de bellota amparados por la Denominación de Origen Protegida Dehesa de Extremadura. Lustau, por su parte, es una bodega del Marco de Jerez con presencia en la elaboración de vinos y vermuts de esa zona. La colaboración acerca dos productos con perfiles distintos, pero habituales en un mismo momento de consumo: la mesa del aperitivo.

El estuche, presentado como una edición limitada, se plantea como una propuesta conjunta para consumo propio o para regalo. Las compañías no vinculan el lanzamiento a una campaña puntual de restauración, sino al valor social del aperitivo como momento compartido antes de la comida o en la sobremesa.

La operación tiene también una lectura comercial clara. Las alianzas entre marcas de alimentación y bebida permiten reunir públicos afines y dar más visibilidad a productos con un posicionamiento similar. En este caso, la combinación de ibérico de bellota y vermut de Jerez se apoya en dos categorías ligadas a la tradición gastronómica y al consumo pausado.

La D.O.P. Dehesa de Extremadura ampara jamones y paletas ibéricas elaborados en ese territorio bajo unas normas de origen y calidad. En paralelo, el vermut de Jerez forma parte de una categoría elaborada a partir de vinos del Marco de Jerez, una zona con larga trayectoria vitivinícola. Esa relación con el origen es uno de los ejes de la colaboración anunciada por ambas firmas.

El movimiento se produce además en un momento en el que muchas marcas buscan fórmulas de edición limitada para reforzar su presencia en fechas concretas del calendario comercial. Septiembre suele marcar la vuelta de la actividad ordinaria tras el verano y, con ella, el repunte de encuentros informales en casa y en hostelería, un terreno en el que el aperitivo mantiene peso propio.

Ambas empresas presentan la unión como una forma de poner en valor ese ritual social a través de dos productos que, por separado, ya tienen un lugar consolidado en la mesa. El formato conjunto permite ofrecer una experiencia cerrada alrededor del consumo compartido, sin salir de categorías conocidas por el público.

Con esta colaboración, Señorío de Montanera y Lustau se suman a una línea de acuerdos entre marcas de alimentación y bebida que buscan asociar origen, categoría y ocasión de consumo. En su caso, la apuesta se concentra en un estuche de edición limitada que vincula la dehesa extremeña y el Marco de Jerez en una misma propuesta para el aperitivo.