vinetur

Anís del Mono recupera el origen parisino de su icónica botella en una edición limitada

El lanzamiento rescata la historia del relieve adiamantado del envase, convertido en símbolo navideño en muchas casas

martes 22 de septiembre de 2026


ANIS DEL MONO
ANIS DEL MONO
ANIS DEL MONO
DULCE
VICENTE BOSCH
BADALONA
1870
EDICIÓN LIMITADA

Anís del Mono pondrá a la venta a partir de noviembre su Edición Limitada 2026, una botella de 1 litro con la que la marca recupera el episodio que, de acuerdo con la empresa, está en el origen de su diseño adiamantado. La presentación se ha dado a conocer este martes, 22 de septiembre, y forma parte de la colección navideña que la casa comercializa cada año desde 2014.

Bajo el lema “La esencia del viaje”, la edición remite a un desplazamiento de Vicente Bosch a París a finales del siglo XIX. Osborne, grupo propietario de la marca, sitúa allí el momento en el que su fundador buscaba un perfume para su mujer en la plaza Vendôme y encontró la inspiración para el relieve del envase. La compañía vincula esa escena con el nacimiento de una botella que acabaría convirtiéndose en uno de los rasgos más reconocibles de Anís del Mono.

Natalia Gómez, directora de marketing de Spirits & Wines en Osborne, afirma que la edición quiere recuperar “la elegancia de esa anécdota en París” que dio lugar al frasco adiamantado y convertirla en una pieza pensada para las celebraciones de fin de año.

La nueva referencia mantiene en su interior el anís dulce de la marca. Osborne señala que se elabora con la receta histórica de finales del siglo XIX y que sigue destilándose en los alambiques de cobre instalados en 1870. La firma asocia este producto al consumo de sobremesa y también a su uso en postres, cafés e infusiones.

Uno de los elementos centrales del lanzamiento es la propia textura del vidrio. El relieve de la botella quedó unido con el paso del tiempo al sonido que produce al rascarse, una costumbre muy asentada en reuniones navideñas en España. Ese uso ha convertido el envase en un pequeño instrumento improvisado en muchas casas y ha reforzado su identificación con la marca durante varias generaciones.

La etiqueta de la edición de 2026 recrea el episodio parisino con una ilustración en la que aparece el mono de la marca sobre un baúl de viaje mientras perfuma a una manola con el frasco original. Osborne relaciona esa imagen con los carteles modernistas de Ramón Casas y con la tradición gráfica de la destilería de Badalona.

La botella se comercializará en formato de 1 litro con un precio de venta recomendado de 12,33 euros. La distribución está prevista en comercios, tiendas en internet y en la web de Osborne a partir de noviembre.

Anís del Mono fue fundada en 1870 por Vicente Bosch en Badalona. La empresa sitúa en 1902 la patente de su botella y subraya que la fábrica modernista de la marca forma parte de su legado industrial. En la actualidad, Anís del Mono y Licores del Mono están integrados en el Grupo Osborne, compañía española con más de 250 años de trayectoria.