vinetur

Williams & Humbert lanza Pando Spritz para llevar el jerez al aperitivo de un público más joven

La bodega encarga a Fandarama una imagen propia para competir en una categoría muy reconocible

lunes 16 de noviembre de 2026



Bodegas Williams & Humbert ha lanzado este lunes, 16 de noviembre, Pando Spritz, una nueva bebida ligeramente espumosa con la que busca entrar en la categoría del spritz y ganar presencia en el momento del aperitivo. Para el desarrollo del lanzamiento, la bodega ha trabajado con el estudio creativo Fandarama, encargado del

concepto, la dirección de arte, la fotografía y el sistema visual de la campaña.

La nueva propuesta incorpora mano de Buda, un cítrico de aroma intenso, y hierbabuena. La compañía enmarca este movimiento en su intención de adaptar los vinos de Jerez a formatos y consumos más próximos al tardeo y a un público de menor edad, sin salir del terreno de la tradición bodeguera con la que opera desde hace décadas.

El proyecto se apoya en un modelo de producción mixto. Fandarama explica que ha combinado el trabajo manual en el set con herramientas de inteligencia artificial para construir las piezas visuales del lanzamiento. Esa fórmula, añade el estudio, ha permitido mantener elementos propios de una sesión fotográfica convencional, como la preparación de la luz, el tratamiento del hielo, la cristalería o la textura de los ingredientes botánicos, al tiempo que ha incorporado recursos digitales en la fase de desarrollo de contenidos.

La parte visual gira en torno a una estética sobria y a una paleta de verdes tomada de la hierbabuena y del propio cristal de la botella. Fandarama señala que la puesta en escena se apoya en luz direccional, composiciones limpias y la presencia de la mano de Buda como ingrediente reconocible. El objetivo, en palabras del estudio, era “dejar respirar al producto” y apartarse de los bodegones recargados que suelen asociarse a este tipo de bebidas.

La colaboración responde también a una cuestión comercial. Williams & Humbert entra en una categoría con códigos gráficos muy asentados y con marcas muy reconocibles para el consumidor. Por eso, el encargo a Fandarama no se limitó a producir imágenes de campaña, sino que abarcó la creación de un lenguaje propio para que la botella pudiera identificarse a primera vista dentro de ese segmento.

La empresa sostiene que Pando Spritz forma parte de un esfuerzo por actualizar la percepción del jerez y acercarlo a nuevos usos. En el sector del vino, este tipo de lanzamientos busca abrir ocasiones de consumo distintas a las habituales, con propuestas más ligeras y fáciles de servir, ligadas al aperitivo y a reuniones informales. En este caso, la bodega sitúa el producto en ese espacio y lo relaciona con sabores cítricos y herbales.

Williams & Humbert fue fundada en 1877 y está gestionada por la familia Medina. La compañía, vinculada a la D.O. Jerez-Xérès-Sherry, afirma que tiene presencia en más de 70 países. En su cartera figuran marcas como Canasta, Dry Sack, Gran Duque de Alba, Dos Maderas y Cubical, además de Fino Pando, nombre con el que ahora se presenta esta nueva referencia orientada al spritz.

Fandarama, por su parte, se define como un estudio de branding, diseño y creación de contenidos. La firma trabaja en identidad visual, activación digital y desarrollo de campañas, y sostiene que combina oficio manual con nuevas tecnologías en sus procesos de producción. Con Pando Spritz, esa mezcla entre fotografía tradicional e inteligencia artificial pasa a ocupar el centro de la imagen con la que Williams & Humbert quiere abrirse paso en el aperitivo.