vinetur

Ramón Bilbao lanza dos estuches de vino para la campaña de Navidad

La bodega orienta la oferta a regalos para comidas familiares, sobremesas y brindis navideños

miércoles 18 de noviembre de 2026



Ramón Bilbao ha puesto en marcha su campaña de Navidad con dos estuches centrados en Ramón Bilbao Edición Limitada y Ramón Bilbao Reserva. La bodega, integrada en Zamora Company, presentó este miércoles, 18 de noviembre, una propuesta con la que busca asociar el regalo de vino a las reuniones familiares, las sobremesas y los brindis propios de estas fechas. Los precios de venta al público recomendados son de 35€ para Edición Limitada y de 33€ para Reserva.

La iniciativa se apoya en dos perfiles de consumo. Por un lado, la firma sitúa Ramón Bilbao Edición Limitada como una opción para quienes preparan cenas y celebraciones con un planteamiento más actual. Por otro, vincula Ramón Bilbao Reserva a un

consumo más ligado a las costumbres familiares y a las comidas largas de Navidad. La empresa resume esa idea en su lema de marca, Hechos para sentir.

En el caso de Ramón Bilbao Edición Limitada, la bodega lo presenta como un vino pensado para anfitriones y para consumidores que buscan una referencia distinta dentro de las celebraciones navideñas. La compañía señala que está elaborado a partir de una selección de uvas y criado en barricas de alta calidad. En su ficha de producto, Ramón Bilbao describe aromas de fruta negra madura, pimienta negra, clavo y chocolate.

Ramón Bilbao Reserva se orienta, en cambio, a un consumo más clásico dentro de la gama de la casa. La bodega informa de que se elabora con tempranillo, graciano y mazuelo, y de que pasa por barrica de roble americano. La firma asocia esta referencia al perfil tradicional de Rioja Alta y la describe con notas de fruta roja madura y roble.

Los dos estuches estarán disponibles en Club Venturio, la tienda oficial de la marca, y en una red limitada de puntos de venta. Ramón Bilbao Edición Limitada podrá comprarse en Amazon, Gadisa y Froiz. Ramón Bilbao Reserva llegará a Alcampo, Amazon, Gadisa y Froiz. Con este reparto, la marca combina venta directa y distribución en cadenas de alimentación y comercio electrónico, una fórmula habitual en la campaña navideña del sector del vino.

La salida de estos formatos coincide con una de las etapas de mayor actividad comercial para bodegas y distribuidores. En las semanas previas a Nochebuena y Reyes, el vino gana peso tanto en la cesta de la compra como en el regalo de empresa y en los compromisos familiares, lo que explica la aparición de estuches y presentaciones pensadas para regalo.

Ramón Bilbao fue fundada en Haro en 1924 y opera en las zonas vitivinícolas de Rioja y Rueda. La compañía afirma que en los últimos años ha reforzado una imagen de marca vinculada al origen, a un estilo de Rioja más fresco y frutal y al desarrollo de experiencias de enoturismo. Dentro de esa línea, la bodega mantiene actividad tanto en la elaboración de vino como en propuestas para visitantes en Rioja y Rueda.

La firma forma parte de Zamora Company, grupo español de capital 100% familiar dedicado a vinos y espirituosos. La empresa informa de que está presente en más de 80 países, cuenta con más de 580 empleados y registró una cifra de negocio neta de 255 millones de euros en 2025. Además de Ramón Bilbao, su cartera incluye marcas como Licor 43, Mar de Frades, Lolea, Martin Miller’s Gin, Cruz de Alba y Godeval, entre otras.