vinetur

Figuero lanza un estuche navideño de lujo con solo 300 unidades

Incluye un Pago de Torrosillo, dos copas Riedel y un envase reutilizable hecho a mano

miércoles 18 de noviembre de 2026



La familia Figuero ha lanzado este miércoles, 18 de noviembre, una edición limitada de 300 estuches para la campaña de Navidad. La propuesta se vende por 100 euros, IVA incluido, y reúne una botella de Pago de Torrosillo 2019, dos copas Riedel Veloce

Syrah/Shiraz y un estuche cilíndrico reutilizable elaborado a mano.

La bodega sitúa este producto en el segmento del regalo de alta gama y lo presenta como una alternativa al formato habitual de estuche de madera. Su planteamiento, en palabras de la propia firma, pasa por combinar originalidad, exclusividad y calidad en una sola referencia pensada para las celebraciones navideñas.

El estuche tiene forma cilíndrica y está fabricado a mano con materiales que la empresa califica de alta calidad. Figuero añade que el envase se ha concebido para tener una segunda vida una vez abierto, ya sea como complemento para un picnic o como objeto decorativo.

El eje del lote es Pago de Torrosillo 2019, un vino 100% Tinto Fino que la bodega califica como añada excelente. Procede de la Parcela Torrosillo, plantada en 1950 a 840 metros de altitud, sobre suelo arcillo-calizo, en La Horra. La empresa señala que esa parcela se vinifica por separado por sus particularidades y que de ella sale un vino con profundidad, precisión y carácter.

La elección de las copas también forma parte del mensaje comercial del lanzamiento. Figuero ha incorporado dos Riedel Veloce Syrah/Shiraz y sostiene que su tamaño y su geometría favorecen una mayor apertura aromática, con el objetivo de que Pago de Torrosillo exprese mejor sus matices.

El precio es uno de los elementos más llamativos del paquete. La compañía fija en 79,50 euros el valor de la botella y en 63 euros el de las dos copas, de modo que la suma de ambos productos asciende a 142,50 euros, sin contar el estuche. Pese a ello, el conjunto completo sale al mercado por 100 euros, IVA incluido, dentro de una serie cerrada de 300 unidades para la campaña navideña de 2026.

Con esta operación, la familia Figuero busca reforzar el peso del regalo experiencial dentro de su catálogo, apoyándose en un vino de parcela, una cristalería especializada y un envase reutilizable como elementos de una misma oferta comercial.