vinetur

Freixenet vuelve a la T1 de Barcelona-El Prat con regalos personalizados para viajeros

La campaña navideña ofrece degustaciones, botellas con cinta personalizada y una nueva tarjeta de felicitación

martes 24 de noviembre de 2026



Freixenet ha vuelto por tercer año consecutivo a la Terminal 1 del Aeropuerto Josep Tarradellas Barcelona-El Prat con una acción comercial ligada a la campaña de Navidad que permite a los viajeros probar productos de la marca y personalizar regalos. La

instalación funciona desde el 29 de octubre y seguirá abierta hasta finales de enero de 2027.

La compañía, que desarrolla esta iniciativa junto a Avolta, ha situado el espacio en la T1 con un formato centrado en la venta, la degustación y la personalización de botellas. La principal novedad de esta edición es la incorporación de tarjetas de felicitación personalizadas para acompañar las compras, una opción que se suma al servicio ya conocido del Ribbon Bar.

Ese punto de personalización permite añadir a la botella una cinta decorativa con un mensaje elegido por el cliente. Freixenet plantea que en esa cinta pueda figurar un nombre, una fecha, un destino de viaje o una ciudad con valor personal para quien hace el regalo. A esa opción se añade ahora la tarjeta, con la que el comprador puede completar el obsequio dentro del mismo espacio del aeropuerto.

La empresa ha ubicado la instalación junto al emplazamiento que utilizó el año pasado. Freixenet sostiene que la nueva posición ofrece más visibilidad para los pasajeros que llegan al aeropuerto. El espacio incorpora además una campana como elemento visual para atraer la atención de los viajeros y reforzar el ambiente de la campaña navideña.

Ramon Olive, responsable de ventas del área de travel retail en Henkell Freixenet Export, señaló que la compañía buscaba repetir una fórmula que ya ha utilizado en las dos campañas anteriores en Barcelona. En palabras del directivo, el objetivo es que los viajeros puedan conocer el surtido de la marca, participar en una degustación y salir con un regalo personalizado. Olive añadió que la propuesta pretende dar un valor añadido a las compras navideñas dentro del canal aeroportuario.

La oferta reunida en la T1 incluye algunas de las referencias más conocidas de la casa. Freixenet sitúa en ese espacio productos como Cordón Negro, Cordón Rosé, Freixenet Vintage y Freixenet Prosecco. Junto a ellos, la empresa incorpora otras referencias más recientes, entre ellas Freixenet Mallorca Limited Edition y Freixenet Solare.

Solare cuenta con un espacio propio de exposición dentro de la instalación. La marca lo presenta como una de sus novedades de 2026 y lo vincula a la categoría de aperitivo mediterráneo. Con ese producto, Freixenet amplía en el aeropuerto una oferta que no

se limita al cava y a los espumosos clásicos, sino que intenta cubrir distintos perfiles de compra dentro de un punto de venta con mucho tránsito internacional.

La elección del aeropuerto responde a una lógica habitual en el negocio del travel retail, donde las marcas de bebidas utilizan campañas temporales para captar compras de última hora, regalos y consumo vinculado al viaje. En ese tipo de espacios, la personalización suele funcionar como un incentivo añadido, porque convierte un producto ya conocido en un artículo con un mensaje propio y listo para entregar.

Freixenet mantiene en Barcelona una de sus acciones visibles en ese canal durante el final del año. La empresa tiene su sede en Sant Sadurní d’Anoia y fue fundada en 1914, aunque sitúa sus raíces en 1861. También afirma ser la marca líder en cava en el mundo y la número 1 internacional en vinos espumosos, de acuerdo con IWSR.

Entre sus productos más conocidos figuran Cordón Negro y Carta Nevada. La compañía comercializa su gama en más de 130 países y en los últimos años ha ampliado su catálogo con referencias como Elyssia, Freixenet 0,0%, Freixenet Prosecco, la colección Freixenet Selección Especial y Freixenet Solare Spritz.