vinetur

Ramón Bilbao lanza estuches de Navidad para Edición Limitada y Reserva

La bodega adapta dos vinos ya conocidos al regalo en comidas y sobremesas

martes 24 de noviembre de 2026



Ramón Bilbao ha lanzado este martes, 24 de noviembre, dos estuches especiales para la campaña de Navidad con sus vinos Edición Limitada y Reserva. La bodega, integrada en Zamora Company, presenta ambos formatos como una apuesta centrada en el regalo y en el consumo durante comidas, cenas y reuniones familiares propias de estas fechas.

La iniciativa no supone la llegada de dos vinos nuevos al mercado, sino la adaptación de dos referencias ya conocidas de la casa a un formato de temporada. En el sector del vino, la recta final del año suele concentrar una parte relevante de las ventas ligadas al regalo, a las cestas y a la compra para celebraciones, por lo que muchas bodegas

reservan para estas semanas envases y estuches específicos.

Ramón Bilbao divide su propuesta navideña en dos perfiles. Por un lado, sitúa Edición Limitada como la opción pensada para consumidores que buscan un vino con un estilo menos clásico para celebraciones y cenas organizadas en casa. Por otro, vincula Reserva a un consumo más asociado a las sobremesas largas y a las reuniones familiares que se repiten cada año en Navidad.

Sobre Ramón Bilbao Edición Limitada, la bodega explica que está elaborado a partir de una selección de uvas y criado en barrica. En su descripción comercial, la firma habla de aromas de fruta negra madura y de notas de pimienta negra, clavo y chocolate. La marca dirige este estuche a quienes quieren regalar vino con una imagen más actual o llevar una referencia distinta a comidas y cenas de grupo.

En el caso de Ramón Bilbao Reserva, la casa lo sitúa dentro de la tradición riojana. Indica que se elabora con tempranillo, graciano y mazuelo y que envejece en barrica de roble americano. La bodega atribuye a este vino aromas de fruta roja madura y notas de roble, y lo asocia a un consumo más ligado a los encuentros familiares y a las celebraciones de corte más clásico.

Los dos estuches estarán disponibles en Club Venturio y en puntos de venta seleccionados. El de Edición Limitada se venderá en Amazon, Gadisa y Froiz, mientras que el de Reserva llegará a Alcampo, Amazon, Gadisa y Froiz. Los precios de venta recomendados son de 35€ para Edición Limitada y de 33€ para Reserva.

Con esta campaña, Ramón Bilbao refuerza además su posicionamiento Hechos para sentir, una línea de comunicación con la que la marca busca asociar el vino a momentos compartidos y al valor del regalo en fechas señaladas. La firma insiste en que su mensaje para la Navidad pasa por poner el foco en la reunión, el brindis y la sobremesa más que en el producto aislado.

Ramón Bilbao fue fundada en Haro en 1924 y mantiene actividad en Rioja y Rueda. La marca forma parte de Zamora Company, un grupo español de capital 100% familiar dedicado a vinos y espirituosos. La empresa afirma que opera en más de 80 países, cuenta con más de 580 empleados y registró una cifra neta de negocio de 255 millones de euros en 2025. También dispone de plantas de producción en España, Italia y EE.UU.