vinetur

Exótica Gin 1890 renueva su imagen para atraer a un público joven y exigente

La ginebra sevillana apuesta por autenticidad y modernidad sin perder su esencia original

miércoles 24 de septiembre de 2025



Grupo Luis Caballero ha presentado este martes la nueva imagen de Exótica Gin 1890, una ginebra premium originaria de Constantina, Sevilla. La marca, conocida por ser la primera aromatizada con mora y canela, inicia así una etapa en la que busca acercarse a un público más joven y exigente, sin perder los valores que la han definido desde su creación.

La renovación de la identidad visual y el posicionamiento estratégico de Exótica Gin 1890 ha sido desarrollada por la agencia creativa Pavlov (IKI Group). El proceso ha incluido la actualización del logotipo, la definición de una arquitectura de marca propia y la creación de un universo visual coherente para todos los canales de comunicación. El nuevo lema, “Ser auténtico es muy exótico”, resume el mensaje que la marca quiere transmitir: autenticidad y cercanía, alejándose de las tendencias artificiales que predominan en el sector.

El rediseño se refleja en todos los puntos de contacto con el consumidor, desde las redes sociales hasta la nueva web ginebraexotica.com. El sitio web apuesta por una estética moderna y directa, con un tono de voz que busca conectar con las generaciones más jóvenes, especialmente GenZ y Millenial. La comunicación se dirige a personas extrovertidas y comprometidas, que valoran disfrutar con amigos y defender sus gustos personales sin necesidad de justificarse.

Ferran Clari, director de Pavlov (IKI Group), ha explicado que el trabajo realizado ha partido del respeto al legado de Destilerías Constantina. Según Clari, el objetivo era proyectar la marca hacia las preferencias actuales sin perder su esencia original. El resultado es una identidad visual que pretende conectar emocionalmente con quienes buscan autenticidad en sus elecciones.

Exótica Gin 1890 se presenta como una ginebra singular por su combinación de mora silvestre y canela. Esta mezcla aporta aromas botánicos frescos y un perfil diferente dentro del mercado nacional. La marca subraya que su propuesta se aleja de lo convencional y está pensada para quienes buscan experiencias nuevas en cada copa.

En 2024, Grupo Luis Caballero firmó un acuerdo con Jaime García Ávila y Destilerías de Constantina para distribuir en exclusiva las dos referencias principales: 1890 Exótica y Exótica 20. Carlos Núñez Rodríguez, responsable de marketing del grupo, ha señalado

que la colaboración con IKI Group ha permitido crear una propuesta creativa fiel al origen de la ginebra y adaptada a los gustos actuales. Núñez Rodríguez afirma que el trabajo conjunto ha servido para evitar modas pasajeras y construir una imagen genuina que conecta con el público objetivo.

La nueva etapa de Exótica Gin 1890 busca consolidar su presencia en el mercado nacional e impulsar su reconocimiento entre consumidores jóvenes interesados en productos auténticos. Con esta renovación, Grupo Luis Caballero refuerza su apuesta por marcas con historia propia y capacidad para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo.