vinetur

Exótica Gin 1890 lanza campaña en Andalucía para conquistar a jóvenes con mora y canela

La marca sevillana apuesta por autenticidad y presencia digital para diferenciarse en el mercado premium de ginebras

lunes 13 de octubre de 2025


GINEBRA 1890
EXÓTICA

EXÓTICA Gin 1890, una ginebra premium originaria de Constantina (Sevilla), ha iniciado este mes de octubre una campaña publicitaria en Andalucía. La marca, distribuida por Grupo Luis Caballero, busca conectar con consumidores jóvenes, especialmente Millennials y miembros de la Generación Z. Para ello, ha puesto en marcha acciones en exteriores, campañas digitales y estrategias de geolocalización en zonas de ocio nocturno de Sevilla, Cádiz y Huelva.

La campaña se desarrolla durante octubre y noviembre, coincidiendo con fechas señaladas como el 12 de octubre, Halloween y el Día de Todos los Santos. El objetivo es aumentar la visibilidad de la marca en mobiliario urbano y plataformas digitales. Entre las acciones previstas se incluyen jornadas promocionales en medios locales, publicidad programática en páginas web de estilo de vida y circuitos de pantallas en lugares conocidos como Las Setas de Sevilla y el Mercado Gourmet de Triana. Además, la marca tendrá presencia en plataformas como Youtube, Meta y Spotify.

Como parte del lanzamiento, EXÓTICA Gin organizó un evento exclusivo en Sevilla dirigido a medios de comunicación e influencers. Durante el encuentro se presentó el nuevo posicionamiento e imagen de la marca. Carlos Nuñez, responsable de marketing del Grupo Luis Caballero, y Jaime García Ávila, creador y propietario de la ginebra, explicaron los cambios realizados. El evento incluyó un taller de coctelería molecular al que asistieron Luis Caballero, presidente del grupo distribuidor, y Luis Luengo, director general.

La nueva imagen ha sido desarrollada por la agencia creativa Pavlov (IKI Group). El diseño apuesta por la autenticidad y la espontaneidad. EXÓTICA Gin 1890 es una ginebra aromatizada con mora y canela que busca diferenciarse del resto del mercado premium. La marca utiliza mensajes que ponen en valor su origen local y su carácter genuino. Ejemplos de estos mensajes son “Sabemos que mora y canela no es muy de ginebra premium pero… es que está treeeemenda” o “Quedarnos en Constantina no es muy de ginebra premium pero… nos encanta nuestro pueblo”.

El universo visual renovado se aplica a todos los canales: redes sociales, campañas públicas y la nueva página web. La estrategia se dirige a un público joven que valora la autenticidad y la libertad para elegir lo que le gusta sin seguir modas ni justificar sus

preferencias.

Carlos Nuñez ha explicado que el nuevo posicionamiento refleja el compromiso del grupo con la autenticidad. Según sus palabras, EXÓTICA Gin 1890 representa una propuesta diferente dentro del segmento premium gracias a su fusión de mora silvestre y canela. La botella azul y el arraigo a Constantina refuerzan esa identidad propia.

La campaña también incluye fiestas tardeo en las principales ciudades andaluzas donde tiene presencia la marca. Estas actividades buscan acercar el producto al público objetivo mediante experiencias directas.

Con esta iniciativa, EXÓTICA Gin 1890 pretende consolidar su presencia en Andalucía e impulsar su reconocimiento entre los consumidores jóvenes interesados en bebidas diferentes dentro del sector premium.