vinetur

Nomad Outland Whisky renueva su imagen para afianzar su posición en el segmento premium

La marca apuesta por la barrica rosa de los vientos y el envejecimiento en Jerez

jueves 18 de diciembre de 2025



Nomad Outland Whisky ha presentado este jueves su nueva imagen de marca. La compañía, conocida por su método de envejecimiento en barricas de Jerez, busca reforzar su identidad y consolidarse dentro del segmento de whisky premium. El rediseño incluye un nuevo icono: la barrica rosa de los vientos, que representa la unión entre el carácter viajero de Nomad y la experiencia de la marca en la selección de barricas de Jerez para madurar sus whiskies.

La gama actual de Nomad incluye tres referencias principales. Nomad Double Cask se destila y madura primero en barricas ex-Bourbon en Speyside, Escocia, y después se traslada a Jerez para un segundo envejecimiento en botas que contuvieron Pedro Ximénez. Nomad Reserve Triple Cask sigue un proceso similar, pero añade una tercera fase en botas que previamente guardaron VORS Matusalem. Por último, Nomad Single Malt se destila y madura en Dundalk, Irlanda, y completa su envejecimiento en Jerez en botas que contuvieron Oloroso Viejo.

El proceso de envejecimiento tiene lugar en la Bodega Tío Pepe de González Byass, situada en Jerez de la Frontera. Las condiciones climáticas de esta bodega, con temperaturas más altas y menor humedad que las habituales en Escocia o Irlanda, influyen en el perfil final del whisky. Además, las barricas utilizadas son seleccionadas manualmente por el equipo de González Byass, que cuenta con más de 188 años de experiencia en el uso de botas para la crianza de vinos.

Nomad combina métodos tradicionales escoceses e irlandeses con el envejecimiento final en Jerez. Este enfoque aporta matices diferentes a cada referencia y busca atraer tanto a consumidores que valoran la tradición como a quienes buscan productos con personalidad propia.

La nueva imagen pretende reflejar estos valores y reforzar la presencia del whisky Nomad entre los aficionados al whisky madurado en barricas de Jerez. La empresa señala que este cambio visual responde a una estrategia para poner en valor su origen y el proceso único que define a sus productos.