vinetur

Cointreau propone combinar el color del vestido y el cóctel en Nochevieja para personalizar la celebración

La tendencia une moda y coctelería y gana adeptos en España durante las fiestas, con aumento de ventas en bares y restaurantes

lunes 29 de diciembre de 2025



La elección del vestido para la noche de Fin de Año es una de las decisiones más importantes para muchas personas que desean recibir el nuevo año con ilusión y estilo. Este 31 de diciembre, la marca francesa Cointreau ha lanzado una propuesta original: combinar el color del vestido con el cóctel que se servirá durante la celebración. La iniciativa busca unir moda y coctelería, invitando a los consumidores a expresar su personalidad tanto en su atuendo como en su copa.

Según Cointreau, cada color tiene un significado y puede asociarse a un cóctel concreto. El rojo, por ejemplo, se vincula con la pasión y la confianza. Para quienes optan por este tono, la marca sugiere el cóctel Lady in Red, elaborado con Cointreau, zumo de arándanos y lima. El blanco representa paz y nuevos comienzos; en este caso, el cóctel recomendado es el White Lady, que mezcla Cointreau, ginebra y zumo de limón.

El negro es sinónimo de elegancia y poder personal. Para quienes prefieren este color, la propuesta es un Espresso Martini, preparado con café espresso, vodka y Cointreau. El dorado simboliza abundancia y éxito; el cóctel Rolls Royce, que combina Cointreau con vermut seco y whisky, acompaña esta elección.

El plateado se asocia a renovación y cambios positivos. El cóctel The Last Element, con Cointreau, soda y un toque de lima, es la sugerencia para quienes buscan modernidad en su vestimenta. El verde representa salud y equilibrio; el Cointreau Tropical, que incluye piña y lima junto al licor francés, acompaña este color.

El rosa inspira amor propio y relaciones auténticas. Para quienes escogen este tono, el Cosmopolitan es la opción recomendada: una mezcla de Cointreau, vodka, zumo de arándanos y lima. El azul transmite tranquilidad; el Project Gemini, preparado con Cointreau y zumos cítricos, acompaña esta elección.

Por último, el morado se relaciona con espiritualidad e intuición. El cóctel Palominita, que combina Cointreau con zumo de pomelo y soda, es la propuesta para quienes buscan reflexión en esta fecha.

La campaña de Cointreau pone en valor la importancia de los detalles en la celebración del Fin de Año. La marca señala que cada receta está pensada para acompañar los momentos especiales con equilibrio y aroma cítrico. Además del vestido o el cóctel elegido, otros elementos como la música o la decoración también forman parte del ambiente festivo.

La tendencia de combinar moda y coctelería responde al interés por personalizar las celebraciones y buscar nuevas formas de expresión durante fechas señaladas. Según datos del sector hostelero español, las ventas de cócteles aumentan durante las fiestas navideñas y especialmente en Nochevieja. Los bares y restaurantes suelen adaptar sus cartas para ofrecer propuestas originales que acompañen las cenas o los brindis.

Cointreau ha impulsado esta iniciativa a través de redes sociales y colaboraciones con estilistas y bartenders en diferentes ciudades españolas. La marca busca así acercarse a un público joven interesado tanto en la moda como en la gastronomía líquida.

La elección del color del vestido para Fin de Año puede depender de factores personales o culturales. En España es habitual optar por tonos festivos como el rojo o el dorado para atraer buena suerte o prosperidad en el año entrante. Sin embargo, cada vez más personas buscan opciones diferentes que reflejen su estado de ánimo o sus deseos para los próximos meses.

La propuesta de Cointreau ofrece una guía sencilla para quienes aún no han decidido qué ponerse ni qué beber durante la última noche del año. La combinación entre moda y coctelería permite crear una experiencia personalizada que va más allá del simple brindis.

Este 31 de diciembre será posible ver cómo los colores elegidos por los asistentes a fiestas privadas o eventos públicos se reflejan también en sus copas. La iniciativa pretende convertir cada brindis en una declaración personal sobre lo que se espera del nuevo año.

La campaña ha recibido buena acogida entre consumidores y profesionales del sector hostelero. Algunos bares han anunciado menús especiales donde cada plato se marida con un cóctel inspirado en los colores propuestos por Cointreau.

La relación entre moda y gastronomía sigue evolucionando en España. Propuestas como esta muestran cómo las marcas buscan nuevas formas de conectar con sus clientes durante fechas señaladas como Fin de Año. Elegir el color del vestido puede ser solo el primer paso para diseñar una celebración a medida donde cada detalle cuenta.