vinetur

Cointreau impulsa la coctelería sencilla como nuevo símbolo de lujo en casa

La marca apuesta por recetas fáciles y elegantes para transformar cualquier encuentro doméstico en una experiencia especial

lunes 19 de enero de 2026



Durante años, la coctelería ha estado asociada a recetas complejas, técnicas precisas y barras reservadas a un público entendido. Sin embargo, la tendencia actual redefine el lujo y lo acerca al entorno doméstico, apostando por la naturalidad y la sencillez. Este lunes, 19 de enero, Cointreau ha presentado su propuesta para 2026, centrada en desmitificar la coctelería y facilitar la preparación de cócteles en casa sin perder calidad ni sofisticación.

La marca francesa, reconocida por su licor de naranja, defiende que el lujo contemporáneo reside en la autenticidad y en la capacidad de disfrutar sin complicaciones. Según Cointreau, cuando el ingrediente es de calidad, la experiencia no necesita artificios. La firma propone recetas con pocos pasos y resultados cuidados, donde cada mezcla se convierte en un gesto elegante y natural.

Entre las propuestas de la temporada destaca el Cointreau Noir On The Rocks, una combinación de licor de naranja y coñac que se sirve únicamente con hielo. Esta mezcla busca transmitir la esencia del lujo discreto, apostando por el equilibrio, el carácter y la simplicidad. La receta prescinde de adornos y técnicas complejas, poniendo el foco en la calidad del producto y en el tiempo de disfrute.

Otra de las novedades es el Cointreau Breeze, un cóctel que combina la frescura cítrica del licor con notas suaves y afrutadas. Su preparación es sencilla y está pensada para quienes buscan una bebida refinada sin complicaciones. La marca subraya que la clave está en la elección del ingrediente principal, capaz de transformar una ocasión cotidiana en un momento especial.

Cointreau reivindica así una nueva cultura coctelera, más accesible e intuitiva, que no renuncia a la sofisticación. La firma anima a los consumidores a confiar en productos de calidad para crear cócteles en casa, alejándose de la idea de que el lujo solo se encuentra en locales especializados o en recetas difíciles de ejecutar.

La iniciativa de Cointreau se enmarca en la estrategia de Amer Global Brands, empresa familiar con más de treinta años de experiencia en la representación y desarrollo de marcas de bebidas en la península ibérica. Amer Global Brands gestiona un catálogo que incluye ginebras, rones, whiskies, licores, aperitivos, zumos y mixers, combinando marcas propias con la representación exclusiva de firmas internacionales como Cointreau, Salitos, Finlandia, The Botanist, Rémy Martin, Fernet-Branca, Carpano o Antica Formula.

La compañía apuesta por la construcción de marca a largo plazo y la distribución en canales tanto de hostelería como de comercio minorista en España y Portugal. Con un equipo propio de comercial y marketing, Amer Global Brands busca consolidar la presencia de sus productos y acercar nuevas tendencias de consumo a los hogares.

Cointreau pone a disposición de los interesados recetas y recursos para preparar los cócteles en casa, reforzando la idea de que el lujo puede estar al alcance de cualquiera que apueste por la calidad y la sencillez en la coctelería doméstica.