vinetur

Cointreau fusiona música y coctelería con su 'Playlist Líquida' inspirada en los conciertos de 2026

La marca presenta cócteles exclusivos que capturan la esencia de artistas como Rosalía, Bad Bunny y Bruno Mars

miércoles 28 de enero de 2026



La marca de licor Cointreau ha presentado su nueva propuesta para este 2026: la 'Playlist Líquida', una colección de cócteles inspirados en los conciertos más esperados del año en España. La iniciativa busca unir la experiencia musical con la coctelería, invitando a los consumidores a imaginar cada espectáculo como una bebida única que refleja la personalidad y el estilo de los artistas que visitarán el país.

Entre los artistas que forman parte de esta propuesta se encuentran Rosalía, Bad Bunny, Bruno Mars, Foo Fighters y Eric Clapton. Cada uno de ellos ha servido de inspiración para la creación de un cóctel exclusivo, en el que Cointreau L’Unique actúa como el ingrediente que aporta armonía y transforma la mezcla en una experiencia

diferente.

El cóctel 'LUX', dedicado a Rosalía, combina 25 ml de clásico, 15 ml de flamenco contemporáneo, 10 ml de electrónica experimental, 5 ml de pasión y fuerza, y 20 ml de Cointreau L’Unique. Se sirve en una copa de estilo avant-garde y se presenta con un toque de chispa, buscando reflejar el carácter innovador de la artista.

Para Bad Bunny, el cóctel 'ACHO PR' mezcla 30 ml de reggaeton, 15 ml de energía urbana, 10 ml de multitud cantando y 20 ml de Cointreau L’Unique. Se decora con una rodaja de piña y un guiño de color, evocando la vitalidad y el ambiente festivo de sus conciertos.

Bruno Mars inspira el cóctel 'Velvet Groove', que lleva 25 ml de groove, 15 ml de soul, 10 ml de glamour y diversión, y 20 ml de Cointreau L’Unique. Se sirve en vaso de cristal, resaltando el estilo elegante y la energía de sus actuaciones.

El grupo Foo Fighters da nombre al cóctel 'Electric Pulse', compuesto por 30 ml de rock, 15 ml de adrenalina, 10 ml de guitarra eléctrica y riffs, y 20 ml de Cointreau L’Unique. Se decora con una esencia de humo, buscando transmitir la fuerza de sus directos.

Por último, Eric Clapton es el referente del cóctel 'Twilight Blues', que incluye 25 ml de blues, 15 ml de nostalgia y emoción, 10 ml de destreza musical y 20 ml de Cointreau L’Unique. Se sirve en vaso y se acompaña de un toque de melancolía elegante, en sintonía con el estilo del músico británico.

Cointreau subraya que tanto en los conciertos como en la coctelería, el estilo y la creatividad son los elementos que convierten cada experiencia en algo memorable. La marca anima a disfrutar de estos cócteles tanto en los recintos de los conciertos como en casa, transformando cualquier momento en una ocasión especial.

La propuesta 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 España, Portugal, Canarias y Andorra. Amer Global Brands gestiona un catálogo que incluye ginebras, rones, whiskies, licores y otros productos, y distribuye tanto marcas propias como internacionales, entre ellas Cointreau. La compañía apuesta por la construcción de marca a largo plazo y la distribución en canales de hostelería y

tiendas especializadas en toda la península ibérica.