vinetur

Licores del Mono y VI8RA proponen un plan creativo para el Día de la Madre

La sesión inmersiva se celebrará los días 6 y 7 de mayo en Madrid con pintura, música y coctelería

martes 21 de abril de 2026



Licores del Mono y el espacio VI8RA han unido fuerzas para proponer una experiencia pensada para el Día de la Madre. La cita se celebrará los días 6 y 7 de mayo en Madrid y plantea una tarde para brindar, crear y salir de la rutina en un entorno inmersivo en

el que conviven el arte, la música y la coctelería.

La propuesta se presenta como una sesión diferente a un taller de pintura convencional. Según la información difundida por la marca, el espacio estará ambientado con luz neón y una selección musical que acompañará toda la actividad. La idea es ofrecer un plan para quienes buscan una celebración más participativa, con un formato íntimo y cercano.

La experiencia gira en torno a la gama de Licores del Mono, que se podrá conocer tanto en coctelería como en su versión más pura. La marca pone el foco en tres referencias concretas: Verbena de Limón, con frescor cítrico; Sarao de Hierbas, de carácter herbal; y Antojo de Galleta, con un perfil dulce. Cada una de ellas se integra en la actividad como parte del recorrido sensorial que plantea la sesión.

La organización explica que la propuesta quiere dar una vuelta al regalo habitual del Día de la Madre y convertirlo en un plan compartido. La combinación de pintura, bebida y música busca crear una tarde pensada para disfrutar en compañía y con un tono desenfadado.

Las sesiones tendrán lugar entre las 19:00 y las 21:00 horas. Las plazas son limitadas y la reserva podrá hacerse a través de la web de VI8RA a partir del martes 14 de abril, hasta completar el aforo de ambos pases. La información facilitada por la empresa remite a la página www.vi8ra.com para ampliar detalles.

La acción se apoya en la trayectoria de Anís del Mono, marca fundada en 1870 por Vicente Bosch en su fábrica modernista de Badalona, que la nota presenta como una joya del patrimonio histórico. La compañía recuerda que lleva más de 150 años “Dando Vidilla” y que su receta artesanal se destila en alambiques de cobre del siglo XIX, junto a su botella adiamantada, uno de sus rasgos más reconocibles.

La firma añade que su colección de Licores del Mono nace para conectar con nuevas generaciones y llevar el sabor de la marca a nuevos momentos de consumo social, sin abandonar la identidad que la convirtió en un símbolo cultural. Tanto Anís como Licores del Mono forman parte del Grupo Osborne, compañía española con más de 250 años de trayectoria.

Osborne se presenta como embajador de la gastronomía española a nivel internacional a través de marcas como Cinco Jotas, Caviar Riofrío, la ginebra Nordés, Bodegas Montecillo, Carlos I, Veterano, ron Burlanegra y los vinos de Jerez de Osborne. La empresa recuerda además que en su origen abrió un camino que sigue vigente en distintas categorías del sector.