

## **La Manola vuelve por Navidad a la botella de Anís del Mono**

### **El personaje más conocido del pintor Ramón Casas se pasea de nuevo por la Edición Especial de la bebida más icónica de las Navidades: Anís del Mono**

Como viene siendo una esperada tradición, Anís del Mono acaba de desvelar la que será su Edición Especial para estas Navidades. Después del éxito cosechado en los últimos años, la mítica marca de anís, fundada en 1870 por Vicente Bosch, vuelve a rendir homenaje a Ramón Casas plasmando en la botella uno de los personajes más icónicos del pintor modernista: La Manola, protagonista femenina de los carteles publicitarios de Anís del Mono de finales del siglo XIX. Este año la obra elegida para 'pasearse' por la etiqueta ha sido 'Mono y Mona', toda una joya del modernismo catalán.

La relación de Anís del Mono con Ramón Casas se remonta a 1897, cuando su fundador convocó el primer concurso de carteles publicitarios de España, que ganó hasta entonces un desconocido Ramón Casas. 122 años después, la botella recupera la obra de este artista a quien muchos consideran como el padre de la publicidad española.

La de Anís del Mono es sin duda la botella más sonada de la historia. Su cristal diamantado hace un ruido tan curioso que con él nació una de las tradiciones navideñas más conocidas: rascar la Botella de Anís. Esta Edición Especial estará disponible estas navidades en las principales cadenas de alimentación y hostelería. Un envoltorio de excepción para una marca emblemática que acompaña cada navidad para poner el toque más dulce a las sobremesas familiares.

// PVP: 9,95 Euros para el formato de 1 litro

// Venta: Principales cadenas de alimentación y en Hostelería

#### Acerca de Osborne

La compañía española Osborne -propietaria de marcas de renombre internacional como el jamón de bellota 100% ibérico Cinco Jotas, el vino de Rioja Montecillo, el brandy Carlos I, 1866, Veterano, Magno; las ginebras Nordés y Ampersand además de Anís del Mono, entre muchas otras- tiene un objetivo claro: seleccionar, elaborar y acercar a consumidores en todo el mundo los productos y marcas de alimentación y bebidas de mayor autenticidad y prestigio. Desde su origen en 1772, Osborne ha mantenido su apuesta por la máxima calidad, la innovación y la internacionalización. Actualmente, está presente con sus distintas marcas en más de 50 países.

La compañía complementa su negocio de elaboración y comercialización de sus propias marcas con la actividad de distribución en España de importantes marcas de terceros como Brockmans Gin, Russian Standard Vodka, Zubrowka Vodka, Ron Flor de Caña, Whisky 100 Pipers y Passport Scotch Whisky. Así mismo, Osborne es la propietaria de la mítica marca del Toro de Osborne. Las más de 90 enormes

vallas metálicas se sitúan estratégicamente en las principales carreteras españolas y son reconocidas internacionalmente como uno de las grandes marcas de la historia de la publicidad.

**Datos de contacto:**

David Málaga

91 781 25 06

Nota de prensa publicada en: [Badalona](#)

Categorías: [Nacional Gastronomía Marketing Cataluña Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>