

EDITORIAL LUXURY

MISTERIOS SIN RESOLVER

Es una pena que tengamos que hacer la maleta e irnos fuera un par de días para comprobar que muchos de los productos y formatos que dentro de nuestras fronteras funcionan a medio gas (varios que tú y yo sabemos que ni eso), fuera brillan con luz propia. Incluso me atrevería a decir que alguno de ellos, como el caso que os describo a continuación, nunca han llegado a la plenitud que he visto hace pocas fechas en nuestro país vecino, Portugal, donde desarrollan Lisbon Bar Show. Queramos verlo o no (porque ya sabes que *no hay más ciego que el que no quiere ver*) en España tenemos una asignatura pendiente con las ferias de destilados. Hemos llegado a tal punto que todos, en mayor o menor medida, recelamos de ellas y, en ocasiones, cada vez menos, acudimos a promocionar nuestros productos, si es correcta la expresión porque dudo que el verbo "promocionar" sea el más indicado. Aunque tengo que reconocer, porque así me consta y le he vivido en primera persona (vamos que hablo con propiedad) que los responsables de estas ferias se dejan la piel y, sobre todo, ¡las neuronas! en intentar un éxito de convocatoria que vuelva a sacar de su caparazón a muchas de las marcas top que, por uno u otro motivo, han desaparecido del mapa en cuanto a eventos multimarca se refiere.

El declive de las ferias en España (que cuenta con excepciones como Gin Motive y Fibar Valladolid) se ha convertido en un caso paranormal, digno de estudio de Iker Jiménez en su exitoso "Cuarto Milenio". Porque no es normal que estas ferias, que antaño se convirtieron en referencia y había hostias (permítanme la expresión) por conseguir un hueco en ellas, hayan pasado a la situación que viven en la actualidad. Lo más curioso de este *Expediente X*, que Mulder ni Scully podrían resolver, es que han tenido que venir nuestros vecinos portugueses a enseñarnos el camino que hay que recorrer para desarrollar una feria de destilados que deje a las marcas participantes un excepcional sabor de boca, ¡que es de lo que se trata!

Como he vivido durante tres semanas ambos casos, tengo que reconocer que son muchas las dudas que me asaltan para buscar una solución a este misterio sin resolver. ¿Hemos perdido la creatividad para alcanzar el éxito de convocatoria deseado?, ¿hemos provocado entre todos (no se salva ni el apuntador) que estos eventos se hayan convertido en una gigantescas barras libres sin *feedback* para las marcas?, ¿se habrán llevado los extraterrestres al consumidor profesional y final que tanto buscamos?, o simplemente ¿habremos saturado el cupo de eventos multimarca que se pueden organizar en un país?

Y es que como decía un famoso refrán, *tanto va el cántaro a la fuente.....*

MIGUEL ÁNGEL PARRA MORÁN

CEO & CONTENT MANAGER

miguel@lsbm.es

CEO & Content Manager

Miguel Ángel Parra Morán

Comunity Manager

Carolina Martínez Sánchez

Art Director

Raúl de la Fuente

Chief Editor

María del Mar García Santurde

EDITA e IMPRIME:



Calle Alondra, 22. Chalet 3. 28470. Cercedilla.

Madrid. Teléfono: 910 089 777

Advertisement

publicidad@lsbm.es

Suscriptions

suscripcion@lsbm.es

Depósito legal: M-12891-2013