

---

Festival del Habano, la fiesta más cosmopolita de Cuba

08/02/2020



Incluso, entre ese ejército de aficionados al tabaco cubano se encuentran muchos estadounidenses, que se dan una escapada de sus predios para asistir a la reunión prevista del 24 al 28 de febrero en salones del Palacio de Convenciones de esta capital. La cita además enriquece a los delegados con charlas, intercambios, visitas a fábricas y plantaciones, concursos y lo principal: conocer de primera mano las novedades anuales de la agroindustria tabacalera cubana.

Se trata de un producto que no tiene paralelo en el planeta, siempre a juzgar por el criterio de los más encumbrados fumadores, y ello se debe a la triple condición de suelo, clima y experiencia de los productores.

Para los entendidos, se trata de la más importante reunión de mercadotecnia del orbe vinculada con puros Premium o hechos a mano, pues la otra es el Big Smoke de Las Vegas, Estados Unidos, pero carece de la posibilidad de exhibir a los habanos allí (por razones obvias relacionadas con el bloqueo contra Cuba).

Ahora, la reunión está dedicada a las marcas Bolívar, Montecristo y Romeo y Julieta, con la bienvenida relacionada con la primera mencionada, la noche intermedia a la segunda y el cierre a la tercera.

Es una cita que tiene que ver con industria y empresa, con calidad de los productos, con nuevas propuestas, con economía y comercio en primera instancia.

Por lo general acuden más de mil personas de 70 países, entre ellos especialistas en este negocio en sus diferentes etapas y que por lo tanto vienen a evaluar la calidad y de alguna manera a certificarla, sobre todo fumando sus preferencias.

También, junto a concursos y debates, aparece una Feria Comercial a la que acuden no solo los cigarros cubanos, sino artículos de lujo de fumador, bebidas, relojes, por lo que se concentra y se asocia lo mejor de lo mejor en el mundo llamado Live Style o estilo de vida.

Esto ocurre en medio además de un mercado agresivo, sobre todo en materia de competencias referentes a productos de lujo, donde el tabaco cubano continúa marcando pautas entre los más exigentes.

Otro de los elementos que tiene en contra este tipo de producto, lo constituyen las fuertes campañas antitabaco, con recio impacto en Europa, escenario de mayores ventas de los habanos.

Sin embargo, el cigarro de la mayor ínsula caribeña se asume desde dos ángulos, a tener en cuenta opiniones de expertos: por una parte se encuentra el plano netamente comercial de una verdadera joya vegetal y del otro su tradición y cultura vinculada a la historia nacional.

Por demás, desde los años 90 del pasado siglo dieron un espaldarazo muy particular a los habanos, con la creación de revistas de lujo en Europa y Estados Unidos, como Cigar Aficionado, Le Amateur de Cigare, Epicur, European Cigar Cult Journal, Smoke o Epicur.

Estas publicaciones otorgaron un empujón definitivo a la moda de fumar puros, hasta el punto que muchas mujeres, sobre todo modelos de clase alta, aparecieron en revistas y noticiarios llevando un cigarro en los labios, casi siempre un 'Cubano'.

Tal impacto retomó el tema de la calidad de los habanos, y todos, los fumadores de experiencia y los iniciados, comprendieron que el tabaco cubano seguía siendo el mejor.

Estos son algunos de los detalles que sustentan a este producto cubano y su festival, que sigue en los primeros planos pese a cualquier dificultad.

---