vinetur

# Martin Miller’s Gin lleva su programa a Lisboa

La marca participará en el Lisbon Bar Show con stand, ponencia y guest bartending

miércoles 20 de mayo de 2026



Martin Miller’s Gin participará los días 19 y 20 de mayo en el Lisbon Bar Show, una de las ferias internacionales más importantes del sector de la coctelería y la hostelería, que se celebrará en el MEO Arena, en la Sala Tejo. La marca acudirá con un stand propio y trasladará a Lisboa su Bartender’s Program y su plataforma La Búsqueda de la Pureza, con la que quiere seguir vinculando formación, experiencia y presencia de

marca en un encuentro profesional de alcance internacional.

La compañía explica que esta nueva cita forma parte del desarrollo de su programa para bartenders y que llega después de su primer workshop en Barcelona. Con esta parada en Lisboa, Martin Miller’s Gin busca reforzar su apuesta por el talento y por la innovación dentro de la industria de la coctelería, además de dar visibilidad a su universo de marca ante profesionales llegados de distintos países.

La presencia de la ginebra en el salón tendrá además un componente especial, ya que este año está nominada al premio Producto del Año. La marca presenta esa candidatura como un reconocimiento a su innovación, su calidad y la valoración positiva de los consumidores.

Dentro de la programación prevista, Martin Miller’s Gin ofrecerá una ponencia a cargo de Iain McPherson, propietario de Panda & Sons, en Edimburgo, y una de las figuras más influyentes de la coctelería contemporánea internacional, según el ranking Bar World 100 de Drinks International. La intervención se enmarca en la voluntad de la marca de acercar a Lisboa perfiles de referencia del sector y de dar contenido formativo a su participación en la feria.

La actividad no se limitará al recinto del MEO Arena. El 19 de mayo, la marca llevará también su propuesta a Bicaense, uno de los locales de referencia de Lisboa, con un guest bartending que se desarrollará entre las 22:00 y las 02:00. En esa sesión, Iain McPherson estará acompañado por los embajadores de Martin Miller’s Gin en España, Borja Cortina, Nagore Arregui y Alberto Pizarro, junto con varios nombres del panorama portugués: Tiago Santos, José Mendes y Nelson de Matos.

La cita reunirá a profesionales de ambos países en una sesión centrada en la coctelería contemporánea y en el intercambio entre bartenders. La marca presenta esta actividad como una forma de llevar su propuesta fuera del espacio ferial y de conectar con el público profesional en un entorno de hostelería real.

Martin Miller’s Gin enmarca esta presencia en Lisboa dentro de la continuidad de La Búsqueda de la Pureza, una plataforma que define como global y orientada a inspirar, formar y conectar a profesionales del sector. La marca nació del deseo de crear una

ginebra que supiera a ginebra y se lanzó en 1999, cuando, según recuerda la compañía, se produjo el renacimiento de la ginebra y pasó a ser la primera ginebra súper premium del mercado.

La firma explica también que su proceso de elaboración se basa en una destilación separada: primero destila el enebro y los botánicos terrosos, y después realiza otra destilación con botánicos cítricos antes de unir ambos destilados. Ese método, añade, busca lograr un mejor equilibrio entre las notas de enebro, esenciales en una buena ginebra, y las notas cítricas.

Desde 2004, Martin Miller’s Gin afirma haber ganado la mayoría de los premios obtenidos por cualquier marca de gin en el mundo. La compañía sostiene además que, en los últimos diez años, ha sumado más medallas de oro y platino que cualquier otra marca en certámenes como el ISC, el IWSC y la Competición Mundial de Espíritus de San Francisco. También señala que ha recibido el Superlative Award del Instituto de Degustación de Bebidas de EE. UU. y que ha alcanzado 97 puntos en varias ocasiones, algo que asegura que ninguna otra ginebra ha logrado.

En enero de 2018, Zamora Company adquirió la mayoría de las acciones de Martin Miller’s Gin con el objetivo de mantener el estatus internacional de la marca dentro del segmento de la ginebra súper premium. Zamora Company, de capital 100% familiar, comercializa espirituosos y vinos de alto valor añadido, opera en más de 80 países y cuenta con un equipo internacional de más de 580 personas. La empresa, que factura 260 millones de euros, según los datos de 2024, tiene plantas de producción en España, Italia y EE. UU. y un porfolio que incluye marcas como Licor 43, Ramón Bilbao, Limoncello Villa Massa, Lolea, Mar de Frades, Godeval, Zoco, Cruz de Alba, Thunder Bitch, El Afilador, Yellow Rose, Tequila Volteo y Berezko, además de otras distribuidas como Tequila Buen Amigo, Ron Abuelo, Champagne Pommery, Tito’s Vodka y Tequila Don Ramón.

La compañía vincula su actividad a su plan de Empresa Consciente, con el que dice trabajar en buen gobierno, transparencia y liderazgo consciente, y en el que sitúa su compromiso con el planeta, los empleados, los consumidores y la sociedad.