vinetur

Singapur lanza un festival que rompe el molde clásico de la coctelería

La cita une bares, gastronomía, arte y música para afianzar la ciudad como polo asiático del cóctel

martes 9 de junio de 2026



Singapur ha puesto en marcha Singapore Cocktail Crossover, un nuevo festival de coctelería que se celebra del 9 al 14 de junio y que quiere ampliar el formato habitual de los encuentros del sector. La cita reúne a bares internacionales, locales de la ciudad

y colaboradores de otras disciplinas creativas en una programación repartida por varios barrios y rematada con dos jornadas finales en el recién inaugurado Mett Singapore, en Fort Canning.

La iniciativa nace con la intención de ir más allá de las clásicas guest shifts, las sesiones en las que un bar invitado toma durante unas horas la barra de otro local. Según sus impulsores, el objetivo es conectar la coctelería con la gastronomía, la música, el arte, el diseño, la moda o el perfume para atraer a un público más amplio y reforzar el papel de Singapur como centro de referencia para las bebidas mezcladas en Asia-Pacífico.

El proyecto está liderado por cuatro profesionales del sector: Vijay Mudaliar, cofundador de Native y Analogue Initiative; Peter Chua, de Night Hawk; Henry Stonham, antiguo responsable de proyectos de Bar Convent Singapore; y Caryn Cheah, especializada en producción y logística de grandes eventos. A ellos se suman varias empresas colaboradoras, entre ellas The Orientalist Spirits, William Grant & Sons, Rémy Cointreau International, Suntory Global Spirits, Brown-Forman, Campari Group, Singha y Perrier.

Mudaliar ha explicado que la idea parte de un cambio en la forma en que el público conoce y consume la oferta hostelera. En su opinión, ya no basta con abrir más bares o repetir fórmulas conocidas. El sector necesita plataformas que unan personas, ideas y oficios distintos. Stonham ha señalado en la misma línea que la escena local está lista para superar los formatos tradicionales e integrar las bebidas espirituosas y la cultura del cóctel en la vida social de una nueva generación de consumidores.

La programación se divide en tres bloques. Durante cuatro noches consecutivas se celebran 14 actos repartidos por zonas con tradición hostelera como Bugis, Tanjong Pagar, Amoy Street y Robertson Quay. En cada uno de ellos participa un bar internacional junto a un local anfitrión y uno o varios colaboradores ajenos al mundo de la barra. La fórmula busca crear experiencias pensadas para una sola noche.

Entre los bares invitados figuran Sip and Guzzle, de Nueva York; Smoke and Bitters, de Sri Lanka; Zest, de Seúl; y Paradiso, de Barcelona. Uno de los ejemplos citados por la organización es la colaboración entre Soka, de Bengaluru, y la perfumería singapurense

Rahasya en Stay Gold Flamingo, en Amoy Street. En ese encuentro, el menú traslada aromas al sabor mediante cócteles concebidos desde una lógica sensorial amplia.

Tras ese recorrido urbano, el festival se traslada durante dos días a Mett Singapore. Allí se han reunido 30 puestos y pop ups con más de 50 marcas de bebidas espirituosas, cervezas, licores tradicionales coreanos y propuestas sin alcohol. El recinto también acoge actuaciones musicales y otras actividades ligadas al estilo de vida y al ocio.

Una de las novedades del programa son los primeros SGCX Bar Awards, organizados por Colin Chia, veterano del sector y vinculado a Nutmeg & Clove. Los galardones cuentan con un panel formado por 65 votantes residentes en Singapur entre profesionales, medios especializados y clientes habituales. La organización ha indicado que estos reconocimientos no buscan ordenar a los participantes en una clasificación cerrada, sino poner en valor a bares, bartenders, equipos y diseños de carta.

La aparición de este festival llega después de casi una década en la que Singapur ha reforzado su imagen como uno de los grandes destinos internacionales para la coctelería. Desde que acogió uno de los primeros festivales especializados de la región en 2017, su industria ha ganado presencia dentro y fuera del país y ha servido como referencia para otras ciudades asiáticas que después han lanzado sus propias semanas del cóctel.

Los promotores sostienen que esa madurez permite abrir una nueva etapa. Su planteamiento pasa por entender el cóctel no solo como una bebida terminada, sino también como un vehículo para contar historias y favorecer colaboraciones entre sectores distintos. De ahí que varias actividades unan barra y cocina, pintura en directo, fragancias o diseño.

El lema elegido por la organización es “Por la comunidad. Para la comunidad”. Con esa idea quieren presentar SGCX como una celebración del talento local y al mismo tiempo como una herramienta para hacer más accesible la cultura del cóctel a personas que no forman parte habitual del circuito profesional o especializado.

Para Mudaliar y Chua, el alcance del proyecto no termina en esta primera edición. Ambos han planteado el festival como una plataforma cultural ligada a la hospitalidad más que como un simple evento comercial. Su intención es que sirva para abrir nuevas

conversaciones dentro del sector y para favorecer alianzas entre bares, creadores y marcas en una ciudad que lleva años usando su diversidad cultural como base para construir su oferta gastronómica y nocturna.