





DE INTERÉS

¿Pagaría 370 euros por una botella de agua?

@Marieta Taibo

Martes, 20 de febrero de 2007

Bling H2o es el agua mineral de moda entre la gente más 'chic' de todo el mundo. Su exclusividad viene dada por muchos elementos que la han convertido en el agua más cara y lujosa, con unos precios que van desde los 30 hasta los 370 euros que cuesta una edición única. Pero, ¿qué tiene de especial esta agua que no tengan las convencionales?

Su "excepcional pureza", aseguran desde la empresa, y un diseño más propio del perfume más distinguido que de una bebida. Las botellas de cristal se presentan de diferentes colores: azul, champagne y transparente. El toque que la hace única se lo dan las incrustaciones de cristales de Swarovski y su tapón de corcho, que hacen de este agua una auténtica joya para la vista. Pero, para los que quieran disfrutar de Bling sin gastarse tanto dinero, pueden comprar la que viene en

formato de plástico por el precio de 18 euros. Todas las botellas se pueden adquirir en cualquier rincón del mundo a través de su [página web](#).

El lujo parece haber tocado con su varita mágica a un producto tan importante como el agua, un producto que hasta hace poco tiempo pasaba desapercibido en cuanto a tipología y diseño de sus envases. Ahora algunas empresas nacen con el fin de ofrecer aguas exclusivas. Este es el caso de Wawali 'Water Way Of Live', empresa dirigida por **Steve Row** y **Mireia Rodríguez**: "Nosotros combinamos las aguas más selectas de todo el mundo con modernos diseños e ideas, que de esta manera convierten el agua en una experiencia emocionante y glamurosa".

Esta compañía empezó vendiendo sus productos en los hoteles, restaurantes y Spas más exclusivos de Cataluña, y ahora los comercializan en numerosos países. Actualmente, tras un año de búsqueda ya poseen una colección con doce tipos de esta bebida versión 'premium'. Mireia afirma que "nuestras aguas atraen a consumidores con estilo y con un acusado sentido para el diseño, ya que tenemos botellas creadas por Philippe Starck y por Ora-Ito, pero atraen también a gourmets y amantes del vino, que saben apreciar la alta calidad y un sabor exquisito". El precio medio de estas aguas roza los 10 euros.

'Zummo de las nubes'

En España el mercado de aguas de lujo está un poco más atrasado en relación a otros países como Francia, Italia y EEUU, pero Steve Row asegura que está creciendo cada vez más. Wawali distribuye aguas de lo más variopintas entre las que destaca 'Cloud Juice', proveniente del agua de lluvia de Tasmania. La producción de este 'zummo de nubes' es limitada y su sabor es almendrado. 'Ogo' es especial por su alto contenido en oxígeno. Su diseño es redondeado, moderno y salió de la cabeza del diseñador Ora-Ito, que destaca por su trabajo para firmas como Levis.

Cada botella contiene 6 litros de oxígeno, y es muy acta para mitigar los efectos del jet-lag de los ejecutivos viajeros. Desde las Islas Fiji viene 'Fiji', cuyas propiedades dicen que son fabulosas para lucir una piel y un pelo de ensueño. Por ello, es una de las elegidas por muchos actores de Hollywood como **Cameron Díaz** y **Tom Cruise**.

"Limpia-excitante y clara", así es definida 'Karoo', un agua salida desde el mismo corazón de África y cuyo nombre significa 'lugar de sed'. Se caracteriza por su pureza al estar alejada de cualquier tipo de contaminación.

Para todo tipo de gente

El agua de los más jóvenes es Extreme H2o. Su diseño práctico y original le hizo conseguir el premio 'Bottle Water World Award 2004' en París. Para los sibaritas, sin duda, es recomendable la denominada agua de Whisky, 'Speyside Glenlivet', especial para realzar los sabores de una exquisita comida.

Y para los clásicos una botella de la francesa 'Chateldon'. Este agua se envasa desde 1650 y es un homenaje al rey sol, **Luis XIV**. Es de una gran exclusividad, ya que sólo se producen 700.000 botellas al año. Otra empresa dedicada a la comercialización de [aguas de lujo](#) es Exclusivas Bigorra. Entre sus marcas destaca 'Acqua della Madonna' o 'Linx' caracterizada por sus oligominerales. El agua ya ha dejado de ser inolora e insípida. Los expertos aseguran que cada agua presenta tonos de sabor diferente dependiendo de su origen. Los avances también han conseguido que podamos degustarlas con sabores afrutado como el del lichi, y con olor a rosa o a cilantro para los más excéntricos.

Restaurantes y bares con carta de aguas

Cada vez son más los restaurantes que incorporan en sus cartas este tipo de aguas como si del mejor vino se tratase. Ese es el caso de *Lágrimas Negras* en cuya carta podremos encontrar aguas noruegas como 'Voss', la inglesa 'Ty Nant' o 'Apollinaris' traída de Alemania. Sus precios van de los 4 a los 10 euros. No obstante, en este restaurante parece que los comensales se decantan por el producto nacional la gallega 'Cabreiroa', "que es una de las más demandadas por nuestros clientes" aseguran desde el *Lágrimas Negras*, cuyo precio es de 6 euros. Para la Asociación de Catadores de Agua Mineral (ADC) italiana, "la elección adecuada del agua como acompañamiento de platos es tan importante como el vino".

Inspirados en la pureza de este líquido han nacido los denominados bares de agua, como el [Vía](#)

Génova en Italia, donde nos ofrecen más de 30 tipos de agua que van desde los 4 a los 55 euros. En muchos de estos locales, a parte de degustar el codiciado líquido, podremos disfrutar de inhalaciones de oxígeno que pondrán a punto nuestros pulmones. El incremento en el consumo de agua mineral ha hecho surgir ideas tan originales como la de la revista australiana 'ILOVE' que aparece adherida a la botella. El magazine va dirigido al público femenino y cuenta con más de 30 páginas. La idea ha sido tan exitosa que ya están pensando en sacar la versión masculina e infantil.

El agua mineral se está convirtiendo en una bebida estrella. La empresa de Investigación y Análisis Zenith Internacional prevé que el consumo mundial ascenderá a los 217 billones de litros para 2009. La distinción que otorga consumir agua de lujo, y la persecución de hábitos saludables por nuestra sociedad ha logrado que una bebida que en ocasiones se ha calificado de sosa se convierta en un placer para el paladar de aquellos que las consumen.

OPINIONES DE LOS LECTORES (6)

6 - Hola! esta nueva ola de aguas premium es una salida elegante al problema del alcoholismo (que es mi caso!) ligado a la publicidad. En las licorerías nos venden elegantes botellas de vino, champán, vodkas, etc... en bellos envases que a travez de los ojos compramos. Pasa lo mismo en la disco o el bar... No veo problemático que se difunda el agua como un bien de consumo más. El problema es el agua en si mismo. Que sea tratada y valorada como lo que en realidad es: vida pura. saludos ave

sergio avello Invitado 04/03/2007 (17:58 h)

5 - Está claro que el mundo va a acabar pronto.

Pepito Perez Invitado 21/02/2007 (10:00 h)

4 - Yo creo que si hay algo democrático es el agua. No me hace ilusión beber agua especial, como no sea yendo a beberla en la fuente de la que mana. <http://xpuntodevista.blogspot.com>

Vicente Torres Registrado  20/02/2007 (16:53 h)

3 - ¿Y esa, no es el agua que beben por el barrio de Salamanca?. No me extraña que después digan en Génova, lo que dicen.

SENSE NOM Invitado 20/02/2007 (11:31 h)

2 - me he quedado sin palabras con esta noticia, sobre todo al pensar en la cantidad de gente que se muere del hambre en todo el mundo (incluida una gran cantidad en España)

curra Registrado  20/02/2007 (10:54 h)

[Ver más comentarios en la sección de Foros >>](#)

*El equipo de redacción revisará las opiniones para evitar la difusión de comentarios no apropiados o insultos. El horario del foro es de 10:00 a 20:00. Fuera de ese horario no se incluirán opiniones.