

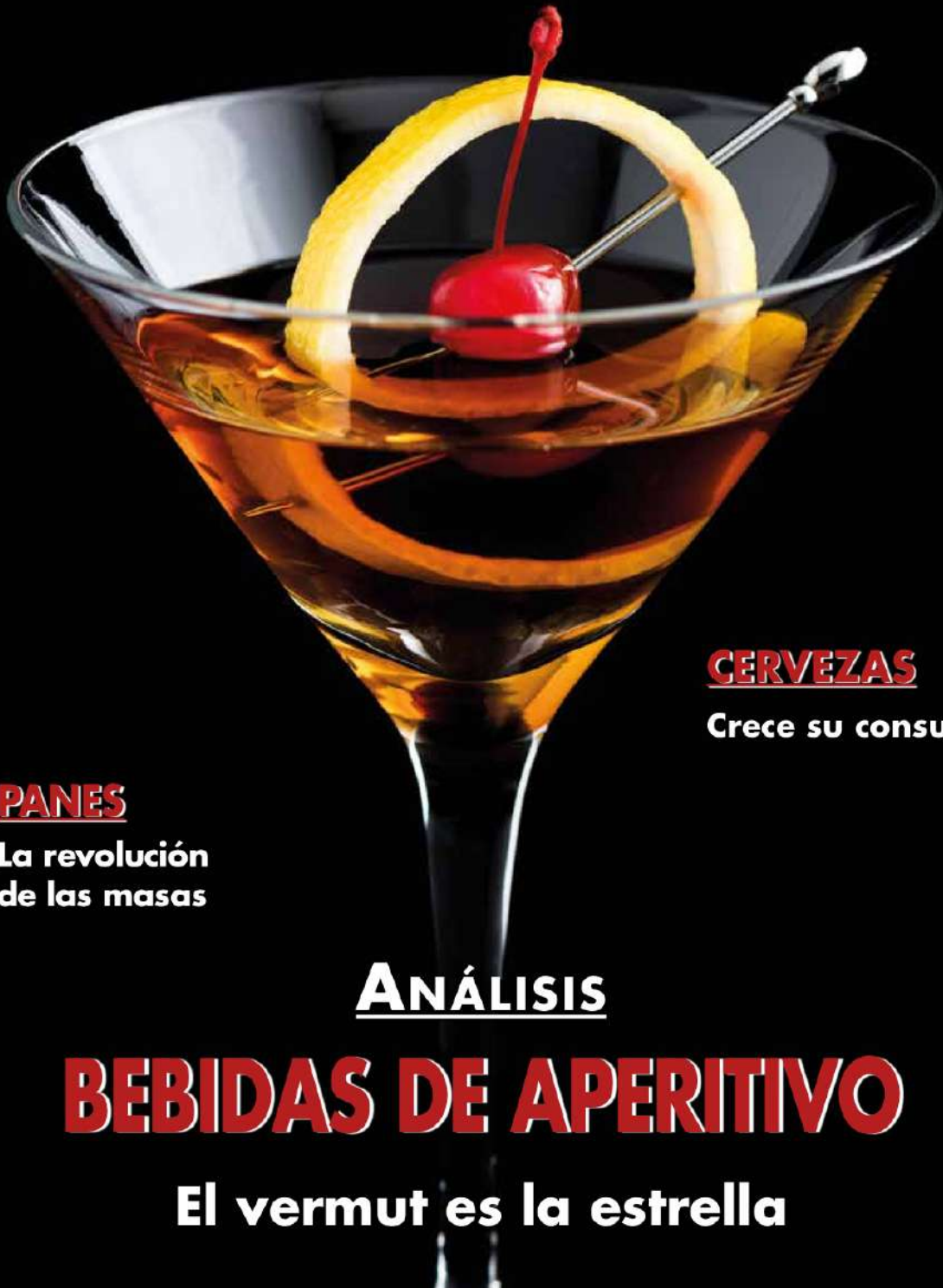
JULIO 2018



BAR BUSINESS



FOOD & BEVERAGE. LA REVISTA DE PRODUCTOS, MERCADOS Y TENDENCIAS



PANES

La revolución
de las masas

CERVEZAS

Crece su consumo

ANÁLISIS

BEBIDAS DE APERITIVO

El vermut es la estrella

Año 15 n. 121 Julio 2018 € 10

UNA CARTA DE CUENTO

EL CASTIZO BARRIO DE LAS LETRAS DE MADRID ALBERGA DESDE AHORA LA TABERNA EL GALLOCANTA, UNA ORIGINAL OFERTA GASTRONÓMICA BASADA EN HUEVOS, CERDO DE TERUEL Y ALGO MÁS. LA CARTA PARECE SACADA DE UN CUENTO DE LOS HERMANOS GRIMM, YA QUE ESTÁ DIVIDIDA EN CAPÍTULOS

La discreta fachada del número 2 de la madrileña calle de Jesús acaba de cambiar el cartel de El Rábano, antiguo restaurante abierto desde 1965, por el divertido logotipo de la **Taberna El Gallocanta**, un restaurante que quiere usar la imaginación a la hora de utilizar uno de los productos más ancestrales y humildes de nuestras mesas: un simple huevo de gallina.

Las dos plantas del antiguo restaurante han sido remodeladas para dar paso a un original local en el que disfrutar de una carta que parece sacada del cuento "Los músicos de Bremen" de los Hermanos Grimm. En el capítulo 1, "**La gallina pone**", el 'leitmotiv' del restaurante, el sencillo y succulento huevo de gallina criada en libertad, se expresa a través de su tortilla de patatas agras con cebolla dulce de Fuentes de Ebro, los huevos fritos con puntilla y jamón de Teruel acompañados de patatas fritas crujientes o chistorra de Arbizu. En el segundo capítulo, "**El gallo se entretiene**", el gallo esoma la cresta y se entretiene compartiendo una ensaladilla rusa con bien de bonito, tomate de la casa con bonito, huevo y pepino o pisto de La Mancha con huevos fritos. El capítulo 3, "**El pollo pica**", es el del picoteo al estado puro: croquetas de jamón, pollo y huevo o un pinchito de pollo de corral relleno de jamón, queso y champiñones con salsa española y patatas fritas. El capítulo 4, "**El cerdo presume**", está dedicado al jamón de Teruel y al solomillo de cerdo con salsa Rusticana, creada especialmente para acompañar este producto. Los postres están en el capítulo final "**El borrico mira**": postres sencillos y bien elaborados como la cuajada de la casa con miel especial del monte o fruta de temporada en dados. Productos de temporada y fuera de carta cambiarán de vez en cuando el cuento.

La bodega tiene como referencias fijas las de Finca Herrera Vignerons y se renueva constantemente con vinos originales y distintos, algún champán y destilados en horario 'afterwork', que juntos constituyen la oferta líquida de la taberna junto a la madrileña cerveza Mahou o el vermú Martínez Lacuesta.

Todas las elaboraciones se hacen con aceite de oliva virgen extra de la variedad Picudo de Aceites Valderrama, famoso por ser el escogido por más de 80 chefs con estrellas Michelin, que está a la venta junto con la salsa Rusticana y los vinos de Finca Herrera Vignerons. Para los que decían recrear el cuento en casa.



POMODORO alcanza cuota tres

LA FRANQUICIA POMODORO ABRE UN NUEVO LOCAL DE 290 METROS CUADRADOS EN EL CENTRO COMERCIAL KINÉPOLIS DE GRANADA. SE TRATA DEL TERCER ESTABLECIMIENTO ABIERTO EN LA CIUDAD, CON UNA OFERTA GASTRONÓMICA DIRIGIDA TANTO A FAMILIAS COMO A UN PÚBLICO JUVENIL

El **Centro Comercial Kinépolis** de Granada sigue completando la variada oferta de restauración que alberga en sus instalaciones con la apertura del nuevo local **POMODORO**. Este nuevo local de 290 metros cuadrados y con una oferta gastronómica dirigida tanto a familias como a un público juvenil, inicia su andadura con la creación de ocho puestos de trabajo.

Con esta nueva apertura, que representa el tercer establecimiento de POMODORO en la ciudad de Granada, la franquicia consolida su concepto de comida italiana con toques 'texmex' con una renovada y variada carta con productos de alta calidad y un precio único de todos los platos: "¡Tutto 3,90!".

POMODORO apuesta firmemente por la innovación y la calidad para mantener su atractivo. Dicha calidad de la materia prima ('mozzarella' pura, productos frescos, pastas importadas de Italia, etc.), la elaboración de los platos al momento y la presentación en vajilla Premium, son características propias que hacen única su experiencia "Ristorante". Los clientes disponen también de una carta especial de productos sin gluten.

Actualmente, la enseña tiene 75 establecimientos operativos por toda la península.



EL CLUB de vinos para novatos

WINEBIE ES EL PRIMER CLUB DE VINOS DIRIGIDO A UN PÚBLICO JOVEN E INEXPERTO QUE RECIBE, MEDIANTE SUSCRIPCIÓN, CUATRO MEDIAS BOTELLAS AL MES. CON LA SELECCIÓN DE VINOS Y GUÍAS DE INFORMACIÓN, LOS CLIENTES APRENDEN SOBRE CATAS, TIPOS DE UVA, REGIONES, CURIOSIDADES O MARIDAJES

En España existen numerosos clubs de vinos a los que se suscriben, en la mayoría de casos, clientes experimentados o conocedores de sus preferencias. Sin embargo, hasta el momento, no existía un club de vinos dirigido a un público inexperto, que es capaz de disfrutar del vino pero se muestra dudoso a la hora de elegir por la inmensa oferta en el mercado y el desconocimiento en torno a la cultura vinícola. Menos aún, un club de vinos que ofrezca la posibilidad de recibir formatos de media botella.

WINEbie ha llegado para cubrir ese hueco y tiene dos objetivos principales: una función didáctica, es decir, acercar el mundo del vino y enseñar sus cualidades, y una función práctica, pues los formatos de media botella son la medida idónea para experimentar con nuevos vinos y atreverse a descorchar una si el consumo es individual o en pareja. De esta forma, cualquier momento es ideal para disfrutar del vino sin miedo a que se estropee.

El funcionamiento de WINEbie es sencillo: el cliente selecciona la opción de suscripción (1, 3, 6 ó 12 meses) y en los primeros 10 días del mes (excepto en las suscripciones de un mes, que llegan a las 72 horas) recibe 4 medias botellas en una elegante caja con unas fichas de aprendizaje con las que adentrarse en el mundo del vino de forma sencilla y entretenida. Los meses impares, la selección la realizan los enólogos de WINEbie, mientras que los meses pares puede realizarla el propio cliente o dejar que el club le envíe su selección. No siempre se trata de vinos comerciales o que se encuentran fácilmente, lo que hace que sean altamente interesantes para los aprendices.

El club de vinos WINEbie nació de la idea de dos jóvenes, **Alberto Morales** y **Fernando Lancharro**, que la pusieron en marcha en 2016, centrando sus esfuerzos en la venta 'online' de las cajas de 4 medias botellas. Este formato permite que las bodegas, tanto tradicionales como novedosas, acerquen su vino al consumidor final de una forma más directa. En un futuro no muy lejano, WINEbie podría dar el salto a un mercado internacional y contar, además, con su propio vino.