



Pasarela 'gourmet'

Espicias exóticas, golosinas con estilo, crujientes panes y una fuente de chocolate. De Harina a Oomuombo, mil tentaciones en el escaparate

Marisa Santamaría

Las tiendas de gastronomía especializadas están ganando terreno en Madrid. Están centradas en un solo producto, con un entorno creado ad hoc para potenciar sus singularidades, y te atienden personas que conocen todo acerca de sus propiedades benéficas, todas las tipologías del mundo, su historia, y en algunos casos, si coincides con los dueños, te contarán cómo se encontraron por primera vez con él y por qué decidieron continuar viaje juntos en su aventura comercial.

En estos espacios los detalles de su arquitectura y el diseño se alían, creando la atmósfera propicia para destacar la naturaleza y cualidades de las exquisiteces gastronómicas. Proponemos un recorrido por Madrid guiados por tres estilos de interiorismo: del blanco de la harina al chocolate negro, pasando por la luz matizada. Una ruta en la que no solo se puede comprar lo mejor de cada producto (queso, caviar, acei-

te, pan, miel, té), sino también disfrutar del ambiente creado en cada comercio.

Puro blanco

Harina abrió sus puertas hace un año junto a la Puerta de Alcalá, y su éxito corrobora el amor por el

pan bien hecho. Una escultura de pan da la bienvenida al entrar en sus espacios blancos, amplios, bien iluminados, con toques de decoración rústica y algún detalle contemporáneo como el biombo de papel de Molo Design. El horno a la vista permite observar con qué esmero y cuidado tratan

cada barra, cada hogaza, cada pieza artesanal. Por algo no es raro ver a alguien en la plaza de la Independencia con una bolsa blanca de papel con su logotipo bajo el brazo.

En Amaté se ama el té. Parece una obviedad, pero desde el momento en que se entra, a uno le

envuelve su fragancia, su variedad, su cultura. La decoración crea un efecto de blanco futurista a través de efectos lumínicos como el del mostrador de luz o el de las lámparas con forma de gota que cuelgan sobre él. Las expertas que atienden van vestidas con un uniforme también blanco imponente, como diseñado por Courrèges. Todo va encaminado a destacar los cientos de paquetitos de colores, la estimulante diversidad del té. Además, se pueden degustar nuevas variedades en unas jarras transparentes que ofrecen al visitante.

Pancomido ha abierto sus puertas a mediados de mayo con la intención de convertirse en la panadería del barrio de Salamanca. Sin embargo, su imagen y los detalles del interiorismo la diferencian enormemente de su entorno comercial. El suave toque verde pastel de la fachada y el blanco del interior se animan con las lámparas industriales antiguas y los cestos de castaño en los que se exponen sus joyas, 50 tipos de pan elaborado con técnicas tradicionales: panes africanos, pan Emperador a la manera de la Roma imperial, barrones de tres kilos, pan candeal, pan de kamut, espelta o los *crackers* con todo tipo de semillas, frutos secos y sofisticadas harinas, entre otros.

Oomuombo significa colmena en pigmeo. Un guiño de esta empresa sueca que produce y vende dulces, chucherías para adultos. El blanco nuclear casi ciego, dejando a la vista mil formas de colores, apoyadas en un diseño gráfico del



Quesera de la tienda de delicatessen Poncelet, en el centro de Madrid. / S. B.

Diseño y tenedor

José Carlos Capel

¿Qué pesa más al elegir un restaurante, la envergadura de su oferta o el entorno en el que se encuentra? O lo que es igual, ¿que se coma bien o que el lugar sea atractivo? En el ámbito de la hostelería no siempre existe paralelismo entre los estilos de cocina y la arquitectura y el diseño. Ni siquiera en el cerrado círculo de la vanguardia se aprecia una relación directa. No hay mayor contradicción que la de elBulli de Ferran Adrià, cuyas recetas hipercreativas se sirven en un escenario decadente.

En los últimos años, Madrid ha asistido al desembarco de grandes arquitectos. Corría la década de los ochenta cuando Terence Conran, creador de Habitat, comenzó en Londres a marcar tendencia. Tras su estela irrumpiría Philippe Starck firmando proyectos insólitos. Sería injusto olvidar lo que representó en Madrid la inauguración en 1990 de Teatritz (www.grupovips.com), multiespacio de restauración y ocio que se adelantó a su tiempo. Años después, el propio



Isabel López firma el interiorismo de El Pescador.

Starck volvería a la capital para imaginar Ramses (www.ramseslife.com), restaurante y local de copas abierto en 2007 en cuyo interiorismo neobarroco se superponen elementos kitsch y vanguardistas que no desentonan con la ambigüedad de sus recetas. No menos interesante ha sido la aportación de Dani Freixes, que dotó a Nodo (www.restaurantenodo.es) de un ambiente zen en consonancia con la fusión culinaria de Alberto Chicote. Arquitecto que también reconstruiría una vieja panadería —Pandelujo— acoplado estética e informalidad gastronómica.

En fechas recientes —y sin dejar Madrid—, el internacional Jaime Hayón renovaría La Terraza del Casino (www.casinodemadrid.es) en línea con las corrientes neoyorquinas en boga, con un estilo opuesto al de Christian Liaigre, el interiorista más copiado según el Financial Times, que vestiría de modernidad Lágrimas Negras (hotel Puerta América) en clara discrepancia con la aburguesada contemporaneidad de su comida.

Capítulo aparte es el restaurante del Museo Reina Sofía, obra de Jean Nouvel, hangar de cristal y acero donde no ha cuajado ningún proyecto gastronómico serio. Más interesantes por su capacidad de adaptación han sido los trabajos de Tomás Allá en Larios Café y Zaranda (recientemente cerrado), así como los de Isabel López en El Pescador y O'Pazo, donde colaboró con Sandra Tarruella, al igual que en el Bar Tomate, salpicado de elementos reciclados en vaza armonía con el desenfado de sus especialidades.

clara, el olor a esencias de miel y la música suave.

El color verde oliva, la madera de olivo y la luz sutilmente verdosa dan pistas sobre la especialización de Azzait. El aceite español en todas sus versiones se despliega en sus estantes. La mujer típicamente andaluza, cuya ilustración forma parte de la imagen de

marca de Carbonell desde 1866, es el icono de este punto de encuentro de los amantes del aceite de oliva. También ofrecen múltiples variedades de aceitunas, vinagres, mostazas, salsas, libros de gastronomía, productos de cosmética realizados con aceite, grabados con dibujos de ramas de olivos y hasta una colección de moda con motivos de aceitunas. Periódicamente se organizan catas, y en la web se recomiendan rutas de oleoturismo por toda España.

El caviar para auténticos sibaritas lo encontramos en Caviar House & Prunier, la primera tienda en España de esta prestigiosa cadena internacional que se caracteriza por ser la única compañía en el mundo que produce su propio caviar fresco. Con un escarpate siempre espectacular, la fachada y el interior se asemejan a una exclusiva caja de regalo. En el exterior, las franjas blancas y negras invitan a adentrarse en una atmósfera dorada y fría, cuyas vitrinas dejan ver, iluminan levemente y mantienen la temperatura idónea de las preciadas huevas. Los gustos más refinados pueden disfrutar además del salmón Batik, aceites, champañas, vinos, vodkas o chocolates.

Con un claro sabor inglés, este año abrió sus puertas Spicy Yuli. Las especias colman de aromas, color y exotismo este comercio en el que uno mismo puede realizar nuevas mezclas aconsejado

Pasa a la página siguiente



Estantería, con envases de té, en la tienda Amaté, en Madrid. / Santi Burgos

logotipo y la señalética colorista y de líneas puras, todo para mostrar las especialidades y las características de las golosinas, libres de grasas trans y no manipuladas genéticamente.

Luz tenue

Poncelet, Magasand, La Abeja Egipcia, Azzait, Caviar House & Prunier y Spicy Yuli, seis establecimientos muy diferentes que tienen en común una ambientación lumínica que genera un acercamiento casi místico al producto.

Poncelet es literalmente una cueva donde el queso es tratado como un alimento casi sagrado. La temperatura, humedad y luz se adaptan a cada tipo de queso. Más de trescientas variedades que se pueden probar con libertad, asesorados con amabilidad y delicadeza por un equipo de verdaderos expertos. El ladrillo visto envuelve el entorno, pero no le confiere un aspecto rústico; las vitrinas y las estanterías de madera oscura y acero se encargan de aportar un toque de innovación y tecnología.

Juan Carlos Fernández firma la ingeniosa reforma de Magasand, una antigua cochera en la que ahora se elaboran sofisticados sándwiches y donde se pueden leer las revistas de tendencias, actualidad y moda más alternativas. Magasand sorprende por la calidad de los productos que sus dependientes mezclan con buen humor y un trato amigable, y por la distribución interior: dos plantas

poco amplias, pero con una modulación perfecta de la luz natural y de la artificial.

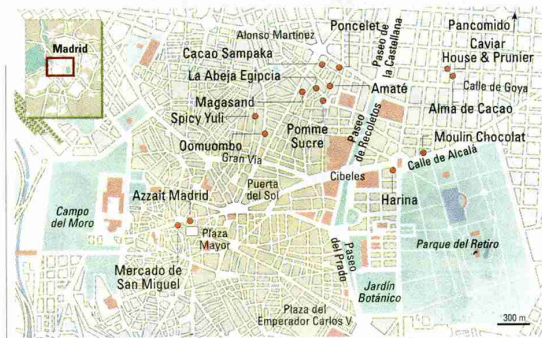
El mundo de la miel y de todos los productos relacionados con la abeja y su geométrica columna se encuentra en La Abeja

Egipcia. El nombre rescata los orígenes de la apicultura, el cultivo de los panales con el fin de producir miel. Aquí se habla de apiterapia, tratamientos terapéuticos con miel, polen, jalea real o propóleo que mejoran el cuerpo y el espíritu, e incluso la casa. Al cruzar el umbral nos reciben la luz tenue de las velas, la madera

Guía

Las direcciones

- » **Amaté** (www.amate.es; 913 19 89 34). Argensola, 6. Té.
- » **Poncelet** (www.poncelet.es; 913 08 02 21). Calle de Argensola, 27. Queso.
- » **Cacao Sampaka** (www.cacaosampaka.com; 913 19 58 40). Orellana, 4. Chocolate. En España tienen tienda en Barcelona, Bilbao, Málaga y Valencia.
- » **Oomumbo** (www.oomumbo.com). Fuencarral, 27. Dulces, chucherías. Tienen otras tiendas en Madrid, en la calle de Núñez de Balboa, 28, y en la calle de Alcalá, 129, y otra en la localidad de Alcalá de Henares.
- » **La Abeja Egipcia** (www.laabejaegipcia.com; 913 19 61 70). Fernando VI, 8. Miel.
- » **Magasand** (www.magasand.com; 913 19 68 25). Travesía de San Mateo, 16. Sándwiches.
- » **Moulin Chocolat** (www.moulinchocolat.com; 914 35 12 19). Alcalá, 77. Chocolate y dulces.



- » **Harina** (www.harinamadrid.com; 915 22 87 85). Plaza de la Independencia, 8. Pan.
- » **Spicy Yuli** (915 22 58 28). Valverde, 42. Especies.
- » **Pomme Sucre** (www.pommessuscre.com; 913 08 31 85). Barquillo, 49. Chocolate y dulces. Tiene además tiendas en Gijón, Oviedo y Albacete.
- » **Azzait Madrid** (915 59 07 19). Mayor, 43. Aceite.
- » **Caviar House & Prunier** (www.caviarhouse-prunier.com; 914 31 95 93). Calle de Hermosilla, 28. Caviar.
- » **Pancomido** (625 26 30 68). General Oraá, 22. Pan.
- » **Alma de Cacao** (www.almadecacao.com; 914 35 00 57). Velázquez, 41. Chocolate. Tienen además tiendas en Bilbao, La Coruña y Las Arenas.
- » **Mercado de San Miguel** (www.mercadodesanmiguel.es). Plaza de San Miguel.

Viene de la **página anterior**

por Yuli, la dueña. Sus extensos conocimientos en la materia se complementan con los esmerados envoltorios que realiza, convirtiendo cada paquete en un sofisticado regalo, aunque sea para uno mismo. Los toldos verdes exteriores, el suelo en damero, los muros azul turquesa, las estanterías y mostradores de madera oscura y la luz tenue crean un ambiente tranquilo que suaviza el exotismo de las especias.

Color chocolate

Tiendas de chocolate marrón chocolate. Es una redundancia, pero se cumple fielmente en Cacao Sampaka, Moulin Chocolat, Alma de Cacao y Pomme Sucre, la nueva pastelería.

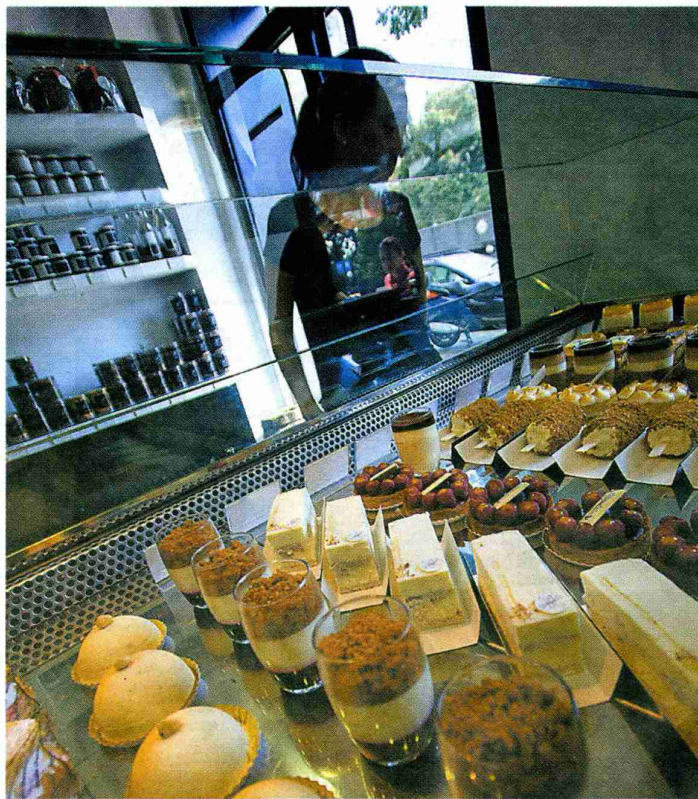
La fuente de chocolate de Moulin Chocolat, colocada en su coqueto escaparate, es una atracción que hipnotiza a los viandantes de la céntrica calle de Alcalá. En el interior, un mostrador de cristal permite que veamos las delicias creadas por el maestro pastelero Ricardo Martínez: naranjas al chocolate, roscones, *panettones*, bombones de formas inusuales y *macarons*, para recordarnos su influencia francesa.

Cacao Sampaka es ya un clásico en Madrid. Se le puede denominar el *concept store* del chocolate: se venden libros, vídeos, utensilios para cocinar, objetos decorativos, y además dispone de un bar. El orden es milimétrico, casi perfecto, lo que hace

pensar en el dibujo de las tabletas de chocolate. La calidez de la madera, las fotografías a gran tamaño de cacao natural y el acabado de las paredes con un brillante color chocolate definen el interiorismo.

Desde Bilbao llegó hace tres años Alma de Cacao. Con este poético nombre se instaló en la calle de Velázquez la denominada "galería del chocolate". Un espacio oscuro como el chocolate negro, donde se pueden descubrir a modo de obras de arte los bombones, helados artesanales, té y cafés con aromas de chocolate, trufas, complementos para cocinar o saborear el cacao, vinos dulces, licores y champañas que acompañan a cada variedad, y un sinfín de dulces de formas sorprendentes, como los huevos a tamaño natural de chocolate blanco, con leche y negro, empaquetados en la clásica huevera de cartón. En estos momentos, el local de Velázquez está cerrado y se está trasladando a una nueva ubicación aún por confirmar en el mismo barrio de Salamanca.

La última novedad en Madrid es Pomme Sucre, en la calle del Barquillo. Proviene de Asturias y nos trae toda la tradición pastelería del norte de España, aunque su chef, Julio Blanco, también se



El mostrador de Moulin Chocolat, en la madrileña calle de Alcalá, hipnotiza con sus dulces. / S. B.

atreve con propuestas innovadoras. La madera oscura y las vitrinas de cristal sobre pies de mesas antiguos perfilan su interior, realizando los bizcochos, chocolates, helados y *panettones*.

Como escaparate en Madrid de esta tipología de tiendas encontramos el Mercado de San Miguel, que ha confirmado su éxito de público pasado algo más de un año de su apertura. Su rehabilita-

ción se basó en la expresión rotunda de su original estructura de hierro complementada con la inclusión de cuidados puestos de diferentes tipos entrelazados por sugerentes recorridos gastronómicos. Cada delicia adquiere en el mercado su propia entidad. El bacalao, el caviar, las ostras, el queso, la fruta, los encurtidos, los frutos secos, disfrutan de su propio puesto independiente. Todo está primorosamente ordenado para llamar la atención sobre sus particularidades, con la entusiasta asistencia de unos dependientes que informan y ayudan a conseguir lo mejor.

La pasión por lo bien hecho, la innovación en el producto, el cuidado diseño de los espacios, la imagen gráfica, el escaparatismo y el *packaging* son algunos de los ingredientes de estas tiendas para gourmets o *delicatessen*. Son propuestas solventes con un balance óptimo de calidad-precio, dirigidas a paladares exigentes que demandan un trato educado y eficiente. O lo

que es lo mismo: a la gran mayoría de un público que sabe lo que quiere.

» **Marisa Santamaría** es directora de comunicación del Instituto Europeo de Design.