



**EL NUEVO JAPÓN.** Los platos sofistican. De izquierda a derecha, sala del restaurante Fuku y uno de los platos que ofrece su carta.

## ESPACIOS

**3** Han tardado en llegar, pero empiezan a verse por nuestro país los primeros jóvenes cafés "a la europea": cuentan con una cocina abierta del desayuno a la noche; son espacios polivalentes con terraza, estar, tienda de víveres y que lo mismo acogen una expo del fotógrafo de moda que una clase de cocina para niños; sus visitantes pertenecen a toda la gama de las nuevas tribus urbanas, y la imagen escandinavo-industrial-vintage-mercadillo convive con lo acogedor y lo orgánico.

**Ejemplos:** Federal Café de Barcelona, y en un futuro, el Luzi Bombón (nombre provisional) del Grupo Tragaluz en Madrid.



Federal Café.

## 'REVIVAL'

**4** Japón vuelve, pero con un giro gastronómico que va más allá de los nigiris de salmón. Ahora los rolls, los makis o los sashimis se aromatizan con trufa, se decoran con caviar, se acompañan de foie o hasta se moja su arroz pegajoso con la yema de los huevos fritos de codorniz. Es el *sushi delicatessen*. Toda esta neocorriente japo ha calado en todo tipo de restaurantes, no necesariamente orientales, en los que ciertos platos o ingredientes son los nuevos reyes: el wasabi para mezclar con mayonesa, el yuzu (cítrico generalmente usado en salsas y postres), el ponzu (para aliños), el wagyu (como carne) o los soft shell crab (cangrejos de concha blanda que se sirven generalmente fritos) son los nuevos básicos.

**Ejemplos:** la cadena Sushi Shop ([www.sushishop.eu](http://www.sushishop.eu)) aterrizó en España tras su exitoso paso por París, Milán o Bruselas y transforma en sofisticado el concepto de restaurante-'takeaway'-'catering'. El nuevo restaurante Fuku es uno de los nuevos templos de la gastronomía japonesa sofisticada ([www.fuku.es](http://www.fuku.es)).

## INFLUENCIAS

**5** El cierto exotismo de lo báltico y la pasión mundial por la estética nórdica han creado el caldo de cultivo para que Europa mire hacia el Norte. Las cocinas se llenan de frutas del bosque, remolacha, reno, pan de centeno... Una vez asumido lo orgánico, la vuelta de tuerca es lo local. Es decir, lo de nuestros mercados de siempre en los que los payeses y agricultores llegaban a la ciudad con los productos de sus campos y granjas, pero que ahora se presenta con un envoltorio chic.

**Ejemplo:** Helsinki redefine los supermercados (nueva tienda de los grandes almacenes Stockman, [www.stockmann.com](http://www.stockmann.com)) y tiendas con productos de granjeros finlandeses ([www.eatandjoy.com/maatilatori](http://www.eatandjoy.com/maatilatori)).

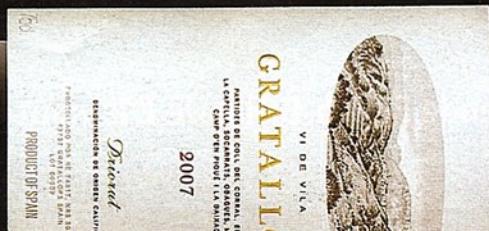


Almacenes Stockman.

## VINOS DE PUEBLO

**6** Las denominaciones de origen han reducido la presencia de los vinos de pueblo al destacarse más esta que su origen más concreto. Esto sucede al incluir en su "territorio" un conglomerado de diferentes lugares y uvas. Ahora los denostados y olvidados vinos de pueblo y sus variedades más características se recuperan y se dignifican. Los "vinos de municipio" empiezan a destacar.

**Ejemplos:** Álvaro Palacios, enólogo y uno de los principales defensores de la tendencia, lanzó esta primavera su Vi de Vila Gratallops 2007, del municipio de Gratallops (Priorat), y prepara el de 2008.



**DE LO GENERAL A LO PARTICULAR.** En el mundo del vino ha mandado la denominación de origen; ahora vuelven los vinos de pueblo.