

crápulas

ÑAM, ÑAM MAGAZINE...

NÚMERO 28. NOVIEMBRE 2017. 4€

“Solo bebo champán en dos ocasiones: cuando estoy enamorada y cuando no lo estoy”, Coco Chanel (y lo suscriben Natalie Wood y Tony Curtis).



PREMIO NACIONAL DE GASTRONOMÍA

¿SIRVEN LAS GUÍAS?

Estas referencias gastronómicas no son siempre tan útiles como parecen

¡MÁS CHAMPÁN!

Se acabó lo de dejar las burbujas para el brindis y los postres

EL GRAN BANQUETE

Vas a necesitar un digestivo tras leer las historias de estos festines

Zela, el sueño del hijo de la isla

D I E G O G R O N D A

El área mágica de Ibiza, hasta no hace mucho un secreto a voces, se ha convertido finalmente en algo reconocido y admirado en muchos lugares del globo. Durante mi carrera profesional, he tenido la oportunidad de diseñar y materializar una serie de nuevas marcas hoteleras, de restauración y *resorts* por distintos rincones del mundo. Y en los últimos años, he sido testigo de cómo Ibiza iba cobrando entidad en lugares tan dispares como China, India, Canadá o Sudáfrica, donde ya la mencionaban como una referencia. Sin embargo, al principio, ese reconocimiento, en una gran mayoría de los casos, se veía representado por la fiesta, el exceso y el desparpajo en una isla tradicionalmente estacional.

A lo largo de las últimas dos décadas, hemos visto cómo marcas gastronómicas internacionales iban aterrizando en Ibiza. Desde Cipriani al Cavalli Lounge y desde Heart (Cirque du Soleil + los hermanos Adriá) al flamante, y muy reciente, Nobu. Las llegadas de estas marcas internacionales denotan el anhelo de una experiencia de mayor nivel global por parte de los turistas extranjeros. Los 'jetsetters' rusos, europeos, americanos o asiáticos ya ansiaban encontrar marcas gastronómicas con las que interactuaban habitualmente alrededor del mundo. Esto de ninguna manera quita mérito alguno a los 'Grandes' (sí, con mayúscula) restaurantes locales. Ibiza ya es un referente global.

Ibiza inspiró una tendencia en la creación de *beach clubs* alrededor del mundo, cuya gran mayoría fueron copias o variaciones de sus conceptos. Sin embargo, el sello o la denominación de origen (si se me permite esta extrapolación del concepto) no llevaba en sí la marca Ibiza. Esto ya está cambiando con la internacionalización de marcas como Pachá o Ushuaia. Así que es importante resaltar un gran cambio, un punto de inflexión: ¡Ibiza ya exporta conceptos de entretenimiento y hostelería con sello propio!

Este año, tuvimos la enorme fortuna de ser seleccionados para crear una nueva marca gastronómica internacional con sello ibicenco. Y así nació Zela, hija primogénita del matri-

monio entre el grupo Tatal y el grupo Kabuki: un restaurante que combina la mágica e innovadora cocina japonesa de Ricardo Sanz con la exitosa y dinámica barra de Tatal. Zela no fue concebido como un restaurante más; sus raíces están bien arraigadas en la cultura de Ibiza, pero su visión de expansión se pierde en el horizonte más allá del Mediterráneo.

A nivel espacial, privilegia una experiencia cercana con la naturaleza. La mayoría de sus mesas son exteriores, sus terrazas y jardines combinan la informalidad presente en la isla con la cultura del 'yo' y todas sus posibles representaciones. Su tupida vegetación es solo interrumpida por decenas de espejos. En el interior del restaurante, el matrimonio de las dos experiencias está bien definido. La gran sala gira alrededor de tres elementos icónicos: la barra de alcohol, la barra de *sushi* y la plataforma del *Dj*. Los tres protagonistas no compiten, se complementan y cambian su protagonismo a medida que se desarrolla la noche.

No es inusual que este tipo de establecimientos releguen a un segundo lugar su oferta gastronómica, y aquí radica la brillantez de este nuevo concepto. La cocina de Ricardo Sanz es merecida heredera de sus cuantiosas estrellas Michelin. Uno podría estar inclinado a definir este concepto como una fusión de Tatal y Kabuki. ¡Nada más lejos de la verdad! Toda fusión conlleva a crear un nuevo producto donde los dos elementos originales ya no son reconocibles. Esto jamás ocurre en Zela, donde gastronomía y mixología jamás pierden sus identidades propias.

Zela nació soñando con su expansión mundial, y por ello, su diseño fue concebido para evolucionar en diversas ciudades del mundo sin perder su ADN ibicenco. Porque Zela lleva con orgullo a Ibiza en su sangre. Y su ambición siempre será ser embajadora del espíritu de esta isla tan única, tan emblemática y tan Ibiza. 🍷

Diego Gronda es un arquitecto y diseñador, fundador y director creativo de STUDIO GRONDA, que ha colaborado con los más influyentes operadores hoteleros.

