

06 cmg | Heraldo de Aragón 27 de febrero de 2016

ALGO SE CUECE

Mirando y enseñando más los productos



Alejandra Sovagau, Felipe López, Jorge Sampallo y Esperanza Centeno. VANESA CASTELLANO

Los restaurantes de la franquicia aragonesa La Mafia se Sienta a la Mesa crecen y evolucionan mirando mucho más al producto y trabajándolo delante del cliente. POR ALEJANDRO TOQUERO



Plato de La Mafia se Sienta a la Mesa. v.c.

FICHA TÉCNICA

La Mafia se Sienta a la Mesa en Zaragoza:

Calle de Casa Jiménez, 6. Tel. 976 227 915.

Calle de Lacarra de Miguel, 11. Tel. 976 216 336.

Calle de Pablo Calsals, 2. Tel. 976 730 555.

Horario: de 13.30 a 16.00 y de 20.30 a 24.00.

Descanso: domingo y lunes noche, cerrados.

Coincidiendo con la celebración del 15 aniversario de La Mafia se Sienta a la Mesa, esta franquicia aragonesa le ha dado una vuelta a su filosofía de trabajo sin perder sus señas de identidad. No se olvida de que pasta y pizza siguen siendo sus referencias más importantes, pero, por ejemplo, los entrantes fríos y calientes, los risottos y las carnes tienen un aire nuevo.

Da la impresión, además, de que de que en La Mafia se han propuesto mirar mucho más al producto, enseñarlo, centrarse en él y en su calidad, para utilizar este argumento como bandera de enganche. Viendo la nueva carta es algo que resulta evidente. Hay muchas recetas cuyas fotografías muestran cómo va a ser el plato que salga a la mesa; el contenido de las salsas que acompañan a las pastas se explica con detalle y, en general, son más naturales, con menos presencia de natas y contenido graso.

Esta renovación alrededor del producto no es solo una cuestión de imagen. Los risottos se presentan en la cazuela donde se cocinan y se trabaja bastante la experiencia sensorial. Por ejemplo, el queso parmesano se ralla delante del cliente, lo que provoca que se activen mucho más sentidos como la vista, el olfato y, por supuesto, el gusto.

Este ideario tiene que ver con el concepto La Mafia 3.0, puesto en marcha coincidiendo con el 15 aniversario. Además de la idea del producto natural que echa sus raíces en la cocina italo-mediterránea, la imagen de los restaurantes -en Zaragoza hay tres y el objetivo de la franquicia es terminar el año con 45 en toda España- se está actualizando. Aparecen materiales tradicionales como madera natural y desaparecen otros elementos como el lacado blanco, el hierro y los espejos; se apuesta por las nuevas tecnologías, como la carta de vinos digital, y se optimiza al máximo el obrador propio, donde se elaboran los productos traídos directamente de Italia o de mucho más cerca, como el tomate y el aceite.

Es especialmente en algunos platos nuevos que acaban de incorporarse donde esa mirada al producto mejor se refleja. Por

ejemplo, en la tabla de la Toscana. Su sola presencia en la mesa muestra el nuevo enfoque. De alguna forma habla de la tradición mediterránea al incluir verduras a la parrilla, un surtido de embutidos italianos (bresaola y pepperoni), tacos de grana padano, bruschetta pomodoro y pan de focaccia sobre base de rúcula. Al centro de la mesa es un entrante ideal para dos o tres personas.

Entre las ensaladas, la templada de frutos del mar es otra de las novedades, mientras que los risottos siguen siendo una de las señas de identidad de la casa. Especialmente destacable es el de mar y montaña, entre cuyos ingredientes se adivinan unos gambones espectaculares.

PASTAS ECOLÓGICAS Y SIN GLUTEN. En cuanto a las pastas, a las tradicionales de grano duro, frescas y rellenas se han incorporado las ecológicas libres de gluten, en la línea de abrirse a todo tipo de público y necesidades. Además, las salsas para combinarlas están bien organizadas para que al comensal no le resulte complicado hacer una buena elección.

En el rincón de las pizzas y calzones hay hueco para los clásicos, pero también para los amantes del picante, los gourmet y los atrevidos. En este último capítulo destacan la de salchicha italiana trufada, aliñada con aceite de trufa blanca, y la pesto genovesa, la pizza más diferente, que no lleva una base de tomate y mozzarella.

El recetario de carnes es uno de los que más ha cambiado. Un producto con una tendencia de consumo muy en alza son las 'meatballs' (albóndigas trufadas) que en La Mafia se sirven con espaguetis y dos salsas distintas: de almendras y foie y de tomate arrabiatta. Como novedades también aparecen la ternera esencial (300 gramos) de la Finca Jiménez Barbero, la presa de bellota 100% cerdo ibérico y una hamburguesa de ternera trufada.

Para los más pequeños el menú piccolino (9,50 euros) es la opción más recomendable. Además, los tres restaurantes de la franquicia en Zaragoza tienen espacios donde las familias pueden ir con niños, e incluso cuentan con zonas de juego y monitores que los atienden.

**ALGO SE CUECE
NUEVOS AIRES
EN LA MAFIA
SE SIENTA A
LA MESA AL
CUMPLIR SU 15
ANIVERSARIO**

