

Taberna & Media presentó su mes del vino canario en Madrid

Texto: Edgar Sabina Técnico Sector Primario de Canarias

El restaurante [Taberna & Media](#), situado en la milla de oro gastronómica de Madrid, presentó la semana pasada una nueva acción promocional dedicada a las Islas Canarias.

Se trata de una selección de vinos canarios que durante un mes maridarán la propuesta gastronómica de José Luis Martínez, chef y propietario de este establecimiento, con el propósito de mantener en carta aquellas referencias que más triunfen en este periodo.

Al acto asistieron una treintena de bloggers y medios especializados de la gastronomía, quienes se hicieron eco de las características de estos vinos volcánicos tan poco conocidos y su importancia en todo el mundo durante más de 300 años, acompañados de otros productos del archipiélago canario tales como los quesos, mojos, mermeladas y la savia de palma.



Treinta bloggers y medios especializados

[GMR Canarias](#) (Gestión del Medio Rural de Canarias), empresa comercializadora, fue la encargada de presentar esta iniciativa a través de su marca promocional Volcanic Xperience

Canary Local Product.

En la primera quincena estarán presentes un total de 6 vinos de la isla de Tenerife; Chasnero Blanco Seco Ecológico (LACASMI), Brumas de Ayosa Blanco Seco (Bodega Comarcal del Valle de Güímar), Marba Blanco Seco (Bodegas Marba), Tágara Marmajuelo sobre lías (Bodegas Insulares de Tenerife), El Lomo Tinto Varietales (Bodegas El Lomo) y Viña Norte Tinto Barrica (Bodegas Insulares de Tenerife), dedicando la segunda quincena a elaboraciones del resto de las Islas.



José Luis Martínez, chef y propietario

GMR Canarias

GMR Canarias, adscrita a la Consejería de Agricultura,
Ganadería, Pesca y Aguas

del Gobierno de Canarias, cuenta desde 2018 con oficina y almacén logístico en Madrid facilitando la comercialización de los productos agroalimentarios de Canarias en toda la Península.

Por su parte, Volcanic Xperience es la imagen de un proyecto que pretende hacer visible la estrategia de valorización del producto canario a los millones de turistas que visitan Canarias cada año. El objetivo es incrementar el consumo de productos agroalimentarios tanto en el lugar de destino de estos turistas (principalmente en hoteles y restauración) como en su ciudad de origen, una vez regresan.

Taberna&Media

En el año 2016, el chef José Luis Martínez, entonces director de negocios en el Grupo Lezama, y con una larga trayectoria entre los fogones desde los 16 años en Casa Lucio, quiso dar una vuelta a su carrera profesional. Apostó por una taberna personal con una base tradicional y con actualizaciones en la decoración del local así como en la propuesta gastronómica.



“Algo más que una taberna” es el lema que explica el nombre del establecimiento y que esconde el ambicioso y a la vez sencillo objetivo de conquistar al público con cercanía, raciones y tapas de toda la vida con producto de calidad.