

## José Andrés promociona las conservas en EEUU

[www.lainformacion.com/](http://www.lainformacion.com/) 27 junio 2013

José Andrés, probablemente el máximo representante de la cocina española en Estados Unidos, se vuelca con los productos más básicos, como conservas, aceitunas o cabezas de ajo morado, en la gama de productos Foods, que reivindica la importancia de la calidad de lo básico en la gastronomía española.

"Vamos a vender ajo como si fuera un Rolls-Royce", dice en una entrevista con Efe durante la presentación en Nueva York de estos productos que no requieren elaboración, sino el simple gesto de abrir una lata de conservas o desgajar una cabeza de ajos, pero que están apadrinados por un chef famoso y por el mimo que pone a sus platos.

"España es el gran productor de conservas, de latas de calidad. Voy a apostar porque un americano se va a abrir en su casa unos mejillones en escabeche con un Martini o que va a abrir una copa de berberechos y lo van a disfrutar con un vino blanco, a poder ser español", asegura. "Son productos que se merecen mucho más que el respeto que se les tiene", apostilla.

José Andrés Foods, que a partir de mañana estarán en distintas superficies comerciales de Estados Unidos, es como una exposición de productos seleccionados por un comisario de lujo, propietario de 15 restaurantes en el país y reconocido con el premio James Beard como un "chef extraordinario".

Pero hasta esos "chefs extraordinarios", en ocasiones, recurren al placer instantáneo de lo ya preparado. En 1810, el francés Peter Durand inventó la conserva, pero según José Andrés, España pronto adoptó la creación como suya. "Sobre todo la de marisco y sardinas, la hacemos mejor que nadie. Soy un enamorado de la conserva (...). Si metemos el vino en una botella también se puede meter la almeja en una conserva".

Hoy en Nueva York, en la sede del International Culinary Center de el SoHo, corrían las navajas, los mejillones, los berberechos o las huevas de erizo de mar. Todos ellos "de lata" y para que los estadounidenses las conozcan y luego las usen según sus criterios. "Si le ponen un buen ketchup a una almeja, por qué no. Los gustos son de libre albedrío", afirma José Andrés.

Aceite de Casas de Hualdo; los mejores bivalvos de Los Peperetes, las patatas fritas de San Nicasio, el vinagre de jerez de Marchenilla, las olivas de Elia, o esos ajos de Las Pedroñeras son las apuestas que José Andrés apadrina para darles el empujón en el mercado siempre muy competitivo de Estados Unidos.

"Soy cocinero y no me dedico o no me dedicaba a la fabricación de productos, aunque sí que es cierto que llevo veinte años intentándole abrir las puertas en Estados Unidos a productos desconocidos. (...) El estadounidense conoce España mucho y a la vez muy poco, pero yo estoy apostando por las cosas que creo que realmente tienen esa oportunidad de dar el salto", explica.

Eso sí, en este momento de una España en crisis y siendo consciente de que "sin querer" se ha convertido en una marca en sí mismo, se siente orgulloso de ayudar, aunque matiza: "Si no hubiera habido esta crisis, yo nunca habría hecho esto".