



‘The Hot Dog Corner’, ‘Napoletta’ y ‘PeZcado Capital’ son las nuevas propuestas gastronómicas disponibles en Madrid a través de todas las plataformas de *delivery*

CAMPOFRÍO Y PESCANOVA, PRIMERAS COMPAÑÍAS DE ALIMENTACIÓN EN ADENTRARSE EN EL NEGOCIO DE LOS RESTAURANTES VIRTUALES

Con esta alianza, las compañías líderes en alimentación se adaptan a los nuevos patrones de consumo con un modelo rentable, replicable y exportable a toda España

Madrid, 24 de marzo de 2021 - Campofrío Smart Solutions y Pescanova Fish Solutions, divisiones de hostelería de las compañías líderes en alimentación, se han unido al grupo de restauración Sagar para impulsar tres nuevos restaurantes virtuales desde donde ofrecerán a los consumidores una forma diferente de disfrutar de sus marcas con propuestas gastronómicas atrevidas.

Napoletta, by Campofrío, The Hot Dog Corner, by Oscar Mayer, y PeZcado Capital, by Pescanova son los nuevos establecimientos virtuales ya disponibles en una prueba piloto que se desarrolla en Madrid, con originales recetas cuyos ingredientes principales serán los productos de calidad de ambas compañías.

De esta forma, Campofrío y Pescanova, marcas líderes de alimentación, se adaptan a los nuevos patrones de consumo a través de un modelo de negocio rentable y replicable que se abre en Madrid y que será exportable a toda España para dar respuesta a los más de dos nuevos millones de consumidores que desean disfrutar del restaurante en casa.

“Con esta unión queremos poner a disposición del consumidor final nuestra experiencia en el sector hostelero abriendo al público la posibilidad de disfrutar de la calidad y la seguridad alimentaria de nuestros productos con recetas exclusivas que, además, permiten al consumidor diseñar sus propios menús”, explica Jesús Puig, Food Service New Business Development Director de Campofrío.

Cada restaurante virtual está avalado por una de las marcas de reconocido prestigio -Campofrío, Oscar Mayer y Pescanova- y ofrece una línea de cocina distinta con recetas innovadoras y sabrosas teniendo como base la pizza, el hot dog y los productos del mar.

El restaurante *Napoletta, by Campofrío* ofrece al consumidor la posibilidad de seleccionar entre seis originales propuestas gastronómicas o crear su propia pizza sobre una base Margarita Artesana 100% Italiana -con 48 horas de maduración y 8 de fermentación- con Mozzarella. Además, a los clásicos ingredientes se le unen otras alternativas del mar como los mejillones, los gambones o las anguñías.

En *The Hot Dog Corner, by Oscar Mayer* se puede elegir entre seis creaciones gastro o fusionar al gusto partiendo de la salchicha Premium de Oscar Mayer a la que es posible incorporar otros ingredientes como totopos, jalapeños, *tomato relish*, cochinita pibil, frijoles y salsas como la crema de queso o la *majo-chilli sauce*, entre otras.

Por su parte, *PeZcado Capital*, by *Pescanova* ofrece tapas y platos con un estilo de cocina fusión y con un toque “canalla”, que incluyen desde el poke de salmón o gambón, al *fresh roll* de brioche relleno de pintxo a la donostiarra, langostinos y chunk sabor cangrejo, hasta el tradicional bocata con un punto gastro. Con una flota de más de sesenta buques propios, de esta forma, *Pescanova* lleva la frescura del mar directamente a la casa del consumidor.

“En los últimos meses hemos vivido un claro cambio de tendencia en el consumo. Conscientes de esta creciente demanda, hemos querido adaptar nuestra oferta a este nuevo estilo de vida. A partir de ahora, los amantes de los alimentos del mar podrán disfrutar de los productos más tradicionales de *Pescanova* con recetas innovadoras, pero, sobre todo, de una manera fácil, rápida y sin moverse de casa”, afirma Antonio Henares, Director Comercial de Food Service del Grupo Nueva *Pescanova*.

Un modelo exportable

Con esta apuesta innovadora para atender las nuevas tendencias de consumo, *Campofrío* y *Pescanova* desean crear un modelo de negocio rentable y replicable que podrá ser exportable a toda España a través de franquicias.

Con este fin, la línea gastronómica de los tres restaurantes ha sido diseñada por los asesores culinarios Danny Hawthorn, Chef Ejecutivo de *Campofrío*, y Carlos Núñez, Asesor Culinario de *Pescanova* teniendo en cuenta aspectos esenciales para el restaurador como el control de operaciones en términos de ejecución y tiempos; los procesos para garantizar la seguridad alimentaria y el control de alérgenos; el aprovechamiento de los productos; la reducción de las posibles mermas, o la eliminación de los procesos de pre-elaboración de alimento, entre otros aspectos.

En el caso del proyecto piloto que se desarrolla en Madrid, esta alianza cuenta con la colaboración de profesionales de la restauración con una dilatada experiencia como el grupo *Sagar*, que será el encargado de elaborar los distintos menús para su servicio a domicilio a través de todas las plataformas de delivery disponibles en la ciudad.

Sobre SIGMA

Sigma es una compañía global líder en la industria alimentaria que produce, comercializa y distribuye alimentos mediante marcas de calidad, que incluyen carnes, quesos, yogures y otros alimentos refrigerados y congelados envasados. Sigma posee un amplio porfolio de marcas líderes y cuenta con 69 plantas de producción que operan en 18 países en cuatro regiones clave: Europa, México, Estados Unidos y América Latina.

En Europa, Sigma produce y comercializa sus productos bajo el nombre de marcas reconocidas como Campofrío, Navidul, Revilla, Aoste, Cochonou, Justin Bridou, Fiorucci, Marcassou, Nobre, Stegeman o Caroli, entre otras. Además, cuenta con una amplia variedad de categorías, como jamón cocido, pavo y pollo cocidos, jamón curado, salchichas, perritos calientes, comidas preparadas, patés y productos vegetales. Sigma produce y vende sus productos en ocho países europeos y exporta a más de 60 países de todo el mundo.

Sobre el Grupo Nueva Pescanova

El Grupo Nueva Pescanova es una empresa española líder del sector, especializada en la pesca, cultivo, elaboración y comercialización de productos del mar, tanto frescos, refrigerados como congelados.

Fundada en 1960, emplea a más de 10.000 personas en Europa, África, Asia y América. El Grupo Nueva Pescanova vende sus productos en más de 80 países de todo el mundo.