



(74) entre fogones

DE TORRE

Gourmet

DE TIENDA DE BARRIO A
REFERENCIA GOURMET:

DE TORRE,

alma de la alimentación artesanal

TEXTO: Carmen Herreros González
FOTOGRAFÍAS: Javier Casado de Torre

Logroño cuenta con un comercio abundante y de calidad. Tiendas nuevas y antiguas se intercalan en un entramado urbano que desprende actividad, bullicio y vida. Entre todas ellas cabe destacar un comercio familiar en el centro, regentado por la familia De Torre, del que toma el nombre, y donde el valor añadido de los productos no solamente se encuentra en la calidad de los mismos, sino en el trato absolutamente personal que dispensan, permitiendo que el comprador tenga la sensación de estar en “su tienda de toda la vida”, a pesar de encontrarse en la gran ciudad.



Los inicios de De Torre.

AÑOS SESENTA: EL ORIGEN DE UNA TIENDA SINGULAR

Corría el año 1962 y Javier de Torre, un joven entusiasta de 17 años y con una mochila cargada de muchísima ilusión y esfuerzo, inició en la esquina de la calle García Morato de Logroño con República Argentina, la andadura de lo que se convertiría en una empresa familiar con gran futuro: una pequeña tienda de comestibles que se distinguía del resto por contar en sus estanterías con todo aquello que no podía encontrarse en otro lugar, a lo que se sumaba el trato personal que desde el inicio acompañaba a este establecimiento: “No se ve nada pero hay de todo”, era la premisa que repetían una y otra vez los clientes. Estas dos señas que condujeron el proceso de formación de la tienda son, precisamente, las que todavía hoy la distinguen.

Desde el inicio fue un comercio singular, que se esforzaba por combinar sus productos ordinarios con todos aquellos productos diferentes

“No se ve nada pero hay de todo”, era la premisa que repetían una y otra vez los clientes

que no se podían encontrar en otro lugar. Para ello una cuidada elección de proveedores, siempre pequeños productores, detallistas al máximo con su materia prima y con el proceso de elaboración. Productos madrileños, franceses, japoneses... un mostrador en el que se podía escoger entre la mejor selección de comestibles internacionales.

En aquellos tiempos tanto los productos como las formas de consumo, de presentación y de conservación de los alimentos eran muy diferentes a las actuales. La compra era al día, y en el entorno cercano a la vivienda. Es decir, eran los vecinos los mayores destinatarios. Una clientela local, de barrio y muy cercana. Pero en el caso de la tienda de “Javi”, tradición e innovación convergían en un mismo espacio, algo que se reflejaba claramente en la venta de productos refrigerados junto a la venta a granel. De Torre incorporó desde el principio cámaras que le permitían mantener frescos los productos, y así poder traer las grandes marcas que se estaban consolidando en el mercado, como Danone. Simultáneamente el aceite se vendía a granel, procedente de un gran recipiente, de donde se extraía con una bomba para embotellarse. Cuando con las bajas temperaturas se quedaba frío, se calentaba con unas barras especiales para poder extraerlo.

Durante estos primeros años el espacio se fue consolidando. El trato afable de Javier, Rosa y Pita, (todos ellos de la misma familia), su amabilidad y cercanía, generaron una clientela muy fiel que permitió, poco a poco, el crecimiento del negocio.

LOS OCHENTA Y NOVENTA: EL SALTO A LA GLOBALIZACIÓN

La buena marcha de la tienda animó a la familia a llevar a cabo una ampliación del local. Se trataba de un plan arriesgado, ya que fue el momento en el que los hábitos de vida y de compra comenzaban a modificarse, y la aper-





(76) entre fogones



Una parte del grupo humano de De Torre.



tura de grandes superficies, como Alcampo, que abrió sus puertas en Logroño en 1989 y que ofrecía de todo, supuso una brutal competencia para las tiendas de barrio.

Fue entonces cuando en De Torre percibieron que ya no era suficiente ofertar productos singulares, sino que era muy importante la presentación, buscar ese valor añadido que permitiera consolidar la supervivencia de la tienda. Adelantarse a las necesidades de los clientes, potenciar sus peticiones más exquisitas... Había llegado el momento de empezar a reducir el número de productos ordinarios para producirse una progresiva especialización en productos exclusivos y artesanales. Un buen ejemplo, como el propio Javier relata, fue la sustitución del jamón de York de las grandes marcas por uno artesanal y absolutamente natural. Este proceso vino acompañado también de una atención todavía más cercana al cliente, con consejos concretos sobre productos, platos que se podían cocinar con ellos, explicaciones sobre la procedencia de los mismos, sobre su proceso de elaboración... Ya no se trataba de una simple tienda, De Torre se había converti-

do, prácticamente, en un “Centro de Interpretación” de la alimentación. Un espacio de olores, colores y sabores donde el cliente podía disfrutar de algo más que comprar.

Esta tendencia llevó a que, en 1994, y ya con una nueva generación que poco a poco se iba incorporando al negocio, se abriera junto a la tienda inicial, un nuevo local que recogía todos los productos de alta gama. En estos momentos la proyección ya no era de barrio, sino que trascendía a la ciudad e incluso a las localidades vecinas. Posteriormente, en el 2000, la división sería clara: por un lado la tienda en la esquina de las calles antes mencionadas, con

Un espacio de olores, colores y sabores donde el cliente podía disfrutar de algo más que comprar



La quesería.

fruta y verdura de alta calidad; y junto a ella, en García Morato, la tienda Gourmet. De Torre se consolidó definitivamente como un gran espacio dedicado a los productos más artesanales, exclusivos y selectos del mercado. Se creó una quesería que contiene habitualmente más de 100 variedades diferentes de quesos, tanto nacionales como de importación. Y con el tiempo, la cava de queso, una zona especial para la maduración del producto que permite disfrutar de una experiencia rural en pleno centro logroñés.

UN FUTURO MUY PROMETEDOR

Poco a poco, de la mano de Álvaro, sobrino de Javier y el actual “director de orquesta” de la tienda, el espacio De Torre ha ido incorporando las nuevas tecnologías: ordenadores, diversas máquinas y herramientas para el trabajo de los embutidos y quesos de la manera más fina y artesanal, creación de un blog, de una revista, presencia en las redes sociales... algo que les ha hecho merecedores de dos premios en los últimos años. La tienda se consolida, y con

ella, una forma moderna, pero a la manera tradicional, de vender.

EL ALMA DE DE TORRE

Pero el verdadero éxito de este espacio delicatessen no son solamente las delicias que allí te puedes encontrar, como sal negra de Hawái, sino el equipo humano que desde siempre han tenido tras el mostrador. A Javier, Rosa, Pita y Álvaro se suman Marina, Cristina, Sonia, Gema... todos ellos volcados en un proyecto común. Aún así, es, sin duda, la personalidad de Javier, “Javi”, la que con su amabilidad, su delicadeza y sus detalles con todos, mayores y pequeños, hacen imprescindible este espacio en el barrio del corazón logroñés, formando parte de la idiosincrasia del mismo. Un negocio que, sin duda, tiene alma.

PARA SABER MÁS

www.dettorregourmet.com