vinetur

El bar efímero de KFC y La Vieille Ferme roza el lleno antes de abrir

La alianza traslada el fenómeno del chicken wine a Shoreditch con un maridaje poco común entre pollo frito y vino

martes 18 de agosto de 2026



KFC y La Vieille Ferme han agotado casi todas las plazas de Coq au Vin, el bar efímero que ambas marcas abrirán en Londres del próximo 28 al 31 de agosto. El espacio funcionará en Kachette Annex, en Shoreditch, y las entradas cuestan 15 libras. Según informan las dos compañías, todas las sesiones diurnas y de primera hora de la noche que ya habían salido a la venta se han vendido por completo antes de que el local abra

sus puertas.

La respuesta del público deja sin plazas las 15 sesiones que ya estaban disponibles para los cuatro días del evento. Solo quedan por salir a la venta tres turnos de las 20.00 horas, uno para el próximo 28 de agosto, otro para el próximo 29 de agosto y otro para el próximo 30 de agosto. Esas entradas se pondrán a la venta por separado en los días previos a la apertura.

Coq au Vin se presenta como el primer bar de pollo y vino impulsado por KFC y La Vieille Ferme. La propuesta une a una de las cadenas de comida rápida más conocidas de Reino Unido con una marca de vino que ha ganado mucha presencia en redes sociales. La Vieille Ferme, elaborada por Famille Perrin en el valle del Ródano, se conoce en el mercado británico con el apodo de “chicken wine”, o “vino del pollo”, por la ilustración de un gallo y una gallina en su etiqueta.

La carta del local incluirá una selección de vinos de La Vieille Ferme junto a platos de KFC. Las marcas explican que el menú se ha concebido para poner a prueba ideas habituales sobre el maridaje entre vino y comida. La combinación parte de una unión poco frecuente en este tipo de citas: pollo frito y vino servidos en un formato más cercano al bar temático que a una cata clásica.

El tirón comercial de la iniciativa también se apoya en la trayectoria reciente de La Vieille Ferme en Reino Unido. El apodo “chicken wine” se extendió en TikTok e Instagram y convirtió a la botella, en especial al rosado, en una referencia muy reconocible para parte del público joven. En 2024, la cadena Sainsbury’s informó de un aumento interanual del 96% en las ventas de La Vieille Ferme Rosé y, después de ese avance, incorporó el vino en formato magnum.

La colaboración con KFC lleva ese fenómeno un paso más allá. Lo que empezó como un nombre informal usado en internet se ha transformado en una experiencia presencial con entradas de pago. El precio de acceso, 15 libras, y la fuerza comercial de dos marcas muy conocidas parecen haber ayudado a ampliar el interés más allá del consumidor habitual de vino.

La operación encaja con una línea de trabajo que se ve cada vez más en el negocio del vino: crear ocasiones de consumo que vayan más allá de la botella y rebajar la distancia que algunos clientes perciben ante formatos más tradicionales. En lugar de centrar la propuesta en una degustación formal o en un discurso técnico, Coq au Vin se apoya en una marca de comida rápida, un apodo muy difundido en redes y un maridaje poco común para atraer público.

En la práctica, el resultado es que un bar temporal de Shoreditch ha llenado casi todo su aforo antes de servir la primera copa. Para quienes no consiguieron entrada en la primera tanda, las únicas opciones que siguen pendientes son esos tres pases de las 20.00 horas del viernes, sábado y domingo. Todas las demás sesiones anunciadas entre el mediodía del viernes y la tarde del lunes aparecen completas.