vinetur

La Tagliatella lanza en España cuatro platos de Pepe Rodríguez con mezcla italiana y española

La colección reparte sabores españoles en antipasti, pasta, gnocchi y pizza durante una edición limitada

martes 15 de septiembre de 2026



La Tagliatella incorporará este martes, 15 de septiembre, cuatro recetas firmadas por Pepe Rodríguez, chef de El Bohío y miembro del jurado de MasterChef España, en una colaboración que estará disponible en todos los restaurantes de la marca en España hasta el próximo 29 de noviembre.

La cadena de restauración italiana y el cocinero han construido la propuesta a partir de una mezcla de referencias italianas y sabores muy reconocibles de la cocina española. Los platos incluyen ingredientes como salchichón ibérico, jamón serrano, pulpo a feira y carrillera, integrados en formatos habituales de la cocina italiana como antipasti, pasta, gnocchi y pizza.

Pepe Rodríguez sostiene que Italia y España comparten “el respeto por el producto y el placer de sentarse a la mesa” y afirma que el trabajo conjunto ha buscado combinar ingredientes de ambos países para probar que tradición e innovación pueden convivir en una misma receta.

La campaña se apoya en el lema “Probamos y luego juzgamos”, con el que la marca plantea al cliente una invitación a probar combinaciones poco habituales antes de formarse una opinión sobre ellas. La idea de fondo, en palabras de la compañía, es llevar a la mesa platos que, sobre el papel, pueden parecer poco comunes, pero que aspiran a funcionar por el equilibrio entre sabores y texturas.

El primer plato de la colección es el Tártar Ibérico con Panettone del Veneto. La Tagliatella lo presenta como una tostada dulce de panettone del Veneto sobre la que se sirve un tartar elaborado con salchichón ibérico. El conjunto se completa con Parmigiano Reggiano DOP, oliva Leccine, tomate confitado y tomate cherry. La receta busca el contraste entre el dulce y el salado, una combinación poco frecuente en la carta tradicional de una cadena italiana orientada al gran público.

La segunda propuesta es el Sorrentino alla Beurre Blanc. Se trata de una pasta rellena de Parmigiano Reggiano DOP y jamón serrano, acompañada de una salsa beurre blanc elaborada con mantequilla, nata y vinagre de estragón. El plato se termina con pancetta italiana. En esta receta conviven productos muy ligados a Italia con un ingrediente tan presente en la despensa española como el jamón serrano.

El tercer lanzamiento es Gnocchi di Pulpo a Feira. La compañía explica que el plato une gnocchi de patata con una salsa cremosa de pulpo, pimentón ahumado y una mezcla de quesos. La referencia al pulpo a feira sitúa la inspiración en Galicia, aunque la formulación final pasa por el lenguaje de la cocina italiana, tanto por el uso del gnocchi como por la presencia de queso y salsa cremosa.

La cuarta receta es la Pizza de Carrillera al Curry Thai. En este caso, la base incluye crema de calabaza y mozzarella, sobre las que se añaden carrilleras al curry verde de estilo tailandés. La Tagliatella plantea así una combinación de tres procedencias culinarias distintas: la pizza italiana, un ingrediente muy asociado a la cocina española de guiso y un aderezo inspirado en sabores asiáticos.

Con esta selección, la marca sale del repertorio más convencional de la cocina italiana que suele ofrecer una cadena de restauración organizada. La operación también encaja con una línea de producto pensada para compartir en mesa, uno de los rasgos que La Tagliatella sitúa en el centro de su oferta, junto con las raciones amplias y las recetas concebidas para consumo en grupo.

La elección de Pepe Rodríguez aporta, además, el perfil de un cocinero muy conocido para el público general. El chef dirige El Bohío, restaurante con una estrella Michelin, y lleva más de 13 años como jurado de MasterChef España. Esa doble presencia, en la alta cocina y en televisión, le ha dado una notoriedad que las marcas de restauración valoran a la hora de asociarse con figuras capaces de trasladar una propuesta culinaria a un público amplio.

En esta colaboración, el cocinero lleva esa imagen a una cadena con implantación nacional. La Tagliatella forma parte de AmRest, grupo de restauración multimarca que opera en 22 países y suma más de 2.100 restaurantes bajo enseñas franquiciadas y propias. Entre estas últimas figuran, además de La Tagliatella, Sushi Shop, Blue Frog y Bacoa; entre las franquiciadas, KFC, Starbucks, Pizza Hut y Burger King.

Dentro de esa estructura empresarial, La Tagliatella se presenta como la mayor empresa española de restauración especializada en gastronomía italiana. La compañía centra su mensaje en el uso de ingredientes de primera calidad y en la presencia de productos con Denominación de Origen Protegida, un argumento que en esta ocasión

se refuerza con menciones expresas a ingredientes como el Parmigiano Reggiano DOP.

La iniciativa se suma a una tendencia cada vez más visible en restauración organizada: la búsqueda de ediciones limitadas y colaboraciones con cocineros conocidos para renovar la oferta sin modificar la base del negocio. En este caso, la duración de la campaña, algo más de dos meses, permite a la cadena medir la respuesta del cliente en todo el mercado español con una propuesta cerrada de cuatro platos y un mensaje muy concreto: probar mezclas poco habituales entre cocinas cercanas, pero con códigos propios.

La incorporación simultánea de antipasti, pasta, gnocchi y pizza también muestra una intención clara de repartir la colaboración por varias categorías de la carta, en lugar de concentrarla en un solo producto. De ese modo, la campaña no se limita a un plato reclamo, sino que construye un recorrido completo por distintos formatos de consumo dentro del restaurante.

Pepe Rodríguez sostiene que la innovación gastronómica no pasa siempre por inventar productos nuevos, sino por mirar ingredientes conocidos desde otro ángulo. Esa idea resume el sentido de una propuesta que parte de referencias populares para combinarlas en un menú temporal dentro de una cadena de alcance nacional.