



LA SANTA MARKET RECREO DEL VERANO EN COLORES PASTEL

SI CAMINAS DESCALZO SOBRE LA HIERBA FRESCA HUELES A VERANO Y TE DESPIERTAS, LO MÁS SEGURO ES QUE ESTÉS EN LA SANTA MARKET, UN LUGAR ATEMPORAL QUE DEJA UNA HUELLA PERMANENTE.

Texto: Marc Ribas. Fotos: Javier Estrada.

Si entras no es sencillo salir porque lo que allí sucede es simplemente mágico. Se llama La Santa Market y, en su tercer año de vida, se ha convertido en la cita del verano de la Costa Brava.

Durante 35 días, una parte de la finca del Santa Cristina Horse Club -en Santa Cristina d'Aro, Girona- las luces de colores, las barras de madera, una vegetación exuberante, las sonrisas y un buen ambiente acampan en un entorno

trendy, cool e instagramable. La Santa Market es un centro de ocio y entretenimiento aliado con el atardecer y el inicio de la noche de la Costa Brava (abierto de 18 a 1 h.) pensado para la familia, adolescentes y jubilados con ganas de diversión. Un espacio y una forma diferente de entender el entretenimiento, diseñado por Julio Rico, un emprendedor empedernido vinculado toda su vida al deporte hípico, la política local, los negocios de asesoría en el extranjero y desde hace tres años, a esta "niña de sus ojos" como le gusta decir, que ha

llamado La Santa Market. Y lo hace con pasión, aprendiendo de cada rayo de luz que el Mediterráneo deja sobre sus folios en blanco, atento a cada color de moda, a la calidad de un bocado, a la actualidad o a la condición de los humanos y su carga genética. Porque Julio Rico se divierte dibujando sueños que, después, es capaz de contar y poner en marcha.

La Santa Market ha sido un éxito porque Julio y su equipo no han parado de aprender y de empeñarse en ser únicos.

¿QUÉ PASA EN LA SANTA? Más de 200 artesanos mostraron y vendieron sus diseños de moda, sus complementos de cuero o sus artesanías y obras de arte. También hubo gastronomía local, productos naturales de belleza e increíbles espacios dedicados a la gastronomía de muchas partes del mundo, así como

Julio Rico conversa con el chef Agustín Herrera en el Bar Restaurante Coctelería El Clásico (C/ Pontejos, 9. Madrid) frente a un arroz seco de almejas, langostinos y jamón ibérico, acompañado de una copa de Cava Rosé Delicat Reserva de Vilarnau.

diferentes barras de coctelería y música en directo. Todo en un escenario encantador donde el protagonista era siempre el atardecer, la cálida noche de la Costa Brava y una jaima luminica que ya se ha convertido en emblema del verano de la zona.

El punto de partida, como explica Julio Rico, es la idea de "un mercado medieval donde existía una interacción tremenda entre las personas". Un bosque encantado en el que todo estaba pensado al milímetro. Su inventor explica cómo una lectura sobre costumbres ancestrales le dio la idea de bajar los mostradores, hacer que las cocinas estuvieran en el centro y que la gente comiera con las dos manos, alrededor del cocinero. "Y funciona, porque el 99,9% o de nuestra existencia ha sido así y lo tenemos grabado en nuestro ADN, cuenta Julio Rico".

El primer año entraron en La Santa Market 48.000 personas, este verano la tribu a aumentado hasta los 152.000.

TENDENCIA GASTRO. Un restaurante libanés que cocinaba un exquisito sabarba, con filetes traídos de Turquía y pan de pita de Israel, una parrilla argentina y un espeto malagueño han sido los reyes de esta edición.

"La gastronomía forma parte fundamental de los *markets* y del *life style*. A la gente le encanta reunirse para descubrir sabores y nuevas propuestas en entornos preciosos y bien atendidos. Si hablamos del vino y el cava, la sorpresa es que ha crecido su consumo (en 35 días se han vendido 2.500 botellas de vino). Pero hay que incentivar su consumo porque creo que tiene mucho



LAS LUCES DE COLORES, LAS BARRAS DE MADERA, UNA VEGETACIÓN EXUBERANTE, SONRISAS Y BUEN AMBIENTE ACAMPAN EN UN ENTORNO TRENDY, COOL E INSTAGRAMEABLE

recorrido", continúa Julio Rico. "En La Santa hemos puesto el vino en cubiteras a la vista y lo hemos servido por copas. Si hablamos de destilados, el rey es el ron. Hemos vendido 10.000 mojitos". Pero el lugar que más marcó la diferencia fue Las Palmeras Gastro Coctelería Terrace, un proyecto alucinante de La Santa y González Byass que ofrecía una experiencia gastro única y diferente: el maridaje de productos excepcionales con una coctelería exclusiva. A los mandos estaban el chef Frederic Toppin y el bartender Coque Alonso. De su imaginación salieron bocados de atún, salmón, jamón ibérico, foie, anchoa y seis quesos franceses galardonados, que se servían con un cóctel creado para la ocasión.

Un fiesta para los sentidos, una oportunidad exclusiva que se convirtió en la armonía para una noche de verano.