

González Taboada asiste a la cata organizada por Madrid Enoturismo en el stand de la Comunidad de Madrid

---

## Los aceites, quesos, ahumados y vinos de la región conquistan la segunda jornada de Madrid Fusión

- El Gobierno regional promociona los alimentos “M Producto Certificado” con mercados de proximidad como La Despensa de Madrid o “Cómete Las Ventas”

**24 de enero de 2017.-** El consejero de Medio Ambiente, Administración Local y Ordenación del Territorio, Jaime González Taboada, ha asistido hoy a la degustación que Madrid Enoturismo, la asociación que agrupa la oferta turística y gastronómica de 21 bodegas de la región, ha organizado en el stand de la Comunidad de Madrid en Madrid Fusión. Los vinos de la Bodega Pablo Morate han sido los protagonistas de esta cata, combinados con el pastel de patata, boletus, shitake y cardo que han elaborado los chefs del restaurante La Tercia.

Si ayer, en la primera jornada de Madrid Fusión, fue la casquería la que elevó la bandera de los productos madrileños de la mano del chef Javier Estévez, nuevo embajador de “M Producto Certificado” –la marca que establece distintos controles y estándares para asegurar al consumidor la calidad de los alimentos de la región-, en la jornada de hoy han sido los caldos, aceites y quesos los que han conquistado a los asistentes a este foro gastronómico, uno de los más importantes del panorama internacional.

Así, el expositor de la Comunidad de Madrid ha acogido a lo largo del día una cata de los nuevos aceites virgen extra madrileños, el *showcooking* del chef Francisco Javier Pajares con los quesos de Cabra del Guadarrama de La Cabezuela o la degustación de las anchoas y los ahumados artesanos elaborados con mimo por la empresa Casa Santoña. Tampoco ha faltado a la cita la mejor carne de la región, en esta ocasión con la ternera de raza frisona de Cuerda Larga-Carnes de Miraflores interpretada por los cocineros del restaurante La Cabaña de Soto del Real.

La marca “M Producto Certificado” es sólo una de las iniciativas del Gobierno regional para poner en valor y contribuir al desarrollo del campo madrileño y de su industria agroalimentaria, una apuesta que también pasa por la organización de mercados de proximidad como La Despensa de Madrid o “Cómete Las Ventas” -que acercan los productos de la región a los consumidores sin intermediarios- o la colaboración con gigantes de la distribución como Carrefour o Alcampo para llevar los alimentos madrileños a las grandes superficies.