

## **Silbon Bar abre sus puertas para convertirse en el punto de encuentro más 'cool' de la capital cordobesa**

### [Multimedia](#)

**Se trata del primer proyecto de restauración del emergente grupo del retail cordobés, que se enmarca en otra vertiente diferente al exclusivo mundo de la moda**

[Silbon](#) abre este lunes a las seis de la tarde las puertas de Silbon Bar, el primer proyecto del emergente grupo del retail cordobés, que se enmarca en otra vertiente diferente al exclusivo mundo de la moda.

En línea con grandes firmas de moda como Dior, Ralph Lauren o Armani; Silbon coge distancia con otras firmas de su mismo sector, diversificando nuevamente su negocio y debutando en el mundo de la restauración. En esta ocasión se trata de un establecimiento de 60 metros cuadrados, con veladores, destinado al ocio gastronómico y situado en la Calle Cruz Conde, a tan solo unos metros de la Flagship Store de Silbon, en el número 13 de esta gran vía comercial de la capital.

La idea de este establecimiento ha nacido para ser el punto de encuentro diario o el 'after work' de muchos cordobeses, que también pueden encontrar en este acogedor espacio la mejor opción para el 'tardeo' de los jueves, viernes, fines de semana y festivos.

Con Silbon Bar, ha comentado el CEO de la firma, Pablo López, "se pretende ampliar y completar la experiencia de usuario del cliente Silbon, quien además de poder vestir las diferentes colecciones e identificarse con los valores de la marca, ahora también tendrá un punto de encuentro donde compartir con amigos momentos inolvidables de ocio".

El 'meeting point' de los clientes, amigos y seguidores de Silbon presenta una estética en paralelo y sintonía con la línea más actual de la marca tanto en las tiendas como en los cornes ECI, en donde el metal y la madera cobran gran relevancia.

Los detalles de Silbon Bar confieren el carácter a sus paredes en donde están expuestas las prendas icónicas de la marca y 12 láminas que dejan ver la historia de Silbon desde sus inicios en 2009.

Igualmente, las vajillas y el menaje con sello 'Silbon Home,' elaboradas por

alfareros de La Rambla (Córdoba), ya están a punto para servir de base a un concepto innovador en el que la moda y lo gastro se dan la mano en sintonía con la "forma de ser llana pero no exenta de clase y estilo" del cliente que describe Silbon.

En definitiva, "un universo que trasciende más allá de la moda hacia una forma de ser y sentir la vida", ha comentado el máximo directivo de la compañía, y al que según él "se le pone sabor con una selección gastronómica, y de vinos y bebidas, acorde con un picoteo diverso y sugerente".

Una carta 'made to measure' con vino marca Silbon

Así en la carta se destacan tanto las propuestas de pescado con platos como el lingote de salmón con oro y trufa; como también las sugerencias de carne, como el timbal de morcilla con cebolla caramelizada y piñones, o, las alcachofas confitadas con virutas de jamón para los amantes de las verduras con mucho sabor.

Un buen final siempre es importante y para ello la carta de postres sugiere, entre otras delicias, el tocino de cielo con nata y nueces o una tarta de chocolate Castillo Moriles, con sello 'made in Córdoba'.

En carta de bebidas además del vermut y la selección de vinos blancos, rosados y tintos, estos últimos con denominaciones de origen Rioja y Ribera de Duero, destaca principalmente el vino Silbon con nombre propio, un blanco y un tinto con denominaciones de origen Rueda y Toro sucesivamente, y como propuesta estrella, en la carta de vinos destaca el tinto de Córdoba '12PB' elaborado en la localidad cordobesa de Puente Genil con la variedad de uva syrah.

Desde la directiva de Silbon no se descarta nuevas aperturas de Silbon Bar si la propuesta cuaja siguiendo la misma estrategia expansiva "Prueba – Efecto desarrollada con el lanzamiento de la línea Silbon Woman y que tan buenos resultados les ha dado", ha comentado el director de operaciones de la compañía, Juan Jurado.

Aparte de la restauración, la compañía prevé cumplir e incluso superar el reto de terminar 2022 con 50 puntos de venta y con un crecimiento de facturación de un 40% que les puede llevar a superar los 25 millones de euros, es decir, al menos 7 millones por encima de lo facturado en 2021.

---