

Los productos tropicales de Almuñécar La Herradura se promocionan en Londres

Rodríguez ha destacado el compromiso “con la promoción de la rica y variada gastronomía de Almuñécar y de la Costa Tropical”

martes 25 de junio 2024



El presidente de la Diputación de Granada, Francis Rodríguez, junto al alcalde de Almuñécar, Juan José Ruiz Joya, el diputado de Agua, Promoción Agraria y Medio Ambiente, Antonio Mancilla, el teniente alcalde de la Herradura y delegado de Turismo, Daniel Barbero, y el consejero de Turismo en Londres, Manuel Butler, ha participado en una acción promocional que pretende promocionar los frutos tropicales, la gastronomía autóctona y el destino turístico de Almuñécar La Herradura.

La campaña promocional, denominada “¿Ahora SI! ¡Acción! - Londres listo para degustar Almuñécar La Herradura”, que promueve el Patronato de Turismo de Almuñécar con la colaboración de la Diputación de Granada, divulga el destino turístico Almuñécar La Herradura, a través de la cocina y los productos frescos, para despertar el interés de los londinenses por visitarnos, ofrecer experiencias auténticas, diferenciadoras y únicas, y enamorar a los turistas a través de la gastronomía, como forma de sumergirse en la cultura y las tradiciones de Almuñécar La Herradura.

El evento principal de esta campaña se ha desarrollado este martes en un céntrico restaurante de Londres, al que han asistido más de 200 personas donde, de la mano del prestigioso chef español José Pizarro, y los chefs locales Sergio González del Restaurante Firmvm y Carlos Martín del Restaurante Mardela, se han aliado para ofrecer un menú especial inspirado en productos de cercanía del litoral granadino como el mango, el aguacate y la chirimoya como protagonistas para potenciar el turismo gastronómico en el atractivo y competitivo mercado londinense.

De esta forma se ha ofrecido a más de 200 comensales, entre los que se encontraban importantes prescriptores, periodistas y clientes finales, un menú elaborado por José Pizarro, Sergio González y Carlos Martín consistente en 7 platos cuyos protagonistas son los frutos tropicales : croquetas de calabaza, chistorra, chirimoya y huevos de codorniz (por Sergio González), brioche de sartén tostado con aguacate y gamba blanca (por José Pizarro), rosa de atún rojo y rape con salsa fría mango y almendras (por Sergio González), plato alpujarreño de patatas laminadas finas cocidas suavemente con cebolla, 100% Jamón Ibérico 5J de Bellota y pimientos verdes de José Pizarro, arroz de pulpo con carpaccio de langostinos (por Sergio González), rabo de toro de España en canelón (por José Pizarro) y el secreto andaluz de Carlos Martín, dados de mango salteados con pimienta rosa y sopa fría de chirimoya.

Rodríguez ha querido felicitar al Patronato de Turismo de Almuñécar “por esta magnífica iniciativa y destacar el firme compromiso de la Diputación con la promoción de la rica y variada gastronomía de Almuñécar y de la Costa Tropical. Comer en Granada es un lujo, y dentro de la provincia, Almuñécar es uno de los lugares privilegiados para sentarse a la mesa. Esta acción no solo enriquece la oferta turística, sino que también promueve el crecimiento económico y la sostenibilidad del municipio”.

A su vez, ha señalado la accesibilidad aérea de Granada y Londres desde hace tiempo, indicando que “esta ruta es de gran importancia para el sector turístico de Granada, ya que abre una puerta aérea directa al mercado británico, que mayoritariamente llega a nuestra provincia a través del aeropuerto de Málaga. En la actualidad, Reino Unido es el tercer cliente internacional de Granada, sólo por detrás de Francia y Estados Unidos, con 70.000 turistas alojados en hoteles cada año”.

Por su parte, el alcalde de Almuñécar, Juan José Ruiz Joya, ha agradecido en primer lugar la colaboración y “el gran compromiso de la Diputación de Granada, a través de su Patronato Provincial de Turismo con Almuñécar” y, también, ha destacado que “el binomio agricultura y turismo, que son los pilares de la economía de Almuñécar, tienen un punto de confluencia en la gastronomía y, con su promoción, a la vez apoyamos al sector hostelero, hotelero y a nuestros agricultores de productos tropicales, con lo que la iniciativa es una acción que genera empleo, riqueza y movimiento económico”.

“Estamos muy emocionados de lanzar esta campaña y mostrar al mundo la increíble diversidad y riqueza de la gastronomía de Almuñécar y La herradura. Esta es una oportunidad para que los

londinenses se conecten con nuestras tradiciones culinarias y descubran los sabores únicos que nos distinguen”, ha afirmado el Alcalde Almuñécar.

La campaña, que también busca apoyar a los productores locales y fomentar el turismo gastronómico en la región contribuyendo así al desarrollo económico y cultural, va a tener un impacto directo sobre 4.000 personas que visitan los restaurantes de José Pizarro durante un mes, en un área de acción de más de 16 millones de habitantes en Londres.

Este gran evento está siendo acompañado por otra serie de acciones promocionales entre las que destaca que durante 6 semanas se podrá degustar, en el restaurante de José Pizarro el plato estrella del menú “Rosa de atún rojo y rape con salsa fría de mango y almendras”, diseñado por Sergio González.

Video Lse

