



Germán Alarcón, Juan Joyanes y Manuel Carrillo junto a algunos cocineros
Hotel - Sur.



Los platos presentados fueron una buena muestra de nuestra gastronomía

La promoción turística de Córdoba y Granada realizada en el Levante español fue un éxito

Tal y como lo anunciamos en la pasada edición de HOTEL-SUR, del 27 al 28 del pasado mes de octubre, la 'cocina del tapeo' de Granada y Córdoba cobró protagonismo en el Levante español. En un acto de promoción turística organizado por los Patronatos de Turismo de ambas provincias, en colaboración con la Asociación

Gastronómica y Culinaria de Andalucía (ASGAC) se llevó a esta región española una muestra de lo más destacado turísticamente hablando, obteniendo un gran éxito. La parcela gastronómica fue ciertamente una de las más celebradas, dada la variedad y exquisitez con que fueron presentadas nuestras riquezas culinarias.

Los Patronatos Provinciales de Turismo de Granada y Córdoba en estrecha colaboración con las respectivas asociaciones hoteleras han promocionado sus atractivos y facilidades turísticas en una apretada gira de 2 días con espectaculares presentaciones en Valencia, Alicante y Murcia. La capacidad de convocatoria ha sido realmente importante hasta el punto de congregar más de 300 personas entre agentes de viajes y medios de comunicación de las tres ciudades visitadas donde existe un notable mercado potencial turístico hacia las distintas zonas de Granada y Córdoba.

El vicepresidente del Patronato Provincial de Turismo de Granada, Manuel Pérez Cobos y el diputado provincial a cargo del área de turismo de Córdoba, Francisco Molina López, tuvieron oportunidad de comprobar el interés con que se ha recibido la oferta andaluza tanto en los actos pro-

mocionales oficiales como en las numerosas entrevistas concedidas a los medios de comunicación de la zona levantina. Ambas personalidades del turismo granadino y cordobés explicaron el porqué de esta promoción conjunta de dos provincias hermanas y dos capitales que, "tanto tienen en común incluyendo los 2 conjuntos monumentales de arte islámico hispano, más importantes del mundo."

El modus operandi de la campaña promocional ha sido idéntico en las 3 ciudades. En primer lugar se recibía a los invitados profesionales en un amplio salón del hotel contratado, donde cada una de las 33 empresas presentes en la promoción disponía de un mostrador para desplegar sus elementos informativos y atender a quienes se interesaban por sus ofertas concretas. A este respecto José Antonio Pérez, director del Hotel Saray de Granada, dice que "el éxito ha sido resonante porque

han acudido muchos agentes de viajes ante quienes hemos dado una imagen sensacional que pronto revertirá en un mayor número de visitantes para Granada capital y las 2 provincias de Granada y Córdoba." Por su parte la guapa Pilar Ruiz, del Hotel las Adelfas de Córdoba, debutante en este tipo de actividades, ha vuelto entusiasmada porque "he aprendido mucho y he vendido muy bien mi hotel hasta el punto de que ya he recibido clientes captados allí, a los pocos días del regreso".

Destinos demandados

Uno de los destinos más solicitados fue Sierra Nevada que estaba representada por Ramón Martínez y José Luis Entrala Fábregas, de los hoteles Meliá en la Sierra, junto a Jesús Almirón de Cetursa. Las ofertas de turismo rural tuvieron amplia aceptación, desde la grata sorpresa de la

Subbética cordobesa llegada de la mano de José María Luna, hasta la fuerte presencia de la Alpujarra granadina con Víctor Fernández (Villa Turística de Bubiñón), Antonio Martín (Hotel Nuevo Malagueño de Pórtugos). A reseñar la presencia del noreste granadino que por primera vez se incorpora al turismo con las impactantes casas-cueva de alquiler presentadas por Miguel Rodríguez en Galera. Y hablando de impacto no se puede olvidar la gigantesca maqueta de la Mezquita cordobesa realizada por José Giralde, que tuvo lugar de honor y fue ampliamente admirado por todos los presentes incluyendo a los granadinos, compañeros de viaje de Córdoba en esta promoción.

Por otra parte la Asociación Gastronómica y Culinaria de Andalucía (ASGAC), se responsabilizó de la parcela gastronómica, ofreciendo a unos cien profesionales de Turismo y Medios de

Comunicación de las ciudades donde se presentó dicha campaña (Valencia, Alicante y Murcia), una muestra de cocina de tapas que ha girado en torno al recetario tradicional e histórico representativo de ambas provincias, siempre acompañadas por los vinos de la denominación de origen Montilla-Moriles (Córdoba).

Cabe destacar la unión indisoluble de 3 factores a menudo tratados independientemente: La Gastronomía, el Vino y el Turismo.

La respuesta, tanto de los agentes de viajes invitados por su masiva presencia e interés, como de los medios de comunicación por la amplia cobertura dedicada en radio, así como en prensa escrita y televisiones locales, demuestra que la cocina popular e histórica andaluza y su tapeo son de gran valor, siendo apreciada por todos; animándonos a seguir en esta línea de recuperación y promoción de nuestras tradiciones culinarias.