

El panorama nacional de nuestra gastronomía, feria a feria

Un estudio realizado por:



AYUNTAMIENTO DE CORDOBA
DELEGACIÓN DE TURISMO



CÓRDOBA

**PATRIMONIO DE LA
HUMANIDAD**

CÓRDOBA

DESTINO
GASTRONÓMICO

EL PANORAMA NACIONAL DE NUESTRA GASTRONOMÍA

El apogeo de la gastronomía no se entiende sin sus encuentros.....	5
Feria a feria.....	6
Ferias y congresos nacionales	
Mapa nacional de congresos.....	8
Madrid Fusión.....	10
FITUR.....	17
Fórum Gastronómico.....	23
Salón de Gourmets.....	31
Málaga Gastronomy Festival.....	36
Alimentaria - Hostelco.....	39
Alicante Gastronómica.....	45
Andalucía Sabor.....	49
Córdoba Califato Gourmet.....	53
San Sebastián Gastronomika.....	59
Mediterránea Gastronoma.....	67
Congresos monográficos	
FENAVIN.....	75
Intersicop.....	77
Foro Internacional del Ibérico de Salamanca.....	79
Gastromarketing.....	81
Fruit Attraction.....	83
Meat Attraction.....	85
Otros congresos	87
Movimientos gastronómicos relevantes	91

EL APOGEO DE LA GASTRONOMÍA NO SE ENTIENDE SIN SUS ENCUENTROS

En la última década hemos asistido a la plenitud de una cultura gastronómica que venía subiendo como el bizcocho, fugaz a raíz del fenómeno digital, pero después de una maduración previa y trabajosa de muchos años. Todos recordamos los pocos nombres que se oían —incluso de lejos— en aquellos tiempos. Ferran Adrià, Berasategui, Juan Mari, Subijana... Y todos los que se escuchan —de cerca— ahora. Tal vez sería ingenuo pensar que vivimos la edad de oro de nuestra gastronomía, pues tratar de definir un período histórico sin la perspectiva del tiempo siempre ha sido una necesidad. No obstante, ecosistema digital mediante o no, ¿cuándo hemos vivido antes tanta prolijidad en las cocinas?

La figura del chef como artista solo es la punta del iceberg, o quizás solo lo mediático. La sociedad demanda gusto e interés por la alimentación y la cátedra culinaria apenas ha comenzado a desempolvar los manifiestos académicos del producto, de la materia prima. La eterna disparidad entre la tradición y la vanguardia; la obsesión por los superalimentos; las mil y una dietas; la *gastropía* de comer siempre sano y sabroso; la extraña convicción de que lo guisado por la abuela es lo más nutritivo. Pensamientos y cábalas que solo denotan una certi-

dumbre: el conocimiento gastronómico, y la inmensidad de todo lo que conlleva, está muy presente en la sociedad. Tanto es así que lo más indicado sería hablar de cultura gastronómica. Porque es algo muy nuestro, algo tan sencillo como *ir a comer a algún sitio* forma parte de nuestra idiosincracia.

El turismo en España no se concibe sin la cultura gastronómica, y ésta perdería su razón de ser sin el turista, esa figura que se pone por primera vez ante un salmorejo o que se cruza todo un país buscando exclusivamente la experiencia de un restaurante o un producto. Y es justo ahí, en la búsqueda de la experiencia, donde tienen lugar los encuentros. La gastronomía, con o sin estrellas, con denominación o sin ella, no podría evolucionar sin los congresos y las ferias. Los encuentros entorno a la innovación, el producto o la hostelería son el metrónomo que va midiendo el estado del sector. En ellos se conforma una especie de comunidad que se enriquece más y más en cada evento, merced del excelso patrimonio y la diversidad de nuestro país.

FERIA A FERIA

Posicionar una ciudad como destino gastronómico nunca ha sido una tarea fácil. Y, en el caso de Córdoba, aunque haya mucho adelantado, siempre habrá trabajo por hacer. La sociedad avanza frenéticamente y de forma irremediable transforma los hábitos y los métodos de promoción, si bien es cierto que el patrimonio milenario de Córdoba facilita las cosas. *Panorama nacional de nuestra gastronomía, feria a feria*, es un documento que pretende situar sobre el mapa las citas nacionales referentes en el ámbito culinario. Dada la exuberancia gastronómica de nuestro país y la naturaleza extrovertida de sus regiones, los salones entorno al alimento, en cualquiera de sus muchas formas y estados, siguen proliferando cada año. Tanto es así que, prácticamente, podríamos encontrar una feria por cada comarca española.

El principal motivo por el que una institución organiza una feria, el expositor expone y el congresista compra no es otro que la búsqueda de una respuesta comercial que, en la mayoría de los casos, se produce a través del turismo. Asociar una identidad gastronómica al destino y ponerla en valor mejora de forma radical la imagen y el posicionamiento de dicho destino. De ahí la tras-

cendencia de asistir a estas citas gastronómicas. Añadir el plus de la comida a la oferta ayuda a minimizar uno de los grandes problemas del sector turístico: la estacionalidad. Y, lo que es más importante, contribuye a la diversificación de la oferta, disponiendo una alternativa a los productos turísticos estandarizados y propiciando el aumento del gasto.

El patrimonio gastronómico de España no solo es valorado como un atractivo más por el turista, sino que muchas veces se convierte en el principal factor a la hora de decidir destino. Un número importante de restaurantes españoles figuran como los mejores del mundo, la cultura de la tapa es de notoriedad internacional, al igual que el prestigio de nuestros chefs. Contamos con algunos de los mejores vinos del mundo y productos de una calidad y sabor excepcional. Por no hablar de tantas tradiciones y fiestas gastronómicas más que consolidadas. Todo ello ha hecho posible que la diversidad y la riqueza del patrimonio gastronómico sea uno de los principales embajadores de nuestra cultura en el exterior.

FERIAS Y CONGRESOS NACIONALES



ORDEN DESCENDIENTE POR FECHA DE CELEBRACIÓN
(DE ENERO A DICIEMBRE)

MAPA NACIONAL DE CONGRESOS

GALICIA

- Fórum Gastronomic (A Coruña)

CASTILLA Y LEÓN

- Foro del Ibérico (Salamanca)

MADRID

- Madrid Fusión
- FITUR
- Salón de Gourmets
- Fruit Attraction
- Meat Attraction
- Intersicop
- Organic Food Iberia
- Gastrofestival

CASTILA-LA MANCHA

- FENAVIN

CANARIAS

- Foro del Queso de Gran Canaria

LA RIOJA

- Mama (Ezcaray)

PAÍS VASCO

- San Sebastián Gastronomika
- Bilbao Food Capital
- Diálogos de cocina

ARAGÓN

- Aragón con gusto

BARCELONA

- Fórum Gastronomic
- Alimentaria - Hostecor

BALEARES

- Ibiza Sabor

COMUNIDAD VALENCIANA

- Mediterránea Gastrónoma (Valencia)
- Alicante Gastronómica
- Cocina Castellón

ANDALUCÍA

- Andalucía Sabor (Sevilla)
- Málaga Gastronomy Festival
- Córdoba Califato Gourmet
- Gastromarketing (Málaga)
- Marbella All Star

- Alcance internacional
- Alcance nacional
- Alcance regional

MADRID FUSIÓN



madrid
fusión



MADRID FUSIÓN

El congreso gastronómico más influyente del mundo

DE UN VISTAZO

 ENERO
 IFEMA

Alcance internacional

Organiza:
FORO DE DEBATE (VOCENTO)

 Premio Nacional de
Gastronomía 2006

Tras la celebración de 18 ediciones, Reale Seguros Madrid Fusión se ha consolidado como el congreso de gastronomía más influyente del mundo. Por sus escenarios han desfilado los cocineros más importantes de los cinco continentes: Grant Achatz, Gastón Acurio, Ferran Adrià, Juan Mari Arzak, Alex Atala, Quique Dacosta, Dani García, Thomas Keller, Andoni Luis Aduriz, Joan y Jordi Roca, etc. Se trata del congreso en el que todos los años están los referentes y máximos exponentes del sector tanto a nivel nacional como internacional.

Madrid Fusión está

organizado por la división de gastronomía de Vocento, grupo de comunicación multimedia líder en España con una presencia destacada en todas las áreas de información y entretenimiento.

El gran escaparate de la vanguardia gastronómica

A lo largo de su trayectoria, el congreso siempre ha perseguido posicionarse como el referente internacional del conocimiento culinario. Y, en esta línea, podríamos afirmar que la feria madrileña ha conseguido situarse como el gran escaparate de la

vanguardia gastronómica. El sector nacional -no solo la alta cocina- se ha visto impulsado a través de este completo y polivalente ágora del alimento en el que se descubren todos los años tendencias y procesos de cambio en la cocina, se incentiva el talento de nuevos chefs emergentes y, sobre todo, se fomenta el debate y la reflexión acerca de la gastronomía y los múltiples ámbitos vinculados a ella (enología, mixología, pastelería, panadería, industria alimentaria, innovación tecnológica, investigación científica y nuevos modelos de negocios).

Así pues, Madrid Fusión se constituye como uno de los máximos contribuidores internacionales a la creación de una escena global de gastronomía que propicia el acercamiento a la cultura universal del comer y profundiza en los paradigmas venideros de la alimentación.

“ No es un congreso solo de los cocineros; estamos en un sector que es uno de lo más estratégicos para este país e implica a todos. Trata de ser un congreso de todos.



José Carlos Capel
Crítico gastronómico y
presidente de Madrid Fusión

EDICIÓN 2020

La última edición de Madrid Fusión se celebró en el Pabellón 14 de Ifema, del 13 al 15 enero. El lema principal fue: 'Cocina Esencial, la Sencillez Meditada'. El concepto que la edición buscaba poner sobre la mesa se centraba en aquella cocina que prescinde de lo superfluo. Platos que aparentan simplicidad, pero esconden reflexiones profundas en torno a las mejores materias primas.

Recetas sin artificio creadas a partir de pocos elementos, una sencillez meditada, la pureza que emociona, una tendencia en alza. Las ciudades invitadas en esta ocasión fueron Tokio, Moscú-San Petersburgo y Ciudad del Cabo. El congreso tuvo por primera vez siete espacios diferentes donde se ofreció formación de forma simultánea.



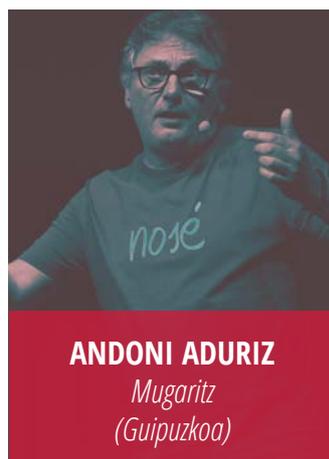
MADRID INTERNATIONAL PASTRY 2020

Madrid Fusión crea el 1er foro internacional de pastelería, panadería y chocolate en España.



COCINA ESENCIAL, LA SENCILLEZ MEDITADA

COCINEROS DESTACADOS



PONENCIAS + RELEVANTES

LA MADURACIÓN DE LOS PESCADOS

¿Por qué madurar los pescados si cuanto más frescos resultan más buenos? Varios expertos internacionales relatan sus teorías, como la del japonés Koji Kimura, quien los madura hasta tres meses. Técnicas que en España ha abrazado el chef Dani García. Pepe Solla y Artesans da Pesca expusieron los tipos de maduraciones gallegas.



NEURO MARKETING GASTRONÓMICO

¿Qué recorrido les queda a los menús largos y estrechos? ¿Cansan o seguirán emocionando? Kiko Moya (LEscaleta) expone los resultados de un estudio científico sobre las reacciones de los comensales realizado con la Universidad Politécnica de Valencia.



COMER EN UN MERCADO

La moda continúa, llegó para quedarse. Crecen los puestos de cocina en los mercados urbanos, antaño en decadencia. La cocinera mallorquina Marga Coll explica el éxito de su barra en el mercado de Inca.



ALERGIAS E INTOLERACIAS

El nuevo reto de la gastronomía actual. ¿Cómo se gestionan en la sala y en la cocina? Pitu Roca expone los métodos y recursos de los que se valen en El Celler de Can Roca. Desde el protocolo hasta la técnica pasando por la presentación, todo al servicio de la seguridad del comensal.



MÁLAGA, TRADICIÓN CON ESTRELLAS

La expedición malagueña capitaneada por Diego Gallejos (Sollo), José Carlos García (José Carlos García) y Juanjo Carmona (El Lago) realiza un minucioso repaso por la gastronomía más tradicional de la región. La estudian, la interpretan y la cocinan desde diferentes prismas innovadores.



PATROCINADO POR:

Sabor a Málaga /
Diputación de Málaga.



CON LUPA

Este modelo podría ser una fórmula para emular por Córdoba. En los grandes congresos es necesario diferenciarse y destacar entre la competencia.

MADRID FUSIÓN EN NÚM3ROS

103 cocineros
ponentes



65 estrellas Michelin

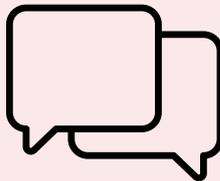
18.000
visitantes



1.722
congresistas
de pago

15.000 m2
de exposición

230
empresas
en el área
expositiva



630
periodistas
acreditados

5.078
artículos
en medios

28.000
menciones
en Twitter



96
apariciones
en TV

1.690.000
*impactos
mediáticos*

29 millones
de impacto
económico €

Fuente: Kantar Media



SELLO DISTINTIVO

En estos espacios es donde se demuestra hasta dónde puede llegar el congreso. Aportan credibilidad a la marca colaboradora porque en ellos participan los verdaderos referentes del sector. Y, además, permiten dar una continuidad en el tiempo al producto promocionado. La participación de cualquier entidad no solo tiene por qué quedarse en el patrocinio de un cocinero que ofrece una ponencia teórica de 30 minutos o en un stand cuya visibilidad compite entre

muchos más. Sino que el contenido que, en este caso, la marca de Córdoba decida promocionar, puede ser transversal.

Variados formatos de participación

Estar presente en distintos formatos, desde el stand hasta la ponencia patrocinada de un cocinero local, pasando por un taller de elaboración de algún plato cordobés hasta un concurso en el que se ponga en valor, por ejemplo, el salmorejo.

¿QUÉ HACE ESPECIAL A MADRID FUSIÓN?

Madrid Fusión no es uno de los mayores referentes mundiales de la gastronomía solo por su gran número de ponencias especializadas o la envergadura del espacio de exposición. Trasciende más allá de una feria al uso, se trata de un congreso multidisciplinar. Lo que realmente otorga a Madrid el potencial de su propuesta congresual es la flexibilidad con la que es capaz de inte-

grar variados formatos de participación dentro de un mismo gran espacio. Y no solo eso, sino que el contenido expuesto en uno de esos formatos, puede ser perfectamente extrapolado a otro escenario. Más allá de la ponencia y la exposición, la riqueza de Madrid Fusión reside en el contenido de valor que aportan sus concursos, premios y talleres.

CONCURSOS, PREMIOS Y TALLERES



Permiten que la retentiva de la marca sea mucho más profunda. Garantizan su posicionamiento a partir de un contenido interesante que penetra en el ámbito más prescriptivo del entorno. No hay un rendimiento de inversión solo cuan-

titativo -que también sino especialmente cualitativo, de forma que facilita al contenido promocionado por la marca apostar por una cierta continuidad en el tiempo para que su producto no se quede solo en una feria.

7 ESPACIOS DIFERENTES

ESCENARIO POLIVALENTE

Talleres, concursos y premios

ENOFUSIÓN X EDICIÓN

El gran congreso del vino

MADRID INTERNATIONAL PASTRY

ZONA PARA CATAS

AUDITORIO PRINCIPAL

*Ponencias chefs
Actos institucionales*

ESPACIO EXPOSITORES

3 ZONAS PARA TALLERES



CON LUPA

Posibles modelos de participación

CONCURSO

VI Campeonato Internacional Joselito a la mejor croqueta de jamón del mundo.

SHOWCOOKING

Asturias: Los quesos del paraíso natural interpretados por sus estrellas Michelin.

PONENCIA PATROCINADA

"Si te invaden, comételo", de Ángel León (Aponiente), patrocinado por Diputación de Cádiz.

TALLER

"Pinchos con estrella" por Víctor Martín (Trigo), patrocinado por Valladolid, ciudad amiga de la gastronomía y el vino.

CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidades de valor para estar en Madrid Fusión

La clave del éxito en Madrid Fusión es la diferenciación. Para rentabilizar la inversión es fundamental destacar entre el resto y conseguir las cuotas de repercusión y visibilización deseadas. Para ello es fundamental **presentar una marca turística-gastronómica que represente una oferta local clara y concisa, pero original**. Es esencial arrojar luz sobre aquellos recursos locales que se quiera

promocionar. El mensaje ha de ser claro y el producto, versátil. Que permita adaptarse y vender la marca Córdoba como destino gastronómico en distintos formatos, ya sea promocionando la ponencia de un cocinero cordobés cuyo contenido esté íntimamente relacionado con el concepto que buscamos transmitir o ya sea proponiendo un modelo de concurso que ponga en valor la marca.

Lo deseable sería tener una participación sólida en el congreso desde distintos frentes, siguiendo la línea de **participación transversal y formatos polivalentes que garantizan la continuidad en el tiempo de la inversión**. De esta forma, la participación de la marca Córdoba destacaría sobre las propuestas de otras ciudades que, en la mayoría de los casos, solo presentan un stand o patrocinan una ponencia.

FORMATOS DE PARTICIPACIÓN RECOMENDADOS

PATROCINIO DE PONENCIA

Patrocinar la ponencia de un posible cocinero local invitado. Se trata, a priori, de la única forma viable de estar presentes en el auditorio principal. A nivel cualitativo, puede obtener un resultado muy notable. El quid de la cuestión reside en conformar una ponencia novedosa y atractiva con la cultura cordobesa como hilo conductor.

MARCA CÓRDOBA DESTINO GASTRO

Un stand de la marca Córdoba destino gastronómico que actúe como **epicentro de la propuesta cordobesa** y aglutine la oferta gastronómica que se decida promover. Un staff técnico y diplomático capaz de crear lazos y relaciones públicas con otros referentes y prescriptores influyentes de la feria.

CONCURSO CÓRDOBA DESTINO GASTRO

- Espacio polivalente
- Jurado de renombre
- Promoción previa y posterior
- Repercusión mediática

22.000€
(STAND INCLUIDO)

5.000€
STAND PROMOCIONAL
EN EL ÁREAL DE
EXPOSITORES



PREMIO AL MEJOR SALMOREJO

Presentar un concurso ligado a la gastronomía cordobesa. Por ejemplo: **I Concurso "Córdoba Destino Gastronómico" al mejor Salmorejo de España**. Presentando a dos chefs locales como emblemas del salmorejo y miembros de la expedición cordobesa que, además, puedan ofrecer un taller del salmorejo. El concurso sería evaluado por un jurado profesional de renombre puesto a disposición de la organización. Y, tanto, previa como posteriormente, la cobertura mediática del concurso que hace el congreso es bastante notoria.

TALLER DEL FLAMENQUÍN

Taller dedicado, por ejemplo, a otro de los platos insignias de Córdoba: el flamenquín. Cómo hacerlo de forma tradicional, soluciones innovadoras, producto, etc.

FITUR

2021



Feria Internacional de Turismo



FITUR

40 aniversario: FITUR celebra su mayor edición

La Feria de Turismo de Madrid es el punto de encuentro global para los profesionales del sector. Un gran evento que sirve para inaugurar el circuito internacional de citas en torno al mundo de los viajes y un escenario privilegiado para la industria global; una herramienta de negocio que favorece los contactos comerciales. El recinto de IFEMA acogerá de nuevo del 20 al 24 de enero la edición de 2021.

FITUR cerró 2020 con "cifras históricas" para este evento, con un total de 255.000 visitantes 918 expositores titulares, 165 países y regiones y una

participación internacional del 56%. En términos globales, la presencia nacional representó el 44% de la cuota de participación.

Un Fitur mucho más consolidado

El director general de IFEMA, Eduardo López-Puertas, considera que el objetivo de esta feria es "posicionar el turismo en la órbita mundial", y que empresas privadas puedan cerrar contratos con empresas mayoristas. La edición de 2020 ha convertido a esta feria en un Fitur mucho más consolidado donde ha

destacado la temática de la sostenibilidad y el turismo del futuro.

En este sentido, el **Observatorio 'Fiturnext'** ofreció una programación centrada en cómo el turismo puede contribuir al desarrollo económico local completando con el 'Informe Fiturnext 2020', donde se analizan más de 250 iniciativas con efectos positivos a nivel social y medioambiental en clave de sostenibilidad y con un alto potencial de ser replicadas.

Como novedad, Fitur 2020 aumentó su superficie 3%, ocupando así 10 pabellones de IFEMA. El país socio de Fitur en esta

DE UN VISTAZO

 20-24 ENERO
 IFEMA

Alcance internacional

Organiza: **IFEMA**

2017 Sede internacional del turismo sostenible

edición ha sido Corea del Sur con la marca 'Imagine your Korea'. Y además, la sección 'Fitur Talent' y la plataforma de encuentro profesional 'Meet Africa' se han estrenado en Fitur 2020.

Sostenibilidad y turismo de futuro



Eduardo López-Puertas
Director general de IFEMA

“ Una de las grandes citas internacionales del turismo y el centro de negocio donde vienen todos los países para preparar las estrategias turísticas de todo el año.

FITUR EN NÚMEROS

165
países

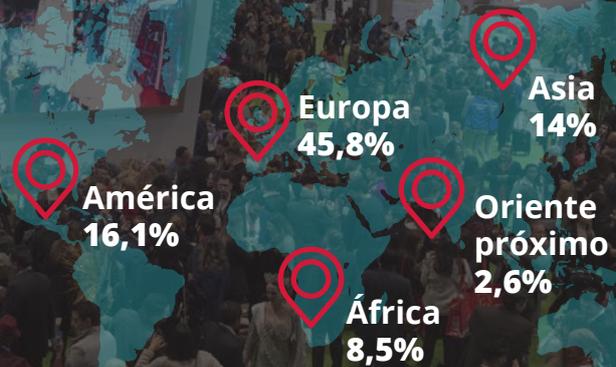


11.040
empresas

261.000
participantes

5.334 medios **217K** followers

Visitantes
Por área geográfica de interés
13% público internacional



Fuente: FITUR

ESPACIOS INTERESANTES



FITUR KNOW HOW & EXPORT

Un espacio para que donde las empresas turísticas españolas muestran sus conocimientos, servicios y productos a compradores de otros mercados internacionales.



FITUR FESTIVALS

Los festivales de música son precursores de la promoción turística internacional, este espacio intenta favorecer el contacto entre todos los protagonistas de este segmento.



FITUR TALENT

Para ofrecer a la industria turística nuevos contenidos y herramientas orientadas a impulsar su crecimiento a través del factor humano.



FITUR MICE

El encuentro idóneo entre la oferta y la demanda del turismo de reuniones, que permite a sus participantes identificar clientes y generar negocio.



ANDALUCÍA EN FITUR

El único destino que ocupa todo un pabellón

Andalucía cerró 2019 como el mejor año turístico de su historia al alcanzar por primera vez los **32,5 millones de visitantes**, superando así las estimaciones más optimistas con **un aumento del 3,2%**, y con previsiones de superar estas cifras en 2020 de no haber sido por la parálisis global generada por la alarma sanitaria a raíz de la Covid-19.

La Comunidad registró durante el pasado año un crecimiento de turistas tanto nacionales como internacionales, con un incremento del gasto tu-

rístico y una subida en el empleo y los ingresos.

El stand de Andalucía es el de mayor superficie del certamen, con 5.300 metros cuadrados, y recibió más de 160.000 visitas, alrededor de un 57% profesionales y un 43% público final. Un espacio con gran dinámica interactiva, a través de zonas con vídeos de 360 grados, realidad aumentada y otros soportes que convierten el stand de la comunidad en un escenario virtual donde el contenido se muestra al visitante.

La sostenibilidad fue uno de los puntos fuertes

del pabellón, ya que la información que se ofrecía era totalmente digital, sin la presencia de papel o folletos. Se desarrolló una app que medió el impacto medioambiental de la promoción.

Andalucía recibió el premio de FITUR al stand más sostenible.

Entre las áreas del expositor, se situaba una zona de productos destacados, con los proyectos '**Origen y Destino**' y '**Andalucía deja huella**' y la oferta de **flamenco de la comunidad**.

La generación de negocio en IFEMA fue todo un hito, gracias a la cantidad de empresarios que acompañó a la delegación andaluza y un **incremento de la superficie de la zona de trabajo del 20%**, además de la celebración de talleres, encuentros con operadores y agencias y presencia de nuevos productos personalizados enfocados a la comercialización.

Un stand de 5.300 m² que recibió más de 160.000 visitas

“**El sector ha demostrado madurez y capacidad de adaptación ante cualquier circunstancia gracias al gran trabajo de los profesionales del turismo y de la propia Administración.**”



Juanma Moreno
Presidente de la Junta



NOVEDADES DE LA EXPOSICIÓN

5.300 m²
de exposición

200 m²

de contenido audiovisual

Aumento del 20%
de participantes
en el bussines area
para empresas
andaluzas

100%
digital, interactivo
y sostenible

Sin papel o
folletos



HUB DE INNOVACIÓN

Donde 15 start-ups andaluzas demostrando que la región es un baluarte de tradición pero también una tierra llena de oportunidades para emprendedores.

ANDALUCÍA TALKS

Charlas de la mano de expertos en las que se trataran asuntos ligados a la innovación tecnológica y de productos turísticos.

ORIGEN Y DESTINO

Una oportunidad histórica, con la conmemoración del V Centenario de la primera Circunnavegación, para generar nuevos productos que dinamicen la llegada de viajeros.

FLAMENCO

'Andalucía es Flamenco' reubicará este recurso, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, en la posición que siempre debió tener y le dará cohesión y fortaleza.

ANDALUCÍA DEJA HUELLA

Apuesta por el segmento del turismo ecuestre. Con el objetivo de agrupar una oferta atomizada y dispersa que es símbolo de Andalucía y que conectará en las 8 provincias.

CÓRDOBA EN FITUR

Una oferta turística muy amplia por descubrir

Córdoba es más es el claim que representó a la ciudad en FITUR y en torno al cual deberá girar toda la campaña turística de 2020. En total, la Diputación de Córdoba llevó más de 50 actividades de promoción a la feria.

La ciudad califal llegó a la capital con sus cuatro declaraciones Patrimonio de la Humanidad por bandera. Pero más allá del reclamo patrimonial, tocaba trabajar en todas las oportunidades que lo rodean. Como, por ejemplo, el turismo de congresos o el gastronómico, dos frentes

que supondrán una fuerte apuesta de Córdoba para convertirse en la ciudad de referencia para la celebración de grandes eventos y citas culturales de ámbito nacional.

Turismo de congresos y gastronómico

Por supuesto, en la promoción cordobesa no podían faltar citas tan arraigadas como el Festival de la Guitarra, que este año cumple 40 años, la potencialidad y singularidad del mundo del caballo de la

“**Reivindicar con orgullo que vivimos en una de las ciudades más bellas y con gran potencial turístico.**”



José Mª Bellido
Alcalde de Córdoba

mano de Córdoba Ecuestre, la Semana Santa y el turismo religioso. El festival Flora, Los Patios, la Feria de Córdoba, el Festival de la Guitarra, la Noche Flamenca, el programa Otoño Sefardí, Córdoba en Púrpura etc.

La gastronomía, por su parte, debe ser una

referencia del turismo cordobés. Con iniciativas como Califato Gourmet y el trabajo que está desarrollando todo el sector hostelero de la ciudad. Apostando por la calidad y la innovación. Una seña de identidad en la que se trabaja desde hace tiempo y que aporta singularidad.

SPOT CÓRDOBA MÁGICA

Finalista de Fitur Film & Video

El spot forma parte de la promoción de Diputación, que pone en valor todo aquello que hace a la provincia un destino de interior único. En poco más de 10 min., se visibiliza de forma atractiva el potencial de las distintas comarcas cordobesas.



CITA CULINARIA CORDOBESA

Un grupo de cocineros cordobeses llegó a Madrid para elaborar una cena promocional de la gastronomía cordobesa con cítricos y productos de las D.O.P dirigida a críticos gastronómicos, bloggers y periodistas. Un evento que conectó directamente a Córdoba con el ámbito prescriptor.



FÓRUM GASTRONÓMICO





FÓRUM GASTRONÓMICO

Un evento imprescindible para los profesionales del sector

El Fórum es un espléndido escaparate de la innovación gastronómica en todas sus vertientes. Con más de 20 años de historia, actualmente se celebra en A Coruña y Barcelona. **Un evento que mide todos los años el dinamismo del sector y un espacio de intercambio de conocimiento** y productos. Si de San Sebastián Gastronomika se destaca el academicismo y las altas miras de sus contenidos, en Fórum podemos resaltar la operatividad comercial que supone diversificar el foco a todas las áreas del sector. Las ponencias de los grandes chefs en

el auditorio forman parte del gran reclamo, pero el protagonismo que toma su feria expositiva es lo que hace del Fórum una cita con sello propio.

Un referente en el que descubrir nuevos modelos de negocio

Fórum es pionero en el sector foodservice y líder a nivel nacional, así como un referente en el que descubrir nuevos modelos de negocio y las últimas tendencias gastronómicas. Un amplio abanico de posibilidades donde adquirir nuevas competencias, habilida-

des y visiones estratégicas. Un evento que congrega una gran oferta expositiva y promueve encuentros entre ponentes, expositores y visitantes profesionales convirtiéndose en un gran espacio de negocio en el que participan reconocidas empresas de los sectores de la distribución, la producción de alimentos y bebidas, el equipamiento y la maquinaria. **Para promover el intercambio comercial, el Fórum Gastronómico también atrae compradores internacionales** interesados en los sectores presentes en la feria.

En el Fórum se cede la palabra a los cocineros,

DE UN VISTAZO

 **MARZO** Coruña
NOV. Barcelona
 **EXPOCORUÑA**
FIRA BARCELONA

Alcance internacional

Organiza: Fórum Gastronomic S.L. y **Alimentaria Exhibitions**

maestros de sala, sumilleres, pasteleros y reposteros, panaderos, queseros, charcuteros. Preservando saberes y prácticas, reflejando la diversidad de estilos que cohabitan en la cocina, ofreciendo tribuna a los genios consagrados y abriendo el escenario a los jóvenes que empujan fuerte.

“ El espacio ferial ha aumentado un 20%, lo que denota el interés creciente por parte de las empresas, que ven el evento como un magnífico escaparate para promocionarse.



Jaime Von Arend
Director de Fórum

CORUÑA 2019

ExpoCoruña acogió por 4ª vez el Fórum. Como siempre, se presentó un programa diverso donde la gastronomía es el punto de partida de toda propuesta promocional. Tuvieron lugar, como no, las sesiones magistrales de cocina en directo en el Auditorio protagonizadas por reconocidos cocineros y también en los talleres, que incluyen degustación. No faltaron los premios y concursos, entre muchas otras actividades,

además de un gran espacio ferial en el que están presentes marcas referentes.

Muchos expositores gallegos, pero también hubo de Andalucía, Asturias, Catalunya, Valencia, Madrid, Extremadura, Castilla y León o el País Vasco y de distintos países europeos como Italia, Bélgica, Francia o Portugal. Los stands se llenaron de actividades y también el Ágora, un aula donde las empresas presentan sus novedades.



CANARIAS Territorio invitado

Esta edición contó con una notable representación de cocina canaria. Numerosas sesiones en el auditorio y talleres de gastronomía canaria.

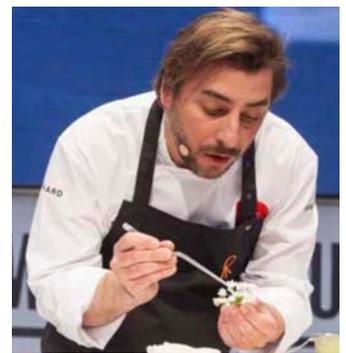


FÓRUM VINO

Los mejores enólogos, viticultores, sumilleres y prescriptores explican los secretos e intercambian con el público sus experiencias. Fórum Vino también permite catar con ellos los mejores vinos.

FÓRUM DULCE

Especialización consolidada del Fórum Gastronómico que ofrece sesiones protagonizadas por los grandes especialistas del dulce. Por sus aulas pasan los mejores pasteleros del panorama internacional.



RESTAURANTE **10 - 12 MARZO**
EXPOCoruña



ESPACIOS PRINCIPALES

FERIA

El espacio ferial de Fórum es dinámico y participativo. Se trata de una de las ferias gastronómicas en las que mejor conviven las novedades del sector y la plataforma comercial. **En Fórum Coruña un alto porcentaje de los expositores pertenece al sector foodservice local o regional. No se registra un mercado promocional de nivel nacional tan alto como en otras citas gastronómicas.**



AUDITORIO

Reclamo principal, espacio equipado con los mejores medios que permite disfrutar del espectáculo de cocina en directo a cargo de los mejores cocineros.

PONENCIAS RELEVANTES

- **Pepe Solla**, "la cocina se traslada a la sala".
- Vanguardia de territorio, **Gobierno de Canarias**.
- Diálogo, **Mujeres en gastronomía**.



NEGOCIO

Fórum es un buen lugar para generar negocio, captar nuevos clientes, acelerar procesos promocionales y ganar visibilidad en el sector.

Las empresas participantes presentan sus novedades y pueden optar a los Premios InnoFórum.

TENDENCIAS

CONTACTOS

El Fórum es visitado por los mejores proyectos culinarios del panorama actual, siempre interesados en conocer nuevos agentes emergentes.

TALLERES

Demostraciones temáticas en directo con degustación al final. Un formato que se repite en distintos congresos y con el que se pretende acercar una marca o un proyecto a un grupo más reducido de prescriptores del sector.

MODELOS SIGNIFICATIVOS

- Taller D.O.P Pimentón de la Vera, **Diputación de Cáceres**.
- Técnicas clásicas, alma andaluza, por **Juanlu Fernández**.
- Taller de maridaje, **Estrella Galicia**.



ÁGORA

Se trata de un espacio destinado a los expositores donde se hacen presentaciones y degustaciones de sus productos y/o servicios. Se pone en valor un proyecto con otros agentes directos de la feria.

ENCUENTROS INTERESANTES

- Cata comentada Torta del Casar, **Diputación de Cáceres**.
- Cata y cocina con **AOVE de Sierra Magina**.
- Cata y maridaje de AOVE monovarietales, **Aceites Abril**.

BCN 2019

Bajo el lema **'(Re)pensar la gastronomía'**, el salón invitó a reflexionar sobre el momento gastronómico actual, a realzar el talento y a impulsar negocios más sostenibles. Fórum Barcelona, organizado por Fira de Barcelona a través de su sociedad Alimentaria Exhibitions conjuntamente con Fòrum Gastronòmic, sumó cerca de **300 firmas expositoras**. De este modo, ocupó un total de 10.000 m2 (6.000 m2 de espacio expositivo y

4.000 m2 destinados a actividades). Un gran salón altamente representativo de la variedad del sector en el que tienen cabida todo tipo de empresas del ámbito de la restauración.

Fórum Gastronómico Barcelona se caracteriza por la excelente convocatoria de profesionales con poder de compra, que han podido descubrir de primera mano una gran oferta de productos y servicios para sus negocios y restaurantes.



Esta edición de Fórum en Barcelona fue especialmente pragmática: encuentros empresariales, actividades, conferencias y sesiones divulgativas no solo sobre la cocina más vanguardista o las nuevas tendencias gastronómicas, sino también sobre cómo hacer más rentables y sostenibles los negocios de restauración y hostelería en el entorno global y digital. Espacios como **Ágora o Fórum Lab** dotan al evento de un dinamismo de

innovación empresarial muy enriquecedor.

Una propuesta que trasciende los límites de un congreso al uso

Y los modelos de **Fórum Dulce, Fórum Vino y Sweet-fusió** completan una propuesta que trasciende los límites de un congreso al uso y se transforma en una feria con mucho espectáculo.

“ En este momento la gastronomía es muy plural y adapta muchas propuestas: algunas más clásicas y otras más actuales hacia la salud y la calidad... El Fórum Gastronómico es una plataforma para identificar todas esas tendencias.



Pep Palau
Co-director Fórum

18 - 20 NOVIEMBRE
FIRA DE BARCELONA

FÓRUM
GASTRONÓMICO
es
Barcelona



COCINEROS DESTACADOS



JORDI CRUZ

*Abac
(Barcelona)*



CARME RUSCADELLA

*Sant Pau
(Tokio)*



PACO PÉREZ

*Miramar
(Girona)*



NIKO ROMITO

*Reale
(Casadonna)*

VINO Y DULCE

Un acierto del salón es aglutinar alrededor de la restauración el importante segmento vinícola y de repostería, con gran poder de atracción de sumilleres y pasteleros con una oferta de primer orden para la hostelería.

CARÁCTER RELACIONAL

Fórum destaca por su carácter relacional, cooperativo, cercano y por el activismo de sus participantes, promoviendo innumerables presentaciones en todos los formatos y espacios habilitados para ello.



ACTIVIDAD EN LA FERIA

El salón se caracteriza por su dinamismo y capacidad para idear un programa repleto de actividades que buscan congregar visitantes, fundamentalmente del ámbito de la restauración, de alta calidad profesional, con poder de decisión y compra en sus respectivos negocios.

Fórum Barcelona hace gala de uno de sus principales hechos diferenciales, que es el de presentar en el mismo lugar un mix de oferta que abarca al 50% pequeños productores artesanales y medianas y grandes empresas establecidas en el circuito comercial.



FÓRUM LAB

El espacio FórumLab, que se estrenaba en esta edición, puso al alcance de empresas y profesionales herramientas útiles para la gestión de sus negocios, desde cómo hacerlos más rentables y sostenibles, hasta cómo posicionar sus marcas de manera más efectiva en el nuevo marco de la comunicación digital,

creando relaciones emocionales con los clientes. La organización de estas jornadas ha contado con la colaboración de Fundació Alícia, Clúster Foodservice y ElTenedor.

FÓRUM EN NÚM3ROS

100 cocineros
ponentes



31 estrellas Michelin

23.000
visitantes



5.350
congresistas
en el auditorio

10.000 m²
de exposición

+2.900

personas
asisten a
los talleres



+500
marcas del
sector

300

expositores
en BCN

200

expositores
en Coruña

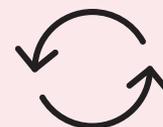
620

noticias en
medios

1.826.480€
*de impacto
mediático*

87%

de las empresas
participantes, repiten



Fuente: Fórum Gastronómico

CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidades de valor en Fórum Gastronomico

Fórum Gastronómico se ha convertido desde su primera edición en 1999 en **un importante punto de encuentro para los profesionales** de la hostelería. La combinación de feria y actividades temáticas alrededor de la gastronomía, ha conseguido consolidarse a través de fórmulas innovadoras y convertirse en el evento de referencia para el profesional. Podría afirmarse que, con los años, Fórum es el vástago gastronómico del gigante congresual Alimentaria-Hostelco. Y más aún desde que lo organiza Alimentaria Exhibitions.

Con esto queda patente que Fórum, aún siendo un salón donde encontramos lo mejor de la gastronomía nacional e internacional, es una feria empresarial donde lo culinario aporta un valor incalculable a la hostelería como sector económico clave en España.

Una feria empresarial donde lo culinario aporta un valor incalculable

Para llevar la marca de Córdoba como destino gastronómico al Fórum, ya sea en Barcelona, en

A Coruña, o en ambas citas, **habría que adaptar el contenido de la propuesta y hacerlo más corporativo**. El mensaje, a parte de exponer a la ciudad como destino turístico y gastronómico, tendría que presentar una percha comercial, un reclamo empresarial. Y, en este sentido, podría resultar muy interesante conformar una delegación cordobesa con representación tanto institucional como empresarial. La marca más visible sería la de Córdoba como destino gastronómico, pero esta iría escoltada por varias

marcas locales de productos, denominaciones de origen, sellos gastronómicos de la provincia, etc.

Cáceres, a tu gusto

Un ejemplo ilustrativo de esta forma de participación en la pasada edición de Fórum fue Diputación de Cáceres, que, además de presentar la provincia con una marca gastro turística (*Cáceres, a tu gusto*), llevó dos de sus más aclamadas denominaciones de origen (**Torta del Casar y Pimentón de la Vera**) y las presentó en formato taller y concurso.

TERRITORIO INVITADO

En cada edición Fórum ofrece la posibilidad de ser TERRITORIO INVITADO a un país, ciudad o espacio geográfico que pueda aportar contenido gastronómico de alto interés. Ello consigue atraer la atención no sólo del visitante, sino también de los medios de comunicación y otros prescriptores que visitan el evento,

Una propuesta alternativa realizada por la dirección de Fórum Gastronomico

ánvidos por descubrir tendencias y novedades. Se facilita al Territorio Invitado una serie de acciones encaminadas a ayudar a su posicionamiento como destino gastronómico, dar valor a sus productos, colaborar con grandes chefs y engrandecer platos locales e influir en la toma de decisión del cliente/viajero.

¿Qué beneficios tiene la ciudad invitada?

1. Realización de **actividad en el Taller o Ágora**.
2. Misma visibilidad que el **resto de patrocinadores**.
3. Proyección **spot** antes de cada sesión en el Auditorio.
4. Posibilidad de incorporar a un **cocinero local** al programa del Auditorio principal.
5. Visibilidad del **logotipo** en el material gráfico y web.
6. **Difusión** en notas de prensa y redes sociales.
7. 150 invitaciones.

PRESUPUESTO: 22.500€

No incluye: stand modular o de libre construcción

STAND

Un espacio propio donde promocionar la marca de Córdoba, con actividades y degustaciones que lo conviertan en punto de encuentro atractivo.

<20m²: 2.480€ (precio m²: 145€)

TERRITORIO INVITADO



Vinho verde de Portugal, región invitada en Fórum 2017

SALÓN DE GOURMET



33

8—11 Abril/April 2019

SALÓN GOURMETS

GG
Grupo
Gourmets



SALÓN DE GOURMETS

El mayor salón de productos gourmets de Europa

El Salón de Gourmets, feria internacional de alimentación y bebidas de calidad, es **líder del sector delicatessen en España y una de las ferias más prestigiosas del mundo** en su género. Celebró en 2019 su trigésimo tercera edición con un notable éxito de expositores y visitantes. La innovación y la calidad se citan anualmente en un salón que ocupa una superficie de 61.000 m² por los que han pasado más de 100.000 visitantes profesionales.

Un total de 2.024 expositores que dan a conocer a los visitantes profesionales la gama más

alta y completa de alimentos y bebidas de calidad de todas la regiones de España y más de 70 países.

El mayor escaparate delicatessen al que se puede asistir

Con una trayectoria de 33 ediciones consecutivas desde 1987, cifras crecientes y un espíritu netamente comercial, esta feria profesional se dirige al visitante nacional e internacional; a la hostelería, restauración, distribución agroalimentaria, catering, o comercio especializado. Un espacio en el que probar los mejores quesos,

vinos, aceites y un largo etcétera. Y un salón donde se descubren cada caño las últimas novedades gastronómicas que serán empleadas en las mejores cocinas del mundo.

El carácter internacional de la feria hace que cada vez más firmas extranjeras opten por exponer sus productos en Salón Gourmets. Para la edición de 2020, apalazada por la crisis sanitaria del Coronavirus, Sabores de Almería iba a ser la ciudad invitada.

En definitiva, Salón de Gourmets se consolida como el mayor escaparate delicatessen al que se puede asistir. Y, aunque

DE UN VISTAZO

 ABRIL
 IFEMA

Alcance internacional

Organiza:
GRUPO GOURMETS

Miembro de UFI (The Global Association of the Exhibition Industry)

no resulte un congreso gastronómico al uso como Madrid Fusión o San Sebastián Gastronomika, su repercusión es incluso mayor, y deja patente que **para posicionarse en el sector gastroturístico hay que contar con productos de calidad.**

“ La calidad de nuestra gastronomía es incuestionable. Suponen un atractivo y un reclamo irresistible para los turistas que llegan atraídos por algo más que la costa.



Francisco López Caní
Presidente Honorífico
Grupo Gourmets

CONTENIDOS SUGERENTES

DEHESA DE EXTREMADURA

Concurso ya tradicional en el Salón, tras 27 ediciones es uno de los más esperados. Seis cortadores compiten en destreza ante un jurado de profesionales que valora parámetros como: el grosor y tamaño de la loncha, la rectitud del corte, la presentación del plato, la limpieza y la velocidad entre otros.



CAMPEONATO MEJOR QUESO DE ESPAÑA

11 ediciones para consolidarse como el más importante de los celebrados en España, pues el número de quesos presentados crece cada año desde su inicio en 2009, más de 800 en la actualidad. Las muestras son catadas a ciegas por un panel de 60 jueces.



TIERRA DE SABOR - CASTILLA Y LEÓN

Tiene como objetivo divulgar la cultura de la sumillería así como seleccionar al mejor profesional que representará a España en el Campeonato Mundial de Sumilleres. Patrocinado por Tierra de Sabor, la marca de productos de calidad de Castilla y León. Al término de las pruebas se realizan tres catas ofrecidas por Tierra de Sabor.



TERNERA ASTURIANA

Con el fin de dar un valor añadido al ya famoso cachopo y apoyar a los establecimientos hosteleros que lo elaboran con Ternera Asturiana I.G.P., el Consejo Regulador convoca este concurso donde puede participar cualquier restaurante de España.



DEGUSTA JAÉN

16º Premio Internacional de Cocina con aceite de oliva virgen extra (AOVE) "Jaén Paraíso Interior", promoción del aceite de oliva virgen extra de la provincia de Jaén, premiando la creatividad de los cocineros.



CON LUPA

Cualquiera de estos modelos de participación podría ser replicable con productos cordobeses. Es una oportunidad para poner en valor algún palto significativo de la gastronomía cordobesa.

SALÓN DE GOURMETS EN NÚM3ROS

70 países representados

130 invitados intl.
(Hosted Buyers Program)

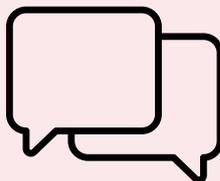
107.050
visitantes



15.340
compradores extranjeros

61.257 m2
de exposición

2.024
empresas
y entidades
expositoras



Repercusión mediática

10.159.000 TV

5.857.000 Radio

56.352.000 Prensa

3.078.000 RR.SS.

67.700.000 Búsquedas en Google

948.233.200
impacto mediático

10 millones
valoración económica €

Fuente: Kantar Media

CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidades de valor para estar en Salón de Gourmets

Andalucía estuvo representada por un total de 396 empresas del sector agroalimentario en el Salón Gourmets, que también contó con el stand institucional de la Consejería de Agricultura, donde estuvieron presentes 196 entidades ocupando una superficie expositiva de 1.572 metros². Córdoba sumó una representación de 39 empresas.

Era la primera vez que

la institución provincial asistía a la feria. Según la Diputación, es necesario aunar esfuerzos, sinergias y estrategias de promoción con las empresas del sector para mostrar al mundo la excelencia de los productos cordobeses. Estar presentes en este Salón Gourmet es un acierto, ya que es una de las mejores ferias del mundo y una de las más veteranas del mercado internacional.

La Diputación de Córdoba aprovechó la 33 edición de Salón de Gourmets para una muestra de los productos agroalimentarios de la provincia y de las denominaciones de origen, bajo la marca "Córdoba, Patrimonio de la calidad".

**Marca Córdoba,
patrimonio de calidad**

FORMATOS DE PARTICIPACIÓN RECOMENDADOS

CONCURSO

Como hemos visto, marcas gastroalimentarias como Tierra de Sabor, Degusta Jaén, Dehesa de Extremadura y otras muchas, están presentes en Salón de Gourmets promocionando sus productos emblema a través de un concurso o un campeonato de nivel nacional. Córdoba cuenta con varios platos o recetas típicas que podrían tener un lugar muy interesante. Es una fórmula que llama la atención tanto a nivel mediático como comercial.



STAND

En una feria de productos de calidad, cualquier marca gastronómica debería aglutinar en su stand la mayoría posible de sus productos autóctonos. Todas las comunidades autónomas y muchas provincias están representadas en este salón. La diferenciación reside en hacerlo con el apoyo y la colaboración de las marcas privadas de la región y conformar una delegación en bloque que transmita el mensaje gastroalimentario con más fuerza.



PROVINCIA INVITADA

La provincia invitada este año al 34 Salón Gourmets era Almería, que bajo la marca "Sabores Almería", tenía el objetivo de promocionar los productos agroalimentarios y pesqueros de su provincia. Apoyando de esta manera a los comercios minoristas y establecimientos de restauración turística y de hostelería. Una marca creada y promovida por la Diputación Provincial de Almería.



MÁLAGA GASTRONOMY FESTIVAL





MÁLAGA GASTRONOMY FESTIVAL

Un festival abierto a toda la ciudadanía

Málaga Gastronomy Festival (MGF) se postula como el evento gastronómico de la costa andaluza. En 2019 tuvo lugar su sexta edición, que **volvió a caracterizarse por mostrar de manera directa y accesible el apasionante mundo de la cultura gastronómica.** Un festival abierto a toda la ciudadanía malagueña y a los turistas.

Esto último es lo que lo hace un evento muy cultural y social. Durante las 4 jornadas hay diversas presentaciones de ediciones culinarias re-

lacionadas con Málaga, debates gastronómicos para ahondar en aspectos emergentes y de valor, en el que suelen participar destacadas personalidades y profesionales del sector a nivel nacional. MGF contribuye a la fuerte **apuesta realizada por el Ayuntamiento para posicionar a Málaga como referente cultural en lo gastronómico.**

Málaga como referente cultural en lo gastronómico

Todo ello se ve reforzado por la propuesta

culinaria que promueve MGF y que como tal, durante sus 6 ediciones ha creado los cimientos necesarios para reforzar la imagen de Málaga como destino gastronómico. La contrastada propuesta culinaria que aporta Málaga en la actualidad atrae a numerosos visitantes con inquietud gastronómica, deseos de probar los productos autóctonos y su tradición culinaria.

La Plaza de la Marina se convierte en el centro neurálgico de la vida social durante unos días en junio. Productos agroalimentarios, diferentes



SABOR A MÁLAGA
COMO
MARCA
REFERENTE



Sabor a Málaga es la marca creada para la promoción gastroturística creada por su diputación. Está presente en la mayoría de ferias relevantes del sector y aglutina bajo su paraguas a todos los

DE UN VISTAZO

 JUNIO
 MÁLAGA CENTRO

Alcance regional

Organiza: Sabor a Málaga
LUMEN, eventos gastronómicos

Colabora:
Ayuntamiento de Málaga

estilos de cocinar que se muestran a todo el público; una amplia oferta de restaurantes presentes; y un abanico extraordinario de **profesionales galardonados por Guía Michelin y Guía Repsol**, que desarrollan un programa con más de cincuenta actividades gastronómicas

productos de la provincia. vinos D.O. Málaga y D.O. Sierras de Málaga, quesos de cabra malagueño con más de 20 queserías artesanales, embutidos, aguacate, mango y todo tipo de frutas, pescados, etc.

STREETFOOD

La Plaza de la Marina se transforma durante 4 jornadas en un espacio gastronómico de alto nivel donde tienen cabida múltiples actividades lúdicas para todos los públicos. Alberga espacios de restauración de la provincia y a reconocidos productores agroalimentarios. Cuenta con un Aula de Gastronomía, showcookings, concursos, catas, talleres de

cocina y música en vivo a mediodía y por la noche. Y todas las actividades son gratuitas.

Se trata de un festival más que una feria o congreso. En sus primeras ediciones comenzó siendo más académico, pero ha ido evolucionando hacia un público más general y un modelo enfocado a la promoción gastronómica de Málaga.

PLAZA DE LA MARINA



CULTURA CULINARIA, DIVERSIÓN GASTRONÓMICA

Más de una decena de establecimientos malagueños despliegan sus stands en la Plaza de La Marina ofreciendo a los asistentes elaboraciones a precios populares que maridan a la perfección con otras bebidas que se servirán en MGF. En esta

edición se maridarán diferentes cervezas con las elaboraciones culinarias de los restaurantes presentes en MGF, que contará con una cerveza artesana que lleva su nombre y se elaborará en La Fábrica de Cruzcampo.



TERRITORIO INVITADO



DEGUSTA JAÉN

La provincia de Jaén fue el "Territorio Invitado" en 2019, de la mano de su Diputación Provincial. Mostró su oferta su potencial futuro durante los 4 días a través de diversas acciones asociadas a sus reconocidos aceites de oliva (AOVE), quesos, vinos y carnes de caza, y talleres, showcookings a cargo de los mejores cocineros de la provincia. Para una institución o un

sello gastronómico vinculado a una ciudad, como es el caso de Córdoba destino gastronómico, esta es la mejor forma de promocionarse en MGF. Y prácticamente la única recomendada. El festival está muy enfocado al producto malagueño y sería difícil destacar con otras acciones. Pero asistiendo como ciudad invitada se obtiene muchísima visibilidad.

ALIMENTARIA & HOSTELCO



&





ALIMENTARIA & HOSTELCO

Proyectando el universo de la alimentación al mundo entero

Alimentaria 2020 se reafirma como un encuentro global imprescindible para el sector. Es el salón líder de alimentación, bebidas y gastronomía; el gran referente internacional que ejerce de dinamizador de un sector siempre cambiante. **Una experiencia singular en todo el mundo que, edición tras edición, refleja las innovaciones y tendencias del mercado.** Un gran salón donde se generan nuevas oportunidades de negocio y sinergias para los profesionales de la industria alimentaria y su cadena de valor.

La alianza de Alimentaria y Hostelco ha conseguido

llevar a ambos salones a lo más alto y convertirlos en la mayor plataforma internacional para la industria de la alimentación, la gastronomía y el equipamiento hostelero. Abarca toda la cadena de producción y ofrece soluciones específicas para cada segmento, lo que facilita la adquisición de competencias, habilidades y estrategias para impulsar e inspirar a las empresas.

La plataforma internacional más transversal y completa

Con 100.000 m2 de exposición y 150.000 visitantes, Fira de Barcelona se

convierte en la plataforma internacional más transversal y completa. La estructura de la feria es compleja, pues da cabida a todos los sectores de la alimentación y ofrece un sinfín de espacios para promover los encuentros comerciales, el intercambio de conocimientos y la presentación de productos y novedades.

Entre estos espacios hay que destacar **The Alimentaria Hub y The Experience - Live Gastronomy**. El primero es un punto de encuentro con la innovación en el que se potencian el networking y las oportunidades de negocio. Allí se concentran las novedades del mercado y, además, se

DE UN VISTAZO



14-17 SEPT.



FIRA BCN

Alcance internacional

Organiza: Fira Barcelona
Alimentaria Exhibitions



Salón líder de alimentación

ofrecen conferencias, presentaciones, un servicio de asesoramiento para exportaciones y una zona para start-ups. **The Experience - Live Gastronomy** es una especie de congreso culinario dentro de Alimentaria. Se puede asistir a show-cookings, aprender junto a chefs con estrellas Michelin, descubrir lo último del sector gastronómico.

“ El foco internacional se refuerza, con un significativo incremento de la participación de países tanto en el Pabellón Internacional como en los salones sectoriales.



J. Antonio Valls

Director general de Alimentaria

LA MAYOR AGRUPACIÓN SECTORIAL POR ESPACIOS

VERTICALIDAD

Intercarn

Productos cárnicos y derivados.

Interlact

Productos lácteos y derivados.

Expoconser

Conservas y semiconservas.

Snack, Biscuit & Confectionery

Dulcería, galletas, confitería y snacks.

Mediterranean Foods

Alimentos de la dieta mediterránea, productos frescos y AOVES.

Rastaurama

Food servie y alimentación fuera del hogar.

TENDENCIAS

Fine Foods

Productos gourmet.

Organic Foods

Productos ecológicos.

Free From

Libres de alérgenos.

Halal Foods

Alimentos con sello Halal.

Funcional Foods

Productos con propiedades especiales para el organismo.

TRANSVERSALIDAD

Grocery Foods

Productos alimentarios diversos.

International Pavillions

Participaciones agrupadas de origen internacional.

Lands of Spain

Participaciones agrupadas de origen autonómico.

THE ALIMENTARIA HUB

Punto de encuentro de las marcas con la innovación en el que se potencian el networking y las oportunidades de negocio.

THE EXPERIENCE

LIVE GASTRONOMY

La realidad del sector gastronómico en directo, interesantes show-cookings y las últimas ponencias de chefs con estrellas Michelin.

HOSTECOR

Atmosphere

Diseño interior, decoración, textil.

Setting

Menaje y utensilios.

Everywhere

Transporte, servicio a domicilio y vending.

Fully Equiped

Equipamiento, maquinaria y accesorios.

Moments

Café, bar, pastelería, horno y helados.

Tech

Tecnología y entretenimiento.

Coffee Area

Live Restaurant

Live Hotel

Live Arena

PROMOCIÓN INTERNACIONAL PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA GLOBAL



ALIMENTARIA EN NÚM3ROS

70 países representados



45 estrellas Michelin

150.000
visitantes

4.500
empresas
expositoras

100.000 m²
de exposición

+12.500
encuentros
de negocio

200 actividades y ponencias intl.
1.400 compradores

1.174 periodistas acreditados

+6.700
noticias generadas

11,4 MILL.
de valor informativo

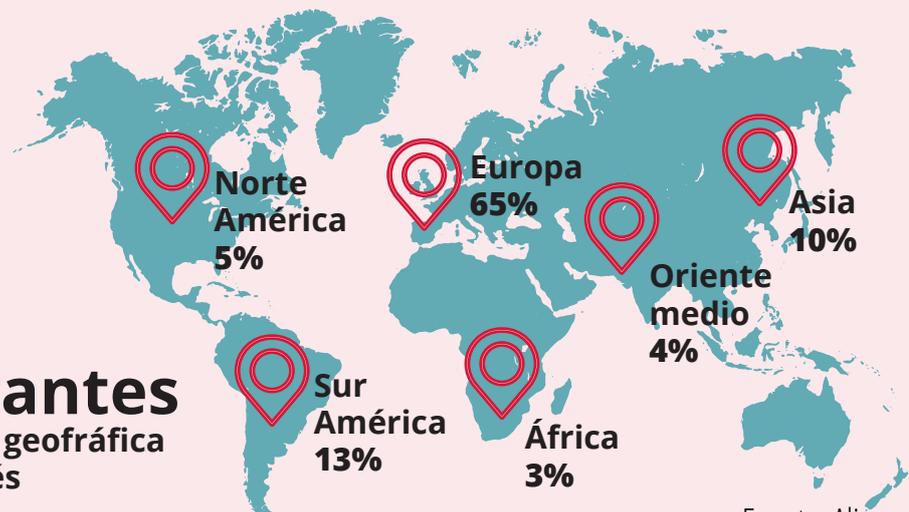


995.000
impresiones

#trendingtopic
durante los 4 días de feria



Visitantes
Por área geográfica de interés



Fuente: Alimentaria



THE EXPERIENCE - *LIVE GASTRONOMY*

La alta gastronomía desde la perspectiva del consumidor

The Experience es una especie de congreso gastronómico dentro de Hostecor. Centra su programa en **conceptos vertebradores como la sostenibilidad en la cocina, el acercamiento entre chefs y productores del territorio y la recuperación de tradiciones culinarias**. Siempre teniendo en cuenta el contexto hostelero en el que se enmarcan las ponencias y exponiendo el conoci-

miento culinario de una forma divulgativa que resulte práctica tanto para el consumidor final como para los distintos agentes comerciales.

En su cuarta edición, contó con la presencia de más de **35 chefs con estrellas Michelin** que desarrollaron sus creaciones más vanguardistas, en muchos casos inspiradas en el respeto por las materias primas de calidad de su entorno más próximo y ejecutadas con

la ayuda de las técnicas más actuales.

The Experience es un espacio que concentra **numerosas novedades y propuestas de gran interés para los profesionales del sector Ho-reca** de la mano de sus partners, expositores de Alimentaria y organismos colaboradores. Un salón con 4.500 m² de superficie que se distribuye, a su vez, seis espacios donde se desarrollan showcooking, talleres y ponencias.

ESPACIO DE PARTICIPACIÓN RECOMENDADO

Se trata del espacio más especializado en gastronomía dentro de la gran feria de alimentación. Es un escaparate muy cualitativo al que llevar un contenido atractivo que posicione a Córdoba como destino gastro.

TALLER MAGISTRAL EXPERIENCE

Una sala, cerrada e íntima, con un aforo limitado a 20 personas, que ofrece ponencias singulares de los chefs más influyentes del mundo.



AUDITORIO EXPERIENCE

Acoge presentaciones, mesas redondas y demostraciones de nuevas técnicas y productos con un programa de ponencias muy polivalente.



CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Cómo y por qué participar en Alimentaria



POSICIONARSE Y CONSEGUIR NOTORIEDAD

Posicionar la marca junto a los líderes del mercado y ante un visitante que tiene un gran poder de prescripción y compra.



CONTACTO DIRECTO CON TURISTAS

Incrementar oportunidades de negocio como marca y acceder a nuevos mercados y compradores de todo el mundo.



PRESENTAR LA MARCA AL MERCADO

Una plataforma de máxima proyección y repercusión para presentar sus novedades ante el sector y los medios especializados.



OBSERVATORIO PRIVILEGIADO DE TENDENCIAS

Alimentaria Hub es un gran foro de aprendizaje donde se comparten los conocimientos y las tendencias del mercado.

FORMATOS DE PARTICIPACIÓN SUGERIDOS

STAND DE CÓRDOBA

Aglutinar toda la oferta institucional de Córdoba en un stand con la marca destino gastronómico. Precio orientativos:

- Stand de 24m²: 8.550€
- Stand de 40m²: 14.900€

PRESENTACIÓN DE MARCA

Presentación de marca a través de un almuerzo o cena institucional con lista de invitados cerrada. Prepara por chefs cordobeses y con productores de la tierra. Posibilidad de showcooking en directo y espectáculo de sobremesa.



CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidades de valor en Alimentaria

DELEGACIÓN CORDBESA

Delegación cordobesa bajo la marca de Córdoba como destino gastronómico. Lo deseable sería que todos los agentes cordobeses que participen en Alimentaria vayan de la mano de esta marca. Si todos nuestros productos son promocionados de alguna forma por la nueva marca, su impacto sería instantáneo.



DEGUSTACIONES CON SELLO

Organización de degustaciones con los principales productos de Córdoba y denominaciones de origen con el sello de la nueva marca gastronómica como hilo conductor. Ibéricos del Valle de los Pedroches, D.O.P Montilla-Moriles, AOVE de Priego y Baena, naranjas de Palma del Río etc.



FORMATOS DE PATROCINIO Y PUBLICIDAD:

Patrocinios generales:

Desde lanyards hasta tornos de entrada, pasando por wifi y acreditaciones.



Publicidad online:

Banner en la web de Alimentaria, newsletters, app oficial o catálogo de expositores.



Patrocinios onsite:

Guías del visitante, publicidad en el recinto interior o fuera de los pabellones.

TALLER MAGISTRAL DE SALMOREJO

Aprovechando el espacio de *The Experience - Live Gastronomy* para este cometido. Llevar el plato estrella de la gastronomía cordobesa a Alimentaria de una forma creativa. Por ejemplo, a través de Junajo Ruiz y todas sus interpretaciones vanguardistas de una receta tradicional.



SHOWCOOKING

Por ejemplo, de un menú que realice una ruta por Córdoba a través de sus productos. Sería recomendable buscar un enfoque comercial añadido a este contenido. En el espacio *The Experience - Live Gastronomy* las ponencias culinarias se enfocan al consumidor final y a la hostelería.



ALICANTE GASTRONÓMICA



ALICANTE
GASTRONÓMICA
ESTILO DE VIDA MEDITERRÁNEO



ALICANTE GASTRONÓMICA

Encuentros entre el presente y el futuro de la comida del mediterráneo

Entre el mar y las montañas de la provincia de Alicante se esconden una gran variedad de alimentos que conforman gran parte de la dieta Mediterránea. Productos que vemos cada día en los supermercados y en los restaurantes. Y en ese importante espectro de la gastronomía nacional es donde pone el foco Alicante Gastronómica con el objetivo de promover en el público acciones saludables y una alimentación sana basada en productos autóctonos.

Con más de **200 expositores**, **5.000 m²** y **58.000 visitantes**, el pabellón 1 de IFA acoge una feria que debería haber sido celebrada en marzo, pero ha sido aplazada a septiembre. Esta tercera edición cuenta con toda una oferta expositiva de productos de la provincia, aunque el reclamo es cosa del **congreso gastronómico, los talleres, showcooking, cuantas y, como no, el mediático concurso del "Mejor Arroz del Mediterráneo"**.

Comité de expertos formado por los 11 chefs Michelin de la Provincia

Hasta 25 Ayuntamientos participarán en la feria que, gracias a un comité de expertos compuesto por los 11 Estrellas Michelin de la provincia, propone un amplio 'menú' de actividades.

Para los amantes del vino, en la Sala de Catas y Talleres junto al Túnel del Vino y el Espacio AOVES los visitantes podrán degustarlos y experimentar

Se organizan diferentes concursos previos por pueblos de la provincia para un público amateur que participa en la elaboración de recetas de arroces con productos del Mediterráneo. Más de 250 participantes adultos

DE UN VISTAZO

18 - 21 SEPT.
IFA - ALICANTE

Alcance regional

Organiza: Diputación de Alicante
Institución Ferial Alicantina (IFA)
Cámara Alicante

Concurso paralelo:
"Mejor arroz del Mediterráneo"

los. El espacio Talleres Didácticos, desarrollado por la Universidad de Alicante acogerá un buen número de actividades encaminadas a divulgar las cualidades de los productos alicantinos y su forma de cocinarlos para sacarles el mayor partido.

y juveniles se inscriben y demuestran un nivel sorprendente. Los clasificados pasan a la final que tiene lugar en la feria con dos jurados de lujo: Jordi Cruz y Boris Izaguirre. Se trata de un concurso notablemente mediático.



CONCURSO POPULAR MEJOR ARROZ DEL MEDITERRÁNEO

COCINEROS DESTACADOS



QUIQUE DACOSTA

*Quique Dacosta
(Dénia)*



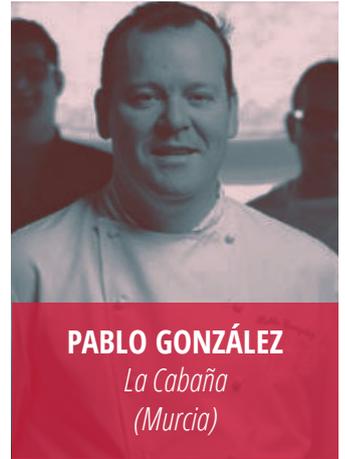
SUSI DÍAZ

*La Finca
(Elche)*



KIKO MOYA

*L'Escaleta
(Alicante)*



PABLO GONZÁLEZ

*La Cabaña
(Murcia)*

SALA DE CATAS

donde se degustan vinos y aceites de la mano de la D.O. Alicante y de las asociaciones de sumillers de la provincia, pero también café, hortalizas, zumos, helados, cócteles, licores, cervezas, turrón o chocolates, etc.



MADE IN COSTA BLANCA

Escenario donde tienen lugar las onencias magistrales de la mano de grandes chefs como Quique Dacosta, Rafa Soler, Kiko Moya, Paco Torreblanca, etc. Además de charlas y coloquios entorono a la innovación culinaria.



UNA FERIA DE PRODUCTO

El producto se convierte en el elemento principal para tratar de transmitir la los beneficios de una dieta, la mediterránea, que se convierte en cultuta. Cómo se cultiva una granada o cómo se elabora un vino o un queso, son temáticas que transmiten cómo se organiza una región o qué elementos culturales y de tradición se imponen desde hace siglos en cada zona. Con este evento, **Alicante busca ser reconocida como capital mundial de la dieta mediterránea** y consolidarse, poco a poco, como el salón de producto de la zona levantina.



ALICANTE GASTRONÓMICA

SOLIDARIA

Cuando estalló la crisis sanitaria del coronavirus, el congreso se aplazó y pasó a denominarse Alicante Gastronómica Solidaria, adoptando así un nuevo reto: dar de comer a los más desfavorecido por la pandemia. Un grupo de cocineros, hosteleros y empresarios alicantinos se pusieron manos a la obra para

elaborar unos 3.000 menús diarios. En dos meses, contaron más de 130.000 menús. Detrás de todo, más de 500 voluntarios, incluidos reconocidos chefs con estrellas Michelin que no dudaron en encender sus fogones.

ANDALUCÍA SABOR



ANDALUCÍASABOR

INTERNATIONAL FINE FOOD EXHIBITION



ANDALUCÍA SABOR

Exhibición vanguardista de la calidad andaluza

Andalucía Sabor es la puesta en escena de una potencia agroalimentaria y pesquera como es la andaluza. Un encuentro profesional que cada dos años concentra **toda la oferta alimentaria de Andalucía para afianzar su presencia en el mercado nacional e internacional**. Todos los profesionales del sector de la alimentación y la alta gastronomía se reúnen en este evento que consagra el liderazgo de la agroindustria de Andalucía más allá de sus fronteras.

Empresas agroalimentarias y Consejos Reguladores, distribuidores,

operadores de hostelería y restauración, responsables de cadenas y centrales de compra, profesionales de la gastronomía, etc. Andalucía Sabor convoca a todos los operadores del sector y les permite tomar parte de las nuevas tendencias para renovar y consolidar las diferentes líneas de negocio.

Redescubrir la excelencia de Andalucía a través de su cocina

Las empresas participan en un completo programa de actividades, compuesto por catas de AOVE, jamón ibérico, ma-

ridajes, concursos, de tapas y de postres, mesas redondas, presentaciones a cargo de Consejos Reguladores y firmas particulares, etc.

Dentro de la feria, encontramos el congreso gastronómico que se celebra de forma paralela a la feria y que cuenta con una **representación de los mejores chefs del panorama internacional** para redescubrir la excelencia y mestizaje de Andalucía a través de su cocina.

Con más de 300 expositores, esta feria se ha convertido en la cita ineludible para cualquier entidad que pertenezca al sector agroalimentario

DE UN VISTAZO

 SEPTIEMBRE
 FIBES - SEVILLA

Alcance nacional

Organiza: Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

Colabora: Extenda

Periodicidad bienal

gastronómico. Además, cuenta con un imponente comité técnico con figuras culinarias como **Ángel León o Dani García** a la cabeza. Acompañados de personalidades referentes como Fernando Huidobro, presidente de la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo o Paz Ivisón, Premio Nacional de Gastronomía.

5.000 m²
de exposición
300
expositores

10.000
visitantes

32 ponencias ★
30 estrellas Michelin
1.600 congresistas

+1.600
noticias
5M audiencia

EDICIÓN 2019

En septiembre de 2019 se celebró la 7ª ed. de Andalucía Sabor, que inició su andadura con el precedente del éxito de las ediciones anteriores. Siguiendo esa estela, en 2019 el Congreso Gastronómico desarrolló un completo y atractivo programa de ponencias que contó con una destacada presencia de chefs andaluces con especial atención a las nuevas promesas que

conforman el principal activo de los fogones de nuestra cocina y un prometedor relevo para el futuro. También estuvieron representados reconocidos chefs del panorama nacional e internacional, que compartieron sus conocimientos y experiencias. Este año se dirigió el foco hacia los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad. El Auditorio, con una capa-

cidad para 1.029 congresistas, y el Aula Gastronómica, dirigida a la celebración de talleres, cosecharon una muy buena acogida.

Se desarrolló, además, como actividad paralela, los "Encuentros con el chef", dando la oportunidad a los congresistas de establecer un contacto directo y cercano con los chefs.



INTERNATIONAL MEETINGS

Espacio preparado para reuniones profesionales y encuentros con agentes internacionales habilitado para los expositores de la muestra.



RAÍCES DE CALIDAD

Edición dedicada a la promoción y vinculación de la excelencia de los productos agroalimentarios andaluces con el territorio y su importante contribución a la riqueza gastronómica de la región.

COCINEROS DESTACADOS



PACO MORALES

Noor
(Córdoba)



MARIO SANDOVAL

Coque
(Madrid)



FRANCIS PANIEGO

El Portal de Echaurren
(La Rioja)



KISKO GARCÍA

Choco
(Córdoba)



ÁNGEL LEÓN

Aponiente
(Cádiz)



DANI GARCÍA

Lobito de Mar
(Málaga)



ANDONI LUIS ADURIZ

Mugaritz
(Guipuzkoa)



DIEGO GALLEGOS

Sollo
(Fuengirola)

ESPACIOS RELEVANTES

Producto andaluz como protagonista

AUDITORIO

El auditorio principal acoge durante tres días conferencias de los mejores chefs del panorama culinario nacional e internacional. De la última edición, destacan algunas como:

- *Andalucía, atracción fatal*. Aduriz, Paniego y Maribona.
- *La luz del origen*. Paco Morales.
- *Érase una vez...Y fueron felices*. Dani García.



FERIA

Más de 300 expositores, 10.000 visitantes y 1.600 congresistas. Una feria eminentemente profesional organizada para concertar reuniones y encuentros comerciales. Una agenda virtual permite cerrar vía online estas entrevistas entre las partes para lo que puede ser el principio de acuerdo comercial entre los empresarios.

SALONES DEL VINO Y DEL ACEITE

Estos espacios brindan la oportunidad a las empresas expositoras de compartir las cualidades organolépticas de sus vinos y aceites de oliva virgen extra, lanzar un producto novedoso y consolidar el éxito de sus mejores caldos y de sus AOVES.



AULA GASTRONÓMICA

Actividad que engloba diferentes talleres teóricos y prácticos de gran interés en el ámbito de la gastronomía y restauración, centrándose en el producto y la materia prima como eje de promoción. Ejemplo para emular:

- Tradición e innovación del Gazpacho. Juanjo Ruiz.
- Sabores de la Provincia de Huelva. Diputación de Huelva.

SABOR EN VIVO

Una plataforma para la promoción de los productos y marcas de las empresas agroalimentarias. Este espacio único y abierto al visitante, ofrece la oportunidad a los expositores de mostrar in situ las últimas novedades y realizar distintas actividades como catas, degustaciones, muestras de cocina en vivo, maridajes y presentaciones.



CÓRDOBA DESTINO GASTRO

Oportunidades de valor en Andalucía Sabor



PONENCIAS PATROCINADA

Los principales cocineros cordobeses ya han desfilado por Andalucía Sabor en sus pasadas ediciones. Lo deseable sería que Córdoba como marca de turismo gastronómico los recogiera bajo el mismo paraguas y presentaran conferencias acorde con los conceptos de la nueva marca.

STAND ESPECIAL

Varias provincias andaluzas —y también del resto de España— tienen una buena representación en la feria de Andalucía Sabor. Lo hacen con stands de diseño y acogen en él a diversos productores y marcas de la provincia. El stand de Córdoba debería ser el epicentro de todos los expositores cordobeses.



CATAS Y DEGUSTACIONES

Los salones del vino y el AOVE suponen una ocasión perfecta para colaborar con las denominaciones de origen cordobesas. Córdoba suele estar presente en la mayoría de congresos a través de ellas, pero hacerlo a partir de una marca gastroturística como hilo conductor otorgaría una visibilización altamente cualitativa.

TALLERES

El aula gastronómica es el espacio ideal para presentar contenidos a expertos y prescriptores de la materia. Cualquier plato típico de Córdoba se puede desgranar y contar desde su profundidad histórica hasta su reformulación más actual, ofreciendo así un contenido interesante y directamente vinculado al factor turístico de la ciudad.



PONENCIA DE PRODUCTO

El auditorio "Sabor en vivo" sirve para mostrar la empleabilidad y versatilidad del buen producto. Una ocasión perfecta para presentar contenidos creativos que muestren como pueden combinarse y fusionarse diversos alimentos de origen cordobés para elaborar platos de primer orden.

CÓRDOBA CALIFATO GOURMET





CÓRDOBA CALIFATO GOURMET

Califato Gourmet posiciona a Córdoba dentro del circuito nacional de congresos gastronómicos

Córdoba Califato Gourmet es el evento de alta gastronomía que anualmente se realiza en Córdoba utilizando como hilo conductor las **cuatro raíces culturales de su tierra: su pasado romano, árabe, judío y cristiano**. Ya se ha convertido en uno de los mejores eventos gastronómicos de cuantos se celebran en España. Por él han pasado cocineros de la talla de Paco Roncero, Andoni Luis Aduriz, Mario Sandoval, Francis Paniego, Kiko Moya, Paco Pérez, y así hasta 44 chefs de distintos lugares de España.

La VI edición de Córdoba

Califato Gourmet se desarrolló entre los días 14 y 15 de octubre batiendo todos los records de asistencia de ediciones anteriores. Más de 5.000 personas asistieron a alguno de los eventos programados (califato in the street, mesa redonda sobre sostenibilidad, cena de gala, presentación oficial y showcooking).

Una ciudad que respira más cultura culinaria que nunca

La última edición, al igual que las cinco anteriores, contó con una selección de **los mejores chefs del panorama nacional** que este año rindió homenaje a la cocina andaluza. Hablamos de nombres como el de Oscar Calleja, del restaurante Annu; Jesús Segura, del restaurante Trivio; o JuanLu Fernández. Además de la siempre presente escuela gastronómica cordobesa con Paco Morales, Kisko García, Celia Jiménez o José Roldán, entre otros.

Cuenta con todos los ingredientes para seguir creciendo año tras año. Su fórmula es tan sencilla como atractiva: dos días de buena gastronomía accesible al público general

en pleno centro histórico de la ciudad y el espectáculo de la cena y el showcooking abanderado por los grandes chefs nacionales. Todo ello, en el marco de una ciudad que respira más cultura culinaria que nunca y que **cuya idiosincrasia la convierte en un destino gastronómico sumamente apetecible**.

“Un clásico consolidado como motor de la culinaria cordobesa. El boulevard de las tapas reventó de público y la cena fue un “sold out” con imposible lista de espera. Mucho Córdoba.

DE UN VISTAZO

 **OCTUBRE**
 **CÓRDOBA**

Alcance nacional

Organiza: BUMM Marketing & Grupo AC

Congreso gastronómico emergente 



Xavier Agulló
Periodista gastronómico

EDICIÓN 2019

En esta edición, por primera vez, se celebró una **mesa redonda sobre sostenibilidad en alta gastronomía** en la que intervinieron como ponentes David García, Óscar Calleja, y Jesús Segura, con Paco Morales y Celia Jiménez haciendo un papel de moderadores. Jesús Segura analizó la **viabilidad que tiene un**

formato de negocio lejos de las grandes urbes, en ubicaciones complicadas, y habló de su propia experiencia. David García hizo una Interpretación de los **productos tradicionales y territoriales de la cocina vasca** fuera de sus fronteras. Mientras que Oscar Calleja habló sobre **acuicultura sostenible**.

Algunos datos son demoledores, como los definió Jesús Segura, e ilustran la importancia del asunto ya que cada año **los restaurantes españoles tiran a la basura 63.000 to-**

neladas de comida (2,5 kg. al día), lo que le cuesta al sector **255 millones anuales en pérdidas**, según un estudio realizado por la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR).

Toda la mesa redonda coincidió en la necesidad de cambiar la concepción del restaurante. Se habló, incluso, de la posibilidad de vivir sin cartas ni menús degustación para ser más sostenibles.

HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN LA ALTA GASTRONOMÍA



COCINEROS DESTACADOS



PACO MORALES
Noor
(Córdoba)



KISKO GARCÍA
Choco
(Córdoba)



CELIA JIMÉNEZ
Celia Jiménez
(Córdoba)



JOSÉ ROLDÁN
Roldán
(Córdoba)



ÓSCAR CALLEJA
Annua
(San Vicente de la Barquera)



JESÚS SEGURA
Trivio
(Cuenca)



JUANLU FERNÁNDEZ
Lú, Cocina y Alma
(Jérez de la Frontera)



DANIEL GARCÍA
El Corral de la Morería
(Madrid)

CONTENIDOS SUGERENTES

"IN THE STREET"

Uno de los puntos fuertes del congreso es su accesibilidad. No es necesario pertenecer a un círculo cerrado de la alta gastronomía para disfrutarlo porque está en la calle. En pleno centro, numerosos restaurantes de la ciudad montan sus stands para ofrecer a los cordobeses lo mejor la gastronomía local.



CENA GASTRONÓMICA

Cena oficial del evento en el Espacio Gastronómico Califato Gourmet (Real Círculo de la Amistad) y a 6 manos. En 2019 fue elaborada por JuanLu Fernández, Pedro Sánchez, Benito Gómez y José Roldán. Un clásico del congreso que reúne durante una velada a cocineros, productores, instituciones y periodistas del sector.



EL YA TRADICIONAL SHOWCOOKING

Como cada año, el Real Círculo de la Amistad, es el escenario perfecto para la celebración del famoso showcooking, en el que los asistentes tienen la oportunidad de interactuar y probar las tapas de todos los chefs estrella Michelin invitados al evento.



CONCURSO DE TAPAS

Concurso de tapas en formato showcooking en el Bulevar del Gran Capitán con la participación de 40 establecimientos. Se eligen las 6 mejores tapas, tres son elegidas por el público y las otras 3 por los chefs que participarán en esa edición.



HAN ESTADO EN CALIFATO GOURMET...

En anteriores ediciones han estado en Califato Gourmet cocineros de la talla de Paco Roncero, Andoni Luis Aduriz, Mario Sandoval, Francis Paniego, Kiko Moya, Ignacio Echepresto, Paco Pérez, Marcos Morán, Pepe Solla, Susi Díaz, Pablo González, Alberto Ferrúz, María Marte, Albert Raurich, Macarena de Castro, etc.



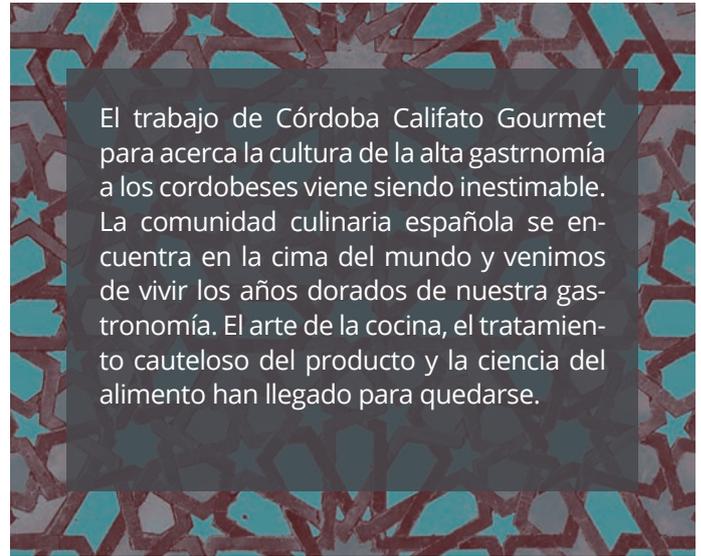
CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Un congreso con sello propio que proyecte a Córdoba

Córdoba Califato Gourmet aúna la gastronomía tradicional y de vanguardia, y consigue que muchos de los negocios de restauración (los participantes) de la provincia se hagan más visibles de cara a las personas de fuera y sobre todo, de cara a los ciudadanos de Córdoba y alrededores.

El congreso tiene mucha fuerza debido al auge del turismo gastronómico

que se viene produciendo desde hace varios años. En turista gastronómico es aquel que elige el destino de su viaje basándose en las actividades culinarias que vaya a realizar. Quiere sentir que está viviendo, experimentando, probando algo único, y auténtico y una de las formas que tiene para conseguirlo es mediante la cultura gastronómica. Y Córdoba presenta un potencial cultural inagotable.



El trabajo de Córdoba Califato Gourmet para acerca la cultura de la alta gastronomía a los cordobeses viene siendo inestimable. La comunidad culinaria española se encuentra en la cima del mundo y venimos de vivir los años dorados de nuestra gastronomía. El arte de la cocina, el tratamiento cauteloso del producto y la ciencia del alimento han llegado para quedarse.

IR PARA QUE VENGAN LA MEJOR FORMA DE PROMOCIÓN

El panorama nacional de nuestra gastronomía, feria a feria, busca ser un documento a través del cual se pueda hacer un viaje por la gastronomía nacional mediante sus ferias y congresos, que son muchas y de muy buena calidad. Muchos de estos salones suponen una oportunidad de valor para la promoción de Córdoba como destino gastronómico, y la

intención es que se puedan tener en cuenta todas las opciones antes de ponerse manos a la obra para trazar una programación tangible.

Pero, si bien es cierto que asistir a ferias y congresos es decisivo para la consecución de un posicionamiento gastroturístico, también lo es contar con **un evento como Córdoba Califato Gourmet**



que permite hacer las veces de anfitrión para la comunidad culinaria que nos visita. No hay mayor satisfacción para el visitante como la de ser visitado. Ir para que vengan. Dejar una huella para que sigan el rastro de una oferta gastroturística atractiva y acaben en la ciudad califal degustándola. En ese sentido, siempre hay mucho traba-

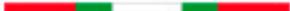
jo por hacer. Y sin embargo, ya hay mucho trabajo avanzado en una esas acciones imprescindibles para posicionarse como destino gastronómico: la consolidación de un congreso gastronómico. **Recibir al sector gastronómico del país es la mayor proyección gastroturística a la que una ciudad puede aspirar.**

SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA



**SAN SEBASTIAN
GASTRONOMIKA**

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

The logo for Euskadi Basque Country, featuring the text "EUSKADI" in a bold, blue, sans-serif font above "BASQUE COUNTRY" in a smaller, blue, sans-serif font. Below the text is a horizontal bar with the colors of the Basque flag: red, green, white, and red.



SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA

EUSKADI
BASQUE COUNTRY



SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA

El primer congreso de alta gastronomía celebrado en el panorama internacional

San Sebastian Gastronomika (SSG) inició su andadura en el año 1999, siendo el primer congreso de alta gastronomía celebrado en el panorama internacional y convirtiéndose, muy pronto, en uno de los más prestigiosos del sector. Actualmente, ir a San Sebastián es sumergirse de lleno en lo más profundo del corazón culinario del país. En su auditorio los cocineros más prestigiosos del mundo no solo hablan de sus últimos descubrimientos o creaciones, sino que van mucho más allá: tienen lugar coloquios, reflexiones que trascienden las

cocinas y proyectos socio-gastronómicos que reformulan nuestra cultura de consumo tal y como la entendemos. **SSG se sitúa como uno de los insignes congresos internacionales gracias a su vanguardismo, especialización y academicismo.**

El evento, organizado por El Diario Vasco, reúne cada año a los más laureados cocineros convirtiéndose anualmente en el punto de encuentro del mundo de la gastronomía. Una de las señas de identidad que hace de San Sebastián Gastronomika un congreso único en el mundo es la degustación

en tiempo real y desde la propia butaca del auditorio de lo que los grandes chefs están elaborando en el escenario.

Sumergirse en lo más profundo del corazón culinario del país

El de Donostia es un más que un congreso, supone el punto de encuentro anual indispensable para cocineros, medios, profesionales y, por tanto, para marcas del sector y público aficionado en general. Más de 70 estrellas Michelin brillan todos los años en un entorno don-

DE UN VISTAZO

 4-7 OCT. 2020
 KURSAAL

Alcance internacional

Organiza: Grupo gsr
Diario Vasco (VOCENTO)

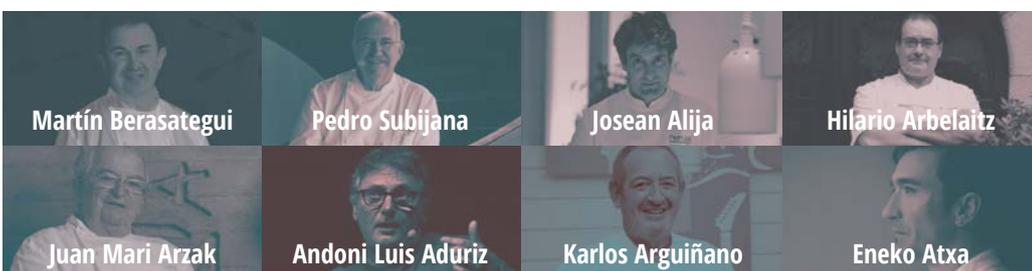
Congreso gastronómico por excelencia 

de se respira el aroma de la alta cocina, impulsado desde hace algunas décadas por el nacimiento de la Nueva Cocina Vasca.

Ponencias, talleres, charlas e infinidad de eventos en un marco incomparable: las entrañas del Kursaal, un lugar donde no solo se cocinan platos durante cuatro días, sino también marcas.

El nacimiento de la Nueva Cocina Vasca

Comité técnico asesor de la programación



Martín Berasategui

Pedro Subijana

Josean Alija

Hilario Arbelaitz

Juan Mari Arzak

Andoni Luis Aduriz

Karlos Arguiñano

Eneko Atxa

EDICIÓN 2019

1.578 congresistas, 140 chefs y ponentes, 182 expositores y 47 países representados. SSG concluyó su 21ª ed. tras cuatro días siguiendo gastronómicamente la ruta que el vasco Juan Sebastián Elcano completó hace 500 años. Con una cena en Getaria, el congreso rindió pleitesía a la cuna del navegante y a su vinculación con el mar, para traer ideas y produc-

tos de todo el mundo en las ponencias del auditorio. Carme Ruscalleda ha sido la homenajeada en esta edición, y orgullosa decía en su cena, auspiciada por 7 tres estrellas Michelin, que "la profesión es generosa". Generosa en el trabajo, en la pasión y en el compromiso con el medioambiente y el entorno en el que se mueve. Así lo reivindicaron Josean

Alija, Leo Espinosa, Begoña Rodrigo, Carolina Bazán o Najat Kaanache; también Maca de Castro, Joan Roca y Ángel León. El gaditano, además, sorprendió con novedades como el azúcar o el queso marino, como lo hicieron los chicos de Disfrutar con su trabajo con las texturas grasas.



PREMIOS #SSG19

Carme Ruscadella

Premio Homenaje

Cristina Jolonch

Premio Internacional de Periodismo Gastronómico

Denis Courtiade

Geridón de Oro



SABOREA LA VUELTA AL MUNDO

Edición dedicada a la vuelta al mundo de Elcano

COCINEROS DESTACADOS



ELENA ARZAK

Arzak
(Donostia)



JOAN ROCA

Celler de Can Roca
(Girona)



LEONOR ESPINOSA

Leo
(Bogotá)



CAROLINA BAZÁN

Ambrosía
(Santiago de Chile)



ÁNGEL LEÓN

Aponiente
(Cádiz)



DANI GARCÍA

Lobito de Mar
(Málaga)



MARTÍN BERASATEGUI

Martín Berasategui
(Lasarte)



VLADIMIR MUKHIN

White Rabbit
(Moscú)

CONTENIDOS SUGERENTES

LA PRESENCIA INTERNACIONAL

Para conmemorar el aniversario de la circunnavegación de Elcano, Gastronomika 2019 completó el plantel nacional con una docena de los mejores cocineros de los países que visitó el ilustre vasco en su viaje: Bel Coelho; Jefferson Rueda; Carolina Bazán, Vladimir Mukhin, Leonor Espinosa, Cristina Sunae, etc.



LAS NOVEDADES DE DISFRUTAR

El equipo de Disfrutar**, Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas no faltó a la cita donostiarra -ahora como noveno mejor restaurante del mundo- para desgranar novedades sobre el escenario. Los catalanes detallaron su última temporada y encaminaron la siguiente presentando el trabajo realizado con diversas grasas y texturas.



LA ÚLTIMA PONENCIA COMO TRIESTRELLADO

Dani García subió a un escenario por última vez como chef triestrellado. El andaluz, que cerrará su restaurante Dani García de Marbella el próximo 22 de octubre, pisó el escenario del Kursaal para narrar sus últimas novedades en la primera línea gastronómica, que no abandonará de todo gracias a su conglomerado empresarial.



D'TAPAS COVAP PASIÓN IBÉRICA

El concurso celebró su IV ed. Consiste en elaborar una tapa con el Jamón de Bellota 100% Alta Expresión de los Pedroches D.O COVAP o cualquier pieza de la selección de carnes de cerdo 100% Alta Expresión como protagonistas. La mejor tapa guiará la elección del "Chef de la Tapa Ibérica COVAP 2019".



TIERRA DE SABOR

La marca de calidad de los productos de Castilla y León, que mediante la actuación de Luis Alberto Lera (Lera, Castroverde de Campos, Zamora) mostró la riqueza gastronómica de la región. Lera cocinó una pechuga de pichón bravío de Tierra de Campos con rillete.



CON LUPA

Tierra de Sabor

Una marca gastroturística, diversos formatos de participación (stand, show-cooking y ponencia).

MARCA CORDOBESA

Buscar una forma para colaborar en este tipo de contenidos dinámicos con COVAP puede resultar muy favorable.

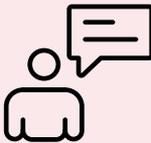
SS GASTRONOMIKA EN NÚM3ROS

182 expositores

42 nacionalidades
participantes

13.265
visitantes

 **1.578**
congresistas
de pago

472
periodistas
acreditados 

1.635
artículos
en medios

7M
valor del
impacto
mediático

SSG en redes

414K usuarios
alcanzados
1,7M de
impresiones

#SSG19

11.200 **15M**
mensajes al de alcance
hashtag potencial

 **6.500** **483K**
mensajes impresiones

 **4.200** **600**
likes shares

Fuente: San Sebastián Gastronomika

¿QUÉ HACE ESPECIAL A SSG?

Lo que diferencia a San Sebastián Gastronomika de otros congresos es, precisamente, que se trata de un congreso con todas sus letras. Prima el conocimiento, la ponencia como formato clásico para la transmisión de ese conocimiento y una prestigiosa escuela vasca como anfitriona perfecta para acoger las últimas novedades de la alta gastronomía. Primero, el conoci-

miento y el congreso; luego, el comercio y la feria. Esto no quiere decir que en el Kursaal no haya espacio para la promoción. De hecho, la envergadura del congreso como tal solo es sostenible en la medida en que él mismo, junto con la feria de exposición y otras actividades, sirven como foro de encuentro de toda la comunidad culinaria española e internacional.

SELLO DISTINTIVO

Se trata de un congreso en el que la **especialización del contenido** va antes que la repercusión de la marca, y gracias a la calidad de su programación, todo el que va a SSG con una propuesta de valor es porque está listo para entrar en el círculo de la excelencia y

la prescripción gastronómica. O, dicho de otra forma, cualquier marca, entidad o institución pública que pretenda hacer nicho en el sector, debe estar en SSG. Pero habrá de hacerlo siempre presentando un contenido atractivo y, sobre todo, especializado.

MECA DE LA EXCELENCIA CULINARIA



ALTA

El auditorio acoge las jornadas de **Alta**, donde los mejores chefs del mundo exponen sobre el escenario sus últimas creaciones con ponencias y cocina en directo. **La posibilidad de poder catar desde la propia butaca del auditorio estas creaciones es una de las señas de identidad de San Sebastián Gastronomika.**



ACTIVIDADES

El conjunto de **Actividades** reúne a los mejores profesionales del vino, la sala, la coctelería y la restauración, a través de ponencias, talleres, catas y concursos. Dentro de esta sección, un apartado específico para el mundo del vino repite un año más: las **Wine Sessions**.

**DIVERSIDAD
DE CONTENIDOS,
PROPUESTAS
DE VALOR**



FERIA

SSG no se entiende sin su **Feria**, una zona ideal para el networking con el mejor producto nacional e internacional y expositores venidos de todas partes para exhibir las últimas tendencias del sector. Este año, los **5.000m2 de espacio expositivo** se llenan de hasta 170 empresas, cifra que no ha subido para que todas puedan tener su cuota de mercado, como explica Javier Yurrita, director comercial del congreso.



SHOWCOOKINGS

Un formato ideal para mostrar la gastronomía local. Por ejemplo, la sesión de **Sabor a Málaga**, con vinos tradicionales y modernos de la provincia acompañando una degustación de los mejores productos. O la de **Diputación de Cádiz** con José Ferrer, el embajador de la D.O. Sherry. También la propuesta de **Tierra de Sabor** resulta interesante con Luis Alberto Lera mostrando la riqueza gastronómica de la región.

#GASTRONOMIKA LIVE

Una nueva era en los encuentros gastronómicos digitales

Tras más de 20 años formando y aglutinando al sector, el decano de los congresos de alta cocina en el mundo, **San Sebastian Gastronomika ha vuelto a ejercer de faro reinventándose por la Covid-19** mediante #GastronomikaLive. En total, 41 sesiones en las que 56 ponentes han analizado la situación actual del sector, han dado a conocer sus proyectos actuales y futuros, han debatido sobre el impacto que tiene y tendrá la pandemia sobre sus negocios y han dado a conocer lo mejor de su cocina. Más de 50 ponentes

que en esta primera edición no solo procedían de España, sino también de países como México, Brasil, Francia, Marruecos, Portugal, Perú o Estados Unidos. El público, en su mayoría profesionales de la gastronomía, llegó también hasta #GastronomikaLive desde todos los rincones del mundo (45 países). En total, durante cuatro semanas **se han registrado más de 23.000 usuarios** para las diferentes sesiones que se han celebrado. Todos estos testimonios han llegado a las casas de miles de profesionales que han dis-

“**Ha marcado un camino de futuro para el intercambio de conocimientos en el mundo gastronómico**



Benjamín Lana
Vocento

frutado y participado activamente de él gracias a la herramienta de preguntas que permitía la plataforma y que han gestionado moderadores como Benjamín Lana, José Carlos Capel o Xavier Agulló. **En Gastronomika Live han estado casi todos los tres estrellas españoles** (Ángel León, Quique Dacosta, Jesús Sánchez, Eneko Atxa,

Joan Roca, Elena Arzak, Martín Berasategui y Pedro Subijana), amén de otras figuras irremplazables del panorama internacional como Ferrán Adrià, Mauro Colagreco, el norteamericano Dan Barber o el español pero americano universal José Andrés.

Ponencias en streaming de #GastronomikaLive. Las 41 sesiones virtuales de la I ed. del congreso están disponibles en www.sansebastiangastronomika.com



Paco Morales: “La cocina directa va a tener más valor”



José Andrés: “Hambre es problemas sociales”



El futuro según Ferran Adrià



Mauro Colagreco: “¿Cuánto estamos dispuestos a sacrificar?”

CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidades de valor en San Sebastián Gastronomika

Cualquier plan asistencial de ferias y congresos que pretenda posicionar un producto, una marca o una entidad en la agenda del panorama culinario nacional, debe considerar a SSG como una cita ineludible. Hay que estar allí, pero es preceptivo hacerlo de una forma coherente y cualitativa. Para ello, **la única fórmula posible es presentar una propuesta especializada,**

con un contenido divulgativo que sirva para hablar de Córdoba a través de su gastronomía. El contenido podría ser perfectamente adaptable a varios formatos, pero lo realmente importante es que exista una profundidad en el contenido que se presenta; una investigación gastronómica previa que sea capaz de promocionar los recursos culinarios de Córdoba desde un nuevo enfoque.

Lo más recomendable asistir a San Sebastián Gastronomika con una propuesta escueta pero con valor, rigor y firmeza, que con un conglomerado promocional desproporcionado y poco ortodoxo. **Siempre ha de primar más la calidad que la cantidad, pero en Donostia es especialmente importante.**

FORMATOS DE PARTICIPACIÓN RECOMENDADOS

PONENCIA

Patrocinar la ponencia de un cocinero local. Habría que garantizar un contenido acorde con lo que promociona la marca Córdoba. Tanto ponencia, como stand y showcooking deben ir en la misma línea. Por ejemplo, si la campaña de Córdoba gira en torno a la importancia que la variedad cultural tiene en su cocina, la ponencia podría consistir en hablar de la riqueza de la cocina andalusí gracias al cruce cultural milenario del califato.

A partir de 10.000€



STAND

Un stand de Córdoba en la feria de expositores ayudaría a potenciar el branding y facilitar el encuentro con productores, congresistas, periodistas y, en general, con toda la comunidad gastronómica del país. Este espacio no podría ser meramente comercial, debe haber cierto dinamismo (degustaciones de producto local, algún sorteo, presencia de caras conocidas etc.) y una cohesión con el resto de formatos presentados en SSG.

5.000€



SHOWCOOKING

Un showcooking a 4 o 6 manos con tres destacados cocineros locales cerraría una propuesta completa. Por ejemplo: "La historia cocinada, un menú que explica Córdoba a través de su variedad cultural". Un cocinando en directo, poniendo en valor el producto local, divulgando la riqueza gastrocultural de Córdoba y, en definitiva, promocionando la ciudad ante una sala llena de comensales de lujo y prescriptores del sector.

A partir de 5.000€



MEDITERRÁNEA GASTRÓNOMA

MEDITERRÁNEA
GASTRÓNOMA

Feria gastronómica del Mediterráneo



MEDITERRÁNEA GASTRÓNOMA

5 ediciones para situarse como la cita gastronómica del Mediterráneo

Gastrónoma cerró su quinta edición con unos resultados excelentes y con un éxito más que notable teniendo en cuenta su corta historia. **En tan solo 5 años se ha posicionado como una cita ineludible dentro del circuito nacional.** Un congreso emergente que ya comienza a manejar los mismo números que los grandes: más de 20.000 personas de toda España visitaron en noviembre de 2019 una feria que destaca por su **propuesta experiencial**

Durante los tres días que dura, se llenan sus más de 13.000 metros

cuadrados. Los visitantes, tanto los profesionales del sector como el público gourmet en general acuden en busca de tendencias, novedades y mucho contenido gratuito y de calidad. Con el factor diferencial de que todo ello se ofrece de una forma tremendamente participativa.

Destaca por su propuesta experiencial

El visitante que llega a la feria tiene por seguro que va a experimentar alguna cata, o va a probar alguna tapa de sus barras

gourmet, o de repente se va a ver inmerso en alguna de las muchas actividades que se programan en hasta 13 espacios diferentes.

La cocina central, donde tienen lugar las ponencias de hasta **40 estrellas Michelin y 50 soles Repsol**; el espacio ferial con más de 300 expositores; el túnel del vino, con catas y formaciones de la mano de sumilleres de primer nivel; be sweet, un espacio para a la alta repostería; todo un fórum dedicado al café; o MED-digital, un salón donde se abarca la transformación digital de la hostelería.

DE UN VISTAZO

8-10 NOV. 2020
VALENCIA

Alcance nacional

Organiza:
Feria de Valencia

Congreso gastronómico emergente



En 2019 el plantel de grandes cocineros no tuvo nada que envidiar al de grandes congresos como Madrid Fusión o SSG. Por el escenario del L'Espai Exquisit pasaron estrellas como **Quique Dacosta, Joan Roca, Ángel León, Ricard Camarena o José Andrés**, el chef español más internacional.

“ **Gastrónoma 2019 dio un gran salto gracias a un programa envidiable, más metros de exposición y un escaparate comercial al que asistieron más de 20.000 visitantes.** ”



Carlos Mataix
Presidente de Gastrónoma

EDICIÓN 2020

Desde su inicio, Gastronomía avanza con paso firme hacia un objetivo claro: **situarse como el congreso gastronómico del Mediterráneo**. De hecho, este año han presentado su nueva imagen en FITUR y, desde entonces, la feria ha pasado a denominarse **Mediterránea** Gastronomía. Detrás del evento hay

una organización que reúne a muchos agentes relevantes del sector gastronómico. Entre ellos está presente la **Real Academia de Gastronomía gracias al nombramiento de Cuchita Lluch** como presidenta ejecutiva, principal embajadora de la gastronomía valenciana y harto reconocida dentro del pa-

norama culinario nacional. Además, el apoyo tanto del ámbito público como privado al evento es categórico y en bloque, pues buena parte de la comunidad hostelera de la región está representada en él, de ahí que en tan poco tiempo haya emergido como uno de los salones en los que hay que estar.



La edición de 2019 sorprendió a más de uno por su renombrado cartel, pero lo que termina de convertir la oferta del salón en un gran congreso gastronómico es su completa pro-

gramación, desde un espacio expositivo ejemplar hasta un sinfín de actividades con mucho sentido: aulas temáticas, catas y maridajes, showcooking, talleres, foros de postres y café complementarios,

cervezas artesanas y cenas premium en un restaurante efímero construido solo para la ocasión. **El reto que ahora tiene por delante Gastronomía es el de sintetizar tanta diversidad y tradu-**

cirla en un escaparate sin pervertirla. Es el momento en el que gastronomía y turismo se dan la mano y en el que los factores de negocio se cruzan con la motivación cultural.

COCINEROS DESTACADOS



JOSÉ ANDRÉS

Varios restaurantes
(EE.UU.)



QUIQUE DACOSTA

Quique Dacosta
(Dénia)



RICARD CAMARENA

Ricard Camarena Restaurant
(Valencia)



SUSI DÍAZ

La Finca
(Elche)



PACO TORREBLANCA

Pastelería Torreblanca Cero
(Alicante)



BEGOÑA RODRIGO

La Salita
(Valencia)



JOSEAN ALIJA

Nerua
(Bilbao)



LUIS VALLS

El Poblet
(Valencia)

CONTENIDOS SUGERENTES

DACOSTA, JOAN ROCA Y ÁNGEL LEÓN

Gastrónoma 2019 nos dejó una ponencia insólita: QUIQUE DACOSTA (Quique Dacosta, Denia), ANGEL LEÓN (Aponiente, Pto Santa María, Cádiz) y JOAN ROCA (Celler Can Roca, Girona) juntos en un escenario interpretando un producto muy nuestro: "Peleando la gamba: Denia, Garrucha, Palamós"



AULA DEL ARROZ D.O. VALENCIA

El arroz tiene su propio espacio en Gastrónoma. Una veintena de chefs de prestigio nacional ofrecieron un completo programa de ponencias y cocina en directo. El arroz como guía para hablar de historia, identidad, tradición y vanguardia.



EL TÚNEL DEL VINO

El túnel del vino es la impresionante sala que acoge la sección Wine experience de Gastrónoma. Donde tienen lugar catas y talleres con los mejores sumilleres del panorama nacional. Incorpora las D.O. de Alicante, Valencia, Utiel Requena y la IGP de Castellón. Y este año incluyó como novedad a Castilla y León como región invitada.



BARRAS GOURMET Y RESTAURANTE

Los visitantes, en Gastrónoma, pueden completar su experiencia gastronómica de la mano de las Barras Gourmet y del Restaurante efímero, un exclusivo espacio que tendrá una oferta única para cada día con un menú degustación diferente elaborado por chefs como el japonés Nobuaki Fushiki.



ENTREOLIVOS

Un programa de catas y formaciones dedicado al aceite de oliva virgen extra, dentro del espacio de la plaza del Artesano, en el que participan profesionales de diversos sectores alimentarios: carniceros, charcuteros, cerveceros artesanos y queseros.



CON LUPA **D.O.P Priego**

Una buena oportunidad para que la participación cordobesa añadiera a su propuesta los aceites de esta comarca.

GASTRÓNOMA EN NÚM3ROS

103 ponentes



40 estrellas Michelin
50 soles Repsol

20.000
visitantes

€  **300**
expositores

13.000 m2
de exposición

+35%
de crecimiento
en 2019



En redes
#GASTRÓNOMA2019



4.125
menciones

2.055 likes 6.934 interacciones



657K
impresiones

222K alcance 27.619 interacciones



312K
impresiones

82.360 alcance 3.378 seguidores

En medios

70 medios de
comunicación

200 periodistas
acreditados

+300 apariciones
en medios

Fuente: Gastronomía

CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidad de valor en Mediterránea Gastronomía

Si 2019 encumbró a Gastronomía, la edición de este 2020 pretende reafirmarse como el congreso culinario del Mediterráneo. Cuentan con el apoyo tanto institucional como privado, con la infraestructura, los medios y, lo que es más importante, el apego de muchos cocineros de primer nivel y prescriptores gastronómicos. **Se trata de una gran cita culinaria en ciernes, con**

una ingente participación de diversos agentes del sector, y con posibilidades muy interesantes y asequibles de colaboración. Pues, a pesar del éxito de sus ediciones y la repercusión que alcanza su celebración, aún no tiene el prestigio otros salones históricos.

Posibilidades muy interesantes y asequibles de colaboración

La estructuración del festival y la diversidad de sus actividades consiguen una **programación muy polifacética capaz de dar cabida a cualquier tipo de marca**, producto o proyecto gastronómico. En este sentido, es un congreso altamente flexible que bien podría adaptarse a la necesidades de la marca de Córdoba como destino gastronómico.

PROPUESTA ESPECIAL DE PARTICIPACIÓN

La dirección de Mediterránea Gastronomía ha facilitado una propuesta formal y especial de participación en la que se proponen y recomiendan diversos formatos y actividades para Córdoba destino gastro.

FORMATOS DE PARTICIPACIÓN SUGERIDOS

STAND ESPECIAL

Stand todo incluido de 32m², en una ubicación preferente de la feria expositiva. Incluiría suelo, predecorado, iluminación, rotulación, mobiliario. El espacio ferial contó con más de 300 expositores en 2019 y más de 20.000 visitantes.



PONENCIA

- Programa del domingo 8 en la Cocina Central, principal escenario del certamen.
- Ponencia de un cocinero de Córdoba en horario preferente (Estrella Michelin).
- Proyección del logo y video antes y después de la ponencia, presentando la marca.
- Mención promocional d la marca, por parte del speaker del escenario.



CÓRDOBA DESTINO GASTRONÓMICO

Oportunidad de valor en Mediterránea Gastrónoma

ALMUERZO INSTITUCIONAL

Patrocinio del exclusivo almuerzo gastronómico del día 8. El objetivo es el de trasladar al sector la importancia de la gastronomía en Córdoba. La organización aportará:

- Espacio Vip acondicionado del más alto nivel, menaje y servicio acorde a los chefs participantes. Alrededor 40 comensales.
- Tanto rotulación y cartelería, como los audiovisuales necesarios.
- Gastrónoma reforzaría y colaboraría con Córdoba para que asistan periodistas y críticos gastronómicos.
- Acto de presentación al inicio del almuerzo.
- Nota de prensa del almuerzo.



OTROS ESCENARIOS

Participación de profesionales de otros sectores de la restauración/ gastronomía en los distintos escenarios como el Aula del Arroz D.O., #pandeverdad, con los mejores panaderos ofreciendo una master class, o en be sweet, donde los pasteleros nacionales e internacionales dan formaciones de alto nivel.



TARIFA COLABORACIÓN/PATROCINIO:
8.995€ + 10% IVA (Incluye stand, ponencia, almuerzo institucional, otros escenarios, comitiva inaugural y túnel del vino):

TARIFA SIN EL PATROCINIO DEL ALMUERZO:
7.995€ + 10% IVA

COMITIVA INAUGURAL

Presencia en la comitiva inaugural del certamen. Invitación a la presentación de Gastrónoma ante los medios. Apoyo a Córdoba en los canales propios de Gastrónoma. Nota de prensa comunicando la participación de Córdoba en el certamen. 6 pases de acceso a la Sala VIP.



TÚNEL DEL VINO

Participación de las bodegas cordobesas junto a las D.O. Alicante, D.O. Valencia, D.O. Utiel – Requena y IGP Castellón, así como de otras Comunidades Autónomas. Participación en las Jornadas de Catas en el espacio WINE EXPERIENCE a través de sumilleres o profesionales del vino.



CONGRESOS MONOGRÁFICOS



CONGRESOS DE RELEVANCIA NACIONAL DEDICADOS
A UN ÚNICO ESPECTRO DE PRODUCTOS

FENAVIN

FENAVIN

Feria Nacional del Vino
Spanish Wine Fair

FENAVIN

La feria referencia del vino español

“

FENAVIN es fantástica, me encantan las instalaciones, y me parece genial poder trabajar en el Centro de Negocios.

Robert G. Simpson, director de Liberty Wine Merchants.



DE UN VISTAZO

11-13 MAYO
CIUDAD REAL

Alcance internacional

Organiza:
DIPUTACIÓN DE CIUDAD REAL

m² 52,73€

Con 31.271 metros cuadrados de exposición distribuidos en 8 pabellones, 1.1.946 bodegas y cooperativas, 13.773 compradores nacionales y 4.127 internacionales, FENAVIN es, sin duda, la feria de referencia del vino español. Las bodegas y cooperativas españolas, han apostado por FENAVIN como instrumento para el impulso del negocio del sector vinícola nacional e internacional desde su primera edición. El sector valora la eficacia del sistema impulsado

desde la Feria: **hacer negocio con sistemas de trabajo pragmáticos y eficaces** que ayuden a que exista un amplio encuentro entre oferta y demanda.

Todas las D.O. de España están en la feria

Una propuesta basada fundamentalmente en una atención profesional a la demanda que ha logrado, en sólo nueve ediciones, que FENAVIN se convierta en la feria

monográfica del vino más importante de España, y la única que ofrece una capacidad de negocio contrastada. Prácticamente todas las denominaciones de origen de España hacen negocio en FENAVIN.

Negocio exterior

Desde sus inicios se ha especializado en el negocio exterior, una **proyección internacional** que permite que la oferta vinícola española pueda estar presente en los mercados más importantes. De este modo, la Feria tiene dele-

gaciones distribuidas por todo el mundo. Desde la primera edición, 8.100 compradores, procedentes de más de 104 países, han sido gestionados directamente por la organización a través de su **Programa de Compradores Internacionales**.

PROGRAMA "CONTACTE CON..."

Un instrumento informático para optimizar al máximo la puesta en contacto entre las bodegas que ofrecen sus productos en la feria y los compradores tanto nacionales como internacionales. De esta forma los expositores podrán requerir reuniones con compradores y estos podrán organizar su agenda de trabajo.

CENTRO DE NEGOCIOS

Un espacio de privacidad para que importadores y bodegueros españoles puedan acercar posiciones, alcanzar acuerdos y dar a conocer nuestros caldos en todos los rincones del mundo. Una amplia gama de servicios orientados al expositor para que inicie, amplíe y consolide su presencia en mercados internacionales.



D.O.P MONTILLA-MORILES

La única denominación de origen de vino de Córdoba está presente en FENAVIN. En Montilla-Moriles se dan las condiciones edafo-climáticas necesarias para un milagro de la enología, que supone la elaboración de vinos generosos procedentes de la uva de la variedad Pedro Ximénez de forma completamente natural.

INTERSICOP



**20-23
FEBRERO
2021**

INTERSICOP

Única feria en España de panadería, pastelería y heladería



“

Los artesanos españoles son bandera de nuestra gastronomía en el ámbito internacional.

Raúl Calleja, director de Intersicop



DE UN VISTAZO

20-23 FEBRERO
MADRID

Alcance internacional

Organiza: IFEMA (feria bienal)

m² 155€

Entre los días 20 y 23 de febrero de 2021, IFEMA celebrará una nueva edición de Intersicop, Salón Internacional de Panadería, Pastelería, Heladería y Café, en Feria de Madrid. **Tras el éxito conseguido en 2019 con más de 30.000 visitantes**, Intersicop se ha convertido en la cita imprescindible y de referencia para los citados sectores. En esta edición el visitante dispondrá de un día más, ya que se ha ampliado la duración de la feria de tres a cuatro

jornadas, para descubrir nuevos proveedores para el negocio y nuevas tendencias; conocer lo último en maquinaria y materias primas; compartir impresiones y experiencias con los compañeros de profesión; aprender técnicas y elaboraciones de la mano de grandes maestros, y para vivir en directo cuatro importantes campeonatos nacionales.

Técnicas y elaboraciones de la mano de grandes maestros

Intersicop contará con la presencia de **más de 200 expositores que suponen un crecimiento superior al 21% respecto a 2017**, y 81 empresas representadas; en total casi 300 compañías, entre las que se encuentran las firmas líderes en panadería, pastelería y heladería. Crece también **la oferta internacional, que ya supone un 30% de los stands**, con la participación directa de empresas de Alemania, Bélgica, China, Francia, Italia, Marruecos, Portugal y Tur-

quía. Una tendencia que posiblemente seguirá aumentando en el futuro, ya que Intersicop ofrece el contacto con el mercado ibérico, el puente con Latinoamérica y Europa y con las zonas próximas a España como el área del Mediterráneo.

SEMINARIOS TÉCNICOS

Un ambicioso programa de actividades que, de forma paralela a la oferta comercial, ofrece un marco de conocimiento a la visita del profesional. Los seminarios técnicos en los que han confirmado su participación más de 40 panaderos, pasteleros y heladeros de gran proyección internacional.

DEMOSTRACIONES Y DEGUSTACIONES

Múltiples actividades en los stands, desde microtalleres sobre elaboración de producto, amasados, horneados..., showcookings en directo de panadería artesanal o pastelería creativa, degustaciones de dulces y helados, así como demostraciones de innovadora maquinaria, y de programas de gestión de negocio.



CTO. MEJOR MAESTRO ARTESANO

Tras ocho años de ausencia, el campeonato volvió a celebrarse en Intersicop. 11 pasteleros exhibieron su capacidad profesional y habilidades gastronómicas y artísticas con el fin de superar la nota exigida y lograr el título de Mejor Maestro Artesano de España.

FORO INTERNACIONAL DEL IBÉRICO



FORO INTL. DEL IBÉRICO

Conocimiento e innovación entorno a un producto de primera

“

Se pretende relacionar la cocina, la ciencia y la investigación con el cerdo ibérico, desde el momento en el que se crían hasta que llega a las cocinas.

Julia Pérez, fundadora de Gastroactitud



DE UN VISTAZO

 **OCTUBRE**
 **SALAMANCA**

Alcance regional

Organiza: **GASTROACTITUD**

Patrocina: **Ayuntamiento y Diputación de Salamanca**

Elena Arzak, nombra da mejor cocinera del mundo, los televisivos hermanos Torres, y Aníbal Falcón, campeón de España de cortadores de jamón, son algunos de los renombrados ponentes que participaron en el **II Foro Internacional del Ibérico**.

El objetivo del foro es presentar **los mejores trabajos realizados por cocineros e investigadores sobre cerdo ibérico**, para que juntos dibujen el actual panorama del sector. Se trata pues de

reunir talento en un evento que durante dos días convierte a Salamanca en la capital de cerdo ibérico. Bajo la premisa **sin dehesa no hay ibérico**, cada uno de los profesionales invitados tratarán de explicar la necesidad de vincular ambos elementos para preservar la calidad de un producto excepcional, único en el mundo.

Convierte a Salamanca en la capital de cerdo ibérico

Ponencias destacadas

Los **hermanos Torres** explicaron sus últimos trabajos realizados con cerdo ibérico. Recetas llenas de imaginación en las que utilizaron jamón, grasa y diferentes cortes.

Toño Pérez trabajó en el escenario junto al investigador de la Universidad de Extremadura Jorge Ruiz con carnes de montanera, explicando qué diferencias provoca en el cerdo la alimentación con bellota.

Pol Contreras, pastelero del restaurante El Portal de Echaurren (mos-

tró como es posible hacer postres utilizando diferentes partes del ibérico.

Eduardo Camiña, sumiller de Mugaritz y **Julián Otero**, del equipo de I+D establecieron cuales son las mejores armonías líquidas para según qué partes del ibérico.

MESAS REDONDAS

Mitos, sostenibilidad e innovación será una mesa redonda moderada por José Carlos Capel en la que se desmontarán mitos alrededor del ibérico, se hablará de innovación y sostenibilidad con conocedores del ibérico como Manuel Maldonado (Jamones Maldonado), criador y defensor de la raza pura de ibérico.

CONCURSO INTL. COCINA CON IBÉRICO

El concurso pretende promover el uso de la carne de ibérico entre los profesionales y estudiantes de hostelería. Un jurado profesional determinará el ganador final, que tendrá un premio de 5.000 euros. El concurso contará una master class impartida por Andoni Luis Aduriz, uno de los cocineros más influyentes del planeta.



GASTRO IBÉRICO WEEK

Paralelamente se desarrollará Gastro Ibérico Week, una iniciativa del Ayuntamiento de Salamanca en la que participan los restaurantes de la ciudad para impulsar la cocina con ibérico: tapas, platos y dulces preparados con todas las partes del cerdo, porque ya se sabe "del cerdo, desde la cabeza hasta el rabo".

GASTROMARKETING

**gastro
marketing**

GASTRO MARKETING

La nueva era de la hostelería online

“

Si un negocio gastronómico es de calidad, pero no se acompaña de una adecuada estrategia de marketing, estará abocado a echar el cierre igualmente.

José Cabello, director de Gastromarketing



DE UN VISTAZO

 FEBRERO
 FYCMA (Málaga)

Alcance regional

Organiza: **SABOR A MÁLAGA**

Se celebra en el marco del **Salón de Innovación en Hostelería**

La Diputación de Málaga, a través de su marca promocional 'Sabor a Málaga', impulsa GastroMarketing, un congreso pionero en España que aborda la gestión de los negocios gastronómicos a través de diversas estrategias de marketing y comunicación. El evento alcanzó su **VIII edición**, y tuvo lugar un año más en el marco del **Salón de Innovación en Hostelería H&T**, que se celebra del 4 al 6 de febrero en el Palacio de Congresos de Málaga y en el que también

participa 'Sabor a Málaga' con un stand institucional en el que participarán 32 productores de la provincia.

Una visión moderna sobre la revolución culinaria digital

GastroMarketing se configura para proporcionar a los negocios de hostelería y gastronomía una visión moderna sobre la revolución culinaria digital y sentar unas bases para optimizar su gestión

a través de ponencias de expertos, experiencias de profesionales, mesas redondas y sesiones de networking entre los asistentes.

En 2019, una de las figuras más destacadas que participó fue **Andoni Luis Aduriz**, chef del restaurante dos Estrellas Michelin Mugaritz, importante centro de I+D de gastronomía y uno de los diez mejores restaurantes del mundo.

También estuvo, por ejemplo, el CEO en España de Uber Eats, Manel Pujol, quien habló sobre el "deli-

very", tendencia que está transformando el modelo tradicional de la hostelería. Por otro lado, el crítico Philippe Regol, junto al presidente de la división de gastronomía de Vocento, **Benjamín Lana**, dieron las claves para que un restaurante alcance la excelencia.

PONENCIAS SIGNIFICATIVAS

- *Cómo hacer de tu restaurante un destino turístico*, por Paco Nadal.
- *Cómo captar y fidelizar clientes para tu restaurante con Facebook & Instagram Ads*, por Patrick Wind.
- *Grupo Larrumba, gestión de la experiencia de cliente*, por Charly Saiz.
- *El Delivery 3.0*, por Manuel Pujol de Uber Eats.
- *Caso de éxito*, con Andoni Luiz Aduriz.
- *Conversaciones gastronómicas*, con Philippe Regol y Benjamín Lana.
- *Inventando modelos de negocio en gastronomía*, por Javier Bonet.
- *Host, la importancia de un buen servicio en sala*, por Abel Valverde.



CICLO ONLINE DE GASTROMARKETING

Gastromarketing, con el apoyo de cervezas Victoria y a raíz del estado de alarma decretado por la situación de la Covid-19, ofreció en mayo un ciclo de jornadas formativas online para los profesionales del sector y enfocadas a temas de actualidad para que todos los hosteleros pudieran anticiparse a las nuevas circunstancias.

FRUIT ATTRACTION



FRUIT ATTRACTION

El mayor marketplace mundial del sector hortofrutícola

%



Andalucía es la principal comunidad autónoma exportadora, con 4,1 millones de toneladas



DE UN VISTAZO

20-22 OCTUBRE
IFEMA (Madrid)

Alcance internacional

Organiza: FEPEX (Federación Española de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas).

Fruit Attraction abrió las puertas de su 11ª edición registrando cifras récord de participación con **1.800 empresas de 59 países, y 90.000 profesionales de 130 países. Alrededor de 58.000 m²** de oferta hortofrutícola que convierten a Madrid en la capital mundial hortofrutícola. Crece un 10% con respecto al año anterior, tanto en la superficie expositiva como en el número de expositores participantes, lo que pone de manifiesto el interés y respaldo del sec-

tor de frutas y hortalizas por impulsar Fruit Attraction como instrumento fundamental de internacionalización y punto de encuentro de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

Madrid capital mundial hortofrutícola

Innovación, diversidad, calidad, conocimiento y comercialización son los principales ejes del evento, organizada por IFEMA y FEPEX, en la que

el segmento **Fresh Produce** vuelve a registrar el de mayor representación, con un 70% de la oferta de Fruit Attraction.

En relación a los expositores, la participación nacional supone el 65% del total, con presencia de todas las comunidades autónomas productoras de frutas y hortalizas del país. La participación internacional de 59 países, que representa el 35% de la feria, lo que efectivamente confirma a Fruit Attraction como un evento comercial clave para la

producción, comercialización y distribución mundial. A la potente participación europea de países comunitarios, se suma la presencia de países como Chile, Brasil, Perú, Estados Unidos, Costa Rica, Colombia, Argentina, Sudáfrica o Emiratos Árabes.

DIVERSIDAD DE ÁREAS EXPOSITIVAS

Ecorganic Market, área especializada en productos orgánicos; **Smart Agro**, aplicación de nuevas tecnologías y conectividad con el objetivo de incrementar las explotaciones; el área **Nuts Hub**, destinada a los frutos secos y **Flower & Garden** Attraction para al sector profesional comercializador de flores y plantas vivas.

PROGRAMA DE JORNADAS TÉCNICAS

Actividades que hacen de la Feria el centro de conocimiento para el sector, sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos. Entre algunos a destacar está el World Fresh Forum, como espacio de networking empresarial e institucional para aprovechar las oportunidades en China, Singapur e India.



ESPACIOS LÚDICOS

The Innovation Hub y Foro Innova son las áreas dedicadas a la innovación y novedades empresariales en el sector. Y por supuesto, la gran fiesta del sector da cabida a la sección **Factoría Chef**, que representa el espacio gastronómico dentro de Fruit Attraction con atractivas demostraciones y showcookings.

MEAT ATTRACTION



MEAT ATTRACTION

La cita con las mejores carnes del mundo

“

Meat Attraction es un instrumento hiperespecializado, vertical y monográfico para la industria cárnica, organizado por y para el sector.

Raúl Calleja, director de Meat Attraction



DE UN VISTAZO

2-4 FEB. 2021
IFEMA (Madrid)

Alcance internacional

Organiza: **ANICE** (Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España).

Meat Attraction 2019, Feria Internacional del Sector Cárnico, abrió las puertas de su tercera edición con la participación de **400 expositores** y empresas representadas, lo que supone un incremento del 50% con respecto al año anterior, y **10.000 profesionales de 60 países**. En solo tres años, el salón se ha consolidado como la mayor plataforma de negocio y la única feria monográfica dedicada al cuarto sector industrial de España, que gene-

ra un negocio de 24.000 millones de euros.

Un evento para toda la cadena de valor de la carne

Organizada por IFEMA y ANICE - Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España, el salón tiene lugar en el pabellón 10 de la Feria de Madrid y está centrada en la **innovación como motor de la transformación sectorial**, y con los ejes vertebradores que marcan el desarrollo del sector

como la nutrición y la salud, la sostenibilidad y la producción con criterios éticos. Meat Attraction 2019 tuvo como objetivo posicionar España y sus industrias cárnicas como uno de los principales hubs internacionales para la comercialización de productos cárnicos a través de un evento para toda la cadena de valor de la carne, con el objetivo claro de incrementar las ventas de las empresas expositoras.

La feria cuenta con **diversas áreas de especia-**

lización para dar cabida a todos los microsectores de la carne, premium, ecológicas, Halal, etc. Parte de su éxito se debe al ingente **programa de actividades y foros paralelos** que tocan todos los ámbitos de una comunidad inmensa.

X CONGRESO MUNDIAL DEL JAMÓN

Durante tres días se aborda en profundidad temas como la producción, la investigación y la comercialización del jamón, además de promover la cultura del mismo dentro y fuera de nuestras fronteras. En el intervienen las empresas más internacionales del producto insignia español y todas sus denominaciones de origen.

FACTORIA CHEF

Factoria Chef es el espacio gastronómico de Meat Attraction 2019. El escenario único para demostraciones y show-cooking de la mano de reconocidos chefs, degustaciones de productos, etc. Contó con la presencia de reconocidos chefs como Antonio González de las Heras y acogió la final del concurso Mejor Tapa Cárnica de Madrid 2019.



LA SEMANA DE LA CARNE

Coincidiendo con Meat Attraction se celebra la Semana de la Carne, una iniciativa cuyo objetivo es informar sobre las propiedades, valores y cualidades nutricionales de la carne y los productos cárnicos. Entre el 13 y el 22 de septiembre, la Semana de Carne acogió diferentes actividades dirigidas a profesionales del sector y al público en general.

OTROS CONGRESOS



ARAGÓN CON GUSTO

Séptima edición de Aragón con Gusto, la gran fiesta de la gastronomía regional. Más de 150 establecimientos de hostelería y turismo de Huesca, Zaragoza y Teruel, se unen para celebrar el único evento, capaz de aglutinar las mejores ofertas gastronómicas de las tres provincias.

Se puede disfrutar en los restaurantes de menús elaborados con productos de calidad diferenciada, a un

precio desde 25 euros. Desayunos y brunchs, a precios especiales en un programa creado por alojamientos hoteleros.

Decenas de actividades que se organizan en las tres provincias. Catas, demostraciones de cocina, concursos populares



BILBAO FOOD CAPITAL

Tercera edición de BBVA Bilbao Food Capital otorgó durante tres días protagonismo a más de medio centenar de primeros espadas del universo gastronómico y galaxias paralelas.

Profesionales de establecimientos que suman 35 estrellas Michelin y 48 soles Guía Repsol, así como alcaldes, actores, dibujantes, científicos, paleoantropólogos y

quién sabe si futbolistas de élite, tomaron parte en este cruce de caminos organizado sin participación pública y de disfrute mayormente gratuito.

El protagonismo recayó este año en sumilleres, jefes de sala y chefs de restaurantes como El Celler de Can Roca, Mugaritz, Azurmendi, Nerua, Coque, Aponiente, Santceloni.



MARBELLA ALL STARS

Marbella All Stars, de acuerdo con su estrategia de impulsar el Turismo Gastronómico Excelente después de los efectos del Covid-19, ha decidió celebrar su V Cumbre el último domingo de julio en la Finca de La Concepción, uno de los espacios al aire libre más bellos de Málaga y todo un icono de excelencia de la Costa del Sol. Marbella All Stars es la marca de

la Asociación de Amigos de la Alta Gastronomía de Marbella que se constituye con el objetivo de seguir impulsando la alta gastronomía en Marbella, sus sinergias con el resto de actores del sector turístico, además de promover eventos durante todo el año que ayuden a desestacionalizar el sector.



IBIZA SABOR

El Consell d'Eivissa y Pl-MEEF organizaron las jornadas gastronómicas Ibiza Sabor, que alcanzaron en 2019 su XIII edición, centradas en la promoción de los productos de la isla. Se desarrolló del 31 de octubre al 5 de diciembre y ofrecen la posibilidad de degustar menús a 25 €, que pueden acompañarse de vinos de la isla (precio a parte), y tapas a 7 euros, con copa de vino de la tierra incluida.

También permiten participar en distintos gastroeventos relacionados con la tradición ibicenca.

La cosecha de 2019 tuvo por primera vez la Indicación Geográfica Protegida Oli d'Eivissa/Aceite de Ibiza. Todas las fases de producción se llevan a cabo en la propia isla. El oro líquido de Ibiza es uno de los mejores símbolos de la cultura y la tradición de Ibiza.



NOVIEMBRE

COCINA CASTELLÓN

Cocina Castellón es la marca del Congreso Nacional de Gastronomía y Vino de Castellón; un Congreso que alcanzó su quinta edición en 2019 como un gran foro de cocina, enología y restauración, donde profesionales del sector tienen la oportunidad de compartir conocimientos y experiencias, además de ser un escaparate de excepción de los mejores

productos de la región. El Congreso, de la mano de reputadas ponentes de ámbito nacional, muestra la actualidad y las nuevas tendencias gastronómicas a través de conferencias y talleres, al mismo tiempo que permite realizar un recorrido geográfico por los sabores y aromas de la provincia.



11-13 FEB.

GASTROFESTIVAL

Un festival promovido por el Ayuntamiento de Madrid y Madrid Fusión y en el que colaboran más de 500 establecimientos, entre los que no solo hay restaurantes, tascas y bares, sino también mercados, tiendas, librerías, cines, teatros y museos. La razón para incorporar espacios de toda índole en el programa fue la convicción de que la gastronomía es un

arte total que apela a los cinco sentidos.

Un festival que aúna todo aquello que tenga que ver con la gastronomía de calidad, se encuentre en Madrid y permita disfrutar, ya sea en formato gastrocultura, en una barra, en una tasca tradicional o en un librería. Su programación integra la gastronomía en una propuesta de ocio cultural.



FEBRERO



FORO INTERNACIONAL DEL QUESO DE GRAN CANARIA

El Foro Internacional del Queso nace con el objetivo de convertirse en una cita relevante para los profesionales del sector. Durante dos días se habla sobre el papel que desempeña este producto en la gastronomía contemporánea. Se analizan tendencias y aspectos relacionados con el marketing y la comercialización y se debate sobre la incidencia del

queso en el territorio y su importancia a la hora de construir productos de turismo gastronómico. El programa está compuesto por demostraciones culinarias, catas, conferencia y coloquios a cargo de chefs y expertos de prestigio internacional. Está organizado por Gastroactividad y apoyado por el Cabildo de Gran Canaria.

1-2 ABRIL



MAMA

Ezcaray (La Rioja) acogió Mama, Festival Gastronómico, un encuentro en el que se dieron cita los más destacados cocineros de Andalucía (Angel León, Dani García, Paco Morales, entre otros) y La Rioja. Con un mercado de artesanos y recolectores del Valle del Oja y las marcas de calidad de La Rioja y albergando un sentido homenaje a Marisa Sánchez con una cena en La Arboleda del Sur

y un Concurso Popular de Croquetas. Mama llega para quedarse y convertirse en un referente de la cocina tradicional de las madres, la vida en los pueblos, la naturaleza y la sencillez. El equipo dirigido por Francis Paniego cuenta con la estrecha colaboración en la organización de New Gestion Food y Euro-toques y el patrocinio del Ayuntamiento de Ezcaray y La Rioja Turismo.

AGOSTO



ORGANIC FOOD IBERIA

IFEMA Feria de Madrid acoge la que dicen que es la primera feria internacional de productos ecológicos, éticos y sostenibles. Este nuevo evento está dirigido exclusivamente al público profesional, por lo que no podrán acceder a la feria el público en general, y tampoco estudiantes de cualquier materia relacionada.

El objetivo de la feria Organic Food Iberia 2019 que organizan conjuntamente IFEMA y Diversified Communications, es promocionar a las industrias alimentaria y vinícola ecológica a nivel internacional, promover el consumo de productos ecológicos y sostenibles, convertir a España en un referente en producción ecológica.

9-10 JUN. 2021

MOVIMIENTOS GASTRONÓMICOS RELEVANTES



MUJERES EN GASTRONOMÍA

Es un movimiento de espíritu colaborativo que pretende impulsar la visibilidad de la mujer en la gastronomía. Trabaja para respaldar el talento femenino y divulgar el conocimiento en un ámbito de igualdad y, además, crear un espacio de networking, colaboración y sinergias que impulse nuevos proyectos empresariales, académicos y científicos.

Su tarea va dirigida a romper estereotipos preestablecidos y diagnosticar situaciones de desigualdad. La intención es divulgar el conocimiento y apoyar el talento.

El objetivo es que las sinergias entre socias MEG sirvan al crecimiento personal de todas, con el fin último de impulsar el liderazgo femenino.

La asociación ambiciona ser una referencia en la búsqueda de la visibilidad de la mujer así como en la de la igualdad de géneros en el campo gastronómico. Su objetivo final es lograr que la MISIÓN MEG no tenga razón de ser porque la paridad se materialice en el día a día del sector.



EUROTOQUES

EURO-TOQUES es una organización internacional de cocineros que integra a más de 3.500 cocineros de 18 países. La fundaron Pierre Romeyer, Paul Bocuse, Juan Mari Arzak y Pedro Subijana el 18 de noviembre de 1986, en Bruselas, a instancias del entonces presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors.

En España, la asociación esta presidida por Andoni Luis Aduriz y cuenta con casi 800 cocineros, con delegados autonómicos y provinciales. Sus objetivos fundamentales son proteger

la calidad y el sabor de los alimentos; promover el buen hacer de los artesanos de la alimentación; proteger el patrimonio culinario europeo en su diversidad y en sus orígenes; defender la seguridad de una alimentación sana en los productos alimentarios y favorecer las combinaciones naturales; y exigir un etiquetado correcto para dar a los consumidores una información clara que les permita hacer su elección con buenos criterios.

CULINARY ACTION!

Culinary Action! es la iniciativa de Basque Culinary Center para promover el emprendimiento y la generación de nuevos negocios vinculados con la comida. El sector gastronómico y de la restauración es un sector con un gran potencial de innovación y de nuevos proyectos empresariales.

Culinary Action! organiza el Foro de emprendedores, que cuenta ya 7 ediciones. La

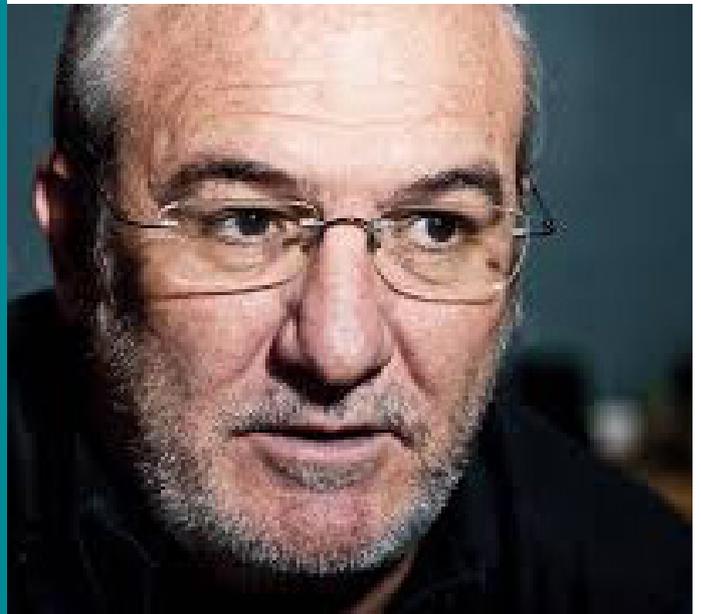
iniciativa reúne a profesionales del ámbito nacional para compartir experiencias, trayectorias e ideas, en un espacio en el que se ponen en valor a los y las jóvenes talentos de la gastronomía. Un espacio de diálogo e intercambio en el que se abordan temas tan diversos como las tendencias emergentes, cómo gestionar nuevos negocios o el papel de la tecnología en el sector.



HERMANDAD GASTRÓ

Surgido de las inquietudes del ámbito gastronómico, a raíz de la crisis por la Covid-19, nació HERGAS (Hermandad Gastró) hace unas semanas. Se trata de un colectivo "abierto, plural y transversal" -tal y como se definen-, formado por más de 1.200 miembros, que busca dar voz y reivindicar las necesidades del sector. Con Fernando Huidobro a la cabeza, se constituye como

una herramienta que busca dar voz a las distintas sensibilidades del sector, identificar sus preocupaciones y darles forma para, partiendo de este punto, convertirse en interlocutor autorizado con administraciones, empresas y cuantos elementos puedan aportar ideas, medios o recursos para paliar, en la medida de lo posible, los efectos de esta situación y restringirla en el tiempo.



DIÁLOGOS DE COCINA

Desde 2007, se dedican a propiciar intercambios interdisciplinarios en torno a la cocina, con el ánimo de construir sinergias creativas que enriquezcan al sector desde una perspectiva orientada al aprendizaje, la cultura y la innovación. Centran sus esfuerzos en un congreso bianual de carácter internacional en el que se dan cita reconocidos expertos para reflexionar y contribuir con el gremio gastronómico desde el debate

y el diálogo. El proyecto cuenta con una publicación impresa llamada Papeles de Cocina para fomentar igualmente la reflexión y el intercambio de conocimiento.

Anclado en San Sebastián, entre los principales destinos gastronómicos del mundo, Diálogos de Cocina fue creado por Euro-Toques, de la mano del chef Andoni Luis Aduriz, y es promovido junto con aliados gastronómico desde el debate



Un estudio realizado por:



AYUNTAMIENTO DE CORDOBA
DELEGACIÓN DE TURISMO



CÓRDOBA

**PATRIMONIO ^{DE} LA
HUMANIDAD**