



5 de agosto de 2024

## **La Junta lleva a la Costa Tropical la campaña “Andalucía, mares que saben” con medio centenar de actividades**

Tiene como objetivo divulgar las bondades de los productos de la pesca costera artesanal y de la acuicultura andaluza con la intención de fomentar su consumo

La secretaría General de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía, Margarita Cobos, junto a la delegada de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Carmen Lidia Reyes, han presentado en Salobreña ‘Andalucía, Mares Que Saben’, la campaña veraniega de la Junta para promocionar el producto del mar andaluz. En concreto, en el litoral granadino se llevarán a cabo 49 actuaciones, entre ellas actividades informativas y de promoción para dar a conocer la variedad, la calidad y los valores nutricionales de la actividad pesquera y acuícola en las playas de Motril, Almuñecar, Castell de Ferro, Salobreña, Torrenueva, Carchuna, Calahonda, Lújar, La Mamola, Melicena, La Rábita y Albuñol.

La campaña que pone en marcha la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural está coordinada por la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de

Andalucía (AGAPA), teniendo como protagonista el mar de Andalucía, "un mar con voz propia que quiere acercar al público mayoritario su despensa marina de lo más rica y variada que es fuente de sabor, pero también de salud, con pescados y mariscos frescos que constituyen la base de nuestra cultura pesquera y gastronómica, y con cuyo mantenimiento están comprometidas nuestra pesca artesanal y la acuicultura, con unas producciones que constituyen una total garantía, no sólo de calidad y seguridad alimentaria, sino también de sostenibilidad", según Cobos quien añadió que "también se quiere refrendar el apoyo firme y sin fisuras a un sector que es sinónimo de calidad del producto y de sostenibilidad. Un sector interesado en conservar y proteger mares y caladeros como ya apuntaba el Consejero Ramón Fernández-Pacheco en la presentación oficial de la campaña".

En el acto de hoy la secretaria General y la delegada, acompañadas por el patrón Mayor de la Cofradía de Pescadores Lonja Motril, Ignacio López Cabrera, y el presidente de la Mancomunidad de la Costa Tropical, Rafael Caballero, han animado a todos los granadinos y los visitantes a consumir la rica variedad de productos de la pesca y acuicultura que posee Granada y Andalucía, así como a ser conscientes del enorme esfuerzo diario de los pescadores para proveernos de productos de calidad que respeta las tallas mínimas de cada especie pesquera.

Por su parte, la delegada territorial de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, aseguró que "en la costa granadina se van a realizar actividades de ocio y talleres didácticos encaminados a mejorar el conocimiento que tiene el consumidor andaluz sobre los distintas especies, destacando su calidad y valores nutricionales", y aprovechó para "animar al público a disfrutar de toda la riqueza y variedad de nuestros caladeros cercanos", recordando que en los stand donde se lleva a cabo la campaña "se cuenta con material didáctico de apoyo y artículos de merchandising con los que se premiará al público asistente por su participación".

Asimismo, el público infantil será protagonista de esta campaña, dirigiéndose a éste actividades específicas para aprender la importancia de consumir pescado, así como de evitar el consumo de inmaduros por la gran importancia que tiene preservar los recursos pesqueros para garantizar el mantenimiento de la cultura pesquera y gastronómica y el futuro de esta actividad esencial en Andalucía. Así, entre las actividades pensadas en la provincia de Granada para los más pequeños, destacan talleres de manualidades (como la creación de un móvil del fondo marino, o de un marca páginas marino, entre otras); juegos educativos como la "pesca" de especies

en una recreación de mar a pequeña escala, con objeto de comprobar si cumplen con las tallas mínimas, o talleres de pintura y modelaje; entre otras.

Para un público más adulto, se han concebido actividades tan interesantes y dinámicas como un juego interactivo a través de la realidad aumentada, mediante un dispositivo móvil o una actividad para realizar al aire libre, inspirada en una “escape room”.

Esta campaña se lleva a cabo por todo el litoral andaluz, a través de AGAPA, que prevé la realización de 200 actuaciones en las cinco provincias costeras andaluzas, hasta principios de septiembre. La inversión alcanza el millón de euros, al que se suman otro millón para una campaña de comunicación en medios que acerca a toda la ciudadanía los objetivos de esta iniciativa que busca el fomento de productos frescos procedentes de la costa andaluza.

