


Los empresarios de Sierra Morena se reúnen hoy para promocionar la carne de cordero.

Se trata de una acción promovida por la Fundación Andanatura en el marco del proyecto CIA-EM.

Cazalla de la Sierra

9 de julio de 2015

 @andanatura

Empresarios y empresarias de Sierra Morena se han dado cita el **9 de julio**, en el **Convento de San Francisco de Cazalla de la Sierra**, en una iniciativa dirigida a promocionar uno de los productos más relevantes de la gastronomía de este territorio: la carne de cordero. La Fundación Andanatura ha sido la encargada de llevar a cabo esta actividad, que busca desarrollar **productos icónicos** y generar clústeres empresariales en las zonas rurales.

En el evento han intervenido D. Francisco García Martínez, Concejal de Turismo y Urbanismo del Ayuntamiento de Cazalla de la Sierra; Dña. Pilar Pérez Martín, gerente de Andanatura; y un representante de la cooperativa Corsevilla, compuesta por más de 400 ganaderos mayoritariamente de la Sierra Morena.

Los corderos merinos, cuya carne constituye una de las bases de la gastronomía andaluza, con platos tan típicos como las chuletas de cordero, la paletilla al horno, y el cordero a la miel, se crían en extensivo en las dehesas de la Sierra Morena Andaluza. Al consumir su carne en cualquiera de sus variedades contribuimos al mantenimiento de este ecosistema natural, y a la economía de la zona.

Los productos icónicos son productos de calidad muy ligados a la historia, la tradición artesanal y la etnografía de un territorio. Tienen un gran valor etnográfico, cultural, patrimonial y económico: conservándolos y promocionándolos contribuimos a conservar el patrimonio inmaterial del

territorio y su sostenibilidad económica, a través de la conservación de oficios artesanales.

Muchas veces estos productos, a pesar de su calidad, no son conocidos por los visitantes de los territorios. El objetivo de esta iniciativa es que tanto los visitantes como los habitantes del territorio los conozcan, y que ese producto se identifique con el territorio y se convierta en uno de sus productos estrella. Protegiendo este producto se contribuye a conservar esta especie y a proteger la economía del territorio, fundada sobre todo en empresas de carácter familiar y tradicional.

Esto se concreta en un kit de imagen con elementos promocionales del producto, que se entregarán gratuitamente a los empresarios y empresarias implicados en la cadena de valor: cultivo, tratado, venta y distribución, etc. Este kit de imagen incluye carteles, flyers, salvamanteles, salvamanteles infantiles y pegatinas.

En el marco de este proyecto se han desarrollado también los productos icónicos del tomate rosado, las tortas de Alcalá de Guadaíra y la cerámica de cuchara de Cortegana, entre otros.

El desarrollo de productos icónicos es una de las acciones desarrolladas por Andanatura en el marco del proyecto CIA-EM: Competitividad e Innovación Artesanal España-Marruecos. CIA-EM es un proyecto de Andanatura, Prodetur y la Diputación de Huelva, cofinanciado en un 75% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), a través del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores (POCTEFEX).

Más información: Fundación Andanatura. 954 468 040.

Prensa: Ana de Haro.

adeharo@andanatura.org