



León coloca «el territorio en el plato»

◆ El sello Capital Española de la Gastronomía se estrena con el reto de superar los beneficios de las seis ciudades precedentes ◆ Silván insiste en exhibir «la unidad de acción» para «ser ambiciosos» y atraer más visitantes este año

ÁLVARO CABALLERO | LEÓN

■ Por derecho, León ya es Capital Española de la Gastronomía. El uso del sello lo acredita el convenio firmado ayer por el Ayuntamiento con la Federación Española de Hostelería y la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo, gracias al cual «España reconoce» a la provincia como «territorio de referencia y escaparate gastronómico», según recaló el alcalde, Antonio Silván. Por delante quedan doce meses en los que demostrar que «los valores» de «la unidad, la profesionalidad, la calidad y el producto pegado a la tierra» para convertir a León en «la mejor Capital Española de la Gastronomía». «Lo veremos y lo haremos», arengó el regidor ante más de un centenar de empresarios del sector hostelero, productores y representantes públicos que se congregaron en el acto oficial, celebrado a media mañana en la Casa Botines.

El protocolo se completará con el traspaso del título por parte de Huelva a León, el jueves de la próxima semana, día 18 de enero, en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) que se celebra en Madrid, donde un día después se presentará el sello conmemorativo de Correos por la capitalidad leonesa con la imagen del rosetón de la Catedral. El precedente coloca el listón de los resultados en un aumento de la facturación de los hosteleros onubenses del 7% en el último año, además de una repercusión publicitaria valorada en 15 millones de euros, de acuerdo a los datos ofrecidos por los responsables de la marca. La superación de esta meta pasa por el desarrollo de la capitalidad con la que «León abre las puertas al resto de España y al mundo porque hay que ser ambiciosos», reseñó Silván. «En estos momentos complicados es el momento de los optimistas, los positivos, los activos, los profesionales y los que queremos y hablamos bien de lo nuestro», abundó.

RESPONSABILIDAD E ILUSIÓN

El regidor de la capital leonesa expuso que «no somos conformistas porque queremos ser más visitados y León, *manjar de Reyes* es el instrumento que vamos a aprovechar». El alcalde incidió en la importancia de continuar con «la unidad de acción del sector, las instituciones, administraciones y medios» exhibida desde «el comienzo». «Tenemos la responsabilidad de devolver esa ilusión», concedió, después de incidir en que el pro-



Pedro Palacios, Juan Martínez Majo, Mariano Palacín, José Izuel y Antonio Silván, ayer. RAMIRO

yecto no es sólo de la ciudad, sino de toda la provincia, y en el que se pondrá de manifiesto «el carácter integrador de la tierra leonesa».

Los valores con los que Silván adornó el discurso de méritos los suscribió el presidente de la Federación Española de Hostelería. José Luis Yzuel citó que «León partía de una posición ganadora» cuando presentó la candidatura frente a Cuenca y aseguró que «el proyecto se ha hecho desde el convencimiento». «Habéis apostado por caballo ganador. La gastronomía nos posiciona», afirmó el portavoz del sector ante los asisten-



La Casa Botines sirvió de escenario para el acto. RAMIRO

La marca se oferta para captar beneficios del turismo austríaco

■ La Capital Española de la Gastronomía que enarbora León es uno de emblemas con los que la Comunidad participa hasta el domingo en la 35 edición de la Feria Messe de Viena. La cita se celebra en Austria, cuenta con unos 800 expositores de 70 países y se espera conseguir visitantes de alto poder adquisitivo, apuntaron desde la Consejería de Cultura y Turismo.

La feria tiene prevista una afluencia de más de 145.000 visitantes, que fue la cantidad alcanzada en 2017, entre ellos

profesionales del sector turístico internacional, señalaron desde el gobierno autonómico, al tiempo que reseñaron que la presencia de Castilla y León en Austria está integrada en el expositor de Turespaña, como una de las once ferias internacionales en las que participará en el extranjero y otras diez dentro de España.

Además del evento de León como Capital Española de la Gastronomía, la oferta de naturaleza, las seis Rutas Certificadas del Vino de Castilla y León y productos relaciona-

dos con el turismo cultural forman parte de esta acción promocional, aunque también las referencias a la riqueza patrimonial por la que es más conocida esta Comunidad, apuntaron desde la Consejería.

El Instituto de Estadística Austríaco anima la participación con el apunte de que el volumen de viajes vacacionales del mercado emisor Austríaco exclusivamente al extranjero se ha quintuplicado en las últimas cuatro décadas, pasando de 1,1 millones en 1969 a 5,5 millones en el año 2015.

tes citados en la Casa de Botines. «Los hosteleros somos un poco los responsables de decidir a qué sabe León, y sabe rico, divino y me gustaría que sepa a trabajo bien hecho y esfuerzo. Tenemos la responsabilidad de poner el territorio en el plato para comernos lo que nos rodea», relató el responsable de representar a las agrupaciones de hostelería de todo el país.

El turno de palabra lo cerró el presidente de la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo. Mariano Palacín ensalzó «la importancia» del tí-

Importancia

La marca reconoce a León como «el territorio de referencia y el escaparate gastronómico» de España

Precedente

Huelva cerró el año con un 7% más de facturación en la hostelería y 15 millones de euros de repercusión

Uso de la marca

El alcalde recaló que el sello será «el instrumento que aprovechar» para potenciar el turismo

tulo de Capital Española de la Gastronomía porque «la nominación la da un jurado» formado por expertos. «León ha presentado una gran candidatura y eso es lo que ha hecho fácil que el jurado pudiera elegir», afirmó el portavoz del colectivo impulsor del sello, que suma ya seis: Logroño, Burgos, Vitoria, Cáceres, Toledo y Huelva.

Palacín explicó que, incluso antes de que se inicie el calendario de actividades de la capitalidad gastronómica, «León ya está en las páginas de todo» y vaticinó que «los beneficios van a estar ahí» como ha sucedido con el resto de plazas. «Estamos resituando a León. El objetivo es que se tenga más visitantes, que incremente su presencia y que salga potenciado para los próximos años», concedió el representante de la marca, quien vaticinó que «dentro de un año, cuando hagamos balance, podremos decir que León ha sido una gran capital y la mejor, como ha sucedido siempre con la última».