

La primera feria dedicada a conocer el Atún Rojo de Acuicultura de Cartagena

El Atún Rojo de Acuicultura de Cartagena ha conquistado los paladares más exigentes por su calidad y sabor. Y gracias a esta primera feria gastronómica, es también profeta en su tierra. Asociación Empresarial de Acuicultura de España (APROMAR), y su partner principal y asociado en la localidad, el Grupo Ricardo Fuentes, han liderado la participación de entidades públicas y privadas para que CARTAGENASIA sea una realidad. Una oportunidad única para descubrir cómo es el Atún Rojo criado en la localidad

Un despliegue de cultura y gastronomía ha estado al alcance de los ciudadanos de Cartagena gracias al esfuerzo de APROMAR, apoyado por el MAPA, y con la colaboración de su asociado en la localidad, Grupo Ricardo Fuentes, por la Capitalidad Gastronómica Murcia 2021, la Embajada de Japón en España, el Ayuntamiento de Cartagena y la Unión Europea, los que han hecho posible CARTAGENASIA.

Este pescado azul es un producto icónico de la cultura japonesa. Forma parte de su gastronomía desde el año 5000 A.C. El país profesa anualmente la mejor bienvenida al Atún Rojo de Acuicultura de Cartagena. En concreto, consumen anualmente siete de cada diez atunes cartageneros. También encabeza, como Cartagena, la apuesta por la acuicultura como un método que, junto con la pesca responsable, permite proteger la especie y los ecosistemas naturales para las futuras generaciones.

Daba la bienvenida la alcaldesa de Cartagena, Noelia Arroyo: “Cartagena también ha sido pionera en el desarrollo de granjas para la cría de atunes. Desde aquí se ha impulsado la investigación para conseguir el ciclo integral del atún en cautividad”. Además, el presidente de APROMAR, José Carlos Rendón, ha destacado que mediante iniciativas como CARTAGENASIA, la ciudadanía va a poder conocer en profundidad las especies de acuicultura. Cuanto mayor sea la cultura de la acuicultura, más posibilidades habrá de que los ciudadanos apuesten por una alternativa insuperable en frescura, salud y sostenibilidad. “Hay que desarrollar el conocimiento de la Acuicultura en España. Para eso, contamos con 18.000 trabajadores que dependen, de una manera directa, de nuestras empresas, y 45.000 de forma indirecta”, señalaba.

Francisco Fuentes, presidente del Grupo Ricardo Fuentes, partner principal de la primera edición de CARTAGENASIA y asociado de APROMAR en Cartagena, declaraba: “detrás del atún rojo de Cartagena hay un gran equipo de personas. A pocas millas de aquí, muchos de ellos están trabajando duro para que todos podamos disfrutar del mejor atún rojo del mundo”.

En representación del MAPA, Carola González-Kessler (subdirectora general de Acuicultura, Comercialización Pesquera y Acciones Estructurales), recordó que “la acuicultura está llamada a jugar un papel protagonista en la llamada revolución azul, por su potencial para ofrecer alimentos de calidad, con los máximos parámetros de eficiencia, proximidad, sostenibilidad y seguridad alimentaria”.

Condensar miles de años de tradición japonesa en el muelle de Cartagena ha sido posible gracias a la colaboración de la Embajada de Japón. La importancia de aplicar los máximo parámetros de calidad y sostenibilidad ha sido uno de los mensajes que trasladó Kenji Hiramatsu, embajador extraordinario y plenipotenciario de Japón en España.

La importancia del Atún Rojo para la Región de Murcia y Cartagena fue uno de los puntos destacados por Antonio Luengo, consejero de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente de la administración autonómica: “La Región de Murcia es el principal productor de Atún Rojo de toda Europa, superando las 5.200 toneladas y un montante económico de unos 64M€. Si sumamos el resto de las especies acuícolas de la región, hablamos de unas 8.500 toneladas y más de 83M€”.

Datos de contacto:

Comunicación Acuicultura de España
650390223

Nota de prensa publicada en: [Murcia](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Murcia](#) [Turismo](#) [Industria](#) [Alimentaria](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>