LOCAL | Denominación de Origen

La DOP Priego de Córdoba debuta en H&T Málaga y refuerza la promoción del AOVE y el oleoturismo comarcal

La entidad cierra “con éxito” su primera presencia en la feria, con empresas amparadas y la Ruta Turismo y Aceite como escaparate de Almedinilla, Carcabuey, Fuente Tójar y Priego

Redacción
Jueves 5 de febrero de 2026 - 11:30



La Denominación de Origen Protegida (DOP) Priego de Córdoba ha cerrado “con gran satisfacción” su primera participación en H&T – Salón de Innovación en Hostelería, celebrado del 2 al 4 de febrero en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA), una cita profesional de referencia para hostelería, hotelería y turismo.

Según la DOP, H&T 2026 ha registrado “récord de participación”, con más de 600 empresas y entidades —un centenar más que en la edición anterior— y una marcada orientación hacia la digitalización, la inteligencia artificial, la sostenibilidad y la innovación aplicada al sector.

En esta primera presencia, la DOP ha estado acompañada por varias firmas amparadas: Almazaras de la Subbética, S.L., D3Olivo Biotechnology, S.L., Magna Legatum, S.L. y Sponex Europa Global Trade Company, S.L., que han mostrado sus marcas ante profesionales, distribuidores y compradores nacionales e internacionales.

Además de la vertiente comercial, la DOP ha aprovechado el escaparate de H&T para poner el foco en el valor turístico ligado a la cultura del aceite, de la mano de la Delegación de Turismo del Ayuntamiento de Priego de Córdoba, y para difundir las propuestas de la Ruta Turismo y Aceite, impulsada junto a los ayuntamientos de Almedinilla, Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba.

La iniciativa presenta el territorio como destino vinculado al olivar, donde paisaje, patrimonio y tradición agrícola se convierten en un atractivo diferencial, con experiencias que conectan el AOVE con su origen, la gastronomía y el modo de vida de la comarca.

El presidente de la DOP Priego de Córdoba, Rafael Muela, ha subrayado que esta participación ha abierto “nuevas oportunidades comerciales y contactos profesionales de alto interés”, además de aportar “una mayor visibilidad para el territorio”, destacando “el origen como factor diferenciador” y difundiendo “el patrimonio cultural y turístico de la comarca” con un posicionamiento ampliado en mercados nacionales e internacionales.