

## Durante la Feria, Castilla-La Mancha ha desarrollado más de 100 actividades de promoción y presentación de productos

pantalla de leds de 43,20 metros de ancho y 1,90 metros de altura. En esta parte del stand, además, se integraban gráficos y textos que mostraban la esencia de nuestra Región acercando al viajero la riqueza de Castilla-La Mancha.

Manteniendo la unidad de diseño del stand, los espacios provinciales, en cinco colores distintos —carmesí, amarillo, verde claro, verde oscuro y azul—, contaban con una pantalla de plasma de 50 pulgadas.

Completaban el stand un escenario en el que hubo diferentes actuaciones a lo largo de los cinco días que duró FITUR, una zona empresarial, una gran sala de presentaciones con capacidad para 120 personas dotada de todos los sistemas audiovisuales necesarios, una sala de negocios y un área para los medios de comunicación.

Cada uno de los cinco días de duración de FITUR 2007, el stand de Castilla-La Mancha, que celebró su día en la Feria el 1 de febrero, centró su atención en una de las provincias de la Comunidad Autónoma. Así, el miércoles, 31 de enero, fue el día de Ciudad Real; el jueves, 1 de febrero, el de Guadalajara; el viernes, 2 de febrero, el de Cuenca. Durante el fin de semana, la jornada del sábado 3 se dedicó a Albacete y el último día de la feria, el 4 de febrero, fue el de Toledo.

### CLM, referente turístico de primer nivel

El consejero de Industria y Tecnología, José Manuel Díaz-Salazar, realizó un balance al término de FITUR, en el que señaló que Castilla-La Mancha ha quedado ratificada como un referente turístico de primer nivel, como lo acreditan el incremento de actividad en torno al stand regional y los dos premios obtenidos en esta edición.

Durante la Feria, Castilla-La Mancha ha desarrollado más de 100 actividades de promoción para presentar todo tipo de productos turísticos a cargo del sector y se han entregado en torno a 200.000



Los bailes manchegos tuvieron especial presencia el día de Albacete en FITUR.

unidades de promoción a través de distintos soportes.

El Gobierno regional ha suscrito varios convenios en materia de promoción. En cuanto a las principales novedades, Díaz-Salazar destacó que, junto a los productos de turismo activo, rural, patrimonial etc., Castilla-La Mancha ha presentado tres nuevos productos que han tenido una gran acogida: las rutas literarias, el enoturismo y la novedad de convertir el cine en un

reclamo turístico a través de la ruta cinematográfica de Pedro Almodóvar que presentó el presidente Barreda, tres productos que, tal como dijo el Consejero, "han tenido muy buena acogida entre el sector", estimó.

Tras un año de funcionamiento de la Oficina de Turismo de Madrid, Castilla-La Mancha inaugurará en unas semanas una nueva oficina en Valencia, el segundo mercado emisor de turistas de Castilla-

La Mancha.

Este conjunto de acciones y medidas, añadió, están haciendo del turismo un sector estratégico en la Región que ya aporta más del 10% del PIB y con tendencia a seguir creciendo, tal como lo indica el hecho de que, por ejemplo, en 2006 ha crecido un 7% la afiliación de trabajadores a la Seguridad Social en este sector o que la inversión empresarial en este mismo año haya aumentado un 13%. ➔

La provincia de Cuenca celebró el 2 de febrero su día en FITUR.

