



**El stand de la Región de Murcia bate su récord al superar las 68.000 visitas en Fitur**

**Acogió durante las jornadas profesionales 300 reuniones y encuentros de negocio y la zona gastronómica ofreció 5.000 menús degustación elaborados con productos típicos de la Región**

**La acción de promoción de las principales Semanas Santas conquistó el centro de Madrid y la de la marca Festivales Región de Murcia congregó a profesionales del ámbito musical, cultural y turístico**



Stand de la Región de Murcia en la Feria Internacional de Turismo, Fitur.

La Región de Murcia continúa acumulando cifras de récord en el ámbito del turismo, esta vez de asistencia a su stand en Fitur, en una edición en la que,



según afirmó el director del Instituto de Turismo, Juan Francisco Martínez, “ha aumentado un 25 por ciento el número de visitantes que se han acercado al espacio regional respecto al año anterior, hasta superar los 68.000”.

La presencia de la Región en la XLIV edición de la Feria Internacional de Madrid se ha saldado además con más de 300 encuentros de negocio y reuniones en la zona profesional, en la que han participado turoperadores, agentes de viajes, medios de comunicación especializados y compañías aéreas.

El objetivo de la presencia regional en Fitur ha sido desplegar todo el potencial de su oferta en un contexto de resultados turísticos históricos y nuevas expectativas de crecimiento para 2024, con una programación integrada por 50 presentaciones que ha contado con más proyección que nunca, con actividades tanto dentro como fuera de Ifema, y que han tenido como gran protagonista la celebración del Año Jubilar de Caravaca 2024.

En esta ocasión, la Comunidad contó con un stand de 1.000 metros cuadrados, que ha ganado por tercer año consecutivo el premio al ‘Mejor Stand Sostenible’ en Fitur 2024 por su excelencia en el cumplimiento de criterios medioambientales y de accesibilidad.

Entre los grandes proyectos que ha promocionado la Región en su stand en Fitur, destaca la presentación de la Convención Mundial de Ciudades Santas, que celebrará su primera edición en Caravaca de la Cruz; el nuevo plan de Turismo Gastronómico de la Región para 2024, que ayudará a seguir reforzando la Región como destino gastronómico de referencia en todo el país; la nueva ‘Plataforma de comercialización de experiencias de turismo azul’, o la



composición de los carteles de los festivales del Cante de las Minas y Fortaleza Sound de Lorca.

El jueves 25, el Día de la Región, la Comunidad presentó la nueva estrategia de turismo para 2024 'Imparable', con la que pretende alcanzar los seis millones de pernoctaciones. Además, se anunció la adhesión de la Región de Murcia a la 'Red mundial de destinos de turismo religioso' y se dio a conocer la nueva guía de experiencias '100 formas de vivir la Región de Murcia', así como la nueva fase del 'Bono turístico'.

El viernes, 34 municipios realizaron sus presentaciones en el espacio regional. Las novedades han continuado durante el fin de semana, días en los que la feria ha abierto al público general para la promoción de fiestas, tradiciones y artesanía regional, con demostraciones en directo, grupos de folklore, carnaval y ballet llegados de varios municipios de la Región.

En la zona gastronómica se ofrecieron 5.000 menús degustación con productos típicos de la Región de Murcia, además de desayunos y aperitivos diarios '1.001 Sabores' y otras degustaciones de productos como el pan de carrasca murciano. También hubo talleres de mermeladas y degustación de dulces del peregrino.

### **Promociones en el centro de Madrid**

De forma paralela, la Región desarrolló varias actuaciones en el centro de Madrid para reforzar su visibilidad, entre las que destacó una acción de promoción de las fiestas de Semana Santa de Interés Turístico Internacional.

También se realizó una acción de promoción para público profesional de '1001 Sabores Región de Murcia' en el espacio 'Cielo de las Ventas', a la que se



sucedió una acción promocional de la marca 'Festivales Región de Murcia', con el concierto de Arde Bogotá, Funambulista y Carmesí, a la que asistieron profesionales del ámbito musical, cultural y turístico nacional e internacional.

En el plano publicitario, la estación de metro 'Feria de Madrid' estuvo rotulada durante la semana con la imagen de la campaña 'Crear en lo extraordinario', destinada a promocionar el Año Jubilar 2024, así como los pasillos rodantes de Ifema.