



Los elementos alusivos al vino vuelven a ser el motivo principal de la decoración del expositor de La Rioja en la feria internacional FITUR. /NR

Capellán apuesta por el enoturismo para atraer visitantes extranjeros

La Rioja, que facturó 735 millones en 2012 gracias a este producto, aspira a que el peso del turismo en el PIB regional ronde el 10%. La región muestra su potencial turístico en FITUR

FELI AGUSTIN / MADRID
 fagustin@noticiasdelarioja.com

La Rioja, que se presenta en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) como destino singular y atractivo, sigue teniendo potencial para atraer visitantes. Así lo piensa el consejero responsable del área, Gonzalo Capellán, quien cree que hay que seguir recorriendo la ruta del enoturismo para atraer turistas extranjeros. «Debemos seguir ocupando la posición de liderazgo en este campo», considera el consejero, quien asistió ayer en Madrid a la principal feria de turismo de nuestro país, que se celebra hasta el domingo.

Capellán apunta prioritariamente a los mercados ruso y chino para insistir en la línea de crecimiento continuado de los ingresos que dejan en La Rioja los turistas extranjeros, que ascendieron en 2012 a 61 millones de euros, 10 millones más que el ejercicio precedente, según recoge el estudio **Exceltur**.

En esta línea, el responsable regional de Turismo aspira a que el peso de este sector, que emplea a 12.000 personas, en el Producto



El enorme prestigio del vino de Rioja hace que el éxito en las catas esté asegurado en el expositor regional. /NR

Interior Bruto (PIB) regional se consolide en el 10 por ciento anual -en este momento se sitúa en el 9,4 por ciento con una facturación global de 735 millones- solo un

punto menos que la media nacional o la comunidad de Cantabria, después de registrar un crecimiento de un punto y medio en la última década.

SINGULAR Y MODERNO

Por ello, la Comunidad de La Rioja quiere mostrar en FITUR, un escaparate que acoge a 200.000 visitantes, 120.000 se ellos profesio-

Duelas y cellos

El nuevo stand de La Rioja está inspirado en una barrica con numerosos elementos del mundo del vino para mantener la imagen de marca de la región. Su parte principal ha sido construida imitando duelas de barrica y otros elementos como fondos y cellos decoran otros espacios del pabellón. Alumnos de la Escuela de Hostelería atienden la barra, mientras las azafatas visten un modelo muy riojano en la estampación y los colores, diseñado por los estudiantes de la Escuela de Diseño (ESDIR).

nales, la importante variedad de recursos y nuevos productos en un stand recién estrenado, donde estarán presentes todos los sectores y productos de la región, aunque con la hegemonía de la cultura del vino.

«La Rioja ofrece un sello distintivo, diferente al resto, que se conjuga con una imagen de modernidad», aseguró Gonzalo Capellán, quien recordó que en el stand se potencian recursos como Valdecaray o el Barranco Perdido.

En la jornada de ayer, el pabellón riojano acogió catas de varias bodegas de la región, como Vivanco, Finca los Arandinos, Bodegas Santalba y Bodegas Urbina. Además, Fungiturismo organizó una presentación del proceso de cultivo de champiñón y setas de La Rioja.