



ACTITUD
MEDITERRÁNEA



www.introducingcastellon.com



MEMORIA DE ACTIVIDADES 2024

Anual



120

96

42

16

04

1. CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO

- 1.1 Introducción
- 1.2 Personalidad Jurídica
- 1.3 Misión y Objetivos
- 1.4 Fuentes de Ingresos
- 1.5 Condición de miembro
- 1.6 Ámbito de actuación
- 1.7 Las actividades del Club de Producto

2. PLAN DE ACCIÓN 2024

2.1 Promoción y Comarketing

- 2.1.1 Acciones de Promoción
 - Spain B2B
- 2.1.2 Acciones de Comarketing
 - Love Velo
 - The Travel Club
 - Solvex
 - On The Beach

2.2 Comunicación

- 2.2.1 Nuevo Branding
- 2.2.2 Nueva Web del Club de Producto
- 2.2.3 Catálogo 2024
- 2.2.4 Publicidad
- 2.2.5 Gestión RRSS
- 2.2.6 Blog
- 2.2.7 Materiales y soportes
- 2.2.8 Newsletter del Club de Producto

2.3 Eventos profesionales

- 2.3.1 Vakantiebeurs, Utrecht
- 2.3.2 ITB, Berlín
- 2.3.3 Irish Travel Trade Show
- 2.3.4 Workshop The Travel Club
- 2.3.5 Presentación TCV, Varsovia
- 2.3.6 Presentación TCV, Estocolmo
- 2.3.7 Workshop CV, Oporto
- 2.3.8 WTM, Londres
- 2.3.9 Presentación TCV, Holanda
- 2.3.10 Forum Aeropuerto de Castellón, España

3. NOTAS DE PRENSA 2024





CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO

ÍNDICE

1. CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO

1.1 INTRODUCCIÓN pág. 7

1.2 PERSONALIDAD JURÍDICA pág. 7

1.3 MISIÓN Y OBJETIVOS pág. 7

1.4 FUENTES DE INGRESOS pág. 8

1.5 CONDICIÓN DE MIEMBROS pág. 8

1.6 ÁMBITO DE ACTUACIÓN pág. 9

- Marco de referencia

1.6 ACTIVIDADES CLUB DE PRODUCTO pág. 10

- Área de producto
 - Realización de misiones comerciales
 - Acciones de formación/educación especializada
 - Asistencia a foros/congresos
 - Elaboración del catálogo
- Área de Comercialización
 - Realización de acciones de co-marketing
 - Realización de Work-Shops
 - Asistencia a eventos
- Web informativa del Club de Producto

1.1 Introducción

En el presente documento se lleva a cabo una presentación del Club de Producto Introducing Castellón, para facilitar el conocimiento de sus objetivos, miembros que lo conforman y medios que utiliza para el cumplimiento de sus fines y objetivos.

1.2 Personalidad Jurídica

El Club de Producto está constituida como una asociación sin ánimo de lucro, inscrita en el Registro Civil de Castellón en fecha 06 de Marzo de 2016, con el número CV-01-055426-CS, y dispone de CIF con el número G-12964185.

1.3 Misión y Objetivos

Tal y como establece en el artículo 6º de sus Estatutos:

“La Asociación promoverá la participación activa en la coordinación de los recursos destinados por las empresas e instituciones con competencias en la planificación y desarrollo turístico. Para el cumplimiento de esta misión, la Asociación establece los siguientes objetivos estratégicos:

- 1. Planificar y ejecutar programas de colaboración y coordinación con las entidades y organizaciones públicas y privadas existentes en el destino turístico de la provincia de Castellón y, muy especialmente, con las entidades e instituciones gestoras de la política turística regional y nacional.*
- 2. Mejorar de manera sistemática y permanente la colaboración entre todos los integrantes de la oferta turística del destino, convirtiéndose la Asociación en un foro de encuentro de las empresas y profesionales implicados, fomentando así la interacción de las empresas y organizaciones del territorio.*
- 3. Participar activamente en la planificación y desarrollo de las políticas y estrategias de marketing más idóneas para lograr mejoras constantes de a competitividad del destino, en general, y de las propias empresas asociadas en particular, aumentando así los impactos positivos que el turismo puede generar en la economía local y de las propias empresas.*
- 4. Desarrollar programas de creación de producto conjunto, así como acciones de comercialización internacional para lograr un mejor posicionamiento del producto turístico Castellón en general, y de los diferentes destinos que en él se engloban. Por tanto, quedan excluidas de su ámbito todas aquellas actividades que se consideren de carácter sectorial o sindical, tales como negociación sindical, legislación o análogas.”*

En consecuencia, el Club de Producto centra de manera exclusiva todas sus actividades en la definición y ejecución de políticas y estrategias de marketing turístico de la provincia de Castellón, no siendo, en absoluto, una entidad empresarial de carácter sectorial o representativo, tal y como expresamente especifican sus Estatutos.

1.4 Fuentes de ingresos

Igualmente, y respecto de cómo se financia la Asociación, el artículo 5º de los Estatutos, establece que:

“La Asociación, que no dispone de patrimonio propio en su inicio, gestionará su actividad con un Régimen económico basado en las siguientes premisas:

1. *Tendrá un carácter no lucrativo, por lo que todos sus ingresos deberán aplicarse, exclusivamente, al cumplimiento de los fines que constituyen el objeto de esta Asociación.*
2. *Para el cumplimiento de sus fines, la Asociación elaborará anualmente un presupuesto de ingresos y gastos antes del 1 de octubre de cada año para el año siguiente natural. Su elaboración se gestionará bajo las normas fijadas en el Plan General de Contabilidad para entidades no lucrativas, y sin perjuicio de que se adopten normas de Reglamento de Régimen Interno que lo regule o las que válidamente se adopten por parte de los órganos de la Asociación competentes para ello.*
3. *La partida de ingresos estará configurada por:*
 - a. *Cuotas de sus asociados, tanto los de nueva inscripción, como las cuotas de los ya asociados*
 - b. *Subvenciones y fondos recibidos de entidades y organismos públicos y privadas*
 - c. *Ingresos derivados de la realización de actividades y programas comerciales, ya sea de manera individual o ya sea en colaboración con otras entidades*
 - d. *Cualesquiera otros ingresos que, de acuerdo a la legislación vigente, sean admisibles.*

Desde su constitución, el Club de Producto ha suscrito anualmente un Convenio de Colaboración con la Agencia Valenciana del Turisme para la realización de acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón.

1.5 La condición de miembro de la Asociación

Por su parte, y en relación a la determinación de quiénes son o pueden ser los miembros del Club, el artículo 7º de los Estatutos, indica que

“La Asociación tendrá dos tipos de socios:

1. *Socios honorarios, donde se integrarán aquellas personas jurídicas que tengan una especial relevancia en el desarrollo de la actividad de la Asociación, y que serán nombrados por la Junta Directiva y ratificados por la Asamblea General.*

2. *Asociados, o socios de número, donde se integrarán aquellas personas físicas o jurídicas que cumplan los requisitos siguientes:*
 - a. *Ser un establecimiento dedicado a la actividad de alojamiento turístico en la provincia de Castellón, en la modalidad hotel o apartamentos turísticos, debidamente inscrita en el registro administrativo correspondiente. Por acuerdo de la Asamblea General se ampliará la capacidad de ser miembro al resto de alojamientos, establecimientos y empresas turísticas regulados por la normativa sectorial de aplicación, adaptándose a tal efectos sus Estatutos.*
 - b. *Desarrollar sus actividades principales en la provincia de Castellón.*
 - c. *Suscribir el compromiso formal de adhesión a la Asociación*
 - d. *Pago de las cuotas fijadas por la Asamblea General .*
 - e. *Velar por el cumplimiento de los fines y objeto de la Asociación.*
 - f. *Participar activamente en todas las acciones y programas relacionados con su objeto que lleve a cabo la Asociación de acuerdo a las condiciones que, para cada caso, se establezcan."*

En la actualidad, el Club de Producto IC está formado exclusivamente por empresas hoteleras de la provincia de Castellón, representando más del 80% de la oferta total de plazas de esta rama, y que, a su vez, tienen implantación en los siguientes destinos turísticos de la provincia:

- ✓ Vinarós
- ✓ Peñíscola
- ✓ Alcalá de Xivert- Alcossebre
- ✓ Oropesa del Mar
- ✓ Benicasim
- ✓ Castelló de la plana
- ✓ Morella
- ✓ Cinctorres
- ✓ Vall D'Uixó
- ✓ Montanejos

1.6 Ámbitos de actuación

◆ El marco de referencia

Tal y como establecen sus Estatutos, el Club de Producto, centra su actividad en la realización de acciones de marketing turístico de la provincia de Castellón y, más específicamente, en la definición y posterior comercialización de productos turísticos. En este sentido, procede recordar que la mera presencia de potenciales recursos turísticos - culturales, naturales, gastronómicos,...- no es suficiente para lograr su adecuada presencia en el mercado - agencias de viajes, clientes,..- sino que es necesario llevar a cabo un proceso de creación, comunicación y distribución de dichos recursos.

El turismo es un sistema abierto en el que interactúan las fuerzas del mercado, uno de cuyos componentes es el lugar de destino turístico, al que se considera como:

“Producto turístico de base territorial, geográficamente delimitado o delimitable, integrado por la combinación de microproductos, recursos y 10 servicios capaces de generar un flujo de turistas hacia él y con capacidad de dar soporte a las necesidades humanas de seguridad, bienestar y consumo”.

En consecuencia, entendemos que es necesario llevar a cabo un proceso de gestión, altamente profesionalizado y sistematizado, para lograr que la existencia de recursos, pueda dar lugar, posteriormente, a la creación y comercialización de estos productos turísticos, siguiendo el siguiente esquema conceptual.

1.7 Las actividades del Club de Producto

El desarrollo de su actividad, se vertebra en torno a las siguientes áreas de actuación:

◆ Área de producto

Esta área tiene como misión fundamental la definición y selección de los conceptos, propuesta de valor y productos que configurarán la cartera de producto del Club y, para ello, se llevarán a cabo las siguientes actuaciones:

- ✓ **Realización de misiones comerciales** a lo largo del año, en colaboración con la Agencia Valenciana del Turismo y de Turespaña, para evaluar y realizar prospecciones de mercado. De los resultados de las mismas, se obtendrá información directa y de alto valor añadido para la posterior toma de decisiones respecto de las acciones y programas de marketing que se quieran desarrollar.
- ✓ **Acciones de formación/educación especializada** participando en aquellas actividades que ya estén llevando a cabo otras entidades formativas (Agencia Valenciana del Turisme, CDT,..) y cuyos contenidos se consideren relevantes para el Club de Producto. Tras la asistencia a los mismos, la/ persona/s asistente/s en representación del Club elaborará un informe - resumen que será debidamente difundido entre todos los miembros para su adecuado conocimiento y difusión.
- ✓ **Asistencia a foros / congresos** en los que se traten o consideren temas cuyo contenido sea relevante para el cumplimiento de los objetivos del Club. Tras la asistencia a los mismos, la/s persona/s asistente/s en representación del Club elaborará/n un informe- resumen que será debidamente difundido entre todos los miembros para su adecuado conocimiento y difusión.
- ✓ **Elaboración del Catálogo Introducing Castellón** en su edición anual, incorporando nuevos productos y, sobre todo, buscando una mayor integración de productos locales.

◆ Área de Comercialización

En este apartado, la misión fundamental del Club de producto será la de continuar profundizando en la creación y desarrollo de elementos de la comercialización, en sus diversos formatos, para facilitar la distribución del producto turístico de Castellón como nuevo destino en los mercados internacionales, llevándose a cabo las siguientes actuaciones:

- ✓ **Realización de acciones de co-marketing** (publicidad conjunta en soportes propios, campañas de comunicación en banners y/o soportes online,..) de los TTOO, Agencias de Viajes, Compañías aéreas, Grupos o Entidades Sociales y/o deportivas,.., con los que se considere oportuno llegar a acuerdos.
- ✓ **Realización de Workshops de presentación**, fundamentalmente en aquellos mercados/destinos donde sea conveniente para reforzar la consolidación de una ruta aérea ya implantado o, se prevea su implantación de manera inminente.
- ✓ **Asistencia a eventos (ferias, work shops, presentaciones,..)** a través de la participación activa en aquellos eventos que sean organizados por entidades públicas y privadas relacionadas con el marketing turístico, y en los que se entienda que la presencia del Club de Producto puede ser relevante para sus objetivos.

◆ Web informativa del Club de Producto

El Club de Producto Introducing Castellón cuenta con una página web informativa dedicada a la provincia de Castellón. Esta plataforma muestra de manera accesible y detallada los destinos, las experiencias y los recursos naturales de la región, proporcionando información útil tanto para profesionales del turismo como para el público en general.

En la web se integra contenido generado por los socios y colaboradores del Club de Producto, incluyendo detalles sobre hoteles, actividades y atractivos locales. Su objetivo es facilitar el conocimiento de la oferta turística de Castellón y destacar el valor de la provincia como destino único.





PLAN DE ACCIÓN 2024

ÍNDICE

2. PLAN DE ACCIÓN 2024

2.1 PROMOCIÓN Y COMARKETING pág. 16

2.1.1 Promoción pág. 18

2.1.2 Comarketing pág. 20

2.2 COMUNICACIÓN pág. 42

2.2.1 Nuevo Branding pág. 44

2.2.2 Nueva Plataforma web pág. 48

2.2.3 Catálogo 2024 pág. 52

2.2.4 Publicidad pág. 56

2.2.5 Gestión RRSS pág. 66

2.2.6 Blog pág. 74

2.2.7 Materiales y soportes pág. 78

2.2.8 Newsletter del Club de Producto pág. 90

2.3 EVENTOS PROFESIONALES pág. 96

2.3.1 Eventos Profesionales pág. 98

El 2024 se presenta como un año clave para el crecimiento y posicionamiento estratégico de Introducing Castellón, una entidad comprometida con la promoción turística, cultural y empresarial de la provincia. El plan de acción que guiará las actividades durante este año se centrará en tres áreas fundamentales: promoción y marketing, comunicación estratégica y participación en eventos profesionales. A través de una serie de iniciativas innovadoras, el objetivo principal será consolidar la marca Introducing Castellón a nivel nacional e internacional, atrayendo tanto al público general como a profesionales del sector turístico, empresarial y cultural.

1. Promoción y Comarketing

En 2024, Introducing Castellón enfocará sus esfuerzos en promocionar la provincia a través de campañas publicitarias y de marketing multicanal, tanto a nivel nacional como internacional. Se priorizarán medios digitales y tradicionales, con especial énfasis en el desarrollo de contenido visual y narrativo que resalte la riqueza natural, cultural y gastronómica de Castellón. Además, se implementarán acciones de marketing directo y colaboraciones con influencers y embajadores locales, optimizando estrategias SEO y SEM para captar nuevos visitantes.

2. Comunicación Estratégica

La comunicación jugará un papel clave en la consolidación de la marca Introducing Castellón. Se reforzará la presencia en redes sociales, utilizando plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn para mantener una relación cercana con los diferentes públicos. También se trabajará en campañas de relaciones públicas que incluyan la creación de contenido en medios especializados y la organización de press trips con periodistas y bloggers del sector turístico.

3. Eventos Profesionales

La participación en eventos profesionales será fundamental para ampliar las oportunidades de negocio. Durante 2024, Introducing Castellón estará presente en ferias turísticas y empresariales de relevancia internacional, como ITB Berlín, WTM Londres y ferias especializadas en turismo sostenible y de naturaleza. Además, se organizarán eventos, incluyendo jornadas de networking para profesionales del sector, workshops y seminarios que posicionen a la provincia como un destino competitivo y atractivo para inversores y operadores turísticos.



PROMOCIÓN Y COMARKETING

2.1 PROMOCIÓN Y COMARKETING

- 2.1.1** • Promoción pág. 18
 - Spain B2B - Alemania pág. 19

- 2.1.2** • Comarketing pág. 20
 - Love Velo - Reino Unido pág. 21
 - The Travel Club - Países Bajos pág. 29
 - Solvex - Bulgaria pág. 36
 - On the Beach - Reino Unido pág. 38



PROMOCIÓN

✓ 2.1.1 Acciones de Promoción

La campaña de promoción conjunta entre Introducing Castellón y Spain B2B en el mercado alemán busca posicionar Castellón como un destino clave para el turismo internacional. Aprovechando la fortaleza del mercado alemán en el sector de viajes, esta colaboración destaca las experiencias únicas de la región, como su rica gastronomía mediterránea, sus paisajes naturales, y su oferta cultural diversa.

◆ Promoción con la empresa especializada Spain B2B para el mercado alemán

Spain B2B Slu es una empresa especializada en la prestación de servicios relacionados en la representación turística gestión de agendas de trabajo, presentaciones de productos turísticos, gestión de campañas de comunicación, programas y acciones turísticas con amplia experiencia en el mercado internacional, especialmente, en el mercado alemán. El Club de producto ya colaboró con ella durante el año 2023 en diversas actuaciones puntuales (promoción en zona de Colonia-Frankfurt, presentación en Dusseldorf, organización de agenda profesional en ITB Berlín,..) con resultados satisfactorios.

Por ello, y con el objetivo de ampliar la presencia del Club de Producto entre los operadores especializados del mercado, por un lado, y de ofrecer una asistencia altamente especializada a los socios del Club en sus posibles negociaciones con dichos operadores, por otro, en este año 2024 se formalizó con ella un contrato de representación y comarketing para gestionar un programa de relaciones públicas y comunicación.



COMARKETING

✓ 2.1.2 Acciones de Comarketing

La iniciativa de co-marketing de Introducing Castellón busca posicionar la región como un destino atractivo en diversos mercados internacionales. A través de alianzas estratégicas con touroperadores y agentes clave en países como Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Bulgaria y más, la campaña destaca la diversidad de Castellón: desde sus playas mediterráneas y rutas ciclistas hasta su oferta cultural y gastronómica.

◆ Comarketing con el touroperador LOVE VELO para el mercado inglés

La acción de co-marketing entre Introducing Castellón y el touroperador inglés Love Velo tiene como objetivo promocionar la región de Castellón como un destino ideal para ciclistas y amantes de la bicicleta. Esta colaboración destaca las rutas escénicas entre montañas y costa, el clima favorable y los servicios especializados para el turismo deportivo. A través de campañas conjuntas y paquetes exclusivos, se busca atraer al público británico apasionado por el ciclismo, posicionando Castellón como un paraíso para explorar en dos ruedas, combinando deporte, naturaleza y cultura mediterránea.

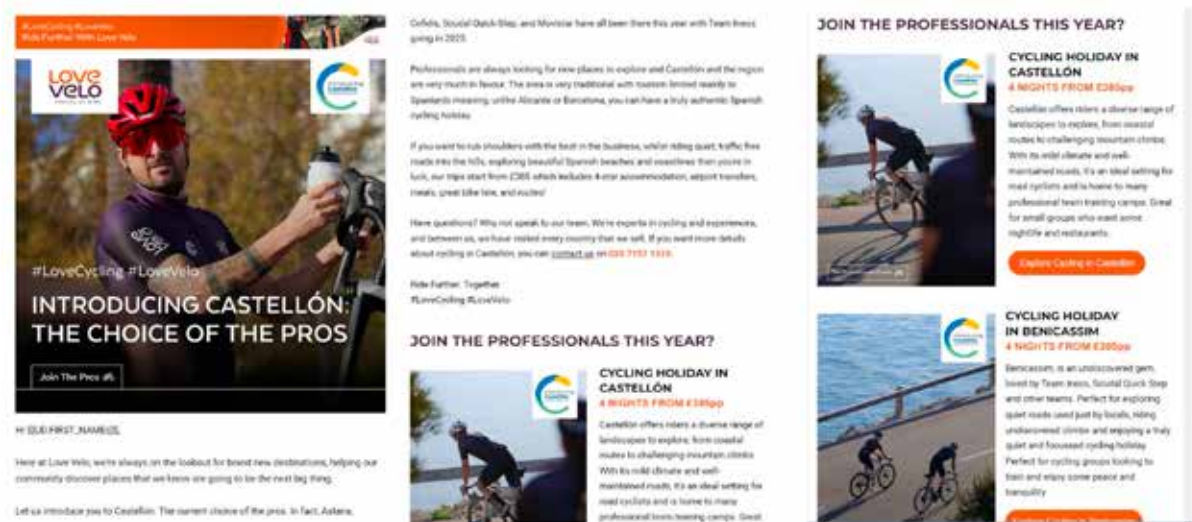
✓ LOVE VELO - FAM TRIP en Febrero

El objetivo principal de LOVEVELO con este famtrip es posicionar a Castellón como uno de los destinos ciclistas más atractivos de España, destacando no solo la belleza natural de sus paisajes, sino también la infraestructura de calidad disponible para los ciclistas, como alojamientos "bike-friendly" y servicios especializados. Además, se promoverá la oferta complementaria de la región, como su rica gastronomía, su patrimonio cultural y la hospitalidad de sus habitantes.



✓ LOVE VELO - Campaña e-mail marketing en Marzo

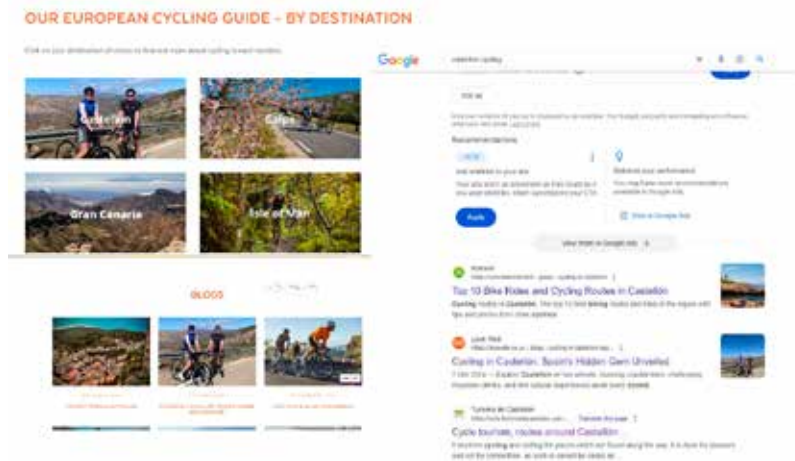
Se comprometió a proporcionar un correo electrónico único a la base de datos, centrado en los viajes de otoño y primavera. Este correo se envió el 15 de marzo de 2024 y logró una tasa de apertura del 28% con un CTR del 4%.



✓ LOVE VELO - Campaña SEO

Se ha añadido Castellón como nueva ubicación en el centro para vacaciones en bicicleta. El centro ofrece dos artículos que detallan las mejores subidas, las mejores rutas, opciones de alojamiento, épocas ideales para viajar y varios consejos importantes.

Ya se observan mejoras inmediatas en la clasificación, ya que cada artículo es rico en SEO y el centro en sí es un contenido fundamental que Google clasifica en un lugar destacado. Por ejemplo, los términos "Ciclismo en Castellón" y "Vacaciones en bicicleta en Castellón" ya figuran en la página 1 de Google.



✓ LOVE VELO - Campaña Redes sociales en Marzo - Instagram



✓ LOVE VELO - Campaña Redes sociales en Marzo - Facebook



✓ LOVE VELO - Campaña Redes sociales en Abril - Instagram



i INSTAGRAM LOVE VELO

✓ LOVE VELO - Campaña Redes sociales en Abril - Facebook

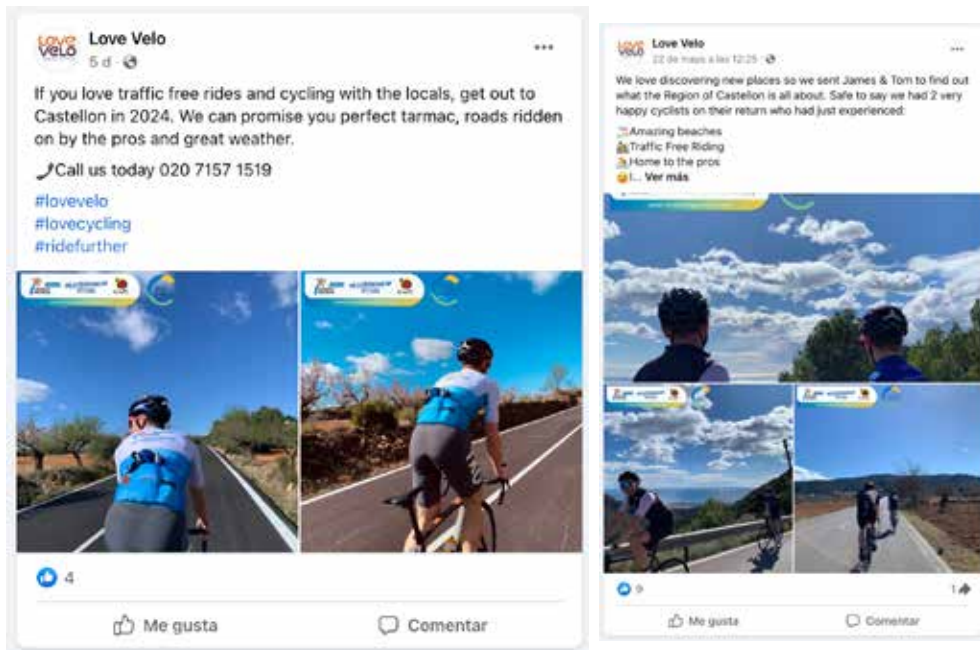


✓ LOVE VELO - Campaña Redes sociales en Mayo - Instagram



i INSTAGRAM LOVE VELO

✓ LOVE VELO - Campaña Redes sociales en Mayo - Facebook



i FACEBOOK LOVE VELO

✓ LOVE VELO - Informes mensuales

i INFORME MARZO

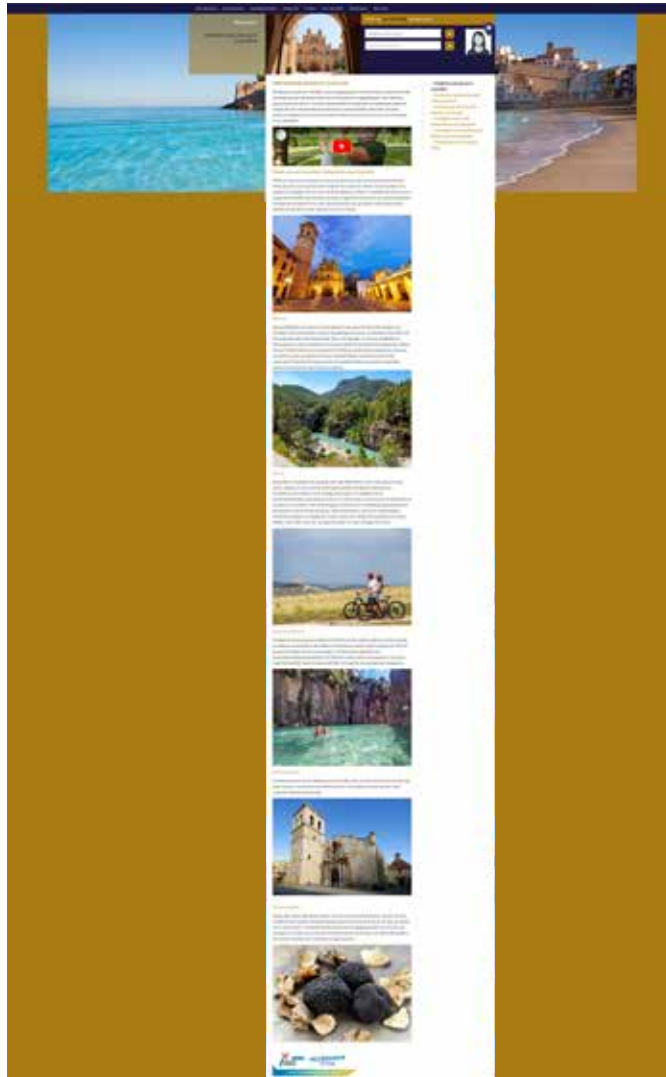
i INFORME ABRIL

i INFORME MAYO

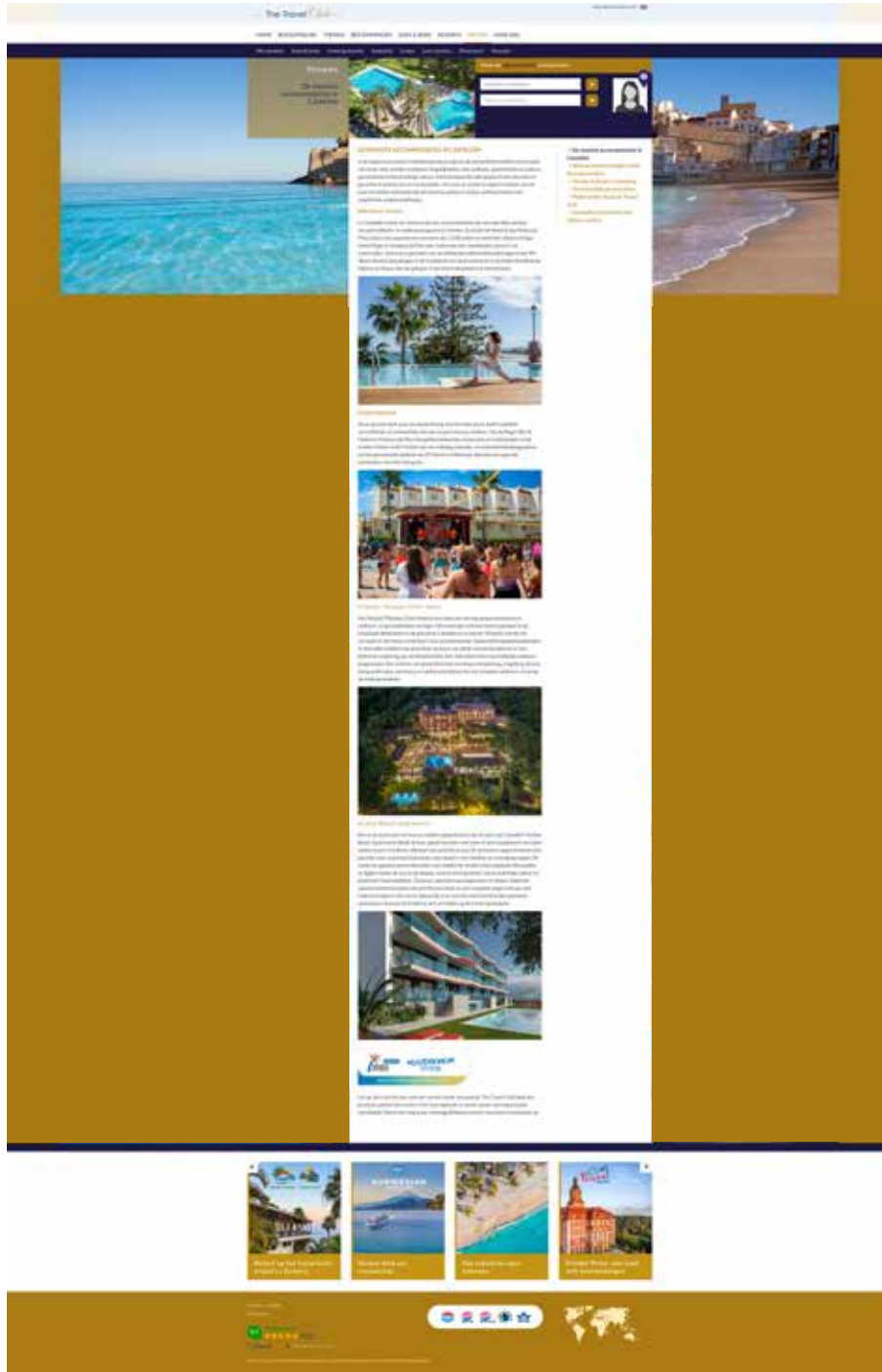
◆ Comarketing con THE TRAVEL CLUB para el mercado holandés

La alianza de co-marketing entre Introducing Castelló y The Travel Club, la Asociación de Agencias de Viajes Minoristas más importante de Países Bajos, tiene como objetivo posicionar la región de Castellón como un destino ideal para el mercado neerlandés. A través de campañas digitales, paquetes turísticos personalizados y promociones exclusivas, la colaboración destaca las playas, rutas naturales, y la rica oferta cultural y gastronómica de la provincia. Esta sinergia busca atraer más viajeros de los Países Bajos, promoviendo Castellón como una opción perfecta para disfrutar de unas vacaciones mediterráneas auténticas y sostenibles.

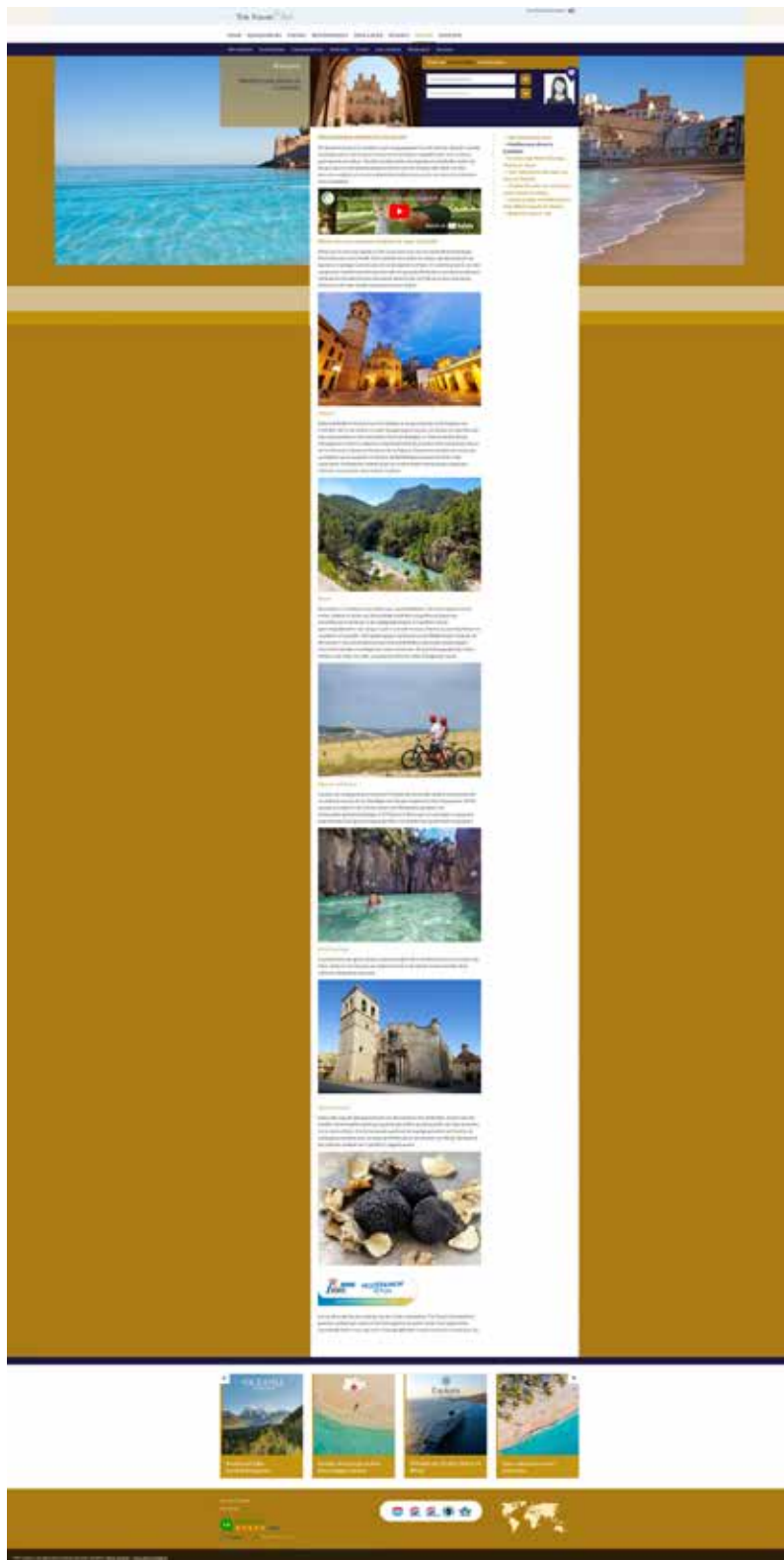
✓ THE TRAVEL CLUB - Landing page para Newsletter "Especial Ciudades" - 1 marzo



- ✓ THE TRAVEL CLUB - Landing page para B2B Newsletter "De mooiste accomodaties in Castellón" - Abril - Mayo



✓ THE TRAVEL CLUB - Landing page para B2B Newsletter - 1 de noviembre





Mediterrane sferen in Castellón

De Spaanse provincie Castellón is jeuw toegangspoort tot een diverse vakantie waarbij prachtige natuur wordt gecombineerd met eindeloze mogelijkheden voor wellness, gastronomie en cultuur. Van fijne zandstranden omringd door kristalhelder water tot bergen die een indrukwekkend panoramisch uitzicht bieden; elke hoek van deze provincie nodigt je uit om de authentieke mediterrane manier van leven te verkennen en te ontdekken.

[Lees meer over Castellón](#)



De mooiste accommodaties in Castellón

In de Spaanse provincie Castellón geniet je nog van de authentieke mediterrane manier van leven. Hier worden eindeloze mogelijkheden voor wellness, gastronomie en cultuur gecombineerd met prachtige natuur. Uiteraard gaat dit alles gepaard met een ruim en gevarieerd aanbod aan accommodaties, van luxe en moderne appartementen met aan de kust tot vijfsterrenhotels met all inclusive opties en chique wellness hotels met uitgebreide spa-behandelingen.

[Lees meer over deze accommodaties](#)



De authentieke mediterrane manier van leven

De provincie Castellón is gelegen in het noorden van de regio Valencia en is een van de Spaanse gebieden die zijn mediterrane smaak het best heeft weten te behouden. Deze mediterrane levenswijze is terug te vinden aan de zonovergoten stranden, het natuurlijke en culturele erfgoed, de gastronomie en natuurlijk de manier van leven, allemaal onder invloed van het heerlijke milde klimaat. Kies voor een luxe villa aan zee of in het binnenland en ervaar deze geweldige bestemming aan de Spaanse Middellandse Zee.

[Lees meer over Castellón](#)



De mooiste accommodaties in Castellón

In de Spaanse provincie Castellón geniet je nog van de authentieke mediterrane manier van leven. Hier worden eindeloze mogelijkheden voor wellness, gastronomie en cultuur gecombineerd met prachtige natuur. Uiteraard gaat dit alles gepaard met een ruim en gevarieerd aanbod aan accommodaties, van luxe en moderne appartementen aan de kust tot vijfsterrenhotels met all inclusive opties en chique wellness hotels met uitgebreide spa-behandelingen.

[Lees meer over deze accommodaties](#)



Proef authentieke mediterrane gerechten in Castellón

Gelegen in het noorden van de regio Valencia, is de provincie Castellón een van de gebieden in Spanje die het best haar mediterrane karakter heeft behouden. Naast de uitstakende zandstranden en schone wateren kan je hier authentieke mediterrane gerechten proeven. Geniet van de wereldberoemde paella, de garnalen van Vinaròs, de artojakken van Benicarló, de karp van Peníscola of de formaten van Alcalá-Alosébre. Alle producten zijn afkomstig uit de zee, de boomgaarden of het lokale vee en zijn daardoor van topkwaliteit. Ook in de binnenlandse steden Morella, Sant Mateu en Segorbe ontdek je de oude gastronomische cultuur met producten als olijfolie, amandelen, notgat, truffels en stookhotels. Het culinaire aanbod van Castellón is ongevenaard!

[Lees meer over Castellón](#)

✓ THE TRAVEL CLUB - Social Media post - 2 de octubre

Media
Upload een video of foto's om een reel te maken.

Reel - Castellon.mp4
1080 x 1920 100%

Details reel

Bijscript voor reel • optioneel

Relevante pagina's of profielen in je bijscript vermelden

Zo zorg je dat je content de juiste doelgroepen bereikt.

De provincie Castellón, gelegen in het noorden van de regio Valencia, is een van de gebieden in Spanje die het beste zijn mediterrane smaak heeft behouden. Dit is te zien aan de kwaliteit van de stranden, het natuurlijke en culturele erfgoed, de gastronomie en natuurlijk de levensstijl, allemaal onder invloed van het milde mediterrane klimaat. Denk er niet twee keer over na en geniet van "The Authentic Mediterranean Way of Life".

#TheTravelClub #Castellon #Spanje

Voorbeeld Facebook-reel

The Travel Club NL
Reels • 1 min

De provincie Castellón, gelegen in het noorden van de regio Valencia, is een van de gebieden in Spanje die het...

Original audio The Travel Club

✓ THE TRAVEL CLUB - Social Media post - 27 de noviembre

The Travel Club NL 4 h

De Spaanse regio Castellón is rijk aan geschiedenis en beschikt over een schat aan erfgoed die de verschillende culturele invloeden weerspiegelen. 🌟

De provincie biedt een aantal iconische bezienswaardigheden zoals het Tempeliersfort in Peñíscola en de ommuurde stad Morella, die beiden worden erkend als een van de mooiste dorpen van Spanje. Bezoek het Castillo de Peñíscola die een prachtig uitzicht over de Middellandse Zee biedt of bewonder de variatie aan bouwstijlen in de sinaasappelstad Castelló de la Plana.

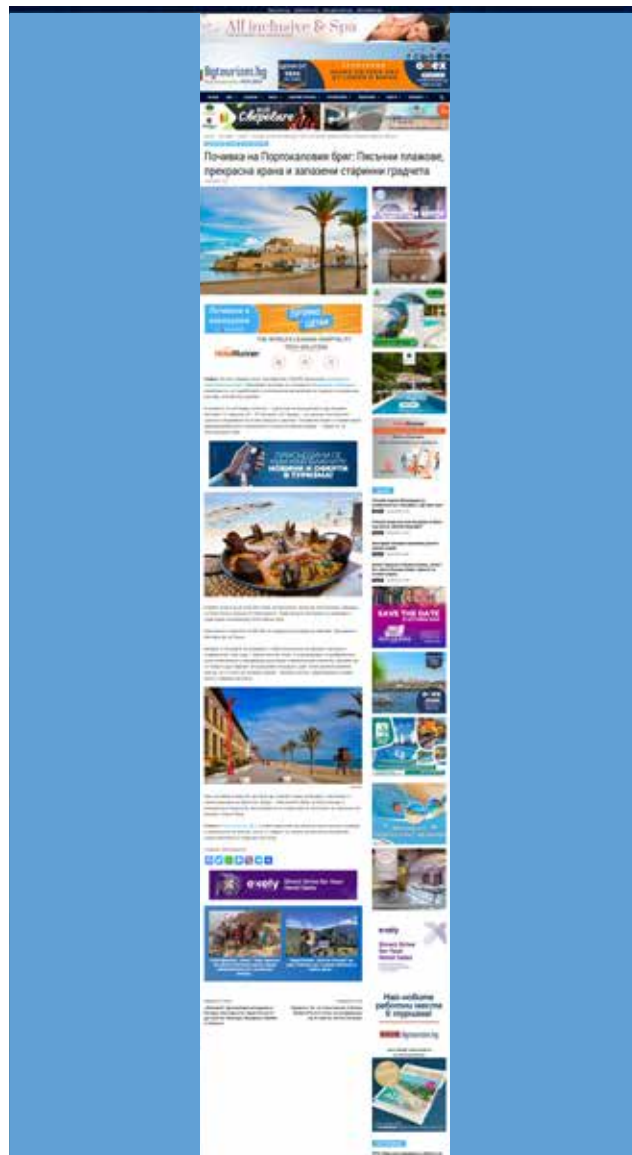
#TheTravelClub #IntroducingCastellon #GVATurisme #Castellon #Spanje #CultureelErfgoed

Ver traducción

◆ Comarketing con el turoperador SOLVEX para el mercado búlgaro

La acción de co-marketing entre Introducing Castellón y el touroperador búlgaro Solvex busca promocionar la región de Castellón como un destino turístico emergente para el mercado de Europa del Este. A través de campañas conjuntas, paquetes vacacionales exclusivos y actividades promocionales, esta alianza destaca las playas mediterráneas, la cultura local y la oferta gastronómica de la provincia. La colaboración busca atraer a más turistas búlgaros, posicionando Castellón como una alternativa atractiva para disfrutar de vacaciones auténticas en el litoral español.

✓ SOLVEX - Publicación en BGtourism, empresa líder de turismo en Bulgaria



- ✓ SOLVEX - Publicación en el portal web solvex.bg promocionando los destinos de la región de Castellón

- ✓ Peñíscola



- ✓ Vinaròs

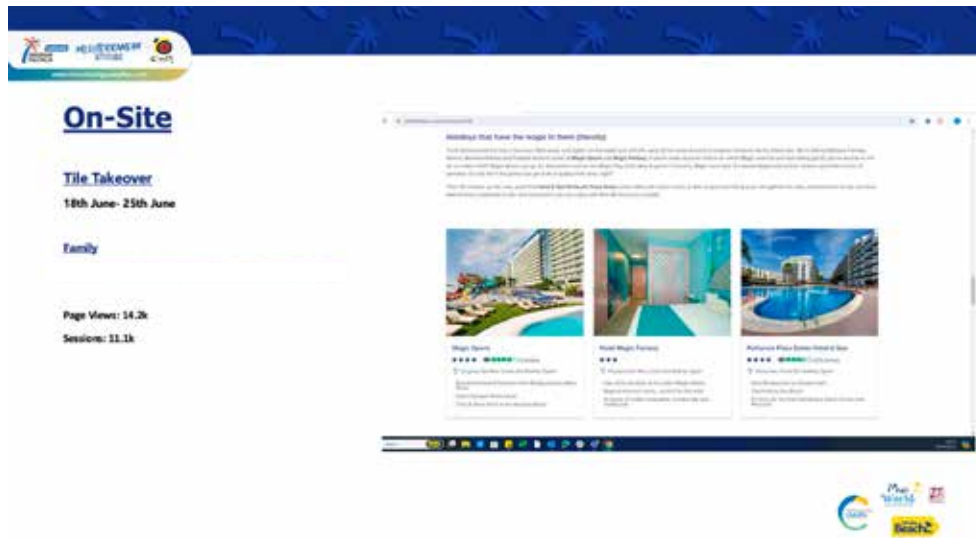


◆ Comarketing con el turoperador ON THE BEACH para el mercado británico

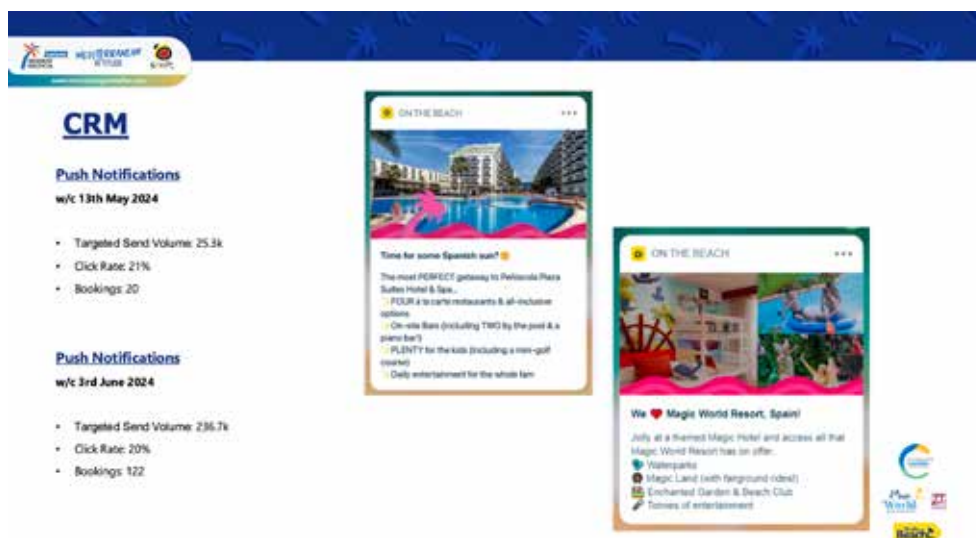
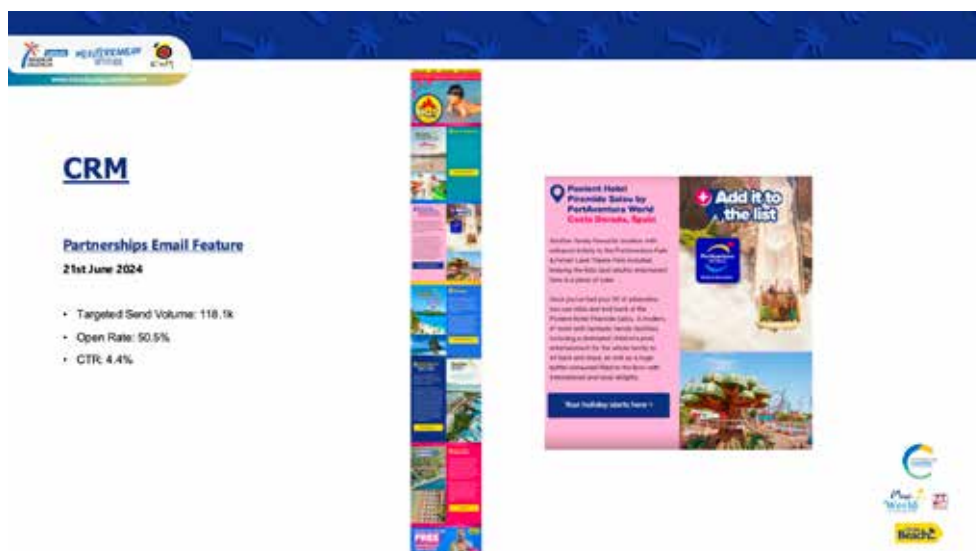
La colaboración de co-marketing entre Introducing Castellón y el touroperador inglés On The Beach tiene como objetivo promocionar la región de Castellón como un destino turístico atractivo para el mercado británico. A través de campañas digitales, ofertas exclusivas y contenidos personalizados, esta alianza resalta las playas, la cultura y la gastronomía de la provincia. La sinergia entre ambas marcas busca aumentar la visibilidad de Castellón y atraer más turistas internacionales, posicionándola como una opción ideal para vacaciones de sol, mar y experiencias auténticas.

✓ ON THE BEACH - On site Marketing





✓ ON THE BEACH - CRM Marketing



CRM

Partnerships Email Feature
w/c 10th July 2024

- Targeted Send Volume: 273.3k
- Open Rate: 48%
- CTR: 4.2%

Add it to the list

P7 Pedrocera Plaza Ronda Hotel & Spa
Spain

Discover the ultimate luxury experience at P7 Pedrocera Plaza Ronda Hotel & Spa, featuring 500 rooms, 100 suites, and a world-class spa. Located in the heart of Castellón, this resort offers unparalleled views and amenities. Book now to secure your stay.

Book it Now

CRM

Solus Email
w/c 13th May

- Targeted Send Volume: 226.6K
- Open Rate: 50.3%
- CTR: 3.6%
- Bookings: 106

We LOVE Beach

Experience the best of Castellón's coastline with our exclusive beach packages. Enjoy sun, sand, and sea with our premium amenities. Book your escape today.

FREE

✓ ON THE BEACH - Social Medias Marketing

Boosted Social Video Package

Instagram + Facebook + TikTok
w/c 25th March

- Platform Reach: 522,000
- Engagement: 411,792
- Engagement Rate: 79%

Magic World Resort

Magic World Resort

Magic World Resort





COMUNICACIÓN

2.2 COMUNICACIÓN

- 2.2.1 • Nuevo Branding** pág. 44
 - Restyling Logotipo
 - Restyling Pastilla Comarketing
 - Firmas correos
 - Tarjetas de visita
 - Restyling Videos
- 2.2.2 Nueva Web del Club de Producto** pág. 48
- 2.2.3 Catálogo 2024** pág. 52
- 2.2.4 • Publicidad** pág. 56
 - Revista Touristik Aktuell - Alemania
 - Revista Travelnews - Suiza
 - Revista Hosteltur - España
 - Revista FVW Meine Reise - Alemania
 - Revista FitReisen - Alemania
- 2.2.5 Gestión RRSS** pág. 66
- 2.2.6 Blog** pág. 74
- 2.2.7 • Materiales y soportes** pág. 78
 - Presentaciones Profesionales
 - Informes eventos
 - Informe Asamblea general 2024
 - Plan acción 2024
 - Plantilla fichas tecnicas Turoperadores
 - Roll up A4 sobremesa
 - Display A4 folding sobremesa
 - Maillot Love Velo
 - Merchandising
- 2.2.8 • Newsletter del Club de Producto** pág. 90
 - Newsletter - Noticias Club de Producto



NUEVO BRANDING

✓ 2.2.1 Nuevo branding de la marca "Introducing Castellón"

Nuevo branding de la marca "Introducing Castellón" cambiando el claim "Your Travel Mate" por "Your New Destination" para enfocar la nueva misión del Club de Producto: posicionar Castellón como el "nuevo" destino turístico en España y en la CV.

◆ Restyling Logotipo



◆ Restyling Logo para acciones de Comarketing

✓ Logotipo para campañas internacionales

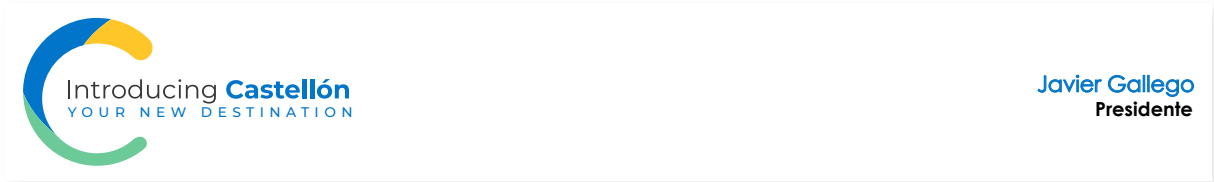


✓ Logotipo para campañas nacionales



◆ Firmas para los correos electronicos del Club de Prodcuto

- ✓ Firma para Javier Gallego, Presidente de Club de Producto



Javier Gallego

- ✉ javier.gallego@zhotels.com
- ☎ +34 964 01 07 09
- 📠 G12964185
- 📍 Calle Antina, 2 12594
Oropesa del Mar Castellón (Spain)
- 🌐 www.introducingcastellon.com
- 📷 📘 Introducing Castellón

◆ Tarjetas de visita para los miembros del Club de Prodcuto

- ✓ Tarjetas para Javier Gallego, Presidente de Club de Producto



- ✓ Tarjetas genéricas para usar en promociones y eventos del Club de Producto



◆ Restyling videos introductivos del Club de Producto

- ✓ Restyling de videos con los nuevos logotipos de IC



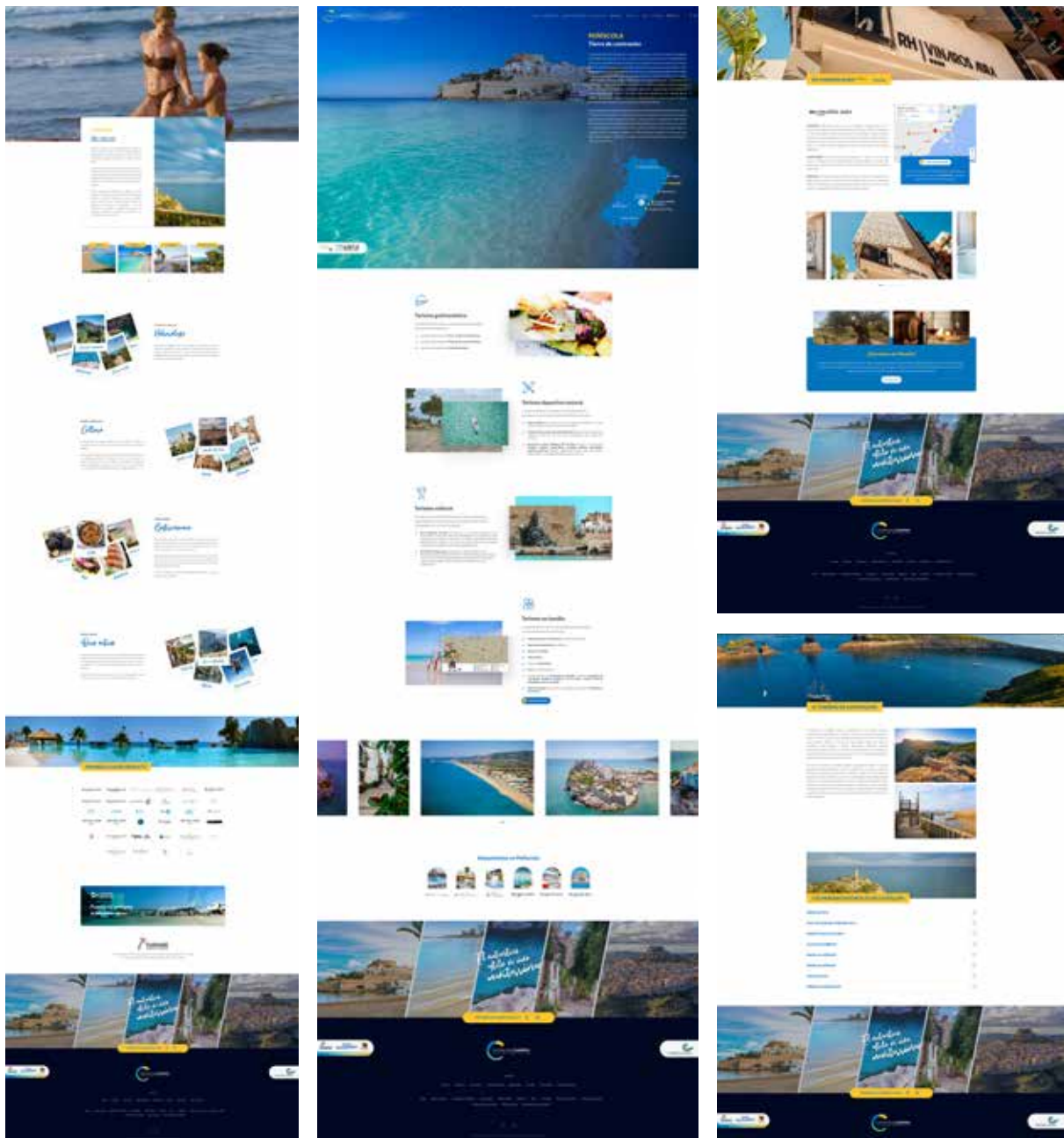


NUEVA WEB DEL CLUB DE PRODUCTO

✓ 2.2.2 Nueva web www.introducingcastellon.com

Puesta en funcionamiento del innovador portal-web del Club de Producto, focalizando el objetivo en la presentación del destino en su conjunto y a continuación explicar con más detalle las posibilidades de oferta complementaria, así como las características de la oferta de alojamiento que compone el Club.

◆ Nueva web www.introducingcastellon.com en español







CATÁLOGO 2024

✓ 2.2.3 Catálogo 2024 del Club de Producto

Diseño, maquetación y elaboración del Catálogo de viajes 2024 del Club de Producto "Introducing Castellón" en idioma español y inglés.

◆ Catálogo 2024 en español



RH DON CARLOS **** Peñíscola

RH DON CARLOS ****

Una maravilla del litoral desde el que las vistas al mar son impresionantes.

SITUACIÓN: Desde la espectacular ubicación en pleno centro de Peñíscola, junto al Palacio de Congressos, el Hotel RH Don Carlos te permitirá disfrutar plenamente de esta localidad, considerando una de las más bellas de la costa valenciana, además de su magnífica Playa Flaca, situada a tan sólo 200 metros del hotel. De separar muy buenas instalaciones junto al Mediterráneo en una ciudad cargada de historia y belleza, disfrutarás de preciosos alojamientos por un precio excepcional. Hazte descubrir uno de los castillos.

HABITACIONES: El Hotel cuenta con amplias habitaciones con terrazas y perfectamente equipadas con aire acondicionado, calefacción, wifi, mini bar, seccion de baño, caja fuerte, secador de pelo, y helador de plasma. Una habitación moderna y elegante en la que el descanso está asegurado.

SERVICIOS: El Hotel completa sus instalaciones con Gimnasio, Spa, Restaurante Buffet y una gran piscina de exterior en su última planta.

MÁS INFORMACIÓN

Comparte el código QR con tu familia y amigos

El auténtico estilo de vida mediterráneo

LA ÚNICA ENTIDAD ESPECIALIZADA EN EL TURISMO DE LA PROVINCIA DE CASTELLÓN

Situada en el norte de la Región de Valencia, la provincia de Castellón es uno de los rincones de España que mejor te permite presenciar su sabor mediterráneo, que se manifiesta con todo su vigor en la variedad y calidad de sus playas, su patrimonio natural y cultural, su gastronomía, y por supuesto, en su bello de mar, todo ello bajo el influjo del fantástico clima mediterráneo.

Por todo ello podemos decir con orgullo, en todo el mundo, que Castellón es uno de los grandes destinos del Mediterráneo español que todos deberíamos experimentar.



EXPERIENCIAS



TURISMO CULTURAL

Inmersión en la cultura del mar

Sumérgete en la rica cultura del mar de Castellón donde la tradición pesquera y el Maestrancho se entremezclan. Descubre mercados de pescado vibrantes, platos de pescados mariscos y siente la autenticidad en cada bocado de la cocina local. Desde antiguas tradiciones hasta modernas experiencias culinarias, te invitamos en la cultura marítima de Castellón en una aventura imprescindible.

- ✓ **Jornada de pesca** en embarcación El Pinaro.
- ✓ **Visita a la Lonja de Pescado de Gros Castelló** para descubrir la historia y tradición, conocer la forma de la lonja y ver las instalaciones.
- ✓ **Visita guiada al Bosc de Castelló**, un paisaje marítimo mediterráneo con paisajes únicos de la zona.



36 CATÁLOGO DE VIAJES 2024 INTRODUCING CASTELLÓN



TURISMO GASTRONÓMICO

Gastronomía y tradición

La tradición cultural de Castellón se mezcla con el paisaje marítimo de Castellón, para ofrecerte una experiencia única de inmersión en una gastronomía local que ofrece una auténtica experiencia gastronómica única. Descubre la riqueza de la provincia a través de sus platos tradicionales que reflejan el carácter de Castellón a sus visitantes ofreciendo platos que mezclan la tradición con la innovación.

- ✓ **Jornada De Cocina Marítima**
- ✓ **Jornadas Gastronómicas Del Ancho Y La Herencia De Castelló**
- ✓ **Concurso Internacional 'Ancho de Castelló'**



IC TURISMO DEPORTIVO

La provincia de Castellón se erige como un destino integral para el turismo deportivo, ofreciendo una combinación única de actividades que van desde el ciclismo y el fútbol hasta los deportes junto al mar y la exploración de la naturaleza a través de sus otros deportes naturales.

El ciclismo, en especial en la variedad de la región, invita a los aficionados a explorar una topografía variada que alcanza desde zonas bajas hasta desafiantes montañas. Las rutas de carretera proporcionan la oportunidad de disfrutar la belleza costera y sumergirse en la historia a través de impresionantes paisajes mediterráneos. Para los amantes de la aventura, los senderos de montaña en parques como la Serra de Espadà ofrecen desafíos emocionantes y vistas impresionantes.

El fútbol, intrínsecamente en la cultura española, encuentra su hogar en Castellón con equipos profesionales y entusiastas aficionados. Desde un partido en el Estadio Municipal de Castellón no solo es una experiencia deportiva, sino también un encuentro con la fuerte pasión de los seguidores locales.

Los deportes junto al mar añaden una dimensión refrescante al turismo deportivo en Castellón. Desde el surf y el paddle surf hasta la natación y el kayak, las aguas del Mar Mediterráneo ofrecen oportunidades emocionantes para los amantes de los deportes acuáticos. Escuelas especializadas garantizan a los visitantes aprender nuevas habilidades y disfrutar del esplendor del entorno marino.

En resumen, Castellón se presenta como un destino turístico deportivo completo, donde la diversidad de opciones se combina con la rica historia, la cultura vibrante y la impresionante naturaleza de la región. Ya sea disfrutando los parques naturales, zambaleando por las aguas cristalinas, disfrutando con el fútbol local o sumergirse en los deportes junto al mar, los visitantes descubrirán que Castellón ofrece una experiencia única e inigualable para los amantes del turismo deportivo.



100 CATÁLOGO DE VIAJES 2024 INTRODUCING CASTELLÓN

i CATÁLOGO 2024 - ESPAÑOL

◆ Catálogo 2024 en inglés





HOTEL & SPA PEÑÍSCOLA PLAZA SUITES *** Peñíscola**

PEÑÍSCOLA PLAZA SUITES *****

LOCATION: The Family Resort is situated on the waterfront of the Peñíscola Playa Hotel. The only Family Holiday Resort in Peñíscola that offers an All-Inclusive option.

ROOMS: 2 to large 28 m² rooms have 6 m² terraces with sea views. All are equipped with hair double beds (no additional beds available), television, telephone, writing desk, air conditioning, heating (depending on the season), safe, mini bar (refrigerated), bathroom, hair, shower, WC, baby cot/crib.

and, holidays, magnificent views, amenities and telephone.

SERVICES: The only hotel in Peñíscola to offer an All-Inclusive option.

The installations include Gym, Spa, children's swimming pool, adult swimming pool, games room, playground, recreation facilities, mini golf, hairdresser, drycleaning, animation, laundry and linen.

MORE INFORMATION



Scan the code and access the hotel.




22 TRAVEL CATALOGUE 2024 INTRODUCING CASTELLÓN



The authentic mediterranean lifestyle

THE ONLY ENTITY ESPECIALLY DEVOTED TO THE PROVINCE OF CASTELLÓN

Located in the north of the Valencia Region, the province of Castellón is one of the areas of Spain that has best preserved its Mediterranean spirit, which is manifested in all its spheres in the serenity and quality of its beaches, its natural and cultural heritage, its gastronomy and of course, in its way of life, all under the influence of the benevolent Mediterranean climate.

For all these reasons, we can proudly say without fear of it that Castellón is one of the great destinations of the Spanish Mediterranean that we should all experience.



EXPERIENCES

GASTRONOMIC TOURISM

Gastronomic experiences

Different gastronomic events throughout the year:

- ✓ **Saltwater:** Day of the **Sea and the Baites of Peñíscola**.
- ✓ **Gastronomic Day of the Octopus of the Fish Market of Peñíscola.**
- ✓ **Gastronomic Day of Traditional dishes.**



CULTURAL TOURISM

Immense joyous in Peñíscola's magical Film Studio and discover the mystery of Pope Luna's Cave. A unique fusion of history and cinematography that will captivate you with its splendour.

- ✓ **Peñíscola cinema festival:** a route that allows you to discover the 14 most outstanding locations in the city that have served as natural backdrops for international films.
- ✓ **Pope Luna's Caves:** Peñíscola's missing Cave of Pope Luna, witness to centuries of history, rises mysteriously over the sea.



29 TRAVEL CATALOGUE 2024 INTRODUCING CASTELLÓN



SIERRA CALDERONA

The Sierra Calderona was declared a Natural Park in 2002 and long before that it held a special place in the hearts of nature lovers. It is one of the most beautiful landscapes in the Valencian Community and stretches through the regions of Camp de Morvedre, Horta and Camp de Túria. If you like mountaineering, this is the place for you, don't hesitate! The mountain range separates the river basins of the Ribera to the north and the Turia and Cardener to the south.

So let's go to create a landscape with an abundance of pines and cork oaks. The highest peak in the natural park is Gargal, at 957 metres, accessible from Gargal and Chocón. If you are looking for a great vantage point from which to see the neighbouring regions, the summit of Gargal isn't so the place to go it can be reached from Serra, Pedernera or Segal and its 160 m² hectares are a hotbed of names, slopes and trails with a wide variety of flora and fauna. The long-distance footpath (GR-101) that runs from Royal to Benlloch is ideal for hiking. There are also 4 routes that make up the Senderos de Peñíscola Recreativa (Short Trails).

The important thing is to make the most of the wonderful nature surroundings at your disposal.

MORE INFORMATION



Scan the code and access the park.



112 TRAVEL CATALOGUE 2024 INTRODUCING CASTELLÓN



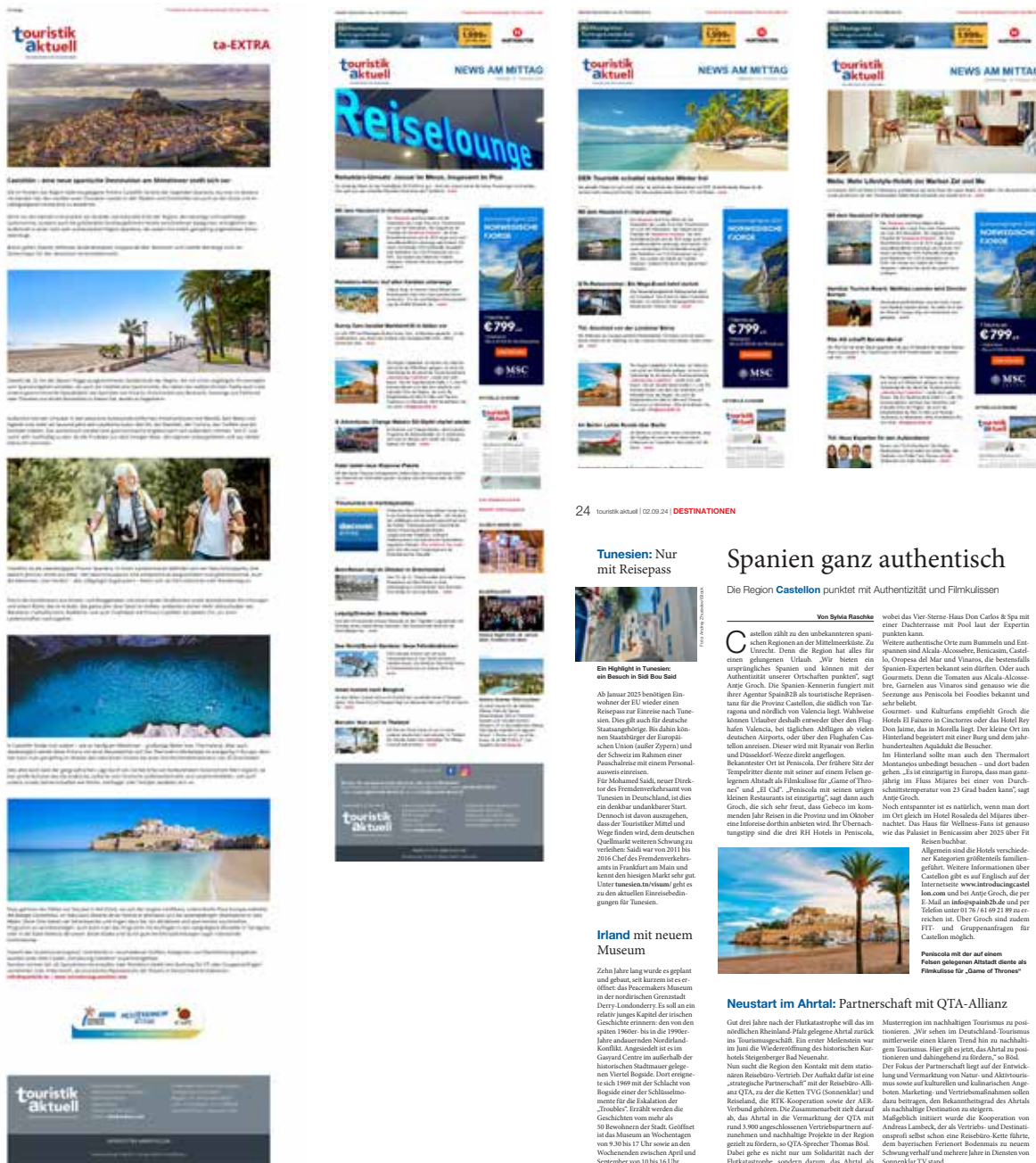
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

✓ 2.2.4 Campañas de publicidad del Club de Producto

Realización de artes finales de anuncios y piezas comerciales para campañas de publicidad con distintos turoperadores en distintos mercados de actuación.

◆ Revista Turistik Aktuell - Mercado alemán

Realización de artes finales de anuncios y piezas comerciales para los newsletters contratados y la revista publicada por Touristik Aktuell, revista líder en sector turístico de Alemania.



24 touristik aktuell | 02.09.24 | DESTINATIONEN

Tunesien: Nur mit Reisepass

Ab Januar 2025 benötigen Einwohner der EU wieder einen Reisepass zur Einreise nach Tunesien. Dies gilt auch für deutsche Staatsangehörige. Bis dahin können Reisende der Europäischen Union (außer Zypern) und der Schweiz im Rahmen einer Pauschalreise mit einem Personalausweis einreisen. Für Mohamed Said, neuer Direktor des Fremdenverkehrsamt von Tunesien in Deutschland, ist dies ein denkbar undankbarer Start. Dennoch ist davon auszugehen, dass der Touristik Markt und Wege finden wird, dem deutschen Qualitätsurlaub weiteren Schwung zu verleihen. Said war von 2011 bis 2016 Chef des Fremdenverkehrsamt in Frankfurt am Main und kennt den hiesigen Markt sehr gut. Unser tuesien.tourismus/ geht es zu den aktuellen Einreisebedingungen für Tunesien.

Irland mit neuem Museum

Zehn Jahre lang wurde es geplant und gebaut, sei kurzem ist es eröffnet: das Pezomakers Museum in der nordischen Grafschaft Derry Londonderry. Es soll an ein relativ junges Kapitel der irischen Geschichte erinnern: den von den späten 1960er- bis in die 1990er-Jahre andauernden Nordirland-Konflikt. Angesichts ist es im Gayard Centre im äußersten der historischen Stadtmauer gelegenen Viertel Bogside. Dort ereignete sich 1969 mit der Schlacht von Bogside einer der Schlüsselmomente für die Eskalation der 'Troubles'. Erzählt werden die Geschichten von mehr als 50 Bewohnern der Stadt. Geöffnet ist das Museum an Wochentagen von 9.30 bis 17 Uhr sowie am Wochenende zwischen April und September von 10 bis 16 Uhr.

Spanien ganz authentisch

Die Region Castellón punktet mit Authentizität und Filmkulissen

Castellón zählt zu den unbekannteren spanischen Regionen an der Mittelmeerküste. Zu Unrecht. Denn die Region hat alles für einen gelungenen Urlaub. „Wir bieten ein ursprüngliches Spanien und können mit der Authentizität unserer Ortschaften punkten“, sagt Antje Groch. Die Spanien-Kennerin fungiert mit ihrer Agentur Spain24 als touristische Repräsentant für die Provinz Castellón, die südlich von Tarazona und nördlich von Valencia liegt. Wahre Reisekennner werden mit Rymar von Berlin und Düsseldorf Wurz direkt angefragt. Bekanntester Ort ist Peniscola. Der frühere Sitz der Tempelritter diente mit seiner auf einem Felsen gelegenen Altstadt als Filmkulisse für „Game of Thrones“ und „El Cid“. „Peniscola mit seinen urigen kleinen Restaurants ist einseitig“, sagt dann auch Groch, die sich sehr freut, dass Gebece im kommenden Jahr Reisen in die Provinz und im Oktober eine Infotour dorthin anbieten wird. Ihr Übernachtungstipp sind die drei RH Hotels in Peniscola, wobei das Vier-Sterne-Haus Don Carlos & Spa mit einer Dachterrasse mit Pool laut der Experten punkten kann. Weitere authentische Orte zum Bummeln und Entspannen sind Alcala-Alossebre, Benicassim, Castellón, Oropesa del Mar und Vinaro, die bestenfalls Spanien-Experten bekannt sein dürften. Oder nach Gourmets. Denn die Tomaten aus Alcala-Alossebre, Gatares aus Vinaro sind genauso wie die Serrano aus Peniscola bei Foodies bekannt und sehr beliebt. Gourmets und Kulturfans empfiehlt Groch die Hotels El Fatoro in Cincorres oder das Hotel Rey Don Jaime, das in Morella liegt. Der kleine Ort im Hinterland begeistert mit einer Burg und dem über hundertjährigen Aquädukt die Besucher. Im Hinterland sollte man auch den Thermalort Montanjos unbedingt besuchen – und dort baden gehen. „Es ist einzigartig in Europa, dass man ganzjährig im Fluss Mijares bei einer Wassertemperatur von 23 Grad baden kann“, sagt Antje Groch. Noch entspannter ist es natürlich, wenn man dort im Ort gleich im Hotel Rosaldu del Mijares übernachtet. Das Haus für Wellness-Fans ist genauso wie das Palast in Benicassim aber 2025 über Fit Reisen buchbar.

Allgemein sind die Hotels verschieder Kategorien größtenteils familiengeführt. Weitere Informationen über Castellón gibt es auf Englisch auf der Internetseite www.introduccioncastellon.com und bei Antje Groch, die per E-Mail an info@spain24.de und per Telefon unter 0170 61 81 21 89 erreichbar ist. Über Groch sind zudem FIT- und Gruppenfragen für Castellón möglich.

Peniscola mit der auf einem Felsen gelegenen Altstadt diente als Filmkulisse für „Game of Thrones“

Neustart im Ahrtal: Partnerschaft mit QTA-Allianz

Gut drei Jahre nach der Flutkatastrophe will das im nördlichen Rheinland-Pfalz gelegene Ahrtal zurück ins Tourismusgeschäft. Ein erster Meilenstein war im Juni die Wiedereröffnung des historischen Kurhauses Siegenberger Bad Neuenahr. Nun sucht die Region den Kontakt mit dem stationären Reisebüro-Vertrieb. Der Auftakt dafür ist eine „strategische Partnerschaft“ mit der Reisebüro-Allianz QTA, zu der die Ketten TVG (Sonnensklar) und Reise24, die RTK-Kooperation sowie der AER-Verband gehören. Die Zusammenarbeit soll darauf ab, das Ahrtal in die Vermarktung der QTA mit rund 3.000 angeschlossenen Vertriebspartnern aufzunehmen und nachhaltige Projekte in der Region gezielt zu fördern, so QTA-Sprecher Thomas Köhl. Dabei geht es nicht nur um Solidarität nach der Flutkatastrophe, sondern darum, das Ahrtal als Masterregion im nachhaltigen Tourismus zu positionieren. „Wir sehen im Deutschland-Tourismus mittlerweile einen klaren Trend hin zu nachhaltigem Tourismus. Hier gibt es jetzt, das Ahrtal zu positionieren und fähigste zu werden.“ Der Fokus der Partnerschaft liegt auf der Entwicklung und Vermarktung von Natur- und Aktivtourismus sowie auf kulturellen und kulinarischen Angeboten. Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sollen dazu beitragen, den Bekanntheitsgrad des Ahrtals als nachhaltige Destination zu steigern. Möglicherweise initiiert wurde die Kooperation von Andreas Lambach, der als Vertriebs- und Destinationsopfer schon eine Reisebüro-Kette führte, dem bayrischen Festival Bodenmais und seinem Schwager verband und mehrere Jahre in Diensten von Sonnensklar TV stand.

◆ Revista Travelnews - Mercado suizo

Realización de artes finales de anuncios y piezas comerciales para los newsletters contratados y la revista publicada por TravelNews, revista líder en el sector turístico de Suiza. Esta actuación, se hace en comarketing con la Oficina Española de Turismo de España en Suiza.



Der authentische mediterrane Lebensstil

Die im Norden der Region Valencia gelegene Provinz Castellón, ist eine der Gegendern Spaniens, wo man es am besten verstanden hat, den mediterranen Charakter zu bewahren. Dieser Reichtum zeigt sich durch die Vielzahl und Qualität der Strände, dem natürlichen und kulturellen Erbe der Region, der Gastronomie und natürlich dem einzigartigen „Lifestyle“, welchen man nur unter dem Einfluss des milden mediterranen Klimas Spaniens (er)leben kann.

Aufgrund dieser touristischen USPs, zählt die Provinz Castellón schon lange zu einem der beliebtesten Reiseziele für spanische Gäste. Aufgrund der günstigen Verkehrsanbindung, dank der Autobahn A-7, welche die gesamte Provinz durchquert und der Anbindung durch die beiden Flughäfen in der Region, dem neuen, 2017 eingeweihten Flughafen von Castellón, der 30 Minuten entfernt liegt, und dem Flughafen von Valencia, in 60 Minuten Entfernung, bietet Castellón eine gute und schnelle Erreichbarkeit.

<https://www.introducingcastellon.com/en/index.html>



Die Paella in ihren vielen Varianten ist eines der typischsten Gerichte der Gastronomie in der Region Castellón.

Gastronomie

Heute sind Vinarós, Peñíscola, Alcalá-Alcassobre, Oropesa del Mar, Benicassim und Castellón nicht nur bei den spanischen Besuchern bekannte Orte und werden von allen Besuchern sehr geschätzt, da sie außer den wunderbaren Sandstränden und dem sauberen Wasser in der Region gibt es 32 Strände mit der Blauen Flagge, einer Anerkennung der Wasserqualität der EU- eine authentische, mediterrane Gastronomie genießen können, denn es gibt neben der weltberühmten Paella, in ihren verschiedenen Versionen, auch viele andere gastronomische Spezialitäten wie Garnelen aus Vinarós, Antschocken aus Benicarló, Seezunge aus Peñíscola oder Tomaten aus Alcalá-Alcassobre.

Außerdem kann durch die nicht weit entfernt gelegenen Orte im Hinterland wie Morella, Sant Mateu und Segorbe, die in weniger als einer Stunde mit dem Auto zu erreichen sind, eine mehr als tausend Jahre alte gastronomische Kultur des Öl, der Mandeln, Turróns, Trüffel, Eintöpfe und Fleischgerichte kennenlernen, die die kulinarische Tradition der Provinz charakterisieren. Das authentisch mediterrane gastronomische Angebot kann sich außerdem rühmen, „km 0“ und somit sehr nachhaltig zu sein, da alle Produkte aus dem hiesigen Meer, den eigenen Obstanbaugebieten und aus lokaler Viehzucht stammen.

<https://www.introducingcastellon.com/en/index.html>



Walden, Seen und grüne Joggien, Nat'parks oder einfach nur genießen.

Natur

Castellón ist die zweitbergigste Provinz Spaniens, und in ihrem Landesinneren befinden sich vier Naturschutzparks, die Sierra de Espadán, Tinieba de Benifassá, Penyagolosa und Sierra Calderona. Aufgrund seiner Lage am Mittelmeer gibt es drei weitere Naturschutzparks, die ans Meer grenzen, die Sierra de Irta, Prat de Cabanes und Desierto de las Palmas, die alle ordnungsgemäß ausgeschildert und gekennzeichnet sind. In allen Naturschutzparks ist es möglich, individuell oder in organisierten Gruppen unter anderem Wanderungen, Radtouren oder Vogelbeobachtungen durchzuführen. Hervorzuheben ist auch der Naturpark der Islas Columbretes, ein wahres Sanktuarium für Meerestiere, das aus drei kleinen unbewohnten Inseln besteht, die tagsüber besucht, und wo auf dem spektakulären Meereshoden Tauchaktivitäten durchgeführt werden können.

Durch diese Kombination aus Gebieten am Meer und der Nähe zu Berggebieten mit einem ausgedehnten Netz gut erhaltener Straßen sowie spezialisierten Einrichtungen und einem mediterranen Klima, welches es ermöglicht, das ganze Jahr über Sport zu machen, werden Sie immer mehr begeistert sein. Lassen Sie sich von den wunderschönen



◆ Revista Hosteltur - Mercado nacional

Elaboración de anuncios para la inserción en la revista de Hosteltur, coincidiendo con la edición del número especial con motivo de Fitur 2024.

Introduciendo Castellón

El auténtico estilo de vida mediterráneo

LA ÚNICA ENTIDAD ESPECIALIZADA EN EL TURISMO DE LA PROVINCIA DE CASTELLÓN

Situada al norte de la Comunidad Valenciana, Castellón es una de las zonas de España que mejor ha conservado su sabor mediterráneo, como lo ejemplifica la calidad de sus playas, su gastronomía, cultura y estilo de vida.

Por todo ello, podemos decir con orgullo -sin temor a parcialidades- que Castellón es uno de los grandes destinos del Mediterráneo español que todos deberíamos experimentar.

COMUNITAT VALENCIANA | Mediterráneo EN VIVO | CIPAV

ENTREVISTA

Enero 2024

aviación sostenible y, por eso, intentamos mejorar y establecer retos cada vez más exigentes.

¿Cuáles son esos retos y objetivos?

Para alcanzar nuestras metas, hace unos años pusimos en marcha nuestro programa Volotea, basado en cinco pilares: un modelo de negocio eficiente, la reducción de las emisiones de CO2, innovación y desarrollo, compensación de emisiones y transparencia. Este programa de sostenibilidad ha superado por segundo año consecutivo la exhaustiva auditoría de Bureau Veritas que ratifica nuestro compromiso con la aviación sostenible.

De hecho, desde que comenzamos a operar en el año 2012, hemos puesto en marcha más de 50 iniciativas que están teniendo ya su impacto en la sociedad.

En cuanto a innovación en nuestros combustibles, a partir de 2022, Volotea empezó a introducir los combustibles de aviación sostenibles (SAF, por sus siglas en inglés) en sus aviones. La más destacada es la renovación de nuestra flota de avio-

Volotea se ha fijado reducir sus emisiones directas de CO2 en un 58% para 2030

nes, pasando de los Boeing 717, a una flota de más de 41 Airbus A319 y A320, más limpia y eficiente.

La compañía colabora con varios proveedores para promover el desarrollo de estos combustibles a partir de materias primas circulares, así como otras alternativas energéticas como el hidrógeno verde y la electrificación. Solo el año pasado, Volotea utilizó 481.000 litros de combustible sostenible (SAF), lo que representa una de las proporciones más altas del sector en Europa. En esta línea, tenemos un acuerdo con Airbus para operar los vuelos de su shuttle entre Hamburgo y Toulouse utilizando un 34% de SAF.

¿Cree que las aerolíneas van a alcanzar los objetivos de descarbonización que se han propuesto para 2030 y 2050?

Las empresas tienen la responsabilidad de evolucionar y adaptarse para lograr alternativas cada vez más sostenibles. En el sector de la aviación, esta responsabilidad es aún más apremiante, y es un deber que desde las aerolíneas asumimos con compromiso y responsabilidad. La aviación representa entre el 2 y el 3% de las emisiones de CO2 a nivel mundial y es uno de los sectores que enfrenta mayores retos en su descarbonización.

Sin embargo, el sector de la aviación desempeña un papel fundamental en la economía y el turismo a nivel global, y es un motor esencial para el desarrollo económico y el enriquecimiento cultural. No solo facilita la conectividad entre países y continentes, sino que también genera empleo y contribuye significativamente al crecimiento de la economía local. Somos conscientes de que es nuestra responsabilidad como industria aunar esfuerzos y trabajar juntos para seguir implementando prácticas responsables e invirtiendo en innovación y nuevas tecnologías que permitan la descarbonización progresiva de este sector clave para la economía mundial. ■

Introduciendo Castellón

El auténtico estilo de vida mediterráneo

LA ÚNICA ENTIDAD ESPECIALIZADA EN EL TURISMO DE LA PROVINCIA DE CASTELLÓN

Situada al norte de la Comunidad Valenciana, Castellón es una de las zonas de España que mejor ha conservado su sabor mediterráneo, como lo ejemplifica la calidad de sus playas, su gastronomía, cultura y estilo de vida.

Por todo ello, podemos decir con orgullo -sin temor a parcialidades- que Castellón es uno de los grandes destinos del Mediterráneo español que todos deberíamos experimentar.

COMUNITAT VALENCIANA | Mediterráneo EN VIVO | CIPAV

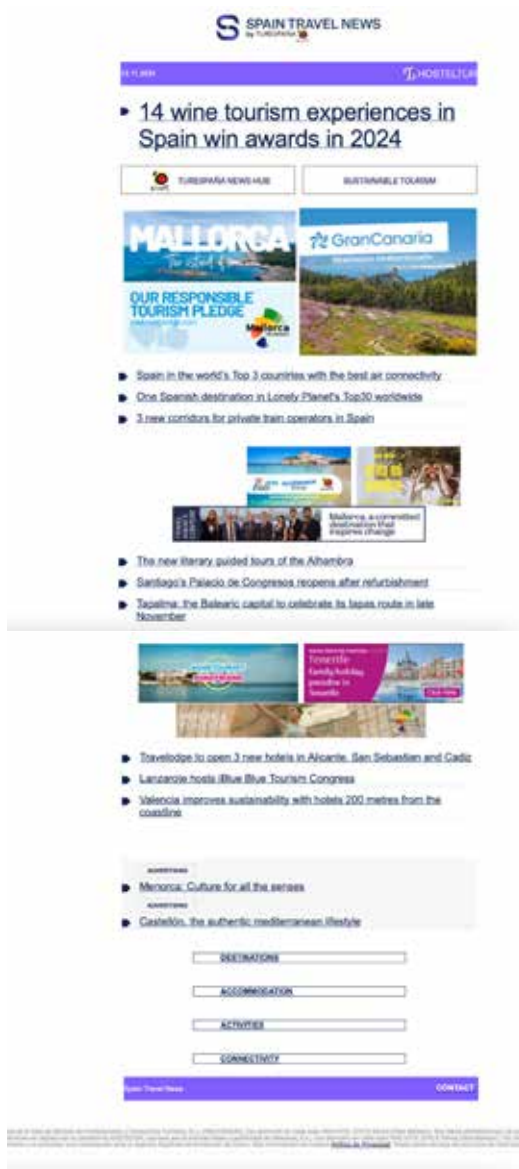
144

HOSTELTUR

◆ Revista Hosteltur - Mercado británico

Elaboración de banner para la newsletter de Hosteltur para el mercado británico y de un publireportaje publicado en el portal de Hosteltur UK con motivo de World Travel Market 2024 para el mercado británico.

✓ Hosteltur Uk - Newsletters Noviembre 2024 con enlace al publireportaje





SPAIN TRAVEL NEWS
by TURESPANA

ESTADÍSTICAS BANNER
INTRODUCING CASTELLÓN

FECHA DE PUBLICACIÓN
13/11/24

DESTINATARIOS
+4.500

APERTURA NEWSLETTER
46,5%

VISUALIZACIONES BANNER
15.685

VISUALIZACIONES ARTÍCULO
624

SPAINTRAVELNEWS.DE

The screenshot shows a banner for Castellón on the website. The banner features a scenic view of a coastal town with palm trees and a blue sky. Below the banner, there are several smaller images and text blocks, including a section titled "10 new luxury experiences in Spain with awards in 2024".

Datos de contacto:
Angus López
+34 911 73 20 73
angus.lopez@hosteltur.com

✓ Hosteltur Uk - Publireportaje con motivo World Travel Market 2024



i LINK PUBLIREPORTAJE

◆ Revista digital FWV Meine Reise - Mercado alemán

Meine Reise es una revista de viajes alemana dirigida a entusiastas del turismo y exploradores del mundo. Reconocida por su contenido de alta calidad, presenta destinos fascinantes, recomendaciones prácticas y consejos para viajeros de todo tipo. Con un enfoque en experiencias auténticas, sostenibles y memorables, Meine Reise inspira a sus lectores a descubrir lugares únicos, desde rincones europeos poco conocidos hasta paraísos exóticos en todo el mundo.

✓ FWV MEINE REISE - Anuncio en la revista número 5/2024

Titel Ab in die Sonne

Curaçao ist die größte der ABC-Inseln – und vielseitig. Mehr als 50 Nationalitäten leben hier. Nach den Spaniern und Portugiesen kämpften Engländer, Niederländer und Franzosen um die Insel. Seit 2010 ist das Land innerhalb des Königreichs der Niederlande unabhängig. 40 Stunden wie der Grote Knip oder der Kezaeps Beach mit türkisblauem Wasser und wilde Kakteenlandschaften bestimmen das Bild. Die Insel ist wie Bonaire sehr beliebt bei Tauchern, weil sie hier die Riffe auf eigene Faust erkunden können. Wild und unzugänglich zeigt sich die rauer Ostseite der Insel, wo im Christoffelpark herrliche Wanderwege mit Aussicht locken. Europäisch temperamantevoll präsentiert sich die Inselhauptstadt Willemstad, die von der Unesco als Weltkulturerbe ausgezeichnet wurde. Grachten und pastellfarbene Giebelhäuser sind die



Sonnige Aussichten
Attraktiver Rooftop Beach lässt es sich ausbaden

Postkartenmotive in Willemstad, dem „Amsterdam der Karibik“. Die gegenüberliegenden Stadtteile Otrobanda und Punda sind durch die Königin-Emma-Brücke verbunden. Ein Spektakel, wenn die „Swinging Old Lady“ genannte Verbindung zur Seite gefahren wird, um Platz für den Schiffsverkehr zu machen.

Passiert man die kleinen Gassen, erreicht man an einem Seitenkanal Waagpijl mit den Floating Markets, wo Händler aus Venezuela frische Früchte verkaufen. Wenige Schritte weiter erreicht man den Old Market Plaza Bleu – ein Fest für den Gaumen. Wichtige Töpfe köcheln hier über offenem Feuer. Dicht an dicht stehen Bierzeltische vor zahlreichen Kochstationen. Hier kann man die authentische und deftig-rustikale Küche kennenlernen.

Begegnungen der besonderen Art
Auf Curaçao kann man viel erleben. So bietet das Sea Aquarium an, mit Delfinen zu schwimmen, schnorcheln und sogar



Buntes Erlebnis Karneval auf Curaçao

Reisen macht Spaß!
Ihr Reisebüro berät Sie ganz **persönlich** mit maßgeschneiderten Angeboten Ob nah oder fern für die schönste Zeit des Jahres.

ME Meine Reise 5/2024

Ab in die Sonne Titel

zu tauchen. Dabei handelt es sich nicht um ein gekacheltes Delfinarium, sondern um ein Areal mit halb offenem Korallenriff und Meerzoo.

Der türkisblaue Likie Blue Curaçao ist weltbekannt, aber nicht lizenziert, weshalb es überall Kopien gibt. In der Curaçao Liqueur Distillery in Willemstad (curacaoaliquor.com) kann man leckere Cocktails seit dem Original kosten und einen Einblick in die Herstellung und Geschichte der Firma gewinnen.

Die Substation Curaçao (substation-curaçao.com) hat das einzige Tiefseetauchboot der Welt, mit dem Touristen bis auf 320 Meter Tiefe ins Meer hinabtauchen können. Der Preis beträgt allerdings pro Person: 425 bis 650 US-Dollar. Doch der 45 bis 90 Minuten lange Tauchgang bietet Einblicke, die man nie vergessen wird. Und dann ist da noch der Christoffelpark (christoffelpark.org), den man im Geländewagen befahren kann. Wer hoch hinaus will, erklimmt den 375 Meter hohen Sint-Christoffelberg, um die einzigartige Panoramaaussicht zu genießen.

Info: curacao.com

PREIS €
Tiefseetauchboot
ab 425 €

ANUNCIOS

Castellón - das authentische Spanien entdecken

Castellón, im Norden der Region Valencia gelegen, ist Spaniens Geheimtipp für Reisende, die Authentizität und Vielfalt suchen. Hier treffen mediterrane Strände mit blauer Flagge auf traditionelle Dörfer wie Morella und Perilloca. Die Region lockt mit Wellness-Quellen wie Montanejos, wo ein ganzjährig 23 °C warmer Thermal Fluss Entspannung in natürlicher Umgebung bietet, sowie einem modernen Zentrum für Thalassotherapie. Die Küche? Ein Fest der Sinne: Von Garnelen aus Vinaròs bis zu Trüffeln aus dem Landesinneren – alles frisch und nachhaltig. Dazu: Naturparks, die sich perfekt für Wanderungen oder Vogelbeobachtung eignen. Castellón vereint Kultur, Kulinarik und Wohlbefinden – ein mediterraner Traum, der das ganze Jahr über begeistert. www.introducingcastellon.com
info@spain2b.de Deutsche Repräsentanz



i VER ANUNCIO REVISTA

✓ **FVW MEINE REISE - Anuncio en la revista número 6/2024**

Titel Ab in die Sonne

Curaçao ist die größte der ABC-Inseln – und vielseitig. Mehr als 50 Nationalitäten leben hier. Nach den Spaniern und Portugiesen kämpfen Engländer, Niederländer und Franzosen um die Insel. Seit 2010 ist das Land innerhalb des Königreichs der Niederlande unabhängige 40-Strände wie der Grote Knip oder der Kewena Beach mit türkisblauem Wasser und wilde Küstenlandschaften bestimmen das Bild. Die Insel ist wie Bonaire sehr beliebt bei Tauchern, weil sie hier die Riffe auf eigene Faust erkunden können. Wild und unzugänglich zeigt sich die rauer Ostseite der Insel, wo im Christoffelpark herrliche Wanderwege mit Aussicht locken.

Europäisch temperamentvoll präsentiert sich die Inselhauptstadt Willemstad, die von der Unesco als Weltkulturerbe ausgezeichnet wurde. Grachten und pastellfarbene Giebelhäuser sind die



Sonntags Ausweichen
Attraktiv: Sonntags Beach. Bleibt es sich aushalten.

Postkartenmotive in Willemstad, dem „Amsterdam der Karibik“. Die gegenüberliegenden Stadtteile Oranjestad und Punda sind durch die Königin-Emma-Brücke verbunden. Ein Spektakel, wenn die „Swinging Old Lady“ genannte Verbindung zur Seite gefahren wird, um Platz für den Schiffsverkehr zu machen.

Passiert man die kleinen Cascos, erreicht man an einem Seitenkanal Waagat mit dem Floating Markots, wo Händler aus Venezuela frische Früchte verkaufen. Wenige Schritte weiter erreicht man den Old Market Plaza Bleu – ein Fest für den Gaumen. Wichtige Töpfe köcheln hier über offenem Feuer. Dicht an dicht stehen Bierzeitsche vor zahlreichen Kochstationen. Hier kann man die authentische und deftig-rustikale Küche kennenlernen.

Begegnungen der besonderen Art

Auf Curaçao kann man viel erleben. So bietet das Sea Aquarium an, mit Delfinen zu schwimmen, schnorcheln und sogar



Buntes Erlebnis Karneval auf Curaçao



Reisen macht Spaß!

Ihr Reisebüro berät Sie ganz **persönlich** mit maßgeschneiderten Angeboten Ob nah oder fern für die schönste Zeit des Jahres.

88 Meine Reise 5/2024

Ab in die Sonne **Titel**

zu tauchen. Dabei handelt es sich nicht um ein gekacheltes Delfinarium, sondern um ein Areal mit halb offenem Korallenriff und Meerzugang.

Der türkisblaue Likör Blue Curaçao ist weltbekannt, aber nicht lizenziert, weshalb es überall Kopien gibt. In der Curaçao Liqueur Distillery in Willemstad (curacao liqueur.com) kann man leckere Cocktails mit dem Original kosten und einen Einblick in die Herstellung und Geschichte der Firma gewinnen.

Die Substation Curaçao (substation-curaçao.com) hat das einzige Tiefseetauchboot der Welt, mit dem Touristen bis auf 120 Meter Tiefe ins Meer hinabtauchen können. Der Preis beträgt allerdings pro Person: 425 bis 650 US-Dollar. Doch der 45 bis 90 Minuten lange Tauch-



Wasserviel Tauchgänge

gang bietet Einblicke, die man nie vergessen wird. Und dann ist da noch der Christoffelpark (christoffelpark.org), den man im Geländewagen befahren kann. Vier hoch hinaus will, erwandert den 375 Meter hohen Sint-Christoffelberg, um die einzigartige Panoramaaussicht zu genießen.

Infos: curacao.com

Plus 4
Wiederholung
1924

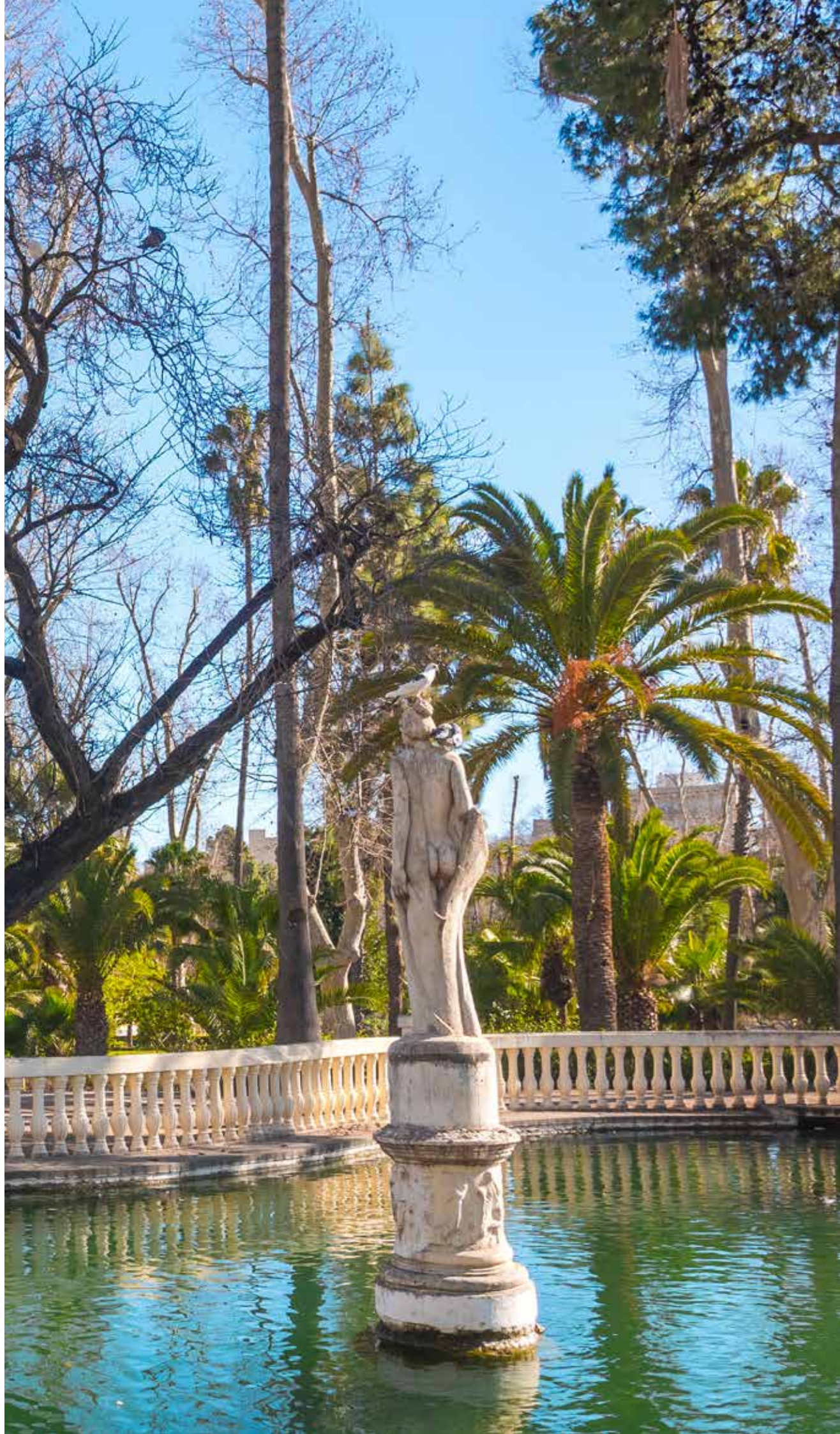
ANUNCIOS

Castellón – das authentische Spanien entdecken

Castellón, im Norden der Region Valencia gelegen, ist Spaniens Geheimtipp für Reisende, die Authentizität und Vielfalt suchen. Hier treffen mediterrane Strände mit blauer Flagge auf traditionelle Dörfer wie Morella und Peñíscola. Die Region lockt mit Wellness-Clubs wie Montanejos, wo ein gardjährig 23 °C warmer Thermal Fluss Entspannung in natürlicher Umgebung bietet, sowie einem modernen Zentrum für Thalassotherapie. Die Küche? Ein Fest der Sinne: Von Garnelen aus Vinarós bis zu Trüffeln aus dem Landesinneren – alles frisch und nachhaltig. Dazu: Naturparks, die sich perfekt für Wanderungen oder Vogelbeobachtung eignen. Castellón vereint Kultur, Kulinarik und Wohlbefinden – ein mediterräner Traum, der das ganze Jahr über begeistert. www.introducingcastellon.com info@spain24.de Deutsche Repräsentanz



i VER ANUNCIO REVISTA





GESTIÓN DE RRSS

✓ 2.2.5 Gestión de RRSS

Se presenta la descripción y los resultados obtenidos de las acciones de promoción en redes sociales vinculada al portal Introducingcastellon.com perteneciente al Club de Producto Introducing Castellón durante el año 2024.

◆ Acción 1: Social Media

✓ Descripción

Con el objetivo generar una vinculación emocional entre los productos experienciales de Introducing Castellón, se propone un plan de dinamización social media en las redes sociales Facebook e Instagram.

Mensualmente se ha creado una agenda de contenidos en la cual se detallará el copy de la publicación, la temática, la imagen gráfica y el objetivo de la misma (tráfico, engagement, conversión, información, etc.).

Objetivo cuantitativo: Engagement (Generar vinculación emocional) con la marca Introducing Castellón.

✓ Objetivos

- ✓ **Comunidad.** Crear una comunidad de usuarios en torno a la marca turística Introducing Castellón del mercado nacional y europeo objetivo.
- ✓ **Información.** Dar a conocer las distintas experiencias turísticas catalogadas en Introducing Castellón.
- ✓ **Fidelización.** Crear una vinculación emocional con la oferta turística y sus potenciales clientes.
- ✓ **Comunicación.** Ofrecer una nueva herramienta de comunicación entre Introducing Castellón y los potenciales visitantes.
- ✓ **Tráfico.** Generar visitas a la página web.
- ✓ **Leads (Conversiones).** Lograr que los usuarios se registren en la página web.

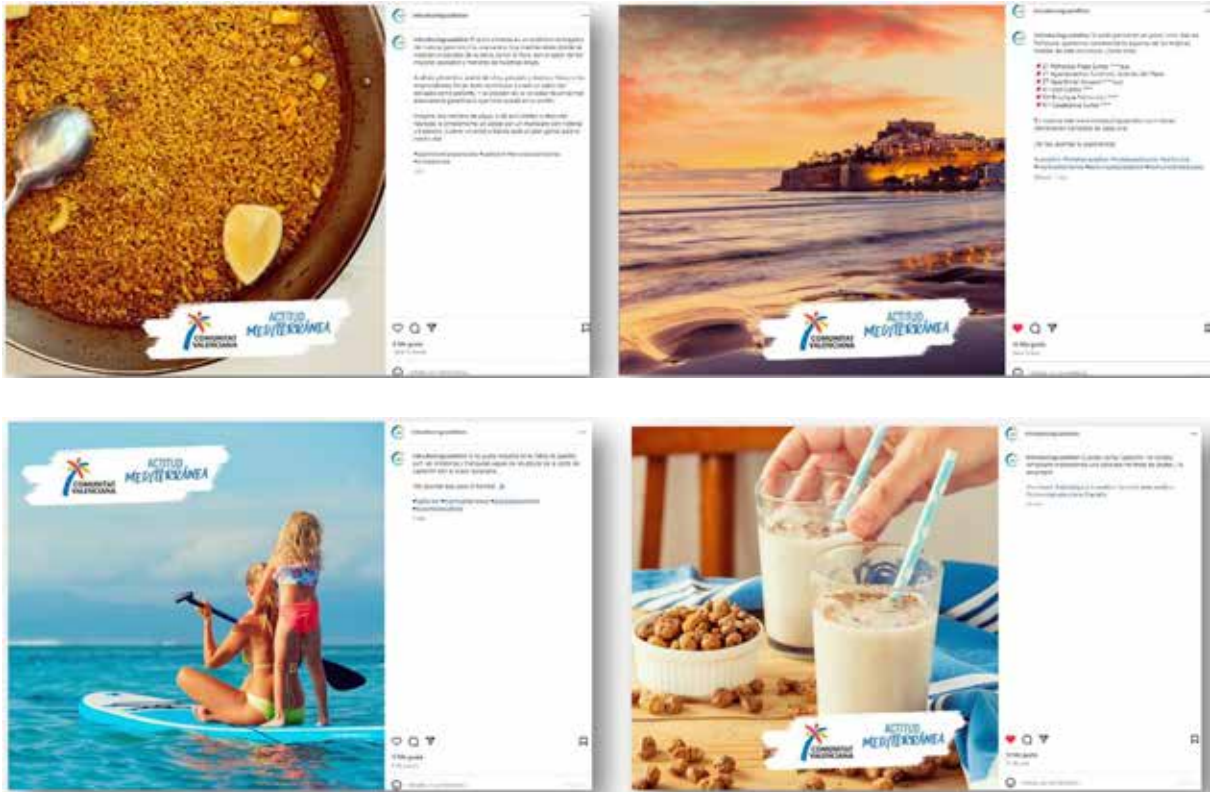
✓ Tareas realizadas

El trabajo, desarrollado por un social media manager senior, se concreta en:

- ✓ Definición mensual de la agenda de contenidos a partir de los objetivos social media definidos.
- ✓ Creatividades. Diseño de posts para las distintas redes sociales.
- ✓ Copies. Elaboración de los copies de las publicaciones - 5 posts y 5 stories semanales en Facebook e Instagram).

- ✓ Atención al usuario. Dinamización activa de comentarios y atención a mensajes privados.
- ✓ Medición de resultados con Metricool.
- ✓ Informe. Reporte semanal de resultados y memoria detallada.
- ✓ Gestión de sorteos para generar base de datos.

✓ Ejemplos de publicaciones



✓ Resultados Facebook





✓ Resultados Instagram





✓ Resultados cuantitativos

Facebook:

- ✓ 7.316 Total seguidores
- ✓ 3.635.000 impactos.
- ✓ 131 Posts publicados
- ✓ 6.588 Interacciones (me gusta, comentarios, clics, etc.).

Instagram:

- ✓ 4.171 Total seguidores
- ✓ 167.700 impactos.
- ✓ 134 Posts publicados.
- ✓ 6,48% engagement
- ✓ 4.147 Interacciones (me gusta, comentarios, clics, etc.).

◆ Acción 2: Acción Promocional

✓ Sorteo escapada - Marzo 2024

Para generar BBDD se han activado 1 sorteo de una noche de hotel para 2b personas en régimen de alojamiento y desayuno en Castellón.

El trabajo se ha concretado en:

- ✓ Definición de la mecánica promocional.
- ✓ Diseño de creatividades.
- ✓ Programación de la landing page .
- ✓ Redacción de bases.
- ✓ Elección y comunicación del ganador.

Resultados Sorteo: 1.296 leads (registros).



◆ Acción 3: Social ADS

✓ Promoción sorteo - Marzo 2024

Para promocionar el sorteo e incentivar la participación, se ha planificado una campaña de publicidad en Meta (Facebook e Instagram).

Los resultados de la misma son los siguientes:

- ✓ 11.008 clics
- ✓ 1.051.187 Impresiones
- ✓ 483.571 personas alcanzadas
- ✓ 2,34% CTR
- ✓ 0,10€ por clic en el enlace

◆ Acción 2: Acción Promocional

✓ Sorteo escapada - Junio 2024

Para generar BBDD se han activado 1 sorteo de una noche de hotel para 2b personas en régimen de alojamiento y desayuno en Castellón.

El trabajo se ha concretado en:

- ✓ Definición de la mecánica promocional.
- ✓ Diseño de creatividades.
- ✓ Programación de la landing page .
- ✓ Redacción de bases.
- ✓ Elección y comunicación del ganador.

Resultados Sorteo: 957 leads (registros).



◆ Acción 3: Social ADS

✓ Promoción sorteo - Junio 2024

Para promocionar el sorteo e incentivar la participación, se ha planificado una campaña de publicidad en Meta (Facebook e Instagram).

Los resultados de la misma son los siguientes:

- ✓ 5.954 clics
- ✓ 212.671 Impresiones
- ✓ 94.671 personas alcanzadas
- ✓ 6,04% (El trimestre anterior se logró un 2,34%)
- ✓ 0,08€ por clic en el enlace (0,02€ menos que el trimestre anterior)

◆ Acción 4: Acción Promocional

✓ Influencers + Sorteo

Para aumentar el número de seguidores en Instagram y dar a conocer la provincia de Castellón como destino turístico, se activó una acción de marketing de influencers que incluye, además, un sorteo de un fin de semana en la provincia de Castellón.

La dinámica consiste en que Raúl Massana y su familia, viajen a la provincia de Castellón y, a posteriori, publiquen en su perfil social 2 reels contando su experiencia en clave de humor, sorteando un viaje para 2 personas a Castellón entre sus seguidores.

El viaje de la familia se realizó el fin de semana del 18 al 20 de octubre, pero debido a la situación vivida por la DANA, se decidió que las publicaciones pactadas y el sorteo se activen a principios de 2025, cuando ambas partes así lo estimen.

◆ Conclusiones

- ✓ La gestión de las redes sociales nos permite mantener una conversación dinámica entre los potenciales visitantes y también con los municipios y entidades de la provincia. Muchos, a través de mensajes privados, envían contenido para promocionar su pueblo o entidad.
- ✓ Introducing Castellón tiene ya una presencia consolidada en redes sociales, suma más de 11.000 seguidores en Facebook e Instagram, cantidad que aumenta cada mes.
- ✓ Los sorteos activados durante el primer semestre han hecho que aumente de forma significativa el número de seguidores en Instagram.
- ✓ Instagram sigue siendo la red social que mejor funciona para conectar con el público objetivo de la acción, dado que su alcance orgánico y el porcentaje de engagement es mayor que el obtenido en Facebook. En concreto, de media anual se ha logrado un engagement del 6%.
- ✓ En total, gracias a la dinamización social media, se han logrado 3.800.000 impactos en nuestro público objetivo: personas de España con interés en el turismo y en la provincia de Castellón.

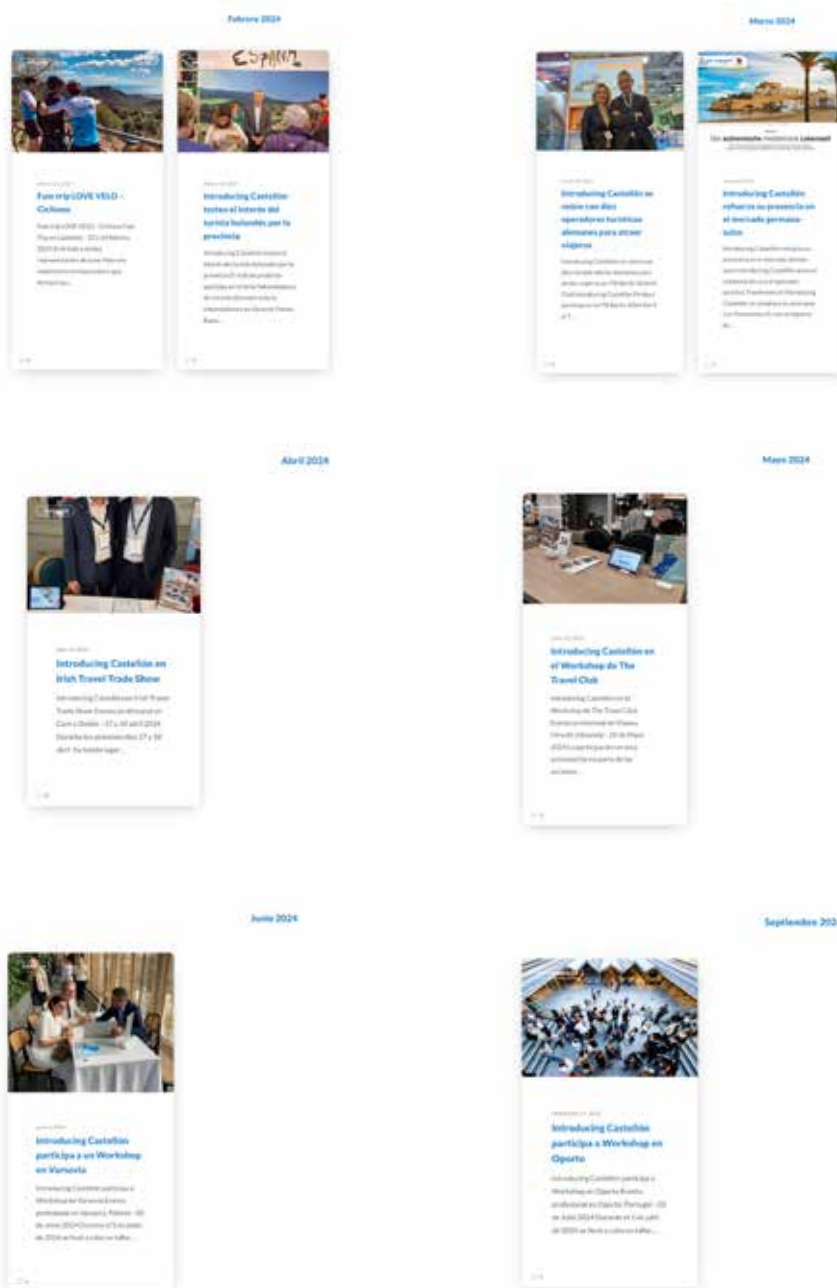


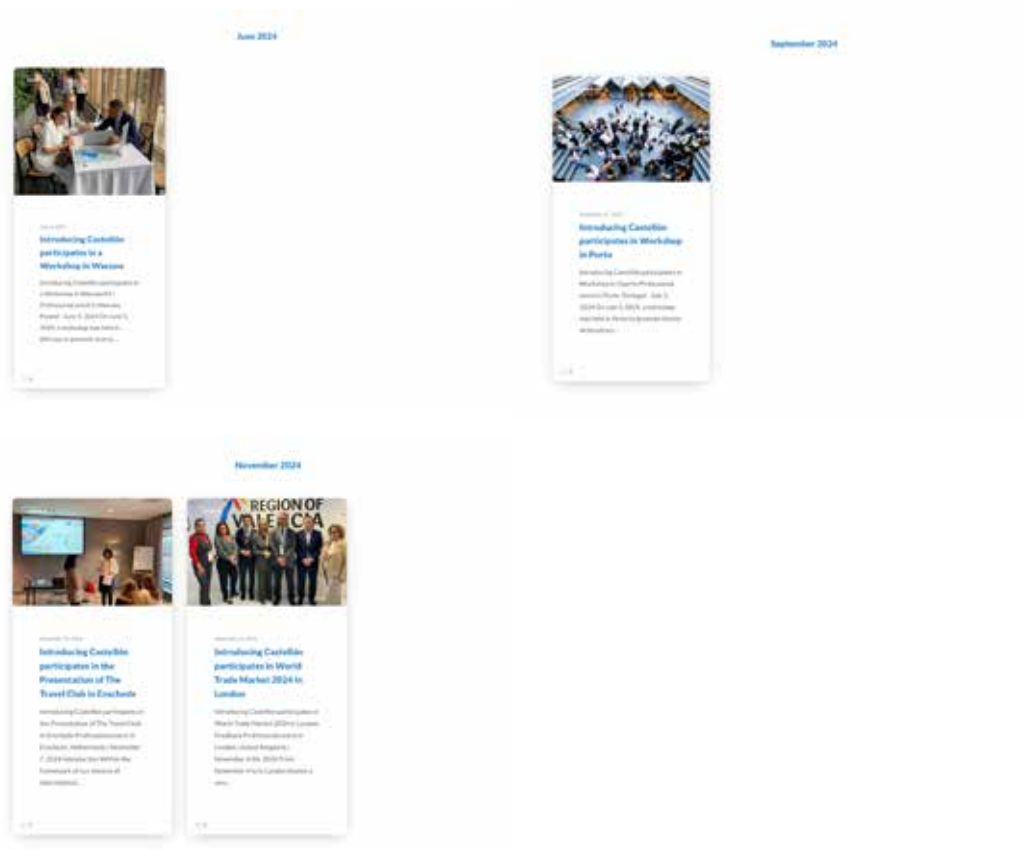
EL BLOG ESPECIALIZADO

✓ 2.2.6 El Blog de Introducing Castellón

Elaboración y gestión del blog del Club de Producto, publicando las acciones comerciales, eventos y ferias en las que participa el club de producto en idioma español y inglés.

◆ Blog en español





 **BLOG EN INGLÉS**



MATERIALES Y SOPORTES

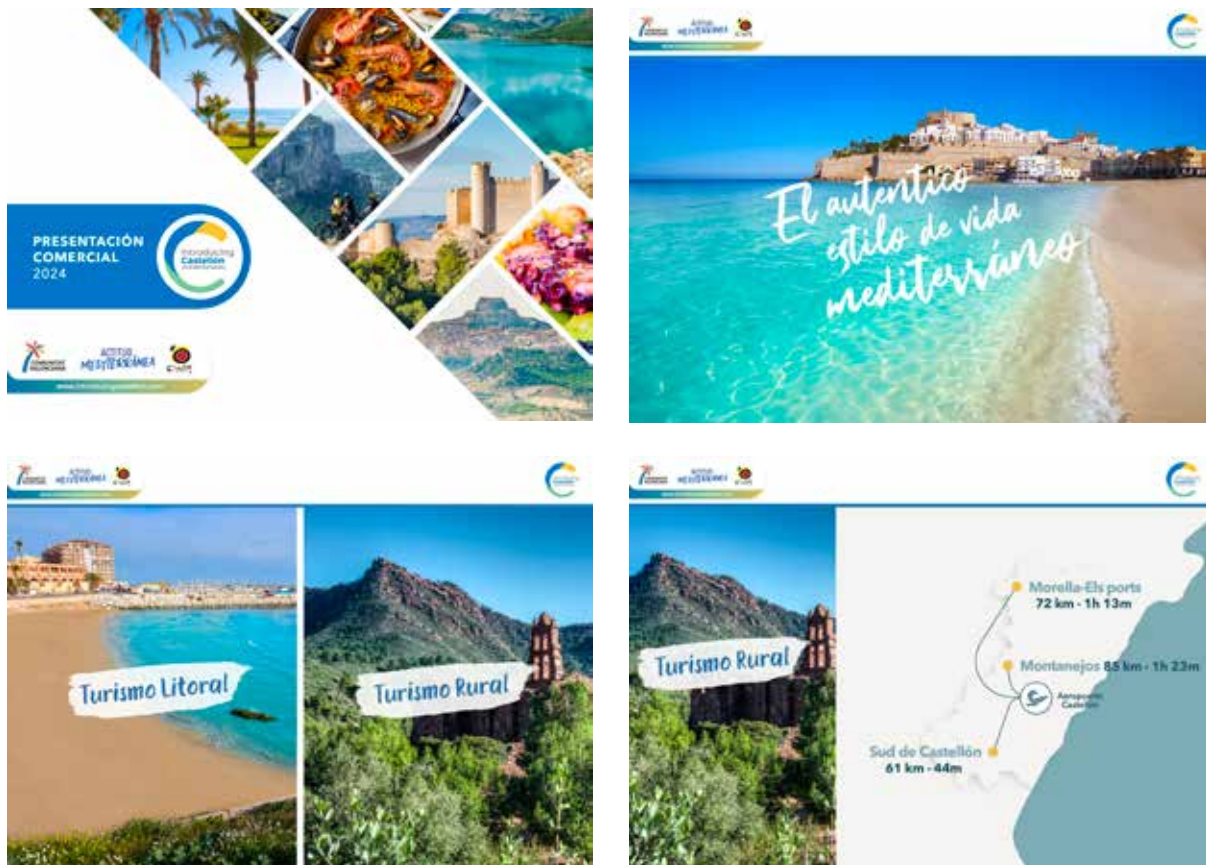
✓ 2.2.7 Materiales y soportes

Elaboración de materiales para implantar en las recepciones y zonas comerciales de los hoteles, con el objetivo de dar a conocer la oferta complementaria de la provincia.

◆ Presentaciones profesionales

Elaboración de presentaciones profesionales a medida para los eventos comerciales del Club de Producto en distintos idiomas para los distintos mercados internacionales.

✓ Presentación para el mercado nacional en español



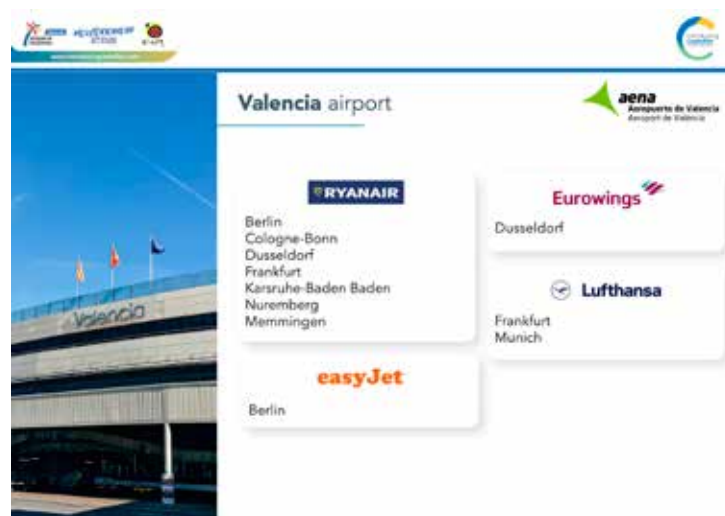
i PRESENTACIÓN COMERCIAL ESPAÑOL

✓ Presentación para el mercado internacional en inglés

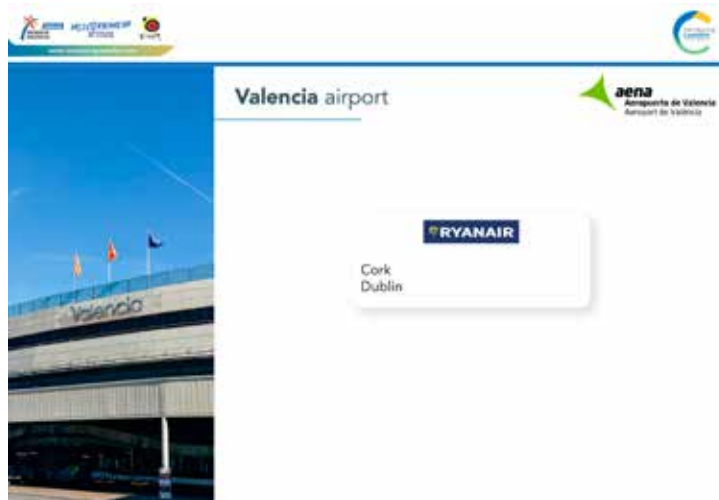


i PRESENTACIÓN COMERCIAL INGLÉS

✓ Presentación a medida para el mercado alemán



✓ Presentación a medida para el mercado irlandés



◆ Informes eventos

Elaboración de informes de los distintos eventos con participación del Club de producto Introducing Castellón.

✓ Informe evento ITB 2024 en Berlín, Alemania



Club de Producto Turístico
Feria ITB
05-07 Marzo 2024
Berlín (Alemania)
Informe de actividad



4. Desarrollo de la agenda de entrevistas

✓ Se adjuntan fichas

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE Ternberger	 Gebeco Berlín, ale. Seguridad.
DIRECCION	Hofmannweg 18 an 10118 Kiel
CONTACTO	NOMBRE: Marco Nilsen CARGO: Area Manager Europe TELÉFONO: EMAIL:
PRODUCTO MERCADO	26 millones solo en España https://www.gebeco.com/en/produkt/gebeco Para la región de Valencia tener el siguiente tipo de desarrollo: Información sobre la empresa y el producto: https://www.gebeco.com/en/produkt/gebeco
PETICIÓN RESPUESTA	<ul style="list-style-type: none"> • Queremos ampliar la programación de el castellón. • Que sea como cualquier compañía aérea de la "zona", para atraer viajeros que están más en una zona que en otra, Francia en Castellón y en D. Querir conocer la región. • Trabaja con GAC, o directamente con sus hoteles y grupo turístico a propósito de promociones. • A nivel de marketing evaluarlo si un 10% de la zona puede ser un 20% de promociones, también puede ser una 10% de actividades con "seguros". • Planes de marketing más de 10 años, para estar al nivel de la zona turística para atraer y conocer la zona. • Trabaja también sobre canales con "agencias locales" para ofrecer información a los clientes, empresas de turismo, etc. • Programa de un viaje a los "países" para una actividad para hacer un viaje turístico de aventura, si se hace no necesariamente a un grupo de turismo organizado, sino más bien a un grupo de viajeros que se organizan en Valencia una vez de vacaciones (por ejemplo a Barcelona) y se les ofrece el servicio de transporte con (Blenak, y el Taxis de Gac.)
VALORACION COMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Está en contacto con el Sr. Stefan (Productor y Compañero) y a la vez con la Sr. Javier de Marketing y también ha estado en contacto de Alejandro Pardo de Viajes (Gac) para GAC de la zona.
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Información que está en la comunidad de Valencia una vez de vacaciones (por ejemplo a Barcelona) y se les ofrece el servicio de transporte con (Blenak, y el Taxis de Gac.)

5. Valoración y conclusiones

5.1 Valoración Javier Gallego

- ✓ Además de las conclusiones que se añaden por parte de Spain B2B considero oportuno realizar algunas propias, especialmente, porque mantuve una entrevista de trabajo con la Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes, en la que se abordó una valoración y propuestas de actuación en este mercado.
- ✓ Así mismo, durante la celebración de esta feria se han mantenido dos reuniones de trabajo con los representantes de las oficinas españolas de turismo en Berlín (Álvaro Blanco) y Munich (Alicia Lillo), con el objetivo de valorar posibles actuaciones conjuntas del Club de Producto con Turespaña en el mercado alemán.
- ✓ Por un lado, y respecto de la propia Feria como evento, es evidente que la creciente utilización de medios de comunicación on line, está suponiendo que todas las ferias en general sufran una disminución de su importancia como lugar de encuentro e intercambio de contactos, y a ello no es ajena esta feria.
- ✓ En el mismo sentido, la presencia de la CV no es, dentro del pabellón dedicado a España, uno de los lugares de preferencia para este mercado, ya que Baleares y Canarias copan claramente la atención de los operadores. Le siguen, a distancia, Andalucía y Cataluña, y otras zonas de España con productos más enfocados a segmentos especializados: Camino de Santiago, España Verde,...
- ✓ Es evidente que si la CV quiere lograr un posicionamiento de mayor relevancia en este mercado debe considerar una estrategia más intensa de presencia en el mismo, lo cual no pasa sólo por incrementar visualización en la propia feria - tamaño, vistosidad, stand propio, ... sino que debe ir acompañado de un plan de actuaciones con, al menos, un horizonte temporal de tres años.
- ✓ En consecuencia, se acordó con la consellera la realización de una reunión de trabajo con el equipo de la Consellera con vistas a dar forma a este plan de acción de cara ya a los próximos tres años.

INTRODUCING CASTELLÓN INFORME FERIA ITB
(Berlín, 05-07 Marzo 2024)

6. Informes de mercado

6.1 Informe UIF Sonntag



Spain Country Briefing ITB 2024 - Resultados RA 2024

21 de febrero de 2024
UIF Sonntag

Información básica/método

- RA online 2023
- 2.612 entrevistas online
- Resultados representativos de la población germanoparlante en Alemania entre 14 y 75 años (62,8 millones de personas)
- Período de entrevistas: septiembre y noviembre de 2023
- Indicadores estándar de la demanda y preguntas especiales del „Modul-Special: „Preisstärkerungen und Ausgabebereitschaft“ (Aumento de los precios y voluntad de gastar dinero) y del „Modul-Special: Update Reisepläne 2023/2024“ (Planes de viajar)



INTRODUCING CASTELLÓN INFORME FERIA ITB
(Berlín, 05-07 Marzo 2024)

✓ Informe evento Vakantiebeurs en Utrecht, Países Bajos



Club de Producto Turístico Feria Vakantiebeurs 23-25 Febrero 2024 Utrecht (Holanda)

Informe actividad

INTRODUCING CASTELLÓN FERIA VAKANTIEBEURS
23-25 FEBRERO 2024

FICHA TÉCNICA

Contacto Comercial

Nombre Empresa y marca	ANWB Reizen	
Contacto	Nombre	Marjine Arends
	Cargo	Product Manager
	E-mail	marjine.arends@anwbreizen.nl
Producto/Mercado y ámbito geográfico de operación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operador de tamaño medio especializado en segmento de viajes de aventura y ocio activo. ✓ Gestiona grupos ad hoc y ofrece catálogos con productos/destinos propios ✓ Tiene algunos de España 	
Petición/Propuesta al Club	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Podría estar interesado en incorporar nuevos productos para su catálogo 2025, por lo que habría que remitirle información. 	
Valoración/Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es un operador más profesionalizado y estructurado, por lo que tiene una mayor capacidad de venta en el mercado y, por tanto, una mayor organización. ✓ Dispone de tienda con equipamientos (ropa, guías,...) especializados para este tipo de turista ✓ Marjine conoce Castellón porque su hermano estuvo trabajando como director del casino. ✓ Está interesada en recibir información. 	
Otros	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contacto realizado por Javier Gallego en Feria Vakantiebeurs 2024 (febrero Utrecht, Holanda) 	

INTRODUCING CASTELLÓN FERIA VAKANTIEBEURS
23-25 FEBRERO 2024



5. Valoración y conclusiones

- ✓ Esta feria era tradicionalmente considerada como la más importante de Holanda y, muy especialmente para el segmento de viajes activos (senderismo, montaña, bicicletas, peregrinaciones...). Según se nos informa, en la actualidad parece ser que se desarrolla en Bélgica una feria de similar contenido que está teniendo mayor capacidad de arrastre y captación.
- ✓ En realidad, es una feria muy pequeña comparada con las grandes del sector (Ftur, ITB, WTM...) y prácticamente dirigida a consumidor final, por lo que la presencia de los operadores del mercado está enfocada a la información y venta de sus programas.
- ✓ Dado que hablamos acudido en calidad de observadores no disponíamos ni de stand ni de agenda propia, pero se pudieron realizar algunas entrevistas solicitándolas directamente en el propio stand aunque fue algo complejo porque, como se ha indicado, estaban atendiendo directamente a la venta al público.
- ✓ La feria comparte espacio con empresas especializadas en equipamiento y material de montaña, ciclismo y senderismo (material textil, botas, bicicletas, equipamientos...).
- ✓ Lo que se pudo observar durante estos dos días fue un público claramente senior (más de 55 años) no pudiéndose apreciar la presencia de grupos o personas más jóvenes de edad. Esto se materializaba en una abundancia de peticiones de información sobre folletos, mapas...
- ✓ Castellón estaba presente a través del nuevo Club de Producto Ciclista, representado por una persona de la empresa Castro Consulting que lleva la Secretaría Técnica del mismo y con un díptico elaborado "ad hoc".



6. Galería de fotos



INTRODUCING CASTELLÓN FERIA WAKANTIEBEURS
23-25 FEBRERO 2024

INTRODUCING CASTELLÓN FERIA WAKANTIEBEURS
23-25 FEBRERO 2024

◆ Informe Asamblea General del Club de Producto 2023



**Asamblea General
Club de Producto Turístico
Introducing Castellón**

Hotel Castellón Center
Febrero 2024



1. Informe actividades 2023

- ✓ Se entrega Memoria 2023, en documento impreso al efecto.

2. Aprobación cuentas 2023

- ✓ Situación actual Tesorería

Cuenta	4002.210.741.992.000.0000	+ 53.766,24 €
Calculación	1.964,00 €	-1.964,00 €
Transferencia	1.964,00 €	+1.964,00 €

- ✓ 1ª Cuenta Justificativa (Junio 2023)

ACCIONES SUBVENCIONABLES	IMPORTE A JUSTIFICAR	IMPORTE APLICADO	IMPORTE A SUBVENCIONAR
5.4.1- Comunicación	19.410,00	19.374,22	19.410,00
5.4.2- Comarketing	8.000,00	8.000,00	8.000,00
5.4.3- Eventos profesionales	23.440,00	24.458,95	23.440,00
TOTALES	50.850,00	54.833,17	50.850,00

1 INFORME AUDITORIA

INTRODUCING CASTELLÓN ASAMBLEA GENERAL
15.02.2024

INTRODUCING CASTELLÓN ASAMBLEA GENERAL
15.02.2024

◆ Plan Acción 2024

Elaboración y maquetación de la presentación del Plan de acción 2024 del Club de Producto Introducing Castellón



PLAN DE ACCIÓN TCV 2024

- 1 PROMOCIÓN Y COMARKETING**
 - ✓ 1.1 Proposición R2B
 - ✓ 1.2 Comarketing con TO On the Beach
 - ✓ 1.3 Comarketing con The Travel Club
 - ✓ 1.4 Comarketing con Vela Live
 - ✓ 1.5 Comarketing con Solives
 - ✓ 1.6 Comarketing con Easy Jet Holidays
 - ✓ 1.7 Otros acciones
- 2 COMUNICACIÓN**
 - ✓ 2.1 Nuevo branding
 - ✓ 2.2 Portal web
 - ✓ 2.3 Gestión RRSS
 - ✓ 2.4 Blog
 - ✓ 2.5 Vídeo
 - ✓ 2.6 Presentación profesional
 - ✓ 2.7 Revista Touristic Actual
 - ✓ 2.8 Revista Travelnews
 - ✓ 2.9 Revista Hosteller
 - ✓ 2.10 Material y reportes - Encuestas
 - ✓ 2.11 Materiales y reportes - Presentaciones
 - ✓ 2.12 Catálogo 2024
- 3 EVENTOS PROFESIONALES**
 - ✓ 3.1 Fitur Madrid
 - ✓ 3.2 Vakantieburo
 - ✓ 3.3 ITB Berlin
 - ✓ 3.4 Irish Travel Trade Shows
 - ✓ 3.5 WTM Londres
 - ✓ 3.6 Otros eventos



1 PROMOCIÓN Y COMARKETING

- ✓ 1.2 Comarketing con TO On the Beach
- Campaña de comarketing con el Tour operador "On the Beach" que se desarrolla con el presente plan de acción:

Proposed Action	Frequency	Reach	Total Reach	Notes	Dates	
On-line	On-air (Party & AT Incentive)	2	100,000	200,000	2 Weeks (20 weeks)	with 150,000 to 200,000 AT on-line with 200k May Family
On-line	On-air (Party & AT Incentive)	2	100,000	200,000	2 Weeks (20 weeks)	with 150,000 to 200,000 AT on-line with 200k May Family
CRM	On-air (Party & AT Incentive)	1	400,000	400,000	40 Weeks	with 150k May
CRM	On-air (Party & AT Incentive)	2	300,000	1,200,000	2 Weeks	with 150k May
App	On-air (Party & AT Incentive)	2	700,000	2,800,000	2 Weeks	with 150k May
Travel	On-air (Party & AT Incentive)	4	500,000	500,000	Travel 400	with 150k May
Total						



2 COMUNICACIÓN

- ✓ 2.2 Nuevo portal web "Introducing Castellón"
- Plataforma de lanzamiento del innovador portal web del Club de Producto, focalizado al objetivo de la presentación del destino en su conjunto y a continuación aplicar con más detalle las posibilidades de oferta complementaria, así como las características de la oferta de alojamiento que compone al Club.



2 COMUNICACIÓN

- ✓ 2.6 Presentaciones profesionales
- Elaboración de presentaciones profesionales a medida para los eventos comerciales del Club de Producto en distintos idiomas para los distintos mercados internacionales.



2 COMUNICACIÓN

- ✓ 2.9 Revista Hosteller
- Elaboración de anuncios para la inserción en la revista de Hosteller, coincidiendo con la edición del número especial con motivo de Fitur 2024.




3 EVENTOS PROFESIONALES

El Club de Producto "Introducing Castellón" participará a los siguientes eventos profesionales a lo largo del año 2024:


- ✓ 3.1 Fitur Madrid
- ✓ 3.2 Vakantieburo
- ✓ 3.3 ITB Berlin
- ✓ 3.4 Irish Travel Trade Shows
- ✓ 3.5 WTM Londres
- ✓ 3.6 Otros Eventos

◆ Plantilla Fichas Técnicas Turoperadores

Elaboración y maquetación de una plantilla en word donde insertar los datos de contacto de los turoperadores conocidos en los varios eventos con participación del Club de producto Introducing Castellón.



FICHA TÉCNICA	
Turoperadores	
Nombre Turoperador	
Contacto	Nombre
	Cargo
	Teléfono
	E-mail
Producto/Mercado	
Petición/Propuesta	
Valoración/Comentarios	
Otros	



FICHA TÉCNICA	
Contacto Comercial	
Nombre Empresa y marca	ALMIR Reisen
Contacto	Nombre: Marjolein Arends
	Cargo: Product Manager
	Teléfono
	E-mail: marjolein.arends@almirreisen.nl
Producto/Mercado y ámbito geográfico de operación	<ul style="list-style-type: none"> Operador de tamaño medio especializado en segmento de viajes de aventura y ocio activo. Gestiona grupos ad hoc y ofrece catálogos con productos/técnicas propias. Tiene oficinas de España.
Petición/Propuesta al Club	<ul style="list-style-type: none"> Podría estar interesado en incorporar nuevos productos para su catálogo 2025, por lo que habría que retribuir información.
Valoración/Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> Es un operador más profesionalizado y estructurado, por lo que tiene una mayor capacidad de venta en el mercado o, por tanto, una mayor organización. Dispone de tienda con equipamientos (moch, guías, etc) especializados para este tipo de turismo. Marjolein conoce Castellón porque su hermano estuvo trabajando como director del turismo. Está interesado en recibir información.
Otros	<ul style="list-style-type: none"> Contacto realizado por Javier Gallego en Feria Vikantebours 2024 (Rotterdam Utrecht, Holanda)

INTRODUCING CASTELLÓN
Calle Arina, 2 12094 Orpesa del Mar, Castellón
CIF: G12964165

INTRODUCING CASTELLÓN FERIA WIKANTEBOURS
13-15 FEBRERO 2024

◆ Roll up A4 sobremesa

Elaboración de materiales para implantar en las presentaciones/eventos de Introducing Castellón.



◆ Display A4 folding sobremesa

Elaboración y maquetación de un display A4 sobremesa para implantar en las presentaciones/eventos de Introducing Castellón.



◆ Maillot Love Velo

Elaboración y maquetación de un maillot para el Fam Trip organizado dal Club de Producto Introducing Castellón junto a la empresa britanica Love VELO.





◆ Merchandising

Elaboración y maquetación de materiales de merchandising para distribuir en los eventos profesionales en los cuales participa Introducing Castellón.







NEWSLETTERS DEL CLUB DE PRODUCTO

◆ Newsletter - Noticias del Club de Producto

Elaboración de boletines puntuales en los cuales se detallan las actuaciones del Club de producto



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO
Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

Como parte del compromiso del Club de Producto Introducing Castellón con nuestros asociados, nos complace presentar un resumen de las acciones de co-marketing realizadas en colaboración con la empresa holandesa The Travel Club en los meses de marzo y abril.

CO-MARKETING

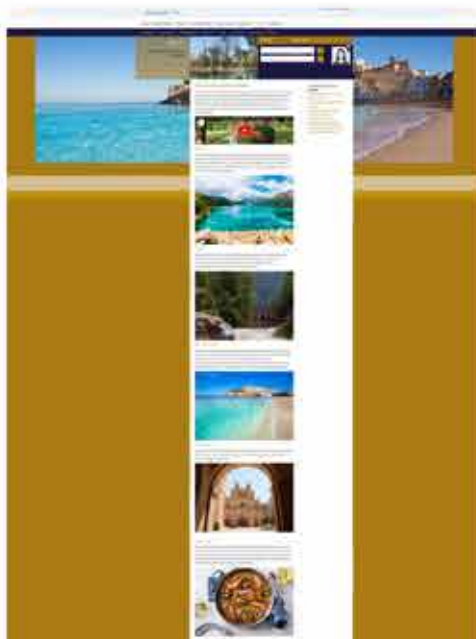
The Travel Club - Campaña Marzo/Abril

Informe actividad



Newsletter "Especial Ciudades"

1 de marzo



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO
Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

como parte del compromiso del Club de Producto Introducing Castellón con nuestros asociados, nos complace presentar el informe exclusivo de LOVE VELO del mes de abril.

CO-MARKETING

LOVE VELO - Campaña Abril

Informe actividad

Abril 2024



Informe actividad

Descargar Informe



View email in browser

update your preferences • unsubscribe





NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO

Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

¡Es un placer daros la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo!

Compartiremos con vosotros las noticias más recientes sobre las actividades y proyectos del Club de Producto Introducing Castellón.

Nuestro club se ha mantenido activo y comprometido en promover lo mejor de Castellón, y queremos asegurarnos que estáis al tanto de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, anuncios realizados o representaciones en Ferias.

En esta edición, encontrareis información de las últimas noticias y actualizaciones del club, diseñadas para manteneros informados con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

EVENTOS

Feria Vakantiebeurs

Informe actividad

23-25 Febrero 2024 | Utrecht (Holanda)



Introducción

El presente documento es el informe resumen de la actividad realizada durante la feria especializada en turismo activo del mercado holandés, denominada Vakantiebeurs. A través del director de la Oficina Española de Turismo en Holanda (La Haya), Ignacio del Valle, se nos indicó la conveniencia de poder asistir a esta feria dado que el producto/segmento al que va dirigido podría ser de interés para Castellón.

Así pues, y con el objetivo de prospectar posible interés para el futuro, asistí en nombre del Club de Producto a esta feria y a los actos que con motivo de la misma había organizado la OET.

Valoración y conclusiones

- Esta feria era tradicionalmente considerada como la más importante de Holanda y, muy especialmente para el segmento de viajes activos (senderismo, montaña, bicicletas, peregrinaciones...). Según se nos informa, en la actualidad parece ser que se desarrolla en Bélgica una feria de similar contenido que está teniendo mayor capacidad de asistencia y captación.
- En realidad, es una feria muy pequeña comparada con las grandes del sector (Fitur, ITB, WTM...) y prácticamente dirigida a consumidor final, por lo que la presencia de los operadores del mercado está enfocada a la información y venta de sus programas.
- Dado que hablamos acudido en calidad de observadores no disponíamos ni de stand ni de agenda propia, pero se pudieron realizar algunas entrevistas solicitándolas directamente en el propio stand aunque fue algo complejo.



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO

Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

¡Es un placer daros la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo!

Compartiremos con vosotros las noticias más recientes sobre las actividades y proyectos del Club de Producto Introducing Castellón.

Nuestro club se ha mantenido activo y comprometido en promover lo mejor de Castellón, y queremos asegurarnos que estáis al tanto de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, anuncios realizados o representaciones en Ferias.

En esta edición, encontrareis información de las últimas noticias y actualizaciones del club, diseñadas para manteneros informados con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

EVENTOS PROFESIONALES

Workshop - The Travel Club

Informe actividad

24 Mayo | Vanen, Utrecht (Holanda)



Introducción

El presente documento es el informe resumen de la actividad realizada durante el workshop organizado por The Travel Club, una de las asociaciones de agentes de viaje de Holanda. La participación en esta actividad forma parte de las acciones de co-marketing acordadas entre Introducing Castellón y The Travel Club, con la finalidad de dar a conocer y promover la oferta turística de Castellón en el mercado holandés.

The Travel Club cuenta con más de 400 socios entre sus varias marcas, tales como YourTravel, Holiday Planners, United Travelo ZRB.

Así pues, y con el objetivo de dar a conocer la oferta turística de Castellón directamente a agentes de viajes holandeses, asistí en nombre del Club de Producto a este workshop.

Valoraciones y conclusiones

- Este es uno de los principales eventos que organiza The Travel Club para sus socios, siendo dos los workshops que se realizan de manera anual, mayo y noviembre.
- A la misma solamente ha acudido una representación pequeña de agentes de viajes, unos 157.
- Como viene siendo habitual, los agentes de viajes conocen España, muchos de ellos visitando en varias ocasiones el país y estando alojados en destinos cercanos al nuestro como la Costa Brava o la Costa Blanca.
- Solamente una persona, de las 51 personas que pasaron por la mesa, conocía Castellón; habiendo estado alojada en Alcossebre por invitación de unos amigos.
- Aproximadamente un 30% de los agentes de viajes comentaron que podría ser atractivo ofrecer el destino a clientes que estaban interesados en ir de



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO

Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

Es un placer daros la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo!

Compartiremos con vosotros las noticias más recientes sobre las actividades y proyectos del Club de Producto Introducing Castellón.

Nuestro club se ha mantenido activo y comprometido en promover lo mejor de Castellón, y queremos asegurarnos que estéis al tanto de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, anuncios realizados o representaciones en Ferias.

En esta edición, encontrareis información de las últimas noticias y actualizaciones del club, diseñadas para manteneros informados con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

EVENTOS PROFESIONALES

Workshop en Oporto

Informe actividad
03 Julio | Oporto (Portugal)



Introducción

El presente documento es el informe que se presenta como memoria explicativa de la actividad de representación realizada en el marco de la misión comercial como participante en la Presentación de Turismo Comunidad Valenciana en Oporto.

Valoraciones y conclusiones

• Organización

En este sentido, es fundamental destacar la excelente labor realizada por Turismo Comunitat Valenciana y Turispaña en la organización del evento. El formato de workshop/networking, llevado a cabo en un recinto tan emblemático como el Mercado do Bolhão de Oporto, ha contribuido significativamente al volumen de participación de las agencias y al interés general en el evento.

• Interés de los participantes- Invitados

El evento se desarrolló en un ambiente profesional y, al mismo tiempo, distendido, gracias al show cooking y al cóctel de degustación. Todos los participantes, incluyendo agentes de viajes y propietarios de agencias, mostraron un alto interés en cada una de las mesas disponibles. Además, durante la degustación, que tuvo lugar una vez finalizado el tiempo asignado para las reuniones de negocio, se pudo observar que persistía el intercambio de impresiones. Probablemente, al tratarse de un evento de dimensiones reducidas, esto contribuyó a crear un ambiente propicio para que la interacción entre agentes y ponentes fuera más relajada y cercana.

• Interés por Castellón



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO

Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

Es un placer daros la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo!

Compartiremos con vosotros las noticias más recientes sobre las actividades y proyectos del Club de Producto Introducing Castellón.

Nuestro club se ha mantenido activo y comprometido en promover lo mejor de Castellón, y queremos asegurarnos que estéis al tanto de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, anuncios realizados o representaciones en Ferias.

En esta edición, encontrareis información de las últimas noticias y actualizaciones del club, diseñadas para manteneros informados con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

FERIAS PROFESIONALES

WTM Londres 2024

Informe actividad
05-07 Noviembre | Londres (Reino Unido)



Informe

Durante los días 4 al 6 de noviembre tuvo lugar en Londres, la World Travel Market (WTM), una de las ferias de turismo más importante de Europa y, sobre todo, para el mercado inglés que sigue siendo uno de los principales emisores turísticos para España, y también para la comercialización en mercados intercontinentales (USA, Japón, China, India...), ya que en esta ciudad tienen sede muchos de las grandes operadores turísticos de estos mercados.

Durante la celebración de la misma, el Club de Producto Introducing Castellón realizó más de 10 entrevistas profesionales con otros tantos operadores turísticos durante las cuales ha podido constatar el interés creciente que existe por descubrir nuevos destinos en España, en un contexto de aumento de la demanda en los mercados emisores maduros, como es el caso del Reino Unido.

En ese contexto, Castellón se presenta como una opción novedosa dentro de la oferta del mediterráneo español, gracias a la combinación de su excelente litoral junto a la riqueza patrimonial, tanto natural como histórico-artística, que han despertado el interés profesional de estos operadores, muy especialmente además tras la puesta en funcionamiento del nuevo Magic World en Orpesa del Mar.

En esta edición, desde el Club de Producto se ha trabajado conjuntamente con el ejecutivo de Castellón, el Bicenésor Provincial de Turismo de Castellón y la



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO

Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

Es un placer daros la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo!

Compartiremos con vosotros las noticias más recientes sobre las actividades y proyectos del Club de Producto Introducing Castellón.

Nuestro club se ha mantenido activo y comprometido en promover lo mejor de Castellón, y queremos asegurarnos que estéis al tanto de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, anuncios realizados o representaciones en Ferias.

En esta edición, encontrareis información de las últimas noticias y actualizaciones del club, diseñadas para manteneros informados con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

EVENTOS PROFESIONALES

Presentación The Travel Club en Enschede

Informe actividad

07 Noviembre | Enschede (Holanda)



Introducción

En el marco de nuestra misión de posicionamiento internacional de nuestros productos y destinos turísticos, queremos compartir con vosotros el informe correspondiente al work shop organizado por The Travel Club en Enschede, Países Bajos, y en el que el Club de Producto ha realizado una presentación específica de nuestra cartera de productos.

Como ya se ha indicado en actividades anteriores, The Travel Club es una de las asociaciones más representativas de la zona Países Bajos que agrupa a las principales agencias de viajes minoristas del país y que está llevando a cabo una intensa actividad de marketing con España en general y con la Comunidad Valenciana en particular. Dado que Valencia está recibiendo un creciente número de viajeros procedentes de este país, el Club tiene como objetivo, tratar de ir posicionando nuestro destino para en un futuro inmediato, conseguir demanda propia como extensión de Valencia o, incluso, considerar la posibilidad de que alguna compañía aérea se pueda plantear la posibilidad de crear una nueva conexión.

En este contexto, pues, se enmarca la actividad que a continuación pasamos a informar.

Valoraciones y Conclusiones

- En cuanto a organización del evento todo correcto y bien organizado.
- Tal vez la asistencia de más agentes de viajes hubiese sido posible si: la



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTO

Introducing Castellón

¡Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón!

Estimados Socios,

Es un placer daros la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo!

Compartiremos con vosotros las noticias más recientes sobre las actividades y proyectos del Club de Producto Introducing Castellón.

Nuestro club se ha mantenido activo y comprometido en promover lo mejor de Castellón, y queremos asegurarnos que estéis al tanto de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, anuncios realizados o representaciones en Ferias.

En esta edición, encontrareis información de las últimas noticias y actualizaciones del club, diseñadas para manteneros informados con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

ACCION CO-MARKETING

Hosteltur

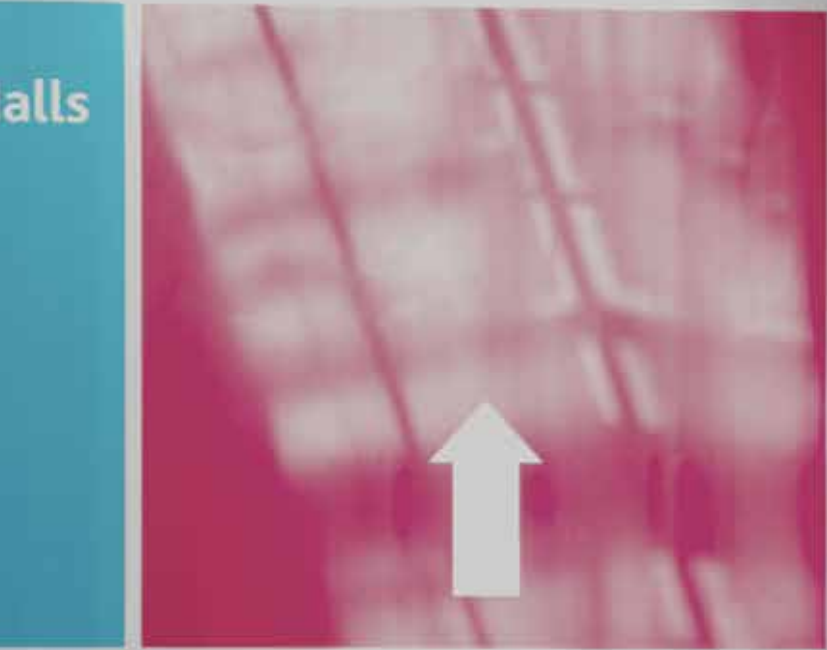
Especial WTM Londres

Publireportaje





ave maria



EVENTOS PROFESIONALES

2.3 EVENTOS PROFESIONALES

2.3.1	Eventos profesionales	pág. 98
	Vakantiebeurs, Utrecht	pág. 99
	ITB, Berlín	pág. 101
	Irish Travel Trade Show	pág. 103
	Workshop The Travel Club	pág. 105
	Presentación TCV, Varsovia	pág. 107
	Presentación TCV, Estocolmo	pág. 109
	Workshop CV, Oporto	pág. 111
	WTM, Londres	pág. 113
	Presentación TCV, Holanda	pág. 115
	Forum Aeropuerto de Castellón, España	pág. 117



EVENTOS PROFESIONALES

◆ Vakantiebeurs 2024

Feria Profesional
Utrecht, Países Bajos

23-25 Febrero 2024



✓ Objetivo del evento

A través del director de la Oficina Española de Turismo en Holanda (La Haya), Ignacio del Valle, se nos indicó la conveniencia de poder asistir a esta feria dado que el producto/segmento al que va dirigido podría ser de interés para Castellón.

Así pues, y con el objetivo de prospectar posible interés para el futuro, asistí en nombre del Club de Producto a esta feria y a los actos que con motivo de la misma había organizado la OET.

✓ Valoraciones y conclusiones

- ✓ Esta feria era tradicionalmente considerada como la más importante de Holanda y, muy especialmente para el segmento de viajes activos (senderismo, montaña, bicicletas, peregrinaciones...). Según se nos informa, en la actualidad parece ser que se desarrolla en Bélgica una feria de similar contenido que está teniendo mayor capacidad de arrastre y captación.
- ✓ En realidad, es una feria muy pequeña comparada con las grandes del sector (Fitur, ITB, WTM,..) y prácticamente dirigida a consumidor final, por lo que la presencia de los operadores del mercado está enfocada a la información y venta de sus programas.
- ✓ Dado que habíamos acudido en calidad de observadores no disponíamos ni de stand ni de agenda propia, pero se pudieron realizar algunas entrevistas solicitándolas directamente en el propio stand aunque fue algo complejo porque, como se ha indicado, estaban atendiendo directamente a la venta al público.
- ✓ La feria comparte espacio con empresas especializadas en equipamiento y material de montaña, ciclismo y senderismo (material textil, botas, bicicletas, equipamientos,..).

- ✓ Lo que se pudo observar durante estos dos días fue un público claramente senior (más de 55 años) no pudiéndose apreciar la presencia de grupos o personas más jóvenes de edad. Esto se materializaba en una abundancia de peticiones de información sobre folletos, mapas,..
- ✓ Castellón estaba presente a través del nuevo Club de Producto Ciclista, representado por una persona de la empresa Castro Consulting que lleva la Secretaría Técnica del mismo y con un díptico elaborado "ad hoc".
- ✓ Turismo Comunitat Valenciana estaba igualmente presente a través del responsable de esta parcela de Creaturisme, Diego Ramírez.
- ✓ De igual modo, en el stand de España estaban presentes otros destinos (Andalucía, Castilla León,..) y fuera del mismo estaba el stand de Cataluña. Cabe destacar que el conjunto era muy pequeño y claramente enfocados a "repartir folletos".

Como comentario final, cabe destacar que en todas las reuniones mantenidas se pudo apreciar un interés inicial por conocer nuevas opciones de España, especialmente para el producto de ocio activo, y que la posibilidad de conectar a través de los vuelos con Valencia e, incluso Barcelona, era bien valorada.

Por tanto, yo recomendaría a las empresas del Club, muy especialmente a las de los pequeños establecimientos, que remitieran información a los contactos facilitados porque podría haber opciones de futuro.

✓ Fotografías del evento



◆ ITB 2024

Feria Profesional
Berlín, Alemania

05 - 07 Marzo 2024



✓ Objetivo del evento

Dentro de la estrategia del Club de Producto para este año 2024 se ha fijado el mercado alemán como uno de los prioritarios a la hora de desarrollar las diversas actividades, no sólo por la magnitud e importancia del mismo como primer mercado emisor europeo, sino porque dada la estructura del mismo con un importante número de pequeños y medianos tour operadores y agencias especializadas en nichos de producto/mercado (turismo activo, cultural, gastronómico, deportivo,..), se considera muy adecuado para la oferta de Castellón.

Además, y desde este año 2024, el aeropuerto de Castellón contará con una segunda conexión aérea con este mercado, Berlín, que se unirá a la ya existente desde el año pasado Dusseldorf-Weeze, lo que refuerza aún más la importancia estratégica del mismo.

Cabe recordar que el Club de Producto dispone de una delegación comercial y de promoción a través de la empresa Spain B2B, y su directora Antje Groch, por lo que esta actividad se ha desarrollado en coordinación con esta empresa.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ Además de las conclusiones que se añaden por parte de Spain B2B considero oportuno realizar algunas propias, especialmente, porque mantuve una entrevista de trabajo con la Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes, en la que se abordó una valoración y propuestas de actuación en este mercado.
- ✓ Así mismo, durante la celebración de esta feria se han mantenido dos reuniones de trabajo con los representantes de las oficinas españolas de turismo en Berlín (Álvaro Blanco) y Munich (Alicia Lillo), con el objetivo de valorar posibles actuaciones conjuntas del Club de Producto con Turespaña en el mercado alemán.

- ✓ Por un lado, y respecto de la propia Feria como evento, es evidente que la creciente utilización de medios de comunicación on line, está suponiendo que todas las ferias en general sufran una disminución de su importancia como lugar de encuentro e intercambio de contactos, y a ello no es ajena esta feria.
- ✓ En el mismo sentido, la presencia de la CV no es, dentro del pabellón dedicado a España, uno de los lugares de preferencia para este mercado, ya que Baleares y Canarias copan claramente la atención de los operadores. Le siguen, a distancia, Andalucía y Cataluña, y otras zonas de España con productos más enfocados a segmentos especializados: Camino de Santiago, España Verde,...
- ✓ Es evidente que si la CV quiere lograr un posicionamiento de mayor relevancia en este mercado debe considerar una estrategia más intensiva de presencia en el mismo, lo cual no pasa sólo por incrementar visualización en la propia feria - tamaño, vistosidad, stand propio,..- sino que debe ir acompañado de un plan de actuaciones con, al menos, un horizonte temporal de tres años.
- ✓ En consecuencia, se acordó con la consellera la realización de una reunión de trabajo con el equipo de la Consellería con vistas a dar forma a este plan de acción de cara ya a los próximos tres años.

✓ Fotografías del evento



◆ Irish Travel Trade Show 2024

Feria Profesional
Dublín y Cork, Irlanda

17 - 18 Abril 2024



✓ Objetivo del evento

Durante los pasados días 17 y 18 abril ha tenido lugar en Cork y en Dublin, respectivamente el Irish Travel Trade Show, organizado por la Iris Travel Agents Association de Irlanda, siendo uno de los eventos especializados de intercambio turístico más relevantes de aquel país.

La oferta turística de Castellón estará presente por segundo año consecutivo en este evento a través del Club de Producto Introducing Castellón que en esta ocasión estará representado por Sergio Sánchez y de Javier Alonso pertenecientes a Hoteles RH y a Magic World respectivamente.

Este evento está estructurado a través de un formato de work shop que se llevará a cabo en cada una de las dos ciudades y en el que está previsto que asistan a cada uno de ellos más de 150 agentes de viajes, así como prensa especializada, y donde por parte de la oferta especializada hay destinos de buena parte de España y de Europa.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ Cabe recordar que la provincia de Castellón no dispone de una demanda significativa de turistas de este país, y que es a raíz de la puesta en marcha el pasado año del vuelo con Dublín cuando se están iniciando las acciones de promoción en aquel mercado con vistas a consolidar dicha operativa aérea en los próximos años. Aunque este año ya no se opere, el crecimiento consolidado de la ruta con Londres ha hecho aconsejable insistir en este mercado para mantener presencia de Castellón en el mercado UK.
- ✓ Con la presencia en este evento especializado, Introducing Castellón sigue llevando a cabo las acciones previstas en su Plan de Marketing para este año 2024, y que tiene como misión fundamental reforzar el posicionamiento turístico en aquellos mercados emisores europeos donde actualmente

se disponga de una conexión aérea con al aeropuerto de Castellón y, en aquellos otros, que se considera son estratégicamente convenientes para lograr incrementos sustanciales de demanda turística.

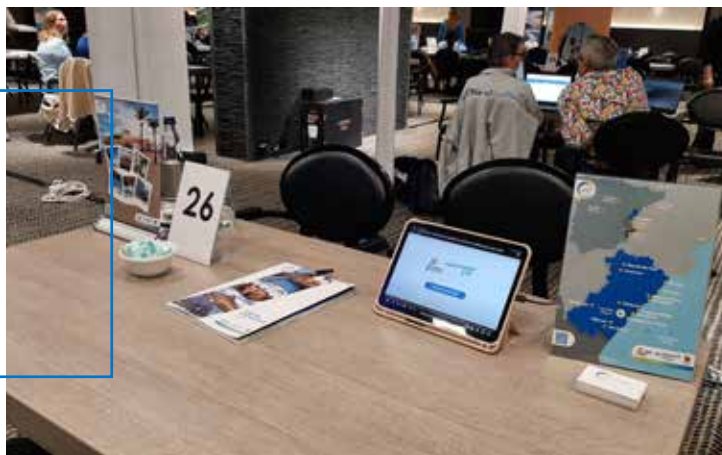
✓ Fotografías del evento



◆ Workshop The Travel Club 2024

Evento Profesional
Vianen, Utrecht, Holanda

24 Mayo 2024



✓ Objetivo del evento

La participación en esta actividad forma parte de las acciones de co-marketing acordadas entre Introducing Castellón y The Travel Club, con la finalidad de dar a conocer y promover la oferta turística de Castellón en el mercado holandés.

The Travel Club cuenta con más de 400 socios entre sus varias marcas, tales como YourTravel, Holiday Planners, United Travel o ZRB.

Así pues, y con el objetivo de dar a conocer la oferta turística de Castellón directamente a agentes de viajes holandeses, asistí en nombre del Club de Producto a este workshop.

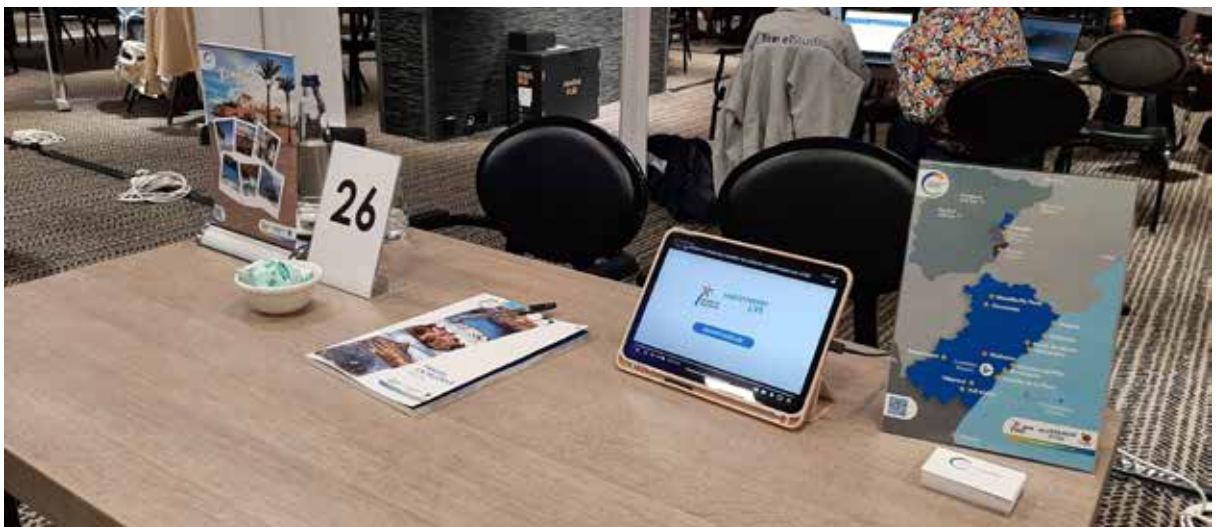
✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ Este es uno de los principales eventos que organiza The Travel Club para sus socios, siendo dos los workshops que se realizan de manera anual, mayo y noviembre.
- ✓ A la misma solamente ha acudido una representación pequeña de agentes de viajes, unos 157.
- ✓ Como viene siendo habitual, los agentes de viajes conocen España, muchos de ellos visitando en varias ocasiones el país y estando alojados en destinos cercanos al nuestro como la Costa Brava o la Costa Blanca.
- ✓ Solamente una persona, de las 51 personas que pasaron por la mesa, conocía Castellón; habiendo estado alojada en Alcossebre por invitación de unos amigos.
- ✓ Aproximadamente un 30% de los agentes de viajes comentaron que podría ser atractivo ofrecer el destino a clientes que estaban interesados en ir de vacaciones a España para no volver a repetir destino y conocer nuevos lugares en los que realizar turismo activo.
- ✓ El mayor interés de los agentes de viajes era conocer cómo llegar al destino.

- ✓ Todos coinciden en que una conexión entre Castellón y Amsterdam facilitaría el interés en el destino. Prefieren la opción vía Valencia por Dusseldorf o Amsterdam. A nadie le gusta la opción de vuelos con Ryanair, a lo que se le comenta que también hay otras opciones como Vueling y Transavia.
- ✓ En la entrevista se comenta, además del potencial del destino en turismo activo, las opciones de wellness y cultural. Aunque el turismo activo y la calidad de las playas - ¿son de arena? es por lo que más han preguntado.
- ✓ En cuando a los establecimientos hoteleros, no han realizado ninguna pregunta en concreto, más allá de las posibilidades para familias ya que justo ahora es cuando ellos están realizando reservas de cara a las vacaciones estivales.
- ✓ El workshop también sirvió para confirmar que los agentes de viajes estaban recibiendo los newsletters programados en las acciones de co-marketing con The Travel Club. Aproximadamente un 70% de los entrevistados recordaba haber leído algo sobre "Castellón".

Como comentario final, yo recomendaría a las empresas del Club que remitieran información a los contactos facilitados porque podría haber opciones de futuro.

✓ Fotografías del evento



◆ Presentación T.C.V. en Varsovia

Evento Profesional
Varsovia, Polonia

04 Junio 2024



✓ Objetivo del evento

La participación en esta actividad forma parte de las acciones de promoción del Club de Producto Introducing Castellón, con la finalidad de dar a conocer y promover la oferta turística de Castellón en el mercado polaco.

Así pues, y con el objetivo de dar a conocer la oferta turística de Castellón directamente a agentes de viajes holandeses, asistí en nombre del Club de Producto a este workshop.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ En cuanto a organización del evento todo perfecto en un entorno de clase alta y de referente en la ciudad (Restaurante Belvedere) Con degustación de chefs estrellas michelín y productos típicos de la comunidad Valenciana.
- ✓ Los asistentes en representación al evento fueron de los principales destinos de la Comunidad Valenciana pero mayoritariamente de Alicante y Valencia. De Castellón los únicos representantes éramos nosotros y Miguel Barrera (estrella michelín). Además contó con la participación del director general de turismo, Jose Manuel Camarero, y el director de la oficina española de turismo en Varsovia, Claudio Andrade, y el embajador de España en Polonia, Ramiro Fernandez.
- ✓ Los asistentes fueron acudiendo puntualmente y mostraron interés en todo momento tanto al workshop como a la presentación de TCV. Eran todo agentes de viajes y TTOO interesados en el destino comunidad Valenciana.

✓ Fotografías del evento



◆ Presentación T.C.V. en Estocolmo

Evento Profesional
Estocolmo, Suecia

10 Junio 2024



✓ Objetivo del evento

La participación en esta actividad forma parte de las acciones de promoción del Club de Producto Introducing Castellón, con la finalidad de dar a conocer y promover la oferta turística de Castellón en el mercado sueco.

La presentación se realizó en el marco de la misión comercial como participante en la presentación del destino Comunitat Valenciana en Estocolmo, enfocada en el segmento gastronómico.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ En cuanto a organización de la feria todo correcto y bien organizado.
- ✓ Destacaría que al pasar a la zona de presentación/workshop, muchos asistentes se sentaron esperando a la presentación y hubo que tirar de ellos, aunque algunos se quedaron sentados. En este punto, eché de menos que al entrar se les explicara que, previo a la presentación, se hacía primero el workshop con las empresas.
- ✓ No había agenda de citas, pero durante el período que estuvimos en el workshop, se estuvo acercando gente interesándose por IC.
- ✓ Castellón no es tan conocido como Costa Blanca o Valencia, pero al explicar el destino, muchos asistentes lo descubrieron como el "tesoro oculto" o "una pequeña joya en un rincón con encanto".
- ✓ A pesar de ser una presentación de destino enfocada a la gastronomía, el principal interés radicaba en la parte de turismo termal (principalmente), cultural, familiar y MICE.

✓ Fotografías del evento



◆ Presentación T.C.V. en Oporto

Evento Profesional
Oporto, Portugal

03 Julio 2024



✓ Objetivo del evento

Este evento tuvo como objetivo dar a conocer el destino Castellón, destacando los aspectos y lugares más relevantes de la provincia. Esta iniciativa se enmarca dentro de la representación organizada por la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo de la Comunitat Valenciana para medios de comunicación y touroperadores portugueses. Se hizo especial énfasis en la oferta cultural y gastronómica, incluyendo una degustación culinaria que mostró lo mejor de nuestra comunidad.

La participación de agentes y touroperadores portugueses nos brindó la oportunidad de escuchar y conocer sus impresiones sobre el destino Castellón. Es importante señalar que Portugal se ha convertido en un mercado emisor clave de turistas hacia la Comunitat Valenciana, con un crecimiento significativo en los últimos años. En 2023, más de 129.000 turistas portugueses visitaron la Comunitat Valenciana, lo que representa un incremento del 6,6 % en comparación con el año anterior.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ Organización: en este sentido, es fundamental destacar la excelente labor realizada por Turisme Comunitat Valenciana y Turespaña en la organización del evento. El formato de workshop/networking, llevado a cabo en un recinto tan emblemático como el Mercado do Bolhão de Oporto, ha contribuido significativamente al volumen de participación de las agencias y al interés general en el evento.
- ✓ Interés de los participantes- invitados: el evento se desarrolló en un ambiente profesional y, al mismo tiempo, distendido, gracias al showcooking y al cóctel de degustación. Todos los participantes, incluyendo agentes de viajes y propietarios de agencias, mostraron un alto interés en cada una de las mesas disponibles. Además, durante la degustación, que tuvo lugar una vez finalizado el tiempo asignado para las reuniones de negocio, se pudo observar que persistía el intercambio de impresiones. Probablemente, al tratarse de un evento de dimensiones reducidas, esto contribuyó a crear un ambiente

propicio para que la interacción entre agentes y ponentes fuera más relajada y cercana.

- ✓ Interés por Castellón: existe un notable interés por parte del mercado portugués en descubrir nuevos destinos atractivos. Si bien ya están familiarizados con nuestra comunidad, especialmente con Alicante y Valencia, la provincia de Castellón aún no ha recibido la misma atención.
- ✓ Históricamente, este mercado ha trabajado en nuestro país utilizando formatos que, en algunos casos, resultan algo obsoletos, como el "back to back" o los viajes organizados en autobús. Sin embargo, al igual que su país, el ciudadano portugués ha evolucionado en los últimos años, dejando atrás este tipo de viajes para enfocarse en destinos concretos que ofrezcan más que solo alojamiento y playa. Ahora muestran un creciente interés por experiencias que incluyen una oferta gastronómica y deportiva.
- ✓ El poder adquisitivo de este mercado también ha crecido con el tiempo, lo que podría encajar muy bien con nuestro destino, que, a diferencia de otros, presenta un precio medio algo más elevado.
- ✓ Las diversas fotografías de la provincia de Castellón que se mostraron durante la presentación, así como la combinación de recursos naturales con gastronomía y cultura, despertaron un gran interés entre los agentes de viajes. Todos los participantes con los que nos reunimos coincidieron en la necesidad de organizar un viaje para agentes, influencers o prensa, con el fin de que puedan conocer de primera mano el destino y su oferta hotelera. No creo que esto represente un problema a nivel organizativo ni para los hoteleros de la zona, ya que albergar este tipo de acciones sin duda contribuiría a impulsar el conocimiento de la marca Castellón.
- ✓ Valoración sobre si repetir o no presencia en futuro: desde nuestro punto de vista, sería valioso llevar a cabo un seguimiento del primer contacto con este mercado, específicamente en Oporto, y escuchar atentamente las demandas que puedan tener. Esto nos permitirá impulsar de manera efectiva la ruta Oporto-Castellón.

✓ Fotografías del evento



◆ World Trade Market en Londres

Feria Profesional
Londres, Reino Unido

04 - 06 Noviembre 2024



✓ Objetivo del evento

El principal objetivo del evento fue promover a Castellón como un destino turístico innovador dentro de la oferta del Mediterráneo español, destacando su combinación única de litoral, patrimonio natural y riqueza histórico-artística, lo que lo convierte en una propuesta atractiva para los mercados internacionales. Además, se buscó fortalecer la comercialización del destino en mercados clave como Reino Unido, Estados Unidos, Japón, China e India, aprovechando la posición estratégica de Londres como sede de importantes operadores turísticos.

También se pretendió avanzar en la formalización de acuerdos de comarketing con tour operadores que cuentan con flota aérea propia, como EasyJet Holidays y Jet2, con la finalidad de establecer nuevas conexiones aéreas para Castellón en 2026 y fomentar un incremento en la demanda turística. Finalmente, el evento sirvió como una plataforma clave para contribuir a la recuperación económica de la Comunidad Valenciana tras las recientes adversidades, aprovechando el turismo como un motor esencial para el desarrollo.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ Interés creciente en Castellón como destino turístico: Las más de 10 entrevistas realizadas con operadores turísticos en la World Travel Market confirmaron un interés notable por Castellón como un destino novedoso en España. Este interés se enmarca en un contexto de creciente demanda en mercados maduros como el Reino Unido, donde los viajeros buscan opciones menos masificadas pero igualmente atractivas.
- ✓ Un destino con una oferta diferencial y atractiva: Castellón ha captado la atención de los operadores gracias a su capacidad para combinar un excelente litoral con una riqueza patrimonial única, que incluye tanto elementos naturales como histórico-artísticos. Además, la reciente inauguración del Magic World en Oropesa del Mar ha añadido un nuevo atractivo que refuerza su

posicionamiento como un destino completo y versátil dentro del Mediterráneo español.

- ✓ Colaboración institucional para potenciar el desarrollo turístico: La participación coordinada entre el aeropuerto de Castellón, el Patronato Provincial de Turismo y la Consellería de Innovación ha sido fundamental para presentar una oferta turística robusta. Esta colaboración permitió avanzar en negociaciones estratégicas con operadores turísticos internacionales, planteando una visión de desarrollo a largo plazo para el destino.
- ✓ El turismo como herramienta de recuperación económica: Aunque las circunstancias recientes en la Comunidad Valenciana generaron dudas sobre la participación en la feria, la decisión de asistir se justificó plenamente. Los profesionales del sector entendieron que su contribución más valiosa era trabajar para reactivar la economía mediante el turismo, sector que históricamente ha demostrado su capacidad para impulsar la recuperación en momentos difíciles.
- ✓ Perspectivas optimistas y planes a futuro: Los resultados obtenidos durante el evento permiten anticipar un incremento en las conexiones aéreas y una consolidación de Castellón como un destino internacional en los próximos años. Si se cumplen los acuerdos iniciados, Castellón podría contar con nuevas rutas turísticas a partir de 2026, lo que incrementaría significativamente su accesibilidad y su atractivo para los mercados emisores clave.

✓ Fotografías del evento



◆ Presentación The Travel Club en Enschede, Holanda

Evento Profesional
Enschede, Holanda

07 Noviembre 2024



✓ Objetivo del evento

El evento tuvo como objetivo principal promover la oferta turística de Castellón en el mercado holandés, participando en la presentación del destino Comunidad Valenciana en Enschede. Se buscó aumentar el conocimiento y atractivo de Castellón entre los profesionales del turismo en Países Bajos, destacándolo dentro de la región.

Asimismo, se trabajó en fortalecer la colaboración con The Travel Club, un conglomerado de agentes de viaje que incluye marcas como YourTravel, Holiday Planner, United Travel y ZRB, como parte de las acciones de co-marketing acordadas.

Otro objetivo clave fue representar al Club de Producto Introducing Castellón en actividades que refuercen su posicionamiento dentro de la oferta global de la Comunidad Valenciana. Finalmente, se aprovechó esta plataforma clave, el encuentro anual de The Travel Club, para conectar con agentes y operadores interesados en explorar nuevos destinos.

✓ Valoraciones y conclusiones:

- ✓ En cuanto a organización del evento todo correcto y bien organizado.
- ✓ Tal vez la asistencia de más agentes de viajes hubiese sido posible si la presentación se hubiera realizado en horario de tarde, ya que muchos se estaban desplazando de otras zonas de Holanda. Esto fue comentado también por otros presentadores, ya que había presentaciones simultáneas en las distintas salas del hotel.
- ✓ El evento consta realmente de dos días; el primer día destinado exclusivamente a presentaciones y, el segundo día, a un workshop con entrevistas de 20 minutos a lo largo de casi todo el día, tal y como ocurrió en el evento de mayo al cual asistí.
- ✓ Destacaría el interés de los agentes de viajes por el destino y por ofrecer una alternativa diferente a los ya consagrados destinos turísticos españoles.

- ✓ Como los agentes de viaje ya tenían previo conocimiento del destino a través de las otras acciones de co-marketing con The Travel Club, se han mostrado muy interesados en tener información de actividades, paquetes y programas para realizar en la provincia de Castellón vía el aeropuerto de Valencia.

✓ Fotografías del evento



Conduce:
Andrea Jarque, Periodista.
Participan:
Elena Cabrera, Country Manager Ryanair.
Silvia Mosquera, Chief Commercial Officer Wizz Air.
Miguel Oliver, Director de desarrollo de red, planificación y programa de Air Nostrum.

11:15-11:40 Mesa redonda 2 · Alianza de instituciones y tejido empresarial para el impulso de la conectividad aérea de Castellón.

Conduce:
Ángel Báez, Periodista.
Participan:
Israel Martínez, director general de Turismo de la Generalitat.
Andrés Martínez, vicepresidente área de Turismo Diputación de Castellón.
Javier Gallego, presidente de Introducing Castellón.
Justo Vellón, director general del Aeropuerto de Castellón.

- ✓ **11:40-12:10 Pausa café · Networking**
- ✓ **Bloque 3 · Sector aeronáutico y aeroespacial**
 - 12:10-12:30 Ponencia. 'Situación, perspectivas y retos del sector aeronáutico'
Cristina García Aliste, Relaciones Institucionales Airbus-España.
- ✓ **12:30-12:50 Presentación proyecto Arkadia Space**
Sergio Soler, cofundador Arkadia Space.
- ✓ **12:50-13:10 Presentación proyecto Pluton UPV. 'Estigia: la historia del primer satélite valenciano'**
Guillermo Jarque, Project Manager Pluton UPV.
- ✓ **13:10-13:25 Exposición. 'Transferencia de tecnología del espacio a otros sectores'**
Luis Martín, cofundador de Arribes, Broker Tecnológico de la ESA.
- ✓ **13:25-13:50 Mesa redonda. 'Presente y futuro del sector aeroespacial en la Comunitat Valenciana'**
Conduce:
Orfeo Balboa, coordinador ESA BIC Valencia Region.
Participan:
David Argilés Ortiz, director gerente Val Space.
Pepe Nieto, presidente de Espai Aero CV,
Juan José Cortés Vélez, director general de Innovación de la Generalitat
Ivana Guinot, directora del Aeropuerto de Castellón.
- ✓ **13:50-14.00 Cierre**
Participa:
Marta Barrachina, presidenta de la Diputación de Castellón.

✓ Fotografías del evento







DOSSIER DE PRENSA

ÍNDICE

Notas de prensa de los periódicos nacionales e internacionales más importantes

- **CASTELLÓN PLAZA**
pág. 123, 124, 126, 127, 128, 130, 132, 133, 134, 135
- **CONFIDENCIAL AUTONÓMICO**
pág. 123
- **EL PERIÓDICO MEDITERRÁNEO**
pág. 123, 125, 127, 131, 134
- **VIVE CASTELLÓN**
pág. 124
- **BALANCE EL PERIÓDICO**
pág. 125
- **EL MUNDO**
pág. 125, 127, 128
- **GENERALITAT VALENCIANA**
pág. 126
- **LA PLANA AL DÍA**
pág. 129
- **CADENASER**
pág. 129
- **CASTELLÓN AL DÍA**
pág. 129, 130, 135
- **HOSTELTUR**
pág. 131
- **INFORMACIÓN**
pág. 131
- **CASTELLÓN EN LOS CINCO SENTIDOS**
pág. 134

1. Castellón plaza

Impacto de la nueva Marina d'Or: Castellón ata al cuarto operador británico y prevé 10.000 estancias



16 Enero 2024

2. Confidencial autonómico

El "nuevo" Marina d'Or presentará en FITUR su proyecto de 40 millones de inversión



17 Enero 2024

3. El periódico mediterráneo

El aeropuerto de Castellón gana competitividad tras la subida de las tasas de Aena



20 Enero 2024

4. Castellón Plaza

Balance hotelero en Castellón: Crecen las tarifas y ocupación y prevé una subida de precios este año



25 Enero 2024

5. Castellón Plaza

Impulso al cicloturismo: Castellón pesca 4 millones de la UE y ata a un operador británico



2 Febrero 2024

6. Vive Castellón

PortCastelló reforzará su atractivo con el turismo de cruceros



8 Febrero 2024

7. Balance El Periódic

PortCastelló colaborará con Club de Producto Introducing Castellón para consolidar el atractivo del puerto para el turismo de cruceros



8 Febrero 2024

8. El Periódico Mediterraneo

El turismo de Castellón aspira a alargar a diez meses la temporada tras firmar un 2023 de notable



14 Febrero 2024

9. El mundo

Los turistas internacionales crecieron exponencialmente en Castellón en 2023 y gastaron un 26% más.



15 Febrero 2024

10. Castellón Plaza

El gasto del turista extranjero en Castellón se dispara un 26 % y alcanza los 544 millones en 2023



15 Febrero 2024

11. Castellón Plaza

Castellón negocia con Easyjet la llegada de 10.000 británicos a Magic World... y quizás a más ciudades



16 Febrero 2024

12. Generalitat Valenciana

Nuria Montes ratifica el "compromiso absoluto del Consell" con el desarrollo y la promoción del turismo en Castellón



14 Febrero 2024

13. El Periódico Mediterráneo

La nueva Marina d'Or asalta el 'top-3' de operadores británicos para captar turistas



16 Febrero 2024

14. Castellón Plaza

El turismo extranjero en Castellón: 6 de cada 10 noches son en segundas residencias



19 Febrero 2024

15. El mundo

Castellón lanza sus redes a turistas británicos, alemanes y holandeses



21 Febrero 2024

16. El mundo

Castellón se promociona en la feria de interior más importante de Holanda con el objetivo de incluirse en los destinos de 2024



28 Febrero 2024

17. Castellón Plaza

Introducing Castellón se reúne con diez operadores turísticos alemanes para atraer viajeros



6 Marzo 2024

18. El mundo

Castellón contacta en la feria de Berlín con touroperadores de turismo de salud y ata un primer acuerdo con Fit Reisen



6 Marzo 2023

19. La Plana al día

El Club de Producto Introducing Castellón destaca en la feria de turismo ITB Berlín



6 Marzo 2024

20. Cadenaser

El vicepresidente de Hosbec, Javier Gallego, ha asegurado que la Magdalena deja también efectos positivos en los hoteles de Benicàssim.

SEZ 100

8 Marzo 2024

21. Castellón Al Día

El turismo prevé una Semana Santa estable pero 'recela' de la nieve



17 Marzo 2024

21. Castellón Plaza

El turismo de Castellón prepara el primer salto en años: sumará hoteles tras una década estancados



31 Marzo 2024

22. Castellón Plaza

El turismo de Castellón explora el mercado irlandés e intenta recuperar los vuelos con Dublín



18 Abril 2024

23. Castellón al Día

La oferta turística de Castellón busca mercado en Dublín pese a que ya no opera el vuelo directo desde el aeropuerto



18 Abril 2024

24. Hosteltur

Turoperadores británicos empiezan a comercializar estancias en Magic World



15 Mayo 2024

25. El Periódico Mediterráneo

Magic World impulsa su internacionalización: ya se vende en Reino Unido y despierta interés en Islandia



15 Mayo 2024

26. Información

Magic Costa Blanca comienza la venta de reservas en el extranjero para la nueva Marina d'Or



15 Mayo 2024

27. Castellón Plaza

Magic World prepara su irrupción tras atar a dos operadores: 1.200 habitaciones en 5 hoteles



16 Mayo 2024

28. Castellón Plaza

Empresarios turísticos negocian con Easyjet una ruta aérea entre Castellón y el Reino Unido



17 Mayo 2024

29. Castellón Plaza

El turismo internacional apunta alto en Castellón este año: las pernoctaciones crecen un 17 %



05 Junio 2024

30. La Plana al Día

*Comunitat Valenciana:
Workshop en Varsovia
promociona destinos
turísticos de la Comunidad
Valenciana*



05 Junio 2024

31. Castellón Plaza

*Introducing Castellón
busca turistas extranjeros:
promociona la oferta de la
provincia en Varsovia*



06 Junio 2024

32. Castellón Plaza

*Introducing Castellón tantea
posibilidades de futuro en
Estocolmo*



10 Junio 2024

33. Castellón en los Cinco Sentidos

Se presenta en Estocolmo el destino Comunidad Valenciana



11 Junio 2024

34. Castellón Plaza

Los hoteles de Castellón priorizan la rentabilidad: suben precios pero baja la ocupación



19 Agosto 2024

35. El Periódico Mediterráneo

Castellón atrae a Easyjet para sumar vuelos directos a Reino Unido en 2026



09 Noviembre 2024

35. Castellón Al Día

El aeropuerto de Castellón activará 14 rutas para superar 300.000 viajeros en 2025



05 Diciembre 2024

36. Castellón Plaza

Castellón avanza en la diversificación hotelera: activa cuatro este año, tres en el interior



15 Diciembre 2024

Actuaciones realizadas a través de la línea nominativa de subvención/expediente RESTUR/2023/64, por importe de 150.000 €, para la realización de acciones de promoción y marketing de la oferta turística de la provincia de Castellón, concedida por **Turisme Comunitat Valenciana**.



ACTITUD
MEDITERRÀNEA



www.introducingcastellon.com