



ACTITUD  
MEDITERRÁNEA



[www.introducingcastellon.com](http://www.introducingcastellon.com)



Introducing  
**Castellón**  
YOUR NEW DESTINATION

# MEMORIA DE ACTIVIDADES 2025

Anual



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

16

**2. PLAN DE ACCIÓN 2025**

**2.1 Promoción y Comarketing**

- 2.1.1 • Mercado alemán, suizo y austriaco
  - Gebeco-Tui
  - Spain B2B
  - Fit Reisen
- 2.1.2 • Mercado holandés
  - The Travel Club
- 2.1.3 • Mercado Reino Unido
  - D-NATA Travel
  - On The Beach
- 2.1.4 • Mercado búlgaro
  - Solvex

46

**2.2 Comunicación Estratégica**

- 2.2.1 • Portal Web y dominios
  - Portal web Introducing Castellón
  - Dominios Introducing Castellón
- 2.2.2 • A.T. Comunicación
  - Catálogo de viajes 2025
  - Newsletters del Club de Producto
  - Blog del Club de Producto
  - Realización firmas correos
  - Presentaciones Profesionales
  - Informes eventos
  - Informe Asamblea general 2024
  - Plan acción 2025
- 2.2.3 • Publicidad en medios
  - Revista FVW Meine Reise - Alemania
  - Alpetur - Alemania
- 2.2.4 • Materiales y soportes
  - Merchandising

70

**3.2 Ferias y eventos profesionales**

- 3.3.1 • Ferias profesionales
  - Fitur
  - ITB
  - IMEX
  - The Meetings Show
  - WTM
  - EIBTM
- 3.3.2 • Presentaciones y Work shops
  - Presentación TCV, Munich
  - Salón Pure Spain, París
  - The Travel Club Work Shop, Vianen
  - Presentación DER, Praga
  - Presentación TCV, Milán
- 3.3.3 • FAM Trips
  - Willy Scharnow, Berlín

104

**3. NOTAS DE PRENSA 2025**





# 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
- 1.7** 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 2025

# ÍNDICE

## 2. PLAN DE ACCIÓN 2025

### 2.1 PROMOCIÓN Y COMARKETING pág. 16

**2.1.1** Mercado alemán, suizo y austriaco pág. 18

**2.1.2** Mercado holandés pág. 28

**2.1.3** Mercado Reino Unido pág. 34

**2.1.4** Mercado búlgaro pág. 40

### 2.2 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA pág. 46

**2.2.1** Portal Web y Dominios pág. 48

**2.2.2** A.T. Comunicación pág. 52

**2.2.3** Publicidad en medios pág. 62

**2.2.4** Materiales y soportes pág. 68

### 2.3 FERIAS Y EVENTOS PROFESIONALES pág. 70

**2.3.1** Ferias pág. 72

**2.3.2** Presentaciones y Work shops pág. 88

**2.3.3** FAM Trips pág. 100

El 2025 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.

### **2.1. Promoción y Comarketing**

En 2025, 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.

### **2.2. 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.

### **2.3. Ferias y Eventos Profesionales**

La participación en eventos profesionales será fundamental para ampliar las oportunidades de negocio. Durante 2025, 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** • Mercado alemán, suizo y austriaco pág. 18
  - Gebeco-Tui
  - Spain B2B
  - Fit Reisen
- 2.1.2** • Mercado holandés pág. 28
  - The Travel Club
- 2.1.3** • Mercado Reino Unido pág. 34
  - D-NATA Travel
  - On The Beach
- 2.1.4** • Mercado búlgaro pág. 40
  - Solvex



# MERCADO ALEMÁN, SUIZO Y AUSTRIACO

## ✓ 2.1.1 Comarketing Alemania, Suiza y Austria

La estrategia de co-marketing de Introducing Castellón en los mercados alemán, suizo y austriaco tiene como objetivo reforzar la presencia de la provincia en regiones clave de Europa Central, donde la demanda por destinos auténticos, seguros y sostenibles continúa en crecimiento. Mediante colaboraciones estratégicas con turoperadores de referencia como Gebeco-TUI, SpainB2B y Fit Reisen, la campaña impulsa la visibilidad de Castellón como un destino versátil y altamente competitivo.

Estas acciones ponen en valor los principales atractivos de la provincia para el viajero centroeuropeo: su naturaleza protegida, rutas de senderismo y cicloturismo, su clima suave durante todo el año y una oferta cultural, gastronómica y de bienestar que encaja con las preferencias de estos mercados. A través de promociones conjuntas, contenidos especializados, formación a agentes y propuestas adaptadas al perfil del viajero alemán, suizo y austriaco, Castellón refuerza su posicionamiento como un destino mediterráneo auténtico, activo y de alta calidad dentro de la marca España.

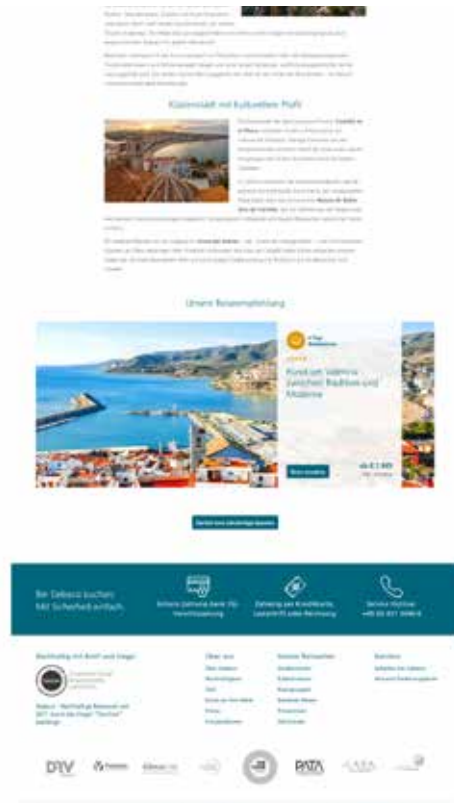
### ◆ Comarketing con Gebeco-TUI

Gebeco-TUI es uno de los turoperadores de referencia en Europa en el ámbito de los viajes culturales y experienciales. Con más de 40 años de trayectoria, destaca por sus circuitos acompañados, rutas temáticas y programas sostenibles, diseñados para viajeros que desean descubrir el mundo de forma auténtica y enriquecedora. Su oferta se centra en destinos seleccionados por su valor cultural, histórico y social, promoviendo siempre un turismo responsable y consciente.

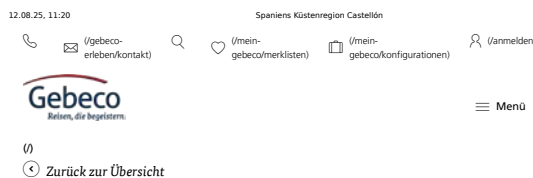
A través de su catálogo impreso y digital, newsletters y redes sociales, Gebeco-TUI conecta con un público interesado en aprender sobre otras culturas y vivir experiencias transformadoras. En el marco de esta colaboración, se ha realizado una acción conjunta de marketing que incluye contenido editorial, una newsletter dedicada, campañas SEA y Display, presencia destacada en la sección "Destino de la semana" de la página principal y la publicación de un artículo en su blog corporativo.

Además, hasta final de año están previstas varias acciones adicionales: una Social Media Week, un pop-up banner en la página de España, una newsletter exclusiva y un webinar con agencias de viajes invitadas por Gebeco.

✓ Landing Page para medir datos campaña de Comarketing



✓ Reportaje sobre la Región de Castellón para campaña de Comarketing



Veröffentlicht am 12.08.2025 durch Presse Abteilung | Reisetipps (/blog/reisetipps)

Spaniens Küstenregion Castellón erkunden



An der Mittelmeerküste Spaniens gelegen, begeistert die Provinz Castellón mit ihrer faszinierenden Geschichte, spektakulären Naturkulissen und einem reichen kulturellen Angebot. Abseits der bekannten Metropole Valencia erwarten Sie hier geheimnisvolle Höhlen, beeindruckende Architektur und Meer. Wir stellen Ihnen in diesem Blogartikel die schönsten Ecken von Spaniens Küstenregion Castellón vor, die Sie unter anderem auch auf unserer Erlebnisreise "Rund um Valencia - Zwischen Tradition und Moderne" kennenlernen. Kommen Sie mit uns auf eine kleine Reise entlang Spaniens Mittelmeerküste!

Vall d'Uixó: Naturwunder unter der Erde



Zudem bieten die Höhlen insbesondere für Fledermäuse einen wichtigen Lebensraum.

Auf unserer achtägigen Erlebnisreise "Rund um Valencia - zwischen Tradition und Moderne" führt die Fahrt von Valencia über Sagunt nach Vall d'Uixó, wo Sie die Höhlen bestaunen können. Von dort geht die Reise weiter nach Peniscola.

Peniscola: Die mittelalterliche Perle am Meer

Willkommen in Peniscola. Der malerische Ort wird von der ehemaligen Templerburg bekrönt, in der die letzten Gegenpäpste Avignons ihre Zuflucht fanden. Auch auf unserer Reise machen Sie Halt in dieser vom Mittelmeer umringten Stadt, schlendern durch die Gassen und genießen den herrlichen Ausblick von der Festung auf das Meer.



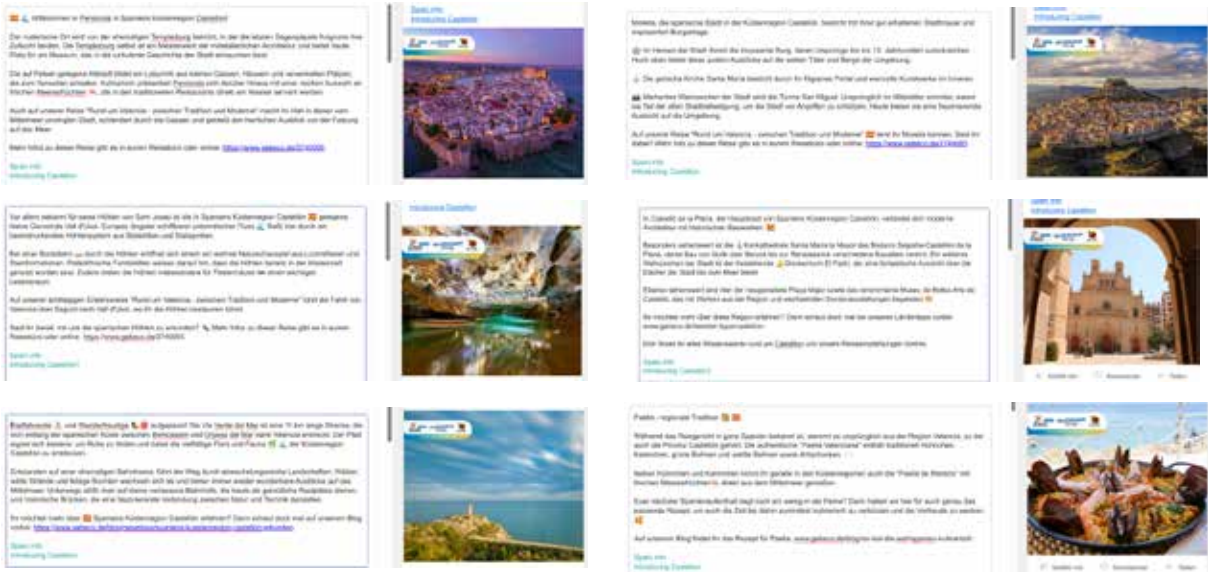
Die Templerburg selbst ist ein Meisterwerk der mittelalterlichen Architektur und bietet heute Platz für ein Museum, das in die turbulente Geschichte der Stadt eintauchen lässt. Denn die Burg war im Laufe der Geschichte an wichtigen Ereignissen wie dem abendländischen Schisma beteiligt. Papst Luna residierte während dieser Zeit, in der es mehrere gleichzeitig amtierende Päpste gab, in Peniscola. Dort fand er Zuflucht und verteidigte bis zu seinem Tod seine Ansprüche auf das Papstamt.

Die auf Felsen gelegene Altstadt bildet ein Labyrinth aus kleinen Gassen, Häusern und verwinkelten Plätzen, die zum Verweilen einladen. Kulinarisch präsentiert Peniscola sich darüber hinaus mit einer reichen Auswahl an frischen Meeresfrüchten, die in den traditionellen Restaurants direkt am Wasser serviert werden.

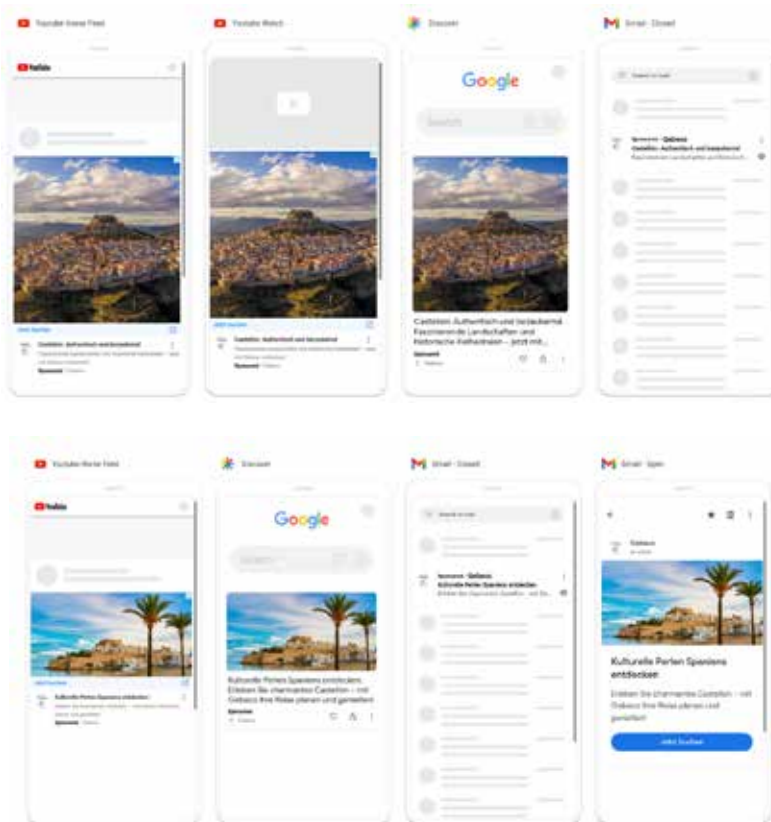
Historische Festungsstadt: Morella

Schließlich beeindruckt Morella mit ihrer gut erhaltenen Stadtmauer und imposanten Burganlage. Im Herzen der Stadt thront die imposante Burg, deren Ursprünge bis ins 13. Jahrhundert zurückreichen. Hoch oben bietet diese zudem Ausblicke auf die weiten Täler und Berge der Umgebung.

✓ Campaña publicitaria en redes sociales (Facebook e Instagram)



✓ Anuncios SEA + Display



✓ Homepage Teaser




✓ Stand-alone-Newsletter Castellón



✓ Invitación a Seminario Online de Gebeco-TUI





### Spaniens Kulturregion Castellon - Gebeco und Vertreter der Region stellen diese Region vor

Mittwoch, 26. November 2025, 9:30 - 10:15 MEZ

Wir möchten Sie daran erinnern, dass Sie ein Referent für das Webinar „Spaniens Kulturregion Castellon - Gebeco und Vertreter der Region stellen diese Region vor“ sind, das in 1 Stunde zum folgenden Zeitpunkt beginnt:

Mittwoch, 26. November 2025, 9:30 - 10:15 MEZ

Dieses GoTo-Webinar wird in der GoTo-App abgehalten. Vor Beginn sollten Sie [hier](#), um eventuelle Verbindungsprobleme zu vermeiden. Klicken Sie [hier](#), um mehr zu erfahren.

**So nehmen Sie am Webinar teil**

Mittwoch, 26. November 2025, 9:30 - 10:15 MEZ | Webinar-ID: 637-044-387

Zum Kalender hinzufügen: [Outlook](#) | [iCalendar](#) | [Google Kalender](#) | [iCal](#)

1. Klicken Sie auf die Schaltfläche, um zu dem geplanten Termin am Webinar teilzunehmen:

[Am Webinar teilnehmen](#)

Hinweis: Dieser Link ist ausschließlich für Sie bestimmt und darf nicht weitergegeben werden. Wenn Sie nicht auf die Schaltfläche klicken können, klicken Sie mit der rechten Maustaste auf den Link, um ihn zu kopieren und direkt in Ihren Browser einzufügen.

- Um auf Ihrem mobilen Gerät [teilzunehmen](#), [laden](#) Sie unsere kostenlose mobile GoTo-App herunter. Es ist kein Konto und keine Anmeldung erforderlich. Alles was Sie brauchen, ist die Webinar-ID oben.

2. Wählen Sie eine der folgenden Audio-Optionen:

**Wenn Sie die Audiofunktionen Ihres Computers verwenden:**

Wenn das Webinar beginnt, werden Sie über das Mikrofon und die Lautsprecher (VoIP) Ihres Computers mit den Audiofunktionen verbunden. Ein Headset wird empfohlen.

-ODER-

**WENN SIE IHR TELEFON VERWENDEN:**

Wenn Sie Ihr Telefon verwenden möchten, wählen Sie „Telefon verwenden“, sobald Sie sich im Webinar befinden und wählen die entsprechende Nummer aus der Nummernauswahl, die Ihnen nachfolgend angeboten wird.

Deutschland: +49 892 0194 302

Zugangscode: 723-657-761

Audio PIN: wird angezeigt sobald Sie sich im Webinar befinden

Wenn Sie beitreten, werden Sie automatisch stummgeschaltet und in den „Zuhörermodus“ versetzt.

## ✓ Resultados campaña de comarketing con TO Gebeco

Resultados de la colaboración empezado con GEBECO, el turoperador más importante del sector de viajes de estudios, grupos e individuales.

- ✓ **Landingpage, 01.09.-22.10:**  
Impresiones: 3.129  
Unique Viewers: 2.321
- ✓ **Homepage Teaser "Reiseziele der Woche" (El destino de la semana) , 01.10.-22.10.:**  
Impressions/ Clicks en la pagina principal : 338.440
- ✓ **SEA + Display, 01.09.-22.10.:**  
Impresiones: 140.664  
clicks: 12.150
- ✓ **Blog, 01.09. bis 22.10.:**  
Impresions: 114  
Unique Viewers: 102
- ✓ **Pendiente hasta el final del año:**  
Social Media Week: 8.-14.12.  
Pop up Banner en la sección, pagina de España : Mitad de Noviembre  
Newsletter exclusivo el 5.11.  
Webinario con agencias de viajes, invitados por GEBECO : 26.11. 2025

### **Valoración por parte de GEBECO:**

La campaña de crossmarketing empezó este año en septiembre y hasta el 22 de octubre ya se han realizado 3 reservas para el año 2026.

Tanto el numero de impresiones y clicks están por encima de lo esperado y por lo tanto se ve que hay interés en la fase de inspiración, sobre un "destino español desconocido". El webinar para agencias de viajes va a ser muy informativo y el newsletter exclusivo para clientes va a reforzar también.

Durante la campaña de ventas entre Enero y Abril 2026 esperan recibir muchas reservas (Pendiente de definir las actividades para el año 2026 aún).

Se han incluido 2 Hoteles en 2 Zonas en el portfolio de GEBECO: Hotel El Faixero en Cinctorres (2 noches), han incluido también 1 noche en el Hotel Plaza Suites de Peñíscola. Además, los grupos harán actividades y visitas en Tortosa, Peñíscola, Morella y Castellón.

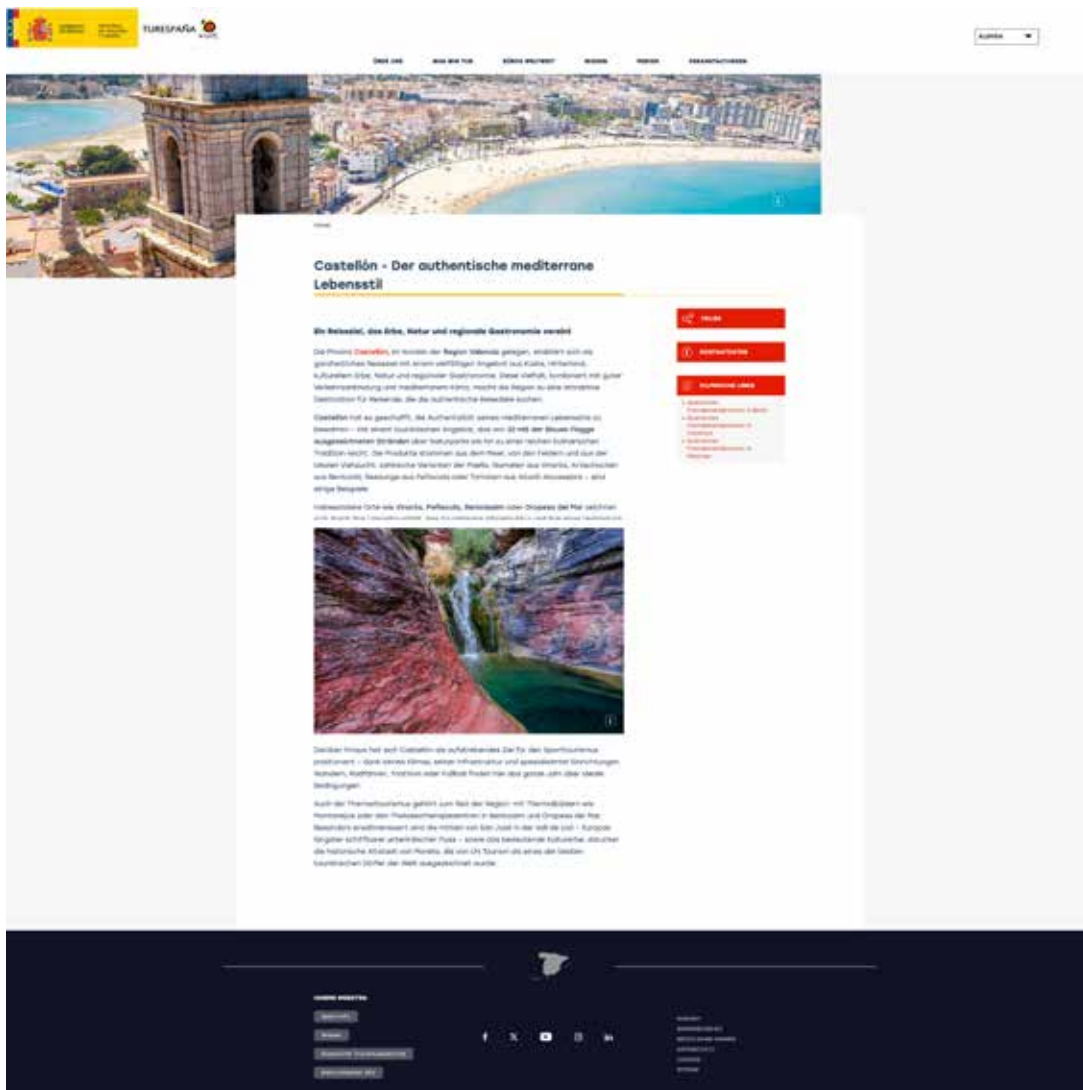
Siendo Valencia, el destino principal y conocido y punto de llegada y salida de los grupos, considero el hecho que hayamos conseguido incluir 4 días en la región de Castellón, y en sus hoteles dentro del portfolio de GEBECO, es todo un éxito. Por el momento hay 4 grupos previstos para el año 2026 y fuera de la temporada alta de verano.

◆ **Comarketing con la empresa especializada Spain B2B para el mercado alemán**

Spain B2B S.L.U. es una empresa especializada en representación turística, organización de agendas comerciales y acciones de comunicación, con amplia experiencia en el mercado alemán. Durante 2025, el Club de Producto colaboró con Spain B2B en varias actuaciones, como la promoción en la región de Colonia-Frankfurt y la gestión de la agenda en la feria ITB Berlín, obteniendo resultados muy positivos.

Para reforzar la presencia del Club en el mercado alemán y mejorar la asistencia a los socios en sus contactos comerciales, en 2025 se formalizó un acuerdo de representación y comarketing con Spain B2B. En este marco se han desarrollado diversas acciones, entre ellas la presentación profesional realizada en Múnich en junio de 2025 dirigida a agentes turísticos y medios especializados.

✓ **Publicación Publireportaje de TURESPAÑA (Oficina de Turismo de Berlín)**



## ◆ Comarketing con FIT Reisen - Mercado alemán, suizo y austriaco

FIT Reisen es una marca líder en Europa especializada en viajes de salud y bienestar. Con más de 45 años de experiencia, se ha consolidado como un referente en el sector del turismo de salud, ofreciendo a sus clientes programas personalizados que combinan descanso, tratamientos terapéuticos, prevención médica y bienestar integral. Su catálogo incluye estancias en balnearios, centros de ayurveda, spas médicos y hoteles de bienestar en destinos seleccionados cuidadosamente por su calidad y especialización.

La marca mantiene un fuerte compromiso con el bienestar físico y mental de los viajeros, promoviendo un estilo de vida saludable a través de experiencias únicas y transformadoras. A través de sus canales de comunicación –como su revista impresa y digital, newsletters y redes sociales– FIT Reisen llega a un público interesado en cuidar de sí mismo mientras descubre nuevos destinos.

En el marco de esta colaboración, se ha llevado a cabo una acción conjunta de marketing que ha incluido la publicación de contenido editorial en la revista de FIT Reisen y el envío de una newsletter dedicada, con el objetivo de reforzar la visibilidad de la marca asociada y generar un mayor alcance en un segmento de alto interés.

- ✓ Anuncio para el catálogo anual Fit Reisen catalogue “Health & Wellness” del Turoperador FIT Reisen



The Authentic Mediterranean Lifestyle

Die Region Castellón offeriert seinen Besuchern vielfältige Wellness-Erlebnisse mit spezialisierten Einrichtungen, die Behandlungen wie Thalasso-Therapien mit Meerwasser, mineralienreiche, medizinische Therapien und entspannende Spa-Dienste präsentieren. Dank des angenehmen Klimas, der Schönheit der Küste und der gesundheitsorientierten Küche ist Castellón ein holistisches Wellness-Ziel, in dem sich Urlauber körperlich und geistig verjüngen können. Mit dem Angebot individueller Therapien bis hin zu ganzheitlichen Erfahrungen ist es eine erstklassige Wahl für all jene, die einen ruhigen und gesundheitsorientierten Rückzugsort suchen.

In Castellón geht es nicht nur darum, sich zu erholen, sondern auch darum, inmitten einer atemberaubenden natürlichen Umgebung und in einem Klima, das jeden Augenblick willkommen heißt, wieder zu sich selbst zu finden. Entdecken Sie ein Wellness-Erlebnis, das über das Gewöhnliche hinausgeht, und die Kunst, voll und ganz zu leben.

CASTELLÓN REGION OF VALENCIA | MEDITERRANEAN ATTITUDE | España

[www.introducingcastellon.com](http://www.introducingcastellon.com)

- ✓ FIT Reisen - B2C & B2B Stand Alone Fit Reisen Email-Newsletter  
Newsletter "Thalasso & Wellbeing in Castellon" enviada el 17.02.2025



Entdecken Sie ein Wellness-Erlebnis, das über das Gewöhnliche hinausgeht! Webansicht



Beratung & Buchung

+49 (0)69 40 588 588



Liebe Reisefreundinnen und Reisefreunde,

die Provinz **Castellón**, die im Norden der Region Valencia liegt und über **120 Kilometer Mittelmeerküste** verfügt, bietet seinen Besuchern **vielfältige Wellness-Erlebnisse** – von Thalasso über medizinische Therapien bis zu entspannende Spa-Anwendungen. Dank des angenehmen Klimas, der **beeindruckenden Landschaft** mit dem einzigen **natürlichen Thermalfluss** Europas und der frischen Küche ist Castellón ein Wellness-Ziel, in dem sich Urlauber körperlich und geistig verjüngen und einen **gesundheitsorientierten Rückzugsort** finden können.

Entdecken Sie ein Wellness-Erlebnis, das über das Gewöhnliche hinausgeht!



Palasiet Thalasso Clinic & Hotel \*\*\*\*

Spanien | Costa del Azahar | Benicàssim



Thalasso Detox



Get in Shape

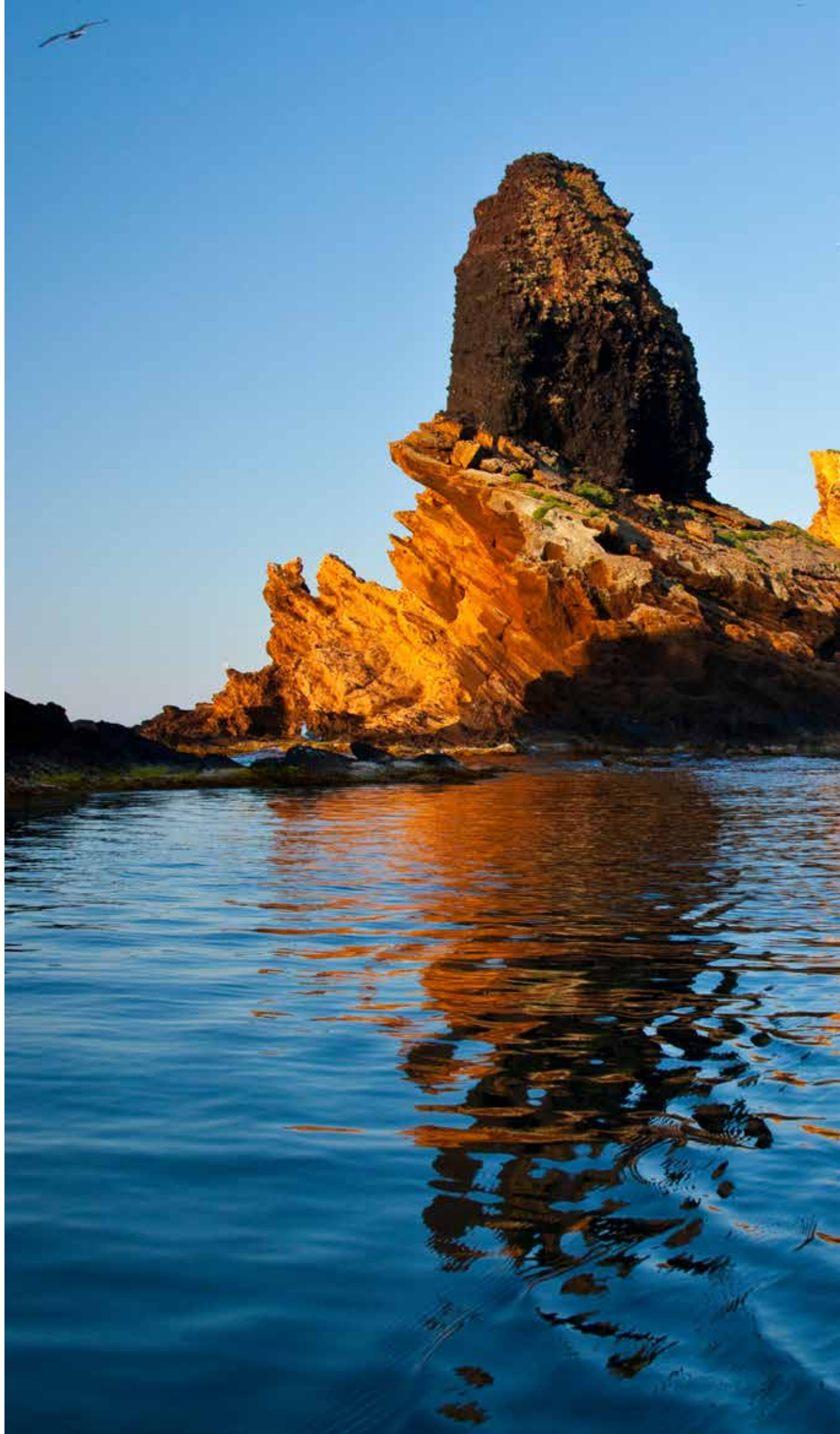
## ✓ Resultados Campaña publicitaria con FIT Reisen

Las acciones de marketing desarrolladas por Fit Reisen para la promoción de Castellón en 2025 se centraron en destacar el posicionamiento del destino como un referente mediterráneo en bienestar, thalasso y experiencias holísticas. La estrategia combinó comunicación directa al consumidor y al sector profesional, así como presencia en soportes de inspiración y planificación de viajes.

En primer lugar, el envío del newsletter B2C y B2B, distribuido el 17 de febrero de 2025 a 50.000 clientes premium y 15.000 agencias de viaje, permitió transmitir de forma segmentada los valores diferenciales del destino: su clima agradable, los más de 120 km de costa, la oferta de centros especializados y uno de los pocos ríos termales naturales de Europa. La pieza promocional presentó además productos concretos como el Palasiet Thalasso Clinic & Hotel, reforzando la conexión entre el mensaje de bienestar y opciones reales de reserva.

Adicionalmente, la inclusión de Castellón en el catálogo impreso "Health & Wellness" de Fit Reisen –publicado en diciembre de 2024 para toda la temporada de reservas 2025– amplió la visibilidad del destino dentro de un entorno de alta afinidad con el público objetivo. Este soporte permitió profundizar en el concepto de "autenticidad mediterránea", destacando tanto la naturaleza como la gastronomía saludable y las terapias orientadas al bienestar integral.

En conjunto, estas acciones contribuyeron a consolidar la imagen de Castellón como un destino ideal para viajeros que buscan salud, relajación y experiencias holísticas en un entorno natural privilegiado. La combinación de comunicación digital directa y presencia en medios impresos especializados garantizó un alcance equilibrado entre clientes finales y profesionales, generando notoriedad de marca y reforzando la percepción de Castellón como un enclave de bienestar de primer nivel.





# MERCADO HOLANDÉS

## ✓ 2.1.2 Comarketing mercado holandés

La estrategia de co-marketing de Introducing Castellón en el mercado holandés tiene como objetivo fortalecer la presencia de la provincia en uno de los países europeos con mayor interés por los viajes sostenibles, activos y de proximidad. A través de una colaboración estratégica con el turoperador y red de agencias The Travel Club, la campaña impulsa la visibilidad de Castellón como un destino mediterráneo atractivo, accesible y alineado con las tendencias de viaje del público holandés.

Las acciones desarrolladas ponen en valor los principales atractivos de Castellón para este mercado: sus playas y calas tranquilas, la amplia red de rutas ciclistas, su oferta gastronómica de producto local, la autenticidad de sus pueblos y un clima favorable que permite disfrutar del destino durante todo el año. Mediante promociones conjuntas, contenidos editoriales, formaciones a agentes y la participación en eventos profesionales, Castellón refuerza su posicionamiento en los Países Bajos como un destino diverso, genuino y competitivo dentro de la marca España.

### ◆ Comarketing con THE TRAVEL CLUB - 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 y Contenido destacado en el boletín informativo de The Travel Club

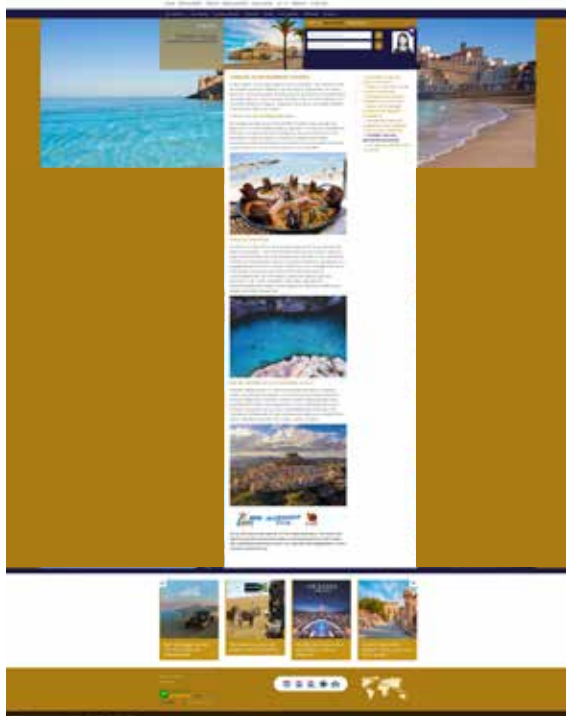


### Authentiek Castellón

Gelegen in het noorden van de regio Valencia is de provincie Castellón een van de gebieden in Spanje die het meest authentiek haar mediterrane karakter heeft weten te behouden. De kustlijn met uitgestrekte stranden en intieme baaien vormt een prachtig contrast met het groene binnenland vol bergen, natuurparken en charmante dorpen. De ontspannen levensstijl en het milde mediterrane klimaat maken Castellón bovendien tot een bestemming waar je het hele jaar door van kunt genieten. Bienvenidos a Castellón!

[Lees meer over Castellón](#)

- ✓ THE TRAVEL CLUB - Landing page para Newsletter y Contenido destacado en el boletín informativo de The Travel Club





### Castellón: de pure mediterrane levensstijl!

In het noorden van de regio Valencia ligt Castellón – een nog vrij onontdekte parel aan de Spaanse Middellandse Zee. Denk aan ongerepte stranden, sfeervolle kustdorpjes en een ruig, bergachtig binnenland dat vraagt om avontuur. Hier draait het leven om buiten zijn, goed eten en tradities die met trots worden gekoesterd. Dankzij de A7 snelweg en twee nabijgelegen luchthavens is de regio makkelijk bereikbaar. Castellón nodigt je uit om het échte mediterrane gevoel te beleven.

[Lees meer over Castellón](#)

✓ THE TRAVEL CLUB - Newsletter dedicada de The Travel Club






**De authentieke Mediterrane levensstijl**

**Beste reisagent,**


Bem jij zo vaak naar een nog onontdekte bestemming aan de Middellandse Zee? Denk dan eens aan de regio Castellón, gelegen in het noorden van Valencia. Met ongelooflijke stranden, zonnige natuurparken, een rijk cultureel erfgoed en blauwgroene 'turquoise' gebieden biedt deze oeverlandse bestemming een unieke mix van natuur, wetenschap en traditie. Dankzij haar moderne infrastructuur en authentieke charme is Castellón ideale voor zowel vakantiegangers als zakenreizigers die op zoek zijn naar een ideale bestemming. Wee weg van de geliefde zandstranden. Maar weten over deze bestemming? Lees dan snel verder!

**De naam de website van Castellón**




**Een kust vol charme en blauwe vlaggen**

Houden jouze stranden van zand, zee en strand? Aan de kustlijn van Castellón vind je levendige badplaatsen zoals Moraira, Peferrer, Albuixac, Alcocebre, Orpesa del Mar, Benicàssim en Castellón. Deze steden bieden een heel lange zandstranden en kristalhelder water. Met meer dan 30 Blue Wave Vlaggen toegelikt door de Europese Unie is de kustlijn een perfecte plek voor strandliefhebbers.




**Proef de lokale keuken**

De keuken van Castellón is een feest voor de smaakpapillen. Van paella en de beroemde garnalen van Orpesa tot de arrojolsos van Benicàssim, de tong van Peferrer en de tomaten van Albuixac-Alcocebre. Alles is lekker, vers en smaakvol. In het binnenland, samen met dorpen als Morella, Sant Mateu en Sagorba traditionele gerechten met lokale wijnen, amandelen, scherpen, vlees, paddenstoelen en truffels.



**Natuur, bergen en welzijn**

Wist je dat Castellón de op één na meest bergrijke provincie van Spanje is? De regio tellt zeventien natuurparken waar je heerlijk kunt wandelen of mountainbiken. Ontspan daarna in de natuurlijke warmwaterbronnen van Horta de Sagorba, de luxe wellnesscentra in Peferrer en Orpesa del Mar of het Thelassothermaalcomplex El Val de Benicàssim. Het draagt alles om balans tussen lichaam en geest.



**Euwenoude cultuur & levendige festivals**

Castellón is doordrenkt van geschiedenis, toerisme, hebber, Christen en Joden. Heten hun sporen achter in kerken en historische plaatsen. Elke draait andere verhalen uit vroeger tijden. Volg paar kleurrijke festivals, muziek en de hartelijke gastvrijheid van de inwoners aan boord, en je krijgt een bestemming uit leven en spanning.

**Boekingsinformatie**

Voor meer informatie over Castellón van je reisocht bij:

sub@tourmarketing@hotels.com

Innovet

**The Travel Club**  
 [Contactpersoon/VolledigeNaam]

TheTravelClub [TheTravelClub]

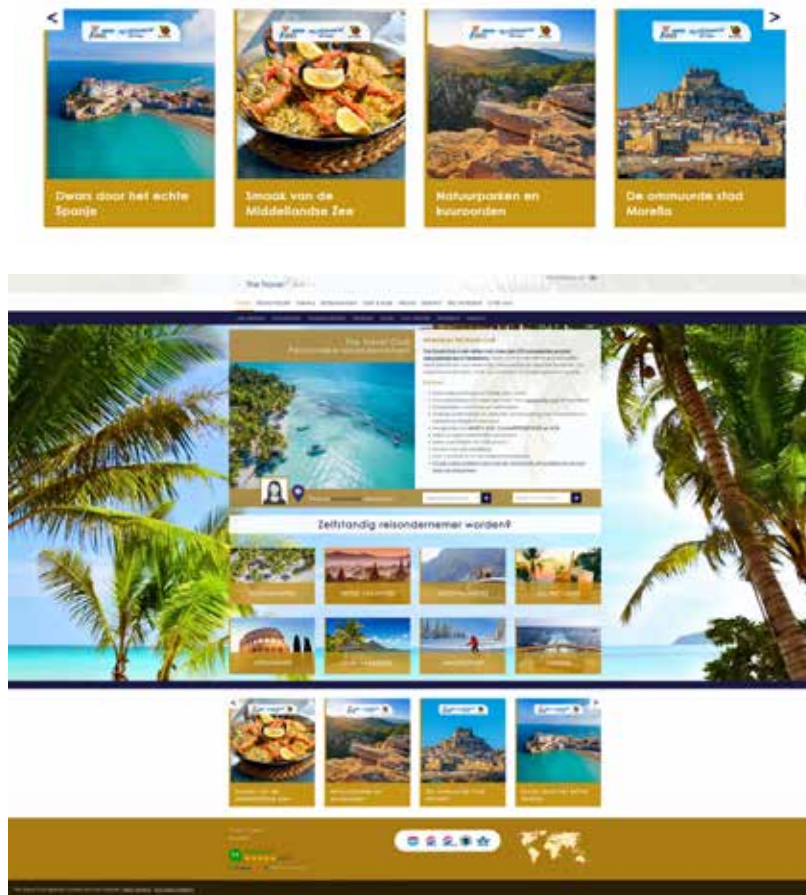
[f](#) [@](#) [in](#) [t](#)

[TheTravelClubContactpersoonAdres]  
 [TheTravelClubContactpersoonEmail] | [TheTravelClubContactpersoonTelefoon]  
 [TheTravelClubWebsiteURL]

[v](#) [w](#) [s](#) [u](#)

Uitschrijven

- ✓ THE TRAVEL CLUB - Ads Block en la homepage de la web de "The Travel Club"

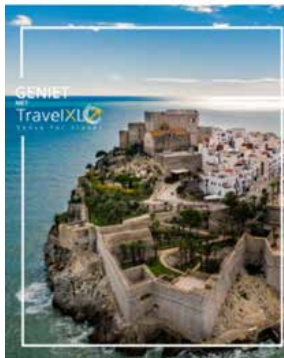


- ✓ THE TRAVEL CLUB - Publicación en redes sociales de TravelXL (marca perteneciente a The Travel Club), una red holandesa de agencias de viajes independientes con fuerte presencia online y un enfoque en viajes personalizados.

Ontdek Castellón 🇪🇸 De verborgen parel van de Spaanse Middellandse Zee!

Tussen ongerepte stranden, sfeervolle kustdorpen en een avontuurlijk berglandschap beleef je hier het echte mediterrane gevoel. Proef het lokale eten, ontdek tradities en ga de natuur in. Dankzij de A7 snelweg en twee luchthavens is de regio makkelijk te bereiken. Castellón wacht op je!

#TravelXL #SenseforTravel #Castellón #MiddellandseZee #Spanje #OntdekSpanje



Zon, Zee en Geschiedenis in Peñíscola 🇪🇸

Wandel door de smalle, karaktervolle straatjes van dit charmante kuststadje in Castellón en bewonder het indrukwekkende Papa Luna-kasteel dat hoog boven de stad uittorent. Ontdek witte huizen met kleurrijke bloemen, pittoreske pleinen en geniet van adembenemende uitzichten over de Middellandse Zee vanaf de oude stadsmuren. Of je nu wilt relaxen op de gouden zandstranden, kajakken over helderblauw water of genieten van verse vis en lokale mediterrane specialiteiten 🍷 Peñíscola heeft voor ieder wat wils, ver weg van de massa.

#TravelXL #SenseforTravel #Castellón #Spanje #Peñíscola



✓ THE TRAVEL CLUB - Publireportaje publicado en la revista Infotrial Vakantiemagazine editada por "The Travel Club"



Gelegen in het noorden van de regio Valencia is de provincie Castellón een van de gebieden in Spanje die het meest authentiek haar mediterrane karakter heeft weten te behouden. De kustlijn met uitgestrekte stranden en inlende baaien vormt een prachtig contrast met het groene binnenland vol bergen, natuurparken en charmante dorpen. De ontpoppen levensstijl en het milde mediterrane klimaat maken Castellón bovendien tot een bestemming waar je het hele jaar door van kunt genieten. **Bienvenidos a Castellón!**

**PROEF AUTHENTIEKE MEDITERRANE GERECHTEN**

Naast de uitstekende zandstranden en blauwe wateren van Vinarrós, Peñíscola, Alcalá-Alossebre, Orpesa del Mar, Benicàssim en Castelló kun je hier genieten van een rijke culinaire traditie. Castellón is namelijk een paradijs voor fijnproevers en een bestemming waar gastronomie centraal staat. Proef de wereldberoemde paella die in deze regio op traditionele wijze wordt bereid met verse zeevruchten of vlees. Laat je verrassen door de gameten van Vinarrós of proef de zachte, krokante artispikken van Benicàssim. Een lokale specialiteit die het hele jaar door wordt geseiveerd. In Peñíscola staat de tong bekend om zijn delicate smaak, terwijl in Alcalá-Alossebre de tomaten ves van het veld naar je bord gaan. Alle producten zijn afkomstig uit de zee, de boomgaarden of het lokale vee en zijn daardoor van topkwaliteit. Ook in het binnenland van Castellón wachten culinaire ontdekkingen. In het schilderachtige Morella, Sant Mateu en Segorbe proef je de eeuwenoude tradities van de regio met producten als extra vergine olijfolie, knapperige amandelen en heerlijk rauwvlees en truffels. Je proeft er ook stevige stoofschotelletjes en smaakvolle vleesgerechten. Lokale markten en authentieke familierestaurants bieden daarnaast een unieke kans om traditionele recepten te proeven die van generatie op generatie zijn doorgegeven. Het culinaire aanbod van Castellón is daarmee ongeëvenaard! Combineer je maaltijd met een goed glas lokale wijn, een verrassende sangria of een ambachtelijk biertje en dompel jezelf onder in de rijke smaken van de regio. Zo beleeft je met iedere hap en slok de echte mediterrane levensstijl.



**MIDDELEEUWSE CHARMEN IN PEÑÍSCOLA**

Peñíscola, ook wel bekend als het "Parijs van de Costa del Azahar", is een charmant kuststadje waar geschiedenis en zee perfect samenkomen. Het indrukwekkende Papa Luna kasteel torent hoog boven de stad uit en nodigt uit tot een wandeling door smalle straten vol karakter. Tussen de stenen muren en poorten liggen de witte huizen van het oude stadscentrum, met kleurrijke bloemen op de balkons en pittoreske pleinen die een magische sfeer creëren, vooral bij zonsopgang. Vanaf de oude stadsmuren heb je een adembenemend uitzicht over de Middellandse Zee en de charmante oude stad beneden. De zandstranden van Peñíscola zijn ideaal voor zowel zonliefhebbers als watersporters en bieden ook mogelijkheden voor avontuurlijke activiteiten. Zo kun je per kajak de rotsachtige kustlijn verkennen, langs verborgen baaien peddelen en onder ruige kliffen door varen, terwijl het heldere water uitnodigt om te snorkelen. De stad heeft daarnaast een levendige gastronomische scène van verse vis, zeevruchten en lokale mediterrane specialiteiten.

**NATUURPARKEN EN KUUROORDEN**

Castellón is de op één na meest bergachtige provincie van Spanje, en dat merk je direct in het omvangrijke landschap. Van imposante bergen en ruigte valleien tot heuvelachtige meren en dichtbegroeide bossen. De vier grote natuurparken: Sierra de Espadán, La Tinenga de Benifassà, Penyagolosa en Sierra Cazorla, bieden een scala aan activiteiten voor natuurliefhebbers. Wandel over schilderachtige paden, verkent de bossen per mountainbike of spot zeldzame vogelsoorten. Aan de kust vind je nog drie andere natuurparken waar je kunt wandelen langs rustige kliffen en verborgen baaien, met uitzicht op het glinsterende mediterrane water. Water speelt een centrale rol in de mediterrane cultuur en Castellón biedt enkele van de meest bijzondere zwemplekken van Spanje. Zo staat Montarjas bekend om zijn warme natuurlijke baden, die je uitnodigen tot totale ontspanning. Ook kun je genieten van fysiotherapiebehandelingen in El Palaset of verjongen in luxe spa's zoals Marina d'Or Spa in Orpesa del Mar. In Castellón kan jij optimaal ontspannen.



**DE OMMUURDE STAD MORELLA**

Hoog gelegen op een heuvel in het binnenland van Castellón vind je een van de mooiste dorpen van de regio. Morella is volledig ommuurd met indrukwekkende stadsmuren en torens die je het gevoel geven als een stap terug in de tijd. Het imposante kasteel van Morella rijt hoog boven de stad uit en biedt een spectaculair uitzicht over de omringende valleien en groene heuvels. Wandel door de geplaveide straten en ontdek middeleeuwse huizen met houten balkons, steenvloer pleinen en lokale winkels vol lokale producten zoals truffels, ambachtelijke kazen en zoete nougat. Proef zeker de traditionele gerechten in een van de familierestaurants, van stevige stoofschotelletjes tot smaakvol lokaal vlees, en combineer het met een glas van de streekwijn. Wandel over de oude stadsmuren, bezoek de gotische basiliek Santa Maria of struik over de kleine pleintjes waar lokale ambachtlieden hun werk tentoonstellen. Na een bezoek aan Morella begrijp je meteen waarom het op de lijst staat van Los Pueblos Más Bonitos de España (mooiste dorpen van Spanje).





# MERCADO REINO UNIDO

### ✓ 2.1.3 Comarketing Reino Unido

La estrategia de co-marketing de Introducing Castellón en el mercado del Reino Unido tiene como objetivo consolidar la presencia de la provincia en uno de los principales emisores de turismo hacia España, especialmente interesado en destinos de sol y playa, experiencias al aire libre y propuestas culturales auténticas. A través de colaboraciones estratégicas con turoperadores de referencia como On the Beach y Dnata Travel - Emirates Holidays, la campaña refuerza la visibilidad de Castellón como un destino seguro, competitivo y atractivo para el viajero británico.

Las acciones desarrolladas en este marco de cooperación ponen en valor los atributos que mejor conectan con este mercado: sus extensas playas mediterráneas, la oferta de actividades deportivas y familiares, una gastronomía basada en productos locales, así como la autenticidad de sus municipios y su clima cálido durante la mayor parte del año. Mediante campañas promocionales conjuntas, acciones digitales, contenidos editoriales, iniciativas de formación con agentes de viaje y presencia en canales especializados, Castellón se posiciona en Reino Unido como un destino emergente, moderno y con una excelente relación calidad-precio dentro de la marca España.

#### ◆ Comarketing con el TO On The Beach - Mercado Reino Unido

On the Beach es uno de los turoperadores online más reconocidos del Reino Unido, especializado en vacaciones de sol y playa diseñadas para un público que busca flexibilidad, buen precio y una experiencia de reserva sencilla. Con más de dos décadas de trayectoria en el sector, la compañía destaca por su amplia selección de paquetes dinámicos que combinan vuelos, hotel y servicios adicionales, permitiendo a los viajeros personalizar su escapada según sus necesidades. Su propuesta se basa en la transparencia, la comodidad digital y la capacidad de ofrecer opciones accesibles sin renunciar a la calidad.

A través de su presencia web, su app, campañas digitales y un fuerte posicionamiento en redes sociales, On the Beach conecta con un público joven y familiar que valora la libertad de construir sus vacaciones a medida. En el marco de esta colaboración, se ha llevado a cabo una acción conjunta de marketing que incluye contenido editorial y una newsletter exclusiva, con el objetivo de reforzar la visibilidad de la marca y ampliar su alcance dentro de un segmento en pleno crecimiento.

✓ Campaña de Comarketing con TO On The Beach

**On-Site**

**Oropesa Del Mar Destination Page**

w/c 7th April (on going)

<https://www.onthebeach.co.uk/destinations/spain/costa-del-azahar/oropesa-del-mar>

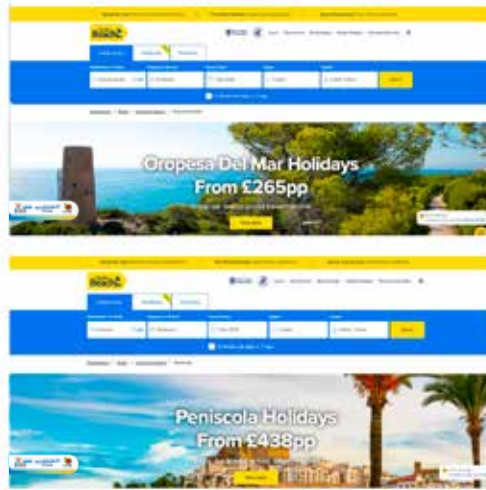
SEO Impressions: 5.2k+  
Page Views: 2k+  
Sessions: 1.95k+

**Peniscola Destination Page**

w/c 7th April (on going)

<https://www.onthebeach.co.uk/destinations/spain/costa-del-azahar/peniscola>

SEO Impressions: <1k  
Page Views: 1.4k+  
Sessions: 1.3k+



**On-Site**

**'Last Minute holidays' Landing Page Banner**

w/c 21st July (2 weeks)

<https://www.onthebeach.co.uk/holidays/last-minute-holidays>

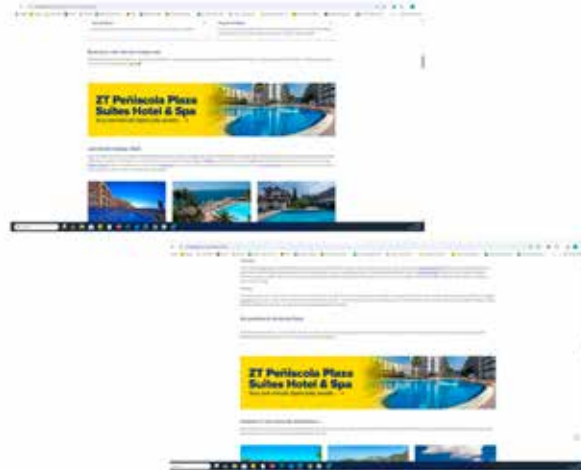
SEO Impressions: 1.9M  
Page Views: 77.5K

**'2025 holidays' Landing Page Banner**

w/c 21st July (2 weeks)

<https://www.onthebeach.co.uk/holidays/2025>

SEO Impressions: 613K  
Page Views: 18.1K



**CRM**

**Partnerships Email Feature**

w/c 14th April

- Targeted Send Volume: 304K
- Open Rate: 20.2%
- CTR: 2%

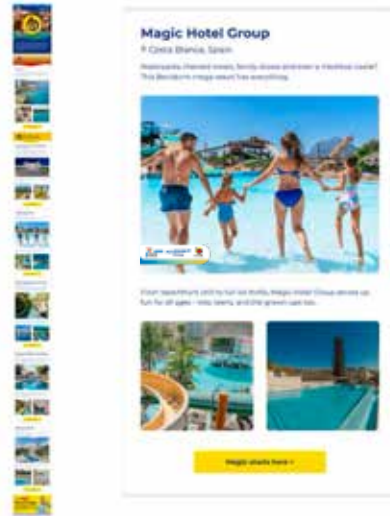


## CRM

### Partnerships Email Feature

w/c 26th May

- Targeted Send Volume: 330K
- Open Rate: 21.2%
- CTR: 1.4%



## CRM

### Solus Email

w/c 3rd July

- Targeted Send Volume: 242K
- Open Rate: 13.5%
- CTR: 3%



## APP

### Push Notifications

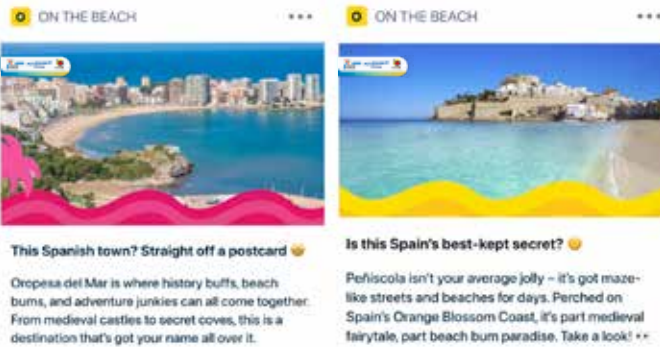
w/c 28th April - Oropesa del Mar

- Targeted Send Volume: 167.5K
- Click Rate: 1.6%

### Push Notifications

w/c 9th June - Peñíscola

- Targeted Send Volume: 184k
- Click rate: 1.6%



## ✓ Resultados Campaña publicitaria con On The Beach

La campaña realizada entre abril y agosto de 2025 obtuvo resultados muy positivos, generando 128 reservas, 517 pasajeros y un valor total de 195.312 €. Los hoteles Magic Sports y Hotel Magic Games fueron los que mejor rendimiento aportaron, concentrando la mayor parte de las ventas. En conjunto, la acción logró reforzar la visibilidad, atraer demanda cualificada y convertir de forma efectiva, consolidando una campaña sólida y rentable.

### Campaign Overview

April-August 2025

Bookings

Hotel	Bookings
Hotel Magic Games	45
Hotel Magic Inn	14
Magic Fantasy Hotel	11
Magic Sports	50
Pontiana Thalasso Hotel	1
ZT Peñíscola Plaza Suites	7
<b>Total</b>	<b>128</b>

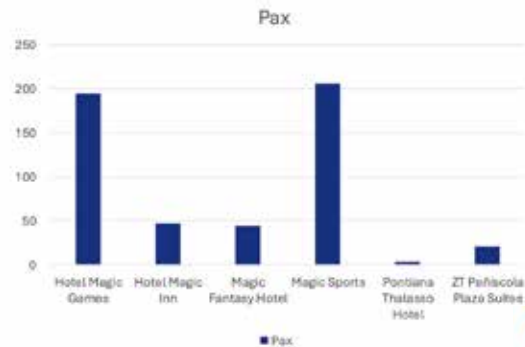


### Campaign Overview

April-August 2025

PAX

Hotel	Pax
Hotel Magic Games	195
Hotel Magic Inn	47
Magic Fantasy Hotel	44
Magic Sports	206
Pontiana Thalasso Hotel	4
ZT Peñíscola Plaza Suites	21
<b>Total</b>	<b>517</b>



### Campaign Overview

April-August 2025

Value (euro)

Hotel	Total Value
Hotel Magic Games	€ 59,324.87
Hotel Magic Inn	€ 9,956.98
Magic Fantasy Hotel	€ 18,965.87
Magic Sports	€ 94,885.75
Pontiana Thalasso Hotel	€ 2,827.68
ZT Peñíscola Plaza Suites	€ 9,350.50
<b>Total</b>	<b>€ 195,312.65</b>



## ◆ Comarketing con DNATA Travel Republic - Mercado Reino Unido

Dnata Emirates es uno de los turoperadores más consolidados para el mercado inglés, especialmente reconocido por su propuesta de viajes de alta calidad y servicios premium. Con una larga trayectoria dentro del grupo Emirates, la marca se ha posicionado como una opción de confianza para el público británico que busca vacaciones bien organizadas, experiencias exclusivas y un alto nivel de atención al cliente. Sus paquetes combinan destinos de gran atractivo con hoteles seleccionados y servicios adicionales que responden a las expectativas del viajero del Reino Unido.

A través de su presencia digital, colaboraciones estratégicas y campañas orientadas al consumidor británico, dnata Emirates logra conectar con un público que valora la comodidad, la seguridad y la excelencia en cada etapa del viaje. En esta colaboración se ha llevado a cabo una acción conjunta de marketing que incluye contenido editorial y una newsletter específica para el mercado inglés, con el objetivo de reforzar la visibilidad de la marca y potenciar su alcance en un segmento con alto potencial de crecimiento.

### ✓ Campaña de Comarketing con TO DNATA Travel Republic

#### YOUR CAMPAIGN? SORTED.

Partner: Castellon  
 Campaign dates: Jul-Oct  
 2025

Partner investment: €14,500  
 Travel Republic investment: €26,922

Product	Media	Channel	Asset Description	CPA	CPV	CPM	CTR	Cost Per Conversion (CPC)	Cost Per Click (CPC)	Cost Per Lead (CPL)	Cost Per Acquisition (CPA)	Conversion Rate		
TO DNATA Spain	Facebook	Castellon Plus	Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	25.00	25.00	25.00	0.04		
		Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	25.00	25.00	25.00	25.00	0.04		
		Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	25.00	25.00	25.00	25.00	0.04		
		Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	25.00	25.00	25.00	25.00	0.04		
		Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	0.02	50.00	25.00	25.00	0.04		
		Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	0.02	50.00	25.00	25.00	0.04		
		Castellon Plus - Discover the beauty of Castellon	1.5	0.05	10.00	0.02	50.00	0.02	50.00	25.00	25.00	0.04		
TOTAL											105.00	4.20	25.00	0.04



#### LANDING PAGE

<https://www.travelrepublic.co.uk/1-215-2-0/holidays-in-castellon>

Campaign sessions:764  
 New users:334  
 Avg. session duration:1, 10s  
 Engagement rate: 67.41%



### HOMEPAGE BANNER

Delivery of large ad unit on the homepage matching the look and feel of Travel Republic merch block, driving traffic to your dedicated landing page.

**Performance stats:**  
Impression target: 72,000  
Delivered: 72,430  
CTR: 0.02%



TRAVEL REPUBLIC

### FOOTER BANNER

This was sent on 6 October 2025.

**Results:**  
Sends: 271,955  
Open rate: 54.6%  
Click rate: 0.6%  
Sessions: 1,136

Your banner accounted for 3.3% of all email clicks. Totalling 53 clicks



TRAVEL REPUBLIC

### ONSITE DISPLAY ADS

Targeted display advertising based on customer search data, driving traffic your dedicated landing page.

**Performance stats:**  
Impression target: 105,000  
Delivered: 105,091  
CTR: 0.02%



TRAVEL REPUBLIC

### ORGANIC SOCIAL STORY

These were posted to Instagram stories on 26th August

**Results:**  
Views: 8,656  
Likes: 5  
Link clicks: 1,212



TRAVEL REPUBLIC

### SOLUS EMAIL

This was sent on 28 July 2025 and can be viewed [HERE](#).

**Results:**  
Sends: 292,674  
Unique Opens: 176,693  
Open Rate: 60.4%  
Unique Clicks: 2,373  
Click Rate: 0.8%  
CTO: 1.34%  
Sessions: 1,582



TRAVEL REPUBLIC

### ORGANIC SOCIAL POST

This was posted to Instagram and Facebook on 3rd October

Instagram results - 4,315 views  
Facebook results - 3,968 views



TRAVEL REPUBLIC

### FOOTER BANNER

This was sent on 3 September 2025.

**Results:**  
Sends: 78,493  
Open rate: 48.2%  
Click rate: 0.5%  
Sessions: 310

Your banner accounted for 3.3% of all email clicks. Totalling 12 clicks



TRAVEL REPUBLIC

### TRAVELLER+ PAID SOCIAL

**Performance stats:**  
Impression target: 200,000  
Delivered: 213,505  
Reach: 73,377  
Link clicks: 3,134  
CTR: 1.47%



Sponsored Advertising across Facebook and Instagram to the UK market. Retargeting Travel Republic in-market audiences and new, precise lookalike audiences to find, inspire and convert your ideal customers

TRAVEL REPUBLIC

### TRAVELLER+ DISPLAY

**Performance stats:**  
Impression target: 100,000  
Delivered: 100,592  
Clicks: 63  
CTR: 0.10%



Display advertising targeted to users after they leave the Travel Republic site, driving traffic back to your dedicated landing page.

TRAVEL REPUBLIC

## ✓ Resultados Campaña publicitaria con DNATA Travel Republic

La campaña Media 360 desarrollada para la promoción de Castellón entre julio y octubre de 2025 ha demostrado un rendimiento sólido y equilibrado en todos los canales activados, combinando acciones de display, social media, email marketing y contenido onsite. La inversión conjunta del partner y de Travel Republic permitió desplegar una estrategia amplia orientada tanto a la visibilidad como a la generación de tráfico cualificado.

La landing page recibió 764 sesiones, con un 67,41% de tasa de interacción y más de 330 nuevos usuarios, lo que indica un interés real de la audiencia por conocer más sobre la oferta del destino. Las acciones de display onsite y homepage banner cumplieron sus objetivos de impresión, asegurando una presencia continuada del destino en los puntos clave de navegación.

En el ámbito del email marketing, tanto el solus email como los footer banners mostraron tasas de apertura elevadas (entre 48% y 60%), reflejo de un interés genuino del usuario final. El solus email generó 1.582 sesiones y el resto de comunicaciones contribuyeron también a un flujo constante de tráfico hacia la página del destino.

En redes sociales, el contenido orgánico consiguió una buena visibilidad, especialmente las historias de Instagram, que superaron las 8.600 visualizaciones y generaron más de 1.200 clics. La publicidad pagada Traveller+ logró superar las impresiones previstas, generó más de 3.100 clics y alcanzó un CTR de 1,47%, situándose por encima de la media del sector para campañas similares.

En conjunto, los datos muestran que la campaña logró amplificar de manera eficaz la presencia de Castellón, combinando alcance, engagement y tráfico relevante. La coherencia entre los distintos canales y la optimización del targeting permitieron que el destino alcanzara a un público adecuado, generando interés y estímulo hacia la conversión futura.



# MERCADO BÚLGARO

## ✓ 2.1.4 Comarketing Bulgaria

La estrategia de co-marketing de Introducing Castellón en el mercado búlgaro busca ampliar la presencia de la provincia en un país donde crece el interés por destinos mediterráneos que combinan sol y playa, naturaleza y experiencias culturales de calidad. Gracias a la colaboración con el turoperador Solvex, uno de los principales operadores especializados en viajes a España y el Mediterráneo, la campaña potencia la visibilidad de Castellón como una alternativa atractiva y diferenciada para el viajero búlgaro.

Las acciones desarrolladas en este marco conjunto destacan los elementos más valorados por este mercado: sus playas tranquilas, entornos naturales ideales para actividades al aire libre, la tradición gastronómica basada en productos locales y la autenticidad de sus municipios, que permiten vivir experiencias cercanas y genuinas. A través de iniciativas promocionales, contenidos específicos para el público búlgaro, presencia en plataformas digitales y acciones dirigidas a agencias de viaje, Castellón fortalece su posicionamiento en Bulgaria como un destino mediterráneo accesible, diverso y con una excelente relación calidad-precio dentro de la marca España.

### ◆ Comarketing con Solvex - Mercado búlgaro

Solvex es uno de los turoperadores más reconocidos del mercado búlgaro, destacado por su amplia experiencia en viajes vacacionales y su sólida especialización en destinos mediterráneos y de larga distancia. Con una trayectoria consolidada, la marca se ha posicionado como un referente para los viajeros búlgaros que buscan paquetes completos, precios competitivos y un servicio fiable respaldado por años de conocimiento del sector.

El público de Bulgaria valora especialmente la variedad de destinos, las opciones familiares y la comodidad de reservar a través de un operador de confianza, aspectos en los que Solvex mantiene una presencia fuerte y constante. Mediante campañas digitales, su plataforma online y acciones promocionales dirigidas al consumidor búlgaro, la marca refuerza su conexión con un mercado en crecimiento. En esta colaboración se ha desarrollado contenido editorial y una newsletter dedicada, con el objetivo de potenciar la visibilidad de Solvex y ampliar su alcance entre un público altamente receptivo.

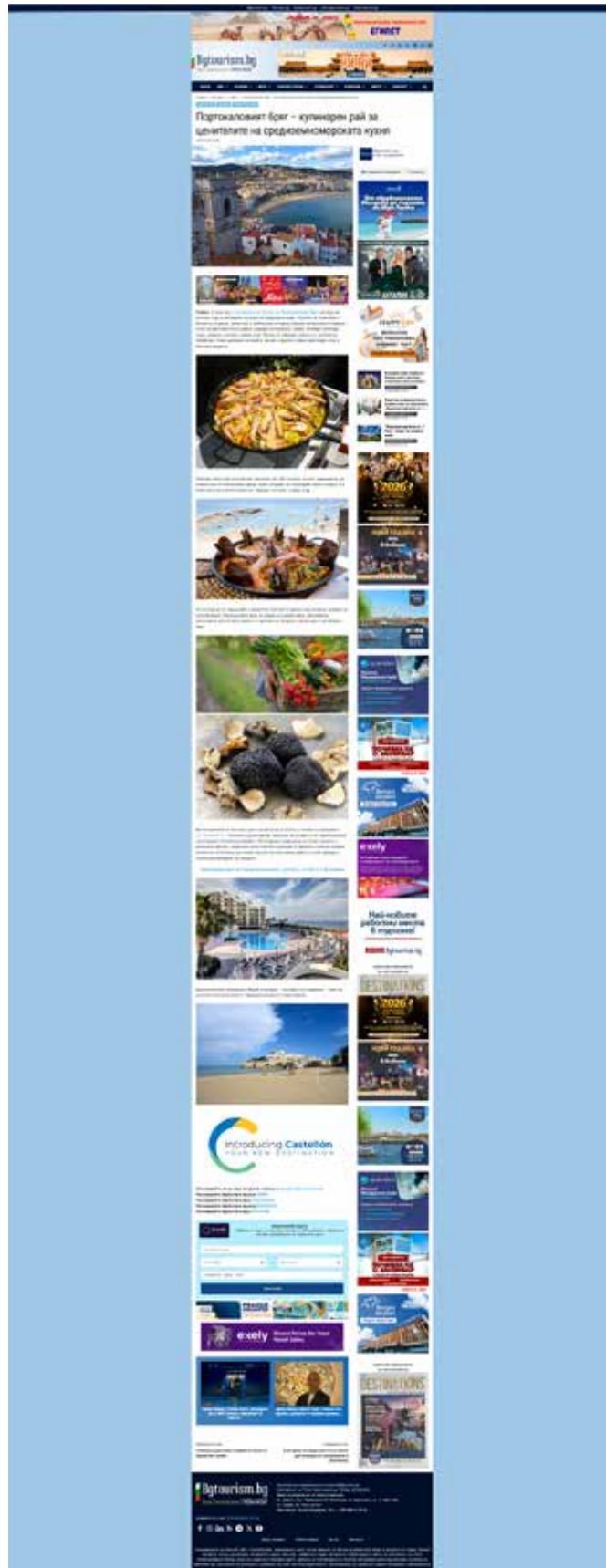
✓ Landing Page para campaña de Comarketing



✓ Landing Page para campaña de Comarketing



- ✓ Landing page desarrollada junto a BG Tourism, organismo oficial de turismo de Bulgaria.







# COMUNICACIÓN

## 2.2 COMUNICACIÓN

- 2.2.1 • Portal Web y dominios** pág. 48
  - Portal web Introducing Castellón
  - Dominios Introducing Castellón
  
- 2.2.2 • A.T. Comunicación** pág. 52
  - Catálogo de viajes 2025
  - Newsletters del Club de Producto
  - Blog del Club de Producto
  - Realización firmas correos
  - Presentaciones Profesionales
  - Informes eventos
  - Informe Asamblea general 2024
  - Plan acción 2025
  
- 2.2.3 • Publicidad en medios** pág. 62
  - Revista FVW Meine Reise - Alemania
  - Alpetur - Alemania
  
- 2.2.4 • Materiales y soportes** pág. 68
  - Merchandising



# PORTAL WEB Y DOMINIOS

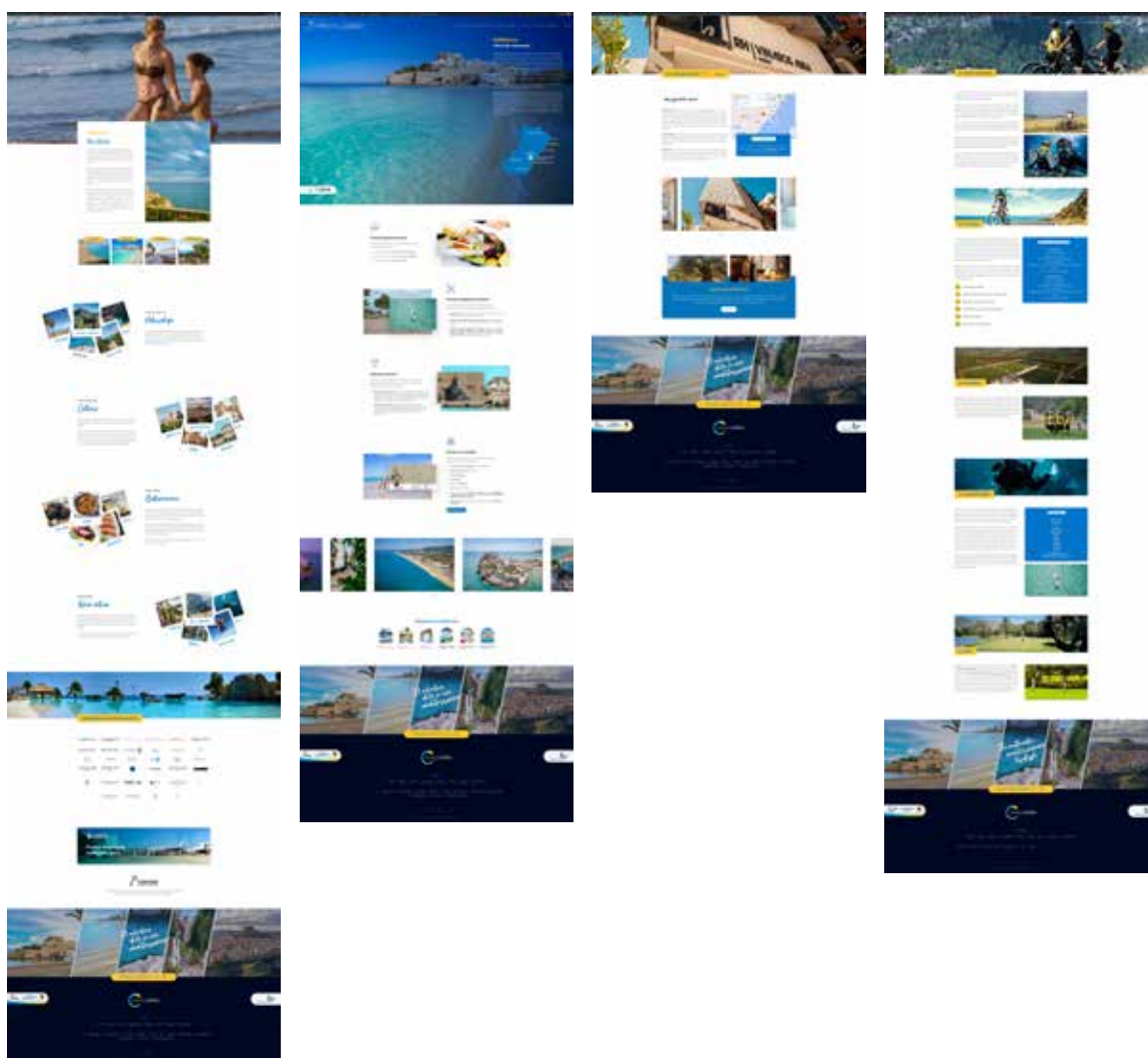
## ✓ 2.2.1 Portal Web y Dominios

El portal web de Introducing Castellón constituye uno de los pilares fundamentales de la estrategia digital del Club de Producto. A través de él se centraliza la difusión de la oferta turística de la provincia, se facilita el acceso a información actualizada para profesionales y visitantes, y se proyecta una imagen cohesionada y moderna del destino. La gestión de los distintos dominios asociados, así como la optimización continua de los contenidos y recursos digitales, permite reforzar la visibilidad online, mejorar el posicionamiento en buscadores y garantizar una presencia sólida en el entorno digital.

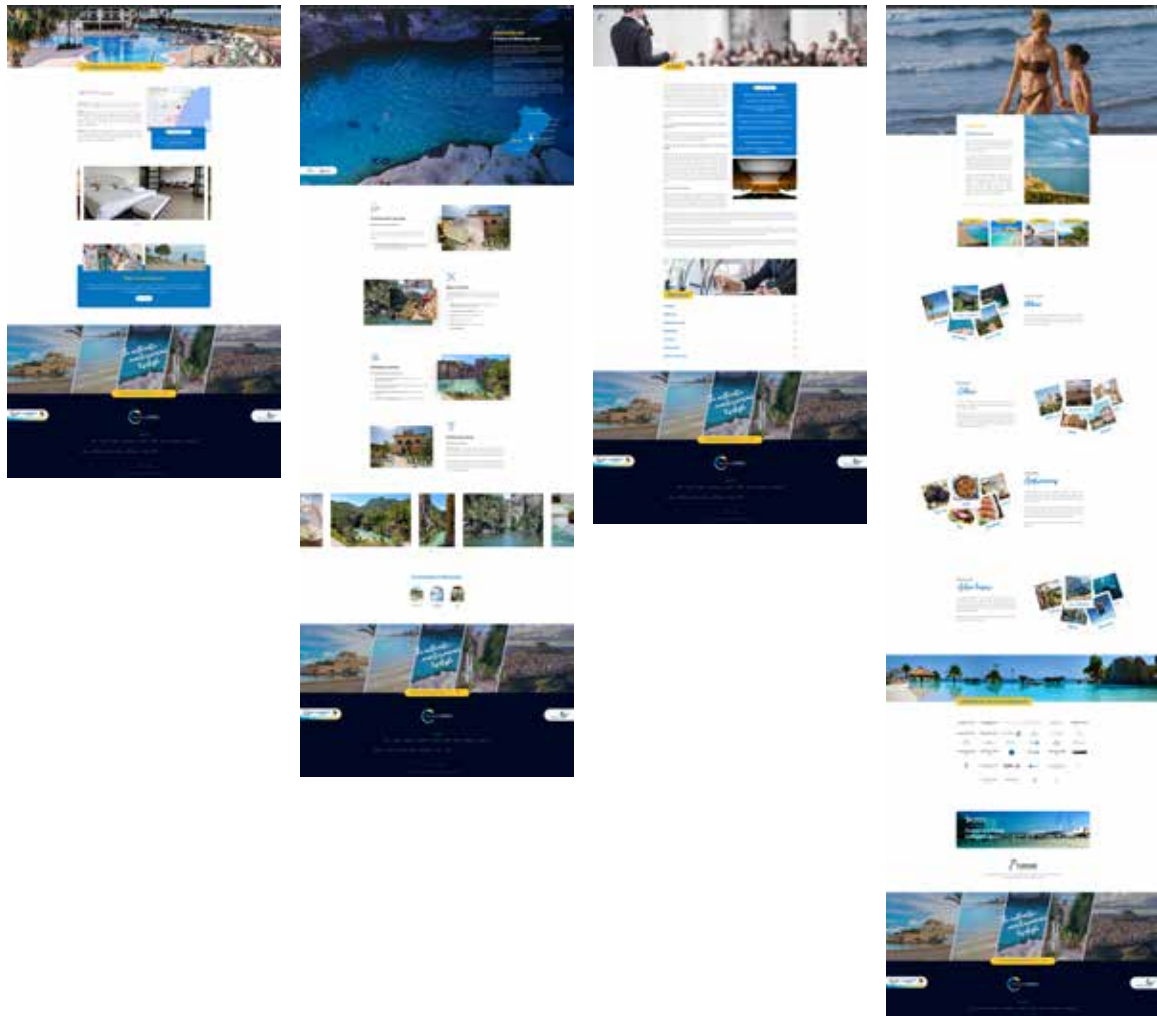
### ◆ Mantenimiento y actualización del portal web

Durante el año se realizaron tareas continuas de mantenimiento y actualización del portal web para garantizar su buen funcionamiento, mejorar la navegación y mantener la información siempre al día.

#### ✓ Sitio Web en español



✓ Sitio Web en inglés



## ◆ Dominios Introducing Castellón

Durante el año se realizó el seguimiento y la gestión de los dominios asociados al Club de Producto, asegurando su renovación, disponibilidad y correcta integración con las plataformas digitales del proyecto. Esta labor garantizó una presencia online estable y coherente, esencial para la visibilidad del destino.

### ✓ Dominios asociados al Club de Producto

**arsys**

DOCUMENTO DE TITULARIDAD DE DOMINIO  
Información obtenida el día 19/11/2025 a las 11:59 horas

En el momento de emisión de este documento, los datos relativos al registro del dominio indicado según la base de datos pública Whois son los siguientes:

<b>Dominio</b>	<a href="http://introducingcastellon.com">introducingcastellon.com</a>
Estado del dominio:	ACTIVADO
Fecha de alta:	2021-02-09 00:00:00
Fecha de modificación:	2025-02-01 04:51:23
Fecha de expiración:	2026-02-09 00:00:00

#### Datos del titular

Nombre del titular:	CLUB DE PRODUCTO INTRODUCING CASTELLON
Dirección:	Calle Moyano, 8 Bajo, Castellon
Ciudad:	pablo@momapublicidad.com
Provincia:	CASTELLON
Código Postal:	12002
País:	ESPAÑA
Teléfono:	+34 607255819
Email:	pablo@momapublicidad.com

#### AVISO LEGAL

El presente documento es de carácter informativo, careciendo de cualquier validez legal, y ha sido emitido por Arsys a solicitud del cliente que tiene encomendada la gestión del nombre de dominio, con la única finalidad de proporcionarle información sobre los datos de registro del mencionado dominio en la fecha de su emisión. Los datos facilitados a través de este documento son datos obtenidos en tiempo real, de las bases de datos whois de los Registradores y/o Registros correspondientes, no siendo responsable Arsys de su veracidad. Este documento no garantiza en ningún caso ningún título de propiedad sobre el dominio, ni que la información asociada al mismo haya permanecido invariable desde la fecha de su registro o pueda sufrir modificaciones posteriores. Usted acepta y se compromete a utilizar la información incluida en el presente documento únicamente con fines legítimos; absteniéndose asimismo de utilizar dichos datos para: permitir, posibilitar o facilitar la transmisión por correo electrónico, teléfono, o fax de ofertas masivas no solicitadas, o posibilitar o llevar a cabo procesos electrónicos, automatizados o de gran volumen para recabar o recopilar estos datos, con cualquier finalidad, entre la que se puede incluir, la obtención de estos datos para su propio uso personal o comercial. Arsys se exonera de cualquier tipo de responsabilidad, frente a usted y frente a cualquier tercero, por el uso que pueda realizar de la información proporcionada a través del presente documento, así como su distribución a terceros, siendo usted responsable en dicho caso del cumplimiento de la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal, normativa aplicable en materia de nombres de dominio, así como cualquier otra que pudiera resultar de aplicación.

El equipo de Arsys,

**arsys** Copyright © Arsys Internet, S.L.U.

Atención 24/7 | Tel. +34 902 11 55 30 | info@arsys.es | ayuda.arsys.es

Servidores DNS	
<b>DNS del hosting</b>	
Servidor DNS	IP
dns1.serv408770.servidoresdns.net	82.223.254.34
dns2.serv408770.servidoresdns.net	82.223.96.52
<b>DNS del dominio</b>	
Servidor DNS	IP
dns1.serv408770.servidoresdns.net	82.223.254.34
dns2.serv408770.servidoresdns.net	82.223.96.52



# A.T. COMUNICACIÓN

## ✓ 2.2.2 A.T. Comunicación

La colaboración entre la agencia de publicidad responsable de la comunicación del Club de Producto Introducing Castellón se establece con el objetivo de asegurar una gestión profesional, coherente y continuada de todas las acciones promocionales del proyecto.

Esta cooperación permite coordinar de manera integrada la comunicación del destino, desarrollar campañas específicas para los diferentes mercados y garantizar que la imagen de Castellón se proyecte de forma unificada y estratégica en todos los canales.

A lo largo del año se han llevado a cabo diversas acciones de comunicación orientadas a reforzar la presencia del Club de Producto Introducing Castellón. Se realizó el mantenimiento y actualización del portal web y de los dominios asociados, garantizando una presencia digital estable y accesible. La agencia responsable de la AT Comunicación coordinó las campañas y contenidos del Club, asegurando una imagen coherente en todos los canales y desarrollando materiales, newsletters y acciones de difusión adaptadas a cada mercado.

También se ejecutaron campañas de publicidad en medios especializados y se desarrollaron colaboraciones con turoperadores como FW Meine Reisen y Alpetour, integrando la oferta de Castellón en sus catálogos y plataformas. Asimismo, se elaboraron diversos materiales promocionales y recursos digitales, junto con la producción de merchandising destinado a reforzar la identidad del destino en ferias, eventos y acciones B2B.

## ◆ Catálogo de Viajes 2025

Diseño, maquetación y elaboración del Catálogo de Viajes 2025 del Club de Producto Introducing Castellón, disponible en español e inglés. El trabajo incluyó la actualización de contenidos, la organización de la oferta turística por segmentos, la creación de una línea gráfica coherente con la identidad del destino y la adaptación de los materiales a ambos idiomas. El resultado es una herramienta promocional completa y actualizada, pensada para facilitar la comercialización del destino en mercados nacionales e internacionales.

### ✓ Catálogo 2025 en español



## i CATÁLOGO 2025 - ESPAÑOL

✓ Catálogo 2025 en inglés



**i** CATÁLOGO 2025 - INGLÉS

## ◆ Newsletters - 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,

¡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.

#### ACCIÓN PROMOCIONAL

### Influencers + Sorteo

Acción de marketing con influencers

#### Video Promocional en colaboración con Influencers

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 Raül 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.



### 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.

#### FERIAS PROFESIONALES

### ITB Berlín 2025

Informe actividad

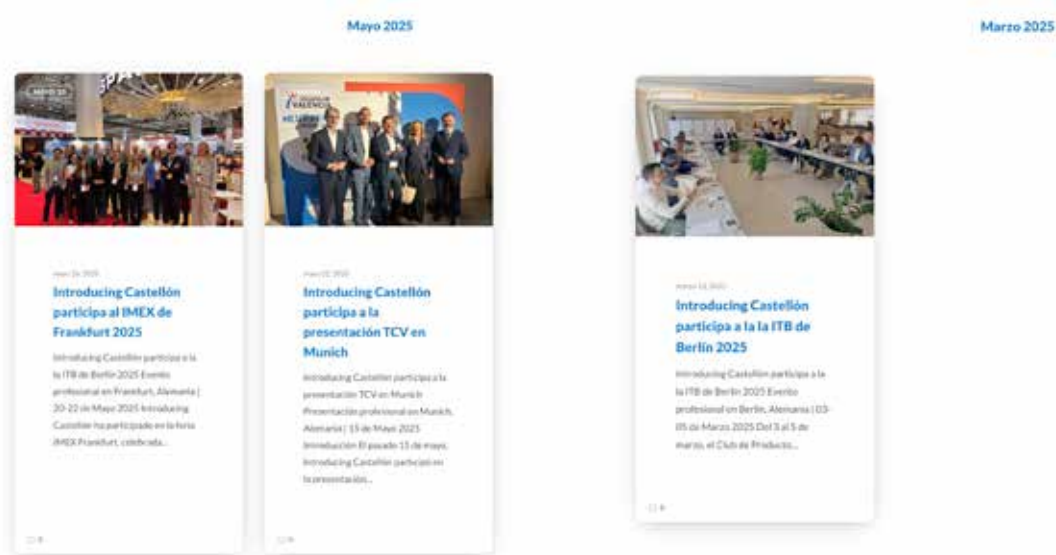
03-05 Marzo | Berlín (Alemania)



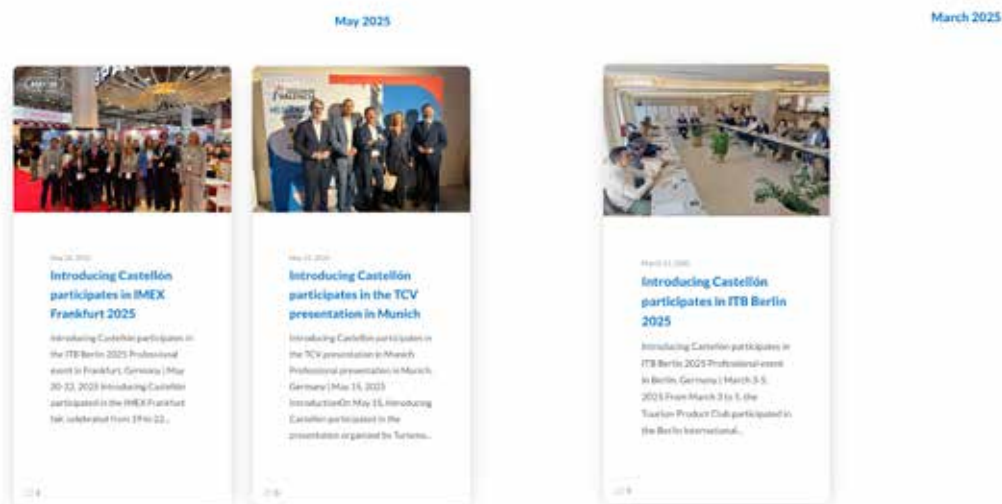
## ◆ Blog - Novedades del Club de Producto

Actualización del blog del Club de Producto Introducing Castellón, centrado exclusivamente en recoger y comunicar las actuaciones, eventos y acciones promocionales realizadas durante el año.

### ✓ Blog en español



### ✓ Blog en inglés



## ◆ Firmas para los correos electronicos del Club de Producto

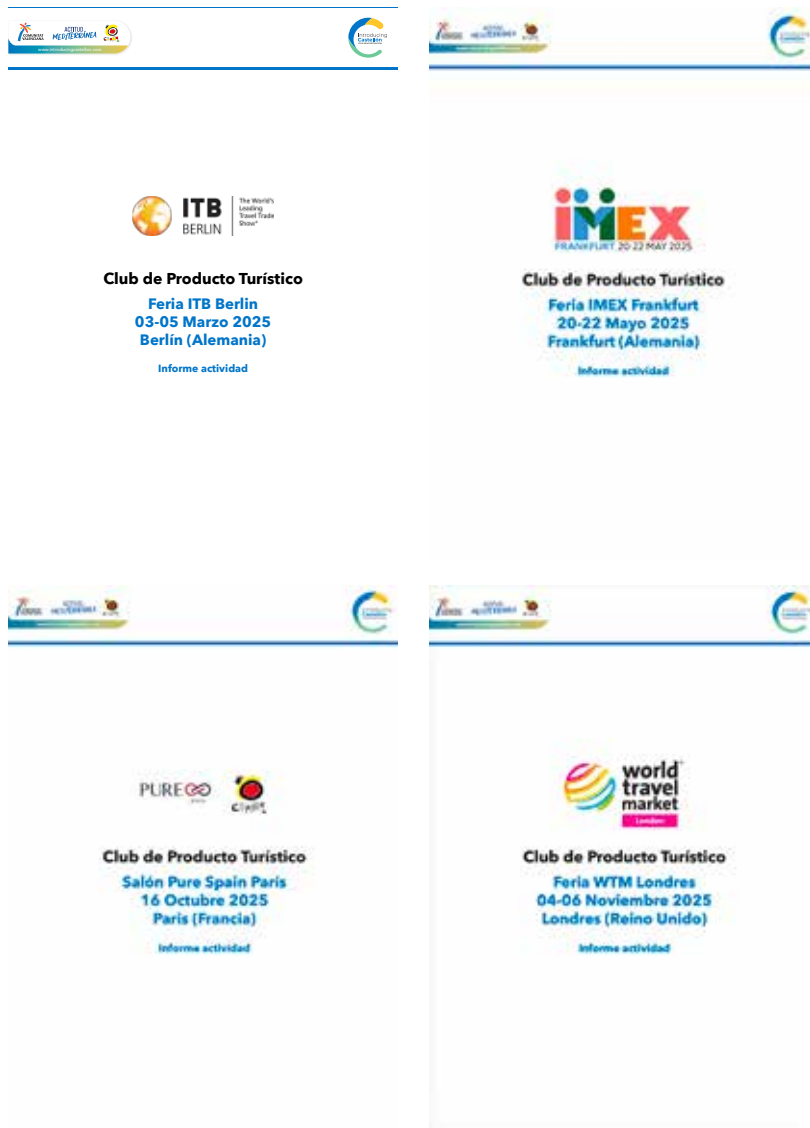
- ✓ Firma para departamento de administración



Andrés Gómez  
Administración

## ◆ Informes eventos

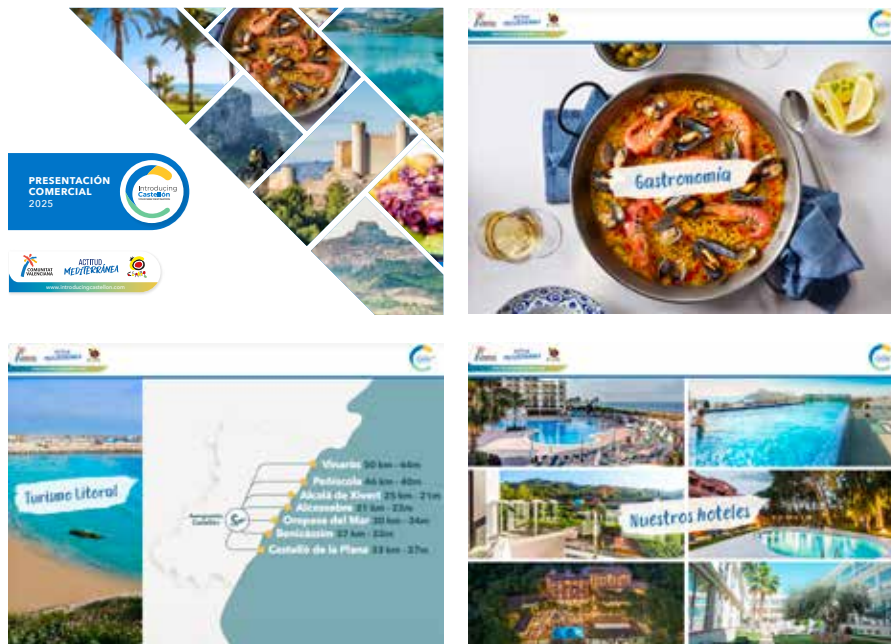
Elaboración de informes de los distintos eventos con participación del Club de producto Introducing Castellón.



## ◆ Presentaciones Comerciales

Elaboración de presentaciones corporativas del Club de Producto Introducing Castellón, desarrolladas en español e inglés y adaptadas a las características y necesidades de cada mercado objetivo. Estos materiales han sido diseñados para ofrecer una visión clara, atractiva y segmentada de la oferta turística de la provincia, facilitando su uso en reuniones profesionales, workshops, ferias internacionales y acciones comerciales en destino.

### ✓ Presentación comercial para el mercado español



### ✓ Presentación comercial para el mercado internacional en inglés



# ◆ Presentación Asamblea General del Club de Producto 2024

Elaboración y maquetación de la presentación de la Asamblea General del Club de Producto Introducing Castellón



**Asamblea General  
Club de Producto Turístico  
Introducing Castellón**  
Hotel Castellón Center  
Febrero 2024

## 1. Informe actividades 2024

✓ Se entrega Memoria 2024, en documento impreso al efecto.

## 2. Aprobación cuentas 2024

✓ Situación actual Tesorería



✓ Revisión Cuenta Justificativa de Subvención 2024

CTIVIDAD	Importe a justificar	Importe presentado	Importe justificado
1. Acciones de Promoción y Comarketing	60.278 €	59.719,86 €	59.719,86 €
2. Acciones de comunicación.	50.674 €	52.060,16 €	52.060,16 €
3. Eventos profesionales.	14.318 €	13.403,84 €	13.403,84 €
4. Gestión del Plan de actuaciones	24.730 €	24.822,81 €	24.822,81 €
<b>Total</b>	<b>150.000,00 €</b>	<b>150.006,67 €</b>	<b>150.006,67 €</b>

INTRODUCING CASTELLÓN ASAMBLEA GENERAL 15.02.2024

INTRODUCING CASTELLÓN ASAMBLEA GENERAL 2024



✓ Cuenta Justificativa - Turisme Comunitat Valenciana Acciones De Promoción Y Marketing De La Oferta Turística De La Provincia De Castellón Durante El Año 2024

INFORME AUDITORIA

## 3. Presentación Plan de Acción 2025

PLAN DE ACCIÓN 2025	IMPORTES		Subvención ICV	% sobre
	IMPORTE HD CIVIL DTE	TOTAL	2025	
<b>Promoción y Comarketing</b>				
Comarketing Anunciari	8.000,00	8.000,00	8.000,00	100,00%
- Guberniu Jul	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- Rf Anunci	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- Club Productor Turísticu Club	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- Comarketing UK	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- Onroad - itineraris	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- Rally gel	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- On line beach	14.000,00	14.000,00	14.000,00	
- Comarketing Bulgari	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
- Otras acciones	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
<b>Total</b>	<b>118.000,00</b>	<b>118.000,00</b>	<b>118.000,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>Comunicación</b>				
Planis y banners	3.200,00	474,10	3.844,10	118,88%
A.I. Comunicaciones	13.600,00	3.898,00	18.498,00	135,28%
Publicidad en medios	4.000,00	1.240,00	2.760,00	69,00%
- Spain Travel News UK	4.000,00	1.240,00	2.760,00	
- Prensa local	4.000,00	1.240,00	2.760,00	
- Turismo Alicante	4.000,00	1.240,00	2.760,00	
Materialis y copias	1.200,00	284,70	1.524,70	127,06%
- Impresiones	1.200,00	284,70	1.524,70	
- Otros	1.200,00	284,70	1.524,70	
<b>Total</b>	<b>45.000,00</b>	<b>8.437,80</b>	<b>53.437,80</b>	<b>118,75%</b>
<b>Peñas y eventos profesionales</b>				
Asistencia a ferias y work shops	10.000,00	10.000,00	10.000,00	100,00%
Presentaciones profesionales	14.000,00	14.000,00	14.000,00	100,00%
Form. Web y otros eventos	1.500,00	1.500,00	1.500,00	100,00%
<b>Total</b>	<b>25.500,00</b>	<b>25.500,00</b>	<b>25.500,00</b>	<b>100,00%</b>
<b>Gestión</b>				
Gestión Comarketing	13.600,00	3.898,00	18.498,00	135,28%
Gestión planis y material	4.000,00	34,10	4.034,10	100,85%
Materialis planis y publicidad	1.200,00	1.176,00	2.376,00	198,00%
<b>Total</b>	<b>18.800,00</b>	<b>5.108,10</b>	<b>23.908,10</b>	<b>127,17%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>177.400,00</b>	<b>14.068,90</b>	<b>191.468,90</b>	<b>108,00%</b>
<b>GASTOS 2025 NO INCLUIDOS EN SUBVENCIÓN ICV</b>				
Comarketing	2.200,00	493,00		
Comarketing	1.000,00			
Comarketing	1.000,00			
Otras acciones	1.000,00			
<b>Total</b>	<b>5.200,00</b>			

INTRODUCING CASTELLÓN ASAMBLEA GENERAL 2024

INTRODUCING CASTELLÓN ASAMBLEA GENERAL 2024

◆ Plan Acción 2025

Elaboración y maquetación de la presentación del Plan de acción 2025 del Club de Producto Introducing Castellón



6. Comarketing con el TO Dnata Travel Group-Emirates



1 PROMOCIÓN Y COMARKETING

C) Mercado Países Bajos

7. Comarketing con TO The Travel Club

En el marco de la colaboración entre Introducing Castellón y el TO The Travel Club, se llevarán a cabo diversas acciones para promocionar Castellón como destino turístico. La estrategia incluye una fuerte presencia en newsletter y comunicación digital, con tres inserciones en la newsletter de The Travel Club, además de una edición exclusiva dedicada a Castellón y otra dirigida específicamente a los agentes de viaje de la compañía.

La campaña también contará con publicidad digital mediante un bloque de anuncios en la web de The Travel Club, reforzando así la visibilidad del destino. En el ámbito del contenido editorial y las redes sociales, se publicarán dos páginas de publicreportaje en la revista Vakantiemagazine, junto con tres publicaciones en los perfiles de TravelXL en Facebook e Instagram. Además, se compartirá una historia inspiracional en la revista digital Inspirations of TravelXL, destacando los atractivos únicos de Castellón.

Para fortalecer la relación con los agentes de viaje, se participará en el evento de Speed Dating en noviembre, una oportunidad clave para presentar el destino de manera directa. Asimismo, la colaboración se extenderá a lo largo de un año mediante un programa de asociación que incluya beneficios exclusivos, asegurando una promoción sostenida y efectiva de Castellón en el mercado turístico.

Esta alianza permitirá a Introducing Castellón llegar de manera efectiva tanto a viajeros potenciales como a agentes de viaje, reforzando la imagen de Castellón como un destino imprescindible en el mercado turístico holandés.

VER PROPUESTA



2 COMUNICACIÓN

A) Acciones generales

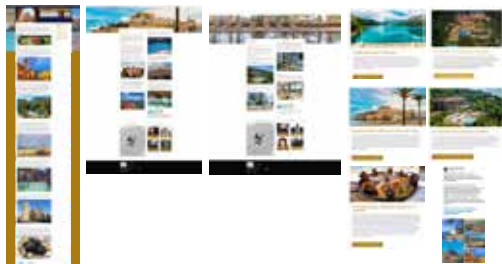
2.1 Portal web "Introducing Castellón"

Se mantiene y refuerza la imagen del 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.

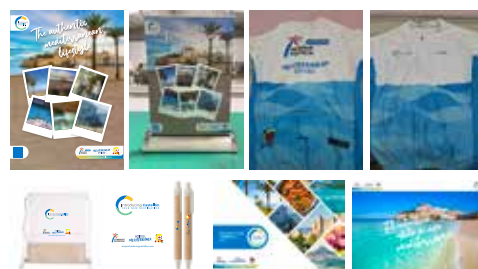
Asimismo, se actualiza la información relevante del Club para conocimiento general de los asociados, entidades colaboradoras y, en general, de todos aquellos que pudieran estar interesados en nuestras actividades.



7. Comarketing con TO The Travel Club



2.4 Materiales y soportes de comunicación



2 COMUNICACIÓN

A) Acciones generales

2.3 Newsletter

Como instrumento de comunicación permanente con los asociados y entidades colaboradoras, se va a continuar realizando la edición del newsletter con las principales novedades que se vayan desarrollando por el Club.





# PUBLICIDAD EN MEDIOS

## ✓ 2.2.3 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.

### ◆ Magazin FVW | TravelTalk - Meine Reise - Mercado alemán

FVW | TravelTalk, uno de los medios más influyentes del sector turístico en Alemania, ha sido el canal elegido para dar visibilidad a la campaña internacional Introducing Castellón. Esta acción promocional ha incluido la publicación de un artículo destacado en su portal web y una inserción especial en su magazine digital, dirigido a agentes de viajes, turoperadores y decisores del mercado germano.

A través de contenidos atractivos y visuales cuidadosamente seleccionados, la campaña pone en valor la riqueza natural, cultural y gastronómica de la provincia, mostrando a Castellón como un destino mediterráneo auténtico, aún por descubrir. La estrategia busca posicionar la región como una alternativa diferenciadora dentro del mercado español, ideal tanto para vacaciones activas como para escapadas culturales o de bienestar.

Con esta presencia en FVW | TravelTalk, Introducing Castellón refuerza su compromiso por abrir nuevas vías de colaboración con los profesionales del sector turístico alemán y ampliar su notoriedad en uno de los principales mercados emisores europeos.

### ✓ Publicación Editorial Meine Reise

ANZEIGE

#### 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 traditionsreiche Dörfer wie Morella und Peñíscola. Die Region lockt mit Wellness-Oasen 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](http://www.introducingcastellon.com)



**fww TRAVEL TALK** [Tourentalk](#) [Content](#) [Videos+Live](#) [Biz Travel](#) [International](#)

Cluster Plaza [Anmelden](#) [Events](#)

---

Home / [Anmelden](#)

Sponsored Post

## Castellón positioniert sich als Entdeckerziel

von Castellón Turismo Marketing, 14. April 2025



Pego ist die spektakuläre Burg von Peñíscola hatte bereits einen Auftritt in der Romanze "Sons of Eveson".

Strände mit Auszeichnung, reiche Kultur und authentische Gaumenfreuden, dazu meist familiengeführte Hotels: Die Provinz Castellón nördlich von Valencia hat das Zeug zum Geheimtipp und spricht mit der Marke "Introducing Castellón" nun gezielt Veranstalter und Reisebüros an.

Ob an der Küste oder im Hinterland: Ihre mediterranen Charme hat sich die Provinz Castellón im Norden der Region Valencía bis heute bewahren können. Mächtigkeiten anbot durch haben die größtenteils familiengeführten Hotels verschiedener Kategorien, die einen Aufenthalt so besonders machen.



### Schlemmen an der Costa del Azahar

Bisher gelten Vinuesa, Peñíscola, Alcañal-Acossetre, Griepes del Mar, Benicarlo und Castelló noch als Geheimtipps auf dem deutschen Veranstaltermarkt. Glänzend Redo bieten sie allem. Entlang der gut 120 Kilometer langen Küste von Castellón – bekannt als die Costa del Azahar – sind nicht weniger als 32 mit der blauen Flagge ausgezeichneten Sandstrände versammelt und laden mit gegliederten Promenaden zum Spazierengehen ein. Die mediterrane Gastronomie begeistert (sicherlich nicht nur) mit der weltberühmten Paella, sondern auch mit vielen anderen Spezialitäten, darunter Garnelen aus Vinuesa, Artischocken aus Benicarló, Rektunge aus Peñíscola oder Tomaten aus Alcañal-Acossetre.



Das Infocenter nach Meer: Die Paella ist nur eine von vielen kulinarischen Spezialitäten der Provinz Castellón, die neben gut 120 kilometer Küste auch ausgezeichnete Gegendensichtungen hat.

### Nachhaltig und authentisch genießen

Nur etwa eine Autostunde entfernt in Denen wie Moraira, Sant Mateu oder Sagunto wird im Hinterland zudem eine mehr als tausend Jahre alte lokale Kultur das Ört, der Mundeln, der Turrons, der Trufeln und der Käse gefällig. Die authentisch mediterrane Gastronomie kann sich außerdem nähmen, auf "Zero km"-Produkte mit kurzer Vertriebskette zu setzen – ganz im Sinne der "Slow Food Bewegung" – und somit sehr nachhaltig zu sein. Denn alle Produkte stammen aus dem Meer und den Anbaugebieten der Region sowie aus lokaler Vermarktung.



Freige und Meer: Castellón positioniert sich neben geschützten Naturschutzparks auf gut ausgestatteten Wegen zum Radfahren wie zum Beispiel

### Castellón macht Aktivurlaubern Spaß

Die Provinz ist die zweitgrößte ganz Spaniens. Im Landesinneren wurden vier Naturschutzparks ausgewiesen, drei weitere grenzen direkt ans Meer. Alle Parks sind entsprechend ausgestattet und gekennzeichnet. Auch die bekannte Vias Verdes – alte, stillgelegte Zugstrecken – offerieren Radfahrerinnen und -fahrern einmalige Erlebnisse. Die Kombination aus Küste und Bergen mit einem guten Strahlennetz sowie spezialisierten Einrichtungen und einem Klima, das es erlaubt, das ganze Jahr über Sport zu treiben, sorgt dafür, dass immer mehr individuelle Aktivurlauben wie auch Vereine Castellón als Zielort anerkennen, um ihren Leidenschaftern nachzugehen und zu trainieren.



Mehrere ganz natürlich: Der Rio Mijares bei dem Thermalort Montanejos lädt mit durchschnittlich 23 Grad das ganze Jahr über zum Baden ein – mit einzigartigem Blicken.

### Ein Fluss für zwölf Monate Badespaß

In Castellón finden Besucher zudem – wie so häufig am Mittelmeer – großartige Bäder beziehungsweise Thermalorte. Doch auch diesbezüglich wertet diese Provinz mit einer Besonderheit auf: Der Thermalort Montanejos ist der einzige in Europa, wo man – bei einer Durchschnittstemperatur von 23 Grad – ganzjährig im Wasser eines natürlichen Flusses, des Rio Mijares, baden kann.

Die geographische Lage hat Castellón ein reiches Erbe von bedeutendem historischen Wert beschert, denn hier trafen große Kulturen wie die arabische, jüdische und christliche aufeinander, und auch römische, Kartluger und Templar verließen hier in der Vergangenheit.



Typisch für Castellón: spazier (Übersicht) wie hier in San Jorge im Hinterland der Küste

### Das Ausflugsprogramm ist bunt

Highlights sind zum Beispiel die Mühlen von San José in Vall d'Uxó, wo der längste schiffbare, unterirdische Fluss Europas fließt, und die Bootlag

**fww TRAVEL TALK** [Tourentalk](#) [Content](#) [Videos+Live](#) [Biz Travel](#) [International](#)

Cluster Plaza [Anmelden](#) [Events](#)

---

Sponsored Post: Castellón positioniert sich

außerdem Ausflüge in das nahe Ebrodelta in Tarragona oder in die Stadt Valencia. Dank guter Verkehrsverbindungen lassen sich beide Städte sogar miteinander kombinieren.

**Kontakt für Buchung und Infos**

Unter dem Cluster "Introducing Castellón" [www.introducingcastellon.com](http://www.introducingcastellon.com) werden Hotelzimmer, (and) andere Unterkünfte in verschiedenen Größen, Kategorien und Übernachtungsgarantien zusammengestellt. Hierüber können Spezialreiseveranstalter oder Reisebüros direkt eine Buchung für FIT oder Gruppenanfragen vornehmen oder via E-Mail an [info@proyecto-castellon.com](mailto:info@proyecto-castellon.com) oder [info@proyecto-castellon.com](mailto:info@proyecto-castellon.com) als touristische Repräsentant der Provinz Castellón in Deutschland kontaktieren.

**Montagenessen**

**Neues Kennenlernen STA** (1)  
Wirden fester Probleme mit deutschen Reisern.

**Mittler Kurs in schwachen Zeiten**  
Wenig Länders die Kurve in Folge

**Lebensmittel-Groceries** (1)  
Als schnell: Online Shop - wie geht es weiter als Kontakt?

**Travel Company 2024**  
Zukunft mit dem - jeder Daten direkt Buchung an

**Nach bei Live Talk | Destinationen Europa**  
Jahresplan 2024 mit Tradition, Moderne, Kultur




✓ Resultados Campaña de Publicidad con Meine Reise



**Castellón - das authentische Spanien entdecken**


Castellón, im Norden der Region Valencía gelegen, ist Spaniens Geheimtipp für Reisende, die Authentizität und Vielfalt suchen. Hier treffen mediterrane Strände mit blauer Flagge auf traditionelle Dörfer wie Morella und Peníscola. Die Region lockt mit Wellness-Oasen wie Montanón, wo ein gärrig 23 °C warmer Thermal Fluss Entspannung in natürlicher Umgebung bietet, sowie einem modernen Zentrum für Thalassotherapie. Die Köche? Ein Fest der Sinne: Von Garnelen aus Vinado bis zu Trüffel aus dem Landesinneren – alles frisch und nachhaltig. Dazu: Naturparks, die sich perfekt für Wanderungen oder Vogelbeobachtung eignen. Castellón vereint Kultur, Kulinarik und Wohlbefinden – ein mediterraneer Traum, der das ganze Jahr über begeistert. [www.entdeckungscastellon.com](http://www.entdeckungscastellon.com)

**31.500 Readers**  
**351.000 Page Views**



**KW 16/2025 – Online Advertorial**  
**Content Ad 2**

**Ad Impressions 13.472**  
**Klicks 28**  
**Klick Rate 0,21**



**KW 16/2025 – (Text/Bild Anzeige)**  
**Content Ad 2**

**Ad Impressions 67.870**  
**Klicks 217**  
**Klick Rate 0,32**

**Empfänger\*:** 31.872  
**Öffnungsrate\*:** 44,38 %

## ◆ Alpetour - Mercado alemán, suizo y austriaco

Alpetour es un turoperador alemán especializado en viajes de grupo con una larga trayectoria en la organización de programas temáticos y circuitos a medida por toda Europa. La empresa destaca por su enfoque en la calidad del producto, la atención personalizada y la capacidad de adaptar propuestas a las necesidades específicas de cada cliente.

Su red comercial consolidada, junto con potentes canales de promoción – newsletter, redes sociales y acciones directas con agencias de viajes y empresas de autocares– permite a Alpetour posicionar de manera eficaz sus programas en el mercado alemán, austriaco y suizo, generando una alta visibilidad y una excelente respuesta comercial.

### ✓ Landing Page para campaña de Publicidad

Durante ITB 2025 se estableció un contacto con Lisa Nuber de Alpetour y, tras varias gestiones y reuniones de seguimiento, se avanzó en el desarrollo de un programa centrado en la promoción de las Vías Verdes. El producto está orientado a grupos que viajarán con bicicletas eléctricas, con alojamiento previsto en el Hotel Intelier Orange de Benicàssim.

Alpetour ha publicado el programa en su web y lo incluirá en su catálogo impreso 2027, apoyándolo con una campaña promocional mediante newsletter, redes sociales y su red comercial. Hasta la fecha, la acción ha generado tres solicitudes y dos reservas para grupos de mínimo 15 personas.







# MATERIALES Y SOPORTES

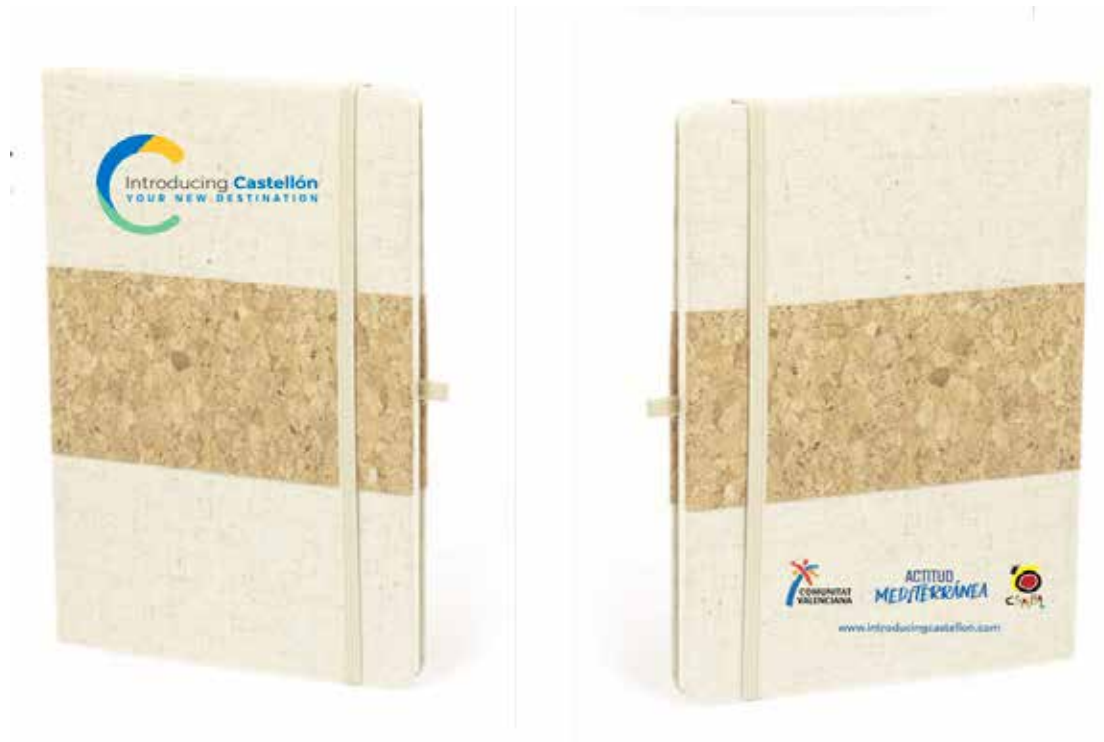
## ✓ 2.2.4 Materiales y Soportes

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

### ◆ Merchandising

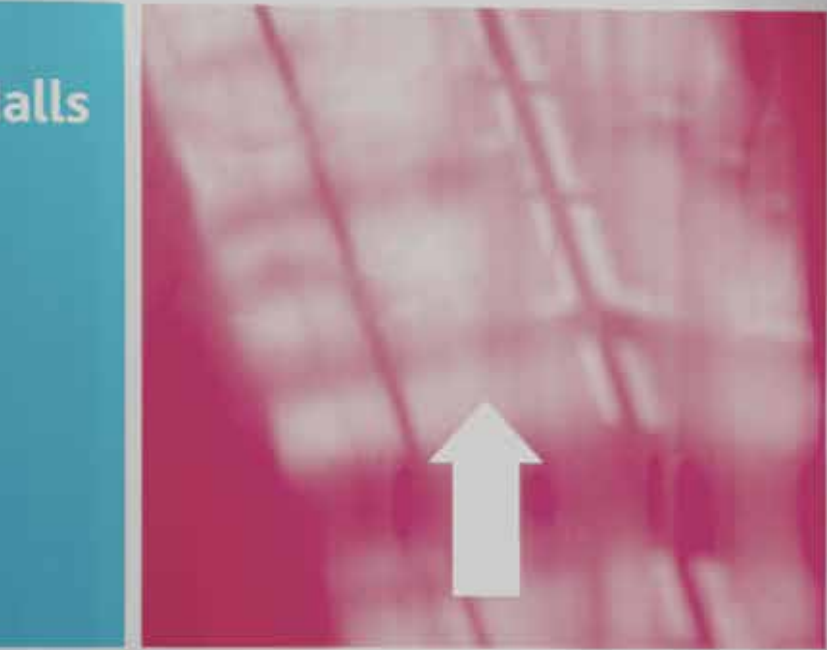
Elaboración y maquetación de materiales de merchandising para distribuir en los eventos profesionales en los cuales participa Introducing Castellón.

#### ✓ Libreta A5



#### ✓ Estuche / Neceser





alls



Press Center





# EVENTOS PROFESIONALES

## 3.3 FERIAS Y EVENTOS PROFESIONALES

- 3.3.1** • Ferias profesionales pág. 72
  - Fitur
  - ITB
  - IMEX
  - The Meetings Show
  - WTM
  - IBTM
  
- 3.3.2** • Presentaciones y Work shops pág. 88
  - Presentación TCV, Munich
  - Salón Pure Spain, París
  - The Travel Club Work Shop, Vianen
  - Presentación DER, Praga
  - Presentación TCV, Milán
  
- 3.3.3** • FAM Trips pág. 100
  - Willy Scharnow, Berlín



# FERIAS PROFESIONALES

## ◆ Fitur Madrid 2025

Feria Profesional  
Madrid, España

22-26 Enero 2025



### ✓ Objetivo del evento

El objetivo principal de la presencia en FITUR 2025 fue reforzar el posicionamiento institucional del Club de Producto Introducing Castellón en el marco de la acción promocional de Turisme Comunitat Valenciana. La feria ofreció el contexto ideal para presentar la nueva edición del catálogo y mantener reuniones con las instituciones que apoyan al destino, como la Agencia Valenciana de Turismo, el Aeropuerto de Castellón y los distintos destinos turísticos de la provincia.

FITUR sirvió, un año más, como punto de encuentro estratégico para iniciar el año con una agenda institucional sólida y una mayor visibilidad del proyecto.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante la feria se desarrolló un intenso calendario de reuniones con actores clave del sector turístico valenciano y provincial. FITUR permitió consolidar relaciones institucionales, revisar líneas de colaboración y explorar nuevas oportunidades de promoción conjunta.

La participación tuvo un enfoque tanto institucional como comercial, generando un ambiente favorable para el posicionamiento del destino, así como interés por parte de diversos interlocutores en conocer la oferta actualizada del Club de Producto.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

FITUR 2025 fue una excelente toma de contacto con el sector al inicio del año, un punto de partida que permitió medir de manera directa el pulso de la industria turística. A lo largo de los días de feria se percibió un claro dinamismo en el mercado, acompañado de un aumento generalizado de la demanda y un notable interés por parte de profesionales, organismos y destinos en establecer nuevas líneas de colaboración.

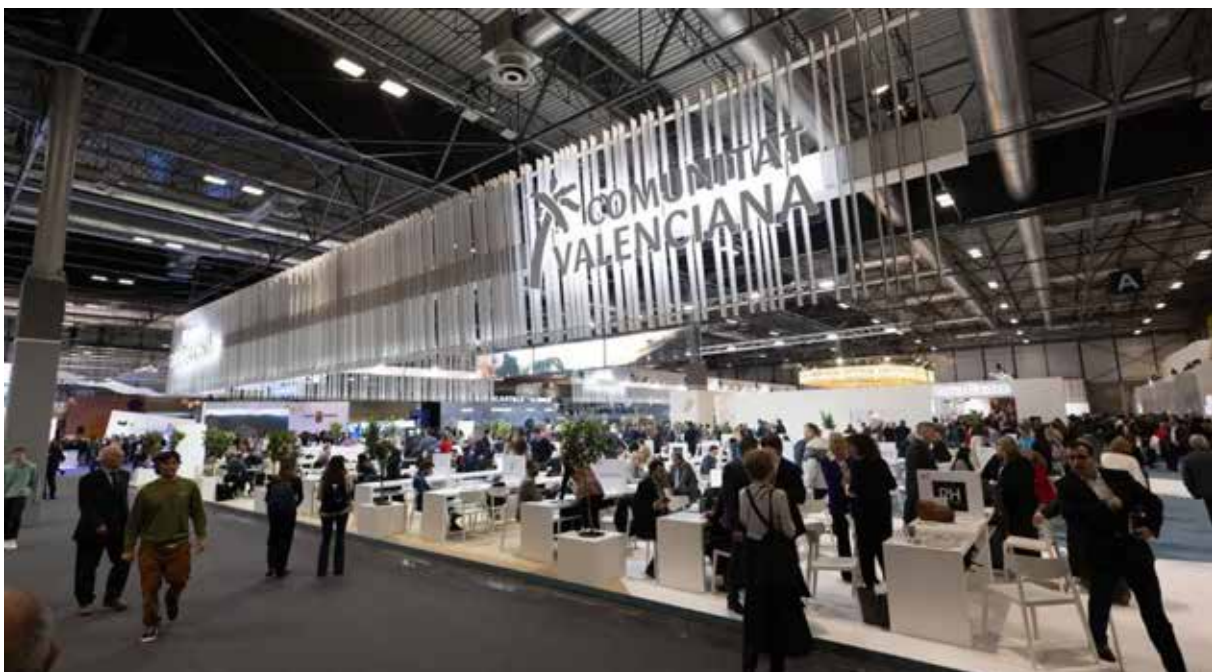
La afluencia de visitantes profesionales y la intensa actividad en los espacios dedicados a reuniones confirmaron que el sector encara 2025 con una visión renovada y una planificación orientada al crecimiento.

La feria evidenció que la actividad turística continúa avanzando con firmeza y optimismo, consolidando la recuperación iniciada en los ejercicios anteriores. FITUR se reafirmó como un espacio donde se dejó atrás la sensación de inestabilidad, dando paso a un entorno más proactivo, preparado para innovar y generar oportunidades. El interés mostrado por los distintos actores por destinos emergentes o menos masificados, como Castellón, demostró además una tendencia hacia productos más sostenibles, auténticos y diversificados dentro de la oferta española.

De cara al futuro, los próximos pasos se centran en reforzar la colaboración institucional, un aspecto esencial para optimizar recursos, unificar mensajes y potenciar la visibilidad del destino en mercados clave. Asimismo, será fundamental mantener una presencia activa en los principales eventos del calendario turístico, tanto nacionales como internacionales, con el fin de consolidar relaciones, captar nuevas oportunidades y mantener viva la conexión con agentes y operadores.

Por último, Introducing Castellón continuará trabajando en posicionar la oferta de la provincia como una alternativa diversa, sostenible y de calidad, destacando la riqueza natural, cultural y gastronómica del territorio. El objetivo es seguir avanzando en la construcción de un destino competitivo, atractivo y alineado con las nuevas tendencias del mercado, reforzando su papel dentro del panorama turístico nacional e internacional.

### ✓ Fotografías del evento



## ◆ ITB Berlín 2025

Feria Profesional  
Berlín, Alemania

03-05 Marzo 2025



### ✓ Objetivo del evento

Del 3 al 5 de marzo, el Club de Producto Turístico participó en la Feria Internacional de Turismo de Berlín (ITB 2025), una de las ferias más importantes del sector a nivel mundial. Este evento ha sido clave para establecer nuevas conexiones con turoperadores y promocionar la oferta turística de Castellón en el mercado alemán, un mercado estratégico en crecimiento para la provincia.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante los tres días de feria, se llevaron a cabo numerosas reuniones con turoperadores y agentes del sector turístico alemán. Entre las citas más destacadas:

- ✓ **Gebeco-TUI** mostró interés en incluir Castellón en su programación para 2026, probablemente combinándolo con Valencia para reforzar su notoriedad en el mercado. Se acordó una estrategia de comarketing para potenciar su lanzamiento.
- ✓ **Chamaleon Reisen** exploró la posibilidad de incluir nuevos productos para 2027, con interés en la combinación Valencia-Castellón y su oferta en zonas de interior. Se planteó la posibilidad de realizar una prueba piloto en 2025 o 2026.
- ✓ **Alpetour**, especializada en grupos mayores de 50 años y turismo sostenible, destacó su interés en grupos deportivos, especialmente ciclistas.
- ✓ **Fit Reisen**, operador especializado en bienestar y turismo de salud, confirmó la inclusión de Termas El Palasiet y Hotel Rosaleda del Mijares en su catálogo, junto con el nuevo Hotel-Balneario de Magic World. Se acordó una colaboración de comarketing a dos años vista (2026-2027).
- ✓ Se estableció una colaboración con el **Aeropuerto de Stuttgart** para incentivar el turismo hacia Castellón, coincidiendo con la puesta en marcha de una nueva ruta aérea en mayo.

En general, estas reuniones han abierto nuevas oportunidades para posicionar Castellón en el mercado alemán, destacando su oferta cultural, natural y de bienestar.

### ✓ Eventos institucionales y un olvido preocupante

La feria también incluyó dos eventos clave para la promoción del turismo español y valenciano:

- ✓ **Noche de España**, organizada por Turespaña, contó con la entrega de los Spain Tourism Awards 2025 y un cóctel gastronómico que facilitó el networking. Sin embargo, sorprendió que el patrocinio de este evento recayera en Turisme de Cataluña, algo inédito hasta la fecha.
- ✓ **Noche de la Comunidad Valenciana**, un evento donde se presentaron los destinos turísticos de la región. Benidorm, Alicante-Costa Blanca, Valencia y Elche tuvieron su espacio, pero sorprendentemente Castellón quedó fuera de la presentación oficial. A pesar de la presencia de representantes del Patronato Provincial de Castellón y el Club de Producto, ni la Conselleria de Turismo ni ningún representante institucional hicieron mención alguna a la provincia.

Esta exclusión generó estupefacción y malestar entre los asistentes, ya que Castellón había asumido gastos adicionales para permanecer en Berlín y estar presente en el evento. Se ha solicitado una explicación a la Conselleria, pero hasta la fecha no ha habido respuesta oficial.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

Desde el punto de vista comercial, la feria ha sido muy productiva, permitiendo afianzar relaciones con turoperadores y abrir nuevas oportunidades de negocio. La novedad de este año ha sido la presencia de Turisme Comunitat Valenciana con stand propio, lo que mejoró la visibilidad y permitió una mayor promoción.

Sin embargo, el manejo institucional del evento dejó mucho que desear. La falta de presencia de Castellón en la presentación oficial de la Comunitat Valenciana fue un error grave, que refleja la necesidad de una mayor coordinación y compromiso por parte de las instituciones.

De cara al futuro, es fundamental que la representación de Castellón en ferias internacionales sea más sólida y estructurada, asegurando que el destino reciba la visibilidad que merece. El mercado alemán representa una gran oportunidad de crecimiento para la provincia, y estos eventos son clave para consolidar subposicionamiento como destino turístico de calidad.

✓ Fotografías del evento



✓ Informe del Evento

✓ Newsletter del Evento



**Club de Producto Turístico**

**Feria ITB Berlin**  
**03-05 Marzo 2025**  
**Berlín (Alemania)**

Informe actividad



NOTICIAS CLUB DE PRODUCTOS  
**Introducing Castellón**

Descubre las últimas novedades del Club de Producto Introducing Castellón

Estimados Socios,

Es un placer darle la bienvenida a una nueva edición de nuestro boletín informativo.

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

Nuestro club se ha comprometido activamente y comprometido en promover los recursos de Castellón, y queremos asegurarnos que todos se benefician de todas las iniciativas que llevamos a cabo. Desde eventos especiales, hasta colaboraciones exclusivas, promociones, análisis regionales e representaciones en Ferias.

En esta edición, compartimos información de las últimas noticias y actualizaciones del club, invitando para mantenerse informado con todo lo que está sucediendo en Introducing Castellón.

FERIAS PROFESIONALES

**ITB Berlin 2025**

Informe actividad  
 03-05 Marzo | Berlín (Alemania)



## ◆ IMEX Frankfurt 2025

Feria Profesional  
Frankfurt, Alemania

20 - 22 Mayo 2025



### ✓ Objetivo del evento

Introducing Castellón ha participado en la feria IMEX Frankfurt, celebrada del 19 al 22 de mayo, con el objetivo de posicionar la provincia de Castellón como destino preferente en el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions). IMEX es uno de los principales encuentros internacionales del sector, reuniendo a profesionales de todo el mundo en torno a la promoción del turismo de reuniones y eventos. en torno a la promoción del turismo de reuniones y eventos.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante los dos días de feria, se celebraron numerosas reuniones con buyers previamente contactados y otros nuevos que mostraron interés en Castellón como destino. Muchos descubrieron por primera vez nuestra planta hotelera y la oferta de espacios singulares. Se reforzó la idea de que Introducing Castellón es el interlocutor ideal para canalizar la organización de eventos MICE en la provincia.

### ✓ Eventos institucionales y visibilidad de marca

Estuvimos presentes en los actos organizados por TURESPAÑA, como la degustación de productos en el stand oficial y la recepción en el Hotel Melià Frankfurt City. También recibimos la visita del SA de Turismo, quien se interesó por las primeras impresiones del sector valenciano durante la feria. Estos espacios fueron clave para visibilizar la marca Castellón junto a otras entidades de la Comunidad Valenciana.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

La feria estuvo bien organizada, aunque el sistema de cierre de agendas sigue siendo poco eficaz, ya que los expositores dependen de que los buyers acepten las propuestas de reunión.

Castellón continúa siendo un destino desconocido en el ámbito MICE, lo que refuerza la necesidad de una mayor implicación institucional, especialmente por parte de la Diputación y ayuntamientos relevantes. El segmento MICE requiere trabajo constante, presencia continuada y colaboración pública-privada.

Próximos pasos:

- ✓ Reforzar la promoción específica del segmento MICE en Castellón.
- ✓ Establecer alianzas con entidades públicas locales.
- ✓ Continuar el contacto con los buyers interesados, ajustando la oferta a sus demandas específicas.

✓ Fotografías del evento



✓ Informe del Evento



**IMEX**  
FRANKFURT 20-22 MAY 2025  
**Club de Producto Turístico**  
**Feria IMEX Frankfurt**  
**20-22 Mayo 2025**  
**Frankfurt (Alemania)**  
Informe actividad

✓ Newsletter del Evento



**Introducing Castellón**  
Membres del Comité Ejecutivo del Club de Producto Turístico Castellón  
El Club de Producto Turístico Castellón es una asociación de carácter público-privado  
compuesta por miembros del sector turístico, hotelero, gastronómico y de servicios y  
promovida por el Club de Producto Turístico Castellón.  
El Club de Producto Turístico Castellón es un organismo sin ánimo de lucro que  
tiene como objetivo principal el desarrollo del turismo de negocios y de reuniones  
en Castellón y el territorio de influencia que rodea a la zona del aeropuerto  
de Castellón y el área de influencia turística, hotelera, gastronómica y de servicios  
del Club de Producto Turístico Castellón.  
El Club de Producto Turístico Castellón es un organismo sin ánimo de lucro que  
tiene como objetivo principal el desarrollo del turismo de negocios y de reuniones  
en Castellón y el territorio de influencia que rodea a la zona del aeropuerto  
de Castellón y el área de influencia turística, hotelera, gastronómica y de servicios  
del Club de Producto Turístico Castellón.

**IMEX Frankfurt 2025**

**Informe actividad**

del Club de Producto Turístico Castellón



## ◆ The Meetings Show 2025

Feria Profesional  
Londres, Reino Unido

25- 26 Junio 2025



### ✓ Objetivo del evento

La participación en The Meetings Show 2025 tuvo como principal objetivo representar a HOSBEC Business - Introducing Castellón y promover la oferta MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) de la Comunidad Valenciana, con especial atención a los destinos de la región de Castellón y las comarcas del interior. Esta acción se enmarca dentro de una misión comercial orientada a captar el interés de agencias internacionales especializadas en la organización de eventos, reuniones e incentivos corporativos.

La representación de Introducing Castellón estuvo formada por Miguel March, delegado comercial en Castellón de Hosbec-IC e igualmente director de Hosbec Business, al que como siempre agradecemos su interés y buen hacer profesional.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante la feria se planificaron un total de 19 reuniones, de las cuales se concretaron 16 (incluyendo cinco no previstas en la agenda inicial). Las reuniones se desarrollaron en un formato de citas programadas con hosted buyers, siguiendo una dinámica similar a la empleada en la feria IMEX, aunque con la ventaja de poder seleccionar hora y día para las reuniones. Los principales focos de interés detectados entre los compradores fueron:

- ✓ La ciudad de Valencia como destino de reuniones.
- ✓ Benidorm y el norte de Alicante (Marina Alta y Marina Baixa) como enclaves para viajes de incentivos.
- ✓ El interior de Castellón, con mención específica a Montanejos y la ciudad de Castellón, vinculados a actividades de incentivos gracias al aeródromo.

La participación de HOSBEC Business - Introducing Castellón se realizó en una de las tres mesas asignadas por TURESPAÑA a la Comunidad Valenciana, compartiendo espacio con Valencia Premium.

### ✓ Eventos institucionales y visibilidad de marca

Gracias al stand gestionado por TURESPAÑA, la marca HOSBEC Business - Introducing Castellón tuvo presencia directa en un espacio compartido con otros entes turísticos de la región, como Costa Blanca, Benidorm Convention Bureau, Elche Convention Bureau y APHA. Esta visibilidad institucional permitió reforzar la imagen de la Comunidad Valenciana como destino consolidado dentro del turismo MICE internacional.

La participación se desarrolló en un entorno profesional de alto nivel, permitiendo establecer contactos estratégicos y posicionar la oferta de HOSBEC Business - Introducing Castellón entre los compradores presentes.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

La valoración general del evento ha sido positiva. Se destacó una mayor atención e interés hacia HOSBEC Business - Introducing Castellón en comparación con otras ferias como IMEX. A pesar de algunas ausencias en las citas programadas, la calidad de las reuniones efectivas fue elevada y con claras posibilidades de desarrollo futuro.

Como conclusión, se recomienda considerar firmemente la participación en futuras ediciones de The Meetings Show, ya que esta primera presencia ha demostrado un potencial notable para captar negocio. Como próximos pasos se plantea:

- ✓ Dar seguimiento personalizado a los contactos establecidos.
- ✓ Preparar una propuesta conjunta con otros organismos de promoción regional para reforzar la presencia institucional.
- ✓ Solicitar nuevamente espacio en el stand de TURESPAÑA para 2026, con posibilidad de ampliar visibilidad.

### ✓ Fotografías del evento



## ◆ WTM Londres 2025

Feria Profesional  
Londres, Reino Unido

04-06 Noviembre 2025



### ✓ Objetivo del evento

Del 4 al 6 de noviembre de 2025, el Club de Producto Turístico Introducing Castellón participó en la World Travel Market (WTM) de Londres, una de las tres ferias turísticas más relevantes del mundo junto con la ITB de Berlín y Fitur en Madrid.

La presencia en este encuentro internacional tuvo como objetivo principal reforzar la promoción de Castellón en el mercado británico, mantener contactos con los principales turoperadores y potenciar la presencia del destino en los programas de viaje del Reino Unido, un mercado de enorme interés para la provincia.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

El objetivo principal de la participación fue mantener y ampliar los contactos con los principales turoperadores del Reino Unido, buscando incrementar la presencia de productos turísticos de Castellón en sus programas.

Entre las reuniones más relevantes:

- ✓ **Easy Jet Holidays:** reunión con Gregg Walker, Purchasing Manager, para reabrir negociaciones sobre la inclusión de paquetes combinados (avión + hotel) hacia Castellón en 2026. Aunque se descartó, por el momento, la operación con vuelo directo a Castellón, se valorará retomar la opción si crece la demanda y existen condiciones de marketing favorables.
- ✓ **Rainbow Tours:** encuentro con Tomasz Piaseczny, Product & Contracting Manager, interesado en conocer las posibilidades de colaboración con el Club de Producto para ampliar ventas y mejorar la visibilidad de la provincia.
- ✓ **Patronato Provincial de Turismo de Castellón:** reunión con Virginia Ochoa, gerente del Patronato, quien comunicó la intención de habilitar una línea de subvención en concurrencia competitiva de hasta 100.000 euros (con cobertura del 95% de los gastos) destinada a acciones de marketing del Club. Además, el Patronato podría asumir directamente contrataciones de comarketing y comunicación con turoperadores seleccionados.

- ✓ **Soluciones Turísticas:** encuentro con Alberto Galloso, futuro responsable de la asistencia técnica del Club de Producto, para revisar la estructura organizativa, el funcionamiento actual y el plan de acción y presupuesto para 2026.

Durante los eventos organizados por Turisme Comunitat Valenciana, se abordó también la situación de la subvención autonómica correspondiente a 2025 –todavía pendiente de formalizar– y la previsión para 2026. Según la información recibida, la Conselleria de Turisme prevé una línea nominativa de 140.000 euros, aunque la inestabilidad política derivada de la reciente dimisión del presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, impide confirmar plazos ni disponibilidad efectiva.

Estas reuniones permitieron avanzar en la consolidación del producto turístico de Castellón en el mercado británico, especialmente en colaboración con el destino Valencia y con operadores interesados en nuevos productos sostenibles y de calidad.

### ✓ Eventos institucionales y visibilidad de marca

La participación en la WTM se complementó con varios actos paralelos organizados por Turisme Comunitat Valenciana, que fortalecieron la presencia del destino en el mercado británico. Entre ellos destacaron el cóctel de la Embajada de España en Londres, que facilitó el networking con operadores y medios especializados, y la presentación gastronómica "L'Exquisit Mediterrani", que puso en valor la oferta culinaria y turística de la Comunitat Valenciana ante profesionales internacionales.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

Tras varios años de presencia discreta, la participación de Introducing Castellón en la WTM ha ganado en eficacia comercial y posicionamiento estratégico. Se observa un creciente interés por los productos turísticos de la provincia, impulsado por tres factores principales:

- ✓ La búsqueda de nuevos destinos por parte de los grandes turoperadores europeos, en un contexto de renovación de oferta.
- ✓ El trabajo continuado del Club de Producto, que ha logrado situar a Castellón como opción complementaria a Valencia, destino ya consolidado en el mercado británico.
- ✓ El efecto arrastre generado por Magic World, cuya acción comercial ha contribuido a posicionar Oropesa del Mar y otros municipios como destinos de interés.

Además, el nuevo formato del stand de Turisme Comunitat Valenciana, con espacio propio e imagen potente, ha supuesto un avance importante en la proyección internacional del destino. No obstante, la incertidumbre presupuestaria y la falta de definición de las subvenciones limitan la posibilidad de cerrar acuerdos de comarketing a medio plazo con operadores como On The Beach o Dnata Travel.

A pesar de ello, se considera que la WTM 2025 ha sido muy positiva para la consolidación de relaciones y la planificación de futuras acciones comerciales. El mercado del Reino Unido, junto con el alemán, debe seguir siendo prioritario para el Club de Producto por su capacidad de generar demanda sostenida y desestacionalizar el turismo en Castellón.

✓ Fotografías del evento



✓ Informe del Evento



✓ Newsletter del Evento



## ◆ IBTM Barcelona 2025

Feria Profesional  
Barcelona, España

18-20 Noviembre 2025



### ✓ Objetivo del evento

La participación de Introducing Castellón en IBTM 2025, celebrada en Barcelona del 18 al 20 de noviembre, tuvo como objetivo posicionar la provincia como un destino competitivo para el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions). Se buscó reforzar el papel de Introducing Castellón como interlocutor especializado para la organización de eventos en la provincia, presentando la oferta hotelera, los venues y los servicios disponibles ante buyers nacionales e internacionales interesados en desarrollar proyectos dentro de la Comunidad Valenciana.

La feria permitió, además, consolidar contactos preestablecidos en las semanas previas a través de la plataforma de agenda, así como abrir nuevas oportunidades con empresas que desconocían la oferta de Castellón y su potencial dentro del turismo de reuniones.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante los tres días de feria se mantuvo un volumen elevado de reuniones profesionales, tanto en el marco del programa de Hosted Buyers como a través de la agenda propia de Introducing Castellón. Las citas recogidas en los informes de reuniones muestran una gran diversidad de procedencias, con contactos de España, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, China, India, Portugal, Turquía, Azerbaiyán, así como de varios países de América Latina y Europa Central y del Este.

Los interlocutores incluían agencias especializadas en MICE, DMC, OPC, empresas de selección de venues, organizadores de congresos médicos y agencias de incentivos, así como compañías corporativas interesadas en eventos para equipos directivos y redes comerciales. En muchos casos, los buyers conocían la Comunidad Valenciana como destino, pero no tenían identificada la oferta específica de Castellón, lo que permitió presentar la planta hotelera, los espacios singulares y las posibilidades del destino como alternativa a plazas más consolidadas.

A partir de las notas registradas en las reuniones, se detectó interés por viajes de incentivos, convenciones anuales, congresos de tamaño medio, programas de team

building, estancias de grupos boutique en temporada baja, football stages y eventos combinando trabajo y ocio. Se valoró especialmente el hecho de que Castellón sea un destino aún no masificado, con un entorno tranquilo, buena climatología, opciones de naturaleza y proximidad a otras ciudades conectadas por avión.

En varios casos se identificaron oportunidades concretas a medio y largo plazo, como propuestas de grupos para primavera y otoño, convenciones recurrentes en distintos destinos, posibles fam trips y eventos corporativos de gran volumen para los próximos años, en los que Castellón entra como nueva opción dentro del portfolio de estos operadores.

## ✓ Conclusiones y próximos pasos

La participación en IBTM 2025 se valora de forma positiva por la calidad de los contactos generados y la organización de la feria. Una vez más se confirma que Castellón continúa siendo un destino poco conocido en el ámbito MICE, lo que refuerza la necesidad de trabajar de manera coordinada con la Diputación y los ayuntamientos para impulsar este segmento, especialmente ante un mercado muy fragmentado y sin operadores dominantes.

Como próximos pasos, se propone:

- ✓ Mantener el seguimiento con los buyers contactados durante la feria, priorizando aquellos con proyectos concretos y mayor potencial de negocio.
- ✓ Reforzar la promoción específica del segmento MICE en colaboración con las instituciones provinciales.
- ✓ Desarrollar acciones continuas de comunicación y formación dirigidas a agencias, OPC y DMC, incluyendo posibles fam trips.
- ✓ Revisar y actualizar los materiales comerciales y presentaciones profesionales para adaptarlos a las necesidades detectadas en las reuniones.

La constancia y la presencia regular en ferias especializadas siguen siendo claves para posicionar Castellón como un destino sólido y competitivo en el mercado MICE.

✓ Fotografías del evento



✓ Informe del Evento

✓ Newsletter del Evento



**ibtm** WORLD

Club de Producto Turístico

Feria IBTM World  
18-20 Noviembre 2025  
Barcelona (España)

[Informe actividad](#)



Introducing Castellón

Presentando los últimos novedades del Club de Producto Introducing Castellón

En un primer momento el contenido a ser publicado dentro de nuestro Club de Producto...

Tras el estudio de los materiales recibidos y considerando un primer momento de...

Se han definido actividades relacionadas con los últimos contenidos a ser publicados...

**Introducing Castellón**

**IBTM World 2025**

**Informe actividad**



Introducción  
La organización de Introducing Castellón en IBTM World, celebrada en Barcelona del 18 al 20 de noviembre, es un momento clave en el desarrollo del producto...



# PRESENTACIONES Y WORKSHOPS

## ◆ Presentación T.C.V. en Munich

Evento Profesional  
Munich, Alemania

15 Mayo 2025



### ✓ Objetivo del evento

Introducing Castellón ha participado en la presentación profesional organizada por Turismo Comunidad Valenciana en Múnich, con el objetivo de reforzar el posicionamiento de la provincia en el mercado alemán como destino turístico atractivo, generando nuevas oportunidades comerciales y dando a conocer la oferta del Club de Producto ante agencias, turoperadores, medios de comunicación y prescriptores del sector especializado en viajes.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Bajo un formato tipo workshop, se atendió a todos los agentes que se acercaron a la mesa de trabajo, permitiendo explicar tanto el destino como los establecimientos del Club. Entre los contactos destacados:

- ✓ Dertour, interesada en conocer más sobre el destino.
- ✓ TBS Reisen y M45 Viajes, especializadas en viajes personalizados y grupos.
- ✓ Brand Tours, cuyo director resultó ganador del sorteo y visitará Castellón próximamente.
- ✓ IAGTO, operador de golf, mostró gran interés por los campos de Castellón.
- ✓ Medios y creadores de contenido como Ganz-Muenchen o Wochen Anzeiger, interesados en colaborar.

### ✓ Eventos institucionales y visibilidad de marca

Castellón estuvo representado por el Aeropuerto de Castellón, el Patronato Provincial de Turismo, HOSBEC y el Club de Producto Introducing Castellón. El evento contó también con la presencia del Director General de Turismo, Israel Martínez, lo que reforzó la visibilidad institucional.

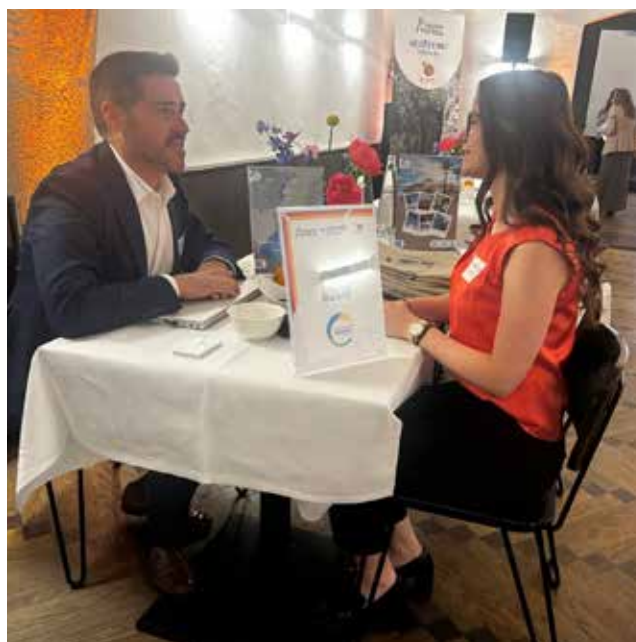
## ✓ Valoraciones y conclusiones

En cuanto a organización del evento todo perfecto en un entorno de buena clase y de referente en la ciudad (El Alter Hof Munchen ) 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 Castellon participamos el Aeropuerto de Castellón con su director Justo Vellón , el Patronato de Turismo con su gerente Virginia Ochoa, y el Club de Producto, además de HOSBEC. Contó también con la participación del director general de turismo, Israel Martinez

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 pero también habían medios de comunicación y marketing.

## ✓ Fotografías del evento



✓ Informe del Evento



✓ Newsletter del Evento



◆ Salón Pure Spain París

Evento Profesional  
París, Francia

16 Octubre 2025



✓ Objetivo del evento

La participación en el Salón Pure Spain París 2025 tuvo como principal objetivo representar a Introducing Castellón dentro de la misión comercial de Turespaña y promover la oferta turística de la Comunitat Valenciana, con especial atención a los destinos de la provincia de Castellón y sus comarcas de interior.

El evento, celebrado el 16 de octubre de 2025 y organizado por Turespaña y Pure Meetings & Events, se enmarca en una estrategia de posicionamiento en el mercado francés, orientada a captar el interés de agencias y operadores especializados en turismo de calidad, experiencias sostenibles y viajes temáticos.

La representación del Club de Producto estuvo a cargo de Introducing Castellón, a quien agradecemos su labor de promoción y profesionalidad durante el desarrollo de la jornada.

## ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante el workshop se mantuvieron 23 reuniones efectivas y varios encuentros espontáneos con agencias interesadas en la oferta turística de Castellón.

Las citas permitieron presentar la diversidad y autenticidad del destino, su patrimonio natural y cultural, la gastronomía y su competitividad fuera de temporada. Los compradores valoraron especialmente la posibilidad de combinar experiencias culturales, deportivas y gastronómicas, así como el enfoque sostenible del destino.

Se identificaron oportunidades de colaboración con agencias francesas especializadas en viajes temáticos, bienestar, grupos reducidos y turismo MICE. Aunque no existen vuelos directos con Castellón, la buena conexión con el aeropuerto de Valencia fue considerada suficiente y no supuso un obstáculo para el interés mostrado.

## ✓ Eventos institucionales y visibilidad de marca

La participación de Introducing Castellón se desarrolló bajo el paraguas institucional de TURESPAÑA, compartiendo espacio con otros destinos españoles. Esta presencia conjunta permitió reforzar la imagen de la Comunidad Valenciana como un destino turístico diverso y de calidad.

El entorno profesional y selectivo del salón facilitó contactos estratégicos con agencias y operadores de alto nivel, consolidando la marca Introducing Castellón como representante del producto turístico de la provincia en el mercado francés.

## ✓ Conclusiones y próximos pasos

La valoración general de la participación en el Salón Pure Spain París 2025 ha sido muy positiva, tanto por la calidad de los contactos como por el interés mostrado hacia el destino. El evento ha permitido fortalecer relaciones comerciales con intermediarios franceses y abrir nuevas vías de promoción internacional.

Próximos pasos recomendados:

- ✓ Dar seguimiento personalizado a los contactos generados, enviando material adaptado a cada perfil.
- ✓ Explorar acuerdos de colaboración con agencias interesadas en productos turísticos de interior o circuitos personalizados.
- ✓ Impulsar la promoción digital en el mercado francés, destacando experiencias sostenibles y auténticas.
- ✓ Valorar la participación en futuras ediciones del Salón Pure Spain para consolidar la presencia del destino y medir la evolución del interés del mercado.

En conjunto, esta acción confirma el gran potencial del mercado francés para Castellón y la importancia de mantener una estrategia continuada de promoción en entornos profesionales de calidad.



## ◆ Presentación TCV en Milán

Evento Profesional  
Milán, Italia

16 Octubre 2025



### ✓ Objetivo del evento

La participación en el Salón Pure Spain París 2025 tuvo como principal objetivo representar a Introducing Castellón dentro de la misión comercial de Turespaña y promover la oferta turística de la Comunitat Valenciana, con especial atención a los destinos de la provincia de Castellón y sus comarcas de interior.

El evento, celebrado el 16 de octubre de 2025 y organizado por Turespaña y Pure Meetings & Events, se enmarca en una estrategia de posicionamiento en el mercado francés, orientada a captar el interés de agencias y operadores especializados en turismo de calidad, experiencias sostenibles y viajes temáticos.

La representación del Club de Producto estuvo a cargo de Introducing Castellón, a quien agradecemos su labor de promoción y profesionalidad durante el desarrollo de la jornada.

### ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante el workshop se mantuvieron 23 reuniones efectivas y varios encuentros espontáneos con agencias interesadas en la oferta turística de Castellón.

Las citas permitieron presentar la diversidad y autenticidad del destino, su patrimonio natural y cultural, la gastronomía y su competitividad fuera de temporada. Los compradores valoraron especialmente la posibilidad de combinar experiencias culturales, deportivas y gastronómicas, así como el enfoque sostenible del destino.

Se identificaron oportunidades de colaboración con agencias francesas especializadas en viajes temáticos, bienestar, grupos reducidos y turismo MICE. Aunque no existen vuelos directos con Castellón, la buena conexión con el aeropuerto de Valencia fue considerada suficiente y no supuso un obstáculo para el interés mostrado.

### ✓ Eventos institucionales y visibilidad de marca

La participación de Introducing Castellón se desarrolló bajo el paraguas institucional de TURESPAÑA, compartiendo espacio con otros destinos españoles. Esta presencia conjunta permitió reforzar la imagen de la Comunidad Valenciana como un destino turístico diverso y de calidad.

El entorno profesional y selectivo del salón facilitó contactos estratégicos con agencias y operadores de alto nivel, consolidando la marca Introducing Castellón como representante del producto turístico de la provincia en el mercado francés.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

La valoración general de la participación en el Salón Pure Spain París 2025 ha sido muy positiva, tanto por la calidad de los contactos como por el interés mostrado hacia el destino. El evento ha permitido fortalecer relaciones comerciales con intermediarios franceses y abrir nuevas vías de promoción internacional.

Próximos pasos recomendados:

- ✓ Dar seguimiento personalizado a los contactos generados, enviando material adaptado a cada perfil.
- ✓ Explorar acuerdos de colaboración con agencias interesadas en productos turísticos de interior o circuitos personalizados.
- ✓ Impulsar la promoción digital en el mercado francés, destacando experiencias sostenibles y auténticas.
- ✓ Valorar la participación en futuras ediciones del Salón Pure Spain para consolidar la presencia del destino y medir la evolución del interés del mercado.

En conjunto, esta acción confirma el gran potencial del mercado francés para Castellón y la importancia de mantener una estrategia continuada de promoción en entornos profesionales de calidad.

### ✓ Fotografías del evento



✓ Informe del Evento



✓ Newsletter del Evento



◆ Der Touristik Workshop en Praga

Evento Profesional  
Praga, República Checa

20 Octubre 2025



✓ Objetivo del evento

La participación en el workshop organizado por el turoperador Der Touristik en Praga tuvo como finalidad dar a conocer la oferta turística de la provincia de Castellón al mercado checo, posicionando el destino como una alternativa competitiva dentro del panorama turístico español.

El evento reunió a agentes de viajes y turoperadores especializados en venta de producto España y Portugal, con presentaciones estructuradas en formato audiovisual e interpretación consecutiva al checo. El enfoque consistió en reforzar atributos clave como diversidad paisajística, calidad hotelera, riqueza gastronómica y equilibrio entre costa e interior, transmitiendo la imagen de un destino completo, auténtico y todavía por descubrir para el público visitante.

## ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

La presentación de Introducing Castellón tuvo lugar en un horario de alta atención por parte del público, alrededor de las 11:40 h. Se optó por un tono dinámico y cercano, iniciando con una breve introducción en checo que favoreció la conexión con los asistentes y generó un clima de interés y receptividad.

Durante y después de la presentación se establecieron conversaciones con profesionales del sector, generando oportunidades vinculadas a:

- ✓ Interés en catálogo y producto comercializable vinculado al destino.
- ✓ Solicitud de materiales promocionales en checo o adaptados al mercado local.
- ✓ Potencial organización de viajes de familiarización (fam trips) para agentes.
- ✓ Posible inclusión del destino en futuras programaciones de paquetes vacacionales.

Asimismo, se identificó la necesidad de reforzar el material promocional físico mediante propuestas diferenciadas, tales como merchandising gourmet vinculado al territorio, pequeños elementos de identidad local (abanicos, postales), y herramientas digitales como tarjetas con códigos QR redirigidos a vídeos o recursos informativos.

El networking informal durante la comida posterior permitió continuar las conversaciones de manera más fluida, favoreciendo la relación comercial y el intercambio de impresiones con los asistentes.

## ✓ Conclusiones y próximos pasos

La participación en el workshop se valora muy positivamente. El evento estuvo correctamente organizado, con una estructura eficiente y un entorno adecuado para la interacción comercial. La asistencia fue puntual y el nivel de interés aumentó a medida que avanzaba la jornada, siendo notable durante la intervención de Introducing Castellón.

Los perfiles presentes fueron exclusivamente agentes de viajes y turoperadores, sin presencia de medios o departamentos de marketing, lo cual refuerza la oportunidad de futuras acciones complementarias dirigidas a comunicación y posicionamiento de marca destino.

- ✓ Enviar material digital post-evento adaptado o subtulado al checo.
- ✓ Diseñar merchandising diferenciador alineado con la identidad del destino (pack gourmet, abanicos, postales, QR con vídeo).
- ✓ Estudiar la viabilidad de organizar un fam trip con participación de turoperadores y hoteles.
- ✓ Realizar seguimiento comercial con los asistentes para consolidar relaciones y explorar acuerdos de comercialización.

La participación ha permitido reforzar la visibilidad de Castellón en el mercado checo y abre la puerta a futuras colaboraciones, consolidando el destino como opción emergente con potencial de crecimiento.

## ✓ Fotografías del evento



## ◆ TravelClub Workshop en Vianen

Evento Profesional  
Vianen, Países Bajos

07 Noviembre 2025



## ✓ Objetivo del evento

La participación en el workshop de The Travel Club en Vianen (Países Bajos) tuvo como objetivo representar a Introducing Castellón y promocionar la oferta turística de la provincia dentro del TravelClub Workshop Event, encuentro profesional que reunió a agencias y destinos internacionales.

La representación corrió a cargo de Óscar Garcés, quien presentó la oferta de Castellón ante agentes neerlandeses, reforzando su posicionamiento como destino auténtico, diverso y competitivo.

## ✓ Reuniones y oportunidades de negocio

Durante la jornada se llevaron a cabo nueve rondas de presentaciones en formato speed meeting, que permitieron mantener contacto directo con un amplio número de agencias neerlandesas.

Aunque la mayoría de las agencias ya trabajaban con destinos consolidados de España, muchas desconocían la oferta específica de Castellón, lo que generó curiosidad e interés inmediato al presentarles un destino más auténtico, diverso y menos masificado.

Los aspectos más valorados por los participantes fueron:

- ✓ La autenticidad y variedad de los recursos turísticos (costa, interior y patrimonio cultural).
- ✓ La gastronomía local y las propuestas vinculadas al turismo sostenible.
- ✓ La combinación de naturaleza, cultura y experiencias genuinas dentro de la marca España.

En cuanto a conectividad, algunos agentes señalaron la limitada oferta de vuelos directos al Aeropuerto de Castellón, aunque la proximidad al Aeropuerto de Valencia fue percibida como una alternativa cómoda y viable.

Varios compradores solicitaron recibir la presentación de Castellón por correo electrónico, lo que evidencia el interés generado y la oportunidad de realizar un seguimiento posterior para afianzar futuras colaboraciones comerciales.

## ✓ Conclusiones y próximos pasos

La valoración general del evento ha sido muy positiva. La participación en el TravelClub Workshop Event de Vianen permitió mejorar la visibilidad del destino y constatar el creciente interés del mercado neerlandés por propuestas turísticas diferenciadas.

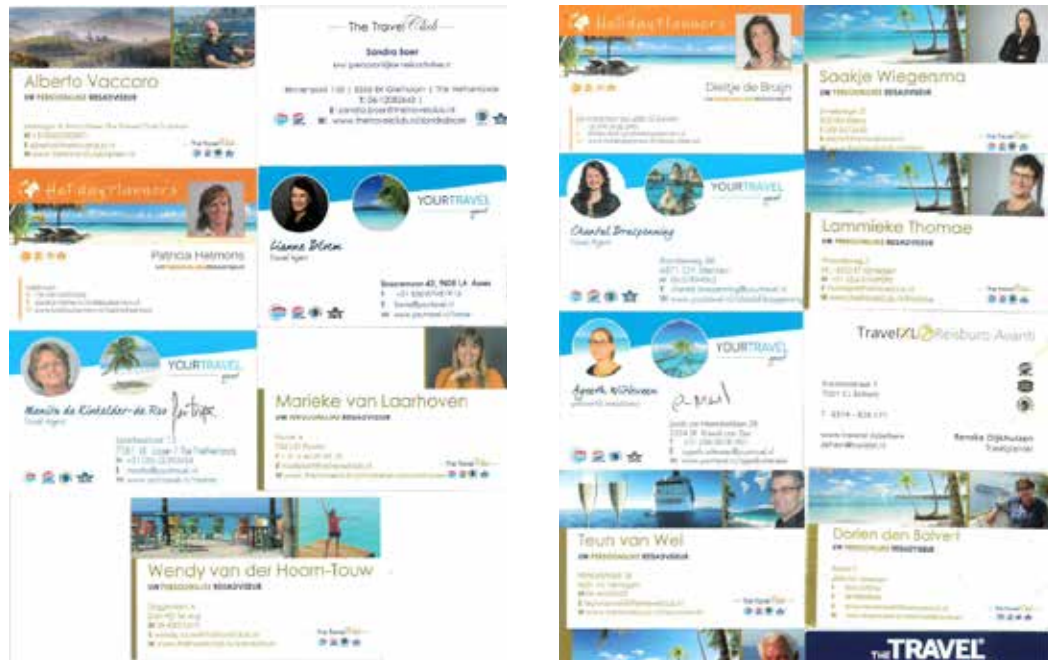
Castellón fue percibido como una alternativa atractiva dentro del panorama español, especialmente para agencias que buscan productos sostenibles y experiencias genuinas alejadas de la masificación.

Próximos pasos recomendados:

- ✓ Dar seguimiento personalizado a las agencias interesadas, enviando material informativo y actualizaciones sobre la oferta del destino.
- ✓ Mantener la presencia en futuras ediciones de eventos profesionales en Países Bajos.
- ✓ Reforzar la promoción del turismo de naturaleza, cultural y gastronómico, segmentos con mejor acogida.
- ✓ Coordinar acciones conjuntas con Turisme Comunitat Valenciana y el Patronato Provincial para optimizar la visibilidad institucional.

En conjunto, la acción ha contribuido significativamente al posicionamiento internacional de Castellón, confirmando el potencial del mercado neerlandés como fuente de visitantes de calidad e interés por destinos auténticos y sostenibles.

✓ Tarjetas de visita



✓ Fotografías del Evento





✓ Informe del Evento

✓ Newsletter del Evento





# FAM TRIPS

## ◆ FAM Trip Fundación Willy Scharnow

FAM Trip  
Castellón, España

06-11 Noviembre 2025



### ✓ Objetivo del evento

Desde el pasado día 06 hasta hoy lunes día 10 han estado visitando doce agentes de viajes de las principales agencias de viajes y tour operadores, especializados de Alemania en un viaje de prospección y estudios organizado conjuntamente por la Fundación Willy Scharnow, la Oficina Española de Turismo de Berlín y el Club de Producto Introducing Castellón. Estos agentes fueron seleccionados de entre un total de 63 peticiones recibidas, lo cual pone de relieve el interés que había despertado esta actividad dentro de los profesionales del sector turístico de Alemania.

Esta fundación fue creada en 1950 por Willy Scharnow, quien fue uno de los más importantes pioneros del turismo en Alemania, miembro fundador del actual Grupo TUI, y tiene como principal misión "el conocimiento internacional de los destinos turísticos por parte de los jóvenes con el fin de ofrecer mejores oportunidades profesionales a la nueva generación en el sector turístico mediante una formación profesional y avanzada mejorada." Sus talleres de trabajo y viajes de estudios y seminarios es la tarea principal de la Fundación, organizando anualmente alrededor de 60 talleres y viajes educativos en todo el mundo con 600 participantes, agentes de viajes y empleados de operadores turísticos, gozando de un gran reconocimiento y prestigio en la industria turística de Alemania.

Por esta razón, desde Introducing Castellón y la OET de Berlín se ha venido trabajando intensamente desde la feria de Berlín (marzo) para lograr ensamblar un programa de actividades innovador, atractivo y que supusiera una gran oportunidad para descubrir los recursos turísticos, culturales y gastronómicos de la provincia de Castellón y realizar una selección de participantes y empresas - tanto agencias de viajes como tour operadores- altamente especializadas en los mercados más interesantes para nuestros productos: salud, gastronomía, cultura y, por supuesto, sol y playa.

Durante el mismo visitarán los principales destinos turísticos de nuestro litoral e interior, - Peñíscola, Vinaròs, Benicasim, Oropesa del Mar, Sant Mateu, Morella, Cincorres,...-, aprovechando para realizar degustaciones gastronómicas, visitar recursos culturales e históricos, y conocer así de primera mano las posibilidades que ofrecen, dentro de un completo programa de viaje que pretende hacer tangible a estos profesionales

altamente especializados las posibilidades que ofrece Castellón como un nuevo destino turístico cultural dentro de la Comunidad Valenciana y de España.

Además de por los agentes de viajes, la delegación estará formada por una representante de la OET de Berlín, la delegada comercial de Introducing Castellón para el mercado alemán y por guías especializados que aportarán el conocimiento y rigor necesarios para esta actividad.

Con esta importante actividad, el Club de Producto Introducing Castellón profundiza en la labor desarrollada durante estos años en este importante mercado emisor alemán, de tal modo que con la programación ya consolidada con Fit Reisen (Turismo de salud), y Gebeco-Tui (Turismo cultural) para el año 2026 se espera que este viaje permita ampliar el número de operadores que ya incluyan Castellón entre sus programas anuales de viajes en diferentes nichos de mercado.

### ✓ Conclusiones y próximos pasos

La Studienreise Castellón 2025 puede considerarse un éxito en términos de organización, contenido, experiencia y satisfacción de los participantes. La preparación previa impecable, la calidad del acompañamiento y el profundo conocimiento del guía local fueron elementos decisivos para la excelente valoración general.

El destino Castellón sorprendió positivamente gracias a su diversidad paisajística, riqueza cultural y autenticidad. El viaje ofreció experiencias memorables y un aprendizaje directo aplicable en la labor profesional de los agentes participantes.

A pesar de los resultados positivos, los comentarios también señalan áreas de mejora:

- ✓ Ajustar el ritmo del programa para permitir más tiempo libre y llegadas más tempranas a los hoteles.
- ✓ Optimizar la selección de establecimientos hoteleros adaptados al mercado alemán.
- ✓ Reforzar las negociaciones con aerolíneas para evitar penalizaciones por cambios en vuelos de regreso.

La experiencia demuestra que las Studienreisen siguen siendo una herramienta formativa de alto impacto y un vector eficaz para la promoción de destinos emergentes.

Próximos pasos recomendados:

- ✓ Ajustar tiempos del programa y optimizar selección de hoteles.
- ✓ Negociar mayor flexibilidad con aerolíneas para los vuelos de regreso.
- ✓ Mantener guías locales de alto nivel e incorporar más tiempo libre en el itinerario.
- ✓ Mejorar la comunicación previa y crear materiales post-viaje de apoyo para la venta del destino.

✓ Fotografías del Evento







# DOSSIER DE PRENSA

# ÍNDICE

Notas de prensa de los periódicos nacionales e internacionales más importantes

- **CASTELLÓN PLAZA**  
*pág. 107, 108, 109, 110, 111, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 124*
- **EL PERIÓDICO MEDITERRÁNEO**  
*pág. 106, 110, 111, 112, 113, 116, 122, 123*
- **ECONOMÍA DIGITAL**  
*pág. 108, 110, 113, 122*
- **CASTELLÓN AL DÍA**  
*pág. 109, 112, 114, 115, 118, 123, 124, 125*
- **EUROPA PRESS**  
*pág. 109, 120*
- **CASTELLÓN DIARIO**  
*pág. 111*
- **VALENCIA NEWS**  
*pág. 112*
- **VALENCIA PLAZA**  
*pág. 108*
- **RADIO COPE**  
*pág. 115*
- **GENTE EN CASTELLÓN**  
*pág. 119*
- **VALENCIA NOTICIAS**  
*pág. 119*
- **RTVE RADIO**  
*pág. 123*
- **LA PLANA AL DÍA**  
*pág. 125*
- **DIMENSIÓN TURÍSTICA**  
*pág. 125*

## 1. El periódico Mediterráneo

Castellón se fija en Fitur en Alemania y Reino Unido para cazar más turistas



19 Enero 2025

## 2. Castellón Plaza

*El aeropuerto y Magic World disparan el turismo inglés, alemán y belga en Castellón*



21 Enero 2025

## 3. Castellón Plaza

*El empleo en el turismo de Castellón: crece en hoteles, alojamientos y campings*



23 Enero 2025

## 4. Economía Digital

*Los hoteles de Castellón cargan contra Mazón: Sin promoción caen los acuerdos para traer alemanes e ingleses*



12 Febrero 2025

## 5. Castellón Plaza

*Introducing Castellón critica la "indefinición" del Consell en la política turística para 2025*



12 Febrero 2025

## 6. Valencia Plaza

*Introducing Castellón critica la "indefinición" del Consell en la política turística para 2025*



12 Febrero 2025

## 7. Castellón al Día

*El turismo alerta: la falta de ayudas del Consell amenaza la temporada*



12 Febrero 2025

## 8. Europa Press

*Introducing Castellón critica la "indefinición" de la política turística para 2025 por parte del Consell*



12 Febrero 2025

## 9. Castellón Plaza

*El turismo de Castellón alerta: peligran acuerdos con operadores de Alemania y Reino Unido y la creación de 5.000 empleos*



13 Febrero 2025

## 10. El Periódico Mediterráneo

*Hoteleros alertan que el Consell frena cinco acuerdos para traer miles de turistas a Castellón: "Es pasar a destino de Primera"*



12 Febrero 2025

## 11. Economía Digital

*El gobierno de Mazón dará mayor subvención a los hoteles de Castellón para que no se escape easyJet*



16 Febrero 2025

## 12. Castellón Plaza

*El turismo vuela en Castellón en el arranque de año: las visitas en hoteles crecen un 14% y el camping supera el 80% de ocupación*



26 Febrero 2025

## 13. El Periódico Mediterráneo

*Castellón da sus primeros pasos con el turismo asiático: las visitas de China crecen un 700% y de Corea un 500%*



02 Marzo 2025

## 14. Castellón Diario

*Turisme CV lleva su oferta a la ITB de Berlín para captar más turistas alemanes*



02 Marzo 2025

## 15. Castellón Plaza

*Castellón ata en Berlín nuevas alianzas con dos operadores alemanes que empezarán con 1.500 turistas al año*



21 Febrero 2025

## 16. El Periódico Mediterráneo

*Castellón capta turistas alemanes con la salud y los destinos del interior*



05 Marzo 2025

## 17. Valencia News

*Castellón refuerza su presencia en el mercado alemán en la ITB de Berlín*



05 Marzo 2025

## 18. Castellón Al Día

*Castellón ratifica su posicionamiento en la feria turística ITB de Berlín*



08 Marzo 2025

## 19. Economía Digital

*Mazon recorta 100.000 € a Unión Gremial (Compromis) y mantiene los 750.000 de Confecomerç (CEOE)*



22 Marzo 2025

## 20. El Periódico Mediterráneo

*El Ayuntamiento de Alcalà-Alcossebre licita la redacción del Plan Estratégico de Turismo 2025-2029*

02 Abril 2025



02 Abril 2025

## 21. Castellón Plaza

*Castellón gana turismo en el primer trimestre y sin Semana Santa: los ingresos en los hoteles suben hasta un 16%*



26 Abril 2025

## 22. Castellón Plaza

*Magic World y el aeropuerto avivan el turismo internacional en Castellón: pernoctaciones y gasto crecen más del 40%*



03 Junio 2025

## 23. Castellón Al Día

*El turismo de Castellón salva los acuerdos para seguir creciendo en Alemania este año*



07 Junio 2025

## 24. Castellón Plaza

*Primera previsión turística en Castellón: crece el peso del visitante internacional pero la ocupación hotelera se estanca*



14 Junio 2025

## 25. Castellón Plaza

*El turismo en Castellón sigue con fuerza: es la única provincia de la Comunitat que crece en mayo*



24 Junio 2025

## 26. Castellón Al Día

*Turisme apuesta por la innovación, la sostenibilidad y paliar la estacionalidad*



29 Junio 2025

## 27. Cope

*El turismo de Castellón impulsa su crecimiento 4 años después de lo esperado: "Si no hubiera habido pandemia..."*



01 Agosto 2025

## 28. El Periódico Mediterráneo

*Javier Gallego: "Los pisos turísticos son el 'top manta' de los alojamientos"*



10 Agosto 2025

## 29. Castellón Plaza

*La ocupación hotelera en Castellón crece en agosto: el turista nacional mantiene la hegemonía con un 86% de cuota*



21 Agosto 2025

## 30. Castellón Plaza

*Cambio de hábitos en el turismo de Castellón: las viviendas turísticas reducen las estancias en los hoteles en julio*



23 Agosto 2025

## 31. Castellón Plaza

*El efecto de las viviendas turísticas en Castellón: apartamentos, campings y casas rurales reducen sus estancias en julio*



30 Agosto 2025

## 32. Castellón Plaza

*Agosto constata la caída de viajeros en apartamentos y casas rurales de Castellón por la presión de las viviendas turísticas*



02 Octubre 2025

## 33. Castellón Plaza

*Castellón duplica las viviendas turísticas en un año y supera las 13.000... alcanzan el 86% de municipios*



16 Octubre 2025

## 34. Castellón Plaza

*El Club Introducing Castellón muestra en París las infraestructuras y equipamientos de la provincia*



16 Octubre 2025

## 35. Castellón Plaza

*Castellón promociona su turismo y gastronomía en Milán a través del Club de Producto Introducing*



17 Octubre 2025

## 36. Castellón al Día

*El turismo de Castellón se abrirá al mercado checo a partir de 2026*



18 Octubre 2025

## 37. Gente en Castellón

*El touropeador alemán Der Touristik incluye por primera vez a Castellón en su catálogo de verano 2026*



21 Octubre 2025

## 38. Valencia Noticias

*Castellón se une al catálogo de verano 2026 de Der Touristik, principal touropeador alemán*



21 Octubre 2025

## 39. Castellón Plaza

*El touropeador alemán 'Der Touristik' incluye por primera vez Castellón en su catálogo de verano de 2026*



21 Octubre 2025

## 40. Europa Press

*El touropeador alemán Der Touristik incluye por primera vez a Castellón en su catálogo de verano 2026*



21 Octubre 2025

## 41. Castellón Plaza

*Los hoteles de Castellón pierden pernотaciones en verano: el sector culpa a las viviendas turísticas*



24 Octubre 2025

## 42. Castellón Plaza

*Las distorsiones de la vivienda turística en Castellón: menos alquileres, precios al alza y competencia hotelera*



24 Octubre 2025

### 43. Castellón Plaza

*Cambio de ciclo en el Club de Producto Introducing Castellón: Javier Gallego deja la presidencia tras 10 años*



29 Octubre 2025

### 44. Castellón Plaza

*Más expansión para el aeropuerto de Castellón: cierran una operativa chárter inédita desde Eslovaquia*



30 Octubre 2025

### 45. Castellón al Día

*El turismo de extranjeros cae en verano tras cuatro años de repuntes en Castellón*



31 Octubre 2025

## 46. Castellón Plaza

*Más turistas pero con menos impacto económico en Castellón: el gasto del viajero internacional cayó un 17% en verano*



01 Noviembre 2025

## 47. Economía Digital

*Javier Gallego: «Es imposible mantener políticas urbanísticas y económicas de hace 20 años»*



04 Noviembre 2025

## 48. El Periódico Mediterráneo

*Castellón se vende en Londres para atraer más turistas británicos*



05 Noviembre 2025

## 49. Castellón al Día

*El turismo aspira a ganar cuota en el mercado británico pese a caer un 16% los pasajeros en el aeropuerto*



05 Noviembre 2025

## 50. El Periódico Mediterráneo

*La Comunitat Valenciana refuerza su presencia en Londres para consolidarse como destino preferente del turismo británico*



05 Noviembre 2025

## 51. RTVE Radio

*Informativo Castellón*



07 Noviembre 2025

## 52. Castellón Plaza

*El turismo de Castellón explora mercados emergentes: negocia con operadores de Polonia y Holanda*



08 Noviembre 2025

## 53. Castellón al Día

*Castellón busca ampliar el turismo británico más allá del modelo litoral*



08 Noviembre 2025

## 54. Castellón Plaza

*Doce agentes de viajes alemanes visitan la provincia junto al Club de Producto Introducing Castellón*



10 Noviembre 2025

## 55. La Plana al Día

*Castelló: Viaje de exploración y familiarización de la Fundación Willy Scharnow*



10 Noviembre 2025

## 56. Dimensión Turística

*Diez representantes de agencias de viajes alemanas exploran la provincia con el Club de Producto Presentando Castellón.*



10 Noviembre 2025

## 56. Castellón al Día

*Las estancias de turistas extranjeros caen un 5% pese al tirón de Alemania en la provincia*



17 Noviembre 2025

## 57. Castellón Información

*El aeropuerto de Castellón 'vende' las nuevas rutas a Bolonia y Manchester para 2026*



22 Noviembre 2025

## 58. Comunica GVA

*El aeropuerto de Castellón aborda con el sector turístico el lanzamiento de las rutas de Manchester y Bolonia en 2026*



22 Noviembre 2025

## 59. Es Diario

*El aeropuerto de Castellón incorpora en 2026 dos nuevas rutas aéreas a Manchester y Bolonia*



22 Noviembre 2025

## 60. Castellón Diario

*El aeropuerto de Castellón coordina con el sector turístico las nuevas rutas a Manchester y Bolonia*



22 Noviembre 2025

## 61. El Periódico Mediterráneo

*Turismo reparte 500 ximos en un showcooking organizado de la mano de la Diputación*



22 Noviembre 2025

## 62. Castellón Plaza

*El aeropuerto de Castellón bate su récord histórico con 300.000 viajeros en 2025 y más de 11.500 movimientos*



25 Noviembre 2025

## 63. Castellón Plaza

*Las estancias hoteleras se reactivan un 14% en Castellón en octubre tras un verano flojo: la desestacionalización, más cerca*



25 Noviembre 2025

## 64. Castellón Plaza

*El turismo de EEUU se abre paso en Castellón gracias a los cruceros, con casi 3.000 viajeros en septiembre*



27 Noviembre 2025

## 65. Comunica GVA

*El aeropuerto de Castellón prepara con el sector hotelero una operativa chárter de 30 vuelos para el traslado de hasta 2.700 turistas eslovacos en 2026*



29 Noviembre 2025

## 66. Valencia News

*Castellón operará vuelos chárter en verano para traer hasta 2.700 turistas eslovacos*



29 Noviembre 2025

## 67. Castellón Diario

*El Aeropuerto de Castellón impulsa una operativa chárter para atraer turistas eslovacos en 2026*



29 Noviembre 2025

## 68. Torre vieja Hoy

*El Aeropuerto de Castellón Anuncia Operativa Chárter para Atraer Turistas Eslovacos en 2026*



29 Noviembre 2025

## 69. Castellón Información

*El Aeropuerto de Castellón prepara un dispositivo de 30 vuelos para el traslado de 2.700 turistas eslovacos durante 2026*



29 Noviembre 2025

## 70. Noticias Ciudadanas

*Castelló dedica un showcooking al «Chimo» para poner en valor este bocado típico de la ciudad*



03 Diciembre 2025





# PLAN DE ACCIÓN 25 INFORME DE RESULTADOS

## Plan de Acción 2025 - Informe de Resultados

El presente documento recoge los resultados obtenidos a través de las acciones de promoción turística, comarketing, comunicación estratégica y participación en ferias profesionales desarrolladas por Introducing Castellón durante el año 2025. Su objetivo es ofrecer una visión clara, cuantificada y fundamentada del impacto logrado en los principales mercados emisores internacionales.

### Promoción y Comarketing

Las acciones de promoción y comarketing realizadas en 2025 han permitido reforzar el posicionamiento del destino en los mercados internacionales prioritarios. Cada campaña ha sido diseñada en colaboración con turoperadores estratégicos, con el fin de incrementar la visibilidad, el tráfico y la conversión hacia los productos turísticos de Castellón.

#### ✓ Mercado Alemania, Austria y Suiza

##### ◆ Gebeco-TUI

La colaboración con Gebeco incluyó acciones digitales, contenidos editoriales, activaciones especiales y desarrollo de producto, junto con un programa de reservas y grupos confirmados para 2026.

- Impresiones totales: 482.347
- Unique viewers: 2.423
- Clicks totales: 12.150
- Reservas confirmadas 2026: 3
- Grupos confirmados 2026: 4

##### ◆ Fit Reisen

Fit Reisen es uno de los principales turoperadores especializados en turismo de salud y bienestar. La campaña combinó acciones en prensa escrita y soportes digitales altamente segmentados.

- Impresiones totales: 449.342
- Clicks digitales: 245
- Lectores print: 31.500

## ✓ Mercado Países bajos

### ◆ The Travel Club

Esta campaña se centró en reforzar la presencia del destino a través de soportes digitales, email marketing, social ads y espacios destacados en la plataforma de Travel Republic.

- Hasta 90.000 destinatarios en newsletters B2C.
- Publicación de dos páginas de advertorial en VakantieMagazine, con una tirada de 35.000 ejemplares físicos y versión digital.
- Bloque exclusivo de contenidos (4 adblocks) en la homepage del portal, con enlace a landing page del destino.
- 3 publicaciones en redes sociales del grupo TravelXL con un alcance aproximado de 50.000 seguidores, amplificadas por agentes afiliados.
- Presencia de Castellón en la revista digital Inspirations, publicada tres veces al año.
- Envío de una newsletter dedicada al canal profesional (B2B) dirigida a más de 400 agentes del grupo.
- Participación en el workshop anual de TravelC Group, con una asistencia media del 80% del total de sus agentes.

## ✓ Mercado Reino Unido

### ◆ DNATA - Travel Republic

Esta campaña se centró en reforzar la presencia del destino a través de soportes digitales, email marketing, social ads y espacios destacados en la plataforma de Travel Republic.

- Impresiones totales: 1.151.669
- Sesiones generadas: 3.792
- Emails enviados: 643.122
- Aperturas email: 176.693
- Alcance social: 90.306 usuarios
- Clicks totales: 6.794

### ◆ On The Beach

En colaboración con On The Beach, uno de los operadores líderes en el mercado británico, se desarrolló una campaña integral que combinó acciones SEO, CRM, banners onsite, notificaciones push y campañas de social media para aumentar la visibilidad del destino.

- Impresiones totales: 3.117.450
- Sesiones generadas: 3.250

- Emails enviados: 876.000
- Alcance social: 1.163.800 usuarios
- Clicks totales estimados: 7.300

## ✓ Mercado Bulgaria

### ◆ Solvex

Esta campaña se centró en reforzar la presencia del destino en el mercado búlgaro mediante soportes digitales, la creación de contenido específico y una newsletter dedicada enviada a la audiencia combinada de Solvex y BG Tourism. La acción incluyó tres landing pages temáticas diseñadas para presentar la oferta turística de Castellón en sol y playa, cultura y experiencias de naturaleza.

- Alcance estimado newsletter: 25.000 suscriptores
- Emails enviados: 25.000
- Aperturas estimadas: 5.000
- Clicks totales estimados: 500
- Landing pages publicadas: 3

## Comunicación estratégica

La comunicación estratégica de 2025 ha incluido la presencia del destino en medios internacionales especializados, con el objetivo de reforzar la visibilidad y posicionamiento de Castellón en los principales mercados europeos. A través de publicaciones en revistas profesionales, plataformas digitales y soportes de alto alcance, se ha difundido contenido inspiracional y promocional que contribuye a aumentar el conocimiento del destino entre turoperadores, agentes de viajes y consumidores finales.

## ✓ Publicidad en medios internacionales

### ◆ FWV | TravelTalk - Meine Reise

La campaña en Meine Reise y los soportes digitales asociados (TravelTalk / fwv) ha generado un alcance significativo tanto en formato print como digital, logrando una buena visibilidad del destino Castellón en el mercado alemán.

- Lectores print: 31.500
- Page views digital: 351.000
- Ad impressions totales digital: 81.342 (13.472 + 67.870)
- Clicks totales: 245 (28 + 217)
- CTR medio: 0,30% aprox.
- Newsletter recipients: 31.872
- Open rate newsletter: 44,38%

## ◆ Alpetur

Esta acción se centró en el desarrollo y lanzamiento de un nuevo programa temático orientado a grupos interesados en cicloturismo a través de las Vías Verdes de Castellón, así como en su promoción mediante los canales digitales y comerciales de Alpetour.

- Alcance landing page: 8.000-12.000 visualizaciones
- Alcance newsletter: 15.000-20.000 suscriptores
- Aperturas estimadas: 4.500-7.000
- Clicks estimados: 300-400 clics
- Solicitudes recibidas: 3
- Reservas confirmadas: 2 grupos (mínimo 15 personas cada uno)

## Ferias y eventos profesionales

La presencia en ferias internacionales es una herramienta clave para fortalecer relaciones con el sector profesional, generar nuevos contactos comerciales y reforzar la marca del destino en mercados estratégicos.

Además de las ferias, se llevaron a cabo presentaciones profesionales y workshops que permitieron profundizar en la difusión del destino ante turoperadores y agencias de viaje europeas.

Los viajes de familiarización permiten que los operadores conozcan de primera mano la oferta del destino, facilitando su futura comercialización dentro de catálogos internacionales.

### ✓ Ferias profesionales

- FITUR (Madrid): 155.000 visitantes - 6.200 leads
- ITB (Berlín): 100.000 visitantes - 4.000 leads
- IMEX (Frankfurt): 12.059 visitantes - 482 leads
- The Meetings Show (Londres): 900 visitantes - 20 leads
- WTM (Londres): 46.316 visitantes - 1.800 leads
- IBTM World (Barcelona): 11.899 visitantes - 476 leads

### ✓ Presentaciones y Workshops

- Salón Pure Spain (París): 22 TTOO/AAV
- The Travel Club Workshop (Vianen): 25 TTOO/AAV
- Presentación TCV (Milán): 20 TTOO/AAV
- Workshop The Travel Club, Vianen, Países Bajos: 25 TTOO y AAV
- Presentación DER, Praga: 25 TTOO y AAV

## ✓ FAM Trips

- Willy Scharnow Stiftung (Berlín): 13 TTOO/AAVV participantes



Actuaciones realizadas a través de la línea nominativa de subvención/expediente CCLNS/2025/10, por importe de 150.000 € para la realización de acciones de promoción y marketing de a oferta turística de la provincia de Castellón, concedida por **Turisme Comunitat Valenciana**.



ACTITUD  
MEDITERRÀNEA



[www.introducingcastellon.com](http://www.introducingcastellon.com)