

MEMORIA TÉCNICA ANUAL PARA LA PLAZA DE TOROS DE CIUDAD REAL
Plan empresarial, de inversión y de comunicación y publicidad específico
para la Plaza de Toros de Ciudad Real



Pertenece al SOBRE-ARCHIVO ELECTRÓNICO B "CRITERIOS CUYA CUANTIFICACION DEPENDAN DE UN JUICIO DE VALOR"

Objeto del contrato: ORGANIZACIÓN DE FESTEJOS TAURINOS EN LA PLAZA DE TOROS DE CIUDAD REAL

Licitador: EVENTOS MARE NOSTRUM SL

B42685891

C/ San Fernando 49, piso 4º puerta 3

03001 ALICANTE

Representante legal: IGNACIO LLORET CARMONA 48317772Q

Datos de contacto:

615886012

luis.garrido@tauromanagement.com

ÍNDICE

1. Introducción
2. Objetivos
3. El equipo
4. Plan de publicidad, marketing y promoción
 - a. Imagen de marca y logotipo
 - b. Diseño y campaña gráfica
 - c. Publicidad de gran formato
 - d. Eventos
 - I. Presentación de la feria y otros actos
 - II. Premios Taurinos
 - III. Fiesta de clausura
 - e. Marketing tradicional
 - I. Formatos
 - II. Radio de actuación
 - f. Marketing digital
 - I. *Search Engine Optimization (SEO)*
 - II. *Search Engine Marketing (SEM)*
 - III. Redes sociales
 - g. Recursos audiovisuales
 - h. Recursos gráficos
 - i. Captación de público joven
 - I. Creación de Tendido Joven
 - II. Bono Cultural
 - III. *Merchandising*
 - j. Día de festejo
 - I. Antes
 - II. Durante
 - III. Después
 - k. Oficinas de Turismo
 - l. Prensa especializada
 - m. Plan de medios regional y nacional
 - I. Prensa generalista
 - II. Radio
 - III. Televisión
 - n. TENDIDO ÚNICO
 - I. Eventos exclusivos
 - II. Impacto en medios de comunicación
 - III. *App* especializada
 - IV. Club de esponsorización
 - V. Fanzone

VI. Carne de toro de lidia

5. Calendario de acciones
6. Valoración económica
7. Monitorización y control (tratamiento información)
8. Tejido asociativo taurino de Ciudad Real
9. Conclusión

1. Introducción

La empresa EVENTOS MARE NOSTRUM SL está especializada en la gestión y dinamización de plazas de toros, focalizados en los festejos taurinos como uno de los organizadores de mayor prestigio y solvencia, pero también con una nutrida experiencia y casos de éxito en otro tipo de espectáculos como los conciertos musicales.

Con estas credenciales acudimos a la licitación para la organización de los festejos taurinos en la plaza de toros de Ciudad Real, junto con el firme convencimiento de estar apostando por una plaza de toros y una ciudad con extraordinario potencial, siempre por la vía de la calidad en la organización y planificación de los distintos festejos, y poniendo en el centro de la gestión la imagen de Ciudad Real y su plaza de toros como elemento diferencial. Todo ello, con nuestra experiencia tanto en la gestión como especialmente en la promoción, comunicación, marketing y publicidad, que nos pone sin lugar a duda en la vanguardia del sector taurino en este campo, en base a los éxitos pasados, presentes y futuros, como vamos a exponer en el presente documento.

Hoy día los procesos de gestión que las empresas llevan a cabo deben tener implícito la gestión comunicacional con una especial relevancia. Es vital comprender que ésta es un factor clave en el proceso productivo, por lo tanto, es necesario comprender la importancia del elemento de comunicación y sus estrategias como factor de éxito. La comunicación es una herramienta estratégica dentro de toda empresa que quiera estar bien posicionada en el mercado, y EVENTOS MARE NOSTRUM trabaja para ello, y espera poder hacerlo en Ciudad Real, por y para la plaza y la ciudad.

2. Objetivos

Antes de desarrollar toda nuestra estrategia a lo largo de las siguientes páginas es necesario cimentar todo el trabajo en unos objetivos generales, pero bien definidos, en términos empresariales, de inversión, de comunicación y de publicidad.

La memoria que presentamos se basa en los siguientes objetivos:

- Crear una identidad propia, definida y diferenciada de la plaza de toros de Ciudad Real, y especialmente de su Feria de la Virgen del Prado.
- Elevar a Ciudad Real a la categoría de ciudad taurina por excelencia.
- Incluir la Feria de la Virgen del Prado como una de las citas clave de la temporada taurina en el ideario colectivo de la afición nacional.

- Establecer la cultura taurina como elemento vertebrador y de gran impacto (económico y social) en la ciudad.
- Fortalecer los nexos de lo taurino con el público más joven.
- Renovar la forma de comunicar los festejos taurinos en Ciudad Real.
- Dotar de contenido y categoría a lo taurino en Ciudad Real, a lo largo de todo el año.
- Aumentar las vías digitales de comunicación de todo lo que suceda en la plaza de toros de Ciudad Real.
- Llevar el conocimiento de marca (*brand awareness*) de la Plaza, de la ciudad y de la feria al nivel de las plazas de primera categoría.

3. El equipo

La implicación de todo el equipo directivo es fundamental en los temas concernientes al marketing, publicidad, comunicación y promoción, contando con un equipo especializado y con experiencia al máximo nivel, conocedores de que la clave de un proyecto como el de Ciudad Real pasa por un trabajo diferencial en estos ámbitos tal y como hemos hecho en otras plazas que gestionamos como Alicante y Toledo.

De este modo el equipo propuesto para Ciudad Real sería:

Director: IGNACIO LLORET CARMONA, administrador único de EVENTOS MARE NOSTRUM SL.

Gerente: LUIS MARÍA GARRIDO, al frente de la gestión de las plazas de la empresa.

Prensa y comunicación: TESEO COMUNICACIÓN, con experiencia en la gestión de Valencia, Zaragoza, Alicante, Toledo y Madrid, con JOSE RAMON LOZANO al frente.

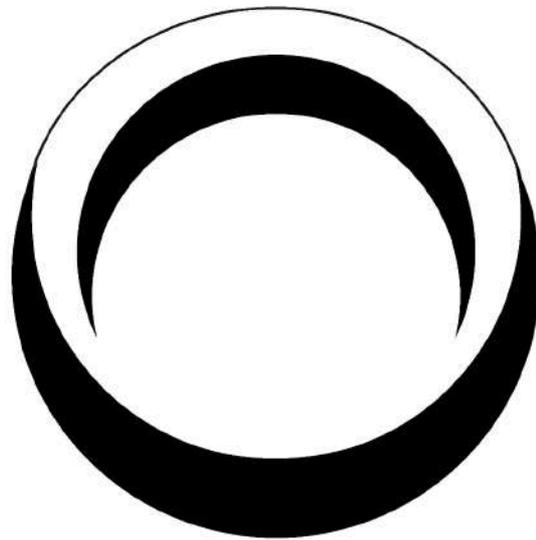
Diseño gráfico e identidad corporativa: IVÁN ESTUPIÑÁ

Vídeo y recursos audiovisuales: ALBERTO LLANES, de ALLTOROS

Publicidad online: NUNTIUM COMUNICACIÓN se encarga de la gestión de las inversiones publicitarias online, con NACHO GONZÁLEZ al frente

4. Plan de publicidad, marketing y promoción
a. Imagen de marca, logotipo e identidad

EVENTOS MARE NOSRTRUM apuesta por una gestión de la plaza de toros de Ciudad Real que dote de contenido a la plaza en sí misma, y que la convierta en elemento referente y vertebrador de la ciudad. Por ello, hay que conseguir una identidad, hay que generar una marca, hay que relacionar la plaza de toros de Ciudad Real con unos valores y cualidades específicas como ente de máxima calidad taurina. Dichos valores, dicha identidad, deben estar presentes desde el inicio, desde la presentación de cualquier documento, cartel o referencia, todo debe estar relacionado con una imagen propia, con una marca. Para ello es fundamental el desarrollo de un logotipo que esté presente en cualquier creatividad, en cualquier elemento. Proponemos el siguiente logotipo:



LA PLAZA

EL ALMA DE CIUDAD REAL

Con ello, creamos la marca que nos acompañaría: **LA PLAZA, EL ALMA DE CIUDAD REAL.**

Una plaza de toros como la de Ciudad Real ha sido durante muchos años un lugar de reunión, ha sido el origen de vivencias, de recuerdos, de anécdotas que acompañan la historia y la memoria colectiva de la sociedad de Ciudad Real. Por ello, la plaza, en esta nueva andadura, después de su brillante recuperación, debe no solo seguir en la mente de todos los ciudadrealeños, sino ser el alma,

el elemento vertebrador, de Ciudad Real. Es por eso por lo que aprovecharemos esta verdad del imaginario colectivo para dotar a la plaza de una marca, de un logotipo, de una identidad propia.

b. Diseño, y campaña gráfica

El trabajo visual y de diseño que implementa EVENTOS MARE NOSTRUM en cada una de sus gestiones nos coloca a la vanguardia del sector, y con estas credenciales proponemos una mejora visual y de diseño gráfico para la plaza de toros de Ciudad Real.

Con un equipo de diseño que encabeza el reconocido artista gráfico Iván Estupiñá, contamos con un particular modelo de trabajo definido en nuestra empresa, que dotará de personalidad la plaza de Ciudad Real en cada una de sus Ferias.

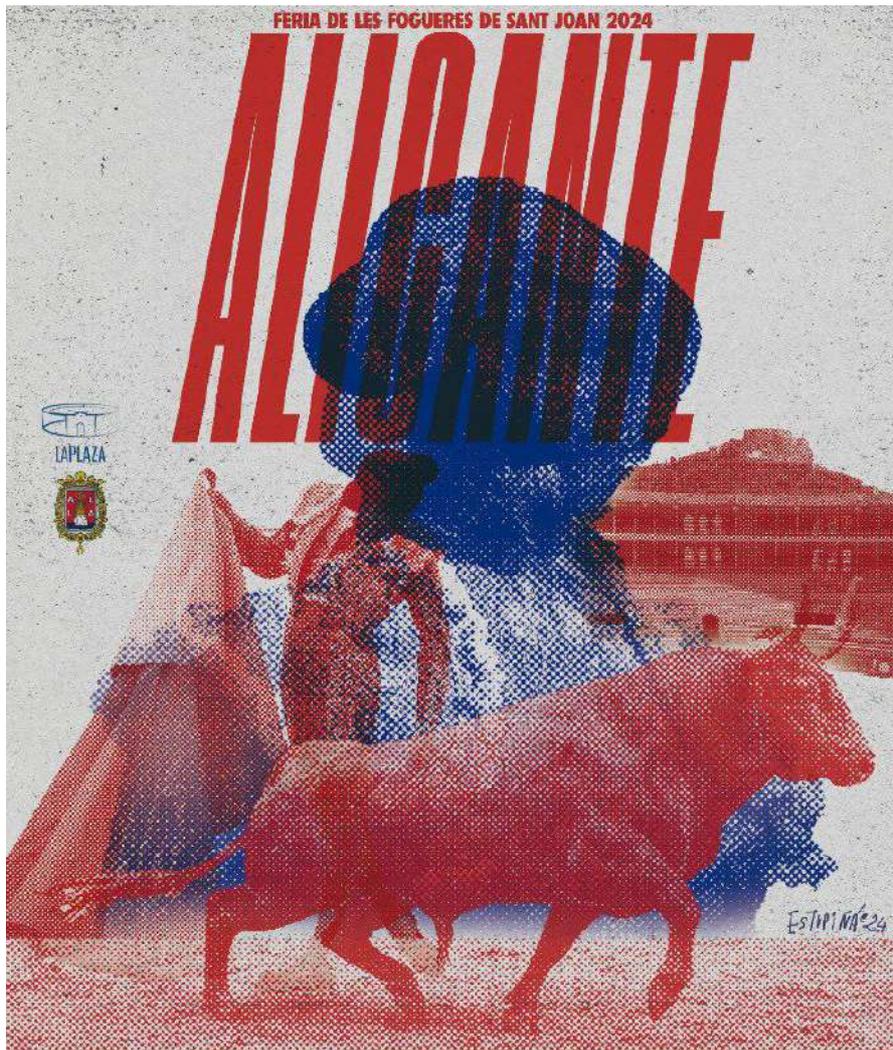
NUESTRO MODELO

Tras un exhaustivo trabajo de estudio de la plaza, de la ciudad, de la sociedad en términos taurinos y generales, así como de la historia de la plaza, desarrollamos un *breafing* con toda la inspiración e información recabada para desarrollar un cartel que debe tener un mensaje propio, que debe tener "alma", como hemos dicho ya con el logotipo. Con ello, el artista gráfico, con la supervisión del equipo directivo en cada paso hasta llegar al arte final, desarrolla un cartel, el cartel de la feria como tal. A partir de ahí, todos los diseños, creatividades, y recursos gráficos y audiovisuales que se vayan a utilizar en la feria, todos ellos, partirán del nexo común de la identidad del cartel (fondos, colores, tipografía, estilo, fuente, etc). Con esto conseguimos dar una visión homogénea y sólida de todo lo desarrollado en cada Feria, y así lo haríamos para Ciudad Real.

CASOS DE ÉXITO

La mejor forma de ilustrar de forma gráfica cual es nuestro modelo de trabajo y lo que proponemos para Ciudad Real, es con los recientes casos de éxito de las dos ferias organizadas por nuestra empresa esta temporada en dos plazas de categoría como Ciudad Real.

ALICANTE, Feria de Hogueras 2024 – EL CARTEL



<p>DOM. 16.06 19 H CORRIDA DE REJONES TOROS DE FERMIN BONORQUEZ ANDY CARTAGENA DIEGO VENTURA GUILLERMO HERMOSO DE MENDOZA</p>	<p>JUEV. 20.06 19 H NOVILLADA MIXTA NOVILLOS DE FUENTE YMBRO KEVIN ALCOLADO MARCO PEREZ JAVIER CUARTERO</p>	<p>VIE. 21.06 19 H CORRIDA DE TOROS TOROS DE ZACARIAS MORENO SEBASTIÁN CASTELLA ALEJANDRO TALAVANTE DANIEL LUQUE</p>
<p>SÁB. 22.06 19 H CORRIDA DE TOROS TOROS DE JANDILLA/VEGAHERMOSA VICTORIANO DEL RIO Y TOROS DE CORTES - DANIEL RUIZ MANZANARES ROCA REY</p>	<p>DOM. 23.06 19 H CORRIDA DE TOROS TOROS DE DANIEL RUIZ ENRIQUE PONCE (DESPEDIDA DE ALICANTE) MORANTE DE LA PUERLA TOMÁS RUFO</p>	<p>LUN. 24.06 19 H CORRIDA DE TOROS TOROS DE VICTORINO MARTIN RAFAELILLO MANUEL ESCRIBANO BORJA JIMÉNEZ</p>
<p>SÁB. 15 A LAS 22H GRAN CONCURSO DE RECORTADORES, SUELTA DE VACAS Y TORO EMBOLADO</p>	<p>MART. 18.06 CLASE PRÁCTICA NOVILLOS DE AIDA JOVANI 19H: PEDRO DE LA HERMOSA (ET GUADALAJARA) JOSELITO DE CORDOBA (ET GRANADA) ALEJANDRO TROYA (ET ALICANTE) JUAN ALBERTO TORIBIOS (ET VALLENCIA) SAMUEL CASTREJÓN (ET ROS CUBRO) Y YVI HERNÁNDEZ ESTIBAN GORDILLO (ET TOLEDO)</p>	<p>MÉRC. 19.06 CLASE PRÁCTICA NOVILLOS DE PEDRAZA DE VELTES 19H: DAVID SEJAS (ET HUESCA) MARIO VILALI (ET CATALUÑA) DANIEL ENCINAS EL POTRO (ET ALICANTE) JESUS YGLESAS (ET SALLABANCA) ALEJANDRO GONZÁLEZ (ET ALBACETE) PEDRO RUFO (ET TOLEDO)</p>

RENOVACIÓN DE ABONADOS DE 2023:
DEL 13 DE MAYO AL 25 DE MAYO
VENTA DE NUEVOS ABONOS: DESDE EL 13 DE
MAYO
VENTA DE ENTRADAS SUELTAS PARA CADA
FESTIVAL:
A PARTIR DEL 1 DE JUNIO POR INTERNET
Y DEL 3 DE JUNIO EN TAQUILLA

HORARIOS DE TRABAJO:
DE 10:00 A 14:00 Y 17:00 A 20:30 H DE LUNES
A VIERNES. SÁBADOS DE 10:00 A 14:00 H.
LOS DOMINGOS LA TAQUILLA PERMANECERÁN
CERRADOS.
LOS DÍAS DE FESTIVO DE 10 A 14:00 Y DE 16:30
EN ANELANTE



INFORMACIÓN Y RESERVAS
TAQUILLAS@TOROSALICANTE.COM
+34 675 201 566

TOROSALICANTE.COM



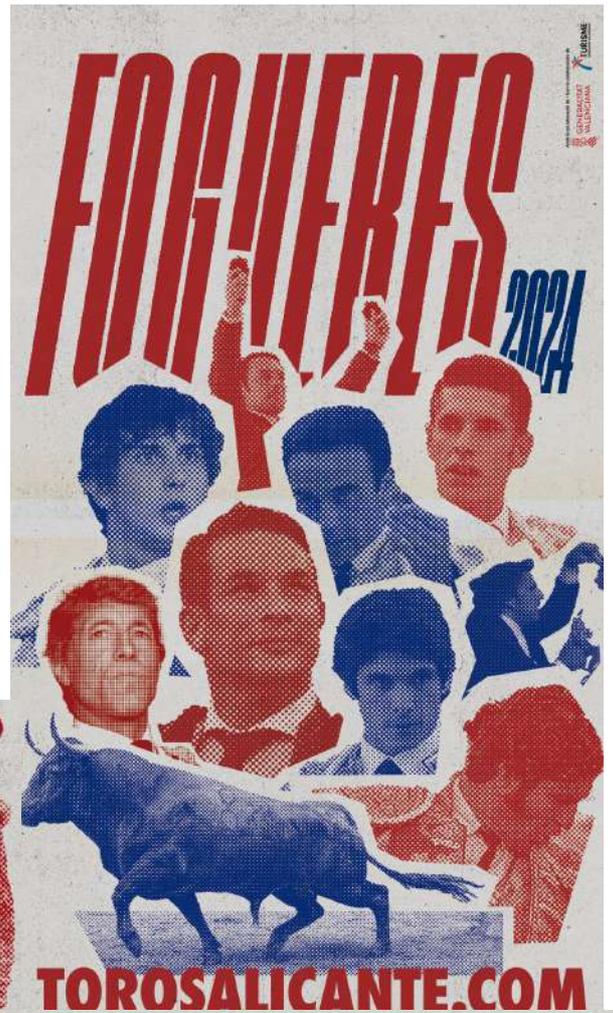
CAMPAÑA GRÁFICA (más de 80 creatividades)

PACK 1

DÍA 21 y 22

VIE. 21.06 19 H CORRIDA DE TOROS TOROS DE ZACARÍAS MORENO SEBASTIÁN CASTELLA ALEJANDRO TALAVANTE DANIEL LUQUE	SÁB. 22.06 19 H CORRIDA DE TOROS TOROS DE JANDILLA/VEGAHERMOSA VICTORIANO DEL RÍO Y TOROS DE CORTÉS - DANIEL RUIZ MANZANARES ROCA REY
--	--

FOGNERES 2024



FERIA DE LES FOGNERES DE SANT JOAN 2024

TOROSALICANTE.COM

¡COMPRÁ YA TUS ENTRADAS!

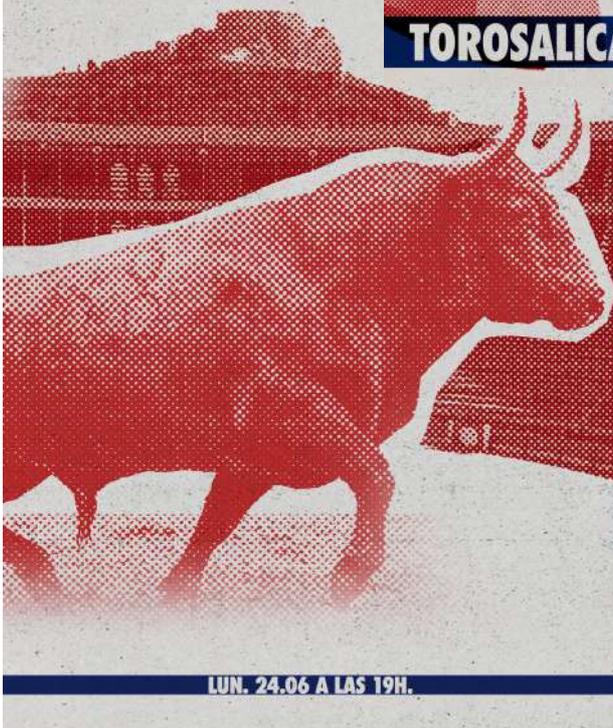
TOROSALICANTE.COM

FERIA DE LES FOGNERES DE SANT JOAN 2024

INICIO DE VENTA DE ABONOS

CON 20% DE DESCUENTO

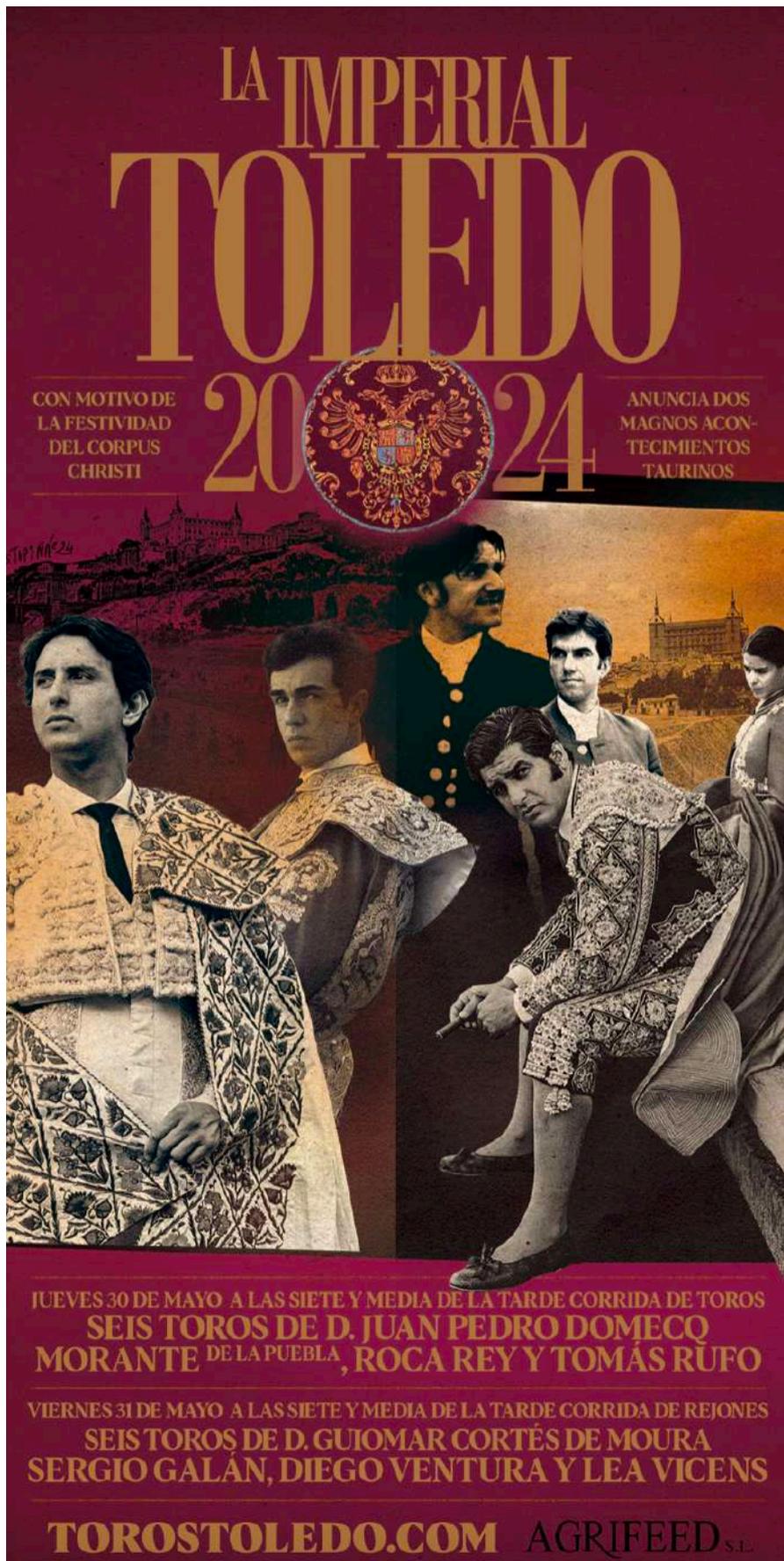
TOROSALICANTE.COM



LUN. 24.06 A LAS 19H.



SAB. 22.06 A LAS 19H.



**LA IMPERIAL
TOLEDO**

CON MOTIVO DE
LA FESTIVIDAD
DEL CORPUS
CHRISTI

2024

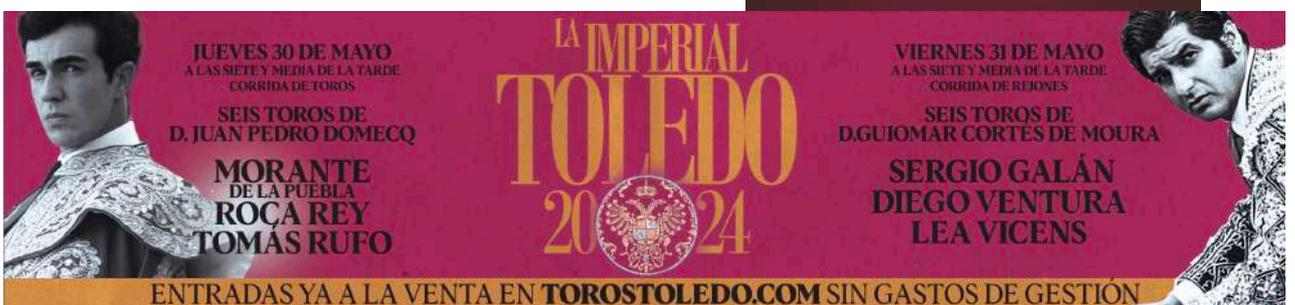
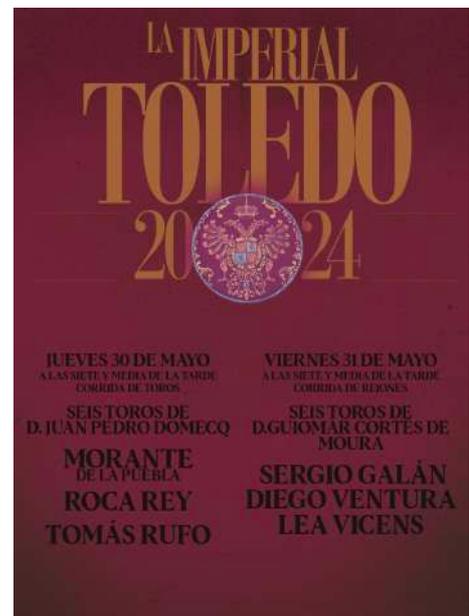
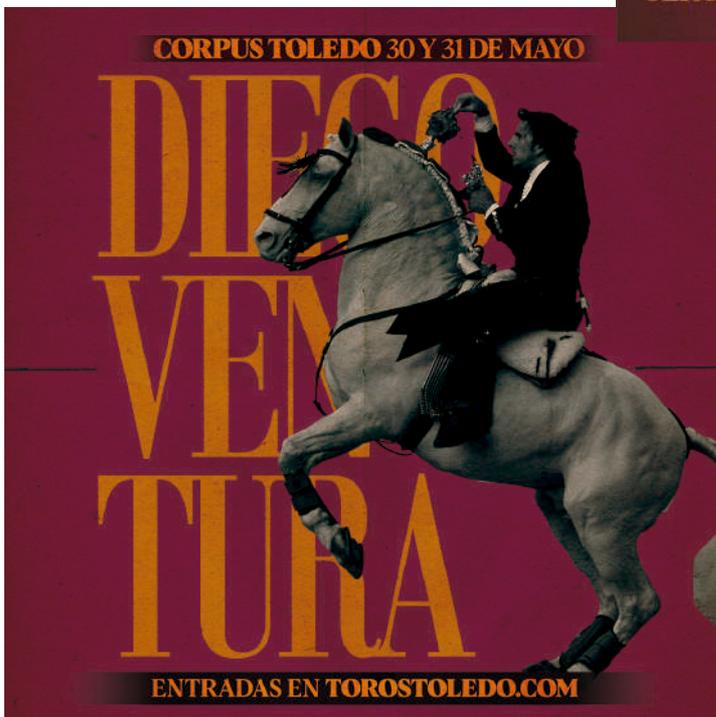
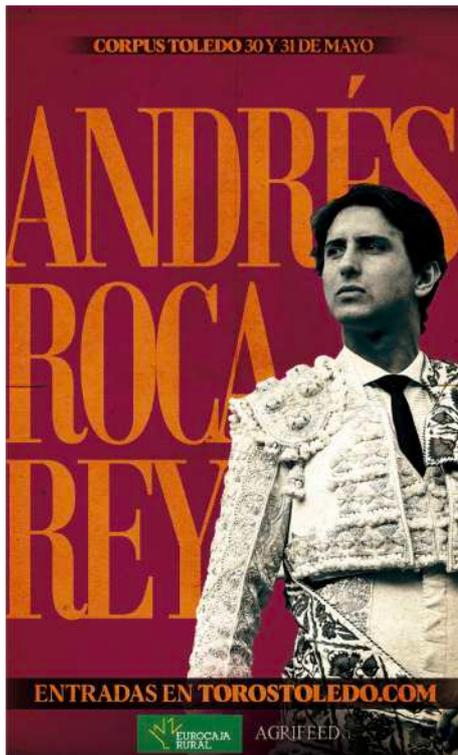
ANUNCIA DOS
MAGNOS ACON-
TECIMIENTOS
TAURINOS

JUEVES 30 DE MAYO A LAS SIETE Y MEDIA DE LA TARDE CORRIDA DE TOROS
**SEIS TOROS DE D. JUAN PEDRO DOMEQ
MORANTE DE LA PUEBLA, ROCA REY Y TOMÁS RUFO**

VIERNES 31 DE MAYO A LAS SIETE Y MEDIA DE LA TARDE CORRIDA DE REJONES
**SEIS TOROS DE D. GUIOMAR CORTÉS DE MOURA
SERGIO GALÁN, DIEGO VENTURA Y LEA VICENS**

TOROSTOLEDO.COM AGRIFEED S.L.

CAMPAÑA GRÁFICA (más de 40 creatividades)



c. Publicidad de gran formato

Uno de los pilares fundamentales es lo que nosotros denominamos publicidad de gran formato. Como hemos explicado en el punto anterior toda nuestra campaña gráfica se desarrolla con un mismo sentido, con una identidad diferenciada que permite familiarizar a la afición y al público con un concepto único para cada feria o evento especial. Por ello seguimos esa misma dinámica para la publicidad de gran formato, que son aquellos medios de alto impacto y tamaño que nos permiten insertar la feria y los festejos en el corazón de la ciudad, en la vida misma de su sociedad. A continuación, ilustramos con algunos ejemplos de trabajos realizados en plazas y ferias gestionadas, y que son todo ello acciones que tenemos planificadas para la posible explotación de la plaza de toros de Ciudad Real:

Autobuses







Estaciones de tren, tranvía, metro y autobuses







Quioscos



Paradas de autobuses



Circuito de muppies



Banderolas



Lonas plaza de toros





d. Eventos

La organización de los festejos taurinos, o en particular de una feria taurina, tal y como los concibe nuestra empresa EVENTOS MARE NOSTRUM no se reduce solamente a la gestión del coso y lo que ocurre en el ruedo, sino que está acompañado de una serie de eventos adyacentes a la feria que permiten posicionar los festejos y la plaza dentro de la sociedad de la ciudad, como sería en este caso en Ciudad Real. Por ello, dentro de nuestra planificación incluimos la celebración, como mínimo, de los siguientes eventos:

I. Presentación de la feria y otros actos

Una gran feria no lo puede ser nunca sin un gran acto, y así proyectamos nuestra planificación para la plaza de toros de Ciudad Real. En ellos se produce la puesta de largo de los festejos y se materializa la conexión de la Feria con la sociedad y los medios de comunicación. Y decimos sociedad, y lo proyectamos a todos los niveles pues planificamos siempre estos festejos para que aglutinen a representantes de la política local, regional y autonómica, así como una representación del tejido asociativo de la ciudad y la región en asuntos taurinos (peñas taurinas, asociaciones culturales taurinas, tertulias, etc.); y por supuesto representantes del mundo empresarial intentando crear sinergias y *networking* con las empresas de la ciudad. Y por supuesto, protagonistas de la feria: máximas figuras, ganaderos, apoderados, etc.

Para la presentación de la Feria de la Virgen del Prado de Ciudad Real buscaríamos un enclave especial, como un salón de actos, un palacio o un auditorio, donde podamos tener los recursos técnicos para desarrollar el evento y además la capacidad de acoger a todos los invitados y público. Contaríamos con material audiovisual como vídeos o spots de la feria, de los toros en el campo, y de los principales actuantes, y apostando siempre por alguna actuación musical de calidad, y con la conducción del acto por parte de un presentador de reconocido prestigio, como por ejemplo José Ribagorda o Elena Salamanca, que han dirigido nuestras últimas presentaciones de la Feria del Corpus de Toledo.

A continuación, algunas imágenes de actos de presentación desarrollados por nuestra empresa en nuestras ferias:









II. Premios Taurinos

Consideramos que es fundamental que no solamente se hable de toros y se sienta la tauromaquia en las plazas y ciudades al calor de los festejos, sino intentar que en diferentes épocas del año se capte la atención de la afición y la sociedad con algún otro acto que ponga en valor todo lo vivido en la plaza, en este caso en la de Ciudad Real. Por ello proponemos la creación de unos Premios Taurinos donde, coordinados con las instituciones y entidades taurinas que quieran formar parte de ello, la tauromaquia ciudadrealeña viva un acto de máxima categoría donde se premie lo más destacado de la Feria de la Virgen del Prado, de forma parecida al acto de presentación, es decir: con un presentador de reconocido prestigio y en un enclave de importancia y solera. A continuación, dejamos imágenes de otras entregas de Premios Taurinos, como los premios creados en Alicante:





III. Fiesta de clausura

Nuestra empresa EVENTOS MARE NOSTRUM SL, en su afán de dar mayor notoriedad al mundo taurino y a los festejos taurinos organizados, en concreto a las ferias, dentro de las distintas innovaciones en actos y promoción que está llevando a cabo encontramos los eventos de clausura de las ferias, como se lleva realizando en el cierre de la prestigiosa Feria de Hogueras de Alicante. En dicho acto se reúne a representantes y personalidades de la sociedad, de la política, del mundo empresarial, y principalmente del sector taurino, con una notoria presencia de toreros y ganaderos partícipes de la feria. Es un acto distendido donde se fortalecen las relaciones establecidas en la feria o se entablan nuevas, y donde siempre se dejan listas las agendas para la feria del año próximo, dejando una sensación de frescura y organización que nos ayuda a fidelizar a nuestros clientes y abonados, y también a los proveedores y colaboradores que

nos aportan la calidad que hace diferentes nuestras ferias. Por ello, proponemos una fiesta de clausura para abrochar la Feria de la Virgen del Prado si somos los adjudicatarios. A continuación, algunas imágenes de la fiesta de clausura de Alicante el año anterior en el Casino de Alicante:





e. Marketing tradicional

La cartelaría se sitúa en el ideario colectivo de la afición como el elemento más tradicional y distintivo de la publicidad de un festejo taurino o de una feria.

I. Formatos y cantidades

Trabajamos la cartelaría, como máximo exponente del marketing más tradicional en los festejos taurinos, en mínimo 3 formatos diferenciados:

- Cartelería de escaparate (31,5x66cm): 1.500 unidades
- Carteles murales (66x180cm): 500 unidades
- *Flyers* (10,5x21cm): 30.000 unidades

Esta sería la planificación mínima que llevaríamos a cabo para la gestión de la plaza de toros de Ciudad Real, y en el caso de haber carteleras específicas en la plaza de toros adaptaríamos los formatos a sus medidas exactas.

II. Radio de actuación

Estableceríamos un radio de actuación para el equipo de pegada de mínimo 100 kilómetros a la redonda de Ciudad Real, contando con parada en todos los municipios mayores de 400 habitantes, actuando también en aquellos de menor índice demográfico pero que se encuentren en la ruta del equipo, a fin de optimizar la pegada al máximo, y definiremos la tipología de todos los distintos establecimientos en los cuales se debe realizar la pegada y reparto de cartelería y *flyers*, no centrándonos solamente en los típicos de hostelería sino también en áreas de servicio, gasolineras, supermercados, farmacias, etc. Obviamente cumpliendo siempre todo lo establecido en cuanto a las leyes y ordenanzas de reparto de publicidad.

f. Marketing digital

Las nuevas tecnologías y la digitalización permiten al sector taurino implementar nuevas fórmulas de promoción, y desde EVENTOS MARE NOSTRUM hemos sido prácticamente pioneros en la aplicación del marketing digital en toda su amplitud, y del mismo modo proponemos su aplicación para la plaza de toros de Ciudad Real, utilizando las técnicas y estrategias que tan buen resultado nos están dando actualmente.

I. Web propia

Del mismo modo que tenemos www.torosalicante.es o www.torostoledo.com, y también nuestra web matriz www.eventosmarenostrum.com que aglutina todas ellas, crearíamos una web propia de nuestra gestión en la plaza de toros de Ciudad Real, donde enlazar directamente la venta de entradas, publicar toda la información y noticias, y tener un canal abierto al mundo, a los aficionados y profesionales, con el diseño gráfico actualizado según cada temporada y cada feria. Además, lo haremos implementando las técnicas y estrategias más avanzadas para generar tráfico cualificado a nuestra web, como vamos a detallar.

II. Search Engine Optimization (SEO)

Una vez creada la página web es el momento de implementar el SEO, es decir, de utilizar las técnicas y estrategias que nos permiten posicionar de forma orgánica nuestra web de la gestión de la plaza de toros de Ciudad Real, favoreciendo el incremento del tráfico y del conocimiento de la plaza y la marca a través de internet.

III. Search Engine Marketing (SEM)

Posicionamos, mediante estrategias de pago, nuestra web, o directamente el enlace de nuestra ticketera online que aglutine todos los festejos de la plaza. Lo hacemos por un lado mediante Google Ads, ocupando las *keywords* más destacadas y seguidas por nuestra audiencia y público objetivo, y también mediante Meta Ads. Meta es el nombre de la empresa propietaria de Facebook e Instagram, entre otras redes, y es en estas dos donde enfocamos mediante Meta Ads nuestra campaña y estrategia de pago. Con esto hemos aumentado exponencialmente nuestro rango de conversión de venta de entradas online en los últimos años, y tendríamos a nuestro equipo preparado para implementarlo también en Ciudad Real.

IV. Redes sociales

Unas redes sociales propias sirven para canalizar y aglutinar a todo el segmento de aficionados, principalmente locales y regionales, que quieren estar completamente actualizados sobre el devenir de la plaza y los festejos. Como se puede comprobar en nuestro perfil @Toledo_Toros, tenemos uno de los perfiles unitarios (esto es, de una plaza) de segunda categoría más activos, que alcanzan en el caso de la Feria del Corpus de Toledo, solamente por Instagram, a un total de 56.000 usuarios únicos. Del mismo modo actuamos en Twitter y en Facebook, creando perfiles propios en estas 3 redes sociales, y así lo ejecutaríamos dentro de nuestra estrategia para la plaza de toros de Ciudad Real, por ejemplo, con el usuario @TorosCiudadReal, que se encuentra disponible en las 3 redes sociales.

Unos perfiles de redes actualizados dan una sensación fresca y activa de la plaza de toros, y esto combinado con nuestras estrategias de pago sirve para transmitir una imagen moderna, así como nos permiten convertir nuestros seguidores en compras de entradas para los distintos festejos.

Con todo esto, el plan que presentamos para Ciudad Real, en concepto de redes sociales y con la inversión prevista, tendría los siguientes resultados anuales estimados, según datos que manejamos de anteriores y actuales gestiones de plazas de toros:

- Impresiones (veces que se muestra el anuncio) 4.000.000 de personas aprox.
- Alcance (veces que se ve el anuncio): 1.000.000 de personas aprox.
- Interactuaciones con los anuncios: 690.000 personas

g. Recursos audiovisuales

En la era de la información de rápido consumo el vídeo es el formato rey, y sin olvidarnos en un sector tan particular como es el taurino del peso de la fotografía. Pero centrándonos en el vídeo hoy en día es fundamental y forma parte de todas nuestras campañas. Los aficionados quieren poder ver en sus móviles aquello que van a disfrutar en la plaza, y los vídeos impactantes generan visitas y tráfico en las redes y páginas web que nos permiten canalizar ese tráfico en público para los festejos. Por ello ponemos especial énfasis en la creación y gestión de recursos audiovisuales de máxima calidad, de alto impacto y de rápida distribución, tanto vía redes sociales como web. Dentro de nuestro equipo contamos con Alberto Llanes, al frente de ALLTOROS, que trabajaría para la plaza de toros de Ciudad Real del mismo modo que hace en Toledo y Alicante, creando vídeos consumidos y demandados por la afición, tanto de los actos y eventos, como resúmenes de los festejos y especialmente de los astados reseñados en el campo, dando además una sensación de seguridad y transparencia que genere confianza en el aficionado, que acude a la plaza sabiendo de antemano la calidad de los toros que va a presenciar en el ruedo.

h. Recursos gráficos

Nuestro equipo de comunicación siempre se apoya en profesionales locales para conseguir las mejores fotografías y recursos gráficos de los eventos y festejos realizados en cada plaza de toros. En el caso de Ciudad Real realizaríamos un estudio entre los fotógrafos taurinos de reconocido prestigio de la ciudad y la provincia para ver cómo se pueden adaptar a nuestra forma de trabajo, y elegir al perfil más adecuado para cubrir y dar difusión de todo lo que acontezca en la plaza.

i. Captación de público joven

Piedra angular del actual periodo de auge que vivimos en las plazas de toros, nuestra empresa EVENTOS MARE NOSTRUM ha sido pionera en las distintas plazas gestionadas de la creación de diversos incentivos para el público más joven, y así proyectamos la gestión de la plaza de toros de Ciudad Real.

I. Creación de Tendido Joven

La gente joven está acudiendo a las plazas de toros, en mayor medida que antes de la pandemia. Nuestra empresa maneja cifras y datos en sus plazas, que corresponden con lo que la patronal de los empresarios transmite a nivel global. Pero este fenómeno está ocurriendo en las plazas que saben apostar, que saben sembrar en este vivero de afición que es la gente joven. Para ello hay que

conocerlos, escucharlos y atenderlos según sus inquietudes, y darles los incentivos más apropiados. Por ello, fruto de nuestra experiencia, crearíamos un Tendido Joven en Ciudad Real.

Crear algo así no es solamente delimitar una zona de la plaza, acotarla solo para gente joven y aplicar un precio especial, no. A todo eso hay que sumarle la creación de una estructura, la atención a la demanda del público joven para su plaza, y el apoyo en el desarrollo autónomo, pero siempre con la colaboración y el auspicio de la empresa, de un grupo de jóvenes que sientan y defiendan su plaza, su sitio, su tendido, un Tendido Joven de Ciudad Real. Por ello trabajaríamos desde un primer momento con grupos y asociaciones jóvenes para dar forma a esto.

II. Bono Cultural

Nuestra empresa se encuentra adherida al Bono Cultural del Ministerio de Cultura, que permite que los jóvenes adquieran entradas en nuestro TPV físico y virtual con la tarjeta virtual donde reciben el importe del Bono Cultural. Solamente el año pasado la empresa EVENTOS MARE NOSTRUM facturó más de 9.000€ con el Bono Cultural, demostrando su eficacia y la buena gestión que realizamos, y contando además con la efeméride de que fuimos la primera empresa taurina que al momento de ser aprobada su adhesión al programa tenía un festejo a la venta, convirtiéndose ese festejo en el primer festejo taurino que pudo ser adquirido mediante el Bono Cultural.

Por ello, con nuestra empresa, los jóvenes de Ciudad Real podrán comprar entradas en su plaza mediante su Bono Cultural Joven.

III. Merchandising

Nuestro departamento gráfico puede trabajar con el Tendido Joven, creando un logotipo, una línea gráfica y una identidad que nos permita generar un *merchandising* propio como pulseras o camisetas, que se regalen junto con el abono, identificando a los miembros del Tendido Joven y dando una pertenencia de grupo.

j. Día de festejo

Es fundamental para nuestra empresa EVENTOS MARE NOSTRUM la comunicación constante con el aficionado, y esto alcanza su cénit en el día del festejo, donde ponemos todo el foco en garantizar una comunicación fluida y un impacto del festejo en redes e internet, que nos permita posicionar la plaza y la ciudad en los principales medios de comunicación. Por ello proponemos

para la plaza de toros de Ciudad Real una gestión del día de festejo como la que realizamos en nuestras otras plazas, y mediante nuestro equipo de prensa, comunicación y redes sociales.

I. Antes

Antes del festejo hacemos partícipe de todos los preparativos a los aficionados mediante nuestra web, notas de prensa y redes sociales. Por estas vías canalizamos el trabajo de nuestro equipo tanto de vídeo como de fotografía, que nos permiten documentar aspectos interesantes como el desembarque de los astados, el reconocimiento o las gestiones de las cuadrillas en el sorteo, o el enchiqueramiento de las reses. Por otro lado, nuestro equipo de diseño gráfico cada día de festejo diseña diferentes creatividades como el cartel del festejo del día, el orden de lidia o la hoja de cuadrillas, con todo lujo de detalles e información y siempre en consonancia con la línea gráfica del festejo o la feria. A continuación, algunos ejemplos recientes, con el festejo del pasado 30 de mayo, festividad del Corpus en Toledo:

LA IMPERIAL TOLEDO 2024

JUEVES 30 DE MAYO A LAS SIETE Y MEDIA DE LA TARDE CORRIDA DE TOROS SEIS TOROS DE D. JUAN PEDRO DOMÉCQ MORANTE DE LA PUEBLA, ROCA REY Y TOMAS RUFO

TOROSTOLEDO.COM
TAQUILLA ABIERTA DESDE LAS 10 DE FORMA ININTERRUMPIDA.

LA IMPERIAL TOLEDO 2024

ORDEN DE LIDIA

Nº	NOMBRE	CAPA	FECHA	PESO	TORERO	GANADERÍA
1º	II	BEVENTERO	NEGRO	610	MORANTE	JUAN PEDRO DOMÉCQ
2º	III	BEVENTERO	NEGRO/LLAJO	610	ROCA REY	JUAN PEDRO DOMÉCQ
3º	IV	VERDUGO	NEGRO/LLAJO	610	TOMAS RUFO	JUAN PEDRO DOMÉCQ
4º	V	ORDANILLO	NEGRO/LLAJO/ROJO	610	MORANTE	JUAN PEDRO DOMÉCQ
5º	VI	PAMPORREO	NEGRO/LLAJO/ROJO	610	ROCA REY	JUAN PEDRO DOMÉCQ
6º	VII	ICHUJO	CASTAÑO	610	TOMAS RUFO	JUAN PEDRO DOMÉCQ
1ºS	D9	MELDRA	NEGRO	640	—	JUAN PEDRO DOMÉCQ
2ºS	H	NEFOTIVA	NEGRO/LLAJO	640	—	JUAN PEDRO DOMÉCQ

TOROSTOLEDO.COM
TAQUILLA ABIERTA DESDE LAS 10 DE FORMA ININTERRUMPIDA.

LA IMPERIAL TOLEDO 2024

CUADRILLAS

ROCA REY

Picadores
JOSE MANUEL QUINTA de VERDE ESPERANZA y ORO, pica el 2º
SERGIO MOLINA de GRIS PERLA y ORO, pica el 5º

Banderilleros
F. DURÁN "VIRUTA" de CORINTO Y PLATA, lidia el 2º
ANTONIO M. PUNTA de CANA Y AZABACHE, lidia el 5º
"PAQUITO" ALGABA de AZUL SIEMPRE Y AZABACHE

Mozo de espadas MANUEL LARA "LARITA"

Ayuda CURRO PUYA

Apoderado ROBERTO DOMÍNGUEZ

TOROSTOLEDO.COM
TAQUILLA ABIERTA DESDE LAS 10 DE FORMA ININTERRUMPIDA.

II. Durante

Una vez se está desarrollando el festejo apostamos por la información continua y la inmediatez, y para ello nuestro mejor aliado son las redes sociales propias, en este caso las propias de la plaza de toros de Ciudad Real, mediante sus 3 perfiles en Twitter, Instagram y Facebook comunicarían de forma constante mediante vídeos imágenes tanto los prolegómenos como el “toro a toro” con la actuación de cada matador y los resultados para torero y toro.

III. Después

Con el festejo finalizado nuestro equipo en conjunto trabaja de forma rápida y eficaz para agrupar todo el material gráfico y audiovisual recogido, filtrarlo y escoger el de mayor calidad, para así crear la galería del festejo, y especialmente el vídeo resumen del mismo, que será realizado en las propias dependencias de la plaza de toros y enviado con la mayor celeridad por parte de nuestro equipo en nota de prensa para ser recibido por toda la prensa taurina y generalista, a todos los niveles. En el caso de ser un ciclo continuado de festejos, como la Feria de la Virgen del Prado, se acompañaría de un recordatorio del próximo festejo a disfrutar el día siguiente.

k. Oficinas de Turismo

Defendemos la tauromaquia y los festejos taurinos como un elemento generador de economía, y el turismo que generan los festejos taurinos impacta a todos los niveles en la economía local y regional. El trabajo conjunto con las entidades públicas de turismo redunda en beneficio de la plaza, de la ciudad y de la provincia. Por ello proponemos para Ciudad Real una estrategia de colaboración con las oficinas y otras entidades públicas de turismo a nivel:

- Local
- Provincial – Diputación
- Autonómico

l. Prensa especializada

Bajo el concepto de prensa especializada englobamos a todos los medios de comunicación enfocados exclusivamente al sector taurino, o aquellos medios generalistas que tienen un apartado propio para las corridas de toros. En estas cabeceras se agrupan los críticos más reconocidos por la afición, junto con portales y semanarios taurinos que aglutinan el mayor número de visitantes y suscriptores. Por parte de EVENTOS MARE NOSTRUM garantizamos al Excmo. Ayuntamiento de Ciudad Real la aparición de las noticias, imágenes, crónicas, y

todo lo que se publique de la plaza y feria de Ciudad Real, en los actores más influyentes de este sector de la prensa especializada taurina, ya que contamos con una estupenda relación y unos amplios acuerdos de publicidad con los principales medios, que servirían de altavoz para todo lo desarrollado en la plaza de toros de Ciudad Real.

La prensa especializada también se desplazará, mediante sus corresponsales, a cubrir la feria de forma escrita y gráfica. Para ello se darán las máximas facilidades, tanto a esta prensa como a la prensa local, nacional e internacional para el óptimo desarrollo de su labor en la plaza de toros de Ciudad Real e instalaremos **una línea WIFI** para el desarrollo de su trabajo. Todo ello coordinado por el equipo de TESEO COMUNICACION con Jose Ramón Lozano al frente como ya indicamos en el apartado previo.

m. Plan de medios regional y nacional

I. Prensa generalista

La prensa es el medio más tradicional, cercano y familiar para el público de mayor proximidad. Por ello EVENTOS MARE NOSTRUM, con su equipo de comunicación al frente, gestiona unas bases de datos a nivel nacional, con segmentación provincial, incluyendo la provincia de Ciudad Real, y trabajaríamos en la creación de unas conexiones y relaciones de colaboración específicas con la prensa de nivel local, a fin de poder llegar con ello a un segmento de población cercana que es crucial en nuestras estrategias. Concretamente, una vez analizada la prensa generalista con mayor impacto local y regional estableceremos acciones con ellos que incluirán la compra de espacios como:

- Contraportadas
- Páginas interiores
- Faldones interiores
- Faldones de portada y contraportada

Además, con estos acuerdos de colaboración, garantizamos por escrito que se dará cobertura a los espectáculos que albergue la plaza de toros de Ciudad Real y siempre más allá de la mera información taurina, sino con galerías de ambiente, entrevistas a los protagonistas, etc.

A continuación, algunos ejemplos de acciones desarrolladas en prensa generalista recientemente:

El Arco del Ayuntamiento recupera un vídeo del Corpus de 1947

Desconocida la huelga indefinida de basura tras un acuerdo entre plantilla y empresa

Se ha conseguido desbloquear la negociación del convenio colectivo y las partes han acordado una subida salarial y de los pagos extrasordinarios

PLAN DE ORDENACIÓN URBANA. Toledo licita la asistencia técnica del nuevo POM

La Junta en plan de ordenación urbanística, se ha licitado para los municipios pertenecientes al Distrito de Localidad

TRAYECTO
Obras por 600.000 euros para el exterior
La Cámara de Comercio firma a principios de semana un convenio de colaboración con la UCLM

MESES ABERTOS
Cerrados los vertidos al Tajo de los asesos de La Peraleda



EDUCACIÓN TALENTO E IMAGINACIÓN

La V Feria de Tecnología de Toledo reúne a más de 500 alumnos que van a celebrar en grandes reuniones

LA IMPERIAL TOLEDO 2024

ACTORES PRINCIPALES: SERGIO GALÁN, DIEGO VENTURA, LEA VICENS, MORANTE, MONTAÑA, RÓCA RAY Y TOMÁS REY

HORARIO DE TAQUILLAS DE 10 A 14H Y DE 17:30H A 20:00H



LA IMPERIAL TOLEDO 2024

ACTORES PRINCIPALES: SERGIO GALÁN, DIEGO VENTURA, LEA VICENS, MORANTE, MONTAÑA, RÓCA RAY Y TOMÁS REY

HORARIO DE TAQUILLAS DE 10 A 14H Y DE 17:30H A 20:00H

TOROSTOLEDO.COM

TOROS | CORRIDA DEL CORPUS CHRISTI



Santiago Abascal, presidente de Vox. / J. M. N. Caras habituales en los tendidos. / J. M. N. Félix Ramro, diputado toledano. / J. M. N. Miguel A. Gil Marín, director del Afés. / J. M. N.

LATRIBUNA / TOLEDO

La feria taurina del Corpus congregó a miles de espectadores en los tendidos del conde de Mendiatorria. Además, multitud de rostros conocidos se acercaron a la plaza de toros de Toledo al reclamo de las notables combinaciones que la empresa ofreció el pasado fin de semana. La corrida del jueves, solemnidad del Corpus Christi, reunió a Morante de la Puebla, Andrés Roca Rey y Tomás Rey, un cartel que colmó más de tres cuartas partes del afés. El presidente de la región, Emiliano García-Pago, la presidenta de la Diputación, Conchi Cedillo, el alcalde de Toledo, Carlos Vázquez, o el poseedor nacional de Vox, Santiago Abascal, fueron algunos de los presentes.

LA FERIA DEL CORPUS, GRAN CITA SOCIAL

Representantes políticos y personalidades del mundo empresarial y cultural participan de un ciclo taurino triunfal en el ruedo y muy concurrido en los tendidos de la plaza



Rafael Parraza y el presidente Emiliano García-Pago. / EVENTOS MARI NOSTRUM



Jóvenes en los alrededores de la plaza, Rocio Pérez, esposa de Diego Ventura, en el tendido. / EVENTOS MARI NOSTRUM



El novillero Alejandro Peñaranda con su apodado, Luis M. Garrido. / J. M. N.



Conchita Cedillo, presidenta de la Diputación.

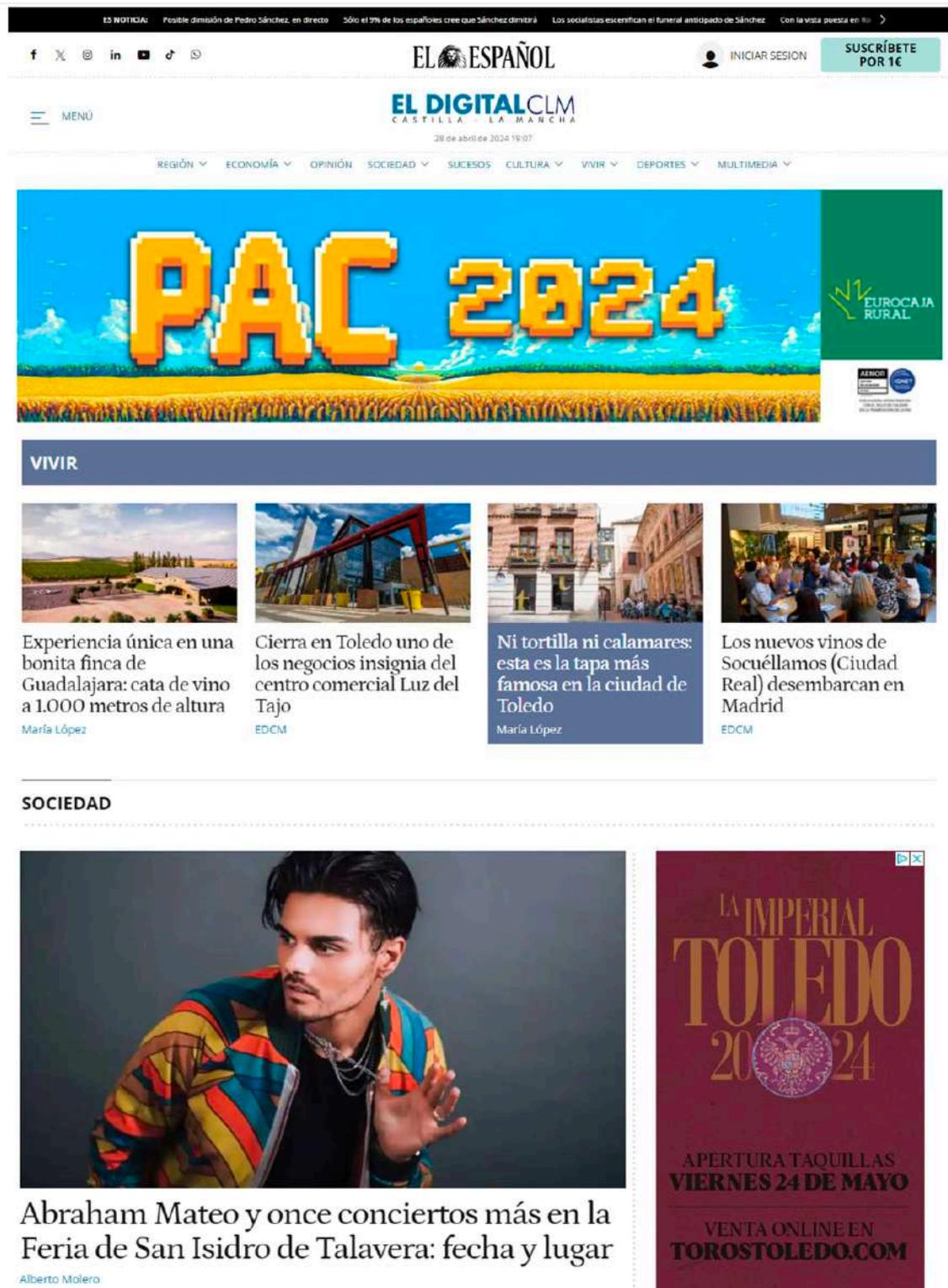


Alumnos de la escuela taurina desde su palco. / EVENTOS MARI NOSTRUM



La corrida del Corpus reúne a familias y grupos de amigos. / EVENTOS MARI NOSTRUM

Esto en cuanto a la actividad en papel, puesto que también trabajamos de forma conjunta con sus espacios web y redes sociales, segmentando y estudiando los impactos y seleccionando aquellos medios con mayor presencia online, donde instalamos *banners* que conducirían a los aficionados directamente a la web de compra oficial de la empresa. A continuación, un ejemplo:



The image shows a screenshot of the website 'EL ESPAÑOL'. At the top, there is a navigation bar with social media icons, the website logo, and a 'SUSCRÍBETE POR 1€' button. Below the navigation bar is a main banner for 'PAC 2024' featuring a field of golden wheat under a blue sky. To the right of the banner is the 'EUROCAJA RURAL' logo. Below the banner is a section titled 'VIVIR' with four articles:

- Experiencia única en una bonita finca de Guadalajara: cata de vino a 1.000 metros de altura** by María López
- Cierra en Toledo uno de los negocios insignia del centro comercial Luz del Tajo** by EDCM
- Ni tortilla ni calamares: esta es la tapa más famosa en la ciudad de Toledo** by María López
- Los nuevos vinos de Socuéllamos (Ciudad Real) desembarcan en Madrid** by EDCM

Below the 'VIVIR' section is a section titled 'SOCIEDAD' with two items:

- A photograph of Abraham Mateo in a colorful jacket.
- A promotional banner for 'LA IMPERIAL TOLEDO 2024' with the text: 'APERTURA TAQUILLAS VIERNES 24 DE MAYO' and 'VENTA ONLINE EN TOROSTOLEDO.COM'.

II. Radio

De un modo parecido a la gestión de otros medios, nuestro desembarque en una plaza como Ciudad Real tendrá a continuación un exhaustivo estudio de alcance e impacto en cuanto a las radios más escuchadas por los ciudadrealeños. Fruto de esta forma de trabajar hemos comprado espacios en las radios más efectivas, y tras un estudio de mercado con las emisoras hemos encontrado nichos de nuestra audiencia objetivo, haciendo que nuestras cuñas de ferias como Toledo o Alicante aparezcan en horarios de máxima audiencia en programas como "Herrera en Cope" de Cadena Cope, en Los40, o en La Ser, y del mismo modo haríamos para Ciudad Real, en las emisoras provinciales, tanto de estos medios como de los que encontremos como más relevantes y efectivos para nuestro *target*.

III. Televisión

Al estar Ciudad Real en Castilla La Mancha contamos con un recurso inestimable, y es la televisión autonómica, auténtico caladero aficionados taurinos debido a su contenido taurino. Contamos con una estrecha relación con el departamento de publicidad del ente autonómico y hemos trabajado con anterioridad la promoción de nuestros festejos con ellos, tanto de forma sobreimpresa en pantalla, como con entrevistas y apariciones en directo en programas de máxima audiencia como el programa de actualidad de la mañana, o el programa de tarde presentado por Ramón García. Todo esto formaría parte también de nuestro plan para Ciudad Real.

Aquí un ejemplo de una de las apariciones sobreimpresas que hemos tenido en CMMedia:



n. TENDIDO ÚNICO

I. Eventos exclusivos

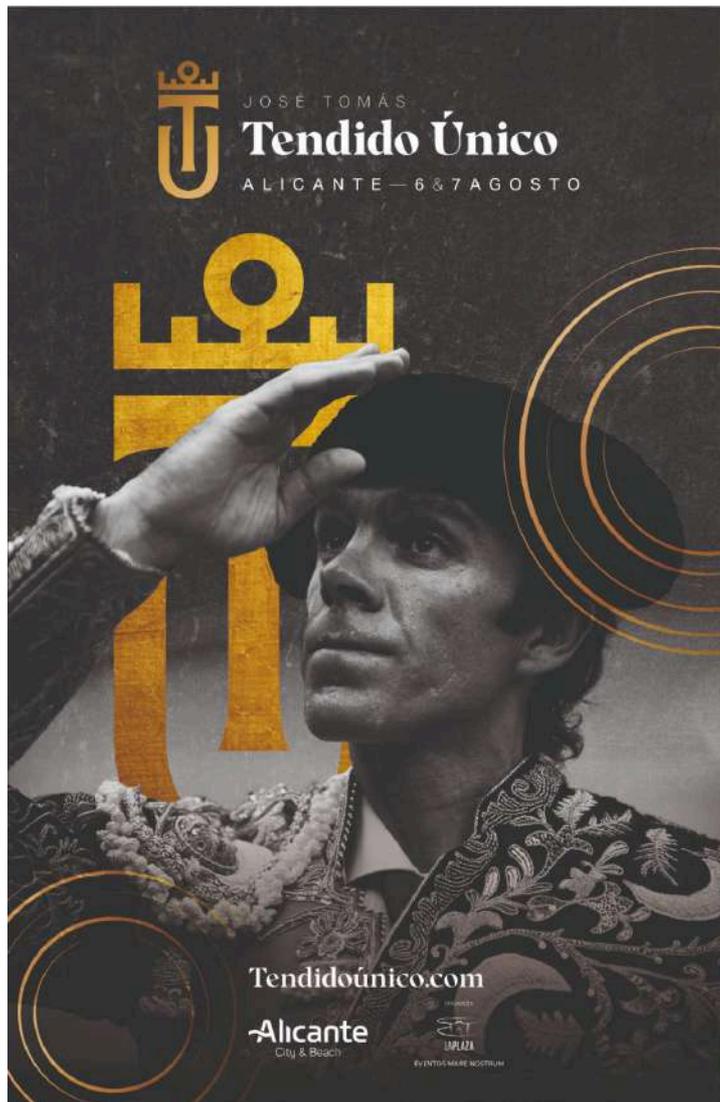
Para nuestros festejos más especiales, para los eventos más exclusivos, para aquello que marca la diferencia con cualquier plaza o ciudad española, EVENTOS MARE NOSTRUM posee y ha desarrollado una marca especial: TENDIDO ÚNICO.

Nuestros festejos más *premium*, el mayor impacto para una ciudad y una provincia, TENDIDO ÚNICO es sinónimo de exclusividad, y está diseñado para dar forma y fondo a los festejos y eventos taurinos más especiales del panorama mundial. Con la creación de TENDIDO ÚNICO para la ya histórica encerrona de José Tomás en Alicante que organizó nuestra empresa en agosto del 2022 (a día de hoy última comparecencia del más afamado matador de toros) dimos un salto cualitativo sin precedentes en el sector, con un detalle y un desarrollo al nivel de los mayores eventos deportivos y de ocio del panorama mundial, con un recorrido que iba más allá del evento, cuidando el antes y el después como no se había visto en el sector de la gestión de las plazas de toros y la organización de festejos taurinos. TENDIDO ÚNICO es nuestra marca reservada solo para las ocasiones más especiales, como su nombre indica.

Para los aficionados y el público más exclusivo y exigente se generaron nuevas experiencias como las localidades *premium*, los palcos VIP, la posibilidad de catering en la misma plaza de toros, exposiciones, creaciones artísticas y mucho más.

Por ello, ponemos a disposición de la plaza de toros de Ciudad Real nuestra marca TENDIDO ÚNICO para poder desarrollar algún festejo especial, algo sin parangón, en los próximos años, si somos la empresa adjudicataria.

Bajo el sello de TENDIDO ÚNICO, la encerrona de José Tomás en Alicante reunió no solamente a 11.400 aficionados en el coso taurino, sino que hizo que más de 10.000 personas pasaran por la *Fanzone*, lleno absoluto de los Palcos VIP con el catering de mayor nivel de la ciudad, más de 1.000 invitados exclusivos que asistieron a la zona *hospitality*, más de 150 asistentes conocieron el toro de lidia de la mano del chef Mario Sandoval, contamos con la colaboración de más de 30 empresas, y lo más importante: se generaron más de 3,5 millones de euros en tan solo dos días.



II. Impacto en medios de comunicación

La creación de TENDIDO ÚNICO supuso el nacimiento de una marca al amparo de un evento inigualable que provocó diversos impactos a muchos niveles, y especialmente notable fue a nivel comunicativo, consiguiendo colocar nuestra marca, nuestra empresa y nuestro festejo en el centro de todas las miradas, generando con nuestro equipo de comunicación y prensa una cobertura informativa integral.

INFORMACION

PRENSA
IBÉRICA

MÉRCOLES, 10 DE AGOSTO DE 2022

ESPECIAL
Tendido Único

Alicante vibra con
el ídolo **José Tomás**



La Plaza de Toros de Alicante registró un lleno total para ver a José Tomás.

Mas allá de la plaza

Tendido Único es una iniciativa que va más allá de los acontecimientos taurinos como el que se celebró con motivo de la corrida de José Tomás en Alicante. Gastronomía, arte y tauromaquia confluyeron en un encuentro sin precedentes en el ADDA

AMA POQUET

Tendido Único conjugó gastronomía, arte y tauromaquia en un encuentro sin precedentes. Políticos, empresarios, artistas, aficionados y aristocracia se dieron cita en la fiesta que acogió el ADDA.

Tenía 15 años cuando probó por primera vez la carne de toro en su pueblo, Humanales (Madrid). «Fue un estofado de un cuarto delantero de un becerro que matamos en la peña. El carnicero lo partió y lo estofamos, ¡¡¡iba exquisito!!!», re-

cuerda el prestigioso chef **Mario Sandoval**. Qué le iba a decir que unos cuantos años después prepararía un menú a base de carne de toro de lidia para un acontecimiento tan importante como el que se celebró el pasado domingo en la ciudad de Alicante. Su hermano **Rafael**, que fue matador de toros, le dijo un día que se fijara en ella porque nadie le hacía caso. Y Mario eso hizo. Hace seis años que empezó a trabajar con la Unión de Criadores.

El cocinero responsable del restaurante Coque, Premio Nacional de Gastro-

Políticos, empresarios, artistas, aficionados y aristocracia se dieron cita en la fiesta que acogió el ADDA el pasado domingo

mía y galardonado con dos estrellas Michelin, preparó los platos que se sirvieron en el Auditorio de la Diputación de Alicante (ADDA) en la zona Hospitality Business de Tendido Único, de acceso privado, organizado por los empresarios de Eventos Mare Nostrum **Nacho Lloret** y **David Caballero**.

Chacina, embudidos, hamburguesa, rabo, lacin, todo toro. Las 13.30 horas y el posa para INFORMACION. Ode costina y los primeros comensales atraviesan el hall del ADDA. Allí es cuando todo empieza a cobrar sentido para que más tar-



Asistentes al evento Tendido Único disfrutando de la exposición fotográfica de José Tomás durante el cóctel.



El chef Mario Sandoval, dos estrellas Michelin.



El hall del ADDA acogió una exposición fotográfica de José Ramón Lozano y Joaquín Arjona con imágenes de algunas de las mejores faenas del diestro de Galapagar.



de en el caso, en el albero, la leyenda continúa. Porque Tendido Único va más allá de la plaza, es más que toros. Fue una experiencia irrepetible y memorable. De hecho, para abrir boca la exposición del Día de Fiebre de Galapagar nada más entrar. Fotografías de **José Tomás** en plena faena mientras se sirve en bandeja a los más de 150 asistentes, todo tipo de delicatessen, de toro por supuesto. Mientras se prueba la cocina ahí está él, el mito, el que levanta pasiones y desborda a 360° en la exposición fotográfica de los artistas **José Ramón Lozano** y **Joaquín**

El chef con dos estrellas Michelin, **Mario Sandoval**, preparó el menú que se sirvió a los asistentes al evento previo a la corrida de José Tomás

Arjona.

Todos coinciden. Llegar ha sido una odisea casi como la de **Homero**, hoteles llenos, los taxis cerca de una misión imposible, restaurantes sin mesas disponibles y Alicante arde y no solo por el calor. La expectación por el mito desbordó hasta más allá de lo imaginable. Ello resplandecía alrededor de la plaza de toros alicantina unas cuantas horas antes de la corrida y el ADDA se convirtió en todo un paraíso para aficionados. Allí, gastronomía, arte, cultura y tauromaquia iban de la mano en un evento sin precedentes. Per-

dón, evento no, acontecimiento tal y como dijo el maestro **Luis Francisco Espiá**: «No hablemos de evento, acontecimiento. Hay un libro magnífico de **Tierno Galván** que habla de los toros como acontecimiento y da las claves y José Tomás ha sabido resumir esas claves y llevarlas a la sociedad». El diestro alicantino conoce al de Galapagar y lo describe como «un tipo extraordinario, muy intruvertido. Hay una parte de él que lamenta que no trascienda más al aficionado. El

PARA LA PÁGINA SIGUIENTE ▶



De izquierda a derecha posan para el recuerdo de un día memorable, David Caballero, Luis Guerrero, los empresarios Pedro Trapote y Juan Palacios, el Conde de Billaasco, Alberto Díez de Rivera, Jaime Martínez Bardiú y Nacho Lioret.

Entre las caras del mundo del espectáculo que acudieron al acontecimiento taurino, se encontraban los artistas Josserra Lazcano, Joaquín Argeta e Ivan Escopilla.



Uno de los grandes artistas de la música española, el guitarrista Vicente Amigo, posa durante el evento en el ADDA previo a la corrida, con Richey Castellanos y el empresario de la Plaza de Toros de Alicante Nacho Lioret.



María Mayoral; María Amor, presidenta de Alicante Gastronómica; Nacho Lioret, gerente de la Plaza de Toros de Alicante y Carlos Balbu, presidente de la Cámara de Comercio de Alicante, en el Ball del ADDA.

¿QUÉ LE HA PASADO AL TORERO?

cantante, finalista de La Voz, Javi Moya y su grupo con sabor a flamenco. Entre los aficionados, uno de los grandes artistas de la música española, Vicente Amigo que confirma que «con el tiempo me he dado cuenta que soy más aficionado de lo que pensaba». El guitarrista ha tenido la suerte, dice, de compartir muchos momentos

con José Tomás, «es uno de los grandes toreros de la historia, de los que han dado un paso adelante para evolucionar. Su quietud y sensibilidad le diferencia de todos los demás». Para el artista, integrante del círculo íntimo de amigos del torero galapagano, el torero es música y la tauromaquía fuente de inspiración en su música.

De hecho, llegó directamente desde Córdoba donde está grabando su último disco, en el que incluye un pasodoble en profesa para José Tomás. El músico apareció acompañado de Richey Castellanos, uno de los organizadores de eventos más importantes del país (dice que tiene una de las mejores agendas para convocar a

los mejores artistas para convocar a



Un grupo de aficionados alicantinos, Paco Cervantes, Patricia Guerrero, José María Jorico con el torero Luis Francisco Espá y el periodista taurino Pepe Estala.



Luis de España, José María Chudán, Carlos Balbu y Luis Castillo conversan durante el acto celebrado en el ADDA.



El concejal José Luis Berenguer, concejal de Deportes, el escritor taurino Vicente Cabales, Tino Pérez y la red de Fomento y empleo Mari Carmen de España.



Entre los más de 150 asistentes al cóctel, exposición y comida previa a la corrida de José Tomás, se encontraban José Pardo, del Círculo Inmobiliario, Juan Pedro Hernández Molés, la abogada Patricia García e Ignacio Brava conversando durante el cóctel.



El críjón Emilio Ruiz de la Cuesta junto a María Rivera, Ana Burgin, José Tomás Pardo y Francisca Hertz. Todos los asistentes disfrutaron desde primeras horas de la tarde en el ADDA del evento organizado por Tendido Ueno.



Entre los asistentes al cóctel, exposición y comida previa a la corrida de José Tomás, se encontraban Alberto Díez de Rivera, Conde de Billaasco, Jaime Martínez Bardiú, Juan Palacios, Pedro Trapote y Luis Guerrero.

(personajes famosos). Su padre fue matador de toros, de ahí le viene el pasión. En la mano el móvil, quien sabe, lo mismo está vasapando con Julio Iglesias. ¡Sí!

Empresarios Desde Marbella llegaron al conocido empresario de la noche madrileña Pedro Trapote. Alberto Díez de Rivera, Conde de Billaasco, el niño menor de Francisco Jaime Martínez Bardiú, Juan Palacios, ex presidente del grupo Muscom, líder nacional de venta de móviles con marcas como Viceroy, Sandok y Maurice Lacrou; y el empresario Luis Guerrero. En el caso de Pedro Trapote confiesa

que sigue al torero allá donde va. «José Tomás es una persona encantadora, era hijo de mi hijo. De hecho, parte del compromiso lo pasamos juntos en su finca. Tiene la gran responsabilidad sobre sus espaldas de la fiesta», comenta el popular empresario, que es un gran aficionado al mundo del torero.

Patricia García, abogada de Alicante, Julia Barcala, y los editores José Ramón González, Tolo Peral, M^o Carmen de España y José Luis Berenguer, el presidente de la Comunidad Murciana Fernando López



El cantante finalista del programa La voz, José María y su grupo de pop flamenco ameniza la zona Business de fondo. José Tomás.



El alcalde de Alicante, Luis Barcala, como un aficionado más no quiso perderse un evento único para la ciudad como ha sido la corrida de diestro José Tomás. El ex entrenador de la selección española de fútbol, José Antonio Camacho, en el centro, fue otro de los muchos fanáticos que llenaron el coto alcañino. El empresario ganadero Pablo del Río estuvo en barra siguiendo muy de cerca al diestro José Tomás durante su faena.



El matador de toros Pepín Lillo con las manos cruzadas en la plaza de toros. El periodista José Ramón de la Morena en el centro de la imagen.

FUERA DE LA PARRANDA
Miera, acompañado de los cenegeros de Encarnación y Hacienda, Luis Alberto Martín. Tampoco quisieron perderse el acontecimiento, el periodista deportivo José Ramón de la Morena, el ex jugador de fútbol y ex entrenador de la selección española, José Antonio Camacho, el futbolista David Sánchez de Lombrera, entre otros muchos.
Toreros
Del mundo de la tauromaquia estuvieron en Alicante José Cuatrecasas y el ganadero Fermín Boharquez; el diestro japonés

Diego Urrialde y el matador Pepín Lillo. También asistieron al conculcamiento los hermanos madrileños y restauradores Luis y Pedro García de la Sosa; José Parajo, consejero delegado del Circolo Immobiliario el político y economista Juan Pedro Hernández Robles, el cirujano Emilio Ruiz de la Cuesta y el director del Club INFORMACIÓN, José Cabot.
Entre la larga lista de asistentes estaban el director general del grupo Inred, Ángel Gómez, Eduardo López Pérez de Terresola, el empresario Enrique Ortiz, Enrique Guillán, Paco Iborra, presidente de Aisa, Pedro Barain, presidente nacional de Osoja, Carlos Bala, presidente de la Cámara de Comercio de Alicante, Germán Juncos, presidente de Alicante Gastronómica y muchos más.

El torero que quiso ser futbolista

Leyenda, mito, genio, calificativos habituales que acompañan a José Tomás, le sitúan a la altura del personaje que nunca se propuso ser un hombre complejo y reservado seducido por el riesgo de morir en la plaza. Cuanto más se habla del artista, menos se sabe de la persona

Jorge Fauró

Veintisiete años después de su alternativa en el Monumental de México, no queda nada por contar del torero, pero una parte sobresale de la persona. El lenguaje de la tauromaquia, tan intrínseco al deporte y la hipoteca, es, cuando hablamos de la leyenda, del mito y del genio, inevitablemente proporcional al José Tomás que en poco contornos como hombre y cuyo perfil, entonces, se presiguió en adelante más de medio siglo. Un lenguaje que, en su complejidad, permanece reservado. En José Tomás (Galapagar, Madrid), más que en ningún otro matador de toros, aparece una sintonía que separa al hombre de la leyenda que sería que nunca lo entiendo, aunque ninguno se encienda sin el otro, y es muy probable que en esa imposibilidad de asociación se halla la clave de lo que pasó para muchos aficionados, se dice que este torero no pasó el abono, sino que manda y siempre insistiendo en el interés de su arena que lo concentre en ser diestro.

Sus raíces de Galapagar (Madrid) cuentan que nunca se propuso ser torero, sino futbolista y del Atleti, feroz defensor de la plantilla de los 40 cupos (incluido el suero Juan Carlos Arzache, aquel central comandante que firmó de duro. Fue su abuelo, Calisto Ramos, educado a los 90 años en 2000, quien se obsesionó en que José Tomás cambiara las botas por las manolitas. Clases de torero en su juventud, el abuelo del diestro nunca creó en el sentido de ser aficionado de toros, hasta el punto de recomendarlo para el concurso de novilleros de Astoria 5, cuando la ley del mito en los novillos a Baparra en favor del bulbo. Ganó el abuelo los denarios históricos. El fuerte interés de vestir de colorados no se reduce a su participación en algún partido de fama, con JT en el Atlético y Enrique Ponce en el Madrid.
Reservado, se desprecia al pretender la tradicional rigurosidad de los toreros. Ni se anticipa en el paseillo ni visita la capilla antes de la lidia. A caballo entre Galapagar y Sitges (el Molino), fue en esta última localidad donde conoció a Isabel, la que ha sido su pareja durante 39 años y madre de su hijo, de 12. Se conocieron cuando él entró en la escuela de fotografía donde ella trabajaba. Celoso de su individualidad, en internet se pueden encontrar un puñado de fotos de "papapan" y alguna del entusiasmo de entrega de la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes, que el artista recibió de Juan Carlos I en 2007.
Complejo. La devoción al otro gigante. En Paco Camba, el autor del "El Gobierno Distintivo" (2008) y Francisco Rivera Delgado. Ambos diestros apasionados a veces, pero toreros y no abarcan argumentos para ser usados al Ministerio de Cultura que el concepto de dura del torero es-



Momento de máxima concentración en la corrida de José Tomás, este domingo en Alicante



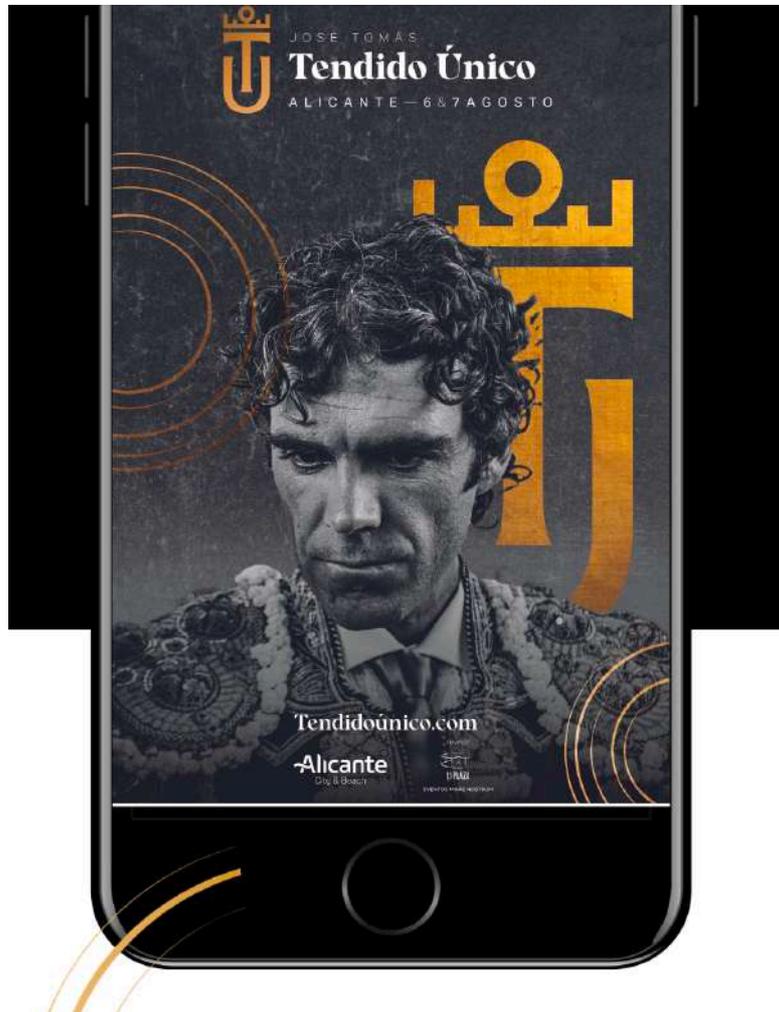
José Tomás en una leyenda, un mito, el más grande desde Manzanera.

una unidad de pensamiento.
Inventado. Episodios como el recuerdo y los novillos (tráfico conculcado a lo largo de su carrera en Madrid (siete veces abrió la puerta grande de Las Ventas como matador) y una cosa terrible) dan cuenta de la personalidad de un torero que solo se expresa mediante ganeros, ornamentos oportunos. Muy poco prescrito, como en el caso de la Medalla. En 27 años, las entrevistas han sido escasas. No afirma, no opina, no hace declaraciones, y cuando ese rechazo a los focos llega que ve con que a finales del siglo pasado en el teatro

(y nunca por el llamado oficial de actuación) número uno del escalón, un rickshaw cubierto a partir del momento de corridas torreadas y de cabos y cejas obtenidos en la plaza. Y cuanto más se dilata la vuelta, más soñado es su regreso y mayor el precio por verlo torar. En Alicante, segunda de las dos plazas toreras previstas este año en España (la primera fue la lidia). Los entradas se agotaron en apenas 30 minutos. Pero a su importancia cabe algunos medios habían de 800.000 euros por entrada con un cuanto tanto el retorno por donde para su inestimable. Hoteles y restaurantes completos, tañones trabajando a desmayo, el comercio abierto antes y después de la faena, movimiento en la calle.
Aunque siempre estuvo las ganaderías duras (Miera, Vitoriano...), se le achacó tener al límite de su integridad, lo que aumentó el abono de más de que desahució en el mundo, leyenda que se admiraba hasta Beltrán, al que se atribuyó la lidia técnica, dejó claro a Valle Inchausti.
Juanito, no se iba más que morir en la plaza.
Se hará lo que se pueda, don Ramón. Decía Belmonte que se tora como se es. Hasta la época más noble, por toros que José Tomás también debe de ser como torero, aunque como antipopeo Rafael García que dijo sobre el Páramo de Triana, «el toro se veía torar, porque el que no lo veía pensaba que no».

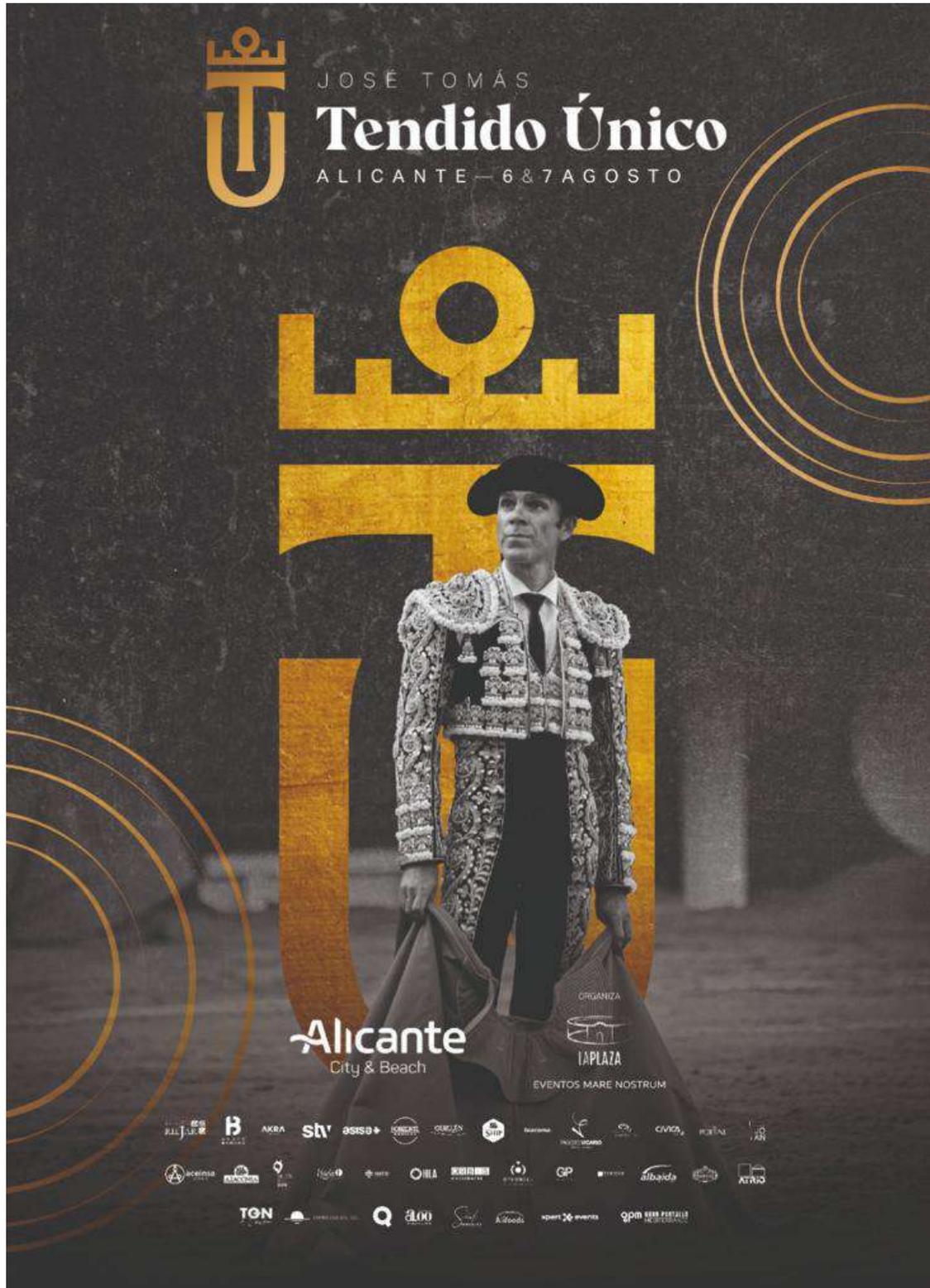
III. App especializada

Contamos con el desarrollo de una aplicación especializada que utilizamos para dar al aficionado toda la información del evento (horarios, accesos, aparcamiento, servicios), un hecho único en el sector taurino.



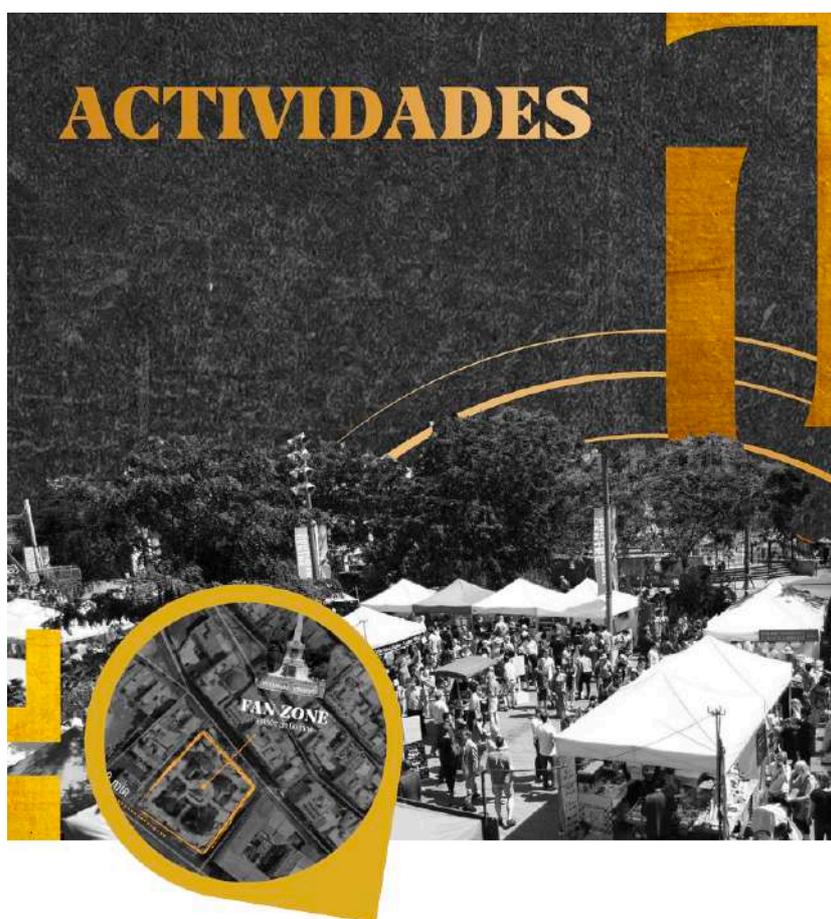
IV. Club de sponsorización

Bajo la dirección de TENDIDO ÚNICO y con un evento de esta magnitud muchas son las marcas y empresas que quieren estar al lado de un día tan especial. Con ello desarrollamos el primer club de *sponsors* alrededor de un festejo taurino.



V. Fanzone

Siguiendo la estela de los grandes eventos a nivel mundial, tanto deportivos como de ocio, no todo se reduce al acto, al evento en sí, sino que el aficionado se desplaza para vivir una experiencia que debe ir mucho más allá. Por eso fuimos pioneros en la creación del primer *fanzone* al amparo de un festejo taurino, con actuaciones musicales, gastronomía y mucho más.



FAN ZONE PÚBLICA Y DE ACCESO GRATUITO

- **DÍAS: 6 Y 7 DE AGOSTO**
- **HORARIOS: 6 AGOSTO DE 13:00 A 01:00 hs**
7 AGOSTO DE 13:00 A 01:00 hs

LUGAR: PANTEÓN DE QUIJANO

AGENDA: OFERTA MUSICAL EN DIRECTO Y GASTRONÓMICA

VI. Carne de toro de lidia

Junto con las diversas actividades que TENDIDO ÚNICO ha desarrollado, hacemos hincapié en la promoción de la carne del toro de lidia como elemento culinario y gastronómico. Por ello para las actividades que realizamos en Alicante en agosto de 2022 trabajamos con el famoso chef Mario Sandoval, que lidera la cocina de Restaurante Coque, distinguido con 2 Estrellas en la Guía Michelin, 1 Estrella Verde, 3M en la Guía Metrópoli y 3 Soles en la Guía Repsol. Sandoval desarrolló un menú especial con maridaje para la comida del día de la encerrona de José Tomás, un menú que agotó todas sus existencias con comensales de más de 20 países distintos.



Ponemos en valor y comunicamos que la crianza del toro de lidia es extensiva y respetuosa con el medio ambiente, y se encuentra localizada en espacios de Alto Valor Natural. Además, esta crianza est  reconocida como Patrimonio Cultural mediante la Ley 18/2013, y la carne de toro de lidia ha sido certificada como un producto excelente, pero en ocasiones sigue siendo desconocido. Por ello trabajamos en este sentido, por lo nuestro, y con lo nuestro, y lo hicimos en el Auditorio de la Diputación de Alicante "ADDA", un edificio de diseño moderno y líneas sencillas, con un exterior volumétricamente sólido y una presencia rotunda.

Ponemos a disposición de Ciudad Real y su plaza, bajo nuestra gestión, todas estas iniciativas pioneras y de máxima calidad que ponen en valor al toro, a la plaza y a la ciudad.

5. Calendario de acciones

HITO TEMPORAL	ACCIONES PREVISTAS
Adjudicación de la plaza	<p>Creación de imagen de marca y logotipo</p> <p>Creación de redes sociales</p> <p>Creación de web propia</p> <p>Implantación Bono Cultural</p>
Anuncio de carteles	<p>Diseño y campaña gráfica</p> <p>Creación Tendido Joven</p> <p>Marketing digital</p> <p>Prensa generalista</p> <p>Prensa especializada</p>
Primer tramo de venta: online y telefónica (inicio mínimo 1 mes antes de la feria)	<p>Publicidad de gran formato</p> <p>SEO</p> <p>SEM</p> <p>Marketing digital</p> <p>Prensa generalista</p> <p>Prensa especializada</p>
Segundo tramo de venta: online, telefónica y taquilla física (inicio mínimo 15 días antes de la feria)	<p>Marketing tradicional</p> <p>Radio</p> <p>Televisión</p> <p>Recursos audiovisuales</p> <p>Publicidad de gran formato</p> <p>SEO</p> <p>SEM</p> <p>Marketing digital</p> <p>Prensa generalista</p> <p>Prensa especializada</p>

	Merchandising
Días de festejo	Acciones especiales "Día de festejo" Fiesta de clausura
A la finalización de los festejos	Recursos gráficos y audiovisuales Prensa generalista Acto de Premios taurinos Monitorización y control de datos

6. Valoración económica

CONCEPTO	IMPORTE
Imagen de marca y logotipo	2.800€
Diseño y campaña gráfica	6.000€
Publicidad de gran formato	16.000€
Eventos	20.000€
Marketing tradicional	3.900€
Marketing digital	6.100€
Recursos audiovisuales	3.300€
Recursos gráficos	1.800€
Merchandising	1.200€
Prensa especializada	6.000€
Prensa generalista	12.000€
Radio	3.000€
Televisión	8.000€
Tendido Único	21.500€

TOTAL: 111.600€

Todos los importes son sin IVA.

7. Monitorización y control

EVENTOS MARE NOSTRUM pondrá a disposición del Excmo. Ayuntamiento de Ciudad Real todas las facilidades para que tenga acceso a la información que precise y requiera sobre la explotación de la Plaza de Toros de Ciudad Real, y más concretamente sobre el desarrollo de todo lo especificado en cuanto al Plan de comunicación que se desarrolla en el presente documento. Por ello, después de cada año de explotación llevaremos a cabo la elaboración de una memoria

final de temporada donde se especifique el grado de cumplimiento del plan en su totalidad, en base a la constante monitorización y control que implementa nuestro equipo, y nuestro trabajo de mejora continua. Una vez entregada la memoria, en una reunión con los técnicos y responsables municipales se debatirán posibles mejoras. La información estará a disposición del Excmo. Ayuntamiento de Ciudad Real en formato físico y digital.

8. Tejido asociativo taurino de Ciudad Real

Contamos con el aficionado, contamos con el activismo taurino, y contamos con quienes vertebran la afición taurina en la ciudad y la provincia de Ciudad Real. Por ello, ampliaremos el ámbito de colaboración con el aficionado y con las principales entidades taurinas de más tradición, arraigo y actividad en historia de la ciudad y la provincia. Contaremos con ellos en todas las actividades, especialmente en los nuevos actos introducidos, tal y como ha sucedido en los últimos años en todas nuestras plazas, y potenciaremos los premios y reconocimientos que puedan organizar cada una de las diversas asociaciones que los organizan, poniendo a su servicio todos los medios de la empresa para su difusión y posibilitar con nuestros contactos la asistencia de los premiados en cada temporada.

9. Conclusión

La empresa EVENTOS MARE NOSTRUM SL presenta en el Plan que finaliza con estas líneas una apuesta por una plaza y una ciudad, una apuesta por Ciudad Real. Una apuesta solvente y capaz, realista pero ilusionada; y especialmente, una apuesta que reúne toda la técnica y la experiencia, pero que es una apuesta con alma, como el logotipo que hemos diseñado: La Plaza, el alma de Ciudad Real.

Todo un plan que ahonda en comunicación, en marketing, en promoción, y todo esto enfocado en base a innovación, diseño, originalidad y un reclamo para la gente joven; todo un plan que no puede hacerse realidad sin un producto, sin el producto de calidad, el producto de mayor calidad. Esto es: los mejores festejos taurinos en un escenario increíble, la plaza de Ciudad Real. Con el compromiso ya establecido y definido en estas líneas de todo nuestro trabajo empresarial en los términos exigidos, más nuestra experiencia y recorrido en la organización de los mejores festejos y espectáculos taurinos, reunimos todo lo necesario para poder postularnos por Ciudad Real con el firme convencimiento de que nuestra gestión será un éxito, y nos ponemos a disposición del Excelentísimo Ayuntamiento de Ciudad Real por y para ello, si somos finalmente la empresa adjudicataria.

48317772Q

IGNACIO LLORET

(R: B42685891)

Firmado digitalmente por

48317772Q IGNACIO

LLORET (R: B42685891)

Fecha: 2024.06.12 12:02:55

+02'00'