



II FERIA DE ECOTURISMO

Doñana Natural Life

El Rocío, del 27 al 29 de abril de 2018





1. CONCEPTUALIZACIÓN

1.1. Qué es

La II Feria de Ecoturismo de Doñana “Natural Life” se constituye como punto de encuentro único de los profesionales y empresas vinculadas al sector en el entorno de Doñana y de los agentes de la comercialización e intermediación turística, tanto nacionales, como internacionales.

1.2. Objetivo de la feria

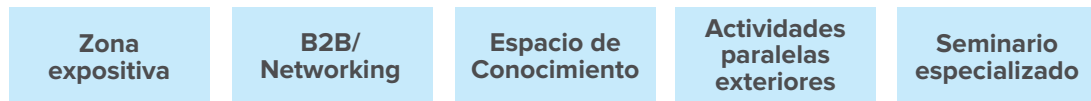
- Promocionar Doñana como destino de naturaleza: mostrar la oferta (de empresas, espacios y recursos) a diferentes perfiles especializados nacionales e internacionales y al público en general, en un recinto que se identifique por su sostenibilidad, la eficiencia....
- Impulsar la promoción y comercialización empresarial: ofrecer a las empresas y espacios naturales un evento singular donde presentarse; y atraer y captar la atención de los intermediarios (operadores y otros prescriptores) nacionales e internacionales
- Fomentar el networking. Constituir un punto de encuentro de profesionales del sector público-privado.
- Crear un espacio de conocimiento y difusión sobre turismo de naturaleza, proponiendo su especialización. En esta edición, en el potencial de la creación audiovisual en la naturaleza como “tractor” turístico (siendo, a su vez, herramienta de promoción para el público en general y vector de demanda directa para los profesionales y aficionados en la materia).

1.3. Principios inspiradores





1.4. Actividades



Zona expositiva

Espacio donde se ubicarán las empresas y entidades públicas (fundamentalmente gestores de espacios naturales protegidos y entidades dedicadas a la promoción turística) que ofertan productos y servicios vinculados con el ecoturismo.

La zona expositiva se articulará en torno a temáticas que aglutinen la diversidad de oferta de ecoturismo de las tres provincias y a sus propias características naturales. Esta tematización se está analizando en la actualidad.

B2B/Networking

Reuniones b2b comerciales y/o de cooperación. Aunque estos encuentros serán programados, se habilitará espacio para los que se mantengan de forma casual. Será necesario el desarrollo de una herramienta online para la solicitud y organización de agendas.

Espacio de Conocimiento

Programación de actividades dirigidas a re-qualificar a asistentes en las materias claves, tanto del ecoturismo de forma general, como de aspectos científicos vinculados con el turismo y con la naturaleza. La innovación, el producto, el marketing, la calidad, etc. serán algunas de las cuestiones que se profundizarán en el marco de este espacio de conocimiento para los agentes relacionados con el sector. Además de empresas, profesionales e instituciones públicas, la población universitaria de las tres provincias se podrá beneficiar directamente de estas actividades formativas.

Para ello, se contará con los mejores profesionales del panorama nacional vinculados con el ecoturismo, tanto del ámbito privado como público, de forma que los asistentes puedan conocer de primera mano las tendencias, las innovaciones y las buenas prácticas que a nivel internacional se están desarrollando en el ecoturismo.

Actividades paralelas exteriores

Se trata de actividades de acercamiento “in situ” de la oferta de turismo de naturaleza del entorno de Doñana. Fundamentalmente, estas acciones tendrán un carácter comercial: famtrips a touroperadores, periodistas y bloggers especializados, etc. Además, fundamentalmente sábado y domingo, se plantearán actividades más lúdicas y de sensibilización dirigidas a la población universitaria y al público en general.

Del mismo modo, en el lateral de la zona expositiva, en el paseo conocido como Mirador de la Marisma, se plantea la exposición de productos/servicios de empresas vinculadas con el ecoturismo (fundamentalmente, vinculadas con la fotografía y videografía de naturaleza) que, aunque tengan un carácter comercial, permitan la interacción con el visitante y, por tanto, su entretenimiento.

En esta misma zona exterior, se plantea el desarrollo de un área de restauración vinculada con algunos de los hosteleros más representativos de las tres provincias.

Seminario especializado: “Fotografía y Videografía de Naturaleza”

Esta temática tiene un doble enfoque: las actividades y servicios turísticos que se orientan propiamente



al segmento/nicho y, además, el impacto potencial de los trabajos de los profesionales y amateurs en la promoción del evento y los espacios de las provincias.

Existe la Asociación Española de Fotógrafos de Naturaleza. Ésta organiza un congreso nacional, que bien podría trasladarse a Doñana con un enfoque internacional o bien plantear con ellos alguna otra fórmula de colaboración y sinergias. www.aefona.org. Entre sus actividades: II Edición del Premio de Fotografía José Antonio Valverde; 4ª edición de Photoquivir (en Sevilla, los días 27, 28 y 29 de mayo de 2016)

Otros: Canales tv, Prensa especializada, Empresas de material fotográfico, Productoras, etc.

La idea es un día completo de seminario. Una agenda completa de conferencias muy técnicas, con la participación de referentes nacionales e internacionales.

Este seminario puede tener un coste de inscripción (independiente al de la feria, si es que se considera esta opción del pago).

Además, para darle más sentido a la tematización de cada edición, se propone la programación de alguna actividad, dirigida a los participantes del seminario.

1.5. Público destinatario

- Empresas vinculadas con el turismo de naturaleza con ámbito de actuación en las provincias de Huelva, Sevilla y Cádiz.
- Resto de empresas turísticas con ámbito de actuación en el entorno de Doñana.
- Gestores de espacios naturales.
- Instituciones y/u organizaciones vinculadas con el destino turístico. (Ayuntamientos, Grupos de Desarrollo Rural y Pesquero, Mancomunidades, organismos regionales, etc.)
- Universidades, centros de investigación y otros agentes del conocimiento.
- Profesionales del sector turístico y alumnos de grados universitarios vinculados al turismo, al medio ambiente, la ecología, la geografía, etc., de las tres provincias.
- Emprendedores/as, entidades y empresas de las provincias.
- Touroperadores y empresas de comunicación especializados on/off (periodistas, blogueros, agencias, etc.). Invitadas como ponentes o asistentes VIP's.
- Patrocinadores.
- Público general.

1.6. Anexo

NOTAS SOBRE LA DEMANDA DEL TURISMO DE NATURALEZA EN LA PROVINCIA DE HUELVA:

- El turismo de naturaleza contabiliza cada año en España más de 35 millones de pernoctaciones, calculándose que más de 500.000 turistas extranjeros eligen España como destino de turismo de naturaleza, según fuentes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- A escala internacional, el turismo de naturaleza es el que más crece anualmente, suponiendo el 15% del movimiento mundial de viajeros. Según The International Ecotourism Society, solo en Europa, el 20% de los turistas escoge destinos verdes y el 10% planifica su viaje de manera sostenible.



- Tal como se indica en el “Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020”, investigaciones desarrolladas a escala de la Unión Europea señalan que las atracciones ambientales se han convertido en uno de los criterios principales para los visitantes a la hora de seleccionar su destino vacacional. En concreto, apuntan que el **21% de los visitantes otorgan importancia a la presencia de lugares de la Red Natura 2000 a la hora de elegir sus destinos turísticos.**
- Los segmentos de demanda de mayor relevancia para el ecoturismo –turismo rural, paisaje y naturaleza aportan casi un 6% de los ingresos y de las estancias/pernoctaciones del conjunto del mercado turístico español, frente al 66% del turismo de sol y playa.
- También se estima que entre un 5 y un 6% del tráfico turístico español al extranjero tiene motivación ecoturística prioritaria o «pura» (el ecoturista especializado en España es siempre minoritario respecto al resto de tipologías de turismo de naturaleza -generalista, activo, esparcimiento o contemplación-). En términos absolutos, este mercado supone entre 60.000 y 100.000 practicantes. Como indicador del potencial del mercado de motivación ecoturística, destaca el fuerte incremento sostenido de las visitas a parques nacionales por los residentes españoles, según fuentes del Organismo Autónomo Parques Nacionales. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Sin duda, el turismo de naturaleza representa una actividad económica que genera beneficios en economías locales y que ofrece una oportunidad de desarrollo económico y social basado en los recursos naturales propios del territorio.
- Además, el turismo de naturaleza ha crecido en los últimos años en tasas superiores a las del turismo convencional, suponiendo una relevante fuente de ingresos y de generación de puestos de trabajo en entornos rurales con valores naturales, incluidos los espacios de la Red Natura 2000, siendo previsible que esta tendencia se mantenga al alza.
- El turismo de naturaleza en las provincias de Huelva, Sevilla y Cádiz es un segmento estratégico, conteniendo espacios naturales de gran valor ecológico y paisajístico, y que forman parte de las distintas figuras de protección ambiental regional, estatal y europea (Espacios incluidos en la RENPA y en la Red Natura 2000, Parque Nacional, etc.). Cuentan con una oferta turística pública (equipamientos de uso público) y empresarial amplia y diversa.
- Doñana y su ámbito de influencia ha sido y sigue siendo referente español en Turismo de Naturaleza, contando con un dinamismo institucional y empresarial relevante. El potencial de recursos y de la oferta turística de Doñana es indudable, contando con elementos con calidad suficiente para convertirse en el “tractor” de la oferta de naturaleza de dichas provincias.
- El caso de la provincia de Huelva ha desarrollado un concepto o marca turística, “**Huelva, Tierras del Descubrimiento**”, que trata de potenciar el turismo de interior de la provincia y que asume la necesidad de generar experiencias únicas en nuestro destino, en las cuales se integra el Turismo de Naturaleza de la provincia de Huelva.



2. ESPACIO

2.1. Modelo de Feria

Se desarrollará un modelo de Feria que integrará los siguientes espacios y conceptos de actividades:

Espacio de Conocimiento

Programa oficial de conferencias y mesas redondas centrado en el turismo de naturaleza.
Seminario especializado turismo y nuevas tecnologías

Espacio Exposición Doñana

Área dedicada al desarrollo de una exposición centrada en el Destino Doñana como espacio central del Turismo de Naturaleza

Espacio B2B y Networking

Área destinada a la organización de encuentros profesionales y de cooperación tipo Famtrips, Blogstrip, Presstrip o reuniones de cooperación

Zona de Stand y Área Comercial

Desarrollo de un espacio destinado a stands y zonas comerciales destinadas a instituciones públicas, agentes privados, patrocinadores y empresas vinculadas al turismo de naturaleza

Espacios Exterior

- Zona Gastronomía
- Zona Stand en Exterior
- Plan de Actividades en Exterior
- Acto Recepción de Participantes
- Actividades Infantiles
- Rutas Guiadas
- Visita de Familiarización

2.2. El Espacio Central

La Feria se vertebrará a través de una única estructura que acogerá e integrará todos los espacios, excepto las actividades en exterior. Esta única estructura funcionará de cara al público visitante como un espacio de recorrido de ida y vuelta para facilitar el funcionamiento de los espacios de stand y área comercial junto con la zona expositiva. Asimismo, este recorrido permitirá también diferenciar esta zona de la dedicada al espacio del conocimiento y al espacio de networking.

De esta forma el espacio central acogerá:

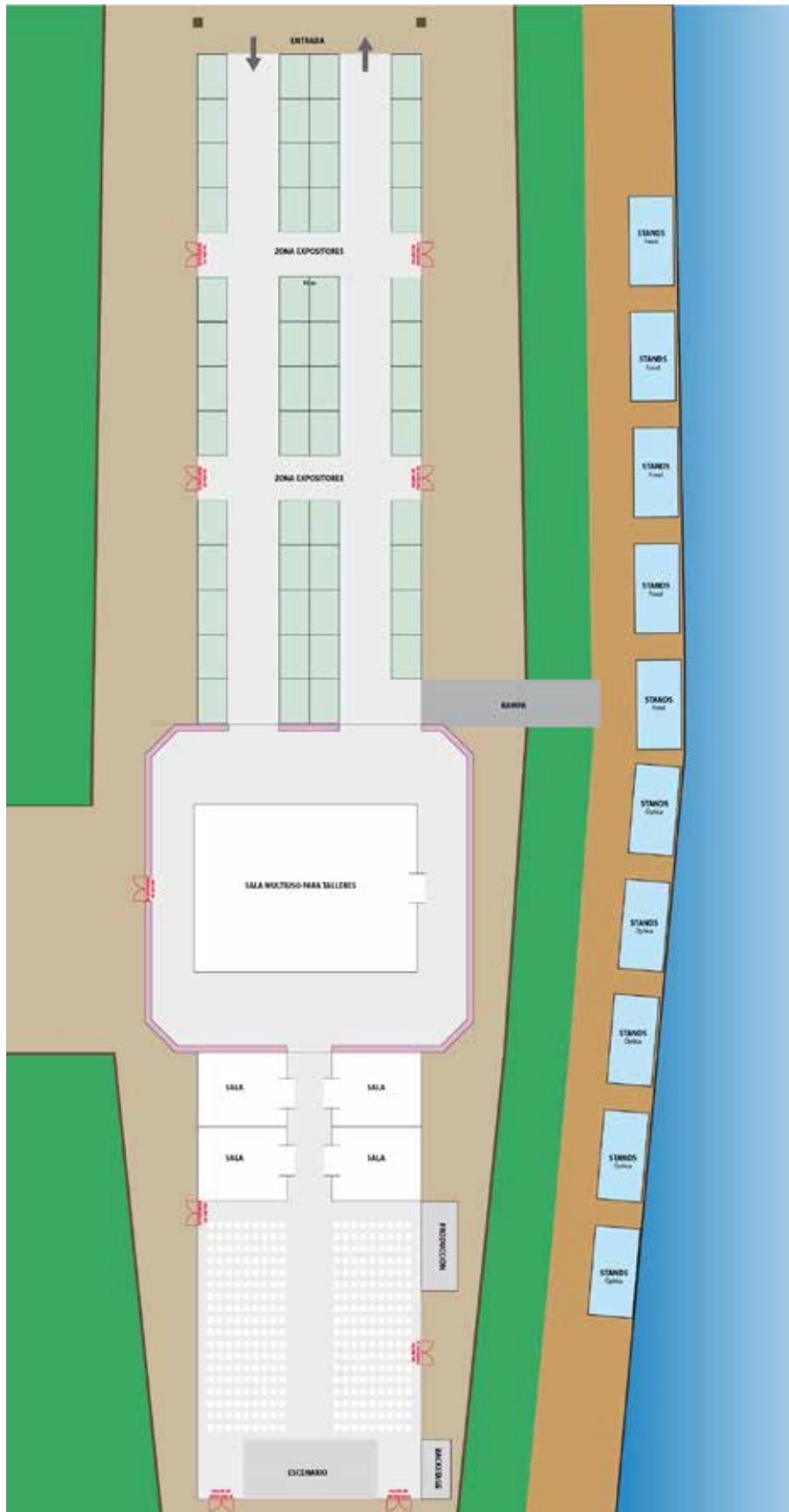
- Zona de stand y área comercial con capacidad inicial para 50 stands
- Espacio Exposición Doñana
- 2 salas networking
- Espacio para el desarrollo del programa de conferencias, ponencias y presentaciones

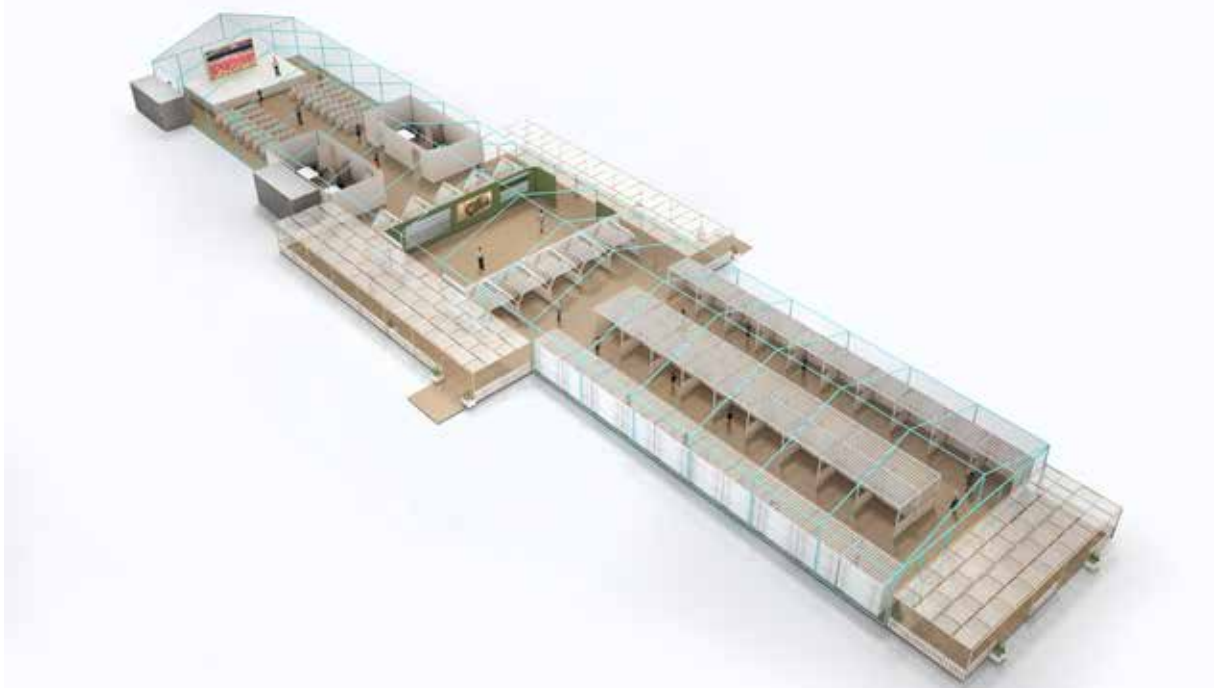
2.3. Espacio Exterior

Junto a este espacio central se desarrollará también pero ya en la zona exterior un espacio para stands individuales situados frente a la marisma y la lámina de agua.



2.4. Propuesta gráfica distribución de espacios







Stands Interior 3x2 m



Disponibilidad de 1 Stand en zona expositiva interior de 6 metros cuadrados (3 x 2m) con las siguientes características: estructuras lacada en blanco, paneles de madera plastificada en el mismo color y moqueta. Punto de luz. Rotulación estándar. Mobiliario (mostrador, mesa y 2 sillas).

Precio: 1.000 € (IVA no incluido)



de descuento al reservar antes del
28 de febrero de 2018.



de descuento al reservar del
1 al 31 de marzo de 2018.



Stands Exterior 6x2 m



Disponibilidad en exterior de un doble Stand modular de madera 3x2 m cada Stand (total 6x2 m), ubicados en el Mirador de la Marisma, para empresas vinculadas con el ecoturismo (fotografía, vídeografía de la naturaleza, lentes y ópticas, avistamientos de aves... incluyendo también el sector de la restauración.) Estos stands de madera incluyen: Punto de luz, Rotulación estándar. Mobiliario (mostrador, mesa y 2 sillas).

Precio: 3.000 € (IVA no incluido)



de descuento al reservar antes del
28 de febrero de 2018.



de descuento al reservar del
1 al 31 de marzo de 2018.



Actividades Networking/ B2B/ Workshop para empresas expositoras



Disponibilidad limitada según aforo.

Precio: 300 € (IVA no incluido)



3. PLAN DE COMUNICACIÓN

3.1. Presentación

Con motivo de la organización y desarrollo de la Feria Ecoturismo Doñana Natural Life, Gestocomunicación como empresa promotora de este proyecto llevará a cabo un Plan de Comunicación especializado que detalla la ejecución de una serie de acciones dirigidas a impulsar la difusión y la repercusión informativa de esta cita que persigue potenciar el turismo de naturaleza en el territorio de Doñana y el Destino Huelva.

El objetivo de este Plan de Comunicación es lograr hacer visible en los principales medios de comunicación off line y on line y plataformas de información especializadas en Turismo tanto el Destino Doñana, como el Destino Huelva. Para ello se generarán contenidos específicos centrados en estos temas para su posterior distribución a estos medios y plataformas. Asimismo se organizarán acciones de interacción del evento con periodistas, bloggers, expertos en redes sociales e influencers al objeto de multiplicar el efecto de la difusión del destino y del propio evento.

3.2. Estrategia

Para ello, enfocaremos la estrategia comunicativa tanto en el ámbito off line como en el on line para garantizar una divulgación máxima de la información que se genere en torno a la celebración de la feria y, con ello, contribuir a la promoción del entorno de Doñana como destino turístico sostenible y de calidad.

En ambos casos, trabajaremos con sendas bases de datos actualizadas a las que haremos llegar la totalidad de la producción informativa (notas de prensa, convocatorias, material gráfico del evento, dossier, etc.) y proveeremos de los materiales necesarios para asegurarnos una difusión de la información lo más completa posible.

3.2.1. ACCIONES OFF LINE

Las acciones comunicativas off line estarán divididas según la cobertura geográfica de los medios de comunicación que contemplaremos en la base de datos correspondiente para la difusión de la actividad de la feria.

- **Medios Locales**

- **Medios Andalucía**

- Prensa

- Agencias de Noticias

- Prensa especializada en el sector turismo

- Radio

- Televisión

- **Medios Nacionales**

- En este caso, pondremos el foco en los medios especializados en turismo y los suplementos dedicados a este ámbito de los medios de comunicación generalistas.

3.2.2. ACCIONES ONLINE

En el caso de los medios de comunicación online, contemplaremos acciones en:

- 2.1. Cabeceras digitales y plataformas digitales más destacadas.

- 2.2. Medios especializados en el sector turismo

- 2.3. Blogs especializados en turismo sostenible



3.2.3. REDES SOCIALES

Respecto a las redes sociales, emplearemos este canal para la comunicación y difusión del evento a través de un plan específico de contenidos e inversión en Facebook, Twitter e Instagram.

Por otro lado, aprovecharemos el marco del mismo para llevar a cabo un encuentro entre blogueros y personas influyentes centrado en el potencial de las redes sociales para la promoción del turismo, en general, y de un destino, en particular.

Del mismo modo, dicho encuentro servirá para posicionar la feria en las redes a través de las acciones en las mismas de los participantes (publicación de imágenes y vídeos, post, comentarios, recomendaciones...).

En principio, algunos de los blogueros e influencers que pueden interesarnos son:

- **Paco Nadal**. Periodista de Viajes de la cadena SER.
- **Carol Peña (@misshedwig)**, con 575.000 seguidores en Instagram.
- **Elena Ortega (@misswinter)**, 526.000 seguidores en Instagram.
- **Oliver Vegas (@ovunno)**, con 415.000 seguidores en Instagram.
- **Marina Comes (@marinacomes)**, con 195.000 seguidores en Instagram.
- **Matías Callone**, con 700.000 páginas vistas al mes de su blog 101 Viajes Increíbles.
- Los hermanos **Javier y Miguel Blanquer**, con 295.000 páginas mensuales vistas de su blog 'Viaja por libre'.
- **José Miguel Redondo**, con más de 200.000 páginas vistas de su blog 'El rincón de Sele'.



Condiciones de Solicitud para la Contratación

Fecha límite para presentación de la SOLICITUD para la contratación:

1 de marzo de 2018.

Forma de pago

- 50% a la formalización del contrato de participación en la II Feria Ecoturismo Doñana Life.
- 50% restante antes del 13 de abril de 2018.

Ambos pagos se harán mediante transferencia a cuenta bancaria que se especificará en factura emitida por Gesto Consultores en Comunicación SL.

Servicios adicionales

Contratación de rotulación especial*, diseño y extras en el stand

Una vez se haya formalizado el contrato, nuestro departamento de Producción se pondrá en contacto con la persona asignada por la empresa en esta solicitud para detallar y ofrecer estos servicios.

Si no desea hacer ninguna contratación extra marque esta casilla y sólo recibirá las especificaciones técnicas del stand contratado.

*Todas las rotulaciones especiales solo se podrán ejecutar a través de la empresa organizadora. Para extras de rotulación consultar a nuestro departamento de Producción.

- Sí** deseo contratar Servicios Adicionales
- No** deseo contratar Servicios Adicionales



Solicitud para la Contratación II Feria Ecoturismo Natural Life

DATOS DE LA EMPRESA*:

Nombre del Expositor**:

Nombre Fiscal:

CIF:

Dirección:

CP:

Población:

PERSONA DE CONTACTO*:

Nombre y apellidos:

Email:

Tlf. móvil:

Tlf. fijo:

(*)Imprescindible rellenar todos los campos.

(**)Nombre que quiere aparezca en los rótulos y carteles informativos del Congreso.

Fecha

Firma

--	--



Envío de Solicitudes de Contratación

1. Para proceder a la contratación del espacio debe enviar esta solicitud cumplimentada, firmada y sellada a: **ecoturismo@gestocomunicacion.com**
2. Tras su recepción por parte de la Oficina Técnica de la Feria recibirá el contrato de participación con sus especificaciones junto con la factura del 50% del importe que deberá devolver en el plazo establecido.
3. Tanto el contrato como el justificante de pago del 50% del importe de participación deberán ser remitidos a la Oficina Técnica de la Feria a través de la dirección **ecoturismo@gestocomunicacion.com** antes del 15 de marzo de 2018.

NOTA IMPORTANTE

El expositor que no haya enviado el justificante del segundo pago dentro del plazo establecido perderá los derechos de uso del espacio asignado. Dicho espacio quedará a disposición de la organización de la Feria. Asimismo, el impago de este segundo plazo supondrá la pérdida del primer pago del 50% realizado en concepto de la reserva de espacio.



II FERIA DE ECOTURISMO

**Doñana
Natural Life**

Contacto

María Luisa Cruzado

ecoturismo@gestocomunicacion.com

T 0034 959 540 764

M 0034 672 742 267