

Ecoturismo & Turismo de Aventura do Brasil
PLANO DE COMUNICAÇÃO

Livro da Marca



Brasil - A bola da vez

O turismo no Brasil finalmente decolou. Mais brasileiros estão viajando pelo País e mais estrangeiros estão vindo visitá-lo. Há uma década, eram dois milhões de turistas internacionais por ano. Hoje, de acordo com o Ministério do Turismo, são cinco milhões. E devem ser ainda mais nos próximos anos, com a realização de um número cada vez maior de eventos mundiais em solo nacional. Na esteira desse crescimento, nunca se investiu tanto em infraestrutura, serviços e qualificação profissional.

Ainda mais otimista é o quadro do segmento Ecoturismo e Turismo de Aventura. No mundo, o crescimento é da ordem de 20% ao ano, segundo dados da Organização Mundial do Turismo. No Brasil, aumentam a cada temporada os investimentos do poder público e o interesse internacional. Tudo isso é a prova de que a exploração sustentável do nosso patrimônio natural pode, também, ser uma das grandes forças de desenvolvimento da nação.

Este é o momento de consolidar nosso segmento, fortalecer nossa comunicação e investir nossos esforços com o profissionalismo e a maturidade que tanto tempo levamos para conquistar.

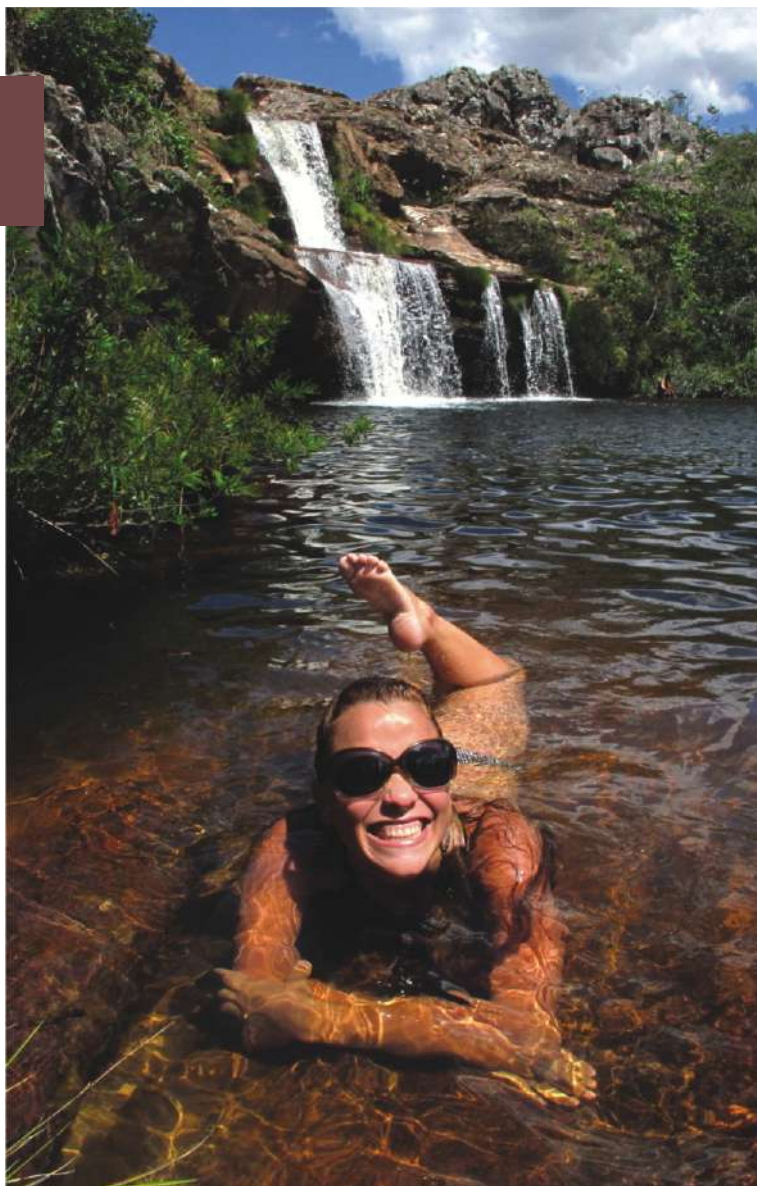


É hora de colher o que plantamos

Nas últimas duas décadas, ajudamos o povo brasileiro a desvendar a natureza de nosso País. Compartilhamos com milhões de pessoas nossa paixão pela vida ao ar livre, pela aventura e pela descoberta. E ensinamos que a melhor maneira de explorar o patrimônio natural do Brasil é percorrendo trilhas, descendo rios e tomando banhos em cachoeiras.

Nesse tempo, temos visto também o segmento de Ecoturismo e Turismo de Aventura amadurecer e se profissionalizar. De sonhadores, nos tornamos empresários. Agora é o momento de usar toda essa experiência a nosso favor para aprimorar nosso produto e conquistar, finalmente, o lugar no mercado que nos é devido. Chegou a hora da colheita.

Você vem com a gente?

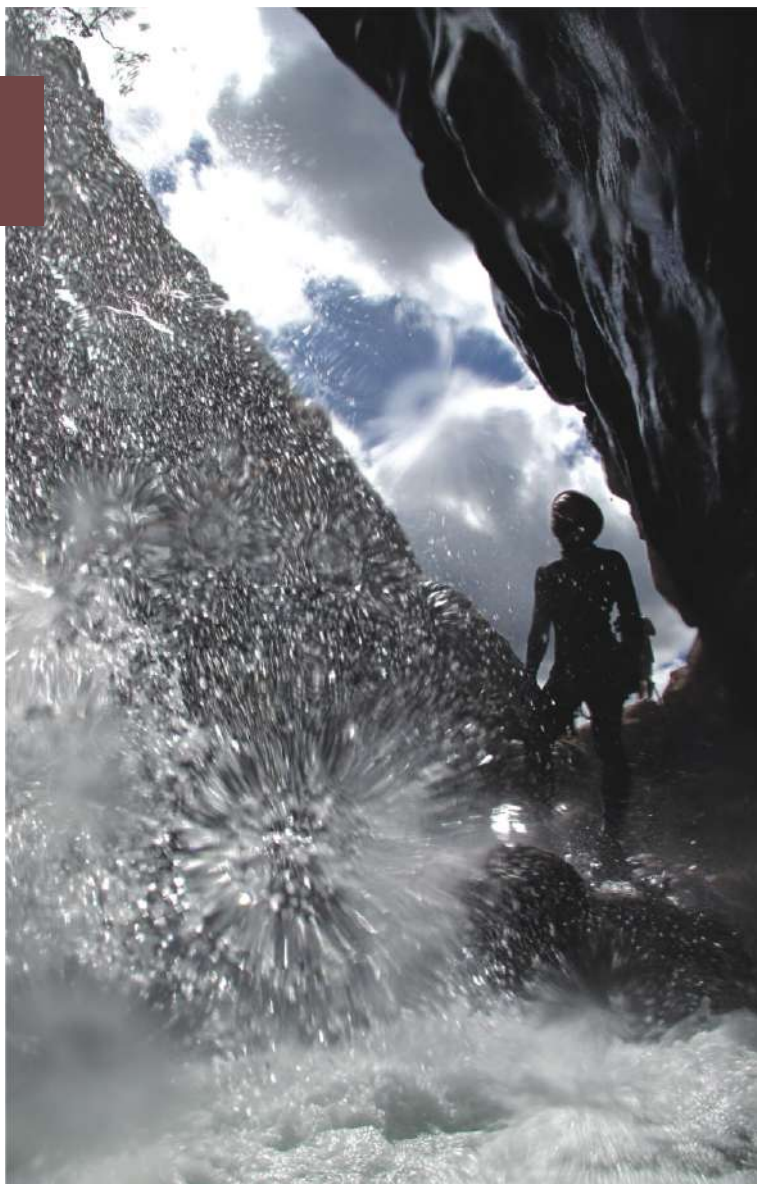


Vamos criar uma marca

Este conjunto de diretrizes, elaborado pela Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta), em parceria com o Ministério do Turismo, irá nos ajudar a construir uma identidade comum a todas as atividades do segmento no País. E, a partir dela, estabelecer os elementos que devem compor nossa estratégia de comunicação.

Nossa meta será transformar o Ecoturismo e Turismo de Aventura do Brasil numa marca registrada, facilmente reconhecível pelo público em todos os seus aspectos. Isso será fundamental para valorizar e fortalecer tudo o que temos cultivado nos últimos anos.

Em outras palavras, este plano estratégico é um instrumento para transmitir nossos novos caminhos, porque escolhemos trilhá-los e para onde vamos. Ele existe para que nossa linguagem nos ajude a propagar nossa personalidade, nossos valores e, principalmente, nossa energia.



Por que tudo isso é importante?

- ❗ *Para desenvolvermos uma comunicação eficiente e duradoura.*
- ❗ *Para crescermos com identidade, princípios e valores em conjunto.*
- ❗ *Para direcionarmos esforços em prol da experiência do turista.*
- ❗ *Para nos diferenciarmos de outros segmentos do turismo.*
- ❗ *Para não sermos confundidos com outras atividades.*

A quem se destina esse plano estratégico?

A todos aqueles que, de alguma forma, estão envolvidos com as atividades de Ecoturismo e Turismo de Aventura do Brasil, como empresários, prestadores de serviços, associações e órgãos governamentais.

Este documento é para VOCÊ.



Partida e chegada

○ Ponto de partida

Definições técnicas do segmento

O que é Ecoturismo

“Um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas.”

O que é Turismo de Aventura

“Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo”.

Fonte: Manual de Segmentação do Turismo, marcos conceituais - Ministério do Turismo, 2005.

* Ponto de chegada

“Transformar nosso País em um destino de ecoturismo e turismo de aventura de classe mundial de forma consciente, saudável e divertida. Fazer da vida ao ar livre uma força de evolução da sociedade.”

Quem somos nós?

*Qual é a personalidade do segmento
Ecoturismo e Turismo de Aventura do Brasil?
Qual é nossa marca?*

*Nas páginas seguintes, um retrato
do que somos, do que queremos
e de onde podemos chegar.*



Somos únicos

Quanto mais limpa e coerente for a nossa voz, mais claramente ela será compreendida pelo público que desejamos atingir. Quanto mais focarmos aquilo que nos torna únicos, mais atraente será a nossa mensagem.



Somos especialistas no prazer da descoberta

Nosso trabalho é criar experiências inesquecíveis na natureza para jovens de espírito de todas as idades. Nosso desafio é tornar essa vontade de descoberta maior que medos, inseguranças e preconceitos.



Sustentabilidade: A raiz do nosso ofício

O patrimônio ambiental do Brasil é nosso local de trabalho. Zelar por sua conservação é questão de sobrevivência. Minimizando os impactos, ajudamos a manter as belezas naturais do País sempre prontas para acolher o próximo grupo de visitantes.

Nossa prática é divertida por natureza

Superação física e competição é tudo o que procuramos evitar. A diversão é parte daquilo que somos e do que proporcionamos. O lado recreativo das atividades de ecoturismo e turismo de aventura deve, portanto, figurar sempre na nossa estratégia de comunicação.



Quando há troca de experiências, todos saem ganhando

Envolver as comunidades locais, incentivar a economia do lugar e proporcionar o encontro de culturas são nossas contribuições para o desenvolvimento do País.





Aventura também é cultura

Lendas, festas, artesanatos e outras tradições populares podem ser grandes companheiras de viagem. Para nós, o patrimônio cultural brasileiro é tão valioso quanto o ambiental. Compartilhá-lo com nosso público e favorecer seu fortalecimento são partes importantes de nossa atividade.

Conforto é bom ... e a gente gosta

Aventura e ecoturismo não precisam ser sinônimos de desconforto e de precariedade. Eis um preconceito que precisa ser combatido com criatividade e profissionalismo.





Cada destino é especial

Todo lugar tem sua personalidade, e é parte de nosso trabalho destacar o que ele tem de melhor. Olhe à sua volta e procure, em cada destino, o que você ainda não viu. As mesmas coisas que o surpreenderem podem – e devem – ser compartilhadas.

Em cada lugar, um sabor

Para matar a fome depois da aventura, nada melhor do que um bom prato da culinária regional. O envolvimento com o destino e com a cultura local torna-se ainda mais completo.



O Brasil nunca é grande o suficiente para nós

Cada canto do País pode ser o próximo destino de ecoturismo ou de aventura. E nós somos os primeiros a estar lá para fazer isso acontecer.



Temos orgulho do Brasil

E fazemos questão de expressar esse orgulho.

Obrigado por chegar até aqui!



Inspire-se: continue a leitura dos livros seguintes. Lá você encontrará dados valiosos sobre nosso público, coletados em pesquisas de âmbito nacional, e dicas de como contribuir para o fortalecimento e para a valorização do nosso segmento.

Neste primeiro livro, nós apresentamos os elementos fundamentais que identificam o Ecoturismo e Turismo de Aventura do Brasil.

No site da Abeta, constam os seguintes documentos:

*Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturista no Brasil
Estratégia de Comunicação
Manual de Redação e Tom de Voz
Manual de Composição Fotográfica
Manual de Design Gráfico*

Mais sobre o Plano de Comunicação do Ecoturismo e Turismo de Aventura do Brasil em www.abeta.com.br

Créditos

República Federativa do Brasil

Luiz Inácio Lula da Silva
Presidente da República

Ministério do Turismo

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho
Ministro de Estado do Turismo

Carlos Alberto da Silva
Secretário Nacional de Políticas de Turismo

Marcio Nascimento
Diretor de Promoção e Marketing Nacional

Jurema Camargo Monteiro
Coordenadora Geral de Eventos e Apoio à Comercialização

Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura - ABETA

DIRETORIA

Jean-Claude Marc Razel
Presidente

Daniel Blum Spinelli
Vice-presidente

Patrick Daniel Muller
Diretor Técnico

Gelderson dos Anjos Pinheiro
Diretor de Capacitação

Israel Henrique Waligora
Diretor Socioambiental

Eduardo Folley Coelho
Diretor de Marketing

EQUIPE EXECUTIVA

Gustavo Fraga Timo

Cibele Moulin

Clóvis Arruda

Lúcia Gurgel

SEISHIN CONSULTORIA E ARTICULAÇÃO DE ALIANÇAS

Fabiola Arantes Seo
Planejamento, Branding e Coordenação do projeto

Guilherme Sebastiany
Branding e Design

Marianne Costa e Mariana Madureira
Diagnóstico e pesquisa

Giovani Castelucci e Eder Santos
Design

Renato Inácio
Design e animação

Xavier Bartaburu
Redação

COLABORAÇÃO ESTRATÉGICA

Vivian Cunha

Vinicius Romanini

www.abeta.com.br

FOTOGRAFIAS

Pág. 2: Parque Nacional da Chapada Diamantina – BA.
Alexandre Cappi

Pág. 3: São Bento do Sapucaí – SP
Alexandre Cappi

Pág. 4: Diamantina – MG
Alexandre Cappi

Pág. 5: Cânion do Macaquinho – Chapada dos Veadeiros – GO
Alexandre Cappi

Pág. 6: Mergulho – Fernando de Noronha – PE
Zaira Matheus

Pág. 7: Chapada Diamantina – BA
Alexandre Cappi

Pág. 8: Praia do aventureiro – Ilha Grande – SP
Alexandre Cappi

Pág. 9: Arvorismo – Brotas – SP
Alexandre Cappi

Pág. 10: Flutuação – Bonito – MT
Acervo Abeta

Pág. 11: Rafting – Brotas – SP
Alexandre Cappi

Pág. 12: Serra do Rio do Rastro – Serra Catarinense – SC
Alexandre Cappi

Pág. 13: Artesão – Tiradentes – MG
Acervo Ministério do Turismo

Pág. 14: Brotas – SP
Alexandre Cappi

Pág. 15: Chapada dos Veadeiros – GO
Alexandre Cappi

Pág. 16: Prato típico – Brotas – SP
Alexandre Cappi

Pág. 17: Pico do Itambé – Serra do Espinhaço – MG
Alexandre Cappi

Pág. 18: Cavalgada – Pantanal – MT
Acervo Abeta

Pág. 19: Boia-cross – Brotas – SP
Tadeu Fessel



**Ministério
do Turismo**