



DOSSIER EXPOSITOR



ayuntamiento
de **CARRIZO**

RECINTO FERIA.....5

INFRAESTRUCTURA.....6

COMUNICACIÓN.....9

PERSONAL.....11

ACTIVIDADES.....12

NORMAS.....13

ANEXO.....15

La que ya será ya la XII feria del lúpulo y la cerveza tendrá lugar en la localidad leonesa de Carrizo de la Ribera durante los próximos **28,29 y 30 de julio**.

Esta localidad se sitúa a las orillas del río Órbigo en un punto estratégico ya que está geográficamente ubicada en el centro de la provincia de León y a similares distancias tanto de León capital como de Astorga o de La Bañeza y con buenos accesos a Asturias.

En la anterior edición fueron alrededor de **50.000 las personas** que pasaron por el recinto ferial en los tres días que duró, lo que demuestra que es una feria que de antemano ya cuenta con público fijo, hecho significativo para cualquier empresa que quiera exponer sus productos. Lo que supone ser la mayor feria por visitantes de la provincia de León.

Puede estar considerada la feria de la cerveza con mayor número de visitantes del panorama nacional.

El modelo de feria supone una auténtica revolución en la forma de realizar ferias de este tipo, siendo un auténtico éxito para expositores.

Se procura que participen **empresas de diferentes ámbitos** para que sea verdaderamente multisectorial, siendo así la feria atractiva tanto para los visitantes como para las propias empresas expositoras.

Esta feria tiene un verdadero valor comercial, debido principalmente a que se ha diseñado para que **cualquier empresa, sea del sector que sea, pueda participar** y salir beneficiada, tanto en el aspecto de ventas, como de imagen empresarial.

Se ofrece a todas las empresas participantes la **posibilidad de desarrollar cualquier tipo de actividad o presentación** por su parte, incluyéndola esta en la programación oficial y poniendo a su disposición todos los medios disponibles para la misma.

En las anteriores ediciones todas las empresas mostraron su **satisfacción** por cómo había transcurrido la feria, destacando la gran afluencia de público que redundaba consecuentemente en ventas de sus productos o contactos de público. Este hecho se constata con la gran cantidad de expositores que repiten en las distintas ediciones de la feria.

La feria está **organizada y coordinada por el Ayuntamiento de Carrizo de la Ribera,**

En el mundo que nos movemos las empresas cada vez son más competitivas entre si, por lo que los instrumentos que el marketing pone a su disposición se hacen fundamentales para no decaer en esa competitividad.

Muchos de estos instrumentos por el hecho de ser utilizados por todos llegan a ser poco eficaces, de ahí el resurgimiento del **concepto de feria que en los últimos años ha tenido un nuevo auge.**

Antiguamente las ferias, sobre todo las agrarias y ganaderas, eran prácticamente el único lugar de intercambio comercial que existía. El paso del tiempo y las mejoras, sobre todo en el ámbito de las comunicaciones, hicieron que estas perdieron peso en la vida comercial.

Hoy en día estamos ante un **nuevo resurgimiento de las ferias**, pero ya con el concepto de marketing como telón de fondo, y es que ya no sólo se trata de ir a una feria a vender si no que hay otros componentes que en un largo plazo pueden resultar mucho más decisivos para la empresa, como son la imagen, relaciones públicas, intercambio de ideas...

Según nos comenta la asociación de ferias españolas:

- Las ferias se colocan en segundo lugar en el ranking, sólo detrás de la venta directa, en lo que se refiere a su influencia en el proceso de ventas.
- El coste medio por visitante es un 45% inferior en una feria comercial que en una venta directa.
- En un 91% de los casos, la participación en ferias constituye un factor clave para la toma de decisiones de compra, colocándose en primer lugar con respecto a otras fuentes de información (publicaciones, asociaciones, directorios, vendedores, etc.).

- Para el 85% de las empresas, la participación en ferias supone un ahorro de costes importante, al concentrar compradores y proveedores de productos y/o servicios en un mismo lugar.
- Según el anterior estudio, el 80 % de las empresas considera que las ferias constituyen la única oportunidad para discutir problemas y nuevas tendencias con otros profesionales del sector.
- Aproximadamente el 54% de los potenciales clientes contactados en las ferias no precisan posteriores visitas para cerrar una venta. Por el contrario, un primer contacto en el domicilio del cliente potencial requiere 4,3 visitas de media para cerrar una venta.
- El 71% de los visitantes comparten la información que obtienen en las ferias con 1 a 6 personas cuando regresan a sus empresas.
- El 83% de los hombres de negocios líderes confía en las ferias como instrumento para estar al corriente sobre las tendencias del sector.

Está claro que **el hecho de realizar un acto donde la cerveza sea la protagonista va a tener mucha repercusión por sí mismo, representada en un gran número de visitantes**, por ello se debe aprovechar este gran resultado inicial para que otros sectores económicos se beneficien. No se trata simplemente de ir a probar unas cuantas clases de cerveza si no que alrededor de esto se instalen otro tipo de economías y que expositores de diversos ámbitos se puedan ver favorecidos de esta gran afluencia de público, que debido a las características de la feria ya se garantiza.

RECINTO FERIAL

La feria del lúpulo y la Cerveza se ha situado en las últimas ediciones en el **parque de la Bolenga ya que para** albergar toda la infraestructura de la feria en un lugar ideal.



Esta gran extensión verde perfectamente acondicionada para la ocasión, consta de dos grandes zonas de pradera y de grandes árboles ornamentales que propician sombra, hecho fundamental teniendo en cuenta las fechas en las cuales se desarrolla la feria.

Dentro del recinto los expositores se sitúan a orillas del mismo favoreciendo el cierre del recinto, en el centro se instala una carpa de información y venta, así los stands de cada cervecera que servirán a un precio económico distintas variedades de cerveza..

A su vez dentro del recinto se colocan **diversos elementos ornamentales**, todos ellos teniendo al lúpulo y la imagen corporativa de la feria como centro identificador.



INFRAESTRUCTURA

Al igual que anteriores ediciones se opta por **carpas modelo “jaima”** para los diferentes stands, creando un entorno abierto lejos de las ataduras de las tradicionales carpas con stands modulares, aprovechando así el gran recinto del parque de la Bolenga que con sus árboles le da un mayor encanto y singularidad a la vez que servirían para dar sombra.

Estas jaimas cuenta con un foco de iluminación y con enganche a red eléctrica limitada a 1600w por jaima.



SANITARIOS QUÍMICOS.

Se colocan diversos sanitarios portátiles, que permanecerán durante los días en los cuales el recinto este abierto y se procederá a realizar todos los días una limpieza de los mismos.

CARTELES INFORMATIVOS Y DE SEÑALIZACIÓN

Para que todo aquel que se acerque al recinto pueda estar perfectamente informado tanto de las actividades que se desarrollen como de los expositores que formen la feria, se procederá a la instalación en las entradas del recinto de **estructuras** donde se indique tanto las actividades como los expositores que participen.

Así mismo en la carpa central de venta se instalarán diversos carteles informativos del proceso de venta de la cerveza y diversas zonas del recinto, se procederá a la correcta señalización de salidas, sanitarios etc...

También en las calles aledañas al recinto se señalará correctamente para una correcta ubicación de los visitantes, así como de las posibilidades de aparcamiento.

Todos estos carteles siempre diseñados bajo la imagen corporativa de la feria del lúpulo y la cerveza.



LUZ Y SONIDO

El recinto está dotado de sonido con el que continuamente se amenice el ambiente con música de tipo tradicional y folk.. Este equipo contará con micrófonos inalámbricos para su utilización en la realización de diversas actividades, así como para advertir de los horarios de la feria.

Todos estos equipos pueden ser utilizados por los distintos expositores para realizar presentaciones, muestras etc., además se incluiría en el programa de actividades dando así más relieve a la feria.

La feria esta iluminada perfectamente durante el horario nocturno mediante la instalación de focos en diversos lugares del recinto. Dicha iluminación facilitará así mismo la seguridad del recinto en el horario nocturno en el cual la feria no se encuentre abierta al público.

ESCENARIO Y SILLAS

Se instalará un escenario en la parte frontal de la feria, dicho escenario servirá para realizar la mayoría de las actividades programas, conferencias, demostraciones inauguración, etc.

También se dispondrá de sillas de madera para su utilización en aquellos actos que lo requieran como conferencias charlas etc...



COMUNICACIÓN

Se plantea un completo plan de comunicación con el objetivo que llegar a toda clase de público, para ello se invertirá en casi todos los medios.

Debido al gran éxito de las anteriores ediciones en cuanto a público se refiere, lo que delata una consolidación temprana de esta feria, se pretende que la campaña se enfoque **a recordar y potenciar la imagen de esta feria a los potenciales visitantes del evento**, resaltando a su vez aspectos turísticos del entorno de Carrizo.

IMAGEN CORPORATIVA

Desde la tercera edición se ha seguido con la misma imagen corporativa pretendiendo que se convierta en una **marca de referencia** para aquellos que ya la conozcan, logrando así una inmediata identificación de la feria del lúpulo y la cerveza.

El diseño parte de la idea inicial de agrupar en una misma simbología tanto la cerveza como el lúpulo, verdaderos ejes de esta feria.

Para todas las comunicaciones desarrolladas se utilizará dicha imagen y simbología.



PRESENTACIÓN PREVIA

En todas las ediciones se ha contado con una presentación previa a todos los medios, en la que estén presentes representantes de todas las entidades organizadoras, presentando a su vez todas las actividades culturales que se realizarán alrededor de la feria,.

RADIO

Se realiza una campaña de radio que abarcará toda la provincia de León, incluyendo al Bierzo.

TELEVISIÓN

Campana de televisión local en la que el eje principal del mensaje que se publicite sea la feria, pero resaltando otros aspectos turísticos del municipio de Carrizo.

PRENSA

Se realizan inserciones publicitarias en todos los periódicos de León.

CARTELERÍA

En todas las ediciones se realiza un **atractivo e innovador diseño** de cartel de la feria, siguiendo la sintonía de la imagen corporativa de la feria, reservando el espacio de la parte inferior para los colaboradores y organizadores. Este cartel se distribuye desde principios de julio, realizando diversas pegadas. Para esta edición se introduce la novedad de un concurso para la elección del cartel de la feria

BANDEROLAS Y PANCARTA

Diversas banderolas adornarán las farolas de las entradas del municipio de carrizo, dichas banderolas están basadas en la imagen corporativa conteniendo diversa información de fechas y organizadores.

También se procede a la instalación de pancarta en el centro urbano de Carrizo donde utilizando la imagen corporativa se informará del evento.

FOLLETOS INFORMATIVOS

Con la elaboración de alrededor de 8.000 folletos en un formato atractivo, en los que se recoja toda la información acerca de los expositores, las actividades y horarios de la feria, el visitante tendrá un elemento de información básico de lo que en la feria va a suceder.

Estos folletos se distribuirán días antes del evento y en la propia feria.

PERSONAL

En la feria en todo momento hay personal de la organización en el recinto tanto en los horarios de la feria como en los horarios de montaje y desmontaje de los stands, lo que permitirá atender todas las incidencias que a los expositores les pudieran surgir.

Todo el personal que realiza funciones en la feria estará identificado con una acreditación donde se le pueda reconocer perfectamente.

A parte de este personal se contará con otro tipo de personal contratado para tareas específicas:

PERSONAL TÉCNICO

En todo momento hay una persona localizable para subsanar todos los problemas técnicos, acudiendo las veces que haga falta para verificar la correcta instalación de los montajes eléctricos.

También durante el horario de la feria se mantiene una persona de la empresa suministradora de iluminación y sonido pendiente de que esta infraestructura funcione en todo momento de forma correcta.

PERSONAL DE SEGURIDAD Y DE CONTROL

Desde el día antes de la inauguración de la feria y hasta el día siguiente de su clausura hay personal acreditado por una empresa de seguridad, doblando el personal en los momentos de mayor afluencia de público. En todo momento este personal velará por mantener el orden y la seguridad del recinto tanto en los horarios de la feria como por la noche.

Destacar que en las diez ediciones que ha habido nunca se ha producido ningún incidente

PROTECCIÓN CIVIL

Debido a la gran afluencia de público que viene congregando este evento se cuenta, con la presencia y asesoramiento de personal acreditado de protección civil para la realización de tareas propias en materia sanitaria, reordenación del tráfico y seguridad.

Se contará así mismo con una ambulancia equipada con todo lo necesario para prevenir posibles incidencias.

ACTIVIDADES

A lo largo de las últimas ediciones esta feria ha destacado por el **continuo desarrollo de actividades** enfocadas para toda la gente que por diversos motivos se acerca hasta el recinto ferial.

No están cerradas exactamente las diferentes actividades que se desarrollaran pero se contempla al igual que ediciones un completo y variada programa de actividades

Actividades infantiles; todos días que dure la feria monitoras estarán entreteniendo a todos los niños que querían participar, con diversos juegos y actividades...

Conferencias; con la colaboración de la Sociedad De Fomento de Lúpulo se realizan diversas y charla siendo el cultivo del lúpulo el eje de las mismas.

Muestra de Teatro de calle
Concierto música celta



Concurso de tradiciones lupuleras
“Pardalera”; La actividad más emblemática de la feria y la que más llama la atención es sin duda en concurso de pardalera, que consiste en poner la cuerda para que el lúpulo posteriormente trepe por esta, esta forma ya está en desuso y es por ello que sirve para que los cultivadores más antiguos muestren a los más jóvenes las formas tradicionales de este emblemático cultivo.

Espectáculo circense

Bailes regionales; exhibición de estos bailes ancestrales de la zona.



NORMAS

Todas las empresas que soliciten su participación como expositores en la presente edición de la feria del lúpulo y la cerveza, aceptarán las presentes normas, que en líneas generales son normas de sentido común aplicadas en ferias. **Estas normas son de carácter general y serán completadas en algunos aspectos por otras normas más específicas donde ya se detallaran todos los horarios y que se podrán consultar en www.facebook.com/feriadellupuloylacervezacarrizo días antes del inicio de la feria.**

1. VENTA DE MERCANCIAS

Todas las empresas expositoras **podrán únicamente vender mercancías que sean objeto de su negocio** en el propio recinto ferial. Se prohíbe en todo caso la venta de bebidas alcohólicas, por parte de los expositores.

Si la organización apreciara el mínimo indicio de que esto no se cumple inmediatamente prohibirá al expositor la realización de su actividad, pudiendo llegar a clausurar el stand sin que tenga derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización.

2. ENTRADA Y SALIDA DE MERCANCÍAS

No se permitirá la ocupación del espacio de exposición si no se tiene autorización de entrada emitida por la organización. Los horarios de entrada y salida de mercancías serán fijados en las normas específicas.

3. PERSONAL A CARGO DEL EXPOSITOR

En ningún momento existirá relación laboral alguna entre la organización y el personal que el expositor y las empresas que intervengan en el montaje de su stand en calidad de contratistas y/o subcontratistas, desplacen al recinto ferial para llevar a cabo cualquiera de los trabajos que dan contenido a su contrato; ni directa ni subsidiariamente, siendo por cuenta del expositor, sus contratistas y/o subcontratistas, la totalidad de sus salarios, cotizaciones a la seguridad social, retenciones y declaraciones, liquidaciones de impuestos y todas las obligaciones dimanantes del contrato de trabajo o de cualquier otro tipo de contrato, quedando facultada la organización para exigir la presentación de los documentos acreditativos de estar al corriente de las mismas y en el caso de que el stand desempeñe actividades de manipulación de alimentos la organización pudiera pedir certificados de que ese personal tiene las correspondientes acreditaciones en esta materia.

Así mismo el expositor se compromete a cumplir y a hacer cumplir a sus contratistas y/o subcontratistas, la legislación vigente en materia de prevención de riesgos laborales que sea de aplicación a los trabajos por él desarrollados o en su caso, contratados o subcontratados

4. MERCANCÍAS EXPUESTAS

Únicamente el expositor podrá mostrar y realizar actividades comerciales con mercancías que sean objeto principal de su negocio, en el caso de que la organización apreciará que alguna empresa expositora incumpliera dicha norma, el personal de organización requerirá al expositor la retirada de dicha mercancía; si éste persiste en la negativa se procederá a la clausura del stand sin que el expositor tenga derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización de ningún tipo.

5. PUBLICIDADES EXPUESTAS EN STAND

En principio no se podrán mostrar publicidades en el mobiliario expuesto por el stand, (mostradores, sillas, mesas...) En todo caso la organización se reserva la autorización final de estas publicidades pudiendo requerir al expositor su retirada o camuflaje.

7. UTILIZACIÓN DE CORRIENTE ELECTRICA

Cada expositor/jaima podrá utilizar una potencia máxima de 1600w, previamente al inicio de la feria y en el transcurso de la misma la organización medirá la potencia utilizada y podrá exigir al expositor la utilización de menos potencia pudiendo incluso clausurar el stand sin derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización de ningún tipo.

6. NORMATIVA DE SEGURIDAD

Vigilancia del recinto ferial

La organización proporciona durante el periodo que dure la feria un servicio de vigilancia de carácter disuasorio, de seguridad general y preventivo para cuestiones de orden y seguridad de todo en recinto. En ningún caso se trata de seguridad dirigida a las pertenencias particulares de cada expositor.

Por tanto , la organización, no se responsabiliza del robo o hurto de los materiales y objetos depositados en cada stand, ni de los daños que puedan sufrir los objetos, muestras, efectos personales, materiales de exposición, antes, durante ni después de la celebración de la feria.

Normativa higiénica sanitaria

Los expositores deberán garantizar unas mínimas condiciones sanitarias e higiénicas en su stand, esto es aplicable especialmente en aquellos expositores que realicen su actividad en el campo de la alimentación.

Si la organización apreciara indicios de que esto no se cumple inmediatamente prohibirá al expositor la realización de su actividad, pudiendo llegar a clausurar el stand sin que tenga derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización.

7. DISPOSICIÓN FINAL

Las presentes normas generales de participación son de obligado cumplimiento tanto para los expositores, como para las empresas que estos contraten. Cualquier empresa expositora que incumpla alguna norma aquí mencionada se le podrá clausurar el stand no teniendo derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización.

ANEXO

A continuación se adjuntan algunas de las informaciones que han salido en prensa a lo largo de estos años relacionadas con la feria del lúpulo y la Cerveza.

Descarga en el siguiente enlace

<https://www.dropbox.com/s/le4b53hhj1iioe1/anexo%20prensa.pdf?dl=0>