

DONO STIASAN SEBAS TIAN

JARDUERA TURISTIKOAREN BALANTZEA
MEMORIA 2015

JARDUERA TURISTIKOAREN BALANTZEA 2015

2015ean zehar Donostian turismoaren balantzeari dagozkion zifrek Donostia Turismoko Gida Planaren bi oinarri nagusiak agertzen dituzte: urtaroen araberakoa ez den turismoa (denboralditik kanpo igoera nabarmena) eta nazioartekotzea (nazioarteko turistak gehiago dira estatu mailakoak baino).

OSTATU GAUAK GEHIAGO UGARITU DIRA UDA GARAITIK KANPO

Turistak % 12,23 ugaritu dira 2015ean aurreko ekitaldiarekin alderatuta, baina zenbakiak **uda-denboralditik kanpo igoera handiagoa** erakusten dute, Donostia Turismoak **urtaroen araberakoa ez den turismoaren** alde egindako apustuaren ondorioz (uztailean eta abuztuan % 9,98ko igoera izan da, eta aldiz, urtarrilean, martxoan edo abenduan, esaterako, % 22 igo da).

Gabonetako turistak erakartzeko merkataritza-kanpainak “Etorri Gabonetan Donostiara. Egunerokoa kutun bihurtzen den lekua” eta Donostia Turismoak, elkartutako saltokiekin batera, sustatutako Gabonetako ekitaldien agendak ondo funtzionatu du, eta abenduan % 23ko igoera izan da.

OSTATU- GAUAK		
OSTATU - GAUEN EBOLUZIOA	2015	INCREM. 14/15
URTARRILA / ENERO	51.210	22%
OTSAILA / FEBRERO	48.302	7%
MARTXOA / MARZO	73.417	22%
APIRILA / ABRIL	89.332	7%
MAIATZA / MAYO	109.369	12%
EKAINA / JUNIO	118.710	10%
UZTAILA / JULIO	140.053	11%
ABUZTUA / AGOSTO	152.493	9%
IRAILA / SEPTIEMBRE	120.105	10%
URRIA / OCTUBRE	112.097	12%
AZAROA / NOVIEMBRE	76.267	15%
ABENDUA / DICIEMBRE	74.134	23%
TOTAL / GUZTIRA	1.165.489	12,23%

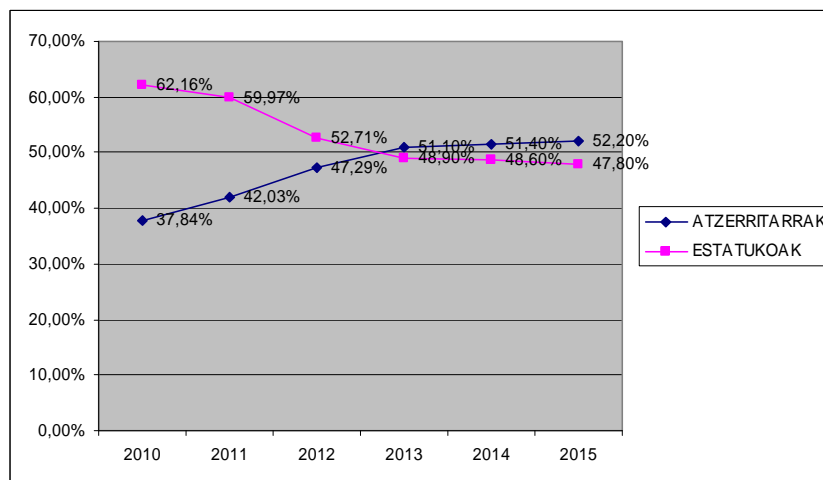
Donostia City Break turismogune gisa edo Asteburuetarako ihesaldietarako sustatzearen aldeko apustuak (Onlineko eta offlineko kanpainak ihesaldi kulturalak, gastronomikoak, kiroltakoak eta abar sustatzeko) ere arrakasta nabarmena izan du, lan-egunetik asteburuetarako okupazioa nabarmen ugartu baita.

Donostiako okupazio maila logela, hilabete eta asteko egunen arabera:

2015 hilabetea	Okupazio maila logelako		
	Guztira	Lanegunak	Asteburua
Urtarrila	40,5	36,2	49,7
Otsaila	46,0	39,3	62,8
Martxoa	55,3	48,5	74,7
Apirila	65,8	60,5	80,6
Maiatza	76,8	70,3	90,5
Ekaina	85,1	83,1	90,4
Uztaila	90,2	89,5	91,9
Abuztua	93,5	92,7	95,3
Iraila	87,5	85,3	93,5
Urria	79,5	74,9	89,3
Azaroa	59,4	51,9	80,0
Abendua	53,8	52,1	58,6

TURISMOAREN NAZIOARTEKOTZEAK GORA EGITEN JARRAITZEN DU

Donostian turismoaren nazioartekotzea, Sozietatearen Gida Planean ezarritako helburuetako bat, oraindik ere ugartzen ari da, garatutako sustapen-ekintzei esker. 2013tik, nazioarteko ostatu-gauen ehuneko handiagoa da estatu mailakoena baino. Joera hori urtetik urtera igo egiten da, eta hala, 2015ean, **% 52,20 izan dira atzerritik datozen ostatu-gauak, eta % 47,80, berriz, Estatukoak.**



Estatuko ostatu-gauen kopurua % 10 igo da, eta aldiz, **atzerritik datozen ostatu-gauak, % 14.**

ESTATU BATUETAKO ETA ERRESUMA BATUKO TURISTEN IGOERA NABARMENA

NAZIOARTEKO SAILKAPENA 2015		
1	FRANTZIA	14,9%
2	ESTATU BATUAK	14,7%
3	ERRESUMA BATUA	12,7%
4	AUSTRALIA	6,3%
5	ALEMANIA	5,7%

ESTATUKO SAILKAPENA 2015		
1	MADRIL	23,40%
2	KATALUNIA	19%
3	EUSKADI	15,30%
4	ANDALUZIA	6,80%
5	BALENTZIA	6%

HAZKUNDE NABARMENAK	
Erresuma Batua	39%
EEBB	25%
Australia	18%

Deigarria da Erresuma Batuko (% +39), Estatu Batuetako (% +25) eta Australiako (% +18) turisten igoera, aurreko urtearekiko nabarmen handitu baitira, bereziki gainerako herrialdeetako batez besteko hazkundearekin konparatuz gero (% +13).

Donostian ostatu-gau kopuru osoaren inguruan, top 3 oso berdinduta dago: Frantzia (turista guztien % 14,9 frantsesak dira), Estatu Batuak (% 14,7) eta Erresuma Batua (% 12,7), eta jarraian, Australia (% 6,3) eta Alemania (% 5,7).

DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA

OSTATU-GAUAK DONOSTIA/ SAN SEBASTIÁN	Estado	504498	559120	%11
	Extranjero	533661	608429	%14
OSTATU-GAUAK GIPUZKOAKO BESTE HERRIALDEAK	Estado	560069	585190	%4
	Extranjero	223594	239648	%7

Donostian nazioarteko ostatu-gauen igoerak bikoiztu egiten du Gipuzkoako lurraldearen gainerako zifra (% 14 Donostian eta % 7 Gipuzkoan). Estatuko turisten igoera ere altuagoa da hiriburuan (% 11 Donostian, eta % 4 lurraldearen gainerako zatian). Donostia, beraz, hiri eragile gisa sendotu da Gipuzkoara turismoa erakartzeko garaian.

HAZKUNDEA UDATIK KANPO			
	URTEA	GUZTIRA	%
Sarrera kopurua (uztaila eta abuztua izan ezik)	2012	375380	3,30%
	2013	384483	2,40%
	2014	409741	6,60%
	2015	454543	10,93%

IGOERA DONOSTIA TURISMOKO BEREZKO PRODUKTUEN SALMETAN

% +5 BISITARI DONOSTIAKO TURISMO BULEGOAN

Turistari arreta emateko jarduera urtez urte handitzen da. 2014tik 2015era, igoera % 5,09koa izan da.

OFICINA DE TURISMO DE SAN SEBASTIÁN - DONOSTIAKO TURISMO BULEGOA					
BISITARIAK GUZTIRA / TOTAL VISITANTES	2012	2013	2014	2015	% 2014-2015
URTARRILA / ENERO	4.820	4.647	5.267	6.567	%24,68
OTSAILA / FEBRERO	6.196	4.060	5.503	5.750	%4,49
MARTXOA / MARZO	11.972	14.816	9.504	10.957	%15,29
APIRILA / ABRIL	22.820	13.503	22.939	18.732	-%18,34
MAIATZA / MAYO	15.386	19.464	22.528	24.258	%7,68
EKAINA / JUNIO	25.245	21.287	27.851	26.473	-%4,95
UZTAILA / JULIO	47.735	61.695	62.312	64.056	%2,80
ABUZTUA / AGOSTO	55.259	79.938	77.009	82.268	%6,83
IRAILA / SEPTIEMBRE	35.865	30.363	36.198	37.841	%4,54
URRIA / OCTUBRE	16.897	15.511	18.639	21.691	%16,37
AZAROA / NOVIEMBRE	8.599	8.183	8.517	9.845	%15,59
ABENDUA / DICIEMBRE	7.672	7.896	9.309	12.680	%36,21
TOTAL / GUZTIRA	258.466	281.363	305.576	321.118	%5,09

+ 40,95% SAN SEBASTIÁN CARD SALMENTAN

VENTA SSCARD			
SALDUTAKO TXARTEL KOPURUA	2014	2015	% 2014-2015
URTARRILA / ENERO	70	63	-10%
OTSAILA / FEBRERO	85	60	-29%
MARTXOA / MARZO	81	157	94%
APIRILA / ABRIL	270	333	23%
MAIATZA / MAYO	240	471	96%
EKAINA / JUNIO	335	465	39%
UZTAILA / JULIO	880	1180	34%
ABUZTUA / AGOSTO	1474	1345	-9%
IRAILA/ SEPTIEMBRE	634	619	-2%
URRIA/ OCTUBRE	282	301	7%
AZAROA/ NOVIEMBRE	103	151	47%
ABENDUA/ DICIEMBRE	109	145	33%
TOTAL	4563	5290	16%
SALDUTAKO TXARTELA GUZTIRA (SSCard + Basquecard)	4563	6432	41%



BASQUECARD SALMENTA (2015eko uztailan sortutakoa)	
SALDUTAKO TXARTEL KOPURUA	2015
UZTAILA / JULIO	215
ABUZTUA / AGOSTO	385
IRAILA/ SEPTIEMBRE	280
URRIA/ OCTUBRE	162
AZAROA/ NOVIEMBRE	48
ABENDUA/ DICIEMBRE	52
TOTAL	1142

+ %35 DONOSTIA TURISMOKO BISITEN SALMENTAN

VENTA VISITAS GUIADAS SSTURISMO					
FUNTSEZKOA		PINTXOAK		ERROMANTIKOA/ KULTURALA	
DATA	Parte-hartaileak	DATA	Parte-hartaileak	DATA	Parte-hartaileak
URTARRILA	95	URTARRILA	4	URTARRILA	23
OTSAILA	47	OTSAILA	12	OTSAILA	31
MARTXOA	184	MARTXOA	11	MARTXOA	26
APIRILA	260	APIRILA	7	APIRILA	47
MAIATZA	423	MAIATZA	31	MAIATZA	56
EKAINA	490	EKAINA	57	EKAINA	36
UZTAILA	671	UZTAILA	212	UZTAILA	282
ABUZTUA	955	ABUZTUA	77	ABUZTUA	432
IRAILA	757	IRAILA	130	IRAILA	56
URRIA	254	URRIA	2	URRIA	81
AZAROA	109	AZAROA	2	AZAROA	23
ABENDUA	212	ABENDUA	5	ABENDUA	35
GUZTIRA	4457	GUZTIRA	550	GUZTIRA	1128

DONOSTIA TURISMO- BISITA GIDATUAK				
URTEA	Nº Asistentes			
	Funtsezkoa	Pintxoak	Erromantikoa/ Kulturala	TOTAL
2014	3149	592	812	4553
2015	4457	550	1128	6135
% INCR 14/15	42%	-7%	39%	35%

SAN SEBASTIAN CITY BREAK: IHESALDIAK AGORTUTA!

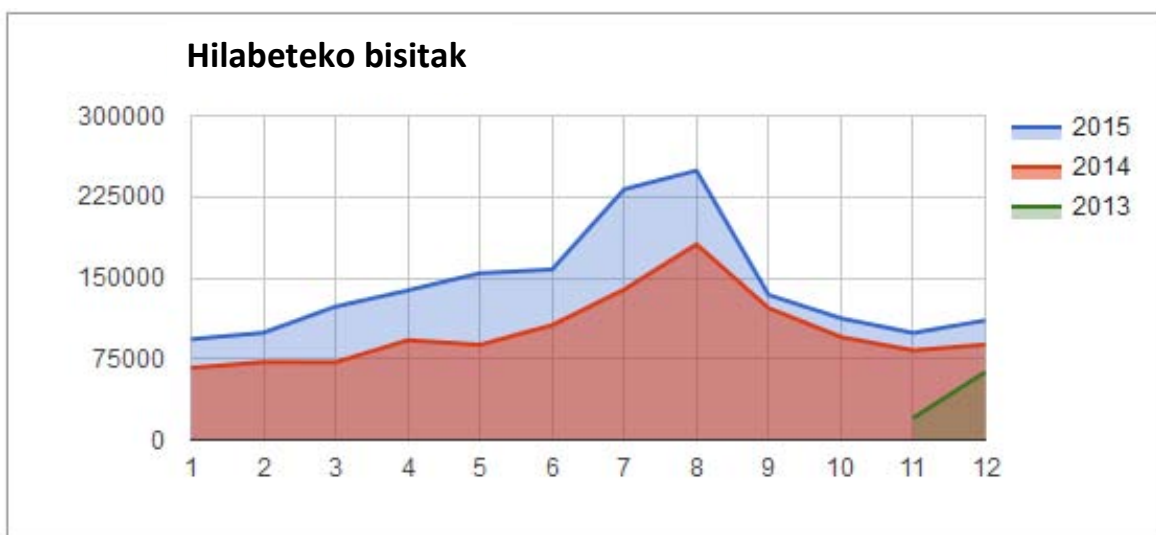
Donostia Turismoak urte osoan zehar asteburuko ihesaldiak eskaintzen ditu, turismoa urtaroen araberakoa izan ez dadin lortzeko. Ihesaldiek hiriko posizionamendu nagusi diren ardatzen inguruko esperientziak eskaintzen dituzte (gastronomia, kultura, hiri erromantikoa eta kiroletako hiria). 2015ean **309 ihesaldi** saldu dira, guztira **119.587 €-ko** balorazio ekonomikoarekin (64 erromantikoak, 30 gastronomikoak, 87 kulturalak eta 118 kiroletakoak). Zinemaldiko, Jazzaldiko, Behobia Donostiako eta Klasikako ihesaldiak **agortu** egin dira.



ESTRATEGIA ONLINE: WEB ETA SARE SOZIALETAN IGOERA

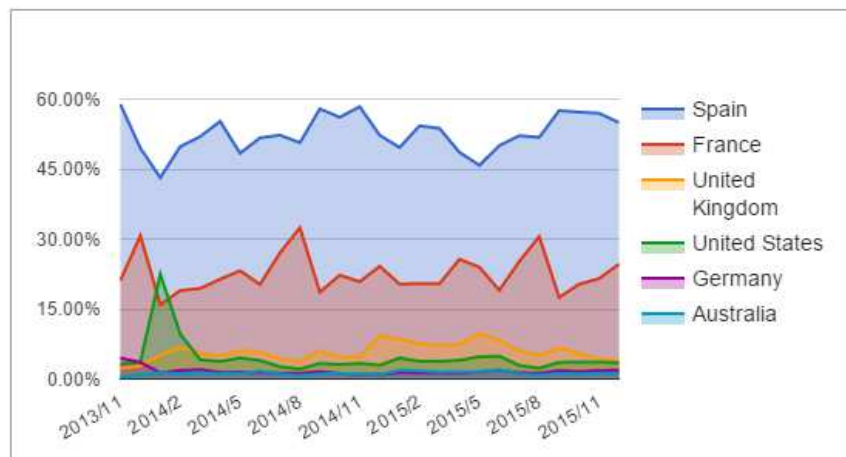
DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAU-REN WEBGUNEAK JASOTAKO BISITAK % 41 IGO DIRA.

2015. urtea **1.702.744 bisitarekin** amaitu da; 2014 urtearekiko % 41eko igoera da hori.

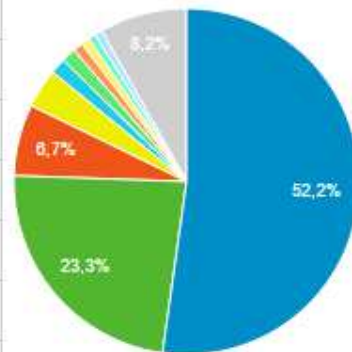


Atzerritik egindako bisitak % 47,8 dira, eta horri gehitu behar zaio Donostiako IPetatik kontsulta kopuru handia egiten dela; turista horiek, hirian bertan egonik, in situ informazioa kontsultatzeko sartzen dira webgunera.

Turista kopuruarekin gertatzen den moduan, webgunerako bisita kopuruan ere **Australia** (% +71), **Erresuma Batua** (% +66) eta **Alemania** (% +64) izan dira 2015ean gehien hazi diren herrialdeak.



1.		Spain	52,22 %
2.		France	23,32 %
3.		United Kingdom	6,67 %
4.		United States	3,66 %
5.		Germany	1,49 %
6.		Australia	1,35 %
7.		Italy	0,93 %

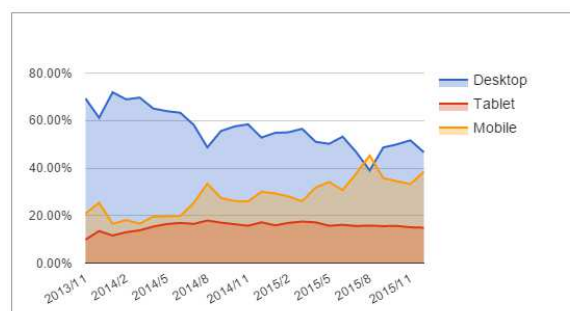


KONTSULTA KOPURU HANDIAGOA GAILU MUGIKOR ETA TABLETEN BIDEZ

Gero eta gehiago dira **gailu mugikor eta tabletetatik (% 57,28)** sartzen direnak, webgunera ordenagailu bidez sartzen direnak baino gehiago.

GAILUAK

Ordenagailua	42,73%
Mugikorra	40,72%
Tablet-a	16,56%



BISITEN ERDIA BAINO GEHIAGO BESTE HIZKUNTZA BATZUETAN EGITEN DA:

Kontsulten erdia baino gehiago beste hizkuntza batzuetan egiten da: Ingelesez eta frantsesez (% 50,43); aldiz, gaztelaniaz eta euskaraz (% 49,55). Uda-garaian, frantsesez egindako kontsultak pixka bat ugariagoak dira ingelesez egindakoak baino.

HIZKUNTZAK	EHUNEKOA
Gaztelania	49,24%
Frantsesa	25,96%
Ingelesa	24,47%
Euskara	0,31%

BISITEN BANAKETA

Webgunera egindako bisitak oso banatuta daude. Estatuan, bisitatuena agenda da (% 2), “ezin duzu galdu” atala (% 2), Aste Nagusia (% 1) eta non lo egin (% 1). Nazioartean, gehien bistatzen gaituzten herrialdeetan, gehien bisitatutako herrialdeak honako hauek dira:

Frantzian, Aste Nagusiak (% 3), “ezin duzu galdu” atalak (% 2) eta su artifizialek (% 2) jasotzen du bisita gehien.

Erresuma Batuan, bilatuena "nola iritsi" (% 6), Michelin izarrak (% 6) eta Agenda (% 2) dira.

Estatu Batuetan, Michelin izarrak (% 7), “nola iritsi” (% 5) eta hondartzak (% 2) dira interes gehienak.

Alemanian, “nola iritsi” (% 3), Michelin izarrak (% 2), “ezin duzu galdu” atala (% 2) eta jaialdiak (% 1) dira bisita gehien jasotzen duten edukiak. Michelin izarren orrialdeak dira, hain zuzen ere, bisitatutako orrialdeen % 12.

Australian, Michelin izarrak (% 7), “nola iritsi” (% 6), “ezin duzu galdu” (% 3) eta agenda (% 2) dira bisitatuenak. Michelin izarren orrialdeak dira, hain zuzen ere, bisitatutako orrialdeen % 13.

JARRAITZAILE GEHIAGO ETA ELKARREKINTZA HANDIAGOA SARE SOZIALETAN



Instagram



flickr



YouTube

SARE SOZIALA	JARRAITZAILEAK	HAZKUNDEA
Instagram	4963	+ 200%
Twitter	6667	+54%
Facebook Estatal	9062	+ 28%
Facebook Internacional	1562	+35%
SARE SOZIALA	BISITAK	HAZKUNDEA
Pinterest	3599 media mes	+150%
Flickr	56580	+35%
Youtube	128156	+200%

Donostia Turismoaren sare sozial guztietan (Instagram, Pinterest, Facebook, Flickr, Twitter, Youtube) ugaritu egin dira jarraitzaileak eta elkarrekintza. Datu batzuk nabarmentzearen, Youtuben 128.156 bideo baino gehiago bistaratu dira 2015ean, eta % 50 baino gehiago atzeritik. Instagramen jarraitzaileak hirukoiztu egin dira, 4.963 jarraitzaile izan arte.

Era berean, nazioarteko Facebookeko ingelesezko kanal berriak % 35 ugaritu ditu jarraitzaileak urtarrietik, eta euskarazko-gaztelaniazko Facebookek ere % 28 ugaritu ditu (9.062 atsegin dut lortuta). Twitter % 54 hazi da (6.667 jarraitzaile), eta Pinteresten kasuan, berriz, azken urtean % 150eko igoera izan duela nabarmendu behar da (3.499 jarraitzaile), eta bisiten % 81 atzerrikoak dira (jarraitzaile gehienak AEBkoak dira, % 15).

Azkenik, Donostiako argazkiak deskarga daitezkeen Flickrreko albumek 2015ean 56.580 bisita jaso dituzte.

OFFLINEKO ESTRATEGIA: KOMUNIKABIDEAK

100 KAZETARI BAINO GEHIAGORI ARRETA EMAN DIEGU ETA 60 ERREPORTAJE BAINO GEHIAGO ARGITARATU DIRA 2015EAN

Aurten, 100 kazetari baino gehiagori eman diegu arreta. Donostia Turismoak lehentasunezko zatitza ezarritako merkatuetakoak ziren gehienak (Estatu Batuak, Frantzia, Erresuma Batua, Alemania, Herrialde Nordikoak, Japonia...) eta press trip edo komunikabideentzat bereziki diseinatutako bidai ugari antolatu ditugu, hiriaren erakargarritasun turistikoak eta Kulturaren Europako Hiriburutza ezagutarazteko.

2015ean 60 erreportaje baino gehiago argitaratu dira hiriari buruz eta nazioarteko komunikabideei arreta eman zaie, hala nola New York Times, BBC, National Geographic, The Telegraph, The Daily Mail, The Evening Standard, The Sunday Times, Le Monde, Le Figaro, Le Nouvel Observateur, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Le Routard, Elle, TF1, Le Monde, Saveurs eta Vogue, besteak beste.

DONOSTIA, BIDAIA GIDEN TOPEAN

Gainera, nazioarteko zenbait komunikabidek Donostia 2016ean bisitatzeko hiri gisa nabarmendu dute, esaterako, FODOR bidaia-gidak (AEBn bidaia-gida garrantzitsuena denak eta ia ehun urteko izen on handiena duenak) munduko top 25en artean jartzen du (Europako 5 hiri soilik aukeratuta), Conde Nast Travelerrek, berriz, 2016an nagusituko diren hirien artean azalean nabarmendu du. Hiri gida horietako topean agertzea oso garrantzitsua da, bidaiarien erabakietan eragin handia baitute.

Fodor's Go List 2016

December 8, 2015 at 7:30:00 AM EST | Post a Comment

Facebook Twitter LinkedIn



SAN SEBASTIÁN
One of Spain's top culinary destinations is a 2016 European Capital of Culture.

At the heart of Spain's culturally unique Basque Country, San Sebastián is one of popular cities, renowned for its beautiful promenade and La Concha beach. As a city of Culture—it shares the honor with Wrocław, Poland, in 2016—it will host hundreds throughout the year that highlight dance, theater, and art. Many of these events will be new Tabakalera International Centre for Contemporary Culture, built inside a former...

Condé Nast Traveler

VIAJES

LAS CIUDADES QUE VAN A TRIUNFAR EN 2016




1 de 22 - Las ciudades que van a triunfar en 2016

Foto: Corbis. Tanto Javier Zanetti del Arsenal... No es que haya que negarse a viajar en lo que queda de año, al menos no. Sin embargo, hay una serie de urbes que están más que inquietas por lo que les va a deparar los siguientes 364 días. Y es que 2016 será su año, o al menos será una nueva y muy diferente iniciativa que buscan cambiar el paso a añadir una etiqueta más a sus sellos más clásicos. Aquí comienza un viaje al futuro próximo con solo un deseo: que las nominaciones sean realidades y que las iniciativas se conviertan en realidad.

SAVEURS

San Sebastián
La perle basque


Comment ne pas tomber amoureux de cette ville lovée dans l'écrin de sa baie? À sa beauté s'ajoute un goût infini pour la gastronomie et la convivialité.



San Sebastián

CIUDAD COMPLETA

Point de vue des mers, un cap de la ville et de l'Espagne en 2016, le bâtiment central n'est pas un toit qui n'est pas à la capitale ou à la capitale.



美食之城：聖塞巴斯提安

聖塞巴斯提安 (San Sebastián) 是個面積60平方公里，人口18萬的城市，卻是全球每平方公里最多米其林餐廳的地方，堪稱星光閃耀。根據2015年米其林評鑑，有六家米其林一星餐廳，一家米其林兩星餐廳和三家米其林三星餐廳。這三家三星餐廳分別是主廚阿札克 (Juan Mari Arzak) 的Arzak餐廳、主廚蘇比哈納 (Pedro Subijana) 的Akelarre餐廳，和主廚貝拉薩特吉 (Martín Berasategui) 的Martín Berasategui餐廳；其中貝拉薩特吉是米其林七星主廚，他在巴塞隆納開的Lasarte餐廳有米其林兩星，在特內里費 (Tenerife) 開的M.B餐廳也有米其林兩星。



KURIER Lifestyle

Kulturhauptstädte mit Geschichte



Viel Kunst, Kultur und Theater: Was die Kulturhauptstädte San Sebastián und Breslau 2016 bieten. Mehr als 60 Veranstaltungen verwandeln ab dem 23. Jänner das spanische San Sebastián (Donostia) in eine Festhochburg. Für die Gestaltung des Programms der Europäischen Kulturhauptstadt 2016 waren drei Leitmotive relevant: Zusammenleben, Bürgerbeteiligung und alternative Formen, Kultur zu erleben.



the guardian

Get Basque to basics

A new cookery school is the latest addition to San Sebastián's culinary scene. By Anjel O'Riordan



Spain's gastronomic scene is a hotbed of innovation and creativity. In San Sebastián, the capital of the Basque Country, the scene is particularly vibrant. A new cookery school, the latest addition to the city's culinary scene, is set to open its doors in the heart of the city. The school, run by chef Anjel O'Riordan, will offer a range of courses for both beginners and experienced cooks. The courses will cover everything from traditional Basque recipes to modern techniques and ingredients. The school is a testament to the city's commitment to excellence in its culinary arts.

The ESCAPIST

ARTISTIC MERIT

Spain's gastronomic scene is a hotbed of innovation and creativity. In San Sebastián, the capital of the Basque Country, the scene is particularly vibrant. A new cookery school, the latest addition to the city's culinary scene, is set to open its doors in the heart of the city. The school, run by chef Anjel O'Riordan, will offer a range of courses for both beginners and experienced cooks. The courses will cover everything from traditional Basque recipes to modern techniques and ingredients. The school is a testament to the city's commitment to excellence in its culinary arts.



PRESS TRIP EDO PRENTSA BIDIAK ETA KAZETARIEI ARRETA EMATEA TURISMOGUNEA SUSTATZEKO:

Komunikabideak	HERRIALDEA
Rhein Zeitung	Alemania
Dusseldorfer Anzeiger	Alemania
Westdeutsche Allgemeine	Alemania
Westdeutscher Rundfunk	Alemania
Connoisseur Circle	Alemania
Haessischer Rundfunk	Alemania
Heilbronner Stimme	Alemania
Nurnberger Nachrichten	Alemania
Passauer Neue Presse	Alemania
Le Routard	Frantzia
Svenska	Suedia
Agencia alemana noticias DPA	Alemania
Ibilka	Frantzia
Film Colossus	EEBB
Television japonesa BS 11 / Canal satélite Nippon	Japonia
The Independent/ The Evening Standard	Erresuma Batua
Victoire (periódico Le Soir)	Bélgica
Hola Viajes	Espainia
Diario Nacional holandés NRC Handelsblad	Holanda
Channel New Asia	Singapur
The Scotsman and Scotland on Sunday	Escozia
Revista cultural Fonstret ("The Window")	Suedia
Corriere de la Sera	Italia
A Perfect Guide and Galore Taste and Travel	Suedia
DB Mobil	Alemania
Taste and Travel	EEBB/ Canada
Sonntagszeitung	Suiza
10best.com	EEBB
USA Today	EEBB
AAA Magazine	EEBB
Hotel, Restaurant & Reiseliv + Vi over60'	Norvegia
Blog- www.livesharetravel.com	Erresuma Batua
Blog- www.insidethetravellab.com	Erresuma Batua
Blog- www.eatlikeagirl	Erresuma Batua
Blog- www.timetravelturtle.com	Erresuma Batua



Blog- www.bordersofadventure.com	Erresuma Batua
Blog- www.budgettraveller.org	Erresuma Batua
ZIN- Revista Seniors Viaje	Holanda
El País- Viajero	Espainia
Le Parisien	Frantzia
Die Tageszeitung	Alemania
Guía Michelin- Vídeo	Espainia
Bradt Guide to the Basque Country	Nazioartekoa
Gente	Italia
Corriere de la Sera	Italia
Suddissimo	Frantzia
Carnet de Notes	Italia
The Guardian/ The Observer	Erresuma Batua
Conde Nast Traveller	Erresuma Batua
Reise-mit-rolli.de	Alemania
stjacquesdecompostelle.fr	Frantzia
Spend In Magazine	Espainia
Lufthansa Magazine	Alemania
Marin Magazine	EBB
National Geographic Traveler	Holanda
Le Figaro	Frantzia
Sky Publishing Guides Hong Kong	Hong Kong
Libelle Lekker	Belgica
Pasar	Belgica
AS Magazine	Belgica
Viajamos Contigo- Revista Carrefour	Espainia
ELLE decoration	Alemania
Travel Magazine	Finlandia
Marie Claire Brasil	Brasil
Etre Handicap	Frantzia
Revista l'Express	Frantzia
Ethnos Newspaper + Travel Book	Grezia
Le Novel Observateur	Frantzia
El Nuevo Día	Hegoamerika
El Panama América	Hegoamerika
Blog- www.laurenjadehill.com	Nazioartekoa
Guide du Pays Basque	Frantzia
Niche	Canada
Athome	Canada
Sud Ouest	Frantzia
Lonely Planet Traveller	Alemania
FDI. Investment Magazine	Nazioartekoa
Damernas Varld	Suedia

Timberland Lifestyle Blog	Erresuma Batua
Mundo Inédito (CEAV)	Espainia
Revista Buenos Viajes	Argentina
Fairfax media	Australia
Revista Unique (Starwood Hotels)	Nazioartekoa
DOTnews	Arabiar Emirerri Batuak
Guía Turismo Accesible "Puedo Viajar"	Espainia
La Vanguardia Digital	Espainia
Viajarconhijos.wordpress.com	Espainia
Textetage	Alemania
Inmediate Media	Erresuma Batua
Primera Travel	Erresuma Batua
Discover Media	Erresuma Batua
Sauveurs	Frantzia
The Culinary Travel Guide	Nazioartekoa
Epicure magazine	Singapur
Dagens Nyheter	Estocolmo
NIDO Magazine	Alemania
Vogue Brasil	Alemania
Wilhelmshavener Zeitung	Alemania
Bitburger-Badminton-Open (Magazine)	Alemania
Wilhelmshavener Zeitung (News paper)	Alemania
The Telegraph	Holanda
Epoch Taste	Nazioartekoa
La Panera	Txile

FAM TRIP EDO AGENTEEN BIDAIK TURISMOGUNEA SUSTATZEKO:

OTSAILA

FAM-TRIP GRUPO SKÄNE

Pertsona kopurua: 10

Antolatzailea: Connect Scandivavia, Basque Travel Anders Denne

MARTXOA

FAM-TRIP KUONI

Pertsona kopurua: 6

Antolatzailea: Bilbao Paso a Paso

APIRILA

FAM-TRIP SMG

Pertsona kopurua: 36

Antolatzailea: SMG

FAM-TRIP MIKAMI TRAVEL JAPÓN

Pertsona kopurua: 10

Antolatzailea: Bilbao Paso a Paso

FAM TRIP CADENA SILKEN

Pertsona kopurua: 6

Antolatzailea: Basquetour

MAIATZA

FAM-TRIP AGENTE ERRUSIAREKIN

Pertsona kopurua: 12

Antolatzailea: STOP

EKAINA

FAM-TRIP MIKI TRAVEL

Pertsona kopurua: 12 bidaia-agente + 1 gida

Antolatzailea: Bilbao Paso a Paso

FAM-TRIP AGENTE ALEMANEKIN

Pertsona kopurua: 11

Antolatzailea: Basquetour

FAM-TRIP KRIKER HOLIDAYS

Pertsona kopurua: 13

Antolatzailea: Basquetour

ABUZTUA

FAM-TRIP AGENTE ERRUSIARREKIN (Chicolade)

Pertsona kopurua: 5

Antolatzailea: STOP

IRAILA

FAM-TRIP AGENTE ALEMANEKIN

Pertsona kopurua: 15

Antolatzailea: Jone Karres

FAM-TRIP ICCA SECTOR VENUES BUSINESS WOKSHOP

Pertsona kopurua: 21

Antolatzailea: ICCA + KURSAAL

URRIA

JACADA TRAVEL

Pertsona kopurua: 20

Antolatzailea: Basquetour eta Jacada Travel

FAM TRIP AMERICAN EXPRESS-Munich

Pertsona kopurua: 7

Antolatzailea: Lufthansa

FAM TRIP JAPÓN

Pertsona kopurua: 10

Antolatzailea: Basquetour

MEET BASQUE COUNTRY

Pertsona kopurua: 58

Antolatzailea: Basquetour

KUONI INDONESIA

Pertsona kopurua: 14

Antolatzailea: Kuoni-ko salmenta-bulegoa Jakartan, ETIHAD aire-konpainiarekin lankidetzan.

FAMTRIP SOIT-AGENTE POLONIAARREKIN

Pertsona kopurua: 8

Antolatzailea: Basquetour

AZAROA

FAM VALESA

Pertsona kopurua: 9

Antolatzailea: Valesa Cultural

FAM BOMBAY

Pertsona kopurua: 10

AZOKAK, WORKSHOPAK ETA AISIARI BURUZKO AURKEZPENAK

URTARRILA

28 – 1/02 FITUR (Madrid)

MARTXOA

4 – 8 ITB Berlín

6 – 8 SALON DU TOURISME (Toulouse)

13 – 15 SEVATUR (Donostia / San Sebastián)

14 – 15 RUNNING (Barcelona) – ExpoSports-

26 – 28 RUNNING (Madrid) – Media Maratón-

APIRILA

17-19 BTravel (Bartzelona)

MAIATZA

8 – 10 EXPOVACACIONES (Barakaldo)

18-20 DESTINOS EUSKADI (Zaragoza)

EKAINA

3-6 Annual Conference and General Assembly ECM (Turin)

9-11 Jornada de promoción y comercialización de Euskadi (Zurich)

URRIA

16 Workshop Meet Basque Country (Bilbo)

AZAROA

2- 5 WORLD TRAVEL MARKET (Londres)

15-17 Work Shop –Jornadas Turespaña- Napa Valley- (California-
USA)

Turismo Cultural y Gastronómico

20-22 SO GOOD (Burdeos)

INTUR (Valladolid)

DICIEMBRE

9-12 Connections (Portugal-Lisboa/Faro)

BILEREN TURISMOA EDO MICE: KONGRESUEN KOPURUAK GORA EGIN DU

Urtetik urtera, Negozioen turismoa edo MICE gora egiten ari da Donostian, eta turismoa urtaro guztietara zabaltzen ari da. 2015ean, bileren turismoarekin erlazionatutako 124 ekitaldi antolatu dira (kongresuak, konbentzioak, jardunaldiak...), aurreko urtean baino 24 gehiago. 2015ean, kongresuetako eta bileretako parte-hartzaileen kopurua 27.705etik **33.616**ra igo da (**% +21,33**). 2014tik 2015era, Donostian gaua igarotzen duten pertsonen kopuruak ere gora egin du, 61.878tik **75.668**ra (**% +22,28**).

BILEREN TURISMOA		GUZTIRA
		URTEA
Parte- hartzaile kopurua	2014	27.705
	2015	33.614
Parte-hartzaile kopurua + kongresu egunak	2014	61.878
	2015	75668
Ekitaldi kopurua (Kongresuak, konbentzioak, jardunaldiak)	2014	107
	2015	124

Interesgarria da Euskadiko kongresuetara etortzen diren pertsonen egindako balorazioa. Ibilturrek emandako datuen arabera (2014), **Donostiak lortu du satisfazio-mailarik handiena: 5 puntutatik, 4,9**; ondoren, Bilbok (4,8); eta, azkenik, Gasteizek (4,2). Nolanahi ere, hirurek nota ona lortu dute.

2015ean Donostian antolatutako Kongresu eta Ekitaldien artean, honako hauek nabari dira:

- Espainiako Geriatria eta Gerontologia Elkartearen (SEGG) Kongresu Nazionala (2000 pax/ 3 egun)

- Espainiako Medikuntza Intentsiboaren, Kritikoaren eta Unitate Koronarioen Elkartearen (SEMICYUC) 50. Kongresua (1800 pax, 4 egun)
- PSI-K CONFERENCE (1000 pax, 4 egun)
- EGOR 2015, European Golden Oldies Rugby Tournament (1500 pax, 4 egun)

Leku hauetan antolatu dira kongresu gehien (ordenan eman ditugu): Kursaalean (36), Miramar Jauregian (16), Hoteletan (16), Unibertsitateetan (13), Gipuzkoako Zientzia eta Teknologia Parkean (6), Basque Culinary Centerrean (5), Merkataritza Ganberan (4), Ficoban (4), Olarainen (3), Museoetan (2), Antzokian (1) eta beste leku batzuetan (18).

Kongresu horietako asko turismoaren **goi-denboralditik** kanpo egin dira. Kongresu guztien % 78 urtarrietik maiatzera eta irailetik azarora bitartean egiten dira.

Bestalde, **Enbaxadore** proiektuak, Kursaalarekin elkarlanean egindako programak, gero eta indar handiagoa du. Programa horrek kongresuen antolakuntzan modu proaktiboan lan egiten duten profesional asko saritzen ditu.

2015ean, Donostia Turismo & Convention Bureau-k **23 hautagai-zerrenda** aurkeztu ditu, aurreko ekitaldian (29) baino gutxixeago.

DONOSTIAN ANTOLATUTAKO PIZGARRI-BIDAIK ETA AZOKAK

Bestalde, Donostia Turismo & Convention Bureau-k beste bi sustapen-tresna sortu ditu aurten: alde batetik, enpresei eta agenteei zuzendutako **bideo** bat, oso harrera ona izan duena, eta Donostia Kongresu Hiri gisa sustatzeko giltza izango dena; eta, bestetik, **pizgarrien gida** bat, horrelako bilerek azken urtean izan duten gorakada ikusirik. 2015ean, **26 pizgarri-bidaia antolatu dira**, eta 944 pertsonak parte hartu dute horietan.



Halaber, gurera **169.473** pertsona erakarri dituzten **24 azoka** antolatu dira.

DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAU-K AZOKETAN ETA WORKSHOPETAN IZANDAKO PARTE-HARTZEA

MICekin lotutako **34 nazioarteko azoka eta workshopetan** parte hartu dugu, Donostia ekitaldiak eta bilerak antolatzeko helmuga estrategiko gisa ezagutarazteko. Convention Bureau-k honako azoka hauetan parte hartu du:

OTSAILA

05-07 CONFEC Red (Monaco)

24-26 JARDUNALDI ZUZENA "MASTER MEETING" (Zurich, Stuttgart y Frankfurt)

MARTXOA

9-10 SPAIN CONVENTION BUREAU Asanblea(Oviedo)

APIRILA

15-16 SO EVÈNEMENT (Biarritz)

EKAINA

3 Promozio eta merkaturatze jardunaldi - Euskadi (Bruselas)

4 Mice Jardunaldia(Paris)

Ekainak 29 – uztailak 3 Meeting & Incentive FORUM 2015 (Edimburgo)

UZTAILA

7 – 9 THE MEETING SHOW (Londres)

ABUZTUA

30 agosto-3 sept Meeting & Incentive FORUM 2015 (ST Petersburg-USA).

URRIA

16 Workshop Meet Basque Country (Bilbao)

19-23 Meeting & Incentive FORUM (Malta)

25-27 Iberian Mice Forum (Portugal-Cascais/Lisboa)

NOVIEMBRE

17-19 IBTM (Bartzelona)

26 Spain Convention Bureau aurkezpena(Milan)

HELMUGA TURISTIKOAREN KUDEAKETA

Hiria *top* helmuga gisa ezagutarazteko, estatu-mailan eta nazioartean sustatzeaz gain, ezinbestekoa da hiria bera eta hango agente turistikoak turistak jasotzeko prest egotea. Horretarako, Donostia Turismo & Convention Bureau lanean aritu da bai enpresen lehiakortasuna hobetzeko, bai helmugaren kalitate eta sormen bikainak hautemanarazteko. 2015ean, honako ekintza hauek bultzatu dira Donostian:

DONOSTIA TURISMOAREKIN ELKARTUTAKO ESTABLEZIMENDUAK. BAZKIDEEN EKINTZA-PLANA: TALDEA SENDOTZEN.

2015ean, beste 19 establezimenduk Donostia Turismoarekin bat egin dute, eta establezimendu elkartuen kopurua 279tik **298**ra igo da.

“Taldea sendotzen” ekintza-planak Donostia Turismoa elkarteko bazkideengan talde-kontzientzia sortzea eta, horiekin batera, helmuga hobetzeko hainbat plan lantzea du helburu.

2015eko Gabonetan bisitariei harrera hobea egitea, horixe da planaren helburua.

Hauxe da helburu nagusia: Udaleko turismo-erakundeak eta 280tik gora enpresa elkartuk indarrak batzea, besteak beste, Gabonetan hirira datozen turistak hartzeko plana hobetze aldera, kontuan izanda Gabonetan gero eta bisitari gehiago datozela.

2015ean, hainbat lan-bilera antolatu dira, Donostia Gabonetako turismo-helmuga gisa sustatzeko zenbait ideia eta ekarpen mahai-gaineratzeko. Guztiok batera eta epe luzera lan egiteko asmoa dugu, tokiko agenteek (ostalariek, dendariak,

agentziek eta turismoaren sektorearekin zuzenean lotutako enpresek) turisten beharrei hobeto erantzuteko, eta zerbitzu hobea egiteko.

Egindako jardunaldiak:

LEKUA	DATA	PARTE-HARTZAILEAK	
		ENPRESAK	PERTSONAK
IGELDO MENDIA	2015/04/14	34	38
	2015/05/16	21	23
AQUARIUMA	2015/05/13	25	25
SAN TELMO	2015/05/27	18	22
ALBAOLA	2015/10/21	34	41
BERTARATUTAKOAK, GUZTIRA		132	149

Proiektuak eta ekintzak

Aquariumean, San Telmon eta Albaolan antolatutako lan-jardunaldietan egindako talde-lanean oinarrituta, honako lantalde eta Hobetzeko Proiektu hauek eratu ziren:

Komunikazioa proiektua

Ekintza honek bazkideak kontzientziaztea eta Donostiako Gabonetan parte har dezaten bultzatzea du helburu, Gabonetako kanpainari hasiera emateko ekitaldi entzutetsu baten bitartez. Horretarako, Izar Biziduna sortu zen, Donostia Turismoa erakundeko Establezimendu Elkartuen eta Festak-en laguntzaz.



Gabonetako Ibilbidea Proiektua:

Proiektua dendek ezarritako Gabonetako apaingarriak balioestean datza, Gabonetako egitarauaren barnean, ibilaldi bat proposatuz. Zentzu horretan, SShops Donostiaren Erakusleihu Lehiaketan kategoría bat sortu da, eta dekorazio berezia prestatu zuten dendak Donostia Turismoak argitaratutako gidan bildu dira.

Azoka Tradizionala Proiektua: Sagardo Apurua

Gabonetako Azoka Tradizionala sustatu dugu, Santo Tomas, azoka gastronomikoak, etab. luzatze aldera. Sagardo Apurua erabili dugu, horixe indartu, eta bazkideak bultzatu ditugu harekin erlazionatutako beste ekintza batzuk proposa ditzaten (artisautza-azokak, Behemendi produktuen azokak, etab.)

Musika Proiektua

Hiriari giro polita eta kolore pixka bat emateko, Donostiako zenbait abestaldeak kontzertuak eman dituzte Gipuzkoa Plazan.

2016EKO HARRERA PLANA

2016 Harrera Planaren testuinguruan garatutako Prestakuntza Plan presentzialaren helburua da bertako sektore ugariak eta herritarrek bisitatzeko gaituztenei egindako harrera hobetzea, bereziki, Europako Kultura Hiriburutzara parte hartzerako etorriko direnena, eta baliabide horiek hiriaren ondare gisa irautea eta bertan bizi garen egunerokoa erraztea.

2016 Harrera Planaren testuinguruan, herritarrei eta ostalaritzako, ostaluetako, zerbitzu publikoetako, garraioko eta aisialdi-eremuetako profesionalei bideratutako prestakuntza presentziala eskaini zaie.



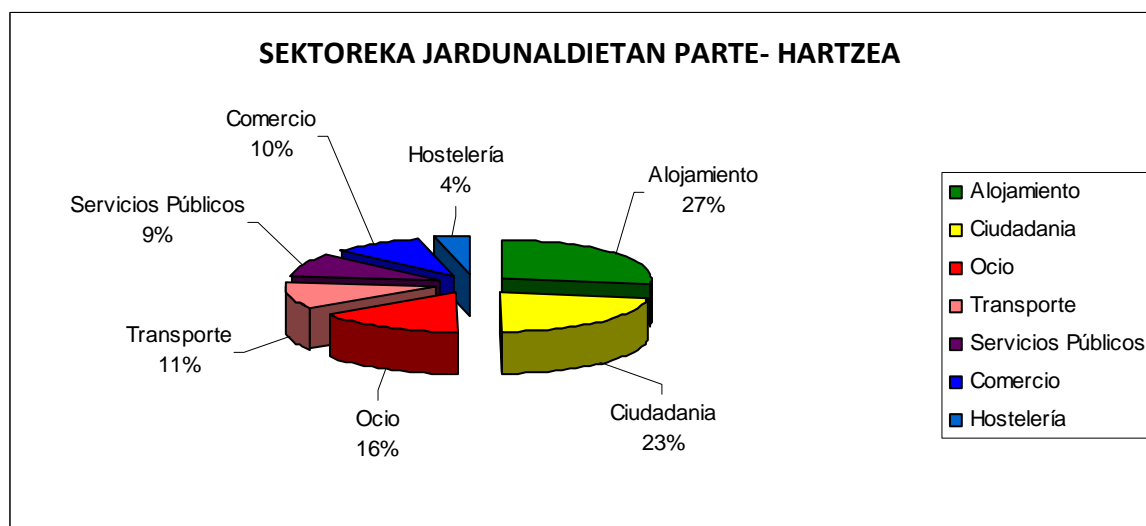
Harrera Planaren aurkezpena, Ekitaldi Aretoa, Donostiako Udala.

Zeharkako 14 prestakuntza-jardunaldi egin dira, erdiak euskaraz eta beste erdiak gaztelaniaz. Jardunaldi horietan, bezeroarekiko arreta, kexen kudeaketa, turismogunearen ezagutza, kulturaren hiriburutza proiektua eta abar landu dituzte, eta Aquariumean, Miramar Jauregian, Cristina Eneako Ingurumen Baliabideen Zentroan, San Telmon eta 2016

Espazioan izan dira. Jardunaldi horietako babes-material gisa, Harrera Gidaliburu batzuk prestatu genituen, sektoreka bereizita (ostalaritza, merkataritza, zerbitzu publikoak, ostataua, garraioa eta aisialdi-eremuak), modu erraz eta atseginean transmititzen dituzte, formatu arin eta zuzenean, bezeroaren arretaren arrakastako gakoak, aniztasun funtzionala ere zeharka landuz, ingurumen-jarrera eta abar.

JARDUNALDIA	LEKUA	DATA
HARRERA PLANAREN AURKEZPENA	DONOSTIAKO UDALA	2015/10/07
BEZEROEN ARRETARAKO OINARRIZKO ARAUAK	DONOSTIAKO AQUARIUMA	2015/10/20
KEXAK AUKERA NOLA BIHURTU	Miramar jauregia	2015/10/22
BEZERO ZAILEN KUDEAKETA	CRISTINA ENEAKO INGURUMEN BALIABIDEEN ZENTROA	2015/10/27
AHOZKO ETA AHOZKOA EZ DEN KOMUNIKAZIOA	San Telmo Museoa	2015/10/28
NAZIOARTEKO BISITARIAREN ARRETA	SAN TELMO MUSEOA	2015/11/02
EZAGUTU ZURE HIRIA. EZAGUTU DONOSTIA	DONOSTIAKO AQUARIUMA	2015/11/05
PRESTAKUNTZA "HERRITARRAK"	2016 ESPAZIOA	2015/11/10
Errep. Bezero zailen kudeaketa	PUNTO DENDA	2015/11/16
Errep. Nazioarteko bisitariaren arreta	AQUARIUMA	2015/11/23
Errep. Kexak aukera nola bihurtu	AIETE JAUREGIA	2015/11/23
Errep. Ezagutu zure hiria. Ezagutu Donostia	AIETE JAUREGIA	2015/11/24

JARDUNALDIAK	PARTE-HARTZAILEAK	ASEBETETZEA
Harrera Planaren aurkezpena	105	
1. jardunaldia Bezeroen arretarako oinarritzko arauak	24	4,57
1. jardunaldia Bezeroen arretarako oinarritzko arauak	4	5,00
2. jardunaldia Kexak aukera nola bihurtu	26	4,12
2. jardunaldia Kexak aukera nola bihurtu	12	4,50
3. jardunaldia Bezero zailen kudeaketa	24	4,57
3. jardunaldia Bezero zailen kudeaketa	6	4,50
4. jardunaldia Ahozko eta ahozkoa ez den komunikazioa	29	4,62
4. jardunaldia Ahozko eta ahozkoa ez den komunikazioa	9	4,00
5. jardunaldia Nazioarteko bisitariaren arreta	26	3,92
5. jardunaldia Nazioarteko bisitariaren arreta	9	4,00
6. jardunaldia Ezagutu zure hiria.	19	4,56
6. jardunaldia Ezagutu zure hiria.	12	4,77
7. jardunaldia Herritarren prestakuntza	22	4,10
8. jardunaldia Errep. Bezero zailen kudeaketa	17	4,19
9. jardunaldia Errep. Nazioarteko bisitariaren arreta	42	4,37
10. jardunaldia Errep. Kexak aukera nola bihurtu	9	4,50
11. jardunaldia Errep. Ezagutu zure hiria.	18	4,44
GUZTIRA	412	4,39



DONOSTIA, "TURISMOGUNEAREN HOBEKUNTZA PROIEKTU ONENAREN" SICTED SARIA



SICTED proiektuaren (turismoguneen kalitatea hobetzeko proiektua) testuinguruan, 2 prestakuntza-jardunaldi egin dira eta **45 enpresarekin** etengabeko lana. Guztiek pasatu zuten kanpo-ebaluazioa ondo eta Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoa mantendu dute.

50 ATI'S Asistentzia Tekniko Indibidualizatu egin dira. SICTED programaren edukiak sendotzeko eta garatzeko eta parte hartutako negozioen lehiakortasuna hobetzeko lana bideratzeko egin ditugu.

SICTED SARIAK:

SICTED sarien xedea turismoguneek, SICTED kudeatzaileek eta enpresa-elkarteek turismoaren kalitatearen alorrean eta bereziki turismoaren kalitatearekin duten konpromisoaren alorrean egindako ahalegina aitortzea da.

2015ean, Donostiak SICTEDek turismogunea hobetzeko proiektu onenari ematen dion sarian 1. finalista izatearen saria lortu du. Hala, turismogunearen hobekuntza-taldeekin garatuta eta adostuta, turismogunearen kalitate osoa hobetzeko taldeko ekimena lortu izana aitortu zaio.

IKT-EN ERABILERA KO JARDUNBIDE EGOKIEN PROGRAMA

IKTen erabileran Jardunbide Egokiak bultzatzeko proiektuaren barruan, prestakuntza-jardunaldi bat egin da, Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologien erabilera

hobetzeko programa batekin eta Jardunbide Egoki horiek hobetzeko eta ezartzeko 16 enpresarekin etengabeko lanarekin.

Horrez gain, pertsonalizatutako hobekuntza-planean gomendatutako Jardunbide Egokien ezarpenerako **38 laguntza-bisita** egin dira.

Otsailaren 25ean, Donostia Turismoa&Convention Bureau Eusko Jaurlaritzak Gasteizko Jardines de Uleta Hotelean antolatutako Kalitate eta Berrikuntza Programen aitopene-ekitaldian izan zen. Bertan, Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoaren Diplomak (SICTED) eta/edo IKTen erabileran Jardunbide Egokien Programan parte hartzearen eta maila gaitzaren Diploma-ziurtagiriak eman zituzten.

BARNE KALITATEA: KALITATEAREN Q



2015eko otsailaren 12an kalitatearen Q sistemaren auditoretza egin zen, OITen JARRAIPENeko 2. auditoria, hain zuzen ere. Gaitzitu egin zen eta, beraz, Espainiako Turismo Kalitatearen Institutuak (**ICTE**) emandako kalitatearen ziurtagiria eta turismo-entresen zerbitzua, instalazioak eta kudeaketa ziurtatzen dituen kalitate-zigilua **berritu dira**. Turismoaren sektoreko ziurtagiri garrantzitsuena da eta ospe handia ematen dio jasotzen duen erakundeari.