



DONO STIA SAN SEBAS TIAN

2017ko Memoria

AURKIBIDEA

| | |
|--|-----------|
| 1. SARRERA | 5 |
| 2. TURISMOGUNEKO BALANTZE TURISTIKOA | 6 |
| 2.1. OSTATU-GAUEN EBOLUZIOA | 6 |
| 2.2. OKUPAZIO MAILA DONOSTIAN | 8 |
| 2.3. MICE EKITALDIEN BILAKAERA (KONGRESUAK, KONBENTZIOAK, PIZGARRIAK) | 9 |
| 2.4. HELMUGA NAZIOARTEKOTZEA | 10 |
| 2.5. DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA | 11 |
| 2.6. HIRIRA HELTZeko GARRAIOBIDEAK | 11 |
| 2.7. EGUNGO TURISTAREN TIPOLOGIA ETA PROFILA (TIPOLOGIARI ETA PROFILARI BURUZKO DATAKEY TXOSTENA) | 12 |
| 2.8. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN ETA NAZIOARTEKO SAILKAPENEAN | 14 |
| 3. ANTOLAKUNTZA EGITURA | 17 |
| 3.1. ADMINISTRAZIO KONTSEILUA | 17 |
| 3.2. KONSULTARAKO KONTSEILUA | 17 |
| 3.3. KIDEAK DIREN ESTABLEZIMENDUAK | 18 |
| 4. BALANTZE EKONOMIKOA | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 5. SAN SEBASTIÁN TURISMO SA SOZIEATEAREN JARDUERAK | 23 |
| 5.1. MARKETINA ETA KOMUNIKAZIOA | 23 |
| 5.1.1. KANPO-SUSTAPENA | 23 |
| 5.1.1.1. Publizitate-kanpainak | 24 |
| 5.1.1.2. Webgunea eta sare sozialak | 27 |
| 5.1.1.3. Press trip-ak edo prentsa-bidaia | 35 |
| 5.1.2. TOKIKOEI BIDERATUTAKO KOMUNIKAZIOA | 36 |
| 5.2. MICE TURISMOA | 37 |
| 5.2.1. TOKIKO EKINTZAK | 37 |
| 5.2.1.1. Aurkeztutako hautagaitzak | 37 |
| 5.2.1.2. Enbaxadore Programa | 38 |
| 5.2.2. BERTAN ETA NAZIOARTEAN EGINIKO EKINTZAK | 39 |
| 5.2.2.1. Azokak eta workshopak | 39 |
| 5.2.2.2. Fam trips, ikuskapen-bidaia eta merkaturatzeari lotutako bisitak | 40 |
| 5.2.2.3. Ekintza bereziak | 41 |
| 5.2.2.4. Argitalpen espezifikoak | 41 |
| 5.3. AISIALDIKO TURISMOA | 43 |
| 5.3.1. PRODUKTU TURISTIKOAK | 44 |
| 5.3.1.1. City Break/ lhesaldiak | 44 |
| 5.3.1.2. Zerbitzuen salmenta | 45 |
| 5.3.2. BISITARIENTZAKO ARRETA | 49 |
| 5.3.3. AZOKAK ETA WORKSHOPAK | 50 |
| 5.3.4. FAM TRIPS | 51 |
| 5.3.5. ARGITARATZEAK | 51 |
| 5.4. TURISMOGUNEAREN KUDEAKETA | 55 |
| 5.4.1. SEKTOREAREKIN EGINDAKO JARDUERAK | 55 |
| 5.4.2. TURISMO ARLOKO IRAUNKORTASUNA | 58 |
| 5.4.2.1. Erabilera turistikoko etxebizitzak antolatzeko eta kontrolatzeko jarduerak | 58 |
| 5.4.2.2. Irisgarritasuna (aniztasun funtzionala) | 58 |
| 5.4.2.3. Azpiegiturak (mugikortasuna/irisgarritasuna/seinaleak) hobetzeko jarduerak | 59 |
| 5.4.2.4. Gobernantzari lotutako jarduerak | 59 |
| 5.4.3. TURISMOGUNEKO INKESTA. ASEBETETZE-INDIZEA | 60 |
| 6. SARIAK ETA AITORPENAK | 61 |
| 6.1. KALITATE TURISTIKOKO ZIURTAGIRIA | 61 |
| 6.2. ALIMARA SARIA. 360 TURISMOA | 61 |
| 7. SARE NAZIONALETAN ETA NAZIOARTEKOETAN PARTE-HARTZEA | 62 |
| 8. DELEGAZIOEN BISITAK | 63 |

1. SARRERA

Turismoaren bilakaera oro har ari da aldatzen, eta San Sebastián Turismo & Convention Bureautik, erronka berrien aurrean, Donostiarako nahi dugun turismo-ereduaren gainean berriz pentsatu nahi dugu. 2017an, etapa berri bati hasiera eman diogu, [VISIT- BIZI 2017-2021 Donostiako Turismo arloko Gida Planaren](#) onarpenarekin: planak proiektuaren erdigunean ipintzen ditu [herritarrek](#) eta hauen aldeko apustua egiten du: gizarte-, ingurumen- eta ekonomia-[iraunkortasunaren](#) alde, herritarren, bisitarien eta enpresen arteko [orekaren](#) alde, bizitza eta bisita-[kalitatearen](#) alde, eta [helmugaren egiazkotasunaren](#) alde, betiere, identitatea, bereizgarritasuna, kultura, hizkuntza eta tradizioak sustatuz.

Aurreko Gida Planak, 2012-2016koak, oinarritzko bi erronka nabarmentzen ditu: [urte-garaiei araberakoa ez izatea](#) edo uda-garaitik kanpoko igoera, eta [nazioartekotzekoa](#). Bi helburuak arrakastaz lortu dira, baina 2017tik, oinarritzkoak izaten jarraitzen duten bi erronka horiez gain, beste erronkei ere aurre egin behar diegu; hauei esate baterako: eremu edota une jakin batzuetan nabari daitekeen giza presioa, mugikortasunaren hobekuntza edo ostatuaren erregulazioa. Era berean, garrantzitsua da erakarri nahi dugun [turismo mota aukeratzea](#) eta zer [sektore estrategiko](#) sustatu nahi ditugun jakitea.

Hori dela eta, errealitate hori [kudeatzeko](#) unea da gure helburuetara ahalik eta azkarren egokitu dadin, betiere, gure hiriko turismoan iraunkortasuna eta oreka bermatuz Gida Plan berrian ezarritako neurrien bidez. Hori adituen, sektoreko profesionalen, alderdi politiko guztien, herritarren, Donostia Turismoa & Convention Bureau-ren eta lotutako tokiko 300 enpresa baino gehiagoren oso lan teknikoaren emaitza izan da. [2017ko balantzearen datuek](#), aurreko urteekin alderatuta [izandako igoera arin eta orekatuarekin](#), erakusten dute norabide zuzenean ari garela aurrera egiten.

“

Albo-tartekia: "2017ko balantzearen datuek, aurreko urteekin alderatuta izandako igoera arin eta orekatuarekin, erakusten dute norabide zuzenean ari garela aurrera egiten"

”



2. JARDUERA TURISTIKOAREN BALANTZEA 2017

2.1. OSTATU-GAUEN EBOLUZIOA

Turismoak **bilakaera orekatua eta iraunkorra izan du** 2017. urtean zehar Donostian, **% 2,24ko** igoera arinarekin. Hilabete batzuetan, batez ere behe-denboraldian, gora egin du, eta beste hilabete batzuetan berriz, behera. Datuen arabera, azken urteetan igoera handiagoa izan da eta bilakaera-lerro moderatua eta iraunkorra zehaztu dutela dirudi.

Igoerarik handiena izan duen hilabetea **otsaila** izan da, **% 4,87ko** igoerarekin (martxoa eta apirila kontuan izan gabe; izan ere, 2016ko Aste Santua martxoan izan zen eta 2017koa apirilean. Horrek datuak aldatzen ditu) eta abuztuak esaterako, goi-denboraldian bete-betean, **behera egin du zertxobait (% -0,53)**.

GAUAK IGAROTZEA

| GAU IGAROTZE KOPURUAN IZANDAKO BILAKAERA | 2013 | IGOERA 12/13 | 2014 | IGOERA 13/14 | 2015 | IGOERA 14/15 | 2016 | IGOERA 15/16 | 2017 | IGOERA 16/17 |
|--|---------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| GUZTIRA | 991.235 | %3 | 1.038.463 | %5 | 1.165.489 | %12,23 | 1.265.546 | %8,58 | 1.293.857 | %2,24 |

Iturria: EUSTAT

“

*Turismoak
bilakaera
orekatua eta
iraunkorra izan
du 2017*

”

Goi-denboralditik kanpoko igoera azken urteetako handiena da kuantitatiboki, nahiz eta ehunekoetan hain altua ez izan; izan ere, aurten, guztizko igoera ere moderatua izan da.

GAUAK IGAROTZEA

| GAU IGAROTZE KOPURUAN IZANDAKO BILAKAERA | 2016 | 2017 | IGOERA 16/17 |
|--|------------------|------------------|--------------|
| Urtarrila | 60.851 | 62.669 | %2,99 |
| Otsaila | 60.530 | 63.475 | %4,87 |
| Martxoa | 88.342 | 78.623 | -%11,00 |
| Apirila | 92.471 | 119.250 | %28,96 |
| Maiatza | 118.214 | 117.988 | -%0,19 |
| Ekaina | 123.793 | 129.309 | %4,46 |
| Uztaila | 148.698 | 150.245 | %1,04 |
| Abuztua | 157.071 | 156.240 | -%0,53 |
| Iraila | 127.441 | 131.375 | %3,09 |
| Urria | 124.718 | 122.564 | -%1,73 |
| Azaroa | 81.678 | 84.883 | %3,92 |
| Abendua | 81.739 | 77.236 | -%5,51 |
| GUZTIRA | 1.265.546 | 1.293.857 | %2,24 |

Iturria: EUSTAT

DENBORALDITIK KANPO IZANDAKO IGOERA

| URTEA | GUZTIRA | % |
|-------|---------|--------|
| 2010 | 672.006 | — |
| 2011 | 679.769 | %1,16 |
| 2012 | 708.839 | %4,28 |
| 2013 | 730.831 | %3,10 |
| 2014 | 772.659 | %5,72 |
| 2015 | 872.943 | %12,98 |
| 2016 | 959.777 | %9,95 |
| 2017 | 987.399 | %2,88 |

Iturria: EUSTAT

2.2. OKUPAZIO MAILA LOGELAKO, HILABETEA ETA ASTEKO EGUNA

LOGELA BAKOITZEKO OKUPAZIO MAILA

| HILABETEA | GUZTIRA | | ASTEGUNAK | | ASTEBURUA | |
|-----------|---------|------|-----------|------|-----------|------|
| | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | 2016 | 2017 |
| Urtarrila | 47,0 | 48,9 | 39,6 | 45,5 | 62,5 | 58,5 |
| Otsaila | 51,0 | 53,5 | 42,2 | 46,6 | 74,1 | 70,7 |
| Martxoa | 61,0 | 56,4 | 55,7 | 49,2 | 76,3 | 74,0 |
| Apirila | 73,9 | 76,9 | 59,9 | 71,9 | 81,1 | 88,4 |
| Maiatza | 83,0 | 81,5 | 80,1 | 78,3 | 91,2 | 90,5 |
| Ekaina | 86,1 | 87,9 | 83,8 | 86,6 | 92,5 | 91,1 |
| Uztaila | 91,3 | 90,4 | 90,0 | 89,2 | 94,0 | 93,4 |
| Abuztua | 92,6 | 91,4 | 91,6 | 90,6 | 95,5 | 93,7 |
| Iraila | 89,4 | 88,3 | 87,6 | 88,0 | 93,5 | 88,9 |
| Urria | 84,8 | 81,2 | 81,3 | 78,6 | 93,4 | 88,5 |
| Azaroa | 62,8 | 62,7 | 56,9 | 59,7 | 79,1 | 69,6 |
| Abendua | 56,5 | 51,6 | 52,6 | 47,5 | 64,8 | 60,1 |

Iturria: EUSTAT

2.3. MICE EKITALDIEN EBOLUZIOA (KONGRESUAK, KONBENTZIOAK, PIZGARRIAK, EKITALDIAK)

Donostian MICE turismoa edo Negozio-turismoa **haziz doa urtetik urtera**, eta gero eta **nazioartekoagoa** da. Donostia Turismo & Convention Bureauk bileren turismoa erakartzeko apustua egin du hazkundean duen potentzial handiarengatik eta urtaroaren arabera ez izateari (kongresu gehienak behe-denboraldian egiten dira) eta helmugaren nazioartekotzeari egindako ekarpenarengatik.

2017an Donostian izan ziren kongresuen % **53,15** nazioartekoak izan ziren. Ekitaldi mota honek Donostiari **kokapen eta entzute** garrantzitsuak eman dizkio **atzerriko merkatuetan**.

Gainera, bileren turismoa lurraldearen dinamizatzaile ekonomiko nagusi bihurtu da eta balio handia eskaintzen du termino kuantitatiboetan. Zuzeneko eta zeharkako lan-iturri garrantzitsua da, balio-kate osoan banatzen dena: hotelak, ostalaritza, ekoizleak, komertzioa, garraioa eta beste zerbitzu batzuk. Zerbitzu gehienak tokiko enpresei kontratatzen zaizkie.

Kongresu horietako asko turismoaren **goi-denboralditik kanpo** egin dira. Kongresu guztien % **72 urtariletik maiatzera eta irailetik abendura** egiten dira. Pizgarri-bidaia garrantzitsuak dira, kongresuek baino eragin handiagoa dutelako ekonomian eta gastuaren zati handi bat hirian geratzen delako.

BILEREN TURISMOA MICE TURISMOA GUTXITU EGIN DA AURTEN

| | 2016 | 2017 |
|---------------------------|----------------|----------------|
| Ekimen kopurua | 147 + 30 azoka | 111 + 30 azoka |
| Ordezkarri kopurua | 42.209 | 38.038 |
| Batez besteko iraupena | 2,1 egunak | 2,2 egunak |
| Gau kopurua | 88.638 | 83.684 |
| Aurkeztutako hautagaitzak | 16 | 19 |

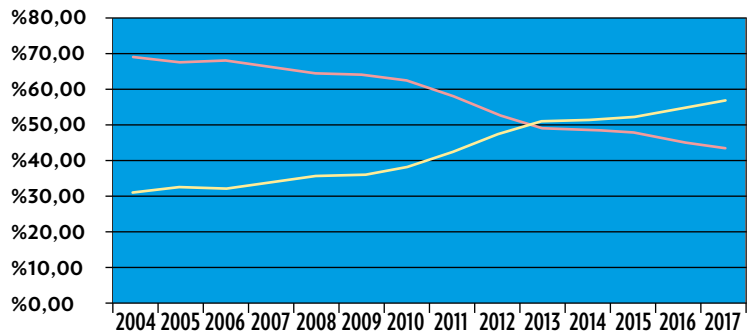
Iturria: San Sebastián Turismo & Convention Bureau



2.4. HELMUGA NAZIOARTEKOTZEA

Hirian turismoak izan duen gero eta **nazioartekotze** handiagoa nabarmendu behar da. Atzerriko bisitariak % 56,66 dira dagoeneko. 2013ra arte, bisitari gehienak estatukoak ziren, eta urte horretatik aurrera, joera alderantzikatu egin da, eta mailaz maila, nazioarteko bisitarien ehunekoa igotzen ari da.

ESTATUKO ETA ATZERRIKO GAU IGAROTZEEN ERLAZIOA



Iturria: EUSTAT

—●— ESTATUKOAK
—●— ATZERRIKOAK

ESTATUKO ETA ATZERRIKO GAU IGAROTZEEN ERLAZIOA

| GUZTIRA EUSKAL A.E. | 2013 | % | 2014 | % | 2015 | % | 2016 | % | 2017 | % |
|---------------------|----------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|
| Estatukoak | 484.717 | %48,90 | 504.730 | %48,60 | 557.060 | %47,80 | 573.337 | %45,30 | 560.702 | %43,34 |
| Atzerrikoak | 506.518 | %51,10 | 533.733 | %51,40 | 608.429 | %52,20 | 692.209 | %54,70 | 733.155 | %56,66 |
| GUZTIRA | 991.235 | | 1.038.463 | | 1.165.489 | | 1.265.546 | | 1.293.857 | |

Iturria: EUSTAT

Donostia gehien bisitatzen duten nazioarteko merkatuak Frantzia (% 16,28) eta Estatu Batuak (% 14,55) dira. Estatu Batuetako merkatuaren igoera nabarmendu behar da. % 18,78 egin du gora joan den urtearekin alderatuta, eta azarora arte gehien bisitatzen gaituen lehen herrialde gisa kokatu da, Frantzia gaintuz (errekor historikoa). Erresuma Batua (% 10,82), Alemania (% 6,71) eta Australia (% 5,32) datoz jarraian. Bost herrialdeen artean, nazioarteko bisitarien guztizkoaren % 53,6 batzen dute.

GAU IGAROTZEAK JATORRIAREN ARABERA

| ESTATUA | 2017 | % |
|------------------|---------|--------|
| Madril | 144.901 | %25,84 |
| Katalunia | 95.235 | %16,98 |
| Andaluzia | 57.021 | %10,17 |
| Valentziako Erk. | 33.543 | %5,98 |
| Gaztela eta Leon | 30.802 | %5,49 |

Iturria: EUSTAT

GAU IGAROTZEAK JATORRIAREN ARABERA

| ATZERRIA | 2017 | GUZTIZKOAREKIKO | % |
|----------------|---------|-----------------|--------|
| Frantzia | 119.341 | %16,28 | %-0,60 |
| EB | 106.680 | %14,55 | %18,78 |
| Erresuma Batua | 79.314 | %10,82 | %0,61 |
| Alemania | 49.226 | %6,71 | %-8,28 |
| Australia | 39.033 | %5,32 | %2,15 |

Iturria: EUSTAT

2.5. DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA

Donostia hiri eragile gisa sendotu da Gipuzkoara turismoa (batez ere nazioartekoa) erakartzeko garaian. Gipuzkoako turisten guztizkoaren % 59,28k Donostia bisitatzen du, eta % 40,72k, gainerako lekuak. Nazioarteko turismoari dagokionez, Gipuzkoara datozen nazioarteko turisten % 73,51ek Donostia bisitatzen du, eta % 26,49k, Gipuzkoako beste tokiak. Nazioarteko turismoaren igoerak gora egin du Donostian (% +6) eta zertxobait behar egin du Gipuzkoan (% -3).

| | | 2016 | 2017 | % Hazk. |
|---|--------------|-----------|-----------|---------|
| OSTATU-GAUAK DONOSTIAN | Estatua | 573.337 | 560.725 | %-2 |
| | Nazioartekoa | 692.209 | 733.132 | %6 |
| GUZTIRA | | 1.265.546 | 1.293.857 | %2,24 |
| OSTATU-GAUAK GIPUZKOAKO BESTE HERRIALDEETAN | Estatua | 642.934 | 624.450 | %-3 |
| | Nazioartekoa | 271.397 | 264.249 | %-3 |
| GUZTIRA | | 914.331 | 886.699 | %-3 |

Iturria: EUSTAT



2.6. HIRIRA HELTZEKO GARRAIOBIDEAK

Taula honetan bildu dira, Donostiako turismo-bulegotik pasatu diren bisitarien hirira heltzeko erabili dituzten garraio bideak. Gehienak autoz iristen dira Donostiara. Deigarria da oinez iristen diren bisitarien kopuru altua, Done Jakue Bidearekin zuzenean zerikusia duen kopurua, alegia.

ERABILITAKO GARRAIOBIDEA 2017

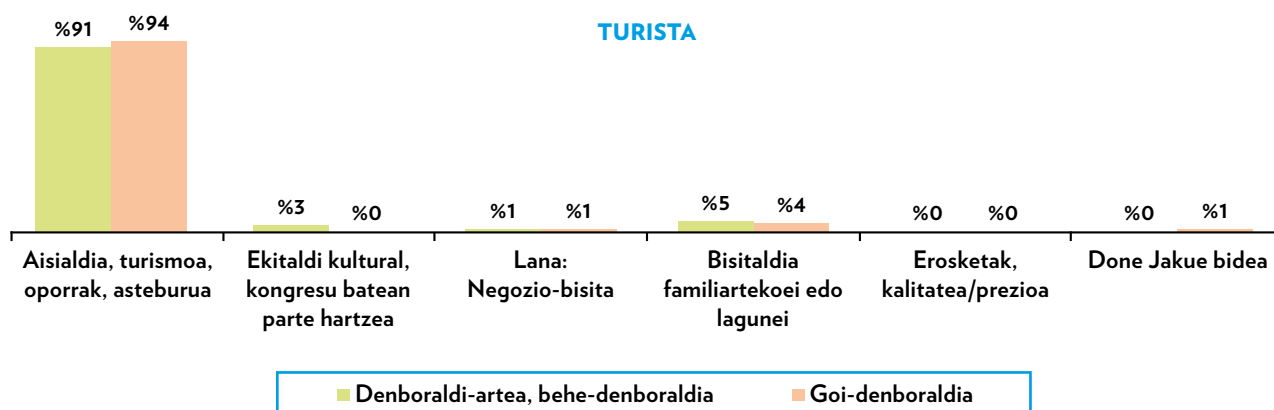
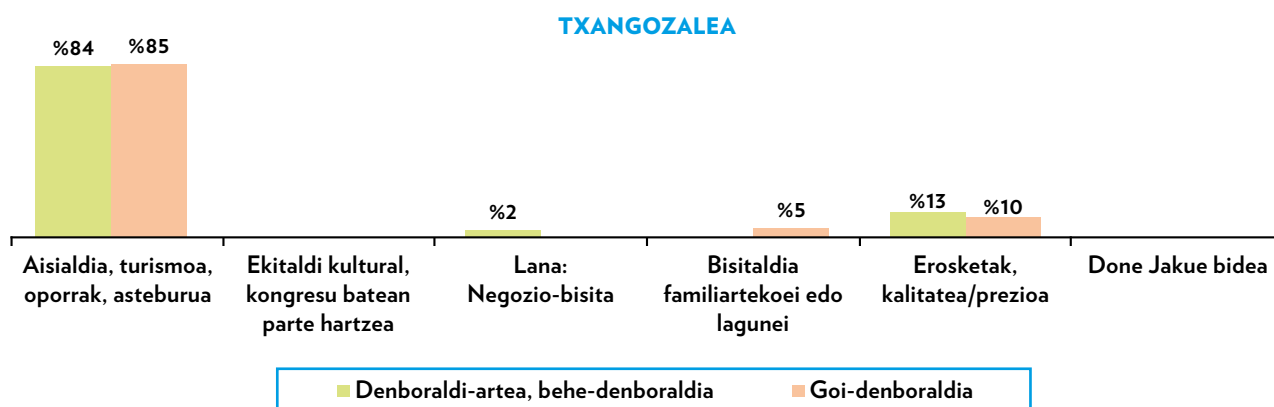
| BISITARIAK GUZTIRA | % |
|----------------------|----|
| Autoa | 56 |
| Autobusa | 16 |
| Trena | 8 |
| Hegazkina Miarritzen | 1 |
| Hegazkina Bilbon | 5 |
| Hegazkina Donostian | 3 |
| Autokarabana | 3 |
| Oinez | 6 |
| Bizikleta | 0 |
| Besteak | 2 |
| GUZTIRA | |

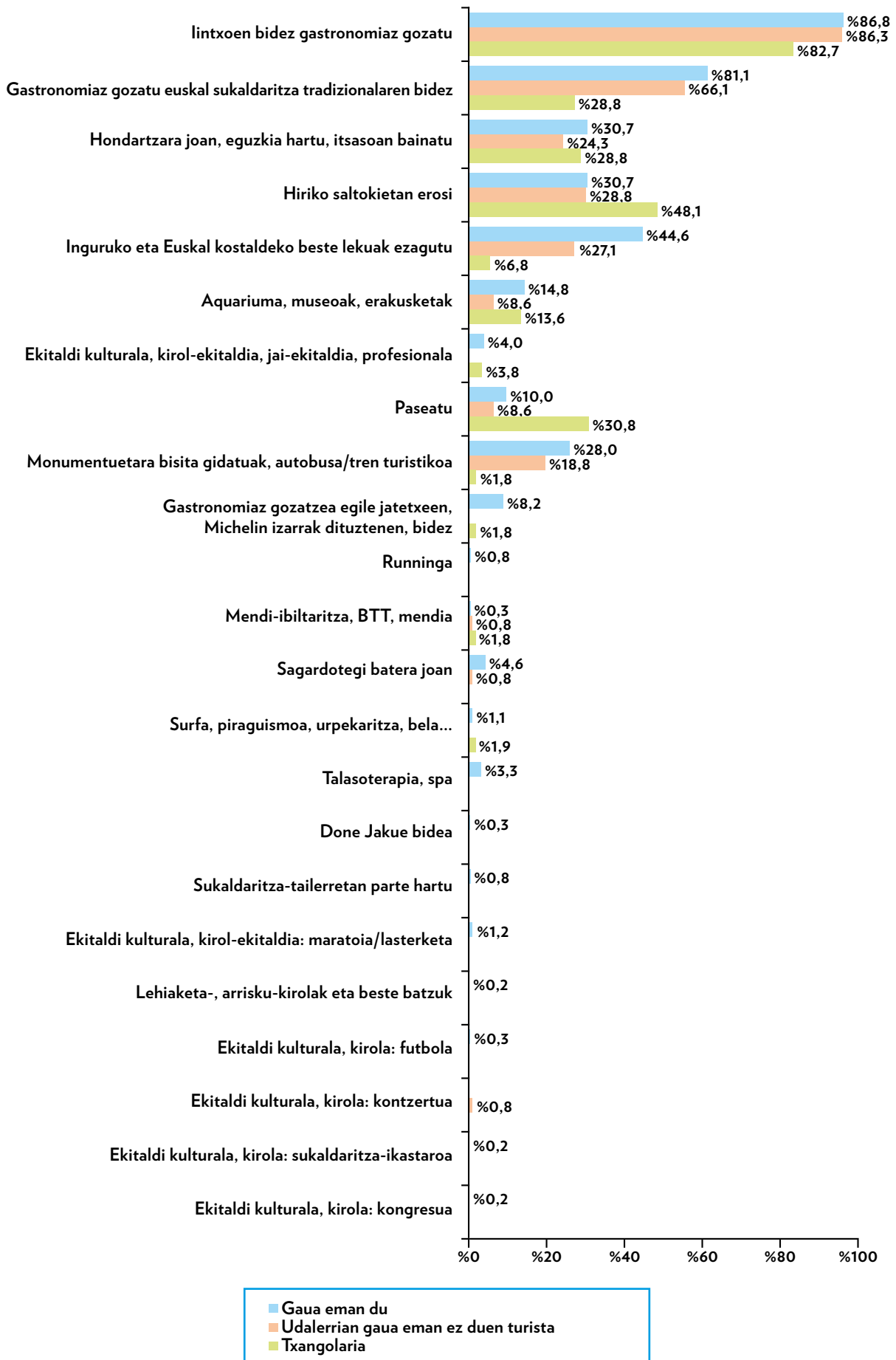
Iturria: San Sebastián Turismo & Convention Bureau

2.7. GAUR EGUNGO TURISTAREN PROFILA ETA TIPOLOGIA

Hauek dira turistek eta txangozaleek Donostia bisitatzeko dituzten arrazoi nagusiak:

BISITALDIAREN ARRAZOI NAGUSIA





2.8. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN ETA NAZIOARTEKO SAILKAPENEAN

Prensa-bidaien eta komunikabideekin izandako elkarlanaren ondorio gisa, urtean zehar, [Donostiari buruzko 147 artikulua argitaratu dira izen handieneko nazioarteko komunikabideetan](#). Hauek dira hiriari buruz argitaratu duten komunikabide nabarmen batzuk: [The New York Times](#), [The Times](#), [CNN](#), [BBC](#), [Forbes](#), [Le Telegramme](#), [The Financial Times](#), [National Geographic](#), [The Thrillist](#), [The Guardian](#), [Rob Report](#), [The Washington Post](#), [The Telegraph](#), [The Daily Mail](#), [US News](#) edo [Tokyo TV](#).

DONOSTIA PRESTIGIO HANDIENEO NAZIOARTEKO KOMUNIKABIDEETAN





THE GUARDIAN

- The Guardian - 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts
- San Sebastián: in the limelight



DAILY MAIL

- How to spend an ultimate foodie weekend in San Sebastián



CNN

- Culinary arts: 16 photos that prove San Sebastián is the ultimate food destination
- Parts Unknown: San Sebastián



FINANTIAL TIMES

- Past pain, future shock



THE TELEGRAPH

- San Sebastián: A new best in Basque Country
- Is San Sebastián the world's greatest city for foodies?



LE TÉLÉGRAMME

- Bilbao - San Sebastián Galeries urbaines en Pays basque



THE THRILLIST

- The Spanish town where all your food dreams come true



US NEWS

- San Sebastián Travel Guide



THE NEW YORK TIMES

- In Spanish Basque Country, Sampling Cider and an Ancient Ritual
- 26 hours in San Sebastián, Spain
- 52 places to go in 2016
- Chef's camaraderie lifts Basque Cuisine
- Favorite Streets in Europe

Ikus Donostiari buruzko artikulu nabarmenenak komunikabiderik entzutetsuenetan

<https://www.sansebastianturismo.info/eu/hemen-gaude/prentsa-espezializatuak-denek-gomendatzen-dute-donostia>

Ikus Donostiari buruz argitaratutako artikulu guztiak ordena kronologikoan

<https://www.sansebastianturismo.info/eu/hemen-gaude/komunikabideetan>

Donostia bidaia-giden eta bidaiarien sailkapenen topean

Gainera, nazioarteko zenbait bidaia-gidek Donostia bisitatzeko hiri gisa nabarmendu dute eta hainbat bidaiarien sailkapenetako topean agertu da, horietako batzuk dira European Best Destinations, Skyscanner, Tripadvisor, Fodor, Condé Nast Traveler, Lonely Planet, etab.



Ikus Donostia nabarmentzen den ranking guztiak:

<https://www.sansebastianturismo.info/eu/hemen-gaude/donostia-rankinetan>

3. ANTOLAKUNTZA EGITURA

“San Sebastián Turismo-Donostia Turismo, S.A.” sozietatea 2006ko urtarrilaren 31ko osoko bilkuran Estatutuak onartu ostean sortu zen. Donostiako Udaleko merkataritza-izaera duen sozietatea da eta osorik Udalaren jabetza duen sozietate anonimoa da.

Donostiaren lurralde-esparruan turismoaren garapena zuzenean edo zeharka bultzatzen laguntzen duten jarduera ekonomikoak eta sozialak sustatzea eta garatzea du helburu.

3.1. ADMINISTRAZIO-KONTSEILUA

Administrazio Kontseilua da sozietatearen etengabeko kudeaketarako eta gobernurako organoa.

- Eneko Goia jauna
Presidentea
- Hutsune Mendiburu andrea
Presidente ordea
- Ernesto Gasco jauna
- Juan Ramón Viles jauna
- Manuel Harina jauna
- Josu Mirena Ruiz jauna
- Miren Albistur andrea
- Loïc Alejandro jauna
- Fran González jauna
- Mikel Ubarretxena jauna
- Odon Elorza jauna
- Iñaki Urkaregui jauna /
Andoni Zubillaga jauna

3.2. KONTSULTARAKO KONTSEILUA

Sozietatearen Administrazio Kontseiluaren aholku-organoa da.

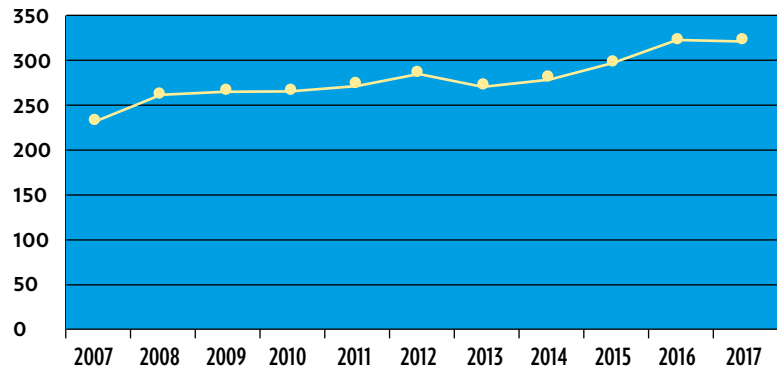
ORDEZKATZEN DIREN SEKTOREAK ETA KIDEAK

- Iker Goikoetxea jauna
Azpiegiturak
- Laura Larrión andrea
Harrera Zerbitzuetarako Agentziak, eta Bidaia Agentziak
- Eugenio Tamayo jauna
Komertzioak
- Hutsune Mendiburu andrea
Kongresu, Bilera eta Pizgarrien antolatzailea
- Odón Elorza jauna
Museoak, Kulturako eta Aisialdiko Baliabideak
- Fran González jauna
Ostatuak
- Iñaki Urkaregui jauna /
Oscar Iparraguirre jauna
Garraioak
- Mikel Ubarretxena jauna
Ostalaritza
- Andoni Zubillaga jauna
Zerbitzu Osagarriak
- Maria Jesús González andrea
Zerbitzu Turistikoak

3.3. DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAU ERAKUNDEAREN KIDEAK DIREN ESTABLEZIMENDUAK

Urtero handitzen da Donostia Turismoa & Convention Bureau erakundearen kideak diren establezimenduen kopurua. Gaur egun 325 kide dira.

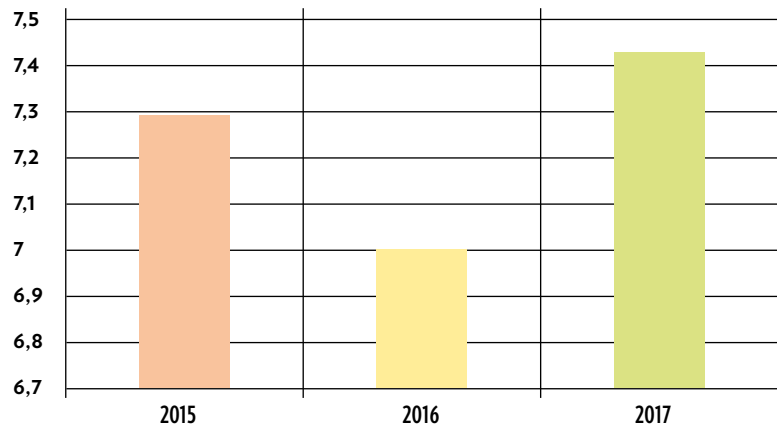
DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAU 2007-2017REKIN LOTUTAKO ENPRESAK



BAZKIDEEN GOGOBEKETASUN INKESTA



BAZKIDEEN ASEBETETZEA



SEKTOREAK

Enpresa kideak 10 sektoretan sailkatzen dira:

| | |
|--|-----|
| Ostalaritza | %23 |
| Ostatua | %22 |
| Saltokiak | %20 |
| Zerbitzu turistikoak | %8 |
| Museoak, kulturako eta aisialdiko baliabideak | %7 |
| Zerbitzu osagarriak eta komunikazio-zerbitzuak | %7 |
| Bidaia-agentziak eta Harrera zerbitzuetako agentziak | %5 |
| Azpiegiturak | %3 |
| Garraioa | %3 |
| Kongresu, bilera eta pizgarrien antolatzaileak | %2 |

**MUSEOETAKO, KULTURA ARLOKO
ETA AISIALDIKO BALIABIDEAK**

- ALBAOLA
- AQUARIUM DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN
- CASINO KURSAAL
- CATAMARÁN CIUDAD SAN SEBASTIÁN
- CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- FNAC DONOSTIA
- FRONTON GALARRETA
- HEGALAK
- HIPODROMOA
- HIRUZTA BODEGA
- INTERMEZZO GESTMUSIC
- IZURUN ESCAPE ROOM SAN SEBASTIAN
- JAI ALAI EVENTS
- JAI ALIVE
- KUTXA EKO GUNEA
- LA PERLA CENTRO TALASO-SPORT
- MONTE IGUELDO
- MOTORASDELAISLA.COM
- MUSEO SAN TELMO
- ORFEÓN DONOSTIARRA
- ORIBAY TOURS
- PUKAS SURF ESKOLA
- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- SOTTO VOCE
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

OSTALARITZA

- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO BAR
- ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- AVENIDA XXI CAFETERIA
- AZERI JANA CATERING
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR ZUMELTZEGI
- BOKADO CATERING
- CAFE KURSAAL
- CAFÉ VICTORIA
- CAFETERIA IOMBI
- CASA GANDARIAS
- DAKARA BI
- DIONI'S BAR
- DISCOTECA BATAPLAN

- DISCOTECA GU
- DIVINUS CATERING
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- LA VIÑA BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARAETA SAGARDOTEGIA
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE ASADOR MESÓN PORTALETAS
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE BOKADO AQUARIUM
- RESTAURANTE CASA GANDARIAS
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE LA BOULE (CASINO KURSAAL)
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE LA PIAZZETTA DEGROS
- RESTAURANTE MARINA BERRI
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE MUGARITZ
- RESTAURANTE NARRU
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE RAVIOLINA
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TEDONE
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TSI TAO
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE XIBARIS
- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- SAGARDOAREN LURRALDEA
- SAN FRANCISCO 33
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA INTXAURRONDO
- SIDRERIA IRETZA

- SIDRERIA PETRITTEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- SM CAFE BAR

OSTATUA

- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- CAMPING OLIDEN
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales
- PENSION KOXKA
- OLARAIN
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALEMANA
- PENSION ALTAIR
- COMPLEJO AMETZAGAÑA
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION BALERDI
- PENSION UR-ALDE
- PENSION BIKAIN
- PENSION DONOSTIARRA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION ITXASOA
- PENSION IZAR BAT
- PENSION KURSAAL
- PENSION SAN MARTIN
- PENSION IRUNE
- HOTELES DE GIPUZKOA
- CASA RURAL KAXKARRE
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL ASTORIA 7
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL CODINA
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL NH SAN SEBASTIAN DONOSTI
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL MARIA CRISTINA
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL NH COLLECTION ARANZAZU
- HOTEL NIZA
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL PARMA
- HOTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL TRYP ORLY
- HOTEL VILLA SORO

- HOTEL RECORD
- PENSION AIA
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- A ROOM IN THE CITY
- HOTEL OKAKO
- PEOPLE RENTALS
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- ZURRIOLA SUITES
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- EMYRENT
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- PENSION MILAGROS
- HOTEL ARRIZUL URUMEA
- PENSION GROSEN
- HOTEL WELCOME GROS
- PENSION GARIBAI
- FEEL FREE
- KOISI HOSTEL
- HOTEL BB DONOSTIA AEROPUERTO
- KOPA ATERPEA
- HOTEL ARIMA
- HOTEL SANSEBAY

KOMERTZIOAK

- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE
- ANTONELLA
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL
- ARTEKO
- AYESTARAN
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- BIKES SUPER RENT
- BIKONDO JOYEROS
- BOX SAN SEBASTIAN
- CABO ROJO
- CALZADOS AYESTARAN
- CASA ARAMENDIA
- CASA MUNOA
- EKAIN ARTE LANAK
- EL HANGAR DE SOPHIE
- EL TURISTA
- ELKAR
- ESPARTIN
- EUSKAL LINGE
- FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GOIURI BIKINI DENDA

- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- IRANTZU JOYEROS
- IRULEA
- ISTRÁ
- IZADI KIROLAK
- JACARANDA LORADENDA
- KBERBI NEW
- KOLOREKA
- KUKUXUMUSU
- KUR ART GALLERY
- LOEWE
- LOOK
- MARIA KALA´S
- MARTA G. ESTILISMO
- MICHAEL´S
- MILK PELUQUERIA
- MINIMIL
- MM Moda
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- OH MY BIKE!
- ÓPTICA ZURRIOLA
- ORTOPEDIA SUMISAN
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PERFUMERIA LUIS DIAZ
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- SAN MARTIN
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- SANSE BIKES
- SICOS
- SUPERDRY
- TESTONE HOJAS
- TORRUBIA AND TORRUBIA
- VETUSART
- ZERGATIK
- ZINKUNEGI OPTIKA

KONGRESUEN ETA KIROL- EKITALDIEN ANTOLATZAILEAK

- BERA BERA RT
- C.D. FORTUNA
- CONGRESOS DONOSTI
- LANKOR CONGRESOS Y EVENTOS
- PRESENCIA BY M.A. (Presencia Internacional)
- TISA

AZPIEGITURAK

- AUDITORIO AQUARIUM
- BASQUE CULINARY CENTER
- CAMARA DE GIPUZKOA
- ESTADIO ANOETA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA.
- KURSAAL - PALACIO DE CONGRESOS AUDITORIO
- OLARAIN
- PALACIO DE MIRAMAR
- PARQUE CIENTIFICO Y TECNOLOGICO DE GIPUZKOA
- RECINTO FERIAL FICOPA / FICOPA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- TEATRO VICTORIA EUGENIA

GARRAIOA

- AUTOBUSES AIZPURUA
- AUTOBUSES APAOLAZA
- AUTOCARES ALZA
- AUTOCARES DAVID
- IPARBUS
- RADIO TAXI DONOSTI
- TALUR LUXURY CARS
- TELETAXI VALLINA
- VALLINA BUS-AUTO

BIDAIA-AGENTZIAK

- BASCOMING
- BASK FOR ALL
- BASQUE DESTINATION
- BASQUETRAVEL, Tasteful Experiences
- EQUINOCCIO VIAJES
- GS INCOMING-DMC
- HAGOOS - YOUR BASQUE COUNTRY
- DMC
- INBASQUE
- KABI
- MIMO SAN SEBASTIAN
- NOVOTRAVEL SPAIN
- SAGARDOA ROUTE
- SLOW-WALKING
- TENEDOR TOURS
- VIAJES EROSKI

ZERBITZU OSAGARRIAK ETA KOMUNIKAZIO-ZERBITZUAK

- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- AMECA, S.L.
- BENGEOA AUDIOVISUALES
- BIKASI
- BITEZ
- DIGITALAK
- DIMENSION
- DMACROWEB
- ESTUDIO FOTOGRAFICO BISTRO
- EUROSINTESIS
- JAVIER LARREA FOTÓGRAFO
- JESUS M^º PEMAN FOTÓGRAFO
- JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- MONDRAGON LINGUA
- MONTAJES INTEGRALES LANKOR
- MUSICAL 72 - AUDIOLAN
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- SINCRON PRODUCCION
- TOUR MAGAZINE
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

ZERBITZU TURISTIKOAK

- AINHOA DOMINGUEZ
- ANA INTXAUSTI
- BASQUE COOLTUR
- BEGI BISTAN
- DISCOVER SAN SEBASTIAN
- DONOSTYLE TOURS
- EL AULA AZUL
- ESTHER VAZQUEZ
- EXPERIENCE SAN SEBASTIAN
- GO LOCAL SAN SEBASTIAN
- GOITUR, GOIERRI TURISMOA
- GURUTZE ORMAZA
- HAY QUE VER
- JUST FOLLOW ME
- KULTURLAN BI
- LACUNZA IH SAN SEBASTIAN
- LOURDES GORRIÑO
- MAREI AZAFATAS
- OARSOALDEA
- OH MY WALK!
- SAN SEBASTIAN GUIDES
- SAN SEBASTIAN URBAN ADVENTURES
- SAN SEBASTIAN WALKING TOURS
- TANDEM SAN SEBASTIAN
- TOLOSALDEA TOUR
- UROLA GARAIA TURISMOA



4. BALANTZE EKONOMIKOA

2017KO LABURPEN BETEARAZLEA

| | |
|---|------------------|
| PERTSONALAREN GASTUAK | 1.773.794 |
| GASTU KORRONTEAK | 1.440.493 |
| HORNIDURAK | 32.039 |
| AMORTIZAZIO IBILGETUA | 60.310 |
| KANBIO-ALDAKETAK | (402) |
| | 3.306.234 |
| FORU ALDUNDIA | 60.000 |
| EUSKO JAURLARITZA | 175.500 |
| BERTAKO BALIABIDEAK | 450.763 |
| BAZKIDEEN EKARPENA | 200.263 |
| BESTE SARRERA BATZUK (KOMISIOAK, EKARPENAK ETA ABAR) | 58.214 |
| UDALA | 2.360.586 |
| | 3.305.326 |

5. SAN SEBASTIAN TURISMO S.A. SOZIETATEAREN JARDUERAK

5.1. MARKETINGA ETA KOMUNIKAZIOA

5.1.1. HELMUGAREN KANPO-SUSTAPENA

Donostia **kanpoan sustatzeko estrategiaren** helburua da hiria **kalitatezko helmuga** gisa **posizionatzea** nazioarte mailan, eta Donostia Turismoa & Convention Bureauren Gida-planak markatutako hiru ardatz nagusiak indartzea: **urtaroen arabera ez den turismoa** —denboralditik kanpo bisitariak erakartzea—, **deskontzentrazioa** —turismo-fluxua hiriko auzo guztietan eta lurralde osoan banatzea—, eta **nazioartekotze** handiagoa lortzea.

Azkeneko ardatz horren barruan, nazioartekotzean, Frantzia, Alemania, Erresuma Batua, Europako Iparraldeko herrialdeak, Holanda, Brusela, AEB, Kanada, Japonia eta Australia definitu dira **lehentasunezko merkatu** gisa.

Aisialdiko turismoaren esparruan, hiriaren sustapena eta merkaturatzea **Citybreak hiri-helmugako posizionamenduan** oinarritzen da, ihesaldiak eta 2 eta 4 egun arteko egonaldi laburrak, arreta berezia jarritz **lau** ardatz hauei: **kultura, gastronomia, kirola eta erromantikoa/premiuma**. Horretarako, Donostia Turismoa & Convention Bureauak **harreman handiak garatu** ditu azken urteotan hiriko **enpresa bazkideekin**, enpresek eta erakundeekin, eta gaiaren arabera multzokatutako 25 ihesaldi baino gehiago prestatu ditu, urte osoan zehar hurbileko merkatuetan helmuga

“
Donostia kanpoan sustatzeko strategiaren helburua da hiria kalitatezko helmuga gisa posizionatzea nazioarte mailan
 ”



promozionatzeko. Ihesaldien bidez helmuga sustatzeko marketinaren estrategiak **2017ko Alimara Sarria** jaso zuen.

Negoio-turismoaren esparruan, **MICE turismorako** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) eta **pizgarri-bidaietarako helmuga ezin hobe** gisa promozionatzen da, batzarrak egiteko hiriak dituen ezaugarriei eta aukerei balioa

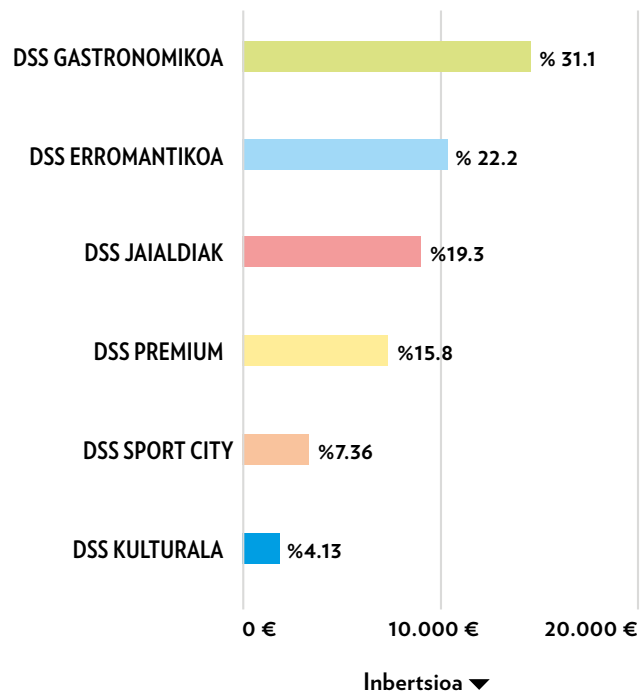
emanda, bai eta Donostia Turismoa & Convention Bureauak dituen esperientziari eta profesionaltasunari, eta 325 establezimendu bazkide baino gehiago izateari ere balio emanda.

Horretarako, ekintza bakoitzean segmentutan banatutako xede-talde bati egokitutako **online eta offline komunikazioko** tresna batzuk erabiliko dira.

5.1.1.1. PUBLIZITATE KANPAINAK

Aisialdiko turistei zuzendutako publizitate-kanpainak

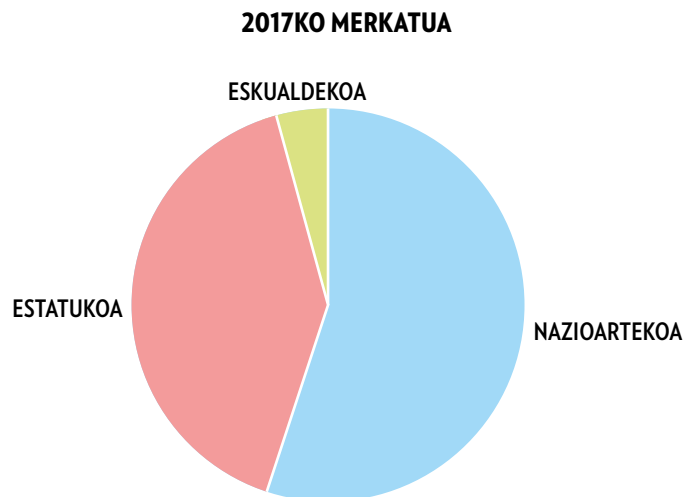
lhesaldien promozioan oinarritzen dira publizitate-kanpainak, eta produktu, bezero eta merkatu motaren arabera segmentatzen dira urte osoan zehar.



Lehentasuneko merkatuak

Hauk dira onlineko komunikabideetan sustapen aktiboenak egiten diren lehentasuneko merkatuak: Espainia, Frantzia, Erresuma Batua eta Alemania; horiek dira hiriko bisitarien % 70ek egiten dituzten hurbileko merkatu garrantzitsuenak.

2017an, nazioarteko publizitate-inbertsioa Estatukoa baino handiagoa da.



2017. urtean, 15 publizitate-kanpaina baino gehiago egin dira; horietako asko nazioartekoak izan dira, herrialde horietako bitan, hirutan edo lautan. Horretarako, 2017ko lhesalditxoak erabili dira.

Hauek dira erabili diren kanal nagusiak; **Google Adwords, Sare Sozialak -Facebook, Twitter eta Instagram- eta Publizitate programatikoa Erresuma Baturako eta Frantziarako. (RTB)**

Helburua da turista potentziala hiriaren webgunera erakartzea; informazio erabilgarri eta plan ugari aurkituko du webgune horretan turistak, eta bazkideekin harremanetan jar daiteke webgunearen bitartez.

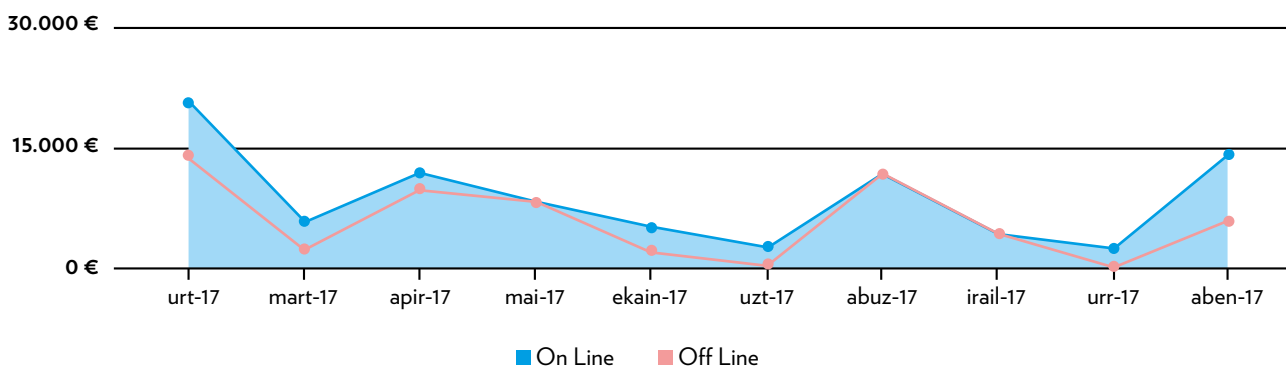
Publizitate-inbertsioak egin diren merkatuak eta webgunearen erabiltzaile kopurua eta turista kopurua gehien handitu dutenak bat datoz.

lhesaldi moten arabera multzokatuta, Espainian eta Frantzian egiten da kanpaina kopururik handiena

Ekintzen eta publizitate-inbertsioen urtarokotasuna

Hilabeteak kontuan hartuta, urtarrietik apirilera bitarteko hilabeteetan egin ziren gehienbat inbertsioak, Donostia kulturaren hiriburu zen urtean eragina izateko, eta azaroan eta abenduan berriro handitu zen inbertsioa, neguko hilabeteak indartzeko.

KANPAINEN URTAROKOTASUNA



Kreatibitate nagusiak:



Kanpaina gastronomikoa (urtarrila-apirila / urria-abendua)



Running-kanpaina (iraila, azaroa)

Sagardotegi-kanpaina (otsaila-apirila)



Zinemaldia-kanpaina (abuztua-iraila)

Futbol-kanpaina (apirila eta azaroa)



San Valentín kanpaina (urtarrila-otsaila)

5.1.1.2. WEBGUNEA ETA SARE SOZIALAK

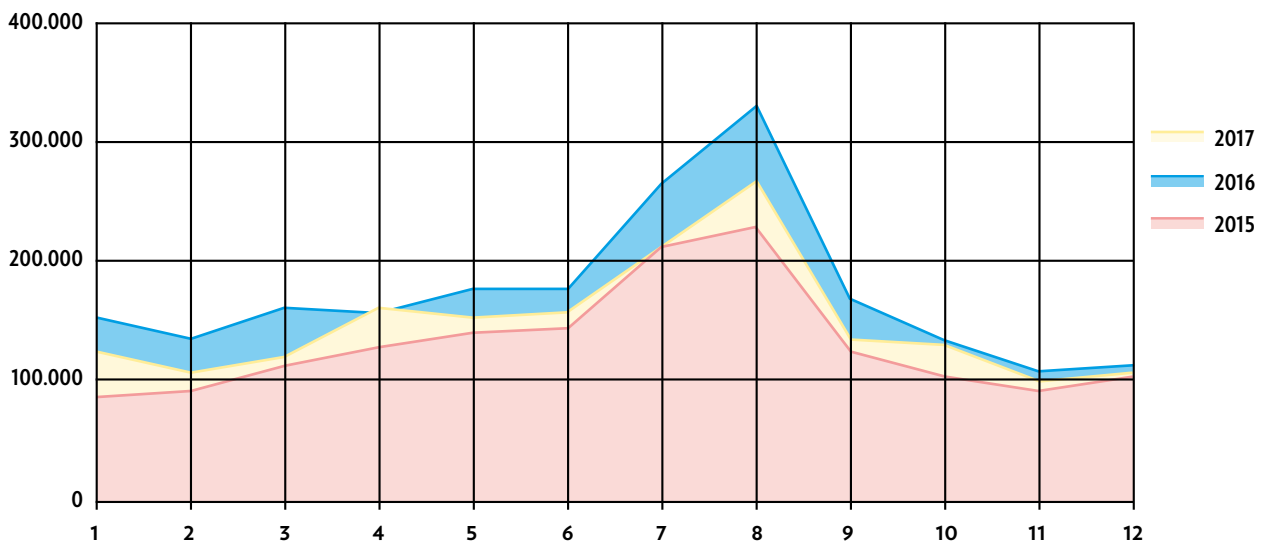
Webguneak eta sare sozialak hiriaren, bere erakargarrtasunen, ekitaldien... erakusleioa dira, eta bisitariekin zein herritarrekin berehala harremanetan jartzeko modua dira. Horregatik, lan handia egin da etengabe eduki berriak, erakargarriak eta erabilgarriak sortzeko, erabiltzaileei entzuteko eta haiekiko hartu-emana sustatzeko, kalitatezko argazkiak (360 °ko panoramikoak barne) eta bideoak eguneratzeko, etab.



Aisialdiko bisitariari zuzendutako webgunea

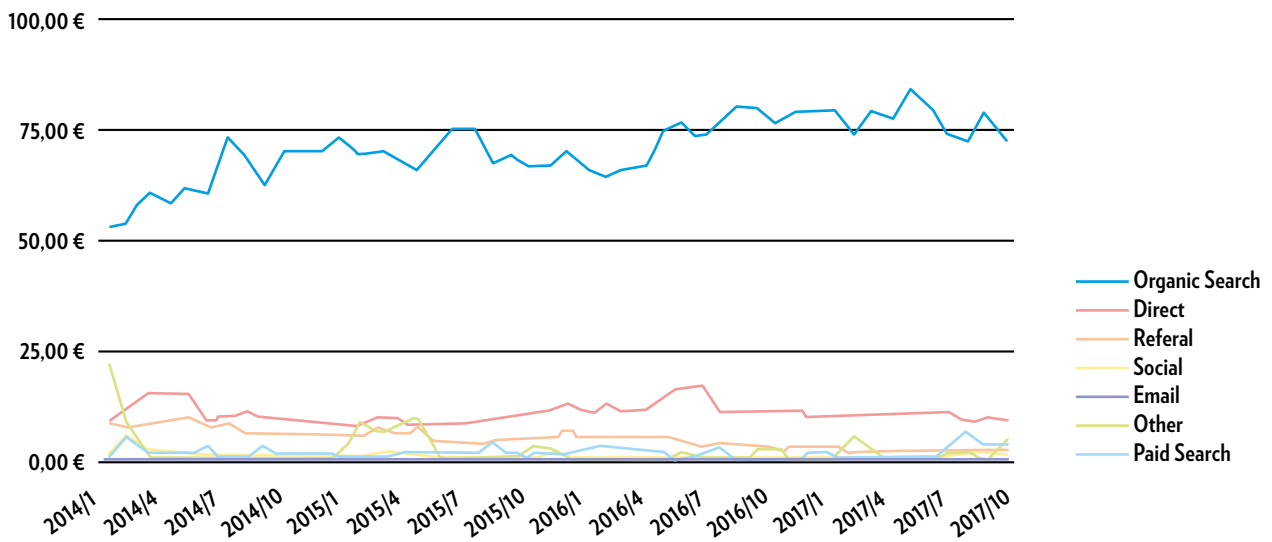
Donostia Turismoa & Convention Bureauren webguneak urtean ia 2 milioi bisita lortzen ditu. Nabarmendu behar da trafikoaren % 78 organikoa dela.

HILEKO BISITALDIAK (ORDAINKETA-TRAFIKOA BARNE HARTZEN DU)



1.927.617 bisitaldi 2017an zehar.
5.561.563 orrialde 1.457.510 erabiltzailek ikusita.

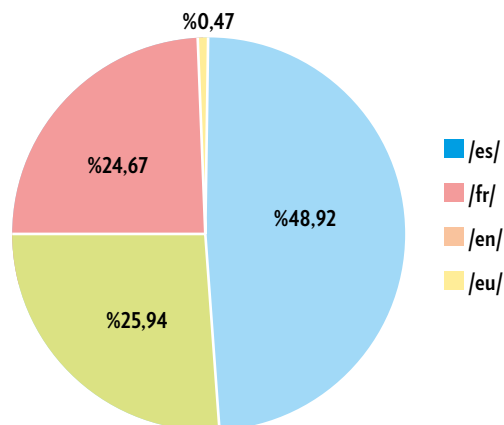
BISITALDIAK KANAL BIDEZ



Kanal organikoak bisiten % 78 inguru ekarri ditu 2017an.

HIZKUNTZAK (ORDAINKETA-TRAFIKORIK GABE)

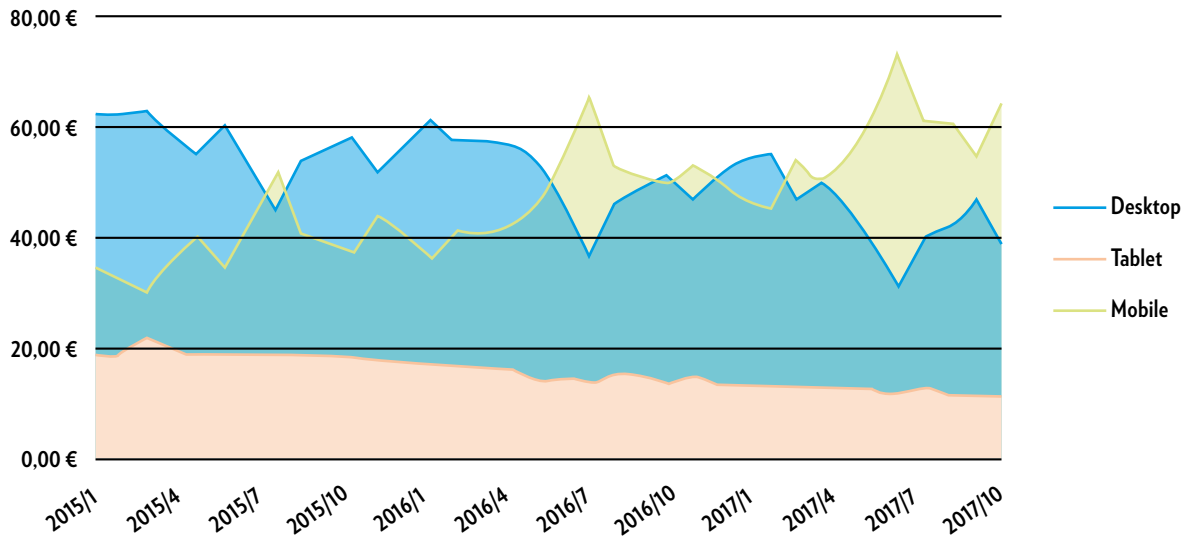
Hizkuntzen banaketa 2017an:



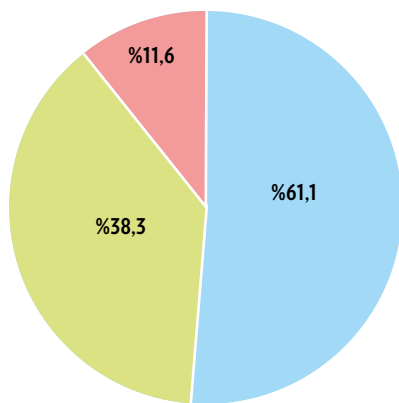
Gaztelaniaz ikusitako orrialde kopuruak % 50etik % 49ra egin du behera 2017an. Era berean, datu horrek [Espainiako trafikoaren garrantziaren galera](#) ere islatzen du.

GAILUAK (ORDAINKETA-TRAFIKORIK GABE)

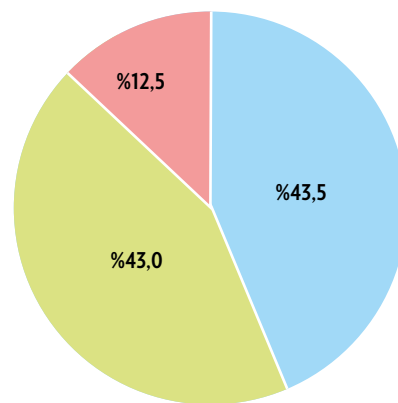
2017an, bisitaldien % 51 mugikorretik egindakoak izan ziren, eta 2016an % 43,5 izan ziren hala egindakoak.



2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 30








2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31

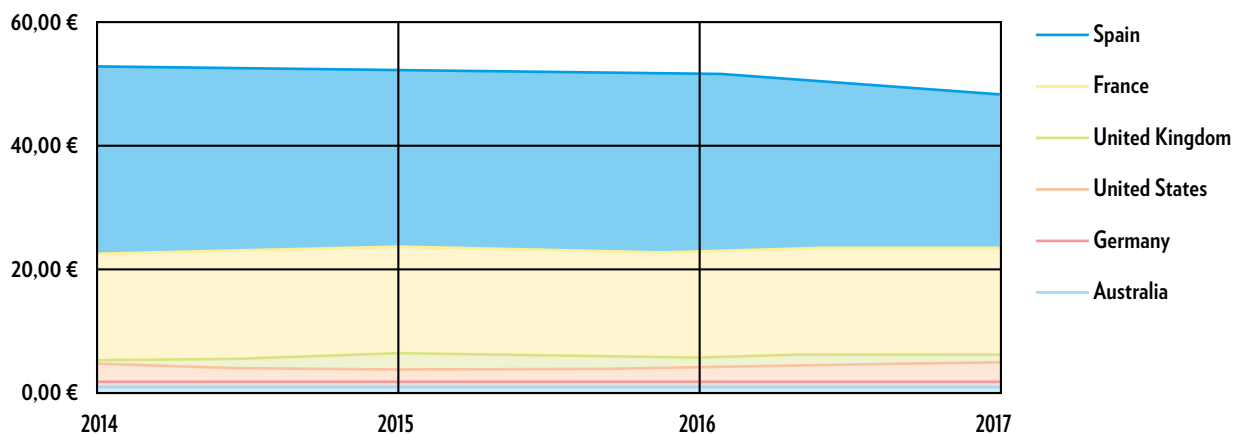


NONDIK BISITATZEN GAITUZTEN (ORDAINKETA-TRAFIKORIK GABE)

2017an, areagotu egin da nazioarteko trafikoaren garrantzia, eta bisitaldien % 52ra arte iritsi da.

| | |
|---|----------------------------|
| 1.  Spain | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 871.208 (% 48,38) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 1.178.377 (% 51,02) |
| Trukeen % | % -19,50 |
| 2.  France | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 426.831 (% 23,70) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 526.618 (% 23,08) |
| Trukeen % | % -11,46 |
| 3.  United Kingdom | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 124.907 (% 6,94) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 125.204 (% 6,99) |
| Trukeen % | % -0,24 |
| 4.  United States | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 97.103 (% 5,39) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 79.991 (% 3,83) |
| Trukeen % | % 21,39 |
| 5.  Germany | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 24.554 (% 1,35) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 41.964 (% 2,01) |
| Trukeen % | % -41,49 |

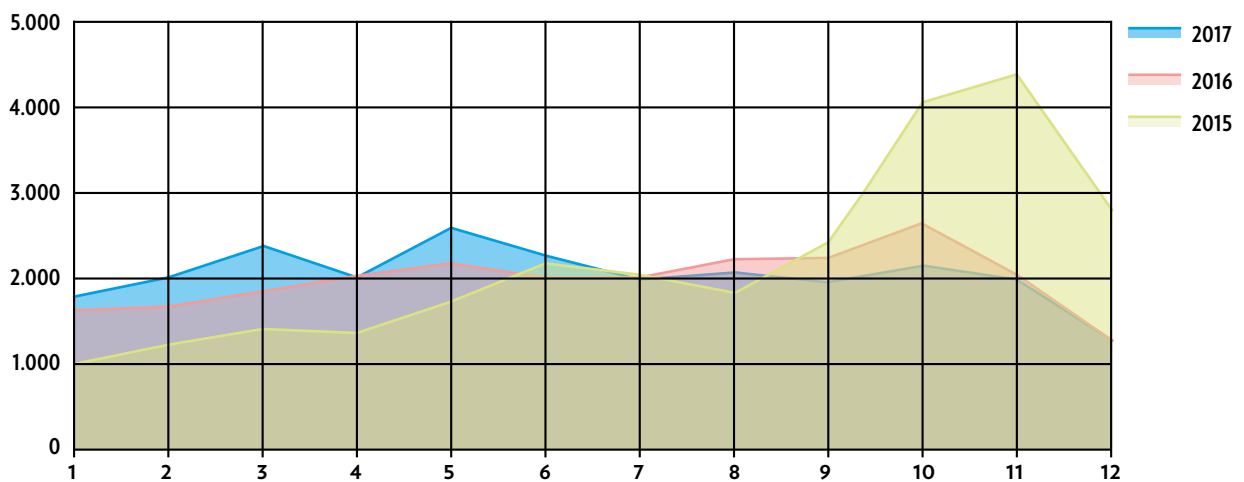
BISITALDIEN EHUNEKOA HERRIALDEEN ARABERA, URTEKO JOERA



Negoio-turismoari zuzendutako web-atala



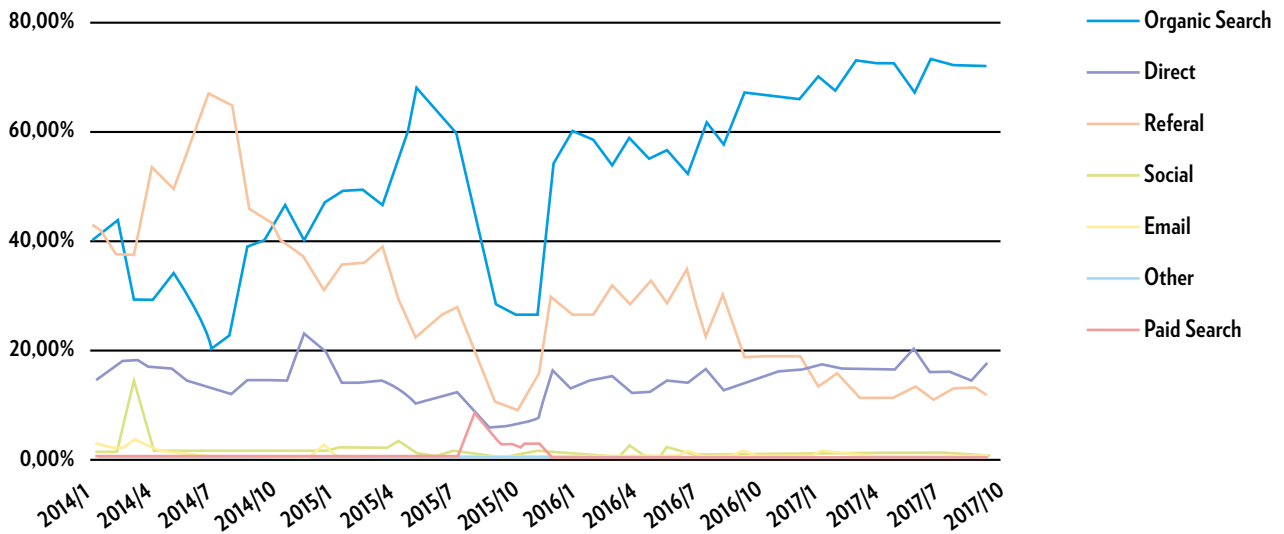
HILEKO BISITALDIAK








24.349 bisita 2017an zehar. **% 2,37 egin du gora aurreko urteko aldi berberarekin alderatuta.**
55.828 orrialde bisitatu dituzte **20.337 erabiltzailek.**

Ohiko erabiltzaileak webgunea ordenagailuan eta bulegoko ordutegian kontsultatzen du.

KANAL BIDEZKO BISITALDIAK



Kanal organikoak indarrez egin du gora eta bisitaldien % 70 lortu du 2017an.

| | |
|--|------------------|
| 1.  Spain | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 17.781 (% 73,03) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 16.718 (% 70,29) |
| Trukeen % | % 6,36 |
| 2.  France | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 2.036 (% 8,36) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 2.859 (% 12,02) |
| Trukeen % | % -28,79 |
| 3.  United States | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 926 (% 3,80) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 422 (% 2,62) |
| Trukeen % | % 49,87 |
| 4.  United Kingdom | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 615 (% 2,53) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 624 (% 2,62) |
| Trukeen % | % -1,44 |
| 5.  Germany | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 281 (% 1,15) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 373 (% 1,57) |
| Trukeen % | % -24,66 |

Bisitaldien % 27 nazioartekoak izan dira.

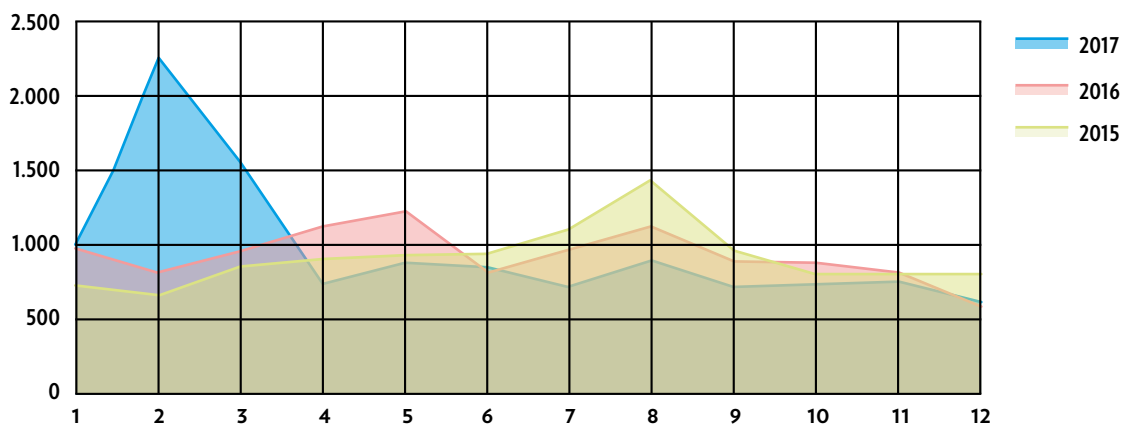
628 (↑%1,45) dokumentu deskargatu dira.

- 1. 198 manual-para-organizadores-de-congresos.pdf ↓%30
- 2. 117 incentivos-san-sebastian.pdf ↑%75
- 3. 106 parking-map.pdf ↑%458
- 4. 58 much_more_than_a_beautiful_city.pdf ↓%24
- 5. 18 ota-ing.pdf

Prentsari eta Eragileei zuzendutako web-atala








HILEKO BISITALDIAK



11.072 bisitaldi 2017an. **% 10,33 egin du gora joan den urteko aldi berberarekin alderatuta.**
 20.857 orrialde bisitatu dituzte **9.526 erabiltzailek.**
 2017ko otsailaren 22an eta 23an bisitaldien gorakadaxoa izan zen Facebooketik “Donostia bidaia garrantzitsuenen rankingean” orrialdera.

2017an, **bisitaldien % 38 nazioartekoak izan dira.**

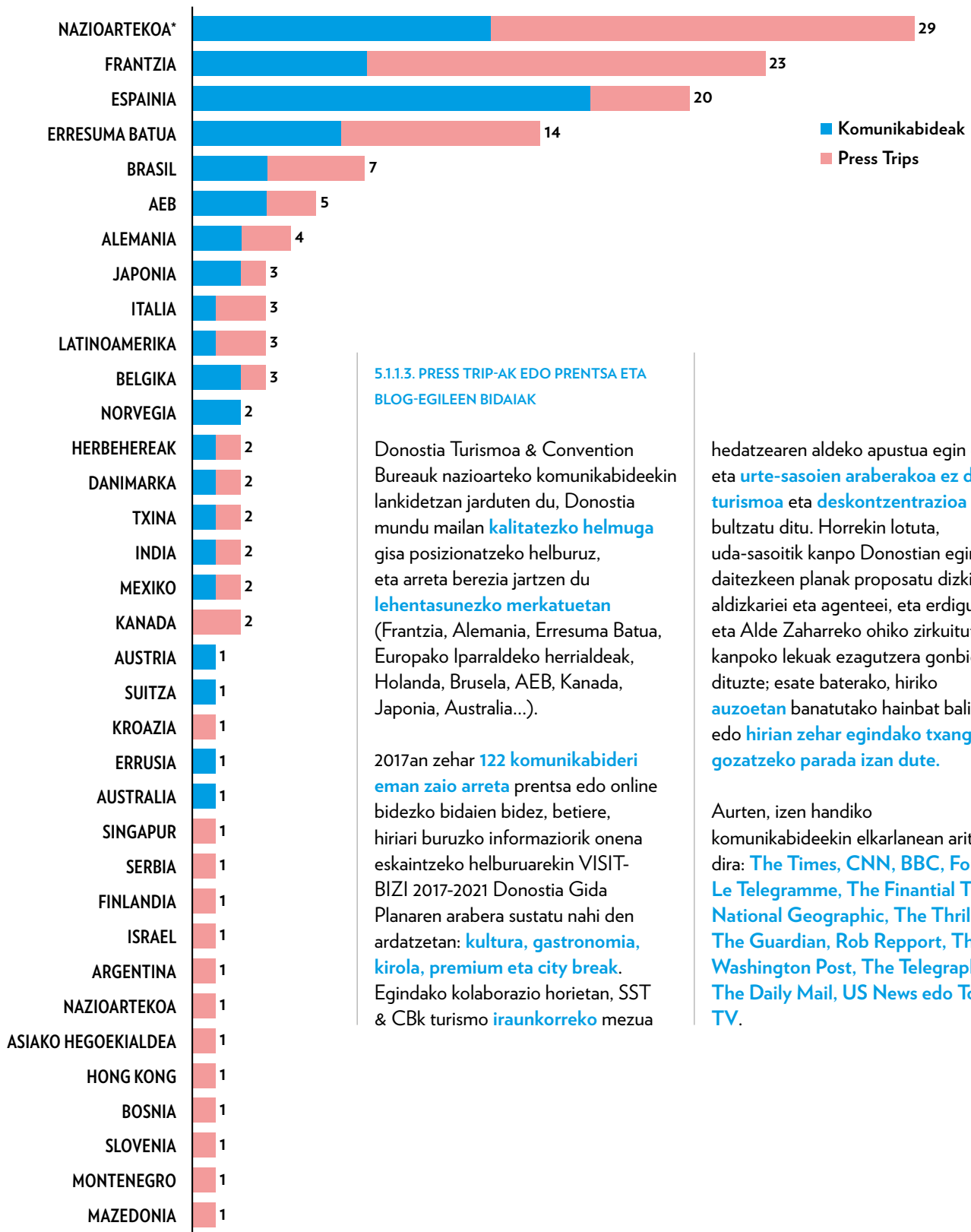
| | |
|--|------------------------|
| 1.  Spain | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 6.387 (% 62,20) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 6.152 (% 61,31) |
| Trukeen % | % 11,95 |
| 2.  France | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 846 (% 7,82) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 757 (% 7,54) |
| Trukeen % | % 14,40 |
| 3.  United States | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 634 (% 6,73) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 349 (% 3,48) |
| Trukeen % | % 81,66 |
| 4.  United Kingdom | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 342 (% 3,45) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 504 (% 5,02) |
| Trukeen % | % -24,21 |
| 5.  Germany | |
| 2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31 | 236 (% 2,13) |
| 2016ko urt. 01 - 2016ko aben. 31 | 85 (% 0,85) |
| Trukeen % | % 177,65 |

Jarraitzaile gehiago, eta interakzio handiagoa sare sozialetan

Sare sozialetako komunitateek eta interakzioek gora egiten jarraitzen dute urtero. Kopuru hauek lortu dituzte:



HERRIALDEEN ARABERA ARRETA ESKAINITAKO KOMUNIKABIDEAK



5.1.1.3. PRESS TRIP-AK EDO PRENTSA ETA BLOG-EGILEEN BIDAIAK

Donostia Turismoa & Convention Bureauak nazioarteko komunikabideekin lankidetzan jarduten du, Donostia mundu mailan **kalitatezko helmuga** gisa posizionatzeko helburuz, eta arreta berezia jartzen du **lehentasunezko merkatuetan** (Frantzia, Alemania, Erresuma Batua, Europako Iparraldeko herrialdeak, Holanda, Brusela, AEB, Kanada, Japonia, Australia...).

2017an zehar **122 komunikabideri eman zaio arreta** prentsa edo online bidezko bidaien bidez, betiere, hiriari buruzko informaziorik onena eskaintzeko helburuarekin VISIT-BIZI 2017-2021 Donostia Gida Planaren arabera sustatu nahi den ardatzetan: **kultura, gastronomia, kirola, premium eta city break**. Egindako kolaborazio horietan, SST & CBk turismo **iraunkorreko** mezua

hedatzearen aldeko apustua egin du eta **urte-sasoien arabera ez den turismoa** eta **deskontzentrazioa** bultzatu ditu. Horrekin lotuta, uda-sasoitik kanpo Donostian egin daitezkeen planak proposatu dizkie aldizkariari eta agenteei, eta erdiguneko eta Alde Zaharreko ohiko zirkuitutik kanpoko lekuak ezagutzera gonbidatu dituzte; esate baterako, hiriko **auzoetan** banatutako hainbat baliabide edo **hirian zehar egindako txangoez gozatzeko parada izan dute**.

Aurten, izen handiko komunikabideekin elkarlanean aritu dira: **The Times, CNN, BBC, Forbes, Le Telegramme, The Financial Times, National Geographic, The Thrillist, The Guardian, Rob Report, The Washington Post, The Telegraph, The Daily Mail, US News** edo **Tokyo TV**.

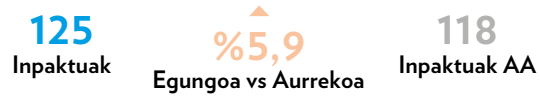
Iturria: SST&CB

* Hainbat herrialdetan difusioa duten online edo offline komunikabideak.

5.1.2. TOKIKOEI BIDERATUTAKO KOMUNIKAZIOA

Kanpo-promoziorako komunikazioaz gain, **herritarrak informatzeko eta sentsibilizatzeko komunikazio-ekintzak** ere diseinatzen dira. Herritarrak gero eta rol garrantzitsuagoa dauka hirian turismoak duen bilakaeraren inguruko hausnarketan eta, horregatik, handitu egin da toki mailako ekintza eta komunikazio kopurua.

INPAKTUAK 2017 / 2016



ALDAERA



INPAKTU MOTA



5.2. MICE TURISMOA

Donostia Turismoa & Convention Bureauak 4 helburu nagusiren inguruan egiten du lan negozio-turismoaren arloan:

Donostiak negozio-turismorako helmuga gisa duen posizionamendua hobetzea.

Horretarako, azoka, workshop, sare eta lantaldeetan hartzen dugu parte, bazkideekin eta beste helmuga batzuekin loturak sortzen ditugu, online presentzia hobetzeko lan egiten dugu, ekintzen berri ematen dugu, fam trips edo agenteen bidaiak eta abar.

Turismoa urtaroen arabera ez izatearen estrategiarekin jarraitzea

Ildo horretan, Gipuzkoako Foru Aldundiaren eta Kursaalaren laguntzarekin, urritik maiatzera bitartean ekitaldiak erakartzeari eta babes ekonomikoa eskuratzeari eman diogu lehentasuna

Nazioartekotzeko estrategiarekin jarraitzea.

Estrategia hori sustatzeko, Gipuzkoako Foru Aldundiaren eta Kursaalaren laguntza izan dugu, halaber, lehentasuna eman diogu nazioarteko ekitaldietarako babes ekonomikoari, gabezia logistikoak osatzeko politikak ezarri ditugu, aliatuak bilatu ditugu nazioarteko ekintzetarako, intereseko merkatuen arabera (Erresuma Batua, Frantzia, herrialde eskandinaviarrak, Irlanda, Alemania, AEB, Kanada...)

sustapen-ekintzak hautatu ditugu eta abar.

Sustatzaileen bilaketa bultzatzea

Bisita komertzialak eta tokiko eta nazio mailako aurkezpenak areagotu ditugu Donostia Turismoa & Convention Bureauaren lana eta zerbitzuak ezagutarazteko, merkatuaren eta antolatzailearen arabera interesekoak ditugun azoka, aurkezpen eta workshopetara joan gara, modu aktiboan babestu ditugu kide diren establezimenduak sustatzeko ekintzak eta abar.

“

Bisita komertzialak eta tokiko eta nazio mailako aurkezpenak areagotu ditugu Donostia Turismoa & Convention Bureauaren lana eta zerbitzuak ezagutarazteko

”

5.2.1. TOKIKO EKINTZAK

5.2.1.1. AURKEZTUTAKO HAUTAGAITZAK

2017an 4 hautagaitza sortu dira:

- Laguntza Arretarako Espainiako Sozietatearen Kongresua - SECA ▶ 2018/10/23-25
- Erizaintzako Kongresu Nazionala Anestesian, Susperraldian eta Minaren Terapian ▶ 2019/10/16-18
- Toraxeko Kirurgiaren Espainiako Sozietatearen Kongresua - SECT ▶ 2017/05/9-11
- Hondartzen Nazioarteko Kongresua eta Erakusketa - Ekohondartzak ▶ 2007/11/16-20

5.2.1.2. ENBAXADORE PROGRAMA

Enbaxadore proiektua, Donostia Turismoa & Convention Bureau eta Kurasaalek sortutakoa, urtez urte indartzen ari da. Aitorpen horrek helmugarako batzar-jarduerak erakartzeko lan proaktiboa egiteagatik nabarmendu diren profesionalak saritzen ditu. 10 enbaxadore izendatu ditugu aurtan:

| ENBAXADORE 2017 | |
|---------------------------------------|--|
| M ^a José Etxeberria Itziar | Erizaintza Jardunaldia Kirurgia Ortopedikoan eta Traumatologian - 2017 |
| Ángel Borja Yerro | European Ecosystem Services Partnership Conference - 2018 |
| Francisco Javier Eizaguirre Arocena | Gastroenterologia, Hepatologia eta Nutrizio Pediatrikoko Espainiako Sozietatearen Kongresua (SEGHNP) - 2017 |
| José María Pitarke de la Torre | GRAPHENE WEEK International Conference on the Fundamental Science of Graphene and Applications of Graphene-Based Devices - 2018 |
| Teófilo Rojo Aparicio | GRAPHENE WEEK International Conference on the Fundamental Science of Graphene and Applications of Graphene-Based Devices - 2018 |
| José Ignacio Martínez Renobles | SETLA Kongresua - 2016 |
| Jenaro Guisasaola Aranzabal | GIREP 2018 - International Conference of the Research Group on Physics Teaching 2018 |
| Jorge Soto de Delás | Dermatologiako espainiako akademiaren dermatologia estetiko eta terapeutikoko taldearen bilera (GEDET) 2018 Laser bidezko dermatologia kirurgikoko eta azaleko onkologiako espainiako taldearen XXX bilera (GECIDOC) 2017 |
| Estíbaliz Jiménez Aberasturi Apraiz | Haur hezkuntza eta lehen hezkuntza artearen, ilustrazioaren eta ikusizko kulturaren nazioarteko kongresua - EHU 2017 |
| Idoia Marcellan Barace | Haur hezkuntzako eta lehen hezkuntzako hezkuntza artearen, ilustrazioaren eta ikusizko kulturaren nazioarteko kongresua - EHU 2017 |

Kurasaalen 450 ordezkariarik gorako (hitzordu nazioartean) eta 200 parte-hartzailearik gorako (nazioarteko foroan kasuan) bilerak, ekitaldiak edo kongresuak antolatzen dituzten profesionalen aitorpena egiteko 2012an sortutako “klub” entzutetsu hau osatzen duten 47 profesionalen zerrendan sartu ditugu “Enbaxadore” berriak.

“

Zelula minbizi-eragileei beroarekin aurre egiteko proiektu zientifiko entzutetsuak, Ceit-IK4 eta Tamag Ibérica buruan direla, Donostia Turismoa eta Kurasaalek 'Enbaxadoreak' proiektuan deitutako bileran sortutako elkarlanean du jatorria

”

EL DIARIO VASCO*(DV, 2018-02-23)*

5.2.2. BERTAN ETA NAZIOARTEAN EGINIKO EKINTZAK

5.2.2.1. AZOKAK ETA WORKSHOPAK

MICEren arloko 21 azoka eta workshopetan hartu dugu parte, bai bertakoetan, bai nazioartekoetan, Donostia ekitaldiak eta bilerak egiteko arloan helmuga estrategiko gisa kokatzeko helburuarekin. Honako merkatu hauetan egin du lan Convention Bureauak:

| | | |
|---------|------------------------|--|
| OTSAILA | 2-5 | CONFEC REC (Venezia) |
| | 5-7 | IBERIAN MICE FORUM (Sevilla) |
| | 23-25 | THE MEETINGS SPACE (Copenhagen) |
| MARTXOA | 5-7 | EMEC (Granada) |
| | 28 | MIS-Eventoplus (Madril) |
| | 31 | Workshop EEUU - SCB (Madril) |
| MAIATZA | 16-18 | IMEX (Frankfurt) |
| | 23 | Workshop Francia - SCB (Paris) |
| | 31-ekainak 3 | ECM ASAMBLEA GENERAL (Dubrovnic) |
| EKAINA | 2-4 | Asamblea SCB |
| | Ekainak 27-uztailak 01 | M&I EUROPE (Sevilla) |
| IRAILA | 5-7 | IBERIAN MICE FORUM (Cartagena) |
| | 12 | Presentación Mice-Basquetour (Manchester) |
| | 15-17 | Jornada Inversa Mercado alemán (Madril) |
| | 28 | JORNADA SCB-MPI (Madril) |
| URRIA | 10-12 | IMEX (Las Vegas) |
| | 30-4 | M&I Forum (Dubai) |
| AZAROA | 2 | Jornada Directa Mercado holandés (Amsterdam) |
| | 9-12 | Jornada Inversa Mercado belga (Elche-Alicante) |
| | 19-22 | CONNECTIONS (Florencia) |
| | 28-30 | IBTM (Barcelona) |

5.2.2.2. FAM TRIP, IKUSKAPEN-BIDAIK ETA MERKATURATZEARI LOTUTAKO BISITAK

2017an, zazpi fam trip antolatzen lanetan hartu dugu parte. Eragileak lehentasunezko merkatuetan trebatzeko (familiarizatzeko) bidaiak dira:

Era berean, ikuskaritzako eta bisitaldi komertzialetako hainbat bidaia ere antolatu dira:

IKUSKAPENEN BISITAK 2017

| HILABETEAK | ERAKUNDEA |
|------------|---|
| MARTXOA | SEMG Medikuntza Orokorreko Espainiako Elkarteak |
| EKAINA | CONVENTION ORANGE FRANCE |
| AZAROA | EUROFORUM Costa Brava Girona Convention Bureau |

| HILABETEAK | BEZEROAK |
|------------|--|
| OTSAILA | SEMED |
| MARTXOA | SBC Congressos |
| | KPMG |
| | BBVA |
| | NOVO NORDISK ESPAÑA |
| | GRUNENTAL PHARMA |
| APIRILA | HEGAZTI HAZKUNTZAKO SIMPOSIUM ZIENTIFIKOA |
| | LAGUNTZA KALITATEKO ESPAINIAKO SOZIALTEAREN KONGRESUA (SECA) |
| EKAINA | ERIZAIN KUDEATZAILEEN JARDUNALDIK (ANDE) |
| | SBEVENTS |
| IRAILA | Oribay |

| ANTOLATZAILEA | HERRIALDEA |
|---------------|-----------------------------|
| OTSAILA | |
| TUMLARE | Taiwan |
| MARTXOA | |
| VALESA | Amerikako eragileak |
| UZTAILA | |
| BASQUETOUR | ALEMANIA |
| ABUZTUA | |
| STOP | ALEMANIA |
| URRIA | |
| OET Estocolmo | Mice Suediako eragileak |
| ABENDUA | |
| BASQUETOUR | Eskandinavia A8:G31A4A1:I31 |

5.2.2.3. EKINTZA BEREZIAK

Azoka, workshop eta ikuskapen-bidaiez gain, beste ekintza batzuk ere egin ditugu Donostia kongresu-hiri gisa sustatzeko asmoz:

Alde batetik, nazioko eta nazioarteko hainbat kongresutan jarritako stand baten bidez eman da ezagutzera:

AURRERA EGITEN DUGU - LANBIDE HEZIKETAKO NAZIOARTEKO JARDUNALDIAK

YUZZ DAY 2017

AZALEKO ONKOLOGIAREN ETA DERMATOLOGIAREN LASER KIRURGIAREN ESPAINIAKO TALDEAREN XXX BILERA (GECIDOC)

BIZKARREZURREKO ESPAINIAKO SOZIJATEAREN 31. KONGRESU NAZIONALA - GEER

SORMENAREN XIV. LEHIAKETA (C eguna) eta SORTZAILEEN ETA IRAGARLEEN ARTEKO VIII. TOPAKETA (A eguna)

GASTROENTEROLOGIA, HEPATOLOGIA ETA NUTRIZIO PEDIATRIKOKO ESPAINIAKO SOZIJATEAREN XXIV. KONGRESUA (SEGHNP)

ERIZAINZAKO JARDUNALDI NAZIONALAK TRAUMATOLOGIAN ETA KIRURGIA ORTOPEDIKOAN (JENCOT)

MEDIKUNTZA OROKORREKO ETA FAMILIA MEDIKUNTZAKO KONGRESU NAZIONALA (SEMG)

IEEE-CEC INTERNATIONAL CONFERENCE ON EVOLUTIONARY COMPUTATION

Bestalde, zenbait ekintza jarri ditugu abian bazkideekin:

- Spain Convention Bureau-ren ekintza Parisen. Ekimenean parte-hartzea hauek lagunduta: Basque Destination, Kursaal eta Hotel San Sebastián hotela.
- M&I Europako merkatua. Hagoos-ek eta Basque Travel-ek lagunduta. IBTM - Basquetourren standak - Bartzelona - 2017ko azaroak 28-30
- IBTM azoka - Basquetourreko standean egotea. Hauek lagunduta: GS Incoming, Hagoos, MIMO, Bascoming, Tenedor Tours, Kursaal, Aquarium, FICOBA, Hotel Londres y de Inglaterra, B&B Hotel San Sebastián eta Araeta.

5.2.2.4. ARGITALPEN ESPEZIFIKOAK

Donostia Turismoa & Convention Bureau hainbat argitalpen diseinatzen du helmuga sustatzeko, bisitariaren esperientzia errazteko, hiria kongresuak egiteko edo pizgarri-bidaietarako helmuga gisa sustatzeko, etab.

Kongresuen antolatzaileentzako gidaliburua



Pizgarrien gida



Hautagaitzak aurkezteko kita

Donostia Turismo & Convention Bureauk etengabe berritzen du hautagaitza aurkezteko materiala, argazki, informazio, datu eta abar berriak txertatuta.

5.3. AISIALDIKO TURISMOA

Donostia Turismoa & Convention Bureauk aisialdiko turismoa kudeatzeari lotuta, honako helburu nagusi hauek ditu:

1. Nazioartean hiriaren markak duen posizionamendua indartzea.

Nazioartekotzeko estrategia zehaztu dugu lehentasuneko merkatuka:

- Nazioarteko 1. merkatutarako estrategia: Frantzia
- Europako herrialdeetarako estrategia: Erresuma Batua, Alemania, Brusela, Herbehereak, herrialde eskandinaviarrak
- Urrun dauden intereseko merkatuetarako estrategia: AEB, Kanada, Japonia, Australia...

Merkatu bakoitzak helburu espezifikoak ditu eta horretarako, produktuen eskaintza jakin bat eta baliabideen nahasketa erabiltzen dira.

2. Turismoa urtaroen arabera ez izateko eta deskontzentratzeko estrategiarekin jarraitzea.

Produktua 4 ardatzen inguruan dibertsifikatu dugu urte osoan bisitariak erakartzeko: gastronomia, kultura eta jaialdiak, sport city eta helmuga Premium/erromantikoa.

Urteko edozein garaitan kontsumi daitezkeen produktuetan, sustapen-kanpainak urritik maiatzera izan ditugu abian eta hiriaren eta lurraldearen espazio berriak sustatu ditugu.

3. Produktu turistikoak prestatzeari, hedatzeari eta saltzeari babesa ematea.

Gure produktu turistikoa prestatzeko egin dugu lan, bazkideen, enpresa kolaboratzaileen, entitateen eta abarren produktuen prestakuntza babesten dugu.

4. Bisitarien harrera-esperientzia hobetzea. On eta off line.

Hiru ildo nagusi landu ditugu: offline informazioa/ argitaratzeak, online informazioa/webgunea eta turistentzako arreta-zerbitzua eta informazio-puntuak hobetzea.

5. Baliabide propioen sorkuntza handitzea.

Honako hauetan aritu gara, besteak beste, lanean: ostatuen salmenta online, ihesaldiak, argitaratzeak, merchandisinga, publizitate-espazioen merkaturatzea, bulegoko produktu turistikoen eskaintza handitzea eta produktu turistikoak saltzeko online denda garatzea.

6. Helmugako iraunkortasun turistikoa zeharkako helburu.

Ekintza guztiak helmugako Iraunkortasun Turistiko Globalaren Helburuarekin bat etortzea da asmoa (denbordiz kanpo haztea, eremu geografiko turistikoa zabaltzea, Donostiako kultura eta balioak ezagutaraztea, helmugaren benetakotasuna).

“

*Ekintza guztiak helmugako
Iraunkortasun Turistiko
Globalaren Helburuarekin bat
etortzea da asmoa*

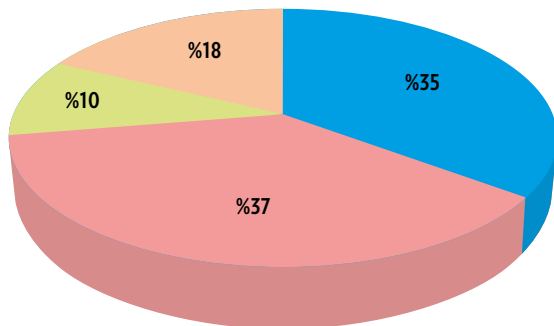
”

5.3.1. PRODUKTU TURISTIKOAK

Zerbitzu osoa eskaintzeko, eta helmugak eskaintzen dituen aukerak turistari gertuago eta irisgarriago jartzeko, Donostia Turismoa & Convention Bureauk askotariko produktu propioak prestatzen ditu eta lotutako enpresei ere babesa eta aholkuak eskaintzen dizkie haien produktuak sortzeko. Horrez gain, horien guztien zabalpena egiten du informazio-kanalen bidez eta salgai jartzen ditu turistei arreta emateko dituen bulegoetan.

EHUNEKOAK IHESALDI MOTAREN ARABERA 2017

- KULTURALA
- KIROLAREKIN LOTUTAKOAK
- GASTRONOMIKOAK
- ERROMANTIKOAK



From **162€** / 2 People

ROMANTIC SHORT BREAK: CHARMING HOTEL AND SPA CIRCUIT

From **213€** / 2 Adults + 1 Child

FAMILY MUSEUM SHORT BREAK

From **190€** / 2 People

CIDER HOUSE SHORT BREAK

From **132€** / 2 People

SAN SEBASTIAN CITY OF CULTURE: SAN TELMO MUSEUM, BALENCIAGA MUSEUM AND GUIDED TOUR

5.3.1.1. SAN SEBASTIAN CITY BREAK: IHESALDIAK

City break motako turismoak azken urteetan izan duen gorakada kontuan hartuta, Donostia Turismoa & Convention Bureauk ihesaldien eskaintza zabal bat diseinatu du. Ihesaldiek lagundu egiten dute turismoa urtaroen araberakoa ez izaten, urteko 12 hilabeteetan gozatzeko askotariko proposamenak baititugu. Ihesaldiek esperientzia osoa eskaintzen diote bisitariari: 2 ostatu-gau, jarduera bat aukeran, SScard txartel turistikoa, hiriari buruzko informazio turistikoa ematen duen welcome pack bat eta abar.

25 ihesalditik gora diseinatu eta merkaturatzen ditugu, gaika sailkatuta Donostiaren irudia eta posizionamendua indartzeko, 4 ardatz handitan bilduta: Hiriburu Gastronomikoa, Kulturaren eta Jaialdien Hiria, Sport City, Wellness-Erromantikoa helmuga.



IHESALDIAK

| HILABETEA | 2016 | 2017 |
|----------------|------------|------------|
| Urtarrila | 4 | 5 |
| Otsaila | 31 | 8 |
| Martxo | 21 | 16 |
| Apirila | 20 | 14 |
| Maiatza | 18 | 7 |
| Ekaina | 17 | 9 |
| Uztaila | 54 | 61 |
| Abuztua | 15 | 12 |
| Iraila | 35 | 26 |
| Urria | 21 | 13 |
| Azaroa | 133 | 106 |
| Abendua | 16 | 18 |
| GUZTIRA | 385 | 295 |

5.3.1.2. ZERBITZUEN SALMENTA

Bisita gidatuak Donostian

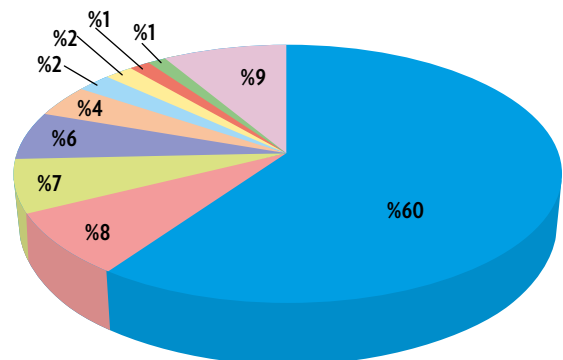
Oinezko bisita gidatuak aukera ematen die bisitariei hiriaren historiari, kulturari, ohiturei eta tradizioei lotutako alderdiak gidari profesional baten eskutik sakonago ezagutzeko. Donostia Turismoa & Convention Bureauk 3 motatako bisitak eskaintzen ditu urte osoan: funtsezkoa, kulturala eta gastronomikoa).

BISITA GIDATUAK

| HILABETEA | 2016 | 2017 |
|----------------|--------------|--------------|
| Urtarrila | 100 | 64 |
| Otsaila | 131 | 112 |
| Martxo | 503 | 123 |
| Apirila | 278 | 629 |
| Maiatza | 601 | 571 |
| Ekaina | 916 | 675 |
| Uztaila | 1.367 | 1.151 |
| Abuztua | 1.587 | 1.794 |
| Iraila | 974 | 909 |
| Urria | 428 | 392 |
| Azaroa | 116 | 172 |
| Abendua | 394 | 371 |
| GUZTIRA | 7.395 | 6.963 |

BISITA GIDATUEN JATORRIA 2017AN

- ESPAINIA
- IRLANDA
- AUSTRALIA
- FRANTZIA
- ESTATU BATUAK
- ALEMANIA
- BRITAINIA HANDIA
- KANADA
- ARGENTINA
- BESTE BATZUK



Kide ditugunen produktuak

“Feel like a donostiarra” lelopean, turistak **askotariko jarduerak** ditu aukeran; adibidez, txangoak, bisita gidatuak, gastronomia, euskal kultura eta jarduerak itsasontzian eta uretako kirolak. Donostia Turismoa & Convention Bureauen **kide diren tokiko enpresek** eskaintzen dituzte.

ESKAINITAKO JARDUERAK

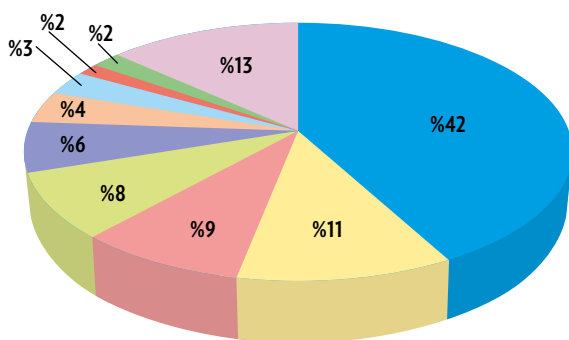
| | |
|---|---|
| TXANGOAK | Done Jakue Bidea |
| | Bidasoa tourra |
| | Iparraldeko kostaldeko tourra |
| | Urola Kostako tourra |
| | Txangoak Baztango Haranera eta Xaretara |
| | Txangoak Gaztelugatxera eta Gernikara |
| | Hiru tenpluen ibilbidea |
| | Txangoa Gasteizera eta Salinasera |
| | Côte Basque txangoa |
| | Gipuzkoa Kosta autobus-txangoa |
| Barnealdeko Gipuzkoa autobus-txangoa | |
| GASTRONOMIA | Pintxo-tourra |
| | Pintxo tour lokala |
| | Cook&pintxoak BCC |
| | BCC abangoardia- eta sukaldaritza-tailerra |
| BASQUE STYLE | Tolosako azokara bisitaldia |
| | Galarreta frontoia |
| | Bazkaria/afaria Astigarragako sagardotegian + bisitaldia Sagardoetxea museora |
| | Bazkaria/afaria Petritegin |
| | Adarrazpi gaztandegira bisitaldia |
| | Sagardofest Tolosa |
| | Sagardo Apurua jatorri deiturako sagardo dastatzea-uztartzea |
| | Sagardo Apurua sagardo berezien dastatzea |
| Sagardo Apurua sagardo berezien bazkari-uztartzea | |
| BISITA GIDATUAK | Donostia Funtsezkoa |
| | Donostia Kulturala |
| | Pintxoan Donostia |
| | Egia bisitaldia |
| | Ondarreta bisitaldia |
| | Donostia City Tour autobus-turistikoa |
| | Donostia City Tour tren turistikoa |
| | Bike Tour |
| Running Tour | |
| URETAKO ERAKUSTALDIAK | “Ciudad de San Sebastián” katamarana |
| | Motordun txalupak uhartera |
| | Stand Up Paddle- Piragua alokairua |

ZERIKUSIA DUTEN PRODUKTUAK

| HILABETEA | 2016 | 2017 |
|----------------|--------------|--------------|
| Urtarrila | 1 | 12 |
| Otsaila | 0 | 12 |
| Martxoa | 145 | 23 |
| Apirila | 65 | 194 |
| Maiatza | 64 | 161 |
| Ekaina | 394 | 431 |
| Uztaila | 964 | 972 |
| Abuztua | 1.788 | 1.590 |
| Iraila | 540 | 596 |
| Urria | 172 | 273 |
| Azaroa | 36 | 48 |
| Abendua | 24 | 94 |
| GUZTIRA | 4.193 | 4.406 |

ZERIKUSIA DUTEN PRODUKTUEN JATORRIAK 2017

- ESPAINIA
- ARGENTINA
- FRANTZIA
- IRLANDA
- AUSTRALIA
- ALEMANIA
- ESTATU BATUAK
- KANADA
- BRITAINIA HANDIA
- BESTE BATZUK



Txartel turistikokoak

Bi ildo ditugu txartel turistikoeetan eta bisitariei helmugari buruzko ezagutza sakontzeko aukera ematen diete.

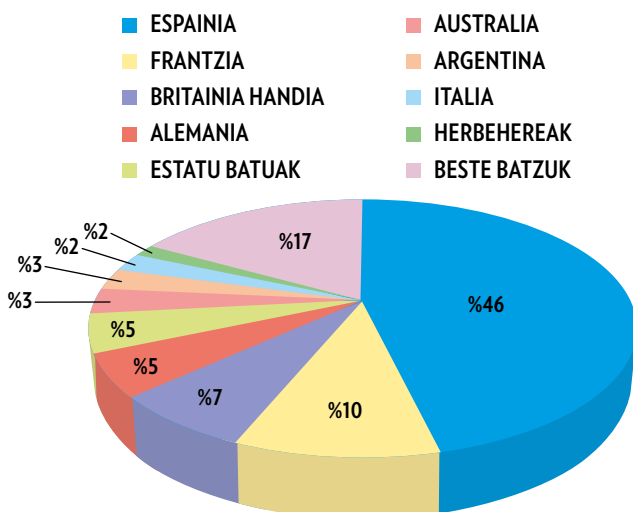
Txarteldunek, gainera, erakundearen kide direnek (museoak, jatetxeak, saltokiak, etab.) eta garraio publikoko lineek eskaintzen dituzten deskontuak eta abantailak eskuratzen dituzte.

Donostia Card (3 txartel) Donostia ezagutzeko eta **Basquecard** (3 txartel) Donostia, Gipuzkoa eta autonomia-erkidegoko hiriburuak ezagutzeko.

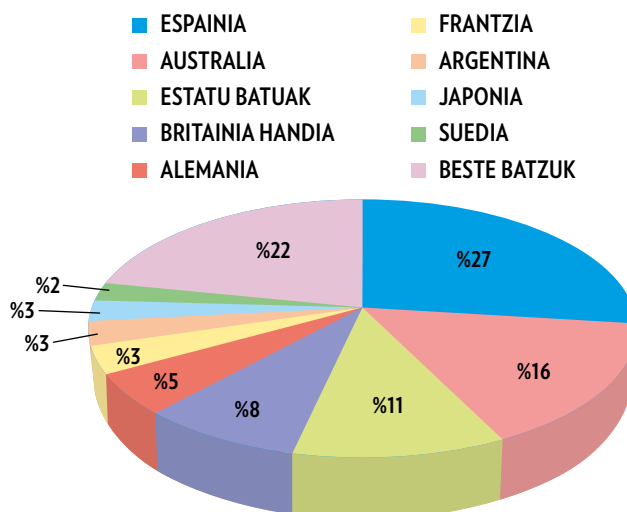
SAN SEBASTIAN CARD

| HILABETEA | 2016 | 2017 |
|----------------|--------------|--------------|
| Urtarrila | 55 | 85 |
| Otsaila | 118 | 89 |
| Martxoa | 260 | 137 |
| Apirila | 267 | 442 |
| Maiatza | 503 | 347 |
| Ekaina | 486 | 770 |
| Uztaila | 1.134 | 1.571 |
| Abuztua | 1.475 | 2.155 |
| Iraila | 691 | 876 |
| Urria | 495 | 436 |
| Azaroa | 152 | 186 |
| Abendua | 189 | 275 |
| GUZTIRA | 5.825 | 7.369 |

SSCARD JATORRIA 2017



BASQUE CARD JATORRIAK 2017



BASQUE CARD

| HILABETEA | 2016 | 2017 |
|----------------|--------------|------------|
| Urtarrila | 22 | 27 |
| Otsaila | 23 | 25 |
| Martxoa | 86 | 44 |
| Apirila | 110 | |
| Maiatza | 213 | 62 |
| Ekaina | 212 | 111 |
| Uztaila | 202 | 153 |
| Abuztua | 295 | 158 |
| Iraila | 205 | 125 |
| Urria | 160 | 110 |
| Azaroa | 37 | 31 |
| Abendua | 54 | 26 |
| GUZTIRA | 1.619 | 872 |

5.3.2. BISITARIANTZAKO ARRETA

2016an, Hiritartasuna dela eta, urte osoan 3 bulego zabaldu ziren eta 2017an, Cervantes Plazako informazio-puntua ekainaren erdi aldera zabaldu zen eta irailaren amaierara arte egon zen martxan.

DONOSTIAKO TURISMO BULEGOA

| BISITARIAK GUZTIRA | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Urtarrila | 5.267 | 6.567 | 7.529 | 7.017 | -%6,80 |
| Otsaila | 5.503 | 5.750 | 6.958 | 8.343 | %19,91 |
| Martxoa | 9.504 | 10.957 | 24.939 | 10.673 | -%57,20 |
| Apirila | 22.939 | 18.732 | 28.765 | 30.556 | %6,23 |
| Maiatza | 22.528 | 24.258 | 36.004 | 25.801 | -%28,34 |
| Ekaina | 27.851 | 26.473 | 40.257 | 31.155 | -%22,61 |
| Uztaila | 62.312 | 64.056 | 71.343 | 64.323 | -%9,84 |
| Abuztua | 77.009 | 82.268 | 92.420 | 83.404 | -%9,76 |
| Iraila | 36.198 | 37.841 | 49.179 | 44.873 | -%8,76 |
| Urria | 18.639 | 21.691 | 34.032 | 21.561 | -%36,64 |
| Azaroa | 8.517 | 9.845 | 12.099 | 11.054 | -%8,64 |
| Abendua | 9.309 | 12.680 | 17.699 | 12.183 | -%31,17 |
| GUZTIRA | 305.576 | 321.118 | 421.224 | 350.943 | -%16,68 |

5.3.3. AZOKAK ETA WORKSHOPAK

2017an, 18 ekitalditan izan ginen guztira: **13 azoka**: horietan izandakoak amaierako publikoa eta publiko espezializatua (turismoaren sektorekoak) dira. **5 workshop**: horietan B2B egiten da lan, sektoreko eragile eta operadoreekin bakarrik.

Gastronomia, Kultura eta Running moduko gaitan espezializatutako ekitaldietan hartu da parte.

AZOKAK ETA WORKSHOPAK 2017

| AZOKA | DATA | MOTA | HERRIALDEA |
|-------------------------|------------|----------|------------------|
| GUZTIRA | | | |
| BASQUETOUR WORKSHOP ALE | 2017/10/25 | Workshop | ALEMANIA |
| CITY FAIR | 2017/06/12 | Workshop | BRITAINIA HANDIA |
| DESTINOS EUSKADI | 2017/10/27 | Azoka | ESPAINIA |
| EXPOVACACIONES | 2017/05/05 | Azoka | ESPAINIA |
| FERIA TOULOUSE | 2017/02/21 | Azoka | FRANTZIA |
| FITUR | 2017/01/17 | Azoka | ESPAINIA |
| INTUR | 2017/11/23 | Azoka | ESPAINIA |
| ITB BERLIN | 2017/05/05 | Azoka | ALEMANIA |
| JATA | 2017/03/08 | Azoka | JAPONIA |
| JATA | 2017/09/20 | Workshop | JAPONIA |
| MUNICH AIRPORT | 2017/09/20 | Azoka | ALEMANIA |
| NAVARTUR | 2017/06/14 | Azoka | ESPAINIA |
| OET LA HAYA | 2017/02/26 | Workshop | HERBEHEREAK |
| RUNNING BCN | 2017/04/03 | Azoka | ESPAINIA |
| RUNNING BURDEOS | 2017/03/11 | Azoka | FRANTZIA |
| RUNNING MADRID | 2017/04/14 | Azoka | ESPAINIA |
| RUNNING SEVILLA | 2017/01/15 | Azoka | ESPAINIA |
| SEVATUR | 2017/03/12 | Azoka | ESPAINIA |
| WORLD TRAVEL MARKET | 2017/11/07 | Azoka | BRITAINIA HANDIA |

Inbertsioaren laburpena, egindako harremanak eta banatutako materiala 2017 vs 2016

EKITALDIEN LABURPENA 2017

| INBERTSIOA | ERAGILEAK | PUBLIKOA | ARGITALPENAK |
|------------|-----------|----------|--------------|
| 29.275 € | 308 | 11.590 | 9.855 |

EKITALDIEN LABURPENA 2016

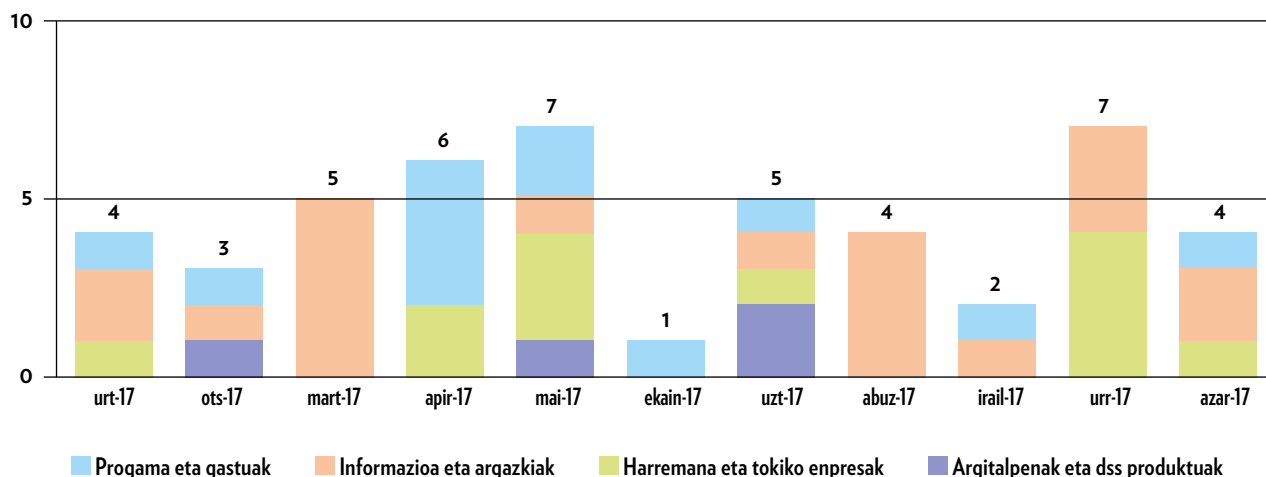
| INBERTSIOA | ERAGILEAK | PUBLIKOA | ARGITALPENAK |
|------------|-----------|----------|--------------|
| 36.124 € | 593 | 5.160 | 24.400 |

5.3.4. FAM TRIPS EDO BIDAIA-ERAGILEAK

2017an, guztira, Alemaniako, AEBko, Japoniako, Kanadako, Erresuma Batuko eta abarreko eragileen edota operadoreen 16 bidaia izan ziren. Gainera, informazio- edo laguntza-behar motaren bat zuten aisialdiko turismoaren 48 eragileri baino gehiagori eman zitzaion arreta.

KONTAKTUAK
48
**INBERTSIOA
226,0 €**

HARREMANETAN JARRITAKO ERAGILEAK



5.3.5. ARGITALPENAK

Donostia Turismoa & Convention Bureauk argitalpen jakin batzuk diseinatu ditu aisialdiko turistaren esperientzia errazteko:

Ongi Etorri gida



Ekitaldien agenda



Ostatuen mapa



Txartel turistikoen liburuxka: Sansebastian Card eta Basque Card



Bisita gidatuak



Irudi-liburuxka



Hiriaren mapa



Ihesaldien Liburuxka edo City Break



Eguberrietako Agenda



Ticketinga, jardueren salmenta





5.4. HELMUGA TURISTIKOREN KUDEAKETA

Donostia Turismoa & Convention Bureauk Helmuga Turistikoaren Kudeaketa Gida Plan berriaren erronka gisa planteatzen du. Erronkak jarraikortasuna ematen dio duela hainbat urtetatik hona balio-proposamena mantendu eta hobetzeko garatzen den lanari, batez ere enpresen lehiakortasunaren hobekuntzan eta helmugaren kalitatearen bikaintasunean. 2017an hainbat helburu planteatu dira: helmugako iraunkortasuna, turismoak hiri-ehunean egindako txertaketa orekatuaren babesa, ekonomian eta Donostia Turismoaren sozietatean, tokiko herritarren kontzientziazio eta parte-hartzea turismoak bizitzakalitatearen hobekuntzan lagun dezan lortzeko, irisgarritasun unibertsala, gobernantza, mugikortasun turistikoaren hobekuntza eta abar.

5.4.1. JARDUERAK SEKTOREAREKIN

Jardunaldiak eta tailerrak

2017an, eta bildutako beharrak kontuan hartuta, Donostia Turismoa & Convention Bureauaren bazkideei zuzendutako saioak antolatu dira taldea sortzeko, bazkideen artean elkarlana eta sinergiak sortzeko, bisitariari arreta eta zerbitzua

hobetzeko, konpetentziak, estrategiak eta antolaketa hobetzeko sare sozialen erabileran, eta zerbitzu eta produktu turistikoetan berrikuntza sustatzeko ikuspegi disruptibotik.



| JARDUNALDIA | LEKUA | DATA | PARTE HARTZAILEAK | | BALORAZIOA (1-10) |
|--|---------------------------|--------------------|-------------------|------------|-------------------|
| | | | ENPRESAK | PERTSONAK | |
| Taldea Egiten Ekimena | A Room in the City | 2017/02/28 | 47 | 50 | 8,61 |
| Bikaintasunaren dekalogo arretan | Olarain Ikastetxe Nagusia | 2017/03/09 | 21 | 27 | 8,65 |
| Komunikazioa Sare Sozialetan | Zenit Hotela | 2017/04/26 | 34 | 41 | 8,76 |
| Berrikuntza zerbitzuetan eta produktu turistikoetan | Basque Culinary Center | 2017/05/24 | 22 | 26 | 7,46 |
| Maxipipula Kreatiboa | Reflex Eremua | Urria-Abendua 2017 | 10 | 10 | NA |
| Facebook eta Instagram oinarritzko prestakuntza | Hotel Amara Plaza hotela | 2017/10/18 | 33 | 38 | 9,06 |
| Sare Soziales antolaketako eta estrategiako tailerra | Hotel Amara Plaza hotela | 2017/11/15 | 29 | 33 | 8,93 |
| Maxipipula Kreatiboa-Itxiera | Kursaal Kasinoa | 2017/12/13 | 19 | 20 | NA |
| PARTE HARTZAILEAK, GUZTIRA | | | 205 | 235 | 8,58 |

Turismo-enpresen lehiakortasuna hobetzeko ekintzak



Turismoguneko Jardunbide Egokien Programa (SICTED)

- **SICTED proiektua**, turismoguneetako kalitatea hobetzeko proiektua da. **42 enpresarekin** aritu gara lanean etengabe; horietatik **40k** gairatu zuten kanpoko ebaluazioa eta Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoari eutsi diote.
 - **3 informazio-bilera** (gosari-bilerak). Urtarrilaren 31n, otsailaren 3an eta 7an 3 bilera-gosari antolatu dira Kalitate Turistikoaren Konpromisoa mantentzeko eskakizun guztiak bete behar direla gogorarazteko.
 - **14 ATI'S** Asistentzia Tekniko Indibidualizatu egin dira. SICTED programaren edukiak sendotzeko eta garatzeko eta parte hartutako negozioen lehiakortasuna hobetzeko lana bideratzeko egin ditugu.
 - **Kanpoko ebaluazioak**
Kanpoko ebaluazioak txandaka egiten dira 2015etik; Ebaluazio dokumentala (ziklo bakoitiak) eta Bezero Misteriotsuarekin (ziklo bikoitiak).
- Aurten **11 ebaluazio dokumental** + **Kalitatezko Q duen enpresa bat** eta **Bezero Misteriotsuaren 30** egin dira.



IKTen erabilerako Jardunbide Egokien Programa

- **IKTen erabileran Jardunbide Egokiak** bultzatzeko proiektuaren barruan, **prestakuntza-jardunaldi bat egin da (IKTen Segurtasuna)**, Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologien erabilera hobetzeko programa batekin eta Jardunbide Egoki horiek hobetzeko eta ezartzeko **17 enpresarekin** etengabeko lanarekin.
- **32. laguntza-bisita**, pertsonalizatutako hobekuntza-planean gomendatutako jardunbide egokiak ezartzen laguntzeko.
- **Heldutasun digitalak 8** maila ditu eta enpresa gehienek oso maila aurreratuetara iristea lortu dute:

| MAILA | ENPRESA KOPURUA |
|----------------|-----------------|
| 1. OINARRIZKOA | 0 |
| 1. AURRERATUA | 1 |
| 2. OINARRIZKOA | 1 |
| 2. AURRERATUA | 2 |
| 3. OINARRIZKOA | 1 |
| 3. AURRERATUA | 3 |
| 4. OINARRIZKOA | 2 |
| 4. AURRERATUA | 6 |



2017ko maiatzaren 03an, Eusko Jaurlaritzak Turismo Sailak Donostiako Miramar Jauregian antolatutako **Kalitate eta Berrikuntza Programen aitorten-ekitaldian** izan ginen. Bertan, Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoaren Diplomak (SICTED) eta/edo IKTen erabileran Jardunbide Egokien Programan parte hartzearen eta maila gainditzearen Diploma-ziurtagiriak eman zituzten.

5.4.2. IRAUNKORTASUN TURISTIKOA

2017an zehar, Donostiako Udaleko hainbat sailekin batera, turismoa udal mailako zeharkako garrantzia duen gai gisa ikustea lortzeko lan egin da, eta horrela, politika publikoen eta turismoarekin zerikusia duten programen eraginkortasuna bermatu nahi da.

Lan koordinatuak gora egin du, batez ere, udal administrazioarekin, betiere, helmugako iraunkortasuna hobetzeko helburuarekin ekintzak aztertu, diagnostikatu eta ezartzeko: Udaleko Ingurumen Saila (Klima 2020, Ekolabel, eta abar), Udaleko Hirigintza Saila, Udal Informazio Unitatea (Udal Behatokia), Herritarren Parte-hartzea (Lagunkoiak) eta abar.

5.4.2.1. ERABILERA TURISTIKOKO ETXEBIZITZAK ANTOLATZEKO ETA KONTROLATZEKO JARDUERAK

2017an, Donostia Turismoa & Convention Bureauk Udaleko Hirigintza Sailarekin lan egin du eta ekintzak sustatu ditu horri dagokionez:

- Hiriko ostatu-eskaintzaren kalitatea bermatzeko jarduera arautzea.
- Eskaintza likido horren kontrola eta ikuskapena areagotzea.
- Jarduera horrek Alde Zaharrea duen hedapena kontrolatzea eta eskaintzaren sakabanatze-neurriak turismoaren txertaketa maila txikienerako eremuetara iristea bultzatzea.
- Herritarrak kontzientziatzea eta pedagogia egitea etxebizitzak inolako kontrolik gabe turismo-ostatu bihurtzeak izan ditzakeen eraginaren gainean.
- Elkarrizketa bitarteko plataformekin.
 - Erabilera turistikoko etxebizitzaren gaineko araudia. Gobernu Batzordearen Onarpena.
 - Hirigintza Araudiaren Plan Orokorren Aldaketa Alde Zaharrean. Espedientearen hasiera irailaren amaieran.
 - Araudiak betetzen ez dituzten etxebizitzaren ikuskapena, kontrola eta itxiera. 3 pertsonatik 8ra handitzea Udalean Lizentzien sekzioko langileak eta beste hainbat postu UCOMen.

5.4.2.2. IRISGARritasuna (ANIZtasun Funtzionala)

Hiriko irisgarritasun turistikoari balioa ematen, oraindik irisgarriak ez diren puntuak hobetzen eta etengabeko hobekuntza-plana ezartzen saiatzeko asmo argiarekin, irisgarritasun turistikoko hainbat prestakuntza parte hartu du Donostia Turismoa & Convention Bureauk.

Lehenengoa PREDIFek (Ezintasun Fisikoa duten Pertsonak Ordezkatzen dituen Esatuko Plataforma) antolatutako prestakuntza izan da. Elkarrekin, Madrilgo Unibertsitate Konplutensearekin batera, Turismoguneetako Irisgarritasunaren inguruko ikastaroa eskaini du turismoguneen kudeaketan lan egiten duten administrazio publikoko profesionaleri zuzenduta.

Bigarren prestakuntza, aldiz, Bask4all-ek eskaini du turismo-bulegoko irisgarritasun turistikoaren inguruan, eta jendeari arreta ematen dieten langileei zuzenduta egon da.

5.4.2.3. HOBEKUNTZA-JARDUERAK AZPIEGITURETAN: MUGIKORTASUNA, IRISGARRITASUNA, SEINALEZTAPENA

Hiriko turismo arloko mugigarritasuna hobetzeko hainbat laneko ildo garatu dituzte:

- **Hiriko eskatu ahalako autobusetako bidaiariak jaisteko eta igotzeko prozesua berrantolatzea:** Txangoan datozen bidaiarien bolumena gero eta handiagoa denez, fenomeno hori hobetu kudeatu behar izan da eta, 2017ko udaberrian, zirkulazio guztia autobusen geltoki intermodal berrira bideratzea erabaki zuten. Ondoren, tipologia jakineko erabiltzaileen jaitsi-igoerak antolatu dituzte (kongresuetara etorritakoenak edo pizgarrietako taldeenak, adibidez).
- **Koordinazioa mugikortasun arloan garrantzi handia duten eragileekin:** Udaleko Mugikortasun Saila, Geltoki Intermodal berriko zuzendaritza eta hiriko mugigarritasunean izandako aldaketen eragina jasan duten eragile turistikoak.
- **Seinale berriak jartzea:** ibilgailuen zirkulazioa hirian irekita dauden hotel-establezimendu berrietara bideratzeko seinale berriak jarri dituzte eta hotelak seinaleztatzeko egungo sisteman barneratuta daude.

- **Hiriko aldirietako aparkalekuei buruzko informazio-kanpaina:** berriro zabaldu dute aldirietako aparkalekuei eta hirik aparkatze-sistema orokorrari buruzko informazioa emateko kanpaina. Aldirietako aparkalekuen planoaren bertsio hobetua ere argitaratu dute berriro.
- **Hobekuntzak hiriko puntu ugarietan jarri dauden turismo-mapetan:** hobekuntzak egin dituzte hiriko hainbat tokitan dauden turismoko mapetako informazioa gehiago argitzeko asmoz. Toki horiek lurpeko aparkalekuei oinezkoak ateratzeko irteerei eta autobusetako markesinei lotuta daude.
- **Hiriko bost toki enblematikotan bost totem berri instalatu dituzte:** totem berriak jarri dituzte Cristina-Eneako, Miramarreko eta Aieteko lorategietan eta jauregietan, Kursaal Kongresu Jauregian eta funikularrean. Totem guztiek informazio zehatza jasotzen dute lau hizkuntzatan: euskara, gaztelania, frantsesa eta ingelesa

5.4.2.4. GOBERNANTZA HOBETZEAREKIN LOTUTAKO JARDUERAK

Era berean, gobernantzaren hobekuntzarekin zerikusia duten ekintzak sustatzeko ere lan egin da:

- **Klima50.** Udaleko Ingurumen Saila buruan dela, talde honek “Estrategia DSS Klima 2050”ean lan egin du. Bertan, hiriko klima-aldaketaren arazoa diagnostikatu da eta igorpenen murrizketen konpromisoak definitu dira; horiek hiru ardatzetan finkatzen dira: arintzea, egokitzapena eta energia segurua, iraunkorra eta eskuragarria.
- **Txomin-Enea proiektua.** “Donostia Lagunkoia” Hiriko Planaren baitan, Udalak sustatuta, hainbat lan-jardunaldi antolatu dira. Horietan, Donostia Turismoa & Covention Bureauk parte hartu du eta berrikuntza oinarri hartuta, Txomin-Enea auzo berriaren horniketa-ekarpenen bokazioaren, estiloaren eta funtzioen oinarrizko definizioan pentsatzea du helburu, hiriaren eta estrategia orokorren eredu desiratuarekin bat etorritik.

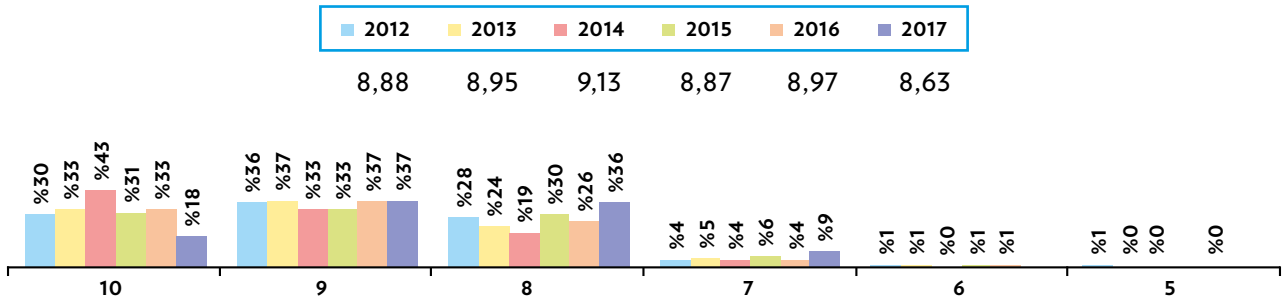
Era berean, Ingurumen Sailarekin bat etorritik, eremu berdeen seinaleen hobekuntzari buruzko bilerak egin dira. Arreta berezia jarri zaio hiritik igarotzen den Done Jakue Bidearen seinaleztapenari.

5.4.3. HELMUGAKO INKESTA

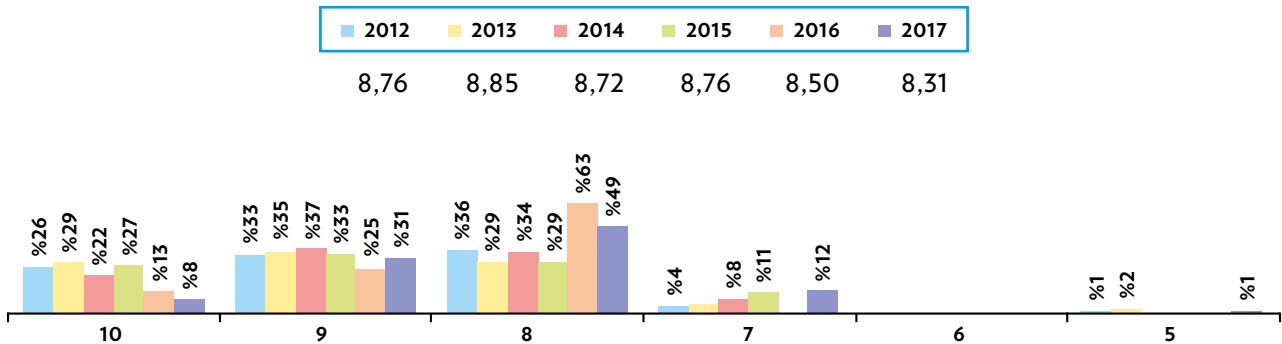
ASEBETETZE MAILA - BILAKAERA

ORO HAR, ZER NOTA JARRIKO ZENIOKE DONOSTIARA EGINIKO BISITARI? (OTIK 10ERA ARTEKO PUNTUAZIOA)

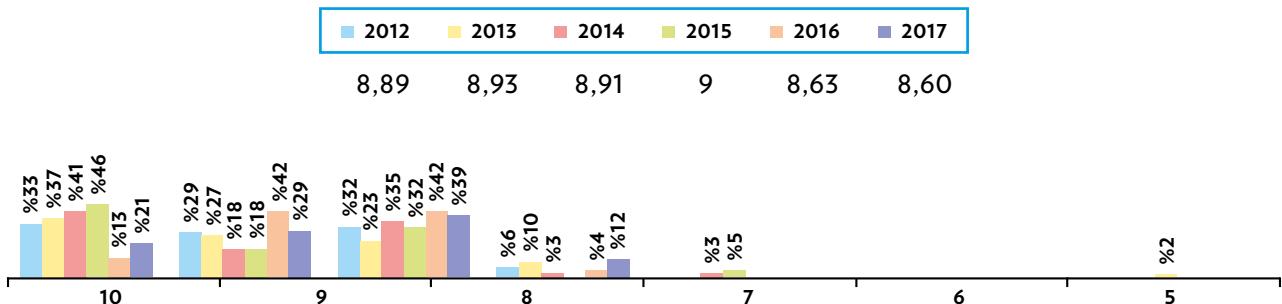
GAUA EMAN DU



UDALERRIAN GAUA EMAN EZ DUEN TURISTA



TXANGOLARIA



6. SARIAK ETA AITORPENAK

6.1. KALITATE TURISTIKOKO ZIURTAGIRIA



Informazioa eta harrera eskaintzeko zerbitzuak berritu egin du 2016an UNE-ISO 14785_2015 Turismo Informazioko Bulegoak zerbitzu-ziurtagiria. Espainiako Turismo Kalitatearen Institutuak (ICTE) ematen du ziurtagiria. Hala **turismo-enpresen zerbitzua, instalazioak eta kudeaketa ziurtatzen dituen kalitate-zigilua** berritu dira.

6.2. ALIMARA SARIA. 360 TURISMOA

“Alimara sariak. 360 Turismoa”ren XXXIII. edizioak **“Donostia Ihesaldiak”** kanpainari aitortpena egin eta “Promozio berritzaileenarentzako estrategia” saria eman dio. Sarituek **Estatuko eta nazioarteko sustapen turistikoan sortutako materialaren kalitatearengatik** lortu dituzte sariak. 550 profesional baino gehiagok hartu zuten parte sariak entregatzeko ekitaldian. **Jordi Baiget** Kataluniako Generalitateko Enpresa eta Ezagutzaren consellerra izan da buruan.

Donostia Donostia Turismoa & Convention Bureauk diseinatutako **“Donostia Ihesaldiak”** kanpainarengatik izan da saritua, **urtaroaren araberakoa ez izateko estrategia** sustatzeko helburuarekin – hiria goi-denboralditik kanpo saltzeko, ihesaldi-proposamen hauen bidez: San Valentinerako, sagardotegiak, pintxoak, runninga, plan erromantikoak eta abar; **nazioartekotzea** (nazioartekoenak diren ihesaldiak erabiltzea, hauek esate baterako: Zinemaldia edo Kulturaren Europako Hiriburutza Europako merkatuekin bat egiteko); **produktuaren dibertsifikazioa** (produktu erakargarriak eta kalitatezkoa sortzea jarduera hauen bidez esperientzia ahaztezinak eskaintzeko: surfa, planak familian eta abar) eta **hiriko brandinga**, ihesaldi-kanpainen bidez hiriaren irudi ona sortuz.



7. EUROPAKO SAREETAKO PARTE HARTZEA

Donostia Turismoa & Convention Bureauak honako sare hauetan hartzen du parte:

- **ICCA - International Congress & Conference Association.** Munduko enpresa, erakunde eta kongresu-jauregi, konbentzio eta pizgarri nagusiak ordezkatzen dituen mundu mailako elkarte. Mundu guztiko 80 herrialdetako 850 konpainiak hartzen dute parte bertan.
- **ECM - European Cities Marketing.** Europako hiriburuetakotako turismo-erakundearen eta Convention Bureauak-en sarea, ezagutza partekatze, ikuspegi operazionaletik batera lan egiteko eta merkatu eta aukera berriak bilatzeko. Informazio, teknologia, ikerketa, estatistika, marketing eta komunikazio alorretan garatzen du jardura. Gaur egun, 32 herrialdetako Europako 134 hiriburu daude ordezkatuta sarean. Donostia Turismoak sarean eta City Cards, IKTak eta Digital Knowledge lantaldeetan hartzen du parte.
- **SCB - Spain Convention Bureau.** Espainiako Convention Bureau Elkarte. Bazkide diren hirietarako, maila nazionalen eta nazioarte mailan, baterako sustapen-ekintzak garatzea du xede nagusia. Donostia Turismoa & Convention Bureau Elkarteko lantaldeko kidea da.

- **MPI - Meeting Professionals International.** Munduko ekitaldi eta bileretako profesionalen elkarte; egun 24.000 kide baino gehiago ditu 68 hiriburutan banatuta eta horietatik 11 Europan daude.
- **Itourbask - Turismo Bulegoen Euskal Sarea.** Euskal Autonomia Erkidegoko turismo-bulego nagusiez osatutako Turismo Bulegoen Euskal Sarea.
- **OPC Basque Country - Kongresuen eta ekitaldien enpresa-antolatzaile profesionalen euskal elkarte.** Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen espezializatuta dauden enpresak biltzen ditu. Bermatuta izaten dituzte profesionaltasuna, esperientzia, eraginkortasuna, ekintzailtza, ahalmen sortzailea, berrikuntza, iraunkortasuna... Enpresa erabakitzaileak dira eta zerbitzuen kudeaketaren ere kalitate handia eskaintzen dute.
- **Destinos Euskadi.** Helburu nagusia marka horretan sartutako turismoguneak bultzatzea da; hau da, Bilbo Turismoa, Gasteizko kongresuen eta turismoaren udal-zerbitzua, Bidasoa aktiboa (Hondarribia, Irun eta Hendaia), Zarauzko turismo-bulegoa eta Donostia Turismoa.

- **Euskaliten laguntzaileak** Bikaintasunerako Euskal Fundazioaren laguntzaileak. Fundazioaren helburua kudeaketa aurreratuaren elementuen aplikazioa euskal erakundeetan sustatzea da eta, horrekin, Euskadiko lehiakortasunean eta garapen iraunkorrean laguntzea. Gaur egun 700 enpresa inguruk laguntzen du eta horietatik 13 turismoaren sektorekoak dira.
- **Euskadi Gastronomika.** Produktu bikainak eta gure sukaldarien jardunbide bikaina Euskadiren nortasunaren ikur dira. Euskadi Gastronomika Klubak gastronomia ulertzeko modu hau sustatzen du jatetxe, taberna, denda eta beste establezimendu gastronomiko batzuek osatutako sare baten bidez. Zenbait eskakizun eta konpromiso-irizpide betetzen dituzte sareko kideek.
- **Surfing Euskadi.** Surfing Euskadi produktu-kluba 70 enpresa eta erakunde osatzen dute. Euskadiko surf-turismoa modu iraunkorrean eta antolatuan garatzeko lanetan parte hartzen duten enpresak dira. Surferako baldintza bikainetan eta beste erakargune turistiko batzuekiko uztartzean dago eskaintza oinarrituta eta eskaintza horrek klubeko kide diren enpresen profesionaltasuna du ardatz.

8. DELEGAZIOEN BISITAK

2017 urtean zehar, hainbat nazioarteko delegaziori arreta eman zitzaion, hiriaren gaineko informazioan eta estrategia turistikoa interesatuta baitzeuden:

- **Nobeoka-Japoniako delegazioa:**
2017.01.10
- **Wiesbaden-Alemaniko delegazioa:** 2017.07.18
- **Osaka-Japoniako delegazioa:**
2017.10.18

