



# DONOSTIA SAN SEBASTIÁN

*2016ko memoria*

# AURKIBIDEA

---

<b>1. SARRERA</b>	<b>5</b>
<b>2. JARDUERA TURISTIKOAREN BALANTZEA 2016</b>	<b>6</b>
2.1. OSTATU-GAUEN BILAKAERA	6
2.2. OKUPAZIO MAILA LOGELAKO, HILABETEA ETA ASTEKO EGUNAREN ARABERA	7
2.3. MICE EKITALDIEN BILAKAERA (MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES AND EXHIBITIONS)	8
2.4. HELMUGA NAZIOARTEKOTZEA	10
2.5. DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA	11
2.6. HIRIRA HELTZEKO GARRAIOBIDEAK	11
2.7. GAUR EGUNGO TURISTAREN PROFILA ETA TIPOLOGIA	12
2.8. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN ETA NAZIOARTEKO SAILKAPENEAN	14
<b>3. ANTOLAKUNTZA EGITURA</b>	<b>18</b>
3.1. ADMINISTRAZIO KONTSEILUA	18
3.2. KONTSULTARAKO KONTSEILUA	18
3.3. DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAU ERAKUNDEAREN BAZKIDEAK	19
<b>4. BALANTZE EKONOMIKOA</b>	<b>21</b>

<b>5. DONOSTIA TURISMO &amp; CONVENTION BUREAUREN JARDUERAK</b>	<b>22</b>
<b>5.1. MARKETINA ETA KOMUNIKAZIOA</b>	<b>22</b>
<b>5.1.1. HELMUGAREN KANPO- PROMOZIOA</b>	<b>22</b>
5.1.1.1. Publizitate-kanpainak	23
5.1.1.2. Webgunea eta sare sozialak	28
5.1.1.3. Press trip-ak edo prentsa eta blog-egileen bidaiak	36
<b>5.1.4. BERTAKOEI ZUZENDUTAKO KOMUNIKAZIOA</b>	<b>38</b>
<b>5.2. MICE TURISMOA</b>	<b>39</b>
<b>5.2.1. TOKIKO EKINTZAK</b>	<b>39</b>
5.2.1.1. Aurkeztutako hautagaitzak	39
5.2.1.2. Enbaxadore programa	40
<b>5.2.2. BERTAN ETA NAZIOARTEAN EGINIKO EKINTZAK</b>	<b>41</b>
5.2.2.1. Azokak eta <i>workshop</i> ak	41
5.2.2.2. <i>Fam trip-ak</i> , ikuskapen-bidaiak eta merkaturatzeari lotutako bisitak	42
5.2.2.3. Ekintza bereziak	43
5.2.2.4. Argitalpen espezifikoak	43
5.2.2.5. Pizgarri - Bidaiak	45
<b>5.3. AISIALDIKO TURISMOA</b>	<b>47</b>
<b>5.3.1. PRODUKTU TURISTIKOAK</b>	<b>48</b>
5.3.1.2. Zerbitzuen salmenta	49
5.3.1.3. Txartel turistikoak	52
<b>5.3.2. BISITARIENTZAKO ARRETA</b>	<b>53</b>
<b>5.3.3. AZOKAK ETA <i>WORKSHOP</i>AK</b>	<b>54</b>
<b>5.3.5. ARGITARATZEAK</b>	<b>56</b>
<b>5.4. TURISMOGUNEAREN KUDEAKETA</b>	<b>59</b>
<b>5.4.1. JARDUERAK SEKTOREAREKIN</b>	<b>59</b>
<b>5.4.2. KALITATEZKO ZERBITZUA</b>	<b>62</b>
<b>5.4.3. IRAUNKORTASUN TURISTIKOA</b>	<b>62</b>
<b>5.4.4. IRISGARRITASUNA (DIBERTSITATE FUNTZIONALA)</b>	<b>63</b>
<b>5.4.5. AZPIEGITURAK (MUGIKORTASUNA/IRISGARRITASUNA/SEINALEAK) HOBETZEKO JARDUERAK</b>	<b>63</b>
<b>5.4.6. TURISMOGUNEKO INKESTA BISITARIEN PROFILA ETA GOGOBETETZE MAILA EZAGUTZEKO</b>	<b>64</b>
<b>6. EUROPAKO SAREETAKO PARTE HARTZEA</b>	<b>65</b>
<b>ERANSKINA. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN</b>	<b>66</b>



# 1. SARRERA

---

Donostia Turismo & Convention Bureauen 2012-2016 Gida- Planean bi ziren ardatz nagusiak helmuga turistikoaren [iraunkortasuna](#) bermatzeko: [desestazionalizazioa](#) eta [nazioartekotzea](#). Balantzaren datuek erakusten dutenez, lana bide onean doa, izan ere, denboraldiz kanpoko hazkundera nabarmena izan da, eta nazioarteko turistak estatukoak baino gehiago dira. 2013. urtetik datu horien joera goranzkoa da.

Gainera, nazioartean duen [kalitatezko helmuga](#) izaera indartu du hainbat arrazoiren eraginez: [2016ko Europako Kultur Hiriburutza](#), nazioarteko komunikabideen presentzia, web-orriko bisitak igotzea, sare sozialetako elkarrekintza, promozio-kanpainak, fam trip-ak etab. Donostia Turismo & Convention Bureauak bilerak Donostiara erakartzeko egin duen lanak ere eragina izan du helmuga nazioartean hedatzen laguntzeko eta denboraldiz kanpoko turismoa indartzeko.

Era berean, urtean zehar 2017-2021 urteetarako Gida-plan bat sortzeko lanak hasi ziren. Horretarako hainbat lan-mahai jarri ziren martxan, agente publiko eta pribatuekin, instituzioekin eta adituekin. Hiritarrak ere hausnarketaren erdigunean kokatu dira, eta beren ideiak eta iradokizunak [www.plazairekia.eus](http://www.plazairekia.eus) web-orrian eman ahal izan dituzte, Donostiako turismoaren erronkak guztion artean gainditzeko. Turismo [iraunkorra](#) eta [orekatua nahi dugu, gure baloreekiko](#) errespetua eta helmugaren [egiazkotasuna](#) mantenduko dituen.

“

*“Balantzeko datuek erakusten dute 2012-2016 Gida-Planean ezarritako helburuak bete direla”*

”

## 2. JARDUERA TURISTIKOAREN BALANTZEA 2016

### 2.1. OSTATU-GAUEN BILAKAERA

Turismoa hazi egin da batez ere goi-denboralditik kanpo, urtarrila eta martxo artean batez besteko hazkundea % 21,49 izan da, ordea, uztailean % 6 hazi da eta abuztuan % 3. Horrek frogatzen du Donostia Turismo & Convention Bureauk **urtaroen araberakoa ez den turismoa** indartzeko egin duen ahalegina.

2,03 gau da **ostatu-gau kopuruen** urteko batez bestekoa.

“

*Turismoaren hazkundea nabarmenki handiagoa da denboraldi baxuan*

”

### OSTATU-GAUAK

OSTATU-GAUEN KOPURUAREN EBOLUZIOA	2015	2016	HAZK. 15/16
Urtarrila / Enero	51.210	60.851	%18,83
Otsaila / Febrero	48.302	60.530	%25,32
Martxoa / Marzo	73.417	88.342	%20,33
Apirila / Abril	89.332	92.471	%3,51
Maiatza / Mayo	109.369	118.214	%8,09
Ekaina / Junio	118.710	123.793	%4,28
Uztaila / Julio	140.053	148.698	%6,17
Abuztua / Agosto	152.493	157.071	%3,00
Iraila / Septiembre	120.105	127.441	%6,11
Urria / Octubre	112.097	124.718	%11,26
Azaroa / Noviembre	76.267	81.678	%7,09
Abendua / Diciembre	74.134	81.739	%10,26
<b>GUZTIRA</b>	<b>1.165.489</b>	<b>1.265.546</b>	<b>%8,58</b>

Iturria: EUSTAT

### HAZKUNDEA UDATIK KANPO

	URTEA	GUZTIRA	%
Sarrera kopurua (uztaila eta abuztuan izan ezik)	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%

Iturria: EUSTAT

## 2.2. OKUPAZIO MAILA LOGELAKO, HILABETEA ETA ASTEKO EGUNAREN ARABERA

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 asteburuetako okupazioa nabarmen ugartu baita.



### OKUPAZIO-MAILA LOGELAKO

HILABETEA	GUZTIRA		LANEGUNAK		ASTEBURUA	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
Urtarrila / Enero	↓ 40,5	↑ 47,0	↓	↑ 39,6	↓ 49,7	↑ 62,5
Otsaila / Febrero	↓ 46,0	↑ 51,0	↓ 39,3	↑ 42,2	↓ 62,8	↑ 74,1
Martxoa / Marzo	↓ 55,3	↑ 61,0	↓ 48,5	↑ 55,7	↓ 74,7	↑ 76,3
Apirila / Abril	↓ 65,8	↑ 73,9	↑ 60,5	↓ 59,9	↓ 80,6	↑ 81,1
Maiatza / Mayo	↓ 76,8	↑ 83,0	↓ 70,3	↑ 80,1	↓ 90,5	↑ 91,2
Ekaina / Junio	↓ 85,1	↑ 86,1	↓ 83,1	↑ 83,8	↓ 90,4	↑ 92,5
Uztaila / Julio	↓ 90,2	↑ 91,3	↓ 89,5	↑ 90,0	↓ 91,9	↑ 94,0
Abuztua / Agosto	↑ 93,5	↓ 92,6	↑ 92,7	↓ 91,6	↓ 95,3	↑ 95,5
Iraila / Septiembre	↓ 87,5	↑ 89,4	↓ 85,3	↑ 87,6	↑ 93,5	↓ 93,5
Urria / Octubre	↓ 79,5	↑ 84,8	↓ 74,9	↑ 81,3	↓ 89,3	↑ 93,4
Azaroa / Noviembre	↓ 59,4	↑ 62,8	51,9	↑ 56,9	↑ 80,0	↓ 79,1
Abendua / Diciembre	↓ 53,8	↑ 56,5	↓ 52,1	↑ 52,6	↓ 58,6	↑ 64,8

Iturria: EUSTAT

### 2.3. MICE EKITALDIEN BILAKAERA (MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES AND EXHIBITIONS)

Donostian bilera- turismoa **haziz doa urtetik urtera**, eta gero eta **nazioartekoagoa** da. 2016an kongresuen % 46,25 nazioartekoak izan dira. Gainera, turismo mota horrek urtaroen arabekoa ez den turismoa indartzen du, kongresu gehienak **behe-denboraldian** egiten direlako.

2016ean, bileren turismoarekin erlazionaturako 147 ekitaldi antolatu dira (kongresuak, konbentzioak, jardunaldiak...), aurreko urtean baino % 12 gehiago. 2016ean, kongresuetako eta bileretako parte-hartzaileen kopurua 38.131etik 42.209ra igo da, gaua pasatzen duten pertsonen kopuruak ere gora egin du 102.377tik 110.574ra (% + 8).

### BILERA-TURISMOA

ADIERAZLEA	GUZTIRA		HAZK: 2015/16
	2015	2016	
Parte-hartzaile kopurua	38.131	42.209	%10,69
Gau kopurua	102.377	110.574	%8,01
Ekitaldi kopurua (Kongresuak, Jardunaldiak, Konbentzioak)	131	147	%12,21
Pizgarrietan parte-hartzaile kopurua	2820	3813	%35,21
Ostatu-gauak pizgarrietan	4978	6654	%33,67

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

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

Kongresu horietako asko turismoaren goi-denboralditik kanpo egin dira. Kongresu guztien % 85 urtarriletik maiatzera eta urritik azarora egiten dira.

Gainera, 2016an pizgarri-bidaien ondorioz 3813 ostatu-gau sortu dira, aurreko urtean baino % 35 gehiago. Pizgarri-bidaiak garrantzitsuak dira, kongresuek baino eragin handiagoa dutelako ekonomian eta gastuaren zati handi bat hirian geratzen delako.

“  
*Donostia Estatuan nazioarteko kongresu gehien erakartzen dituen 2.hiria da, ICCAn erregistratutako kongresuak kontuan hartuta*  
 ”





### **Donostia International Congress and Conventions Association sailkapenean (ICCA)**

**International Congress and Conventions Association sailkapenean (ICCA) puntuatzeko** baldintza hauek bete behar ditu kongresu batek:

- a) Gutxienez 3 herrialde ukitu dituen errotazioa egiaztatzea.
- b) Gutxienez 50 parte-hartzaile erakartzea.
- c) Maiztasun jakin batekin ospatzea (ez dira ad hoc ekitaldiak onartzen).

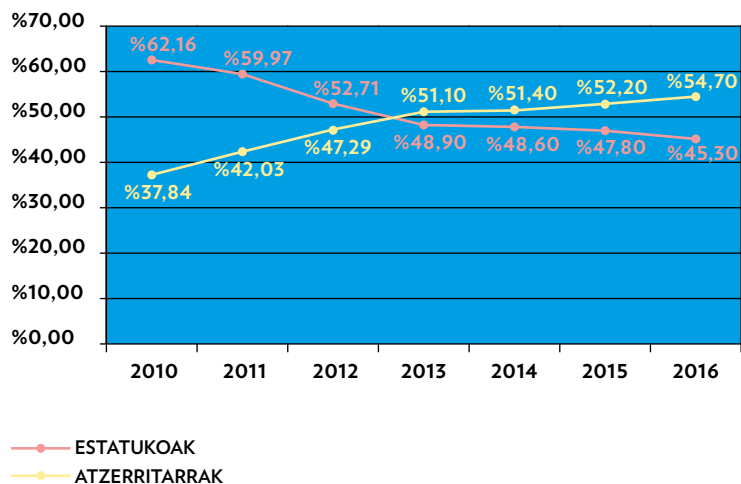
Hau da Donostiak ICCA 2015 sailkapenean duen posizionamendua, estatu eta mundu mailan:

- Biztanleko kongresu gehien erakartzen dituen Espainiako 2. hiria (Bartzelona ostean).
- 148 postua mundu mailan, 17 nazioarteko ekitaldirekin. Maila berean daude adibidez Los Angeles, Belfast, Johannesburgo, Malmö, New Orleans, Las Vegas edo Estrasburgo.

## 2.4. HELMUGA NAZIOARTEKOTZEA

Donostiako turismoa nazioartekotzea, Sozietatearen Gida-Planean ezarritako helburuetako bat dena, hazten ari da garatu diren sustapen-ekintzei esker. 2013tik, joera alderantzikatu da eta nazioartekoen ostatu-gauen ehunekoak handiagoa dira estatu mailakoak baino. Joera hori urtetik urtera igo egiten da, eta hala **% 54,7 izan dira atzerritik datozen ostatu-gauak, eta % 47,80 berriz, estatukoak.**

### ESTATUKO / ATZERRIKO OSTATU-GAUAK



	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%
<b>Estatukoak</b>	565.751	62,16%	531.748	57,97%	505.868	52,71%	484.717	48,90%	504.730	48,60%	557.060	47,80%	573.337	45,30%
<b>Atzerritarrak</b>	344.466	37,84%	385.514	42,03%	453.876	47,29%	506.518	51,10%	533.733	51,40%	608.429	52,20%	692.209	54,70%
<b>GUZTIRA</b>	<b>910.217</b>		<b>917.262</b>		<b>959.744</b>		<b>991.235</b>		<b>1.038.463</b>		<b>1.165.489</b>		<b>1.265.546</b>	

Iturria: EUSTAT

ESTATUKO SAILKAPENA 2016	2016	%
Madril	120.066	20,94%
Katalunia	108.585	18,94%
Andaluzia	44.378	7,74%
Gaztela eta Leon	38.212	6,66%
Valentziako Erkidegoa	31.472	5,49%
	<b>573.337</b>	

Iturria: EUSTAT

2016an gehien hazi den merkatua Alemania izan da (% +50,43), eta ostean Frantzia eta Australia. Estatu Batuak eta Erresuma Batua ere gehien hazi diren herrialdeen top5-ean daude. Nazioarteko bisitarien % 42,3 herrialdeetatik datoz: Frantzia (% 17,35), Estatu Batuak (% 12,97) eta Erresuma Batua (% 11,39)...

NAZIOARTEKO SAILKAPENA 2016	2015	2016	%	HAZK. 15/16
Frantzia	99.923	120.066	17,35%	20,16%
Estatu Batuak	87.346	89.813	12,97%	2,82%
Erresuma Batua	75.318	78.831	11,39%	4,66%
Alemania	35.678	53.672	7,75%	50,43%
Australia	33.739	38.212	5,52%	13,26%
<b>NAZIOARTEKOEN OSTATU-GAUAK GUZTIRA</b>	<b>608.429</b>	<b>692.209</b>		<b>13,77%</b>

Iturria: EUSTAT

## 2.5. DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA

Donostia hiri eragile gisa sendotu da Gipuzkoara turismoa (batez ere nazioartekoa) erakartzeko garaian. Gipuzkoako turisten % 58k Donostia bisitatzan dute eta % 42k beste herrialdeak. Nazioarteko turismoari dagokionez, Gipuzkoara datozen nazioarteko turisten % 72k Donostia bisitatzan dute, eta % 28k Gipuzkoako beste herrialdeak. Nazioarteko turismoak igoera nabarmena izan du Donostian (% 14) eta Gipuzkoako beste herrialdeetan (% 13).

		2015	2016	HAZK.%
OSTATU-GAUAK DONOSTIAN	Estatua	559.220	573.337	3%
	Nazioartekoa	608.429	692.209	14%
OSTATU-GAUAK GIPUZKOAKO BESTE HERRIALDEETAN	Estatua	585.190	642.934	10%
	Nazioartekoa	239.558	271.397	13%

Iturria: EUSTAT

		2016	%
TURISTEN OSTATU-GAUAK GIPUZKOAN	Donostia/ San Sebastián	1.265.546	58,06%
	Gipuzkoako beste herrialdeak	914.331	41,94%
	<b>GUZTIRA</b>	<b>2.179.877</b>	
TURISTA ATZERRITARREN OSTATU-GAUAK GIPUZKOAN	Donostia/ San Sebastián	692.209	71,84%
	Gipuzkoako beste herrialdeak	271.397	28,16%
	<b>GUZTIRA</b>	<b>963.606</b>	

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 heltzen dira Donostiara, nahiz eta gero eta bisitari gehiago datozen autobusez, trenez edo hegazkinez (Bilbo eta Donostiako aireportuen kasuan). Horiei gehitu behar zaizkie, naiz eta ehuneko baxuagoa izan, hirira oinez iristen diren bisitariak, Donejakue bidearen eraginez.

### ERABILITAKO GARRAIOBIDEA

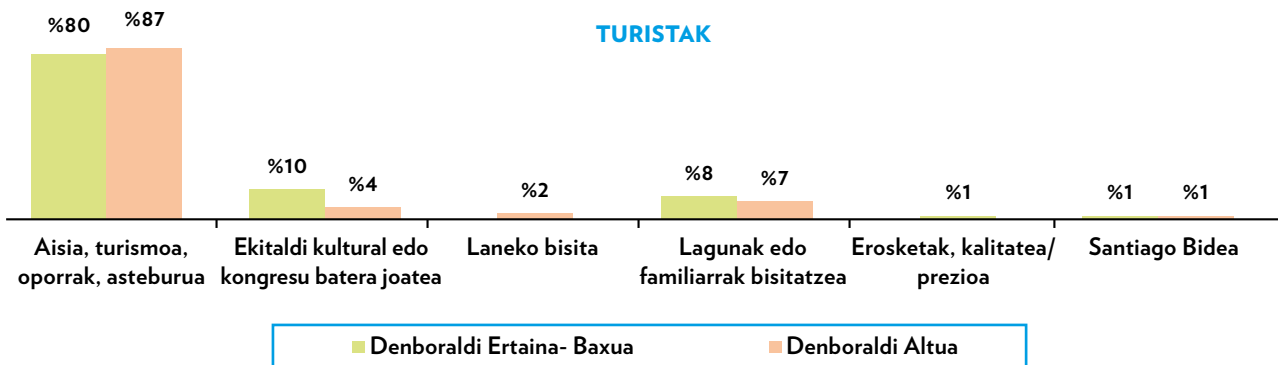
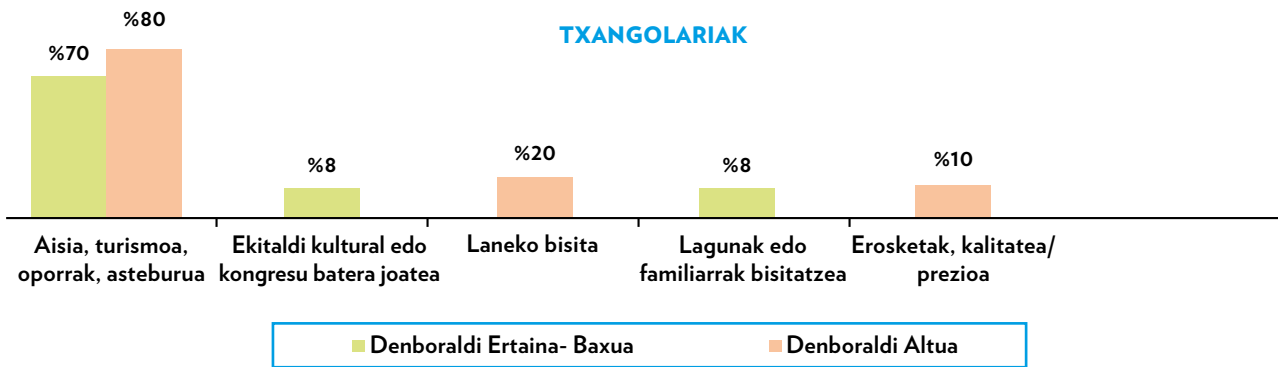
BISITARIAK GUZTIRA	GUZTIRA 2015	%	GUZTIRA 2016	%	DES. 2015-2016
Autoz	83.151	55,92	123.620	55,29	-1,12%
Autobusez	17.943	12,07	34.834	15,58	29,12%
Trenez	10.254	6,90	16.051	7,18	4,11%
Hegazkinez Biarritzetik	1.743	1,17	2.413	1,08	-7,92%
Hegazkinez Bilbotik	6.898	4,64	12.054	5,39	16,23%
Hegazkinez Donostiatik	5.073	3,41	8.449	3,78	10,77%
Autokarabanaz	5.474	3,68	7.099	3,18	-13,74%
Oinez	13.733	9,24	13.133	5,87	-36,39%
Beste	4.432	2,98	5.917	0,14	-95,29%
<b>GUZTIRA</b>	<b>148.701</b>		<b>223.570</b>		

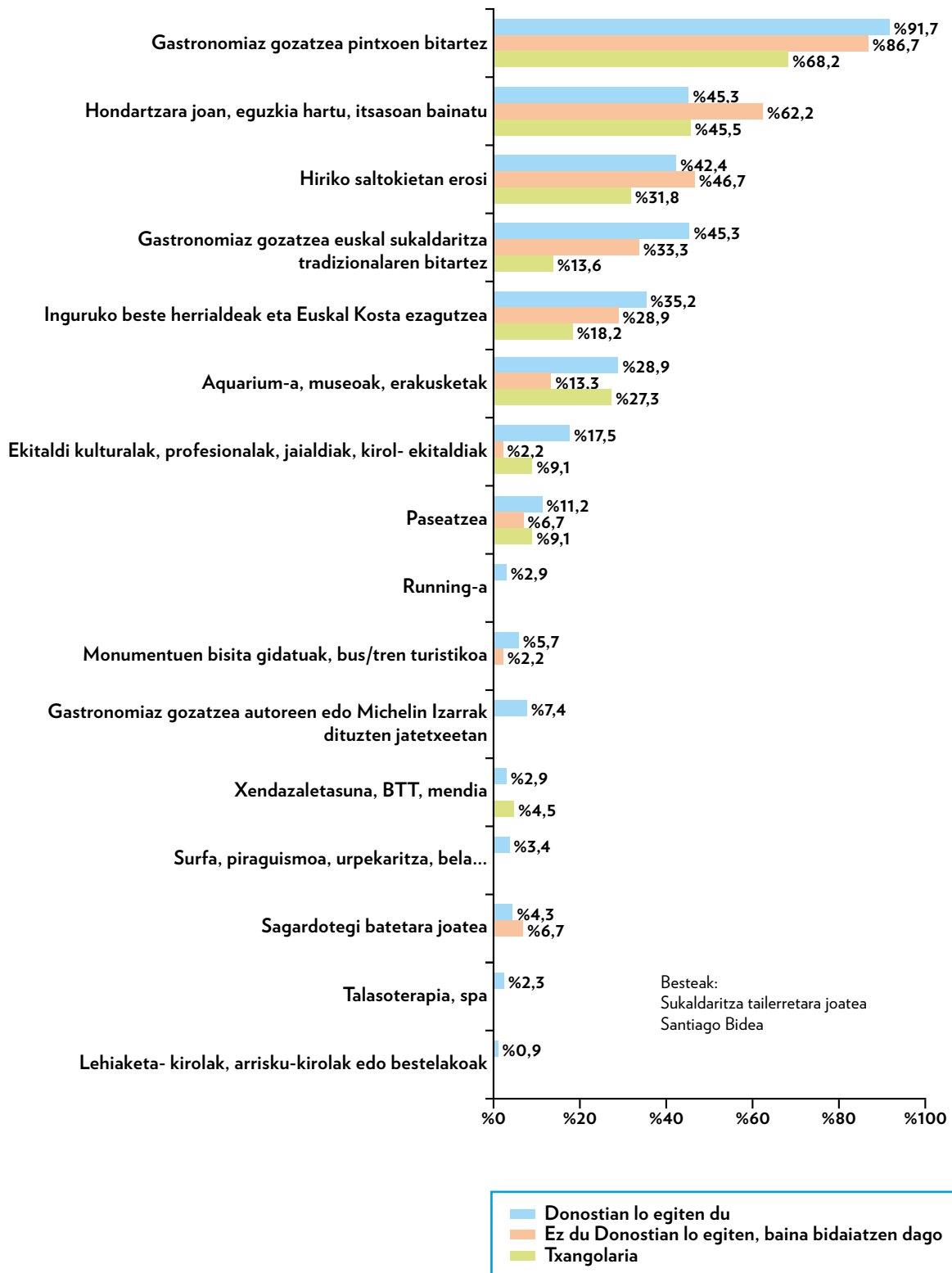
Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

## 2.7. GAUR EGUNGO TURISTAREN PROFILA ETA TIPOLOGIA

Datakey erakundearen ikerketaren arabera, hauek dira turistek eta txangolariak Donostia bisitatzeko arrazoi nagusiak:

### BISITAREN ARRAZOI NAGUSIA



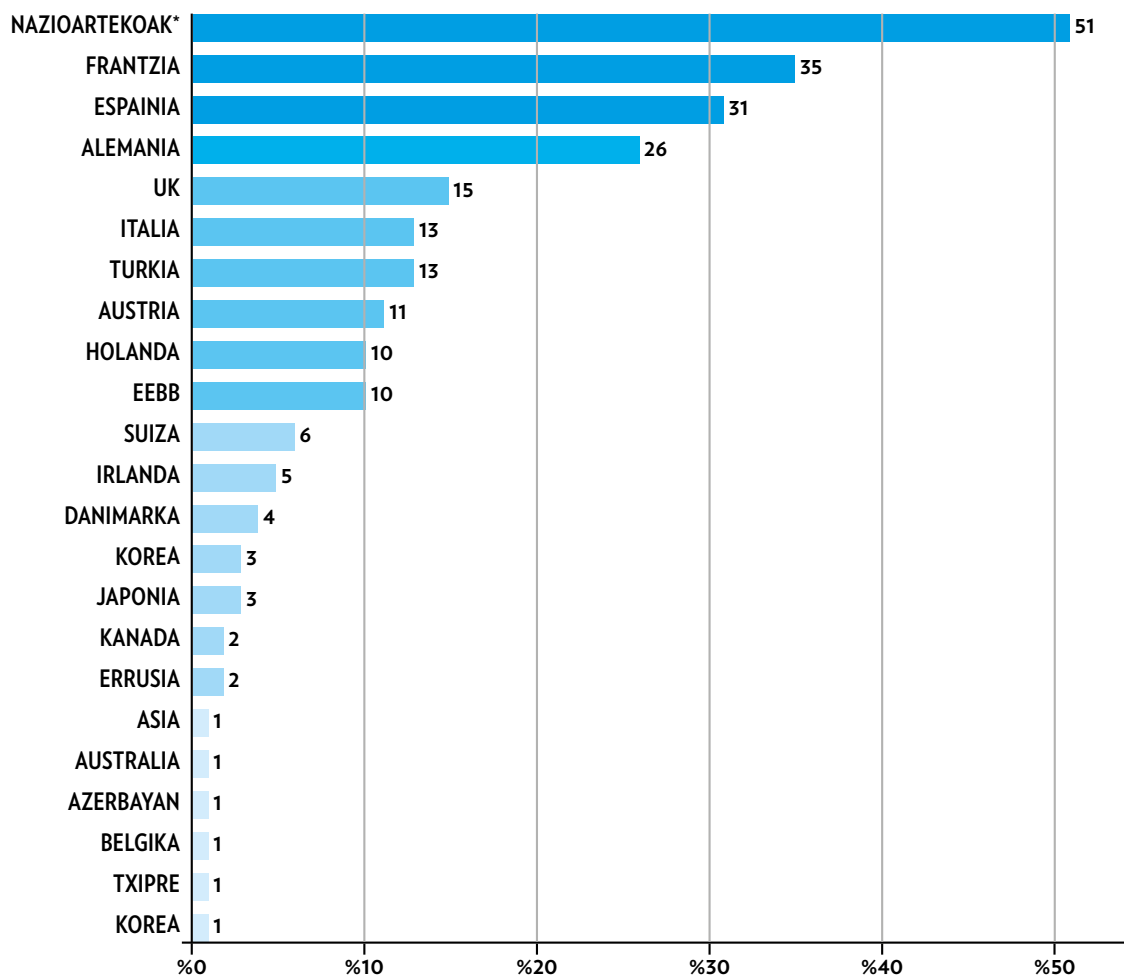
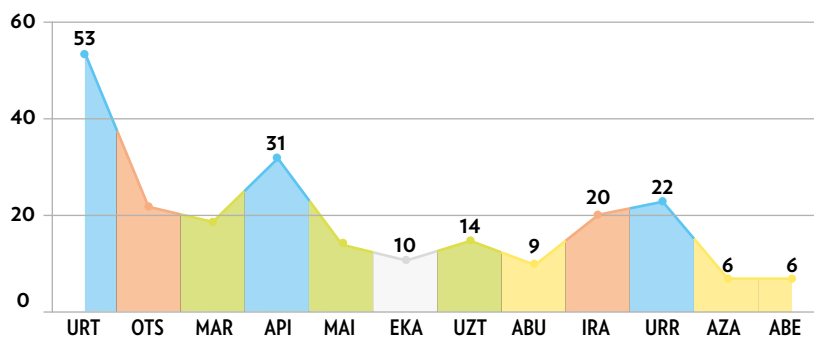


## 2.8. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN ETA NAZIOARTEKO SAILKAPENEAN

Donostia Turismo & Convention Bureau erakundeak antolatu dituen prentsa-bidaia ugarien ondorioz, [233 erreportaje argitaratu dira nazioarteko komunikabide entzutetsuetan](#). Urtarrilean, 2016ko Europako kultur-hiriburutzarekin batera 53 artikulua publikatu ziren mundu osoan, baina gainera, urte osoan zehar argitaratu diren erreportajeetan nabarmendu

dira hiriko bizi kalitatea, kultura, gastronomia, egiazkotasuna eta tradizioa, festibalak, kirol-aukerak, etab. Hauek dira Donostiari buruz argitaratu duten komunikabideetako batzuk: The New York Times, BBC, The Guardian, Forbes, The Evening Standard, The Independent, The Telegraph, Healthy Aging, The Irish Times, ELLE, Marie Claire, Le Parisien, Paris Match, Le Figaro, National Geographic, etab.

### ARGITARATUTAKO ARTIKULUAK



\*Online komunikabideetan edo nazioarteko audientzia duten blogetan argitaratutakoak

## DONOSTIA NAZIOARTEKO KOMUNIKABIDE ENTZUTETSUENETAN



### THE NEW YORK TIMES

- [36 hours in San Sebastián, Spain](#)
- [92 places to go in 2016](#)
- [Chef's camaraderie lifts Basque Cuisine](#)
- [Favorite Streets in Europe](#)



### FORBES

- [Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture Today, Capital Of Food Forever](#)
- [Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture And Much More](#)
- [Forbes - The Best Places to Visit in San Sebastián, Spain for 2016](#)



### THE TELEGRAPH

- [San Sebastián: A new beat in Basque Country](#)
- [Is San Sebastian the world's greatest city for foodies?](#)



### THE INDEPENDENT

- [Take a bite of the Basque Country](#)
- [San Sebastián: a buy window on a Basque beauty](#)



### THE GUARDIAN

- [The Guardian - 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts](#)
- [San Sebastián: in the limelight](#)



### FRANCE 2

- [Capitain de la culture 2016, Saint-Sébastien vs célébrer la paix dans l'art](#)



### DAILY MAIL

- [How to spend an ultimate foodie weekend in San Sebastian](#)



### LE MONDE

- [Saint-Sébastien, balcon sur l'Atlantique](#)



### NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER

- [48 uur in San Sebastian](#)
- [De verleidelijke charme van San Sebastian](#)



THE IRISH TIMES

→ [San Sebastián: Basque in the culture](#)



INDUSTRY MAGAZINE

→ [kingdom of culture](#)



LE PARISIEN MAGAZINE

→ [Le Parisien Magazine: Belle est San Sebastian](#)



LE FIGARO

→ [San Sebastián, un art de fête](#)



FINANTIAL TIMES

→ [Past pain, future shock](#)



THE SCOTTSMAN NEWSPAPER

→ [Basque in the glory of Donostia and Bilbao](#)

Ikus Eranskina: Donostia komunikabideetan (komunikabideen zerrenda eta lotura)



## Donostia bidaia-giden eta bidaiarien sailkapenen topean

Gainera, nazioarteko zenbait bidaia-gidek Donostia 2016ean bisitatzeko hiri gisa nabarmendu dute eta hainbat bidaiarien sailkapenetako topean agertu da, horietako batzuk dira hauek: European Best Destinations, Skyscanner, Tripadvisor, Fodor, Condé Nast Traveler, Lonely Planet, etab.

EUROPEAN BEST DESTINATIONS



*La playa de la concha una de las mejores playas de Europa 2016*

EUROPEAN BEST CITIES



*San Sebastián, uno de los destinos más Románticos de Europa, por votación de más de 10.000 usuarios*

IO DONNA



*San Sebastián, la nº1 en el Top 10 best in Travel*

LEGER HOLIDAYS



*El Heineken Jazzaldia entre los mejores festivales de jazz de Europa*

TRIPADVISOR- NIUMBA



*La Plaza de la Constitución de San Sebastián entre las 20 con más encanto de España*

SKYSCANNER ITALIA



*San Sebastián entre las 18 ciudades a visitar en 2016.*

HUFFINGTONPOST



*Playa de la Concha en San Sebastián entre las 10 mejores playas de España*

FODOR




*San Sebastián entre las 25 ciudades a visitar en 2016*

CONDE NAST TRAVELER



*San Sebastián portada entre las 22 ciudades que van a triunfar en 2016*

THE TELEGRAPH



*San Sebastián ¿Mejor ciudad del mundo para gourmets?*

NEW YORK TIMES



*San Sebastián nº18 entre las 52 ciudades a visitar en 2016*

BUZZFEED



*San Sebastián entre las 18 ciudades que deberías visitar en 2016*

<http://www.sansebastianturismo.info/es/estamos-en/san-sebastian-en-rankings>

## 3. ANTOLAKUNTZA EGITURA

“Donostia Turismo & Convention Bureau SA” 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  
**Lehendakaria**
- Hutsune Mendiburu Anderea  
**Lehendakari orde**
- Ernesto Gasco Jauna
- Juan Ramón Viles Jauna
- Begoña Palos Anderea
- Josu Mirena Ruiz Jauna
- Miren Albistur Anderea
- Loïc Alejandro Jauna
- Fran González Jauna
- Mikel Ubarretxena Jauna
- Odón Elorza Jauna
- Iñaki Urkaregi Jauna

### 3.2. KONTSULTARAKO KONTSEILUA

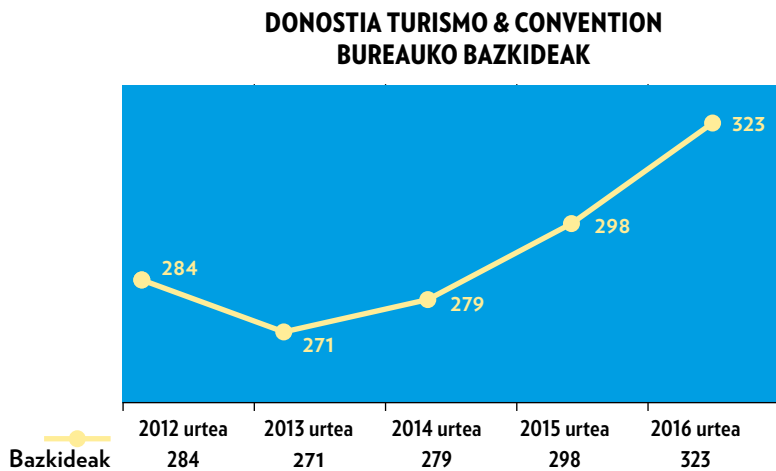
Sozietatearen Administrazio Kontseiluaren aholku-organoa da.

#### ORDEZKATZEN DIREN SEKTOREAK ETA KIDEAK:

- Iker Goikoetxea Jauna  
**Azpiegiturak**
- Laura Larrión Anderea  
**Harrera Zerbitzuetarako Agentziak, eta Bidaia Agentziak**
- Guillermo García Jauna  
**Saltokiak**  
**2016ko azarorik aurrera**  
Eugenio Tamayo
- Hutsune Mendiburu Anderea  
**Kongresu, Bilera eta pizgarrien antolatzailea**
- Odon Elorza Jauna  
**Museoak, kulturako eta aisiko baliabideak**
- Fran Gonzalez Jauna  
**Ostatuak**
- Iñaki Urkaregi Jauna  
**Garraioak**
- Mikel Ubarretxena Jauna  
**Ostalaritza**
- Andoni Zubillaga Jauna  
**Zerbitzu Osagarriak**
- Maria Jesús González Anderea  
**Zerbitzu Turistikoak**

### 3.3. DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAU ERAKUNDEAREN BAZKIDEAK

Urtero handitzen da Donostia Turismoa & Convention Bureau erakundearen kideak diren establezimenduen kopurua. Gaur egun 323 kide dira, aurreko urtean baino % 13 gehiago.



### SEKTOREAK

Enpresa kideak 10 sektoretan sailkatzen dira:

Ostalaritza	%25
Ostatua	%22
Saltokiak	%20
Zerbitzu turistikoa	%8
Museoak, kulturako eta aisialdiko baliabideak	%7
Zerbitzu osagarriak eta komunikazio-zerbitzuak	%7
Bidaia-agentziak eta Harrera zerbitzuetako agentziak	%3
Azpiegiturak	%3
Garraioa	%3
Kongresu, bilera eta pizgarrien antolatzaileak	%2

### BAZKIDEEN GOGOBETETASUN INKESTA



## MUSEOAK, KULTURAKO ETA AISIKO BALIABIDEAK - 24

### MUSEOAK

- ALBAOLA
- DONOSTIAKO AQUARIUMA
- CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA
- SAN TELMO MUSEOA

### KULTURA ETA AISIA

- FNAC DONOSTIA

### TALASOTERAPIA

- LA PERLA TALASO-SPORT ZENTROA

### JOLAS PARKEA

- IGELDO MENDIA

### GARRAIO TURISTIKOA

- CIUDAD SAN SEBASTIÁN KATAMARANA
- MOTORASDELAISLA.COM

### KASINOA

- KURSAAL KASINOA

### ASIA ETA KIROLA

- GALARRETA FRONTOIA
- HEGALAK
- HIPODROMOA
- JAI ALAI EVENTS
- JAI ALIVE
- PUKAS SURF ESKOLA

### AISIALDIKO ZENTROA

- EKO GUNEA HAUR PARKEA

### TXAKOLIN UPATEGIAK

- REZABAL TXAKOLINDEGIA
- TALAI BERRI TXAKOLINDEGIA

### ESCAPE ROOM

- IZURUN ESCAPE ROOM SAN

### MUSIKA-PROPOSAMENAK

- INTERMEZZO GESTMUSIC
- DONOSTIAKO ORFEOIA
- SOTTO VOCE [Ostalaritza - 78](#)

## HOSTELERÍA - 78

### MICHELIN IZARRA DUTE JATETXEAK

- AKELARRE JATETXEA
- ARZAK JATETXEA
- MARTIN JATETXEA
- MUGARITZ JATETXEA

### DONOSTIAKO JATETXEAK

- JUANITO KOJUA JATETXEA
- ASADOR MESÓN JATETXEA
- PORTUETXE ERRETEGIA
- ASTELENA JATETXEA
- BARBAKANA JATETXEA
- BARKAIZTEGI JATETXEA
- BERNARDO ETXEA JATETXEA
- BODEGON JATETXEA
- BOKADO MIKEL JATETXEA
- BRANKA JATETXEA
- CASA GANDARIAS JATETXEA
- CHIN CHIN JATETXEA
- ILLARRA JATETXEA
- LA BOULE JATETXEA (KASINOA)
- LA CEPA JATETXEA
- LA FABRICA JATETXEA
- LA MURALLA JATETXEA
- LA PERLA JATETXEA
- LANZIEGO JATETXEA
- MESON MARTIN JATETXEA
- NARRU JATETXEA
- NI NEU JATETXEA
- OQUENDO JATETXEA
- REKONDO JATETXEA
- TENIS ONDARRETA JATETXEA
- TXINPARTA JATETXEA
- TXOKO JATETXEA
- TXULETA JATETXEA
- UBARRECHENA JATETXEA
- VIA FORA JATETXEA
- ZUMELTZEGI JATETXEA

### TABERNAK ETA KAFETEGIAK

- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO TABERNA
- AVENIDA XXI KAFETEGIA
- BARTOLO TABERNA
- HAIZEA TABERNA
- ITURRIOZ TABERNA
- ROJO Y NEGRO TABERNA
- TXALUPA TABERNA
- ZUMELTZEGI TABERNA
- KURSAAL KAFETEGIA

- VICTORIA KAFETEGIA
- IOMBI KAFETEGIA
- CASA GANDARIAS
- CASA VERGARA
- DAKARA BI
- LA VIÑA TABERNA
- SM CAFE BAR

### SAGARDOTEGIAK

- ARAETA SAGARDOTEGIA
- BEHARRI SAGARDOTEGIA
- GURUTZETA SAGARDOTEGIA
- INTXAURRONGO SAGARDOTEGIA
- IRETZA SAGARDOTEGIA
- SAIZAR SAGARDOTEGIA

### CATERING

- AZERI JANA CATERING
- BOKADO CATERING
- DIVINUS CATERING

### NAZIOARTEKO SUKALDARITZA

- LA PIAZZETTA JATETXEA
- RAVIOLINA JATETXEA
- TSI TAO JATETXEA

### JATETXE BEGETARIANOA

- TEDONE JATETXEA

### DONOSTIA INGURUKO JATETXEAK

- BEKO ERROTA JATETXEA
- CASA MIRONES JATETXEA
- GURUTZE BERRI JATETXEA
- MARINA BERRI JATETXEA
- ZIABOGA JATETXEA

### KOPAK

- DIONI'S BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY

### DISKOTEKAK ETA IKUSIZUNAK

- BATAPLAN DISKOTEKA
- GU DISKOTEKA

### ELKARTEAK

- GIPUZKOAKO SAGARDOGILEEN ELKARTEA
- SAGARDOAREN LURRALDEA

## 4. BALANTZE EKONOMIKOA

### 2016KO LABURPENA

<b>GASTUAK GUZTIRA</b>	<b>3.576.918 €</b>
Diputazioa	50.000 €
Eusko Jaurlaritza	228.130 €
Diru-sarrera propioak	643.431 €
Zuzkidurak	62.383 €
Bazkideen diru-sarrerak	195.520 €
Udala	2.397.454 €
<b>GUZTIARA</b>	<b>1.117.083 €</b>
<b>DIRU-SARRERAK GUZTIRA</b>	<b>3.576.918 €</b>



## 5. DONOSTIA TURISMO & CONVENTION BUREAUREN JARDUERAK

### 5.1. MARKETINA ETA KOMUNIKAZIOA

#### 5.1.1. HELMUGAREN KANPO- PROMOZIOA

Donostia **kanpoan promozionatzeko estrategiaren** helburua da hiria **kalitatezko helmuga** gisa **posizionatzea** nazioarte-mailan, eta Donostia Turismo & Convention Bureauren Gida-planak markatutako hiru ardatz nagusiak indartzea: **urtaroen arabera ez den turismoa** —denboralditik kanpo bisitariak erakartzea—, **deskonzentrazioa** —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, Belgika, AEB, Kanada, Japonia eta Australia definitu dira **lehentasuneko merkatu** gisa.

**Aisiako turismoaren** esparruan, hiriaren promozioa 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 Turismo & Convention Bureauk **harreman handiak** garatu ditu azkeneko urteotan hiriko **enpresa bazkideekin**, enpresekin eta erakundeekin, eta gaiaren arabera multzokatutako 25 ihesaldi baino gehiago prestatu ditu, urte osoan zehar hurbileko merkatuetan helmuga promozionatzeko.



**Bilera-turismoaren** esparruan, **MICE turismorako** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) eta **pizgarri-bidaietarako helmuga ideal** gisa promozionatzen da, batzarrak egiteko hiriak dituen ezaugarriak eta aukerei balioa emanda, bai eta Donostia Turismo & Convention Bureauk dituen esperientziari eta profesionaltasunari, eta 300 establezimendu bazkide baino gehiago izateari ere.

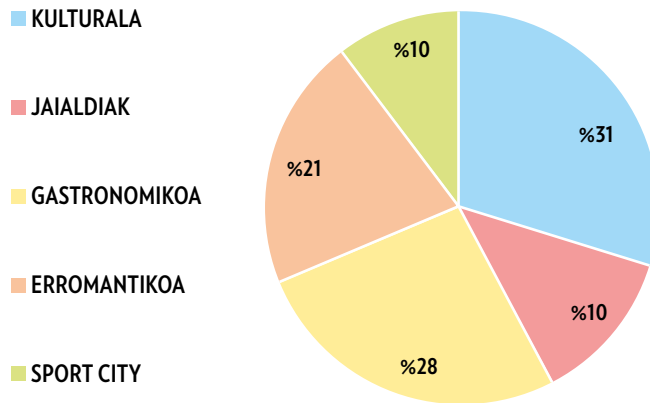
Horretarako, ekintza bakoitzean **segmentutan banatutako xede-talde** bati egokitutako **online eta offline komunikazioko** tresna batzuk erabiliko dira:

“  
*Donostia kanpoan promozionatzeko strategiaren helburua da hiria kalitatezko helmuga gisa posizionatzea nazioarte-mailan*  
 ”

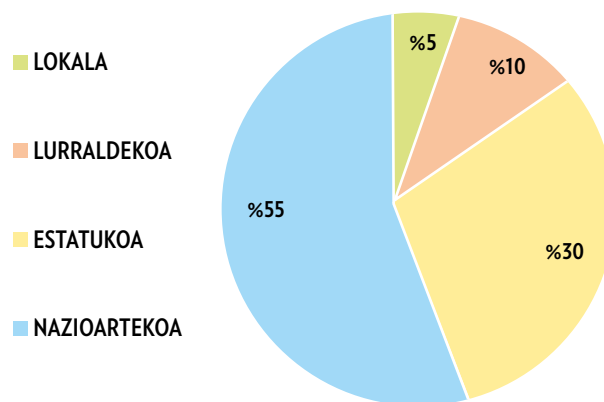
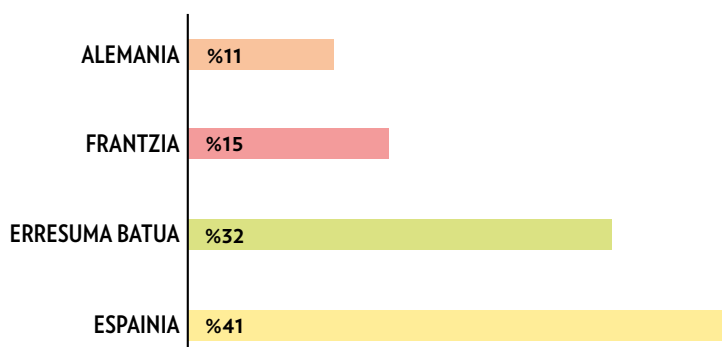
## 5.1.1.1. PUBLIZITATE-KANPAINAK

**Aisialdiko turistei zuzendutako publizitate-kanpainak**

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

**ONLINE INBERTSIOA - 2016 IHESALDIK****Lehentasuneko merkatuak**

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

**ONLINE PUBLIZITATEAN INBERTSIOA****ONLINE INBERTSIOA HERRIALDEKA**

2016an, nazioarteko publizitate-inbertsioa, Estatuarena baino handiagoa da.

**2016. urtean, 15 publizitate-kanpaina baino gehiago egin da; horietako asko nazioartekoak izan dira, herrialde horietako bitan, hirutan edo lautan.**

Horretarako, 2016ko lhesaldiak erabili dira eta, Alemanian eta Erresuma Batuan batez ere, **Donostia Kulturaren Europako 2016ko Hiriburua**ren irudiarekin egin dira kanpainak.

**Kreatibitate Nagusiak:**



Kanpaina Gastronomikoa (urtarrila-apirila / urria-abendua)



Sagardotegi Kanpaina (otsaila-apirila)

Futbol Kanpaina (apirila-azaroa)



Running Kanpaina (iraila, azaroa)

Zinemaldiko Kanpaina (abuztua-iraila)

San Valentín Kanpaina (urtarrila-otsaila)



Erabili diren kanal nagusiak dira **Google Adwords, Sare Sozialak –Facebook, Twitter eta Instagram– eta Publizitate programatikoa Erresuma Baturako eta Alemaniarako. ( 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.

Webgunearen erabiltzaileak: **Espainia, +% 31; Frantzia, +% 31, Erresuma Batua, +% 27; Alemania, +% 85\***

\*Merkatu honetan denboran iraun duen publizitate-kanpaina garrantzitsua egin den lehenengo urtea da.

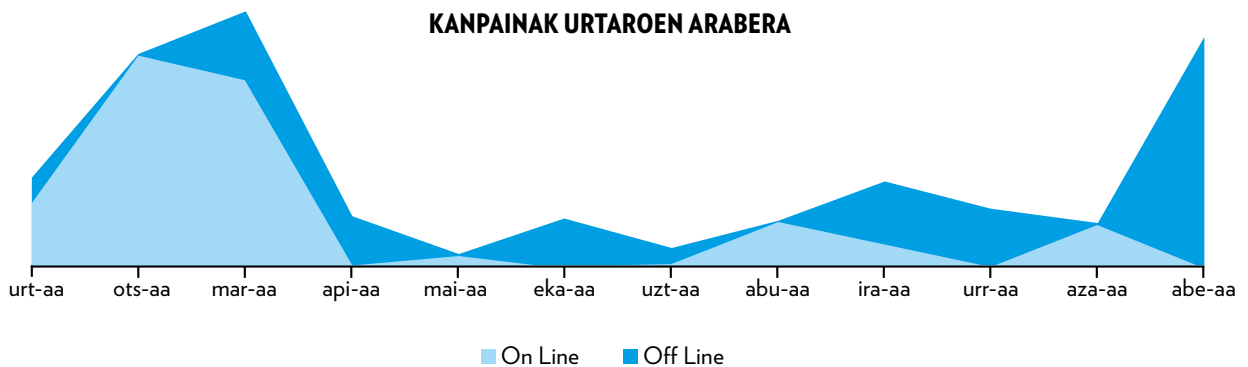
lhesaldi moten arabera multzokatuta, Espainian eta Frantzian egiten da kanpaina kopururik handiena.

### Ekintzen eta publizitate-inbertsioen urtarokotasuna

**Hilabeteak** kontuan hartuta, **urtarriletik 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.

**Asteburuetakoko okupazio-maila ez zen % 62tik jaitsi 2016. urtean zehar.**

### KANPAINAK URTAROEN ARABERA



## 2016ko berritasunak

Kanpaina BERRI gisa nabarmentzekoak dira 2016ko Kanpaina grafikoa eta Eguberrietako kanpaina ere; azken horretan, Eguberrietako erosketetarako eta ospakizunetarako hiri gisa aurkezten zen Donostia.

Bi kanpaina berri abenduan: “**Murgildu gure Gabonetan**” eta “**Gabon zaharreko lhesaldia**”.



Europako Kultura Hiriburua 2016 (urtarrila-apirila / urria-abendua)



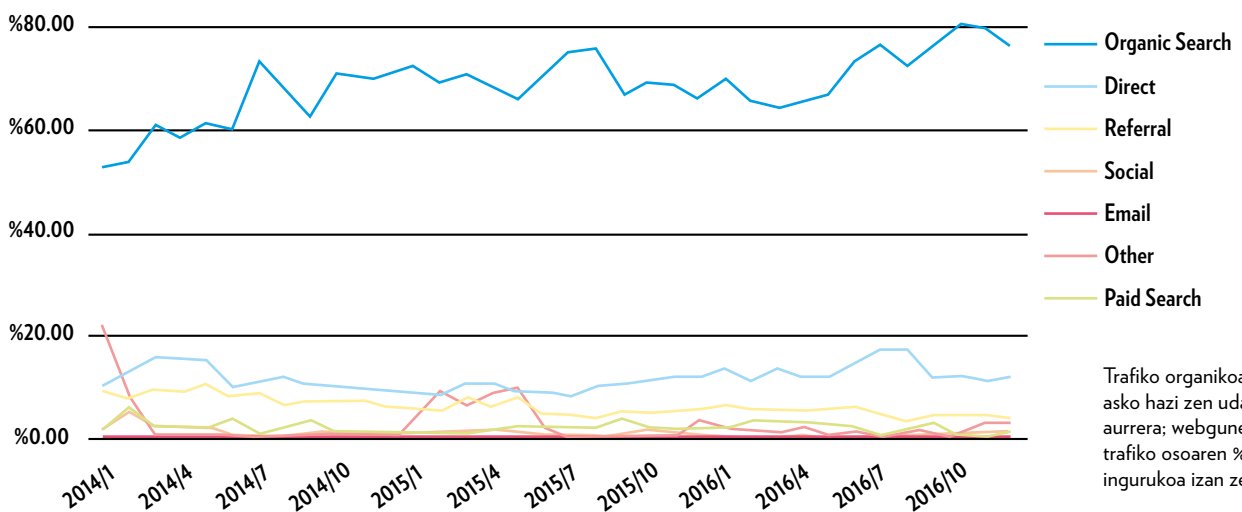
## 5.1.1.2. WEBGUNEA ETA SARE SOZIALAK

Webguneak eta sare sozialak hiriaren, bere erakargarritasunen, 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.

*Lan handia egiten da etengabe eduki berriak, erakargarriak eta erabilgarriak sortzeko eta erabiltzaileekiko hartu-emana sustatzeko*

## Aisialdiko bisitariari zuzendutako webgunea

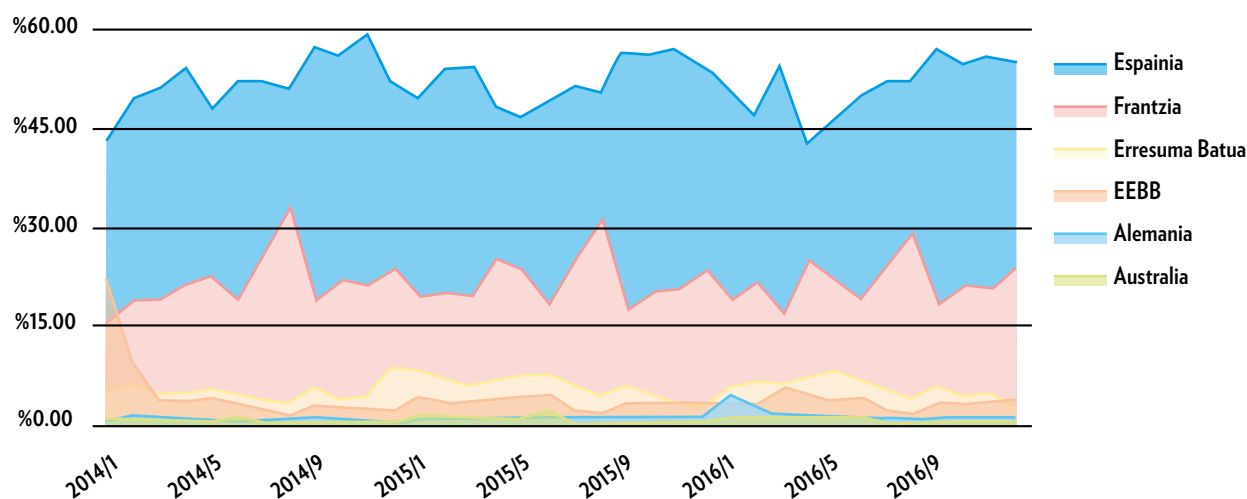
2.262.514 bisita jaso ditu webguneak 2016an, iaz baino % 33 gehiago. 6.404.591 orri ikusi ditu 1.689.144 erabiltzailek.









Nazioarteko bisitak % 48 izan ziren, nahiz eta benetako zifra handiagoa den, kontsulta asko Donostiako IPetatik egiten diren turistenak baitira; turista horiek dagoeneko hirian daudenean sartzen dira webgunera, informazioa in situ kontsultatzeko. Horren adibide argia da Donostiako IPetatik egindako kontsulten % 42 ingelesez edo frantsesez egindakoak izatea.

## NONDIK BISITATZEN GAITUZTE (ORDAINDUTAKO TRAFIKORIK GABE)

Ez dago aldaketa handirik azken 3 urtetan, 2016an bisiten %52a Estatututik egin dira.



2016an herrialde aktiboena:

1.  Espainia	1.178.377 (%52,08)
2.  Frantzia	526.618 (%23,28)
3.  Erresuma Batua	152.334 (%6,73)
4.  EEBB	83.296 (%3,68)
5.  Alemania	42.340 (%1,87)
6.  Australia	24.918 (%1,10)

Herraldeka bisiten igoera:

- %31 Espainia
- %31 Frantzia
- %27 Erresuma Batua
- %46 EEBB\*
- %85 Alemania\*
- %23 Australia

\* Estatu batuarren eta alemaniarren bisitak batez bestearren gainetik igotzen dirá (%33)

## Kontsulta kopuru handiagoa gailu mugikorretatik eta tabletetatik

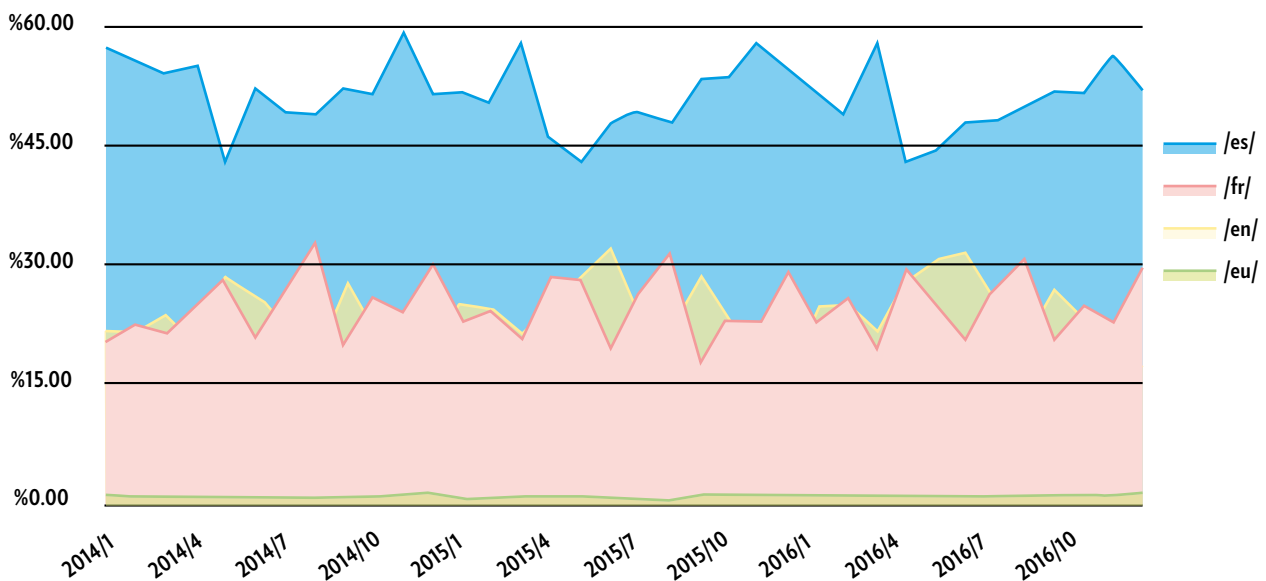
Kontsulta gehiago (% 53,8) egiten da mugikorretatik eta tabletetatik, ordenagailutik baino (% 46,2).

## Bisitak, hizkuntzaren arabera

Hizkuntzetan ez dago aldaketa handirik trafikoaren banaketari dagokionez:

**%50,28** Gaztelania **%25,35** Frantsesa **%23,92** Ingelesa **%0,45** Euskara

Evoluzioa azken urteetan:



**103.223**

YOUTUBEKO BIDEO  
IKUSKATU DIRA  
WEBGUNEAN

**815.222**

KANPOKO BESTE  
WEBGUNEETARA  
KLIK EGIN DIRA

**319.245**

DOKUMENTU  
DESKARGATU DIRA

Turismoko webgunetik **Ostatu eta Jatetxeetara** (Bazkideak) trafikoa eramaten da:

- **174.472** bisita beraien **webguneetara**
- **101.837** klik **ostatu**etako **erreserbetara**
- **93.874** klik **lokalizazio-mapetan**
- **6.110** **kontaktu email** bidez
- **3.918** **kontaktu telefono** bidez

**Kanpoko** beste webguneetara **815.222** klik egin dira (bazkideak barne).

- 1. **38.854** [www.dss2016.eu](http://www.dss2016.eu)
- 2. **31.992** [www.donostia.eus](http://www.donostia.eus)
- 3. **19.854** [www.donostiakultura.eus](http://www.donostiakultura.eus)
- 4. **10.945** [www.sansebastianholidays.com](http://www.sansebastianholidays.com)
- 5. **10.569** [www.monteigueldo.es](http://www.monteigueldo.es)

Youtubeko **103.223 bideo** ikuskatu dira webgunean:

1. **45.038** Escapada a Donostia // San Sebastián Short Breaks
2. **17.028** Tamborrada: The Beat of a Basque Drum
3. **6.890** Donostia / San Sebastián 2016
4. **5.092** Donostia San Sebastián Mice City
5. **2.743** DSS SHORT BREAK#2






**319.245 dokumentu deskargatu dira:**

1. **33.091** plano-ciudad-donostia-san-sebastian.pdf
2. **32.364** san-sebastian-tourist-map.pdf
3. **20.686** agenda-cultural-san-sebastian.pdf
4. **14.115** guia-vacaciones-san-sebastian.pdf
5. **13.392** agenda\_semanal.pdf

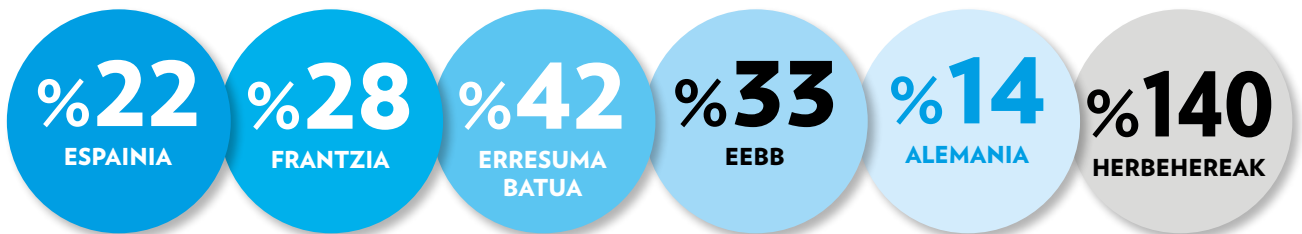
### Bilera-turismoari zuzendutako web-atala

Bilera-turismoaren webguneak 23.785 bisita izan ditu 2016an. Bisita kopurua % 10 jaitsi den arren iaztik —2015ean online marketin-kanpaina handia egin zelako—, **trafiko organikoa % 23 hazi da** 2016an; 57.945 orri ikusi ditu 19.514 erabiltzailek.

2016an herrialderik aktiboena:

1.	 <b>Espainia</b>	16.715 (%70,28)
2.	 <b>Frantzia</b>	2.859 (%12,02)
3.	 <b>Erresuma Batua</b>	624 (%2,62)
4.	 <b>EEBB</b>	622 (%2,62)
5.	 <b>Alemania</b>	373 (%1,57)
6.	 <b>Herbehereak</b>	247 (%1,04)

### HERRIALDEKOA BISITEN IGOERA



Donostia San Sebastián MICE City

KONGRESUAK HAUTAGAITZAK PIZGARRIAK PLANIFIKATZAILEA

**DONOSTIA SAN SEBASTIÁN**

10 ARRAZOI ZURE JARDUERA DONOSTIAN ANTOLATZEKO

INGURU PAREGABEA

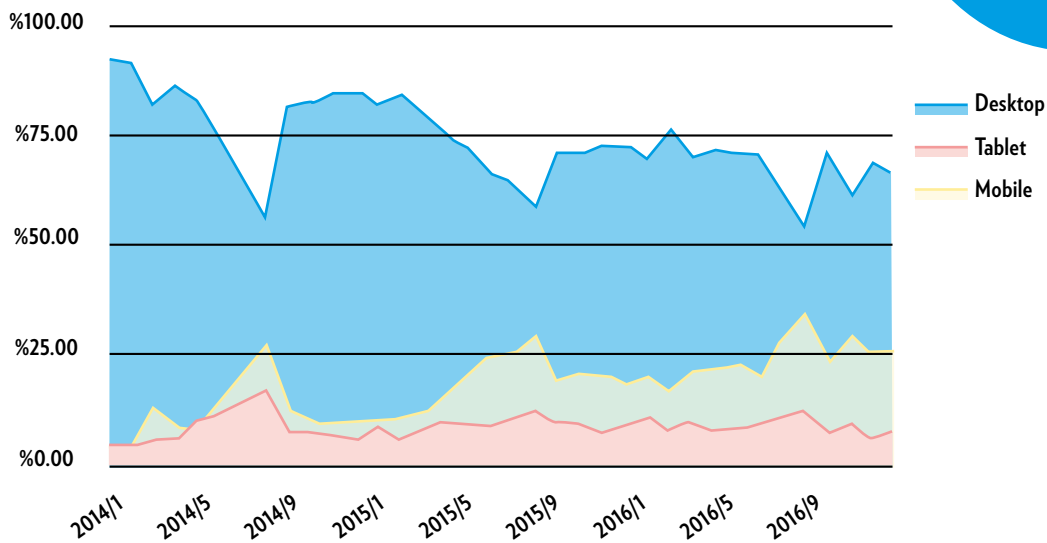
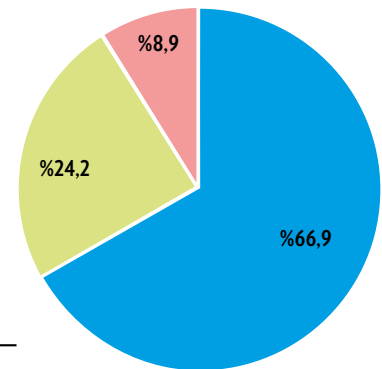
Donostia San Sebastián MICE City

**DONOSTIA SAN SEBASTIÁN**

KONGRESU BAT EKARRI NAHI DUZU?  
Gek lagunduko dizugu!

Web profesionala izanik, ordenagailu bidezko trafikoa handiagoa da:

01-urt-2016-31-abe-2016



Turismoko webgunetik **Ostatu eta Jatetxeetara** (Bazkideak) trafikoa eramaten da:

- **3.118** bisita beraien **webguneetara**
- **1.005** klik **lokalizazio-mapetan**
- **670** kontaktu **email** bidez
- **103** kontaktu **telefono** bidez
- **96** klik **ostatu**etako **erreserbetara**

**Kanpoko** beste webguneetara **9074** klik egin dira, aurreko urtean baino %19 gehiago:

1. **876** [www.sansebastianturismo.com](http://www.sansebastianturismo.com)
2. **362** [www.donostia.eus](http://www.donostia.eus)
3. **202** [www.sansebastianturismo.info](http://www.sansebastianturismo.info)
4. **193** [www.txakolirezabal.com](http://www.txakolirezabal.com)
5. **179** [www.txakolitours.com](http://www.txakolitours.com)

**619 dokumentu deskargatu dira:**

1. **282** [manual-para-organizadores-de-congresos.pdf](#)
2. **76** [much\\_more\\_than\\_a\\_beautiful\\_city.pdf](#)
3. **67** [incentivos-san-sebastian.pdf](#)
4. **47** [bus-aeropuerto-san-sebastian-t1pdf.pdf](#)
5. **40** [incentivos\\_2011.pdf](#)

Bideo nagusia, **Donostia / San Sebastián MICE City**, **9195** aldiz ikuskatu da 2016an.

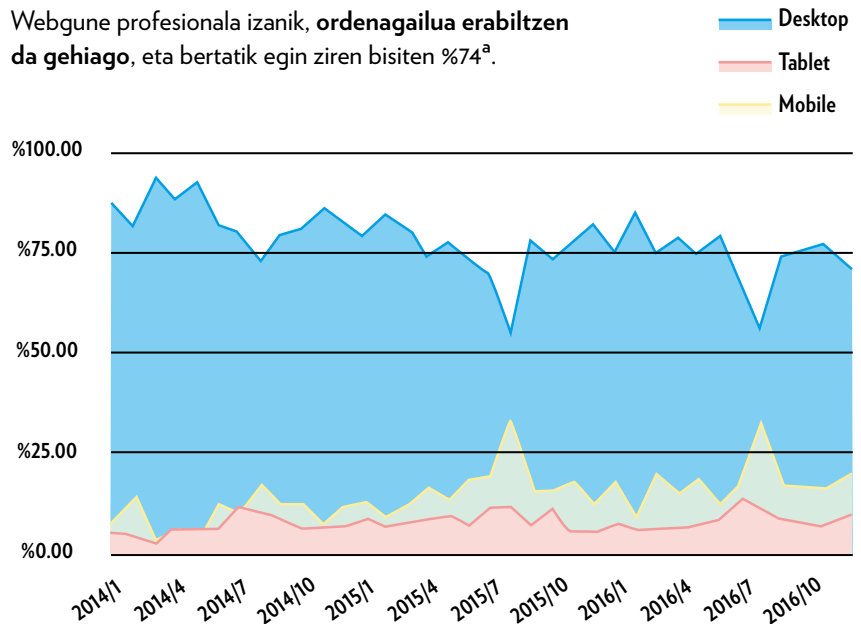




## Prentsari eta Eragileei zuzendutako web-atala

Prentsari eta Eragileei zuzendutako site bat ere badago, haientzako berriazko materiala eskaintzen duena; 11.174 bisita izan ditu atal horrek 2016an, **aurreko urtean baino % 3 gehiago**. 28.655 orri ikusi ditu 8.680 erabiltzailek.

Webgune profesionala izanik, **ordenagailua erabiltzen da gehiago**, eta bertatik egin ziren bisiten %74<sup>a</sup>.



1. <b>Espania</b>	
01-urt-2016-31-abe-2016	7.234 (%64,74)
% de cambios	%-5,33
1. <b>Frantzia</b>	
01-urt-2016-31-abe-2016	758 (%6,78)
% de cambios	%18,44
1. <b>Erresuma Batua</b>	
01-urt-2016-31-abe-2016	504 (%4,51)
% de cambios	%14,55
1. <b>EEBB</b>	
01-urt-2016-31-abe-2016	405 (%3,02)
% de cambios	%25,78
1. <b>Alemania</b>	
01-urt-2016-31-abe-2016	348 (%3,11)
% de cambios	%42,62

**Kanpoko** beste webguneetara **2611** klik egin dira 2034 dokumentu deskargatu dira:

- 1. **1.144** [www.sansebastianturismo.com](http://www.sansebastianturismo.com)
- 2. **115** [www.sansebastiancongress.com](http://www.sansebastiancongress.com)
- 3. **104** [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)
- 4. **81** [www.donostia.eus](http://www.donostia.eus)
- 5. **64** [www.europeanbestdestinations.com](http://www.europeanbestdestinations.com)

**2.034 dokumentu deskargatu dira:**

- 1. **240** [guia-vacaciones-san-sebastian.pdf](#)
- 2. **226** [san-sebastian-holiday-guide.pdf](#)
- 3. **68** [dossier-de-prensa.pdf](#)
- 4. **64** [logotipo\\_ entidad\\_sansebastianturismo\\_manual\\_estilo.pdf](#)
- 5. **62** [dossier-2015\\_español.pdf](#)

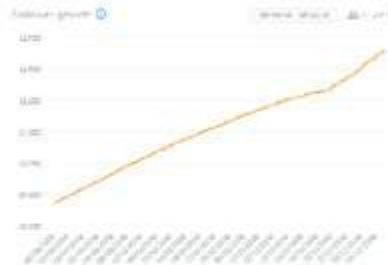


### Jarraitzaile gehiago, eta interakzio handiagoa sare sozialetan

Handitu egin da jarraitzaile-kopurua eta interakzioa Donostia Turismoa & Convention Bureauaren sare sozial guztietan: Instagram, Pinterest, Facebook, Flickr, Twitter eta Youtube.

#### Instagram

foto



#### Instagram Comunidad

##### Evolución seguidores:

Año 2014: 1.520  
Año 2015: 4.868  
Año 2016: 11.477

##### Crecimiento seguidores:

Año 2015: +220,26%  
Año 2016: +135,76%

#### Facebook



#### Facebook Local Comunidad



##### Evolución seguidores:

Año 2014: 6.997  
Año 2015: 8.946  
Año 2016: 13.860

##### Crecimiento seguidores:

Año 2015: +27,85%  
Año 2016: +54,93%



#### Facebook Internacional Comunidad



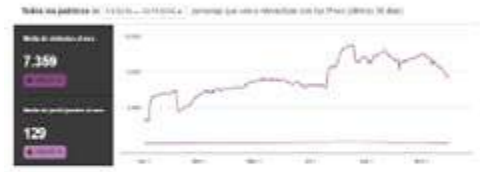
##### Evolución seguidores:

Año 2014: 1.153  
Año 2015: 1.520  
Año 2016: 2.258

##### Crecimiento seguidores:

Año 2015: +31,83%  
Año 2016: +48,55%

**Pinterest**



**Pinterest Comunidad**

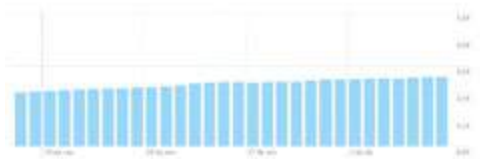
**Evolución visitantes:**

Año 2014: 2.107  
 Año 2015: 3.116  
 Año 2016: 7.358

**Crecimiento seguidores:**

Año 2015: +47,89%  
 Año 2016: +136,14%

**Twitter**



**Twitter Comunidad**

**Evolución seguidores:**

Año 2014: 4.263  
 Año 2015: 6.430  
 Año 2016: 8.483

**Crecimiento seguidores:**

Año 2015: +50,83%  
 Año 2016: +31,93%

“

*Donostia Turismo  
 & Convention  
 Bureauko  
 Sare Sozial  
 Guztietan  
 jarraitzaileek  
 eta hartu-  
 emanak gora  
 egin dute*

”

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

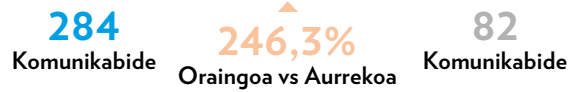
Donostia Turismo & Convention Bureau nazioarteko komunikabideekin lankidetzan jarduten du, Donostia mundu mailan **kalitatezko helmuga** gisa posizionatzeko helburuz, eta arreta berezia jartzen du **lehentasunezko merkatuetan** (Frantzia, Alemania, Erresuma Batua, Europako Iparraldeko herrialdeak, Holanda, Belgika, AEB, Kanada, Japonia, Australia...). Bere kolaborazioetan, turismo **iraunkorraren** mezua hedatzearen aldeko apustua egiten du, eta **urtaroen araberakoa ez den turismoa** eta **deskonzentrazioa** sustatzen ditu; press tripetan edo kazetarietzako edo blog egileentzako bidaietan, udako denboralditik kanpo Donostian egiteko planak proposatzen ditu, eta hiriko auzo guztiak eta inguruan egin daitezkeen irteerak erakusten ditu.



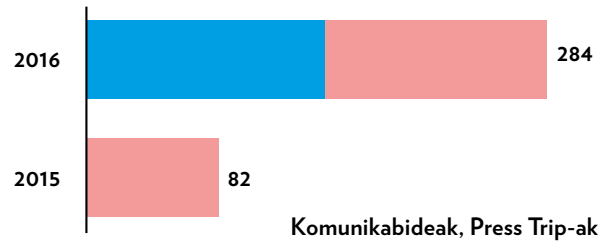
**284 kazetariri eman zaio arreta 2016an**

Komunikabideetan interes handia eragin du 2016an **Donostia Kulturaren Europako Hiriburu** izateak. Donostia Turismoa & Convention Bureauak **284 komunikabide** digital eta ez-digitali eman die arreta (hirira **prentsa-bidaian** etorritako **137 kazetarirekin** kolaboratu du, eta **147 kazetariri** eskaini dio arreta online, informazioa, argazkiak, bideoak, kontaktuak etab. bidalita), aurreko urtean baino % 246 gehiagori. Prestigiodun komunikabideekin kolaboratu du, hala nola The New York Times, The Guardian, The Telegraph, CNN, BBC, Forbes, The Evening Standard, The Independent, Le Parisien, Paris Match, Le Figaro, National Geographic, etab.

**ON-OFFLINE KOMUNIKABIDEEI EMANDAKO ARRETA 2016/2015**



**ALDAKUNTZA**

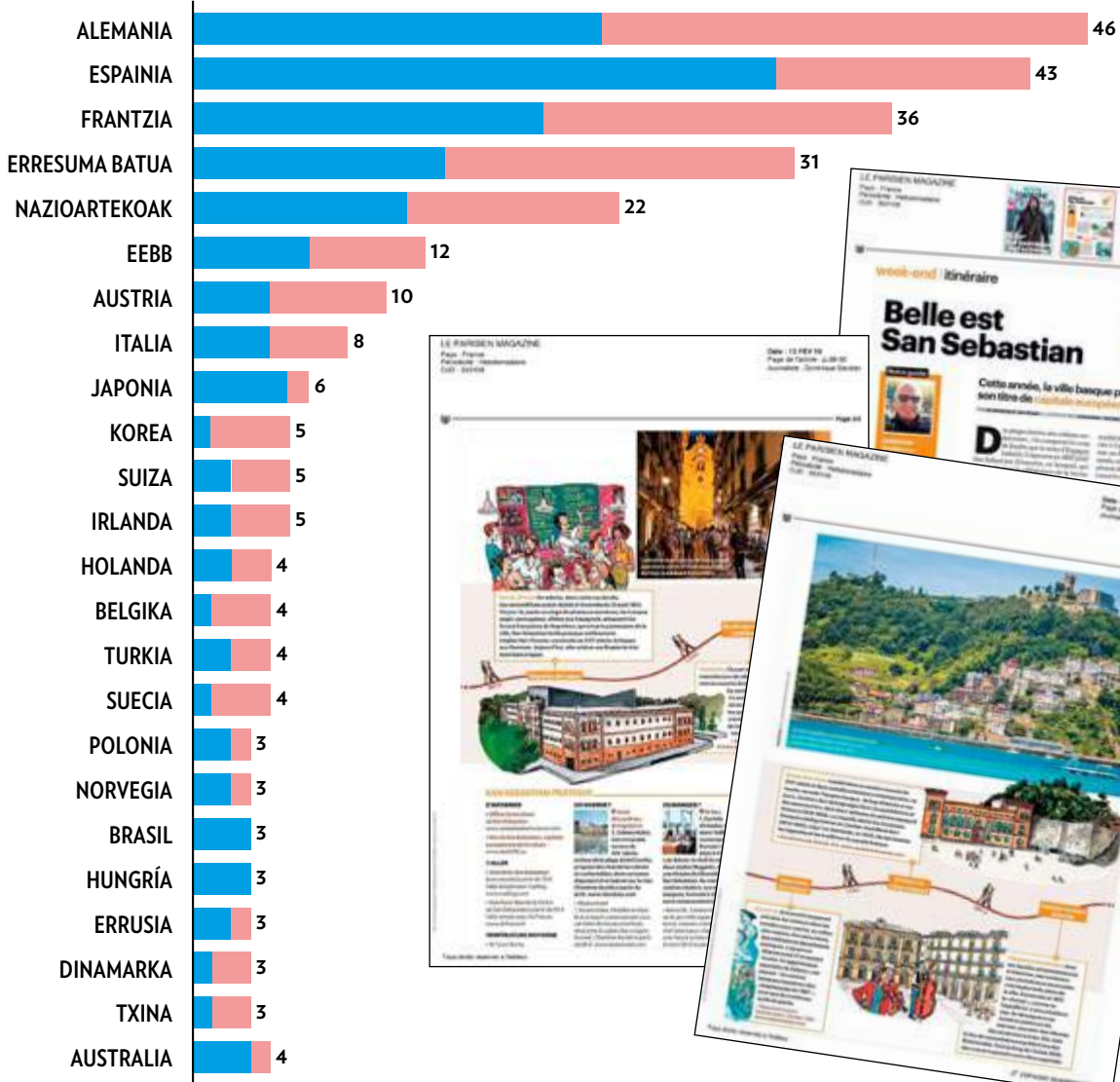


**ARRETA EMANDAKO ON + OFFLINE KOMUNIKABIDEAK**

■ Komunikabideak    ■ Press Trip-ak

**HERRIALDEAK**

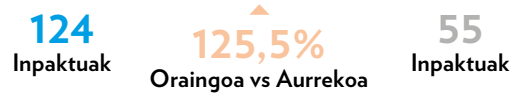
■ Komunikabideak  
■ Press Trip-ak



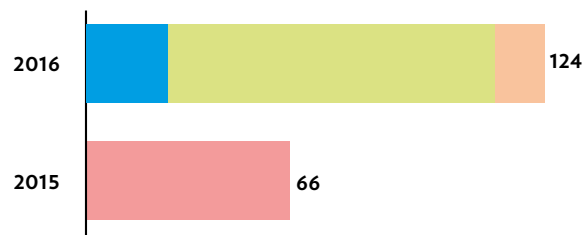
#### 5.1.4. BERTAKOEI ZUZENDUTAKO KOMUNIKAZIOA

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. Tokiko hartzaileari zuzendutako komunikazio-inpaktu kopuru osoa —**bazkideentzako buletinak, prentsaurrekoak, elkarrizketak eta albisteak**— % 125 gehitu dira aurreko urtetik.

#### INPAKTUAK 2016/2015



#### ALDAKUNTZA



#### INPAKTU MOTAK



Adibidez, Donostia Turismo & Convention Bureauk “#GureDonostia, nire auzoko txokoa” lehiaketa antolatu zuen Instagramen herritarrei zuzenduta, beren hiriaren “enbaxadoreak” izan zitezten, eta euren txokorik gogokoenak erakutsi zitzaten. Helburua zen **deskonzentrazioa** sustatzea, hau da, bisitariak ez daitezela hiriaren Erdialdean eta Alde Zaharrean kontzentratu, baizik eta turismo-fluxuak bana daitezela auzo guztietan, hiri osoko komertzioak eta ostalaritzako establezimenduak dinamizatzeko. 900 argazki baino gehiago aurkeztu ziren lehiaketan, eta hiriaren promozionatzeko erabiltzen dira.

## 5.2. MICE TURISMOA

Donostia Turismo & Convention Bureauak 4 helburu nagusiren inguruan egiten du lan bilera-turismoaren arloan:

### Donostiak bilera-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 trip* edo agenteen bidaiak eta abar.

### Turismoa urtaroen arabera ez izatearen estrategiarekin jarraitzea.

Ilido horretan, urritik maiatzera bitartean ekitaldiak erakartzeari eta babes ekonomikoa eskuratzeari eman diogu lehentasuna.

### Nazioartekotzeko estrategiarekin jarraitzea.

Estrategia hori sustatzeko, 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 Turismo & Convention Bureauen 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.

## 5.2.1. TOKIKO EKINTZAK

### 5.2.1.1. AURKEZTUTAKO HAUTAGAITZAK

2016an 16 hautagaitza aurkeztu ditugu eta horietatik 6 irabazi ditugu, 4 baztertu eta 6 aztertze-fasean daude.

Honako hautagaitza hauek irabazi ditugu:

- Autoeskolen Nazioarteko Konbentzioa - 450 ordezkari
- Convention Stef Transport Produits Frais et Surgelés - 100 ordezkari
- Medikuntza Orokorreko eta Familia-medikuntzako Kongresu Nazionala (SEMG) - 3.000 ordezkari
- CEP-PIEko ordezkarien Batzar Nagusia - 80 ordezkari
- Kids&Us urteko Konbentzioa - 1.000 ordezkari
- Kardiologia Pediatrikoko eta Jaiotzatiko Kardiopatiaren Espainiako Elkartearen Kongresu Nazionala - 300 ordezkari

Horiez gain, 14 bisita egin zaizkie tokiko sustatzaileei, hautagaitzak aurkeztera anima daitezen.

“

*Donostia Turismo & Convention Bureauak 4 helburu nagusiren inguruan egiten du: MICE helmuga gisa duen posizionamendua hobetzea, desestazionalizazioa, nazioartekotzea eta promotoreen bilaketa*

”

### 5.2.1.2. ENBAXADORE PROGRAMA

**Enbaxadore** proiektua indartzen ari da. Aitorpen horrek helmugarako batzar-jarduerak erakartzeko lan proaktiboa egiteagatik nabarmendu diren profesionalak saritzen ditu. 5 enbaxadore izendatu ditugu aurten:

Kursaalen 450 ordezkariarik gorako (hitzordu nazionaletan) eta 200 parte-hartzaiterik gorako (nazioarteko hitzorduetan) bilerak, ekitaldiak edo kongresuak antolatzen dituzten profesionaleri aitorpena egiteko 2012an sortutako klub entzutetsu hau osatzen duten 42 profesionalen zerrendan sartu ditugu goian izendatutako enbaxadore berriak.

### 2016KO ENBAXADORE BERRIAK

Arantza Lekuona	Ginekologia Onkologikoko Bilera Nazionala (GINEONCO). 400 pertsona	DONOSTIA OSPITALEA
José Antonio Lozano	IEEE-Congress on Evolutionary Computation CEC. 425 pertsona	EHU
Luis Liz-Marzán	International Conference on Self-Assembly on Confined Spaces (SACS). 200 pertsona	CIC biomaGUNE
José Ramón Aranzábal	International Congress of the International Society for Medical Shockwave Treatments (ISMST) 2017. 250 pertsona	BIDASOA OSPITALEA
Guille Viglione	Club de Creativos lehiaketa. 1.500 pertsona	Club de Creativos

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau





## 5.2.2. BERTAN ETA NAZIOARTEAN EGINIKO EKINTZAK

### 5.2.2.1. AZOKAK ETA WORKSHOPAK

MICEren arloko 25 azoka eta *workshop*etan hartu dugu parte, bai bertakoetan, bai nazioartekoetan, Donostia ekitaldiak eta bilerak egiteko arloan helmuga estrategiko gisa kokatzeko helburuarekin. Honako merkatu hauetan egin du lan Donostia Turismo & Convention Bureauk:

OTSAILA	18-20	ICCA WORKSHOP (Uppsala, Stockholm)
MARTXOA	17	WORKSHOP MICE (Brusela)
	23-24	SO EVENEMENT (Bordele)
APIRILA	05-09	M&I EUROPE SPRING (Dubai)
	19-21	IMEX (Frankfurt)
MAIATZA	24-25	MICE BISITA KOMERTZIALAK (Madril)
	24-29	MEET BASQUE COUNTRY
	29-31	CONNECTIONS (Málaga)
JUNIO	28/06-02/07	M&I EUROPE SUMMER (Madril)
IRAILA	13	BASQUETOIR - MICE AURKEZPENA (Stockholm)
	15-16	SUSTAPEN-EKINTZA LONDRESKO ERAGILEEKIN (Madril)
	16-18	FRANTZIAKO MERKATUKO ELKARREKIKO JARDUNALDIAK, (Bilbo)
	21-22	MICE BISITA KOMERTZIALAK (Bartzelona)
	25-26	MICE BISITA KOMERTZIALAK (Madril)
	29/09-01/10	THE MEETINGS SPACE (Grezia)
URRIA	9-13	M&I FORUM (Tallin)
	18-20	IMEX AMERICA (Las Vegas)
	21	MICE ERAGILEEN WORKSHOPA (Amsterdam)
	27-29/10	IBERIAN MICE FORUM (Porto)
AZAROA	3	ZUZENEKO JARDUNALDIA MERKATU BRITAINIARRAN (Londres)
	8	WORKSHOP MICE - ECM (Brusela)
	8-9	MICE BISITA KOMERTZIALAK (Iparraldea)
	14-16	MICE BISITA KOMERTZIALAK (Stockholm)
	29-1	IBTM (Bartzelona)

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

Nazioarteko 450 kontaktu egin ditugu, lehentasunezko merkatuetan (Erresuma Batua, Frantzia, Alemania, AEB, Belgika, Suedia, Norvegia, etab.)

### 5.2.2.2. FAM TRIP-AK, IKUSKAPEN-BIDAIAK ETA MERKATURATZEARI LOTUTAKO BISITAK

2016an, zazpi *fam trip* antolatzeko lanetan hartu dugu parte. Eragileak lehentasunezko merkatuetan trebatzeko (familiarizatzeko) bidaiak dira:

	HERRIALDEA
OTSAILA	ESPAINIA
	ESKANDINAVIA
MAIATZA	MUNDUKO MERKATU DESBERDINAK
ABUZTUA	JAPONIA
AZAROA	ERRESUMA BATUA ETA ESKANDINAVIA
ABENDUA	ERRESUMA BATUA
	KANADA

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

Ikuskapenatarako 9 bidaiak antolatu dira:

OTSAILA	8	MEDIKUNTZA OROKORREKO ETA FAMILIA MEDIKUNTZAKO ESPAINIAKO ELKARTEA (SEMG) – 2017ko maiatzaren 17tik 21ra - 2.000 pertsona
MAIATZA	11	VIDEO AD NEWS EVENT – 2016ko irailak 1-2
EKAINA	10	COMPONENT EVENTS
UZTAILA	12	KIDS & US – 2016ko apirilaren 6tik 8ra konbentzioaren hautagaitza
ABUZTUA	5-7	MEDIKUNTZA OROKORREKO ETA FAMILIA MEDIKUNTZAKO ESPAINIAKO ELKARTEA (SEMG) – 2017ko maiatzaren 17tik 21ra - 2.000 pertsona
IRAILA		ERIZAINZAKO ZUZENDARIEN ESPAINIAKO ELKARTEA
URRIA	21	CDTI - GARAPEN TEKNOLOGIKO INDUSTRIALERAKO ZENTROA
	20	Berreskuratzeko eta Birziklatzeko Espainiako Federazioa (FER)

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

Era berean, **34 bisita komertzial** egin dira Madril, Bartzelona, Iparralde, Stockholm eta beste merkatu batzuetan, eta zenbait herrialderen **110 eskaera** ere **erantzun** ditugu, askotarikoak: Espainia, Frantzia, EAE, Erresuma Batua, Alemania, Andorra, Austria...

### 5.2.2.3. EKINTZA BEREZIAK

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

- Postu bat jarri dugu 13 kongresutan; 18.595 ordezkari bildu dira guztira kongresu horietan.
- Kongresuetako eta hautagaitzetako datu-baseak jasotzen dituen programa bat diseinatu eta abian jarri dugu.
- Zenbait ekintza jarri ditugu abian bazkideekin:
  - M&I – Madril (GSIncoming & InBasque-rekin mahaia partekatuz).
  - Bisita komertzialak Stockholmera Hagoos & GSIncoming-ekin.
  - Lankidetzta Madrilen Gipuzkoako hotelak & Sevillako hotelak sustatzeko ekintzetan - “Ongi Etorri Mi Arma”.
  - Frantziako *workshop*etan izan gara bazkideekin.
  - Spain Convention Bureau (SCB) lantaldekoa da Donostia Turismoa & Convention Bureau eta erakundearen ekintzak zehazteko lanean aritu da.

“  
Azoka, *workshop* eta  
ikuskapen-bidaiez gain,  
beste ekintza bereziak  
ere egin dira Donostia  
kongresu-hiri gisa  
sustatzeko  
”

### 5.2.2.4. ARGITALPEN ESPEZIFIKOAK

Donostia Turismo & Convention Bureau hainbat argitalpen diseinatu du helmuga promozionatzeko, bisitariaren esperientzia errazteko, hiria kongresuak egiteko edo pizgarri-bidaietarako helmuga gisa promozionatzeko, etab.

### Kongresuen antolatzailentzako gidaliburua



## Pizgarrien gida



## Hautagaitzak aurkezteko kita

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

## 5.2.2.5. PIZGARRI - BIDAIK

## PIZGARRI - BIDAIK 2016

HILABETEA	PERTSONA KOPURUA	ENPRESA ANTOLATZAILEA
URTARRILA	50	SPECIAL EVENTS
	300	AU-DELA ÉVÉNEMENT
MARTXOA	38	FASADA INCOMING S.L.
	2	WARQ EVENTS
	22	STOP
APIRILA	120	PALATINO TOURS
	110	INBASQUE DMC
	15	PASSAPORTA
	70	ORGANIZEO
	85	STOP
	10	INTERNATIONAL MEETINGS
	15	HURTIGRUTEN
MAIATZA	30	NEO TRAVEL
	120	SPAINACULAR
	70	BY YOU BARCELONA - URBAN SHERPAS
	300	SURFAKADEMIN
	80	TAKAMAKA SPORTS NATURE-BIARRITZ
	41	INBASQUE DMC
	15	SOL I MUNTANYA
	50	UNESDI DISTRIBUCIONES
	80	PROFIL ORGANISATION
	500	ASOTEGI
	11	CWT MEETING & EVENTS
		SUD EMOTION
40	VICTOR WITHAK	
EKAINA	50	TAKE OFF REISEN
	70	IAG7 EVENTS & CONGRESSES
	100	DIAMS EVENT
	32	INBASQUE DMC
	18	INBASQUE DMC
	300	TERRES BASQUES
	60	INTERNATIONAL TRADE SHOW
	13	SEOVERIGN TOURISM
	46	AU DÉLA ÉVÉNEMENT

HILABETEA	PERTSONA KOPURUA	ENPRESA ANTOLATZAILEA
UZTAILA		IBEROTEAM
IRAILA	70	E&TB GROUP
	160	ABOUT EVENTS
	170	ATLANTA CONGRESOS
	150	IL GIORNALE
	12	HUMANITAS MEETINGS INCENTIVES
	60	IMB IS SELIVERY SUD OUEST
	30	ORGANIK
	50	SPAINACULAR
	20	AIM GROUP INTERNATIONAL-MADRID OFFICE
	20	STOP
URRIA	35	THE TRAVEL CLUB
	35	3-EVENTS
		AMBIANCE INCENTIVES
	70	CITITRAVEL
	50	INBASQUE DMC
	110	LE PARADIS C'EST ICI (BORDEAUX)
	80	GS INCOMING
	50	CONNACTION
	15	ALO SPAIN DMC
	30	OCÉANS DU MONDE
	20	BMW CON LA AGENCIA FULL TEAM NETWORKS
AZAROA	20	CONVENTIA
	15	IMAGINARE
ABENDUA	1.200	NEOKONCEPT

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

### 5.3. AISIALDIKO TURISMOA

Donostia Turismo & Convention Bureauak aisialdiko turismoa kudeatzeari lotuta, honako **helburu nagusi** hauek ditu:

#### 1. Nazioartean hiriaren markak duen posizionamendua indartzea.

Nazioartekotzeko estrategia zehaztu dugu lehentasunezko merkatuka:

- Nazioarteko 1. merkatutarako estrategia: Frantzia.
- Europako herrialdeetarako estrategia: Erresuma Batua, Alemania, Belgika, 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 desestazionalizatzeko 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 (denboraldiz kanpo haztea, eremu geografiko turistikoa zabaltzea, Donostiako kultura eta balioak ezagutaraztea, helmugaren benetakotasuna) da asmoa.

“

*Ekintza guztien helburua  
da Helmuga Turistikoaren  
Jasangarritasun Globalarekin  
bat egitea*

”

### 5.3.1. PRODUKTU TURISTIKOAK

Zerbitzu osoa eskaintzeko, helmugak eskaintzen dituen aukerak turistari gertuago eta irisgarriago jartzeko, Donostia Turismo & Convention Bureauak 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. Halaber, aurten salmentak kudeatzeko programa berri bat ezarri da, ERP (enpresa-baliabideen planifikatzailea) kudeaketa-softwarea.

#### 5.3.1.1. SAN SEBASTIAN CITY BREAK: IHESALDIAK

City break motako turismoak azken urteetan izan duen gorakada kontuan hartuta, Donostia Turismoa & Convention Bureauak **ihesaldien** eskaintza zabal bat diseinatu du. Ihesaldiek lagundu egiten dute turismoa urtaroen arabera ez izaten, urteko 12 hilabeteetan goatzeko 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

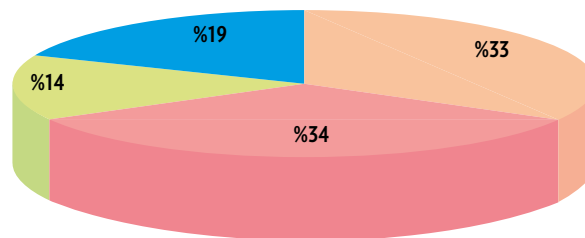
posizionamendua indartzeko, 4 ardatz handitan bilduta: Hiriburua Gastronomikoa, Kulturaren eta Jaialdien Hiria-Europako Kultura Hiriburua 2016an, Sport City, Wellness-erromantikoa helmuga.

2016an 385 **ihesaldi** saldu dira, aurreko urtean baino % 25 gehiago eta Zinemaldia, Jazaldia, Behobia-Donostia eta Klasikako ihesaldiak agortu egin dira.

Hona hemen jatorriak, banatuta: % 76 nazionalak (madrildarrak, kataluniarrak eta aragoarrak) eta % 24 nazioartekoak (frantziarrak eta alemaniarrek, batez ere). Frantziarrak dira ihesaldiak erosi dituzten guztietatik % 16.

### EHUNEKOAK IHESALDI MOTAREN ARABERA

- KULTURALA
- KIROLA
- GASTRONOMIKOA
- ERROMANTIKOA



Agortua

SAN VALENTIN IRTENALDITXOA: SPA ZIRKUITOA, MASAJEA ETA AFARIA LA PERLA-N



Agortua

OSPATU URTEZAHAR GAUA DONOSTIAN



AGORTUA

IRTENALDITXO KULTURALA: UDA-GAU BATEKO AMETSA



AGORTUA

IRTENALDITXO KULTURALA: VICTORIA EUGENIA ANTZOKIAN EMANALDIA



## 5.3.1.2. ZERBITZUEN SALMENTA

**Bisita gidatuak Donostian**

Oinezko **bisita gidatuak** aukera ematen diete bisitariari hiria iren historiari, kulturari, ohiturei eta tradizioei lotutako alderdiak gidari profesional baten eskutik sakonago ezagutzeko. Donostia Turismo & Convention Bureauak 3 motatako bisitak eskaintzen ditu urte osoan: funtsezkoa, kulturala eta gastronomikoa).

**Bisitaldi gidatuak** salmentak % 20 inguru handitu dira aurreko urtetik. Uztailean, abuztuan eta irailean saltzen dira gehien. Hilabete horietan izaten dira programaturako irteera gehien ere. Bestalde, aipagarriak dira martxoa eta abendua ere, gorakada handia izan baitute; % 127 eta % 56, hurrenez hurren.

Erosleen jatorriari dagokionez, % 57 inguru atzerritarak dira eta horien artean, gehienak, australiarrak, estatubatuarak eta britainiarrak. Estatukoak diren gainerako % 43 horiek, gehienak, madrildarrak, kataluniarrak, valentziarrak eta andaluziarrak dira.

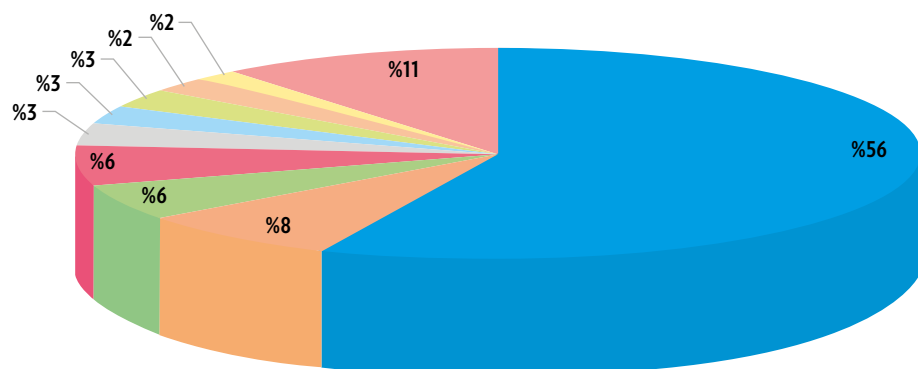
**EROSLEEN JATORRIA**

HILABETEA	2015	2016
Urtarrila / Enero	↑ 122	↓ 100
Otsaila / Febrero	↓ 90	↑ 131
Martxoa / Marzo	↓ 221	↑ 503
Apirila / Abril	↑ 314	↓ 278
Maiatza / Mayo	↓ 510	↑ 601
Ekaina / Junio	↓ 583	↑ 916
Uztaila / Julio	↓ 1.165	↑ 1.367
Abuztua / Agosto	↓ 1.464	↑ 1.587
Iraila / Septiembre	↓ 943	↑ 974
Urria / Octubre	↓ 337	↑ 428
Azaroa / Noviembre	↑ 134	↓ 116
Abendua / Diciembre	↓ 252	↑ 394
<b>GUZTIRA</b>	<b>↓ 6.135</b>	<b>↑ 7.395</b>

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

**BISITEN JATORRIA**

- ESPAINIA
- ARGENTINA
- AUSTRALIA
- FRANTZIA
- EEBB
- IRLANDA
- ERRESUMA BATUA
- KANADA
- ALEMANIA
- BESTEAK



## Bazkideen produktuak

2015ean bazkideei aholkularitza eskaintzeko eta haiekin produktu berriak sortzeko ezarritako ildoari jarraituz, produktuen eskuragarritasuna eraginkortasun handiagoz antolatzeko eta gure bulegoetan errazago saltzeko kudeaketa-sistema berri bat jarri genuen abian uztailean. Turistak **askotariko jarduerak** ditu aukeran; adibidez, txangoak, bisita gidatuak, gastronomia, euskal kultura eta jarduerak itsasontzian eta uretako kirolak eta Donostia Turismo & Convention Bureauen **kide** diren 13 establezimenduk eskaintzen dituzte.

Kide ditugun produktuen salmenta ia % 88 handitu da aurreko urtetik (urtea osorik hartuta). Kideen produktuak saltzen 2015eko uztailean hasi ginen eta kudeaketa-sistema berria 2016ko uztailean ezarri zen. Hala, bi urteetan uztailetik abendura arteko salmentak aztertuz gero, % 57 handitu dira.

Abuztuan, uztailean eta irailean saltzen da gehien. Ehunekotan, igoera handienak, uztailean, azaroan eta abenduan izan dira; oso handiak izan dira igoerak; % 93, % 157 eta % 71, hurrenez hurren.

Erosleen jatorriari dagokionez, % 52 inguru estatutik etorritakoak dira. Ugarienak madrildarrak, kataluniarrak, valentziarrak eta andaluziarrak dira. Atzerritarrek, % 48, frantsesak, australiarrak, estatubatuarrek eta britainiarrak, batez ere.

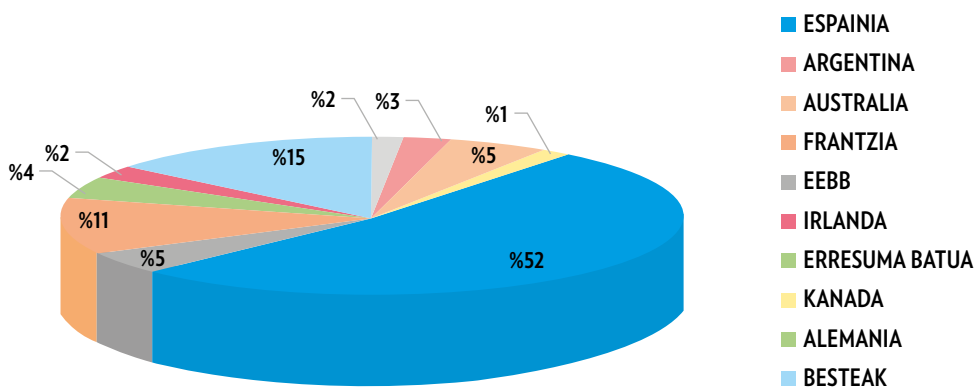
Jatorriak aipatu dugun gisan bana daitezkeen arren, atzerritarrek % 70 dira eta estatukoak % 30, gehien saltzen den produktua estatutik eskatutakoa baita eta ahuldu egiten du emaitza globala.

## BAZKIDEEN PRODUKTUAK

HILABETEA	2015*	2016
Urtarrila / Enero		1
Otsaila / Febrero		0
Martxoa / Marzo		145
Apirila / Abril		65
Maiatza / Mayo		64
Ekaina / Junio		394
Uztaila / Julio	↓ 499	↑ 964
Abuztua / Agosto	↓ 1.173	↑ 1.788
Iraila / Septiembre	↓ 434	↑ 540
Urria / Octubre	↓ 100	↑ 172
Azaroa / Noviembre	↓ 14	↑ 36
Abendua / Diciembre	↓ 14	↑ 24
<b>GUZTIRA</b>	<b>↓ 2.234</b>	<b>↑ 4.193</b>

\*Salmenta uztailean 2015ean hasi zen.  
Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

## EROSLEEN JATORRIAK 2016



**ESKAINITAKO JARDUERAK**

<b>TXANGOAK</b>	Donejakue Bidea
	Bidasoako tourra
	Iparralde kostaldeko tourra
	Urola kostaldeko tourra
	Goierriko tourra
<b>GASTRONOMIA</b>	Pintxoen tourra
	Astigarragako sagardotegian bazkaria/afaria + Sagardoetxea museora bisita
	Adarrazpi gaztandegira bisita
<b>BASQUE STYLE</b>	Astigarragako sagardotegian bazkaria/afaria
	Adarrazpi gaztandegira bisita
	Galarreta Pilotalekua. Euskal Pilota
<b>BISITA GIDATUAK</b>	Donostia Funtsezkoa
	Donostia Kulturala
	Donostia Pintxoak
	Donostia City Tour Bus
	Donostia City Tour Tren Turistikoa
	Bike Tour
	Running Tour
<b>URETAKO ESPERIENTZIAK</b>	Donostia-Getaria katamarana Balenciagarekin
	Donostia-Getaria katamarana Aquariumarekin
	Pasaia- Albaola katamarana
	Donostiako katamarana
	Donostia- Santa Klara uhartea katamarana
	Stand Up Paddle-Piragua alokairua

Iturria: Donostia Turismo &amp; Convention Bureau

## 5.3.1.3. TXARTEL TURISTIKOAK

Bi ildo ditugu txartel turistikoetan eta bisitariari 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.

**Donostia Card** delakoaren salmentak % 10 inguru igo dira aurreko urtetik. Salmenta handieneko hilabeteak uztailea, abuztua eta iraila dira salmentetan gehien handitu direnak otsaila, martxoa eta urria.

## DONOSTIA CARD

HILABETEA	2015	2016
Urtarrila / Enero	↑ 63	↓ 55
Otsaila / Febrero	↓ 60	↑ 118
Martxoa / Marzo	↓ 157	↑ 260
Apirila / Abril	↑ 333	↓ 267
Maiatza / Mayo	↓ 471	↑ 503
Ekaina / Junio	↓ 465	↑ 486
Uztaila / Julio	↑ 1.180	↓ 1.134
Abuztua / Agosto	↓ 1.345	↑ 1.475
Iraila / Septiembre	↓ 619	↑ 691
Urria / Octubre	↓ 301	↑ 495
Azaroa / Noviembre	↓ 151	↑ 152
Abendua / Diciembre	↓ 145	↑ 189
<b>GUZTIRA</b>	<b>↓ 5.290</b>	<b>↑ 5.825</b>

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

## BASQUE CARD

HILABETEA	2015*	2016
Urtarrila / Enero	↓ 0	↑ 22
Otsaila / Febrero	↓ 0	↑ 23
Martxoa / Marzo	↓ 0	↑ 86
Apirila / Abril	↓ 0	↑ 110
Maiatza / Mayo	↓ 0	↑ 213
Ekaina / Junio	↓ 0	↑ 212
Uztaila / Julio	↓ 215	↑ 202
Abuztua / Agosto	↑ 385	↓ 295
Iraila / Septiembre	↑ 280	↓ 205
Urria / Octubre	↑ 162	↓ 160
Azaroa / Noviembre	↑ 48	↓ 37
Abendua / Diciembre	↓ 52	↑ 54
<b>GUZTIRA</b>	<b>↓ 1.142</b>	<b>↑ 1.699</b>

\*Salmenta Uztailaren 2015ean hasi zen.

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

Erosleen jatorriari dagokionez, % 59 inguru atzerritarrak dira eta horien artean frantsesak, alemaniarrek eta britainiarrek nabarmentzen dira. Gainerako % 41 estatukoak dira eta horietatik ugariena kataluniarrak eta madrildarrak dira.

**Basque Card** txartelaren salmentak ia % 49 handitu dira aurreko urtetik (urte osoa kontuan hartuta). Kontuan izan behar da 2015eko uztailean hasi ginela txartela saltzen da eta bi urteetan uztailetik abendura arteko aldiari begiratuta, % 9 jaitsi zen.

Erosleen jatorriari dagokionez, % 72 inguru **atzerritarrak dira** eta horien artean, australiarrak, estatubatuarra, alemaniarrek eta britainiarrek dira ugariena. Gainerako % 28 estatukoak dira eta horietatik ugariena kataluniarrak eta madrildarrak dira, atzetik valentziarrak eta andaluziarrak dituztela

**5.3.2. BISITARIENTZAKO ARRETA**

Donostia 2016an Europako Kultura Hiriburu izan denez, bi arreta-leku gehiago ere egon dira urte osoan Donostia Turismo & Convention Bureauk duen bulego nagusiaz gain: Aldi baterako gune bat Alderdi Ederren eta turismo-bulego bat Donostiako autobus-geltokian. 12 pertsona aritu dira toki horietan lanean. Irekiera horien ondorioz, urteko hilabete guztietan handitu zen arreta jasotako pertsonen kopurua eta artatutako bisitarien urteko hazkundea % 31koa izan zen.

Zerbitzua indartuta, % 15,14 hazi da argitaratzeen salmenta, honela banatuta:

Berrikuntza gisa, aipagarria da hiriari buruzko japonierazko gida.

**PUBLIKAZIOEN SALMENTA 2016**

<b>ONGI ETORRI GIDA GAZTELANIAZ</b>	%36,61
<b>ONGI ETORRI GIDA FRANTSESEZ</b>	%28,88
<b>ONGI ETORRI GIDA INGELESEZ</b>	%20,42
<b>ONGI ETORRI GIDA ALEMANIERAZ</b>	%8,09
<b>ONGI ETORRI GIDA KATALANEZ</b>	%2,45
<b>ONGI ETORRI GIDA ITALIERAZ</b>	%2,23
<b>ONGI ETORRI GIDA JAPONIARREZ</b>	%1,01
<b>ONGI ETORRI GIDA EUSKARAZ</b>	%0,31
<b>GUZTIRA</b>	<b>%100,00</b>

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

**DONOSTIAKO TURISMO BULEGOA**

<b>BISITARIAK GUZTIRA</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	
Urtarrila / Enero	↓ 4.647	↘ 5.267	↘ 6.567	↑ 7.529	%14,65
Otsaila / Febrero	↓ 4.060	→ 5.503	→ 5.750	↑ 6.958	%21,61
Martxoa / Marzo	↘ 14.816	↓ 9.504	↓ 10.957	↑ 24.939	%127,61
Apirila / Abril	↓ 13.503	↘ 22.939	↘ 18.732	↑ 28.765	%53,56
Maiatza / Mayo	↓ 19.464	↓ 22.528	↘ 24.258	↑ 36.004	%48,42
Ekaina / Junio	↓ 21.287	↘ 27.851	↘ 26.473	↑ 40.257	%52,07
Uztaila / Julio	↓ 61.695	↓ 62.312	↘ 64.056	↑ 71.343	%11,38
Abuztua / Agosto	↓ 79.938	↓ 77.009	↘ 82.268	↑ 92.420	%12,34
Iraila / Septiembre	↓ 30.363	↘ 36.198	↘ 37.841	↑ 49.179	%29,96
Urria / Octubre	↓ 15.511	↓ 18.639	↘ 21.691	↑ 34.032	%56,89
Azaroa / Noviembre	↓ 8.183	↓ 8.517	→ 9.845	↑ 12.099	%22,89
Abendua / Diciembre	↓ 7.896	↓ 9.309	→ 12.680	↑ 17.699	%39,58
<b>GUZTIRA</b>	<b>281.363</b>	<b>305.576</b>	<b>321.118</b>	<b>421.224</b>	<b>%31,17</b>

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

### 5.3.3. AZOKAK ETA WORKSHOPAK

2016an 20 ekitalditan izan ginen guztira: 13 azoka: horietan izandakoak amaierako publikoa eta publiko espezializatua (turismoaren sektorekoak) dira. 7 workshop: horietan B2B egiten da lan, sektoreko eragile eta operadoreekin bakarrik.

% 45 handitu da 2015etik azoka eta workshopetako parte-hartzea.

#### Eginiko inbertsioaren, sortutako harremanen eta banatutako materialaren laburpena: 2016 vs 2015

593 eragilerekin jarri ginen harremanetan; horietatik % 80 nazioartekoak.

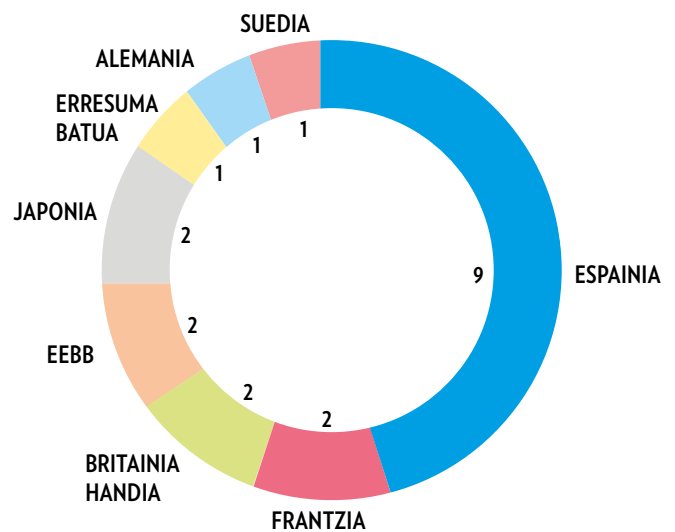
5.100 argitalpenetik gora banatu ziren.

Hartzaileak, amaierako publikoa, kalkuluen arabera, 24.000 pertsonatik gorakoa.

#### Banaketa/Parte-hartzea merkatuka

Gastronomian, kulturen eta runningean espezializatutako ekitaldietan izan gara.

#### AZOKA/ WORKSHOP KOPURUA



#### EKITALDIEN LABURPENA 2016

INBERTSIOA	AGENTEAK	PUBLIKOA	PUBLIKAZIOAK
36.124 €	593	5.160	24.400

#### EKITALDIEN LABURPENA 2015

INBERTSIOA	AGENTEAK	PUBLIKOA	PUBLIKAZIOAK
81.638 €	292	2.000	17.920

## WORKSHOP ETA AZOKEN XEHETASUNAK

DATA	IZENA	HERRIALDEA
Urtarrila	FITUR	Espainia
Urtarrila	VAKANTIEBEURS BASQUETOIR	Holanda
Otsaila	TOULOUSE	Frantzia
Otsaila	RUNNING SEVILLA	Espainia
Martxoa	SEVATUR	Espainia
Martxoa	ITB	Alemania
Martxoa	RUNNING BCN	Espainia
Martxoa	SEVATUR	Espainia
Apirila	RUNNINGMAD	Espainia
Apirila	RUNNING BURDEOS	Frantzia
Maiatza	MEET BASQUE COUNTRY	Espainia
Maiatza	DESTINOS EUSKADI MÁLAGA	Espainia
Maiatza	EXPOVACACIONES	Espainia
Ekaina	CITY FAIR	Britainia Handia
Ekaina	SMITHSONIAN	EEBB
Ekaina	BRUSELAS	Belgika

DATA	IZENA	HERRIALDEA
Ekaina	ZURICH	Suiza
Iraila	JATA	Japonia
Azaroa	WTM	Britainia Handia
Azaroa	NAPA	EEBB
Azaroa	INTUR	Espainia
Azaroa	WTM	Britainia Handia

5.3.4. FAM TRIP EDO ERAGILEEN  
BIDAIAK

2016an eragileen eta/edo operadoreen 8 bidaia babestu genituen:

Horrez gain, informazioari edo laguntzari lotutako beharren bat zuten aisialdiko turismoko 70 eragileri ere eskaini genien arreta.

2016/03/31	TERRAMAR	Fam Trip	ESPAINIA
2016/01/22	Tidesquare	Fam Trip	KOREA
2016/05/19	Linz Tourist Board	Fam Trip	AUSTRIA
2016/06/22	Schlosser Reisen	Fam Trip	ALEMANIA
2016/09/08	Biblische Reisen	Fam Trip	ALEMANIA
2016/10/26	OET tokio korean air	Fam Trip	KOREA
2016/10/03	Golf Canada	Fam Trip	KANADA
2016/10/03	SANSEBASTIAN FOOD	Fam Trip	ERRESUMA BATUA

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

### 5.3.5. ARGITARATZEAK

Donostia Turismo & Convention Bureauk zenbait argitalpen diseinatu ditu aisialdiko turisten esperientzia errazagoa izan dadin:

#### Irudi-liburuxka



#### Ihesaldien edo City Break delakoaren liburuxka





Ostatuen mapa



Eguberrietako Agenda



Ongi Etorri gidaliburua



### Ticketing, ekitaldietarako salmenta



### Hiriaren mapa



## 5.4. TURISMOGUNEAREN KUDEAKETA

Berebiziko garrantzia du turismogunea eta lan hauetan aritzen diren eragile turistikoak turistak etortzen direnetako prestatzea. Helburu hori lortzeko, Donostia Turismoa & Convention Bureau lanean aritu da enpresen lehiakortasuna hobetzeko eta turismogunean hautemandako kalitatearen eta sormenaren bikaintasuna ere hobetzeko.

### 5.4.1. JARDUERAK SEKTOREAREKIN

#### Taldea Egiten hobekuntzarako taldeak

Taldea Egiten programaren helburua Donostia Turismoko bazkide direnei talde-kontzientzia harraraztea da, hala, haiekin batera, turismogunean hobetzeko planak lantzeko.

2016an laneko planaren helburu nagusia hiria gabonetako helmuga turistiko bezala sustatzea izan da. Horretarako, 320 enpresa bazkide baino gehiagorekin eta gabonetako

garapenarekin zerikusi duten Udaleko beste departamentuekin (Donostiako Festak, Donostiako Sustapena etab.) lan egin da. Horrela, guztien artean inaugurazio deigarri bat egin zen 2016an eta Gabonak animatzeko hainbat ekimen prestatu ziren.

Helburua da guztien artean, eta epe luzera begira, talde-izpiritua indartzea, eta bazkide guztien artean kolaborazioa sustatzea. Horrela, bisitariari arreta eta zerbitzua hobetuko dira eragile lokalen aldetik, hots, alor turistikoarekin harreman zuzena duten ostalari, merkatari, agentzia eta ekspresen aldetik.



Lanerako topaketek datozen Eguberrietara begira ideiak eta ekarpenak partekatzeke balio izan zuten. "Helburua elkarrekin eta epe luzera lan egitea da, tokiko eragileek turistei eskaintzen dien arreta eta zerbitzua hobetzeko; adibidez, ostalariak, dendariak, agentziak eta tokiko beste eragile batzuek eta turismoaren sektorearekin zuzeneko lotura duten enpresek.



### EGINIKO JARDUNALDIAK

LEKUA	DATA	PARTE HARTZAILEAK		JARDUNALDIAREN BALORAZIOA (0-10)
		ENPRESAK	PERTSONAK	
Eureka! Zientzia Museoa	2016/05/10	43	53	8,73
Hipodromoa	2016/05/31	26	29	9,12
GU	2016/10/05	28	33	8,78
Araeta sagardotegia	2016/11/24	27	33	8,35
PARTE HARTZAILEAK GUZTIRA		124	148	

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

### Turismo-enpresen lehiakortasuna hobetzeko ekintzak, Basquetourrekin elkarlanean



**Turismoguneko Jardunbide Egokien Programa (SICTED)**

**SICTED proiektua** turismoguneetako kalitatea hobetzeko proiektua da.

- 2016an **45 enpresari** eman diegu babesa; horietatik **43k** gainditu zuten kanpoko ebaluazioa eta Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoari eutsi diote. Enpresei laguntza eskaini zaie, batez beste, establezimendu bakoitzeko 3 bisita pertsonalizaturen bitartez.

- **Informazio-bilerak** Aurten programaren prestakuntza eta inplantazio faseak amaitu dira eta, hortaz, Kalitate Turistikoaren Konpromisoa mantentzeko baldintza guztiak betetze aldera lan egin da, hainbat bileren bitartez.

- **22 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 misterioaren bisita (ziklo bikoitiak). Aurten **29 ebaluazio dokumental + Kalitatezko Q duen enpresa bat (ebaluaziotik salbuetsita)** eta **bezero misterioaren 13 bisita izan ditugu.**



### IKTen erabilerako Jardunbide Egokien Programa

Honako hauek biltzen dituen programa da: informazioaren eta komunikazioaren teknologien erabilera hobetzea, ezartze-lanetan etengabeko lanak eta jardunbide egoki hauek hobetzea. 15 **enpresak hartu dute parte**.

- **Prestakuntza-jardunaldi bat**, sare sozialen ingurukoa.
- **33. 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	0
2 OINARRIZKOA	0
2 AURRERATUA	3
3 OINARRIZKOA	1
3 AURRERATUA	3
4 OINARRIZKOA	2
4 AURRERATUA	6

Iturria: Donostia Turismo & Convention Bureau

2016ko martxoaren 17an, Eusko Jaurlaritzak EITBren Bilboko egoitzan 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.



### Beste prestakuntza-ekintza batzuk

#### Anfitrionak/Xehetasunaren kultura programa

Programa honen helburua bezeroei arreta emateko zerbitzua indartzea eta turismoaren arloan lan egiten duten euskal lurralde osoko profesionalen artean etengabe hobetzeko prozesua sustatzea da.

Horretarako, Basquetourrekin batera, Turismoko Estatuko Idazkaritzaren **Xehetasunaren Kulturako prestakuntza-plana** programako 7 prestakuntza ikastaro eskaini ditugure turismogunean.

#### TAILERRAK

Zerbitzurako bokazioa duten langileak hautatzeko teknikak

Etengabeko prestakuntzarako formula errazak

Bilerak zuzentzea eta animatzea

Gatazkak detektatzea, negoziatzea eta modu positiboan ebaztea

Harrera adeitsua egiteko formulak

Bezeroarekin eraginkortasunez komunikatzea

Gomendatu zure turismoguneko lekuak eta zerbitzuak

## Girozte-tailerra

Gabonetako Planaren barruan, doako Giropen tailerra antolatu zen, hiriko saltokiei bere establezimenduak girotzeko hainbat jarraibide eskainiz.

### 5.4.2. KALITATEZKO ZERBITZUA



Informazioa eta harrera eskaintzeko zerbitzuak berri 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](#) berri dira.

### 5.4.3. IRAUNKORTASUN TURISTIKOA

2016tik aurrera Biosphere metodologiaren parametroak landu eta parametro horiek gure turismogunean aplikatzearen inguruko lanari ekin genion Udaleko Ingurumen Sailarekin batera.

### 5.4.4. IRISGARRITASUNA (DIBERTSITATE FUNTZIONALA)

Matia Fundazioak lideratuta, eta hiru hiriburuekin zein Zarautz, Goierri eta Arabako Errioxarekin batera, proposamen zehatzak egin dira dibertsitate funtzionala duten pertsonentzat.

Komertzializazioa Tourism For All-en eskutik izan da, eta Donostia Turismo & Convention Bureauak material grafikoa eskaini eta promozio-bideo bat koordinatu du, dibertsitate funtzional mota desberdinen esperientziak jasoz.

Era berean, irisgarritasun murriztutako pertsonen arreta eskaintzeko protokoloak aztertu dira Donostia Turismoko bulego nagusian, eta bideo batzuen bitartez, jardunbide egokiak azaldu dira arreta ona izan dadin.

Halaber, arreta egokiena lortzeko trenak aztertu dira, hala nola, gorrentzako begizta magnetikoa berraktibatzea, ONCErekin lankidetzan hiriaren azalpen-dokumentua Braille eran eguneratzea, irisgarritasunari buruz webgunean dugun informazioa hobetzea etab.

2016an burutu da prozesua. Hona hemen garatu diren ekintzak

#### 5.4.5. AZPIEGITURAK (MUGIKORTASUNA/ IRISGARRITASUNA/SEINALEAK) HOBETZEKO JARDUERAK

Helmuga turistiko eraginkorragoa lortzeko eta hiriko azpiegituretan dauden gabeziak hobetzeko helburuarekin, hainbat administrazioa eta erakundeetako kideekin bilerak egin ditugu, hots: Renfe, Transfermuga, Gipuzkoako Foru Aldundiko Mugikortasun Saila etab.).

#### 2016ko Udaleko Batzorde Berezia

Batzorde berezi bat sortu da Mugikortasuna, Dbus, 2016ko Batzorde Teknikoa eta Donostia Turismo & Convention Bureauren artean, hiriko mugikortasuna lantzeko (sarbideak eta aparkalekuak). Honako ekintzak egin dira, besteak beste:

- Aparkatzeko disuasio sistemaren plangintza eta komunikazioa.
- Donostia Turismo & Convention Bureauko webgunean “Nola iritsi” informazioa eta Udalaren webguneko Bizi2016 atala hobetzeko elkarlana.
- Autobus-geltoki berriko eta inguruko seinaleak hobetzea.
- Hiriko ondareari balioa ematea. Donostiako monumentu batzuen seinaleetan totem deskribatzaileak jartzea, lau hizkuntzatan (euskara, gaztelania, frantsesa eta ingelesa).
- Plano turistikoak ezartzea bide publikoan eta lurpeko parkinetan.

#### Beste batzuk:

#### Turistentzako seinaleen mantentze-lanak eta hobekuntzak

Oinezkoentzako seinaleetan, monumentuen totemetan eta errepidean hotelak seinalatzeko sisteman mantentze-lanak eta eguneratzeak egin dira.

#### Donostia Lagunkoia

Donostia Turismoa, lehen aldiz, “Donostia Lagunkoia” proiektuan parte hartzera gonbidatu dute. Proiektuaren helburua herritarrekin oro har eta, bereziki adineko herritarrekin lagunkoiagoa izango den hiria garatzea da.

#### 5.4.6. TURISMOGUNEKO INKESTA BISITARIEN PROFILA ETA GOGOBEETZE MAILA EZAGUTZEKO

Urtero inkesta bat bat egiten da gure hiriko bisitariaren profila, bisita-mota eta gogobetetze-maila hobeto ezagutzeko, beste iturrietatik jasotako informazioa osatze aldera. Informazioa lortzeko, txangolari eta bidaiarien iritzia jaso da, hiriko puntu desberdinetan eta denboraldi altuan zein baxuan galdeketak eginez.

GOGOBEETZE MAILA (OTIK 10ERA BATEZ BESTEKOA)		2016
Turismogunean jasotako harrera (oro har)		9,16
Hiriko ostatua		8,75
Garraio publikoak (taxia, autobusa, trena...)		8,35
Jasotako abegia eta tratua		8,97
Sukaldaritza-zerbitzuak (eskaintza gastronomikoa eta kalitatea arretan)		8,82
Merkataritza (eskaintza komertziala eta arretaren kalitatea)		8,37
Informazio turistikoa		8,54
Hiriko seinaleak (hotelak, aparkalekuak, intereseko lekuak)		8,20
Hirirako sarbideak		8,12
Hiriaren kalitatea/prezioa harremana		7,52
Kulturari eta aisialdiari lotutako eskaintza		8,26
Segurtasuna hirian		9,04
Inguruaren kontserbazioa		8,78
Oro har, zer nota jarriko zenioke Donostiara eginiko bisitari?		8,93
Zer neurritan iruditzen zaizu dela Donostia kalitatezko turismogunea?		8,99
Zer neurritan iruditzen zaizu dela Donostia hiri sortzaile?		8,63

#### GOMENDATUKO AL ZENIEKE DONOSTIA FAMILIAKOEI ETA LAGUNEI AISIALDIRAKO EDO OPORRETARAKO? (% BERTIKALA)

	2016	
	Denboraldi- arte, behe- denboraldia	Goi- denboraldia
BAI, segurtasunez	%92,7	%95,0
Seguru asko, BAI	%7,3	%5,0



## 6. EUROPAKO SAREETAKO PARTE HARTZEA

Donostia Turismo & Convention Bureauk 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 Bureaux-en sarea, ezagutza partekatzeko, ikuspegi operazionalerik 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 Bureaux 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.

- **EUSKADIKO TURISMOGUNEAK** Helburu nagusia marka horretan sartutako turismoguneak bultzatzea da; hau da,, Donostia Turismo & Convention Bureau, Bilbo Turismo, Gasteiz Turismo, Bidasoa Turismo eta Zarautz Turismo.

- **EUSKALIT-EKO 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, Basquetourrek bultzatuta, 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, Basquetourrek bultzatuta, 70 enpresa eta erakundek 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.

# Guztiak gomendatzen dute Donostia

## ¡EHUNKA GIDA ETA KOMUNIKABIDEEK DONOSTIA BISITATZEA GOMENDATZEN DUTE!

Munduko bidai-gida eta komunikabide entzutetsuenek Donostia bisitatzea gomendatzen dute: The New York Times, BBC, The Telegraph, The Daily Mail, The Guardian, Le Monde, Le Parisien, Le Figaro, The Evening Standard, The Independent, The Sunday Times, Fodor, Routard, Condé Nast Traveller etc.

### THE NEW YORK TIMES



[36 hours in San Sebastián, Spain](#)

[52 places to go in 2016](#)

[Chef's camaraderie lifts Basque Cuisine](#)

[Favorite Streets in Europe](#)

## HEALTHY AGING



**Fall In Love With San Sebastian, Spain**

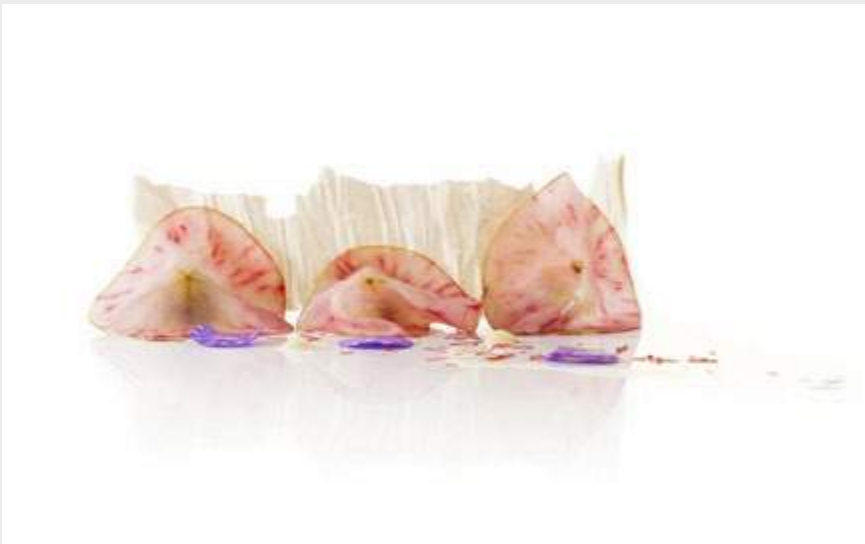
**Day 1 Of 4**

**Day 2 Of 4**

**Day 3 Of 4**

**Day 4 Of 4**

## FORBES



**Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture Today, Capital Of Food Forever**

**Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture And Much More**

**Forbes - The Best Places to Visit in San Sebastián, Spain for 2016**

## THE TELEGRAPH



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

## EL PAÍS



Donosti, como nunca  
San Sebastián, el renacer de una ciudad  
Entre gildas y 'zuritos' por Donosti

ELLE



San Sebastian la cité des joies  
Pintxos, cultura e surf

THE INDEPENDENT



Take a bite of the Basque Country  
San Sebastian: a bay window on a Basque beauty

## THE GUARDIAN



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

San Sebastian: in the limelight

## FRANCE 2



Capitale de la culture 2016, Saint-Sébastien va célébrer la paix dans l'art

## DAILY MAIL



How to spend an ultimate foodie weekend in San Sebastian

## LE MONDE



Saint-Sébastien, balcon sur l'Atlantique

## RADIO FRANCE. RFI. CARREFOUR DE L'EUROPE



San Sébastian, capitale européenne de la Culture 2016 et des «pintxos»

## MARIE CLAIRE



San Sebastián, la perle basque [PDF]



## NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER



48 uur in San Sebastian

## THE IRISH TIMES



San Sebastian: Basque in the culture

## DB MOBILE GERMAN RAILWAYS MAGAZINE



Häppchen - kultur

## REVISTA GEO



San Sebastián Capital Europea de la Cultura

## SATURDAY EXPRESS MAGAZINE



Golden beaches, fabulous food and colourful culture: Discover San Sebastián

## INDUSTRY MAGAZINE



kingdom of culture

## LE PARISIEN MAGAZINE



Le Parisien Magazine: Belle est San Sebastian

## LE FIGARO



San Sebastián, un an de fête

## L'OBS



Saint-Sébastien l'étoile Basque

## THE SCOTTSMAN NEWSPAPER



Basque in the glory of Donostia and Bilbao

## SERBIAN NATIONAL TV- RTS1



San Sebastijan, Kulturalna prestonica Evrope 2016

## RUSSIAN TV



Еда, я люблю тебя; Eda, ya liubliu tebya - Comida, ite quiero!

## FINANTIAL TIMES



Past pain, future shock

## PASAR MAGAZINE



San Sebastian & Worclaw

## VOGUE



### San Sebastián ciudad completa

美食の秋はグルメ旅！スペインのサン・セバスティアンで星付きレストラン&バル巡り。

## SAVEUR



### San Sébastian La perle basque



## DEUTSCHE WELLE



San Sebastián: European Cultural Capital 2016

## LUFTHANSA MAGAZINE



San Sebastian a city of savor

## TÉLÉRAMA



Week-end en ville Capitale Mondiale « des Pintxos »

## PETIT FUTÉ



San Sebastian Capitale Culturelle 2016

## EL MUNDO



San Sebastián no se acaba nunca

## S MODA



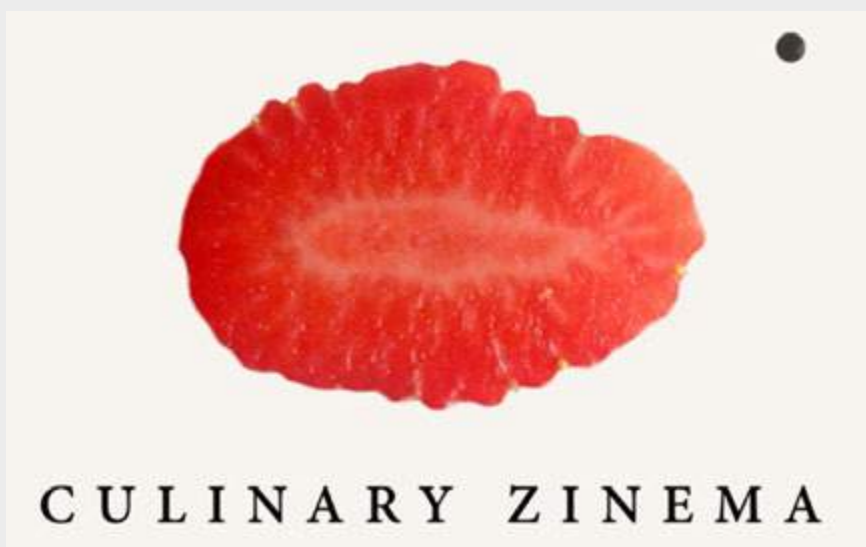
¿A qué sabe Donostia?

MIA



Un paseo por San Sebastián Cultural

HOLA



CULINARY ZINEMA

¿Te gusta la cocina?, ¿y el cine? ¡Donosti es tu ciudad!

## GOURMET TRAVELLER



Our man in San Sebastián

## SÜDDEUTSCHE ZEITUNG



Sterne über der Bucht

## KOREAN AIR MORNING CALM



Best in Basque

## FLY EMIRATES



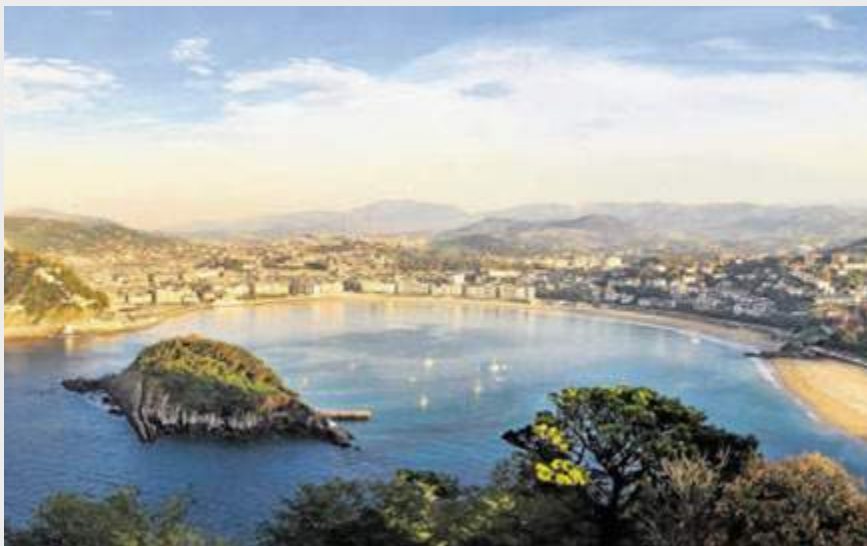
Breaki the ST

## FRANKFURTER ALLELGEMEINE ZEITUNG



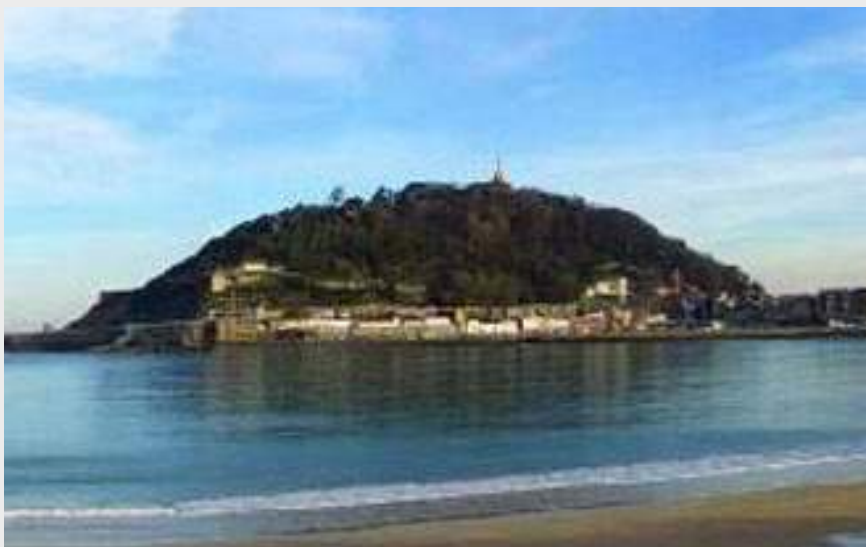
Die wiedergewinnung der erinnerung

## BERLINER ZEITUNG



Eine Stadt sucht sich selbst

## IL SECOLO XIX



San Sebastián insegna la convivenza

## IL MATTINO



San Sebastian cambia marcia e punta tutto sulla cultura



## LE SOIR



Mons 2015 passe le relais à San Sebastián 2016

## GAZETA WYBORCZA



ESK z piasku i oceanu

## NEWS



Die Zaubermuschel

## KULTUR



Wie Kultur die Wunden des Terrors heilt

## KURIER LIFESTYLE



Kulturhauptstädte mit Geschichte

## WAZ KULTUR & FREIZET



Eine Stadttrommelt für den Frieden

## FRANKFURTER RUNDSCHAU



Die grosse Beschwörung

## KANAL 7 TV. TURKEY



"Dunyayi Geziyorum"

## DEUTSCHE WELLE TV



Cultura.21 - El magacín cultural

## SCHWEIZER ILLUSTRIERTE



San Sebastián - Consejo confidencial en el Golfo de Vizcaya

## GALA



San Sebastián Paradis des gourmands

## LES ECHOS WEEK END



San Sebastian une ville dans le vent

## VERSION FEMENINA



San Sebastián, nouvelle vague

## OUT OF TWON BLOG



Welcome to San Sebastian

## VAGABOND



Sommarens 25 bästa resmål i Europa

## IL SOLE 24 ORE



A San Sebastián, dove la cultura è riconciliazione



# THE KOREA HERALD



Europe's new culture capital: San Sebastian a feast for the eyes, palate

# TAKE 5 MAGAZINE AUSTRALIA



Postcard from San Sebastián



02-01-2016  
Il Secolo XIX: San Sebastian: San Sebastián insegna la convivenza



18-01-2016  
Donosti en bici



03-01-2016  
Il Mattino: San Sebastian cambia marcia e punta tutto sulla cultura



18-01-2016  
Le 16 Bellissime Città d'Europa da vedere nel 2016



15-01-2016  
Corriere della Sera Pezzo con San Sebastián F.guglielmini



18-01-2016  
18 Places You Must Travel In 2016



18-01-2016  
The New York Times: 52 Places to Go in 2016



18-01-2016  
Promobile (Alemania): Donostia - San Sebastián



18-01-2016  
Elle: San Sebastián, Capital Europea De La Cultura 2016



18-01-2016  
Kurier Kultur: Die Schöne Am Golf Von Biscaya



18-01-2016  
Fuera de serie: San Sebastián, de quitarse la boina



18-01-2016  
Abendzeitung (Alemania): Stadt der Wunder und Wunden



18-01-2016  
Ocho Leguas: Los 25 destinos (de moda) en 2016



18-01-2016  
Le Parisien: Escapade à Saint-Sébastien, Capitale européenne de la culture 2016



18-01-2016  
Lyon Newsletter: Escapades: Trois jours à Bilbao et San Sebastian



18-01-2016  
Bilbao et Donostia-San Sebastián, à l'avant-garde



18-01-2016  
Kurier Lifestyle: Kulturhauptstädte mit Geschichte



18-01-2016  
Nürnberger Nachrichten: Schöner als Rio



18-01-2016  
Le figaro: San Sebastián, un an de fête



18-01-2016  
WAZ Mediengruppe: Kultur & Freizeit



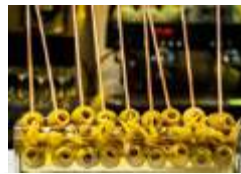
18-01-2016  
Pintxos con sabor Cantábrico



18-01-2016  
Wochenend



19-01-2016  
National Geographic Traveller: 48 uur in San Sebastian



26-01-2016  
Welcome to the city of pleasure: why San Sebastian is European Capital of Culture (and food)



22-01-2016  
Sudouest: Une fête 100% citoyenne



26-01-2016  
San Sebastián: European Cultural Capital 2016



24-01-2016  
Sudouest-Donostia 2016: Good morning Europe!



26-01-2016  
Wie Kultur die Wunden des Terrors heilt



24-01-2016  
Relaxnews: Saint-Sébastien, capitale européenne de la Culture et de la paix retrouvée



26-01-2016  
Kultur statt Terror



25-01-2016  
Telegraph: San Sebastián: A new beat in Basque country



26-01-2016  
Frankfurter Allgemeine Zeitung: Die wiedergewinnung der erinnerung



25-01-2016  
Sudouest-Donostia 2016, un réveil sans fanfare



27-01-2016  
Gazeta Wyborcza: Esk z piasku i oceanu



25-01-2016  
Le figaro et vous: Saint-Sébastien en fete



28-01-2016  
Berliner Zeitung: Eine Stadt sucht sich selbst



25-01-2016  
LE SOIR: Mons 2015 passe le relais à San Sebastián 2016



29-01-2016  
Fodors: Bilbao and the Basque Country Travel Guide



25-01-2016  
Frankfurter Rundschau: Die grosse Beschwörung



29-01-2016  
Elle: San Sebastian La Cité des Joies



26-01-2016  
Where to Go and What to Do in January



02-02-2016  
SonntagsZeitung: Kunst auf dem Baguette



26-01-2016  
Un atracón de cultura



02-02-2016  
Kronen Zeitung : Lebenslust Kustleben



02-02-2016  
NEWS: Die Zaubermuschel



26-02-2016  
Io Donna 10 Best in Travel



05-02-2016  
Lufthansa Magazine: San Sebastian a city of savor



01-03-2016  
Narru – una joya gastronómica en San Sebastián



05-02-2016  
Zin Magazine: Trots & Vrij



01-03-2016  
Bell'Europa: San Sebastián da Assaporare



05-02-2016  
World Travel Guide: Top 10 things to see and do in San Sebastián



02-03-2016  
Petit Futé: San Sebastian Capitale Culturelle 2016



06-02-2016  
Financial Times: Past pain, future shock



02-03-2016  
Lonely Planet: 24 food-filled hours in San Sebastián



10-02-2016  
Intimità San Sebastián



02-03-2016  
Revista Travesias: Cocina vasca: entre pintxos y estrellas



12-02-2016  
Le Parisien Magazine: Belle est San Sebastian



02-03-2016  
Las 20 plazas con más encanto de España



14-02-2016  
Best European Destinations: Most Romantic Destinations In Europe



04-03-2016  
S MODA: ¿A qué sabe Donostia?



17-02-2016  
Telerama Sortir: Week-end en ville Capitale Mondiale des « Pintxos »



04-03-2016  
Travel: Basque in the glory of Donostia and Bilbao | TheScotsman Newspaper



17-02-2016  
El Huffington Post: Estas son las 10 mejores playas de España



08-03-2016  
The independent: Take a bite of the Basque Country



25-02-2016  
L'obs: Saint-Sébastien L'étoile Basque



22-03-2016  
RTS 1 Svet bez vize San Sebastijan, Kulturna Prestonica Evrope 2016



22-03-2016  
A Spanish Food Adventure with Chef Grant Achatz



12-04-2016  
De Viajes: San Sebastián Capital Europea de la Cultura 2016



23-03-2016  
New York Times: Chefs' camaraderie lifts Basque cuisine



14-04-2016  
VSD: Une Perle entre deux baies



30-03-2016  
Leger Holidays: Best European Jazz Festivals



15-04-2016  
VSD: les maîtres des fourneaux



31-03-2016  
Mia: Un paseo por San Sebastián cultural



14-04-2016  
France 2: Capitale de la culture 2016, Saint-Sébastien va célébrer la paix dans l'art



31-03-2016  
Travel2next: Places to go in Spain | San Sebastian



15-04-2016  
Independent: San Sebastian: a bay window on a Basque beauty



31-03-2016  
SNCF: San Sebastian avec TER Aquitaine



15-04-2016  
Revista Geo: Capital Europea de La Cultura



01-04-2016  
RTS: Svet bez vize: San Sebastijan, prestonica evropske kulture 2016



20-04-2016  
Gala: San Sebastián Paradis des gourmands



08-04-2016  
Fly Emirates - Breaki The St



21-04-2016  
European Best destinations: Best beaches in Europe 2016



08-04-2016  
Korean Air "Morning Calm": Best in Basque



22-04-2016  
The Korea Herald: Europe's new culture capital: San Sebastian a feast for the eyes, palate



12-04-2016  
Industry magazine: kingdom of culture



22-04-2016  
DB Mobil German Railways Magazine: Häppchen - kultur



12-04-2016  
Saturday Express Magazine: Golden beaches, fabulous food and colourful culture: Discover San Sebastián



22-04-2016  
Il Sole 24 Ore: A San Sebastián, dove la cultura è riconciliazione



24-04-2016  
**KANAL 7 TV. Turkey: “Dunyayi Geziyorum”**



16-05-2016  
**El País: San Sebastián, el renacer de una ciudad**



24-04-2016  
**Carrefour de L'Europe: San Sébastian, capitale européenne de la Culture 2016 et des «pintxos»**



23-05-2016  
**La Stampa: 48 ore a San Sebastián, tra onde, pintxos e cultura**



26-04-2016  
**Pasar Magazine: San Sebastián & Wrocław**



26-05-2016  
**Version Femenina: San Sebastián nouvelle vague**



29-04-2016  
**Gourmet Traveller: Our man in San Sebastián**



27-05-2016  
**Les Echos Week End: San Sebastián une ville dans le vent**



03-05-2016  
**Telva: San Sebastián**



30-05-2016  
**GoEuro: European Michelin Star Restaurant Tour**



05-05-2016  
**Süddeutsche Zeitung: Sterne über der Bucht**



30-05-2016  
**ELLE: Pintxos, cultura e surf**



06-05-2016  
**Schweizer Illustrierte: San Sebastián - Consejo confidencial en el Golfo de Vizcaya**



31-05-2016  
**Forbes - The Best Places to Visit in San Sebastián, Spain for 2016**



09-05-2016  
**The Local: Ten superb reasons why you need to visit San Sebastián**



10-06-2016  
**Le Figaro: Avec la bénédiction de San Sebastián**



09-05-2016  
**Donostia en ORF (TV Nacional de Austria), en el telediario principal y en el programa 3 sat**



13-06-2016  
**Out of town blog: Welcome to San Sebastian**



11-05-2016  
**The Korea Joongang Daily: Experiencing Spain with all 5 sense**



13-06-2016  
**Taxi en Ruta: Donostia/ San Sebastián**



14-05-2016  
**Deutsche Welle TV: Cultura.21 - El magacín cultural**



16-06-2016  
**Grands Reportages: 5 Bonnes Raisons d`aller a San Sebastian**



18-06-2016  
Westfälische Nachrichten: Donostia / San Sebastian Ist Kulturhauptstadt, und das hat viele Gründe



28-07-2016  
Forbes: Getaria: A Fine Balenciaga Museum And Great Summer Wines In The Basque Country



22-06-2016  
Aena Magazine: San Sebastian, European Capital of Culture in 2016



29-07-2016  
WAMC FM Northeast Public Radio- Listener Essay on San Sebastian by Richard Fribie



22-06-2016  
Vagabond korar: Sommarens 25 bästa resmål i Europa



04-08-2016  
Paris Match - San Sebastián Saveurs Basquaises



24-06-2016  
El imperdible. San Sebastián, una ciudad de la que enamorarse



04-08-2016  
Oú Magazine - San Sebastián: La Belle Époque réinventée



02-07-2016  
Le monde: 48 heures à Saint- Sébastien



05-08-2016  
ELLE: Une virée à San Sebastian



11-07-2016  
Arte. Metropolis: San Sebastián



06-08-2016  
Edge Media Network - The Legacy of a Genius: Cristobal Balenciaga



13-07-2016  
Niumba - TOP 25: Las mejores playas de España 2016



23-08-2016  
Cara Magazine - San Sebastián among the 5 Best European Beach Cities



13-07-2016  
Out of Town Blog: The culutre of food in San Sebastián



05-09-2016  
The Evening Standard: The Basque Country's bay of plenty



13-07-2016  
Out of Town Blog: Continuing the culutre of food in San Sebastián



05-09-2016  
Conexo: San Sebastián y Palacio Kursaal nombran a sus embajadores



16-07-2016  
Zoom tendencias - San Sebastián, un destino de altura



06-09-2016  
Turismo Agroalimentación: Donostia - San Sebastián éxtasis de cultura y belleza



18-07-2016  
Pyrénées Pays Basque: San Sebastián



06-09-2016  
La Misión: San Sebastián cultura para convivir



06-09-2016  
[Aktuell: San Sebastián, Spanien](#)



03-10-2016  
[Michelin Voyage - Retour Reportage Saint-Sébastien : nos meilleures adresses de pintxos](#)



17-09-2016  
[The Irish Times - San Sebastian: Basque in the culture](#)



11-10-2016  
[Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 3 Of 4](#)



19-09-2016  
[Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture And Much More](#)



14-10-2016  
[Omnitravel - Travel food Friday | Pintxos smullen in Baskeldand](#)



23-09-2016  
[Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 1 Of 4](#)



14-10-2016  
[Omnitravel - City Tour Donostia | San Sebastian rond in een kalrode bus](#)



23-09-2016  
[Forbes - San Sebastián: European Capital Of Culture Today, Capital Of Food Forever](#)



14-10-2016  
[Omnitravel - Spanje | Sla dit sowieso niet over in San Sebastian](#)



25-09-2016  
[Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 2 Of 4](#)



16-10-2016  
[Healthy Aging: Fall In Love With San Sebastian, Spain - Day 4 Of 4](#)



27-09-2016  
[Mari Claire: San Sebastián, la perle Basque](#)



21-10-2016  
[The New York Times - 36 Hours in San Sebastián, Spain](#)



27-09-2016  
[Corps Touristique de Austria: San Sebastián Film Festival](#)



24-10-2016  
[El Viajero: Entre gildas y 'zuritos' por Donosti](#)



28-09-2016  
[Pays Basque: Une journée en vélo électrique à San Sebastián](#)



08-11-2016  
[A Luxury Travel Blog - Short stay: Bette Davis Suite, Hotel Maria Cristina, San Sebastian](#)



28-09-2016  
[Surf Holidays: The 7 Best Pintxos Restaurants in San Sebastian, Spain](#)



08-11-2016  
[A Luxury Travel Blog - 5 of the best pintxos bars in San Sebastian](#)



03-10-2016  
[The Guardian - 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts](#)



08-11-2016  
[Viajeros: San Sebastian Region](#)





09-11-2016  
**Vogue Japón: 美食の秋はグルメ旅！スペインのサン・セバスティアンで星付きレストラン&バル巡り**



17-11-2016  
**KLM Holland Herald: San Sebastian**



17-11-2016  
**Taste & Travel: San Sebastian**



22-11-2016  
**Tourspain: The Yomiuri Shimbun**



29-11-2016  
**Top 10 Road Trips To Explore The World**



29-11-2016  
**Schaufenster: San Sebastian**



29-11-2016  
**Schaufenster: Tamborrada San Sebastian**



16-12-2016  
**Exotic Wine Travel: San Sebastian Pintxo Food Guide**



16-12-2016  
**Hoogtelijn: Edurne Pasaban**



21-12-2016  
**Wiesbadener: Endspurt der Kulturhauptstädte**



23-12-2016  
**Ecos: La capital europea de la cultura es San Sebastián**