



DONO STIASAN SEBAS TIAN

2018ko Memoria

ÍNDICE

1. SARRERA	4
2. TURISMOGUNEAREN BALANTZE TURISTIKOA	5
2.1. OSTATU GAUEN EBOLUZIOA	5
2.2. DONOSTIAKO OKUPAZIO MAILA LOGELA, HILABETEA ETA ASTEKO EGUNA KONTUAN HARTUTA	7
2.3. MICE EKITALDIEN EBOLUZIOA (KONGRESUAK, KONBENTZIOAK, PIZGARRIAK, EKITALDIAK)	8
2.4. TURISMOGUNEAREN NAZIOARTEKOTZEA	11
2.5. DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA	12
2.6. HIRIRA HELTZEKO GARRAIOBIDEAK	12
2.7. GAUR EGUNGO TURISTAREN PROFILA ETA TIPOLOGIA	13
2.8. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN ETA NAZIOARTEKO SAILKAPENETAN	15
3. ANTOLAKETA MAILAKO EGITURA	18
3.1. ADMINISTRAZIO KONTSEILUA	18
3.2. KONSULTARAKO KONTSEILUA	18
3.3. DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAU ERAKUNDEAREN KIDEAK DIREN ESTABLEZIMENDUAK	19

4. BALANTZE EKONOMIKOA	23
5. DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAUREN JARDUERAK	24
5.1. MARKETINA ETA KOMUNIKAZIOA	24
5.1.1. PUBLIZITATE-KANPAINAK	25
5.1.2. EKINTZA AIPAGARRIENAK	32
5.1.3. WEBGUNEA ETA SARE SOZIALAK	37
5.1.4. PRESS TRIP-AK EDO PRENTSA ETA BLOG-EGILEEN BIDAIAK	47
5.1.5. PRENTSAURREKOAK ETA ALDIZKARIAK	47
5.2. MICE TURISMOA	49
5.2.1. TOKIKO EKINTZAK	50
5.2.2. BERTAN ETA NAZIOARTEAN EGINIKO EKINTZAK	51
5.3. AISIALDIKO TURISMOA	59
5.3.1. PRODUKTU TURISTIKOAK	59
5.3.2. BISITARIARENTZAKO ARRETA	63
5.3.3. AZOKAK ETA WORKSHOPAK	64
5.3.4. FAM TRIPS EDO BIDAIA-ERAGILEAK	65
5.3.5. ARGITALPENAK	66
5.4. TURISMOGUNEAREN KUDEAKETA	68
5.4.1. JARDUERAK SEKTOREAREKIN	68
5.4.2. JASANGARRITASUN TURISTIKOA	70
5.4.3. TURISMOGUNEKO INKESTA	71
6. SARIAK ETA AITORPENAK	72
6.1. KALITATE TURISTIKOKO ZIURTAGIRIA	72
6.2. 2018AN JASOTAKO BESTE SARI BATZUK	72
7. EUROPAKO SAREETAKO PARTE HARTZEA	73
8. ORDEZKARITZEN BISITAK	75

1. SARRERA

Turismoak bilakaera **jasangarria** izan du Donostian 2018. urtean. Gainera, **goi-denboralditik** kanpo azken urteotako hazkunde handiena eta **atzerritik etorritako bisitarien** ehuneko handiena izan ditu. Donostia da oraindik ere Gipuzkoako bultzada-indar nagusia, bereziki nazioarteko bisitariak erakartzeko garaian.

Donostia Turismoa & Convention Bureauak nazioarteko pizgarriak, bilerak eta kongresuak erakartzeko lanean jarraitu du 2018. urtean, prestigio handiko komunikabideekin eta influencer-ekin batera egin du lan, ekitaldi eta azoka esanguratsuenetan egon da, lehentasuna duten merkatuetara zuzendutako sustapen-kanpainak kaleratu ditu... horiek guztiak lagungarriak izan dira Donostia **nazioartean lehen mailako turismogune** gisa posizionatzeko.

Datuek agerian utzi dute Donostia Turismoa & Convention Bureauak **Donostia Visit-Bizi 2017-2021 Turismoko Gida Planak** ezarritako noranzkoan lan egiteko egin duen ahalegina. Plan horren helburuak dira turismogunearen urtarokotasunari buelta ematea, nazioartekotzea eta jasangarritasuna lortzea. Horren bidez, Donostiaren **kalitatezko marka turistikoa** sendotu eta **benetakotasuna** mantendu nahi dira.

“

*Turismoak bilakaera
jasangarria izan du 2018.
urtean. Gainera, goi-
denboralditik kanpo azken
urteotako hazkunde handiena eta
atzerritik etorritako bisitarien
ehuneko handiena izan ditu.*

”



2. TURISMOGUNEAREN BALANTZE TURISTIKOA

2.1. OSTATU GAUEN EBOLUZIOA

2018. urtean, uda-garaian (% 9,12) zein garai horretatik kanpo (% 9,37) igoera iraunkorra gertatu da. Ondorioz, ekitaldi osoan pilatutako igoera % 9,26koa izan da.

Igoerarik handiena izan duen hilabetea **azaroa** izan da, % **14,16ko** igoerarekin (martxoa eta apirila kontuan izan gabe; izan ere, 2017ko Aste Santua apirilean izan zen eta 2018koa martxoan, eta horrek datuak aldatzen ditu).

GAUAK IGAROTZEA

GAU IGAROTZE KOPURUAN IZANDAKO BILAKAERA	2014	IGOERA 13/14	2015	IGOERA 14/15	2016	IGOERA 15/16	2017	IGOERA 16/17	2018	IGOERA 15/16
GUZTIRA	1.038.463	%5	1.165.489	%12,23	1.265.546	%8,58	1.293.857	%2,24	1.413.667	%9,26

Iturria: EUSTAT

“

*Turismoa %9,37
hazi da goi
denboralditik
kanpo*

”

Goi-denboralditik kanpoko igoera azken urteotako handiena izan da kuantitatiboki. Ehunekoia altuenetako bat da 2015eko eta 2016koetakoarekin batera.

GAUAK IGAROTZEA

GAU IGAROTZE KOPURUAN IZANDAKO BILAKAERA	2017	IGOERA 16/17	2018	IGOERA 17/18
Urtarrila	62.669	%2,99	64.791	%3,39
Otsaila	63.475	%4,87	64.704	%1,94
Martxo	78.623	-%11,00	98.937	%25,84
Apirila	119.250	%28,96	116.450	-%2,35
Maiatza	117.988	-%0,19	133.913	%13,50
Ekaina	129.309	%4,46	138.290	%6,95
Uztaila	150.245	%1,04	160.784	%7,01
Abuztua	156.240	-%0,53	175.720	%12,47
Iraila	131.375	%3,09	144.081	%9,67
Urria	122.564	-%1,73	132.795	%8,35
Azaroa	84.883	%3,92	96.905	%14,16
Abendua	77.236	-%5,51	86.297	%11,73
GUZTIRA	1.293.857	2,24%	1.413.667	9,26%

Iturria: EUSTAT

DENBORALDITIK KANPO IZANDAKO IGOERA

	URTEA	GUZTIRA	%
Sarrera kopurua (uztaila eta abuztua 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
	2017	987.399	%2,88
	2018	1.077.163	%9,09

Iturria: EUSTAT

2.2. DONOSTIAKO OKUPAZIO MAILA LOGELA, HILABETEA ETA ASTEKO EGUNA KONTUAN HARTUTA

Okupazio maila kontuan hartuta, hileko datuak eta asteko egunen araberako datuak azaltzen dira jarraian:

DONOSTIAKO OKUPAZIO MAILA LOGELA, HILABETE ETA ASTEKO EGUNA KONTUAN HARTUTA

UDALERRIA	HILABETEA	GUZTIRA			ASTEGUNAK			ASTEBURUA		
		2017	2018	DES	2017	2018	DES	2017	2018	DES
Donostia/ San Sebastián	Urtarrila	48,9	49,0	0,1	45,5	44,9	-0,6	58,5	60,7	2,2
	Otsaila	53,5	54,0	0,5	46,6	47,1	0,6	70,7	71,3	0,6
	Martxoa	56,4	63,9	7,5	49,2	57,3	8,1	74,0	77,2	3,2
	Apirila	76,9	73,5	-3,4	71,9	69,7	-2,2	88,4	84,0	-4,4
	Maiatza	81,5	82,8	1,3	78,3	80,4	2,0	90,5	89,7	-0,8
	Ekaina	87,9	86,0	-1,9	86,6	84,2	-2,3	91,1	89,6	-1,5
	Uztaila	90,4	89,1	-1,3	89,2	87,8	-1,4	93,4	92,9	-0,5
	Abuztua	91,4	94,5	3,1	90,6	94,2	3,5	93,7	96,4	2,7
	Iraila	88,3	89,7	1,5	88,0	87,9	-0,1	88,9	93,9	5,0
	Urria	81,2	80,8	-0,4	78,6	77,1	-1,5	88,5	91,5	3,0
	Azaroa	62,7	63,6	0,9	59,7	54,5	-5,2	69,6	84,3	14,7
	Abendua	51,6	53,0	1,4	47,5	46,6	-0,9	60,1	68,5	8,4

Iturria: EUSTAT

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

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

2018an Donostian izan ziren kongresuen % 63 nazioartekoak izan ziren. Ekitaldi mota honek Donostiari **posizionamendu eta entzute garrantzitsuak** eman dizkio **atzerriko merkatuetan**.

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

Kongresu horietako asko turismoaren **goi-denboralditik kanpo** egin dira. Kongresu guztien % **78,6 urtariletik maiatzera eta irailetik abendura** bitartean egiten dira. Pizgarri-bidaia garrantzitsuak dira, kongresuek baino eragin handiagoa dutelako ekonomian eta gastuaren zati handi bat hirian geratzen delako.

“
Kongresuen %63 nazioartekoak izan dira, eta %78,6 goi denboralditik kanpo egin

”

BILEREN TURISMOA

	2017	2018
Ekimen kopurua	111 + 30 azoka	154 + 22 azoka
Batez besteko iraupena	2,2 egunak	2
Gau kopurua	83.684	117.319
Aurkeztutako hautagaitzak	19	25

Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

2018ko jardueraren banakapena

Aipatu beharrekoa da 2018an antolatutako ekitaldi guztietatik 19 irabazitako hautagaitzetakoak zirela; 6.073 ordezkari eta emandako 21.490 gau bildu zituzten. Haien artean, 10 nazioartekoak izan dira, eta 9 Estatukoak. Tipologiari dagokionez, 15 kongresuak izan dira, eta 4 batzarrak.

AZPIEGITURAK (KONGRESUAK ETA JARDUNALDIAK)

	JARDUNALDIAK %	KONGRESUAK %
Kursaal	22,73	21,51
Miramar Jauregia	18,18	23,66
Hotelak	12,99	15,05
Unibertsitatea	12,34	17,20
Miramón	3,90	6,45
Olarain	1,95	2,15
Besteak (Tabakalera, Aquariuma, Victoria Eugenia, Tecnum Cámara...)	27,92	13,98

Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

154 JARDUNALDI (FERIAK KONTATU GABE)

	JARDUNADI KOPURUA	ORDEZKARIAK	GAUALDIAK	IRAUPENA/EGUNAK	NAZIOARTE-MAILA
Kongresuak	93	19.907	43.180	2	%65,60
Konbentzioak	10	1.414	3.275	2,1	%70
Jardunaldiak	23	9.691	10.081	1,1	%43,50
Back to back	1	500	500	11	%100
Besteak (Kirol jarduerak, kulturalak, aurkezpenak...)	27	26.163	60.276	2,5	%66,70
GUZTIRA	154	57.675	117.312	2	63%

Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

GAIA

	JARDUNADI KOPURUA	KONGRESUAK	KONBENTZIOAK	JARDUNALDIAK	NAZIOARTE-MAILA
Zientifikoa	36	33			%94,4
Ekonomiko-Komertziala	22	3	7	6	%54,5
Osasun-arlokoa	20	17		2	%20
Teknologikoa	14	12		2	%64,30
Kirol-arlokoa	11	3			%54,50
Kulturala	8	5			%100
Korporatiboa	6	1	3		%83,30
Turismo-arlokoa	6	1	4		%50
Besteak	25	15			
GUZTIRA	148	90	14	10	

Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

2018ko pizgarriak

2018. urtean, **pizgarrien 48 bidaia** egin dira eta lehentasunezko merkatuetako (Frantzia, Alemania, Japonia, Estatu Batuak, Erresuma Batua, Norvegia, Suedia...) **2000 pertsona baino gehiago** erakarri dituzte.

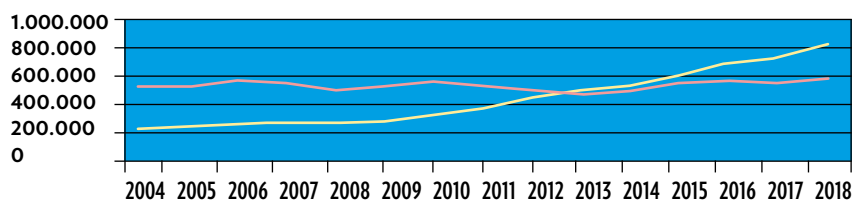


2.4. TURISMOGUNEAREN NAZIOARTEKOTZEA

Donostiako turismoa nazioartekotzea, Donostia VISIT - BIZI 2017-2021 Gida Planean ezarritako helburuetako bat dena, hazten ari da, garatu diren sustapen-ekintzei esker. 2013tik, joera alderantzikatu da eta nazioartekoen ostatu-gauen ehunekoa handiagoa da estatu mailakoena baino. Joera hori urtetik urtera igo egiten da, eta hala % 57,86 izan dira atzeritik datozen ostatu-gauak, eta % 42,14 berriz, estatukoak 2018an.

Donostia gehien bisitatzen duten nazioarteko merkatuak Frantzia (% 16,64) eta Estatu Batuak (% 15,51) dira. Beste urte batez, nabarmendu beharrekoa da Estatu Batuetako merkatuak izandako igoera. Aurreko urtean hauteman genuen joera mantendu egin dela esan dezakegu. Erresuma Batua (% 10,44), Alemania (% 7,18) eta Australia (% 4,12) datoz jarraian. Bost herrialdeen artean, nazioarteko bisitarien guztizkoaren % 53,9 batzen dute.

GAUALDIEN EBOLUZIOA ESTATUKOAK / ATZERITARRAK



Iturria: EUSTAT

— ESTATUKOAK — ATZERITARRAK

GAUALDIEN RANKING-A

ESTATUA	2017	%	2018	%
Madril	144.901	25,84%	163.599	27,46%
Katalunia	95.235	16,98%	110.621	18,57%
Euskadi	74.406	13,27%	65.075	10,92%
Andaluzia	57.021	10,17%	40.196	6,75%
Valentziako Erk.	33.543	5,98%	33.991	5,71%
GUZTIRA	560.702		595.678	

ATZERRIA	2017	%	2018	%
Frantzia	119.341	16,28%	136.129	16,64%
EB	106.680	14,55%	126.837	15,51%
Erresuma Batua	79.314	10,82%	85.381	10,44%
Alemania	49.226	6,71%	58.769	7,18%
Australia	39.033	5,32%	33.666	4,12%
GUZTIRA	733.155		817.989	

Iturria: EUSTAT

“

Emandako gauen %57,8 dira nazioartekoak

”

ESTATUKO ETA ATZERITARRIKO GAU IGAROTZEEN ERLAZIOA

GUZTIRA EUSKAL A.E.	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%
Estatukoak	504.730	%48,60	557.060	%47,80	573.337	%45,30	560.702	%43,34	595.678	%42,14
Atzerrikoak	533.733	%51,40	608.429	%52,20	692.209	%54,70	733.155	%56,66	817.989	%57,86
GUZTIRA	1.038.463		1.165.489		1.265.546		1.293.857		1.413.667	

Iturria: EUSTAT

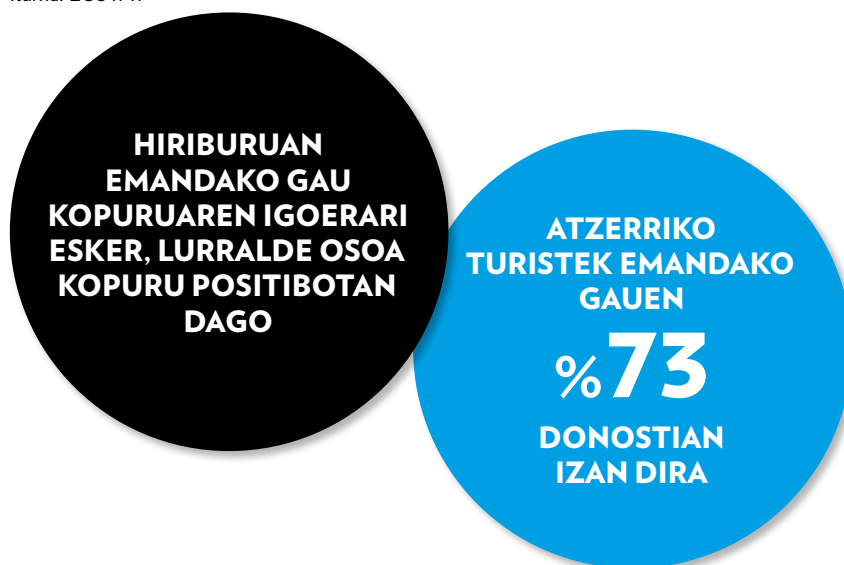
2.5. DONOSTIA, LURRALDEKO TURISMORAKO HIRI ERAGILEA

Donostia hiri eragile gisa sendotu da Gipuzkoara turismoa (batez ere nazioartekoa) erakartzeko garaian. Gipuzkoako turisten guztizkoaren % 59,15ek Donostia bisitatzen du, eta % 40,85ek, gainerako lekuak. Nazioarteko turismoari dagokionez, Gipuzkoara datozen nazioarteko turisten % 73k Donostia bisitatzen du, eta % 27k Gipuzkoako beste tokiak. Nazioarteko turismoa nabarmen handitu da Donostian eta Gipuzkoan (% 11 baino gehiago).

OSTATU-GAUAK

		2017	2018	% Hazk.
OSTATU-GAUAK DONOSTIAN	Estatua	560.725	595.678	%6,23
	Nazioartekoa	733.132	817.989	%11,57
GUZTIRA		1.293.857	1.413.667	%9,26
OSTATU-GAUAK GIPUZKOAKO BESTE HERRIALDEETAN	Estatua	624.450	679.683	%8,85
	Nazioartekoa	264.249	297.025	%12,40
GUZTIRA		888.699	976.708	%9,90

Iturria: EUSTAT



2.6. HIRIRA HELTZEKO GARRAIOBIDEAK

Taula honetan bildu dira Donostiako turismo-bulegotik pasatu diren bisitarien hirira heltzeko erabili dituzten garraio bideak. Gehienak autoz iristen dira Donostiara. Deigarria da oinez iristen diren bisitarien kopuru altua (Done Jakue Bidearekin lotuta dago).

ERABILITAKO GARRAIOBIDEA 2018

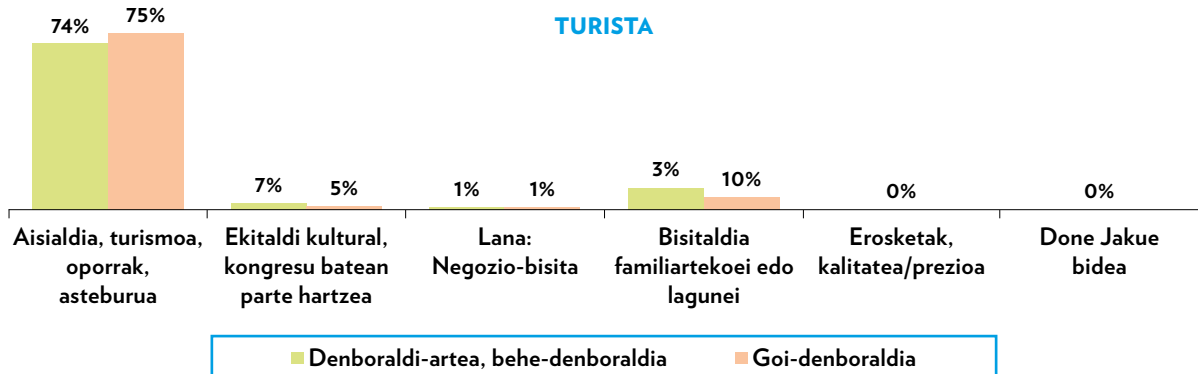
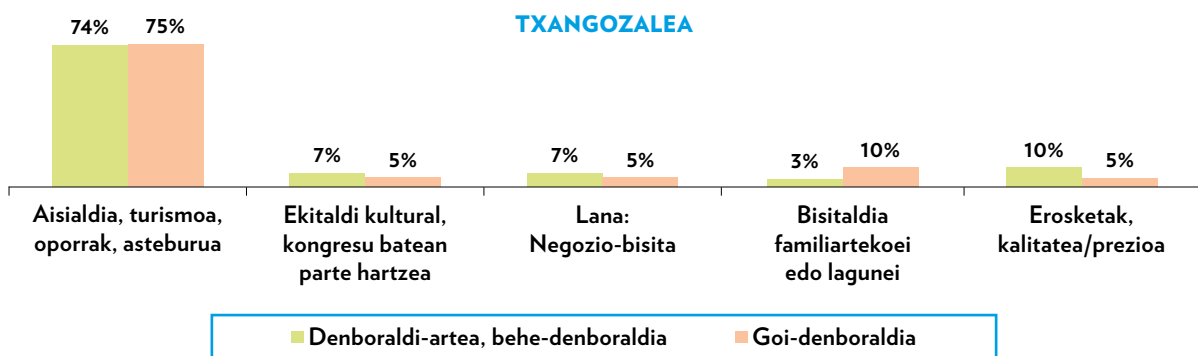
BISITARIAK GUZTIRA		%
Autoa	60.408	52
Autobusa	29.504	25
Trena	8.015	7
Hegazkina Miarritzen	664	1
Hegazkina Bilbon	5.789	5
Hegazkina Donostian	2.299	2
Autokarabana	3.016	3
Oinez	4.964	4
Bizikleta	346	0
Besteak	1.606	1
GUZTIRA	116.611	

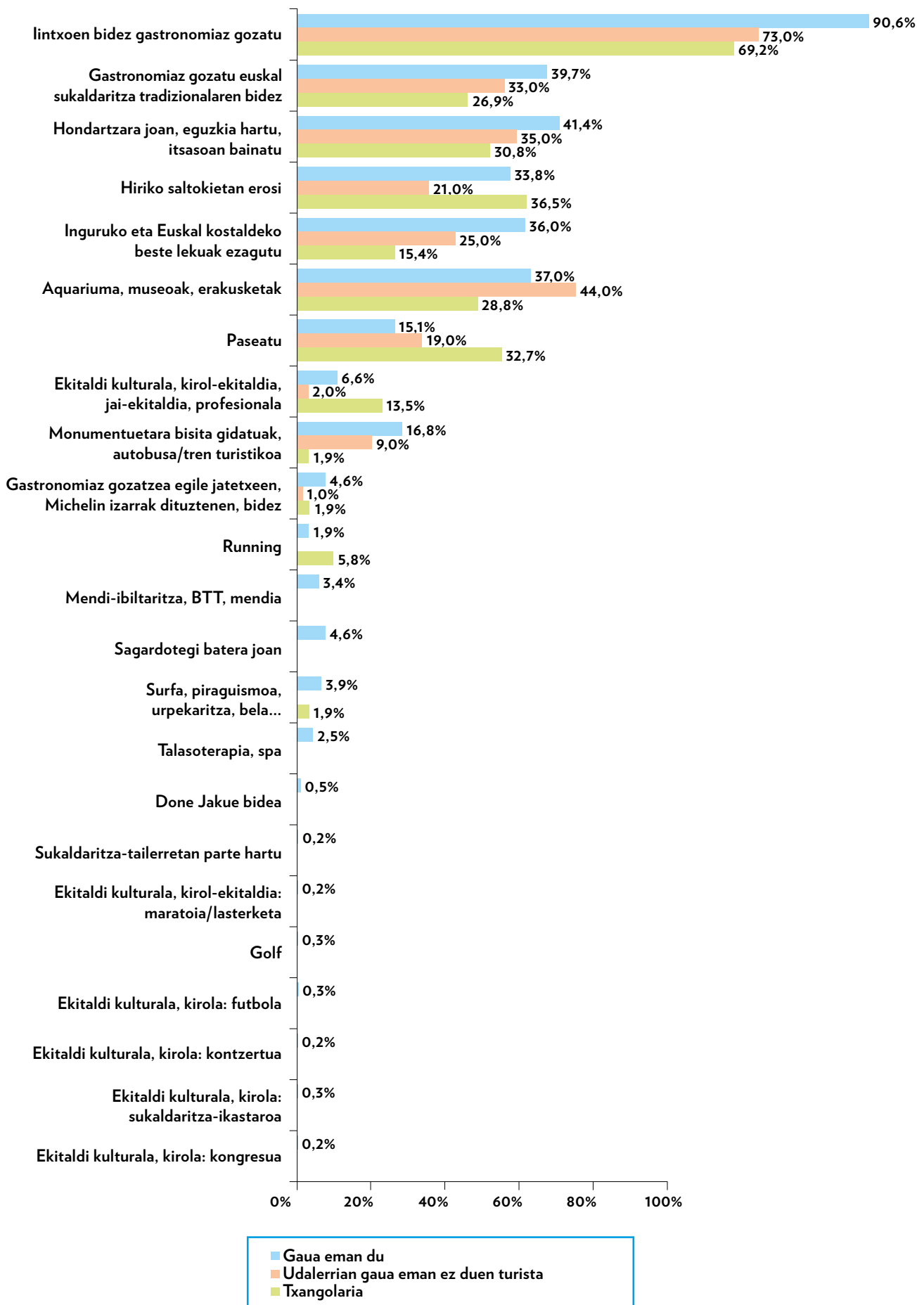
Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

2.7. GAUR EGUNGO TURISTAREN PROFILA ETA TIPOLOGIA

Datakey erakundearen ikerketa baten arabera, hauek dira turistek eta txangozaleek Donostia bisitatzeko dituzten arrazoi nagusiak:

BISITALDIAREN ARRAZOI NAGUSIA





2.8. DONOSTIA KOMUNIKABIDEETAN ETA NAZIOARTEKO SAILKAPENETAN

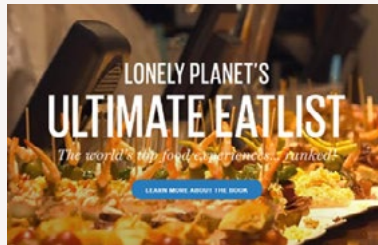
Prensa-bidaien eta komunikabideekin izandako elkarlanaren ondorio gisa, urtean zehar, Donostiari buruzko 91 artikulua argitaratu dira izen handieneko nazioarteko komunikabideetan. Hauek dira hiriari buruz argitaratu duten komunikabide nabarmen batzuk: [The New York Times](#), [BBC](#), [CNN](#), [The Telegraph](#), [Conde Nast Traveller](#), [National Geographic](#), [Forbes](#), [Harper's Bazaar](#), [The Food Journal](#), [The Guardian](#), [Lonely planet](#), [Forbes](#), [Les Echos](#), [Le Monde](#), [Le Figaro...](#)

DONOSTIA PRESTIGIO HANDIENEO NAZIOARTEKO KOMUNIKABIDEETAN



The Food Journal

→ Akelarre



Lonely Planet

→ Ultimate Eatlist - The world's Top 10 foodie experiences



Harpers Bazaar

→ La ruta definitiva por los mejores pintxos de San Sebastián



Conde Nast Traveller

- Guía de uso y disfrute de la playa de la Concha
- Los mejores restaurantes de Gipuzkoa
- Diez templos del pintxo en el País Vasco
- Por qué una escapada a San Sebastián es lo que necesitas para ser feliz
- Destinos impresionantes para enamorarte en España
- La marea viva - San Sebastián (Marta Etura)



National Geographic

- San Sebastián, La Dama del Cantábrico
- On the Hunt with the Basque Whalers
- Hotel María Cristina
- 11 ciudades perfectas para hacer surf
- Donostia. Ruta por la fabulosa costa Gipuzkoana
- San Sebastián: El placer del pintxo
- 48 uur in San Sebastian
- De verleidelijke charme van San Sebastian



The New York Times

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



BBC

- The island that switches countries every six months
- The mysterious origins of Europe's oldest language
- Inside secret food societies



Les Echos

- Le Goût de San Sebastian
- San Sebastian une ville dans le vent



The Guardian

- European film festivals: six of the best
- The world's best cultural attractions 2018 - San Sebastian for food destination of the year
- Elena Arzak's guide to San Sebastián, Spain: 10 top tips
- Northern Spain road trip: pull over for pintxos
- 10 of the best restaurants and bars in San Sebastián - chosen by the experts
- San Sebastian: in the limelight

Ikusi komunikabiderik entzutetsuenetan Donostiari buruz argitaratu dituzten artikulu nabarmenenak:

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

Ikusi Donostiari buruz argitaratutako artikulu guztiak ordena kronologikoan:

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

Donostia bidaia-giden eta bidaiarien sailkapenen topean

Gainera, Donostia bidaia-gida askotan nabarmendu dute eta bidaiarien sailkapen ugaritako goiko postuetan atara da: **Lonely Planet**, **National Geographic**, **Time**, **European Best Destination**, **Homeaway**, **Tripexpert**, eta abar.

Ikusi Donostia nabarmentzen den ranking guztiak:

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

Lonely Planet



Ir de pintxos en Donostia /San Sebastián la mejor experiencia gastronómica del mundo según Lonely Planet

HOMEAWAY



Donostia, "Mejor Destino Family Friendly Urbano" 2018

THYSSENKRUP



Donostia / San Sebastián es el Destino Accesible 2018 de Euskadi

TIME



Las 15 mejores ciudades de Europa

TRIPEXPERT



San Sebastián Mejor Ciudad Europea 2018

NATIONAL GEOGRAPHIC



11 ciudades perfectas para hacer surf

EUROPEAN BEST DESTINATION



San Sebastián la tercera mejor ciudad de Europa para visitar en primavera

TRIPS TO DISCOVER



San Sebastián uno de los 8 destinos europeos donde probar la mejor gastronomía de otoño

CONDÉ NAST TRAVELER



San Sebastián uno de los destinos más impresionantes para enamorarte de España

3. ANTOLAKETA MAILAKO EGITURA

“San Sebastián Turismo-Donostia Turismo 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
Presidentea
- Hutsune Mendiburu andrea
Presidenteordea
- Ernesto Gasco jauna
- Juan Ramón Viles jauna
- Manuel Harina jauna
- Josu Mirena Ruiz jauna
- Miren Albistur andrea
- Loïc Alejandro jauna
- Fran González jauna
- Mikel Ubarretxena jauna
- Odón Elorza jauna
- Andoni Zubillaga jauna

3.2. KONTSULTARAKO KONTSEILUA

Sozietatearen Administrazio Kontseiluaren aholku-organoa da.

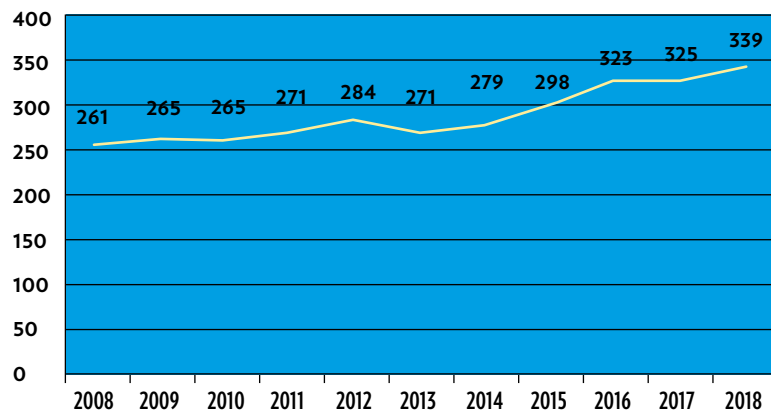
ORDEZKATZEN DIREN SEKTOREAK ETA KIDEAK

- Iker Goikoetxea jauna
Azpiegiturak
- Laura Larrión andrea
Harrera Zerbitzuetarako Agentziak, eta Bidaia Agentziak
- Eugenio Tamayo jauna
Komertzioak
- Hutsune Mendiburu andrea
Kongresu, Bilera eta Pizgarrien antolatzailea
- Odón Elorza jauna
Museoak, kulturako eta aisialdiko baliabideak
- Fran González jauna
Ostatuak
- Óscar Iparraguirre jauna
Garraioak
- Mikel Ubarretxena jauna
Ostalaritza
- Andoni Zubillaga jauna
Zerbitzu Osagarriak
- Maria Jesús González andrea
Zerbitzu Turistikoak

3.3. DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAU ERAKUNDEAREN KIDEAK DIREN ESTABLEZIMENDUAK

Urtero handitzen da Donostia Turismoa & Convention Bureau erakundearen kideak diren establezimenduen kopurua. Gaur egun 339 kide dira.

DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAU 2008-2018REKIN LOTUTAKO ENPRESAK



SEKTOREAK

Enpresa kideak 10 sektoretan sailkatzen dira:

Ostalaritza	%22
Ostatua	%22
Merkataritza	%23
Zerbitzu turistikoak	%8
Museoetako, kultura arloko eta aisialdiko baliabideak	%9
Zerbitzu osagarriak eta komunikazio-zerbitzuak	%6
Bidaia-agentziak eta harrera-zerbitzuetako agentziak	%3
Azpiegiturak	%3
Garraioa	%2
Kirol-ekitaldien eta -bileren antolatzaileak	%2

MUSEOETAKO, KULTURA ARLOKO ETA AISIALDIKO BALIABIDEAK

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

OSTALARITZA

- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO BAR
- ASOC.EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- AZERI JANA CATERING
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR ZUMELTZEGI
- BOKADO EVENTOS
- CAFE KURSAAL
- CAFETERIA AVENIDA XXI
- CAFETERIA IOMBI
- CASA GANDARIAS

- DAKARA BI
- DIONI'S BAR
- DISCOTECA BATAPLAN
- DISCOTECA GU
- DIVINUS CATERING
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- LA PEPA TABERNA FRUTAL
- LA VIÑA BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARAETA SAGARDOTEGIA
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE ASADOR MESÓN PORTALETAS
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE BOKADO MIKEL SANTAMARIA
- RESTAURANTE CASA GANDARIAS
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE FOODOO
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE LA BOULE (CASINO KURSAAL)
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE LA PIAZZETTA DEGROS
- RESTAURANTE MARINA BERRI
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE MUGARITZ
- RESTAURANTE NARRU
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE RAVIOLINA
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TEDONE
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE XIBARIS
- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- SAGARDOAREN LURRALDEA

- SAN FRANCISCO 33
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA INTXAURRONDO
- SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA PETRITTEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- SM CAFE BAR
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- VICTORIA CAFÉ

OSTATUA

- A ROOM IN THE CITY
- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- ARIMA HOTEL
- ATOTXA ROOMS
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN
- CASA RURAL KAXKARRE
- COMPLEJO AMETZAGAÑA
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- DUPLEX PLAYA DE ONDARRETA
- EMYRENT
- FEEL FREE
- FOREVER RENTALS
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL ARRIZUL URUMEA
- HOTEL ASTORIA 7
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL CODINA
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL MARIA CRISTINA
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL NH COLLECTION SAN SEBASTIAN ARANZAZU
- HOTEL NH SAN SEBASTIAN DONOSTIA
- HOTEL NIZA
- HOTEL OKAKO
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL PARMA
- HOTEL RECORD
- HOTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA

- HOTEL TRYP ORLY
- HOTEL VILLA SORO
- HOTEL WELCOME GROS
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- HOTELES DE GIPUZKOA
- Koba ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- LASALA PLAZA HOTEL
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALEMANA
- PENSION ALTAIR
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION BALERDI
- PENSION BIKAIN
- PENSION DONOSTIARRA
- PENSION GARIBAI
- PENSION GROSEN
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION IRUNE
- PENSION ITXASOA
- PENSION IZAR BAT
- PENSION KOXKA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION KURSAAL
- PENSION MILAGROS
- PENSION SAN MARTIN
- PENSION UR-ALDE
- PEOPLE RENTALS
- RESIDENCIA UNIVERSITARIA M. AGUD QUEROL
- SERCOTEL HOTEL EUROPA

MERKATALARITZA

- AITOR LASA GAZTATEGIA
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE
- AN.HELO
- ANTONELLA
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL
- ARTEKO
- AYESTARAN
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- BIKONDO JOYEROS

- BOUTIQUE LOOK
- BOX SAN SEBASTIAN
- BRONTE OPTIKAK
- CABO ROJO
- CASA MUNOA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- CIBRIAN GALLERY
- EKAIN ARTE LANAK
- EL TURISTA
- ELKAR
- ESPARTIN
- EUSKAL LINGE
- FNAC DONOSTIA.
- GARBERA
- GOIURI BIKINI DENDA
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- HAWAII
- HONTZA LIBURUDENDA
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- IRANTZU JOYEROS
- IRULEA
- ISTRÁ
- IZADI KIROLAK
- JACARANDA LORADENDA
- KAÑABIKAÑA Craft Beer Shop
- KBERBI NEW
- KETT
- KIROL MUSIK
- KOLOREKA
- KUR ART GALLERY
- LA BICICLETA
- LA SEVILLANA
- LITTLE IRELAND
- MANUELA VA DE FIESTA
- MARIA KALA 'S
- MARTA G. ESTILISMO
- MASSAY HEALTH INSPIRATION
- MICHAEL 'S
- MILK PELUQUERIA
- MINIMIL
- MM Moda
- MUCHAS TELAS
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- OH MY BIKE!
- ORTOPEDIA SUMISAN
- PAPELERÍA TAMAYO
- PERFUMERIA BENEGAS
- PERFUMERIA LUIS DIAZ
- PONSOL
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- RENTAL MOTO DONOSTIA

- SAN MARTIN
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- SANSE BIKES
- SASTRERIA ALDABALDETRERU
- SICOS
- SKUNKFUNK
- SUPERDRY
- TESTONE HOJAS
- TORRUBIA & TORRUBIA
- YO SALUD ESTÉTICA
- ZERGATIK
- ZINKUNEGI OPTIKA

KONGRESUEN ETA KIROL EKITALDIEN ANTOLATZAILEAK

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

AZPIEGITURAK

- AUDITORIO AQUARIUM
- BASQUE CULINARY CENTER
- CAMARA DE GIPUZKOA
- EUREKA! ZIENTZIA MUSEOA.
- KURSAAL - PALACIO DE CONGRESOS AUDITORIO
- OLARAIN.
- PALACIO DE MIRAMAR
- RECINTO FERIAL FICOBA / FICOBA EXHIBITION CENTRE
- TABAKALERA
- TEATRO VICTORIA EUGENIA

GARRAIOA

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

BIDAIA AGENTZIAK - HARRERAKO BIDAIAK

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

ZERBITZU OSAGARRIAK ETA KOMUNIKAZIO-ZERBITZUAK

- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- AMECA
- AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BENGEOA AUDIOVISUALES
- BIKASI
- BITEZ
- DIGITALAK
- DIGITALAK.
- DIMENSION
- DMACROWEB
- EUROSINTESIS
- JAVIER LARREA FOTÓGRAFO
- JESUS M^º PEMAN FOTÓGRAFO
- JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- MONDRAGON LINGUA
- MONTAJES INTEGRALES LANKOR
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- TOUR MAGAZINE
- TROFEOS TXAPELDUN
- TYPO 90

ZERBITZU TURISTIKOAK

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



4. BALANTZE EKONOMIKOA

2018KO LABURPEN BETEARAZLEA

PERTSONALAREN GASTUAK	1.821.876,24
GASTU KORRONTEAK	1.679.248,51
HORNIDURAK	71.913,17
AMORTIZAZIO IBILGETUA	50.812,22
KANBIO-ALDAKETAK	0,00
FORU ALDUNDIA	60.000
EUSKO JAURLARITZA	174.915,91
BERTAKO BALIABIDEAK	436.668,14
BAZKIDEEN EKARPENA	202.554,55
BESTE SARRERA BATZUK (KOMISIOAK, EKARPENAK ETA ABAR)	60.929,86
UDALA	2.678.237,97



5. DONOSTIA TURISMOA & CONVENTION BUREAUREN JARDUERAK

5.1. MARKETINA ETA KOMUNIKAZIOA

Donostia Turismoa & Convention Burearen marketineko helburu nagusiak honako hauek dira:

1. Nazioartean hiriaren markak duen posizionamendua indartzea.

Nazioartekotzeko estrategia zehaztu dugu lehentasunezko merkatuka:

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

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

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

Produktua 4 ardatzen inguruan dibertsifikatzen da bisitariak urte osoan erakartzeko: gastronomia, kultura eta jaialdiak, sport city eta Premium turismogunea/turismogune 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 prestatzeaz gain, bazkideen, enpresa kolaboratzaileen, entitateen eta abarren produktuen prestakuntza babesten dugu.

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

Hiru lerro nagusitan lan egiten dugu: offline informazioa/argitaratzeak, online informazioa/webgunea eta turistentzako arreta-zerbitzua eta informazio-puntuak hobetzea.

5. Baliabide propioen sorkuntza handitzea.

Honako hauen bidez baliabide propioen sorkuntza areagotu nahi dugu: ostatuen onlineko salmenta, ihesaldiak, argitaratzeak, merchandisinga, publizitate-espazioen merkaturatzea, bulegoko produktu turistikoen eskaintza handitzea eta produktu turistikoak saltzeko online denda garatzea.

6. Turismoguneko iraunkortasun turistikoa zeharkako helburu.

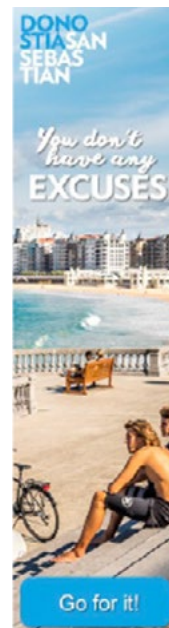
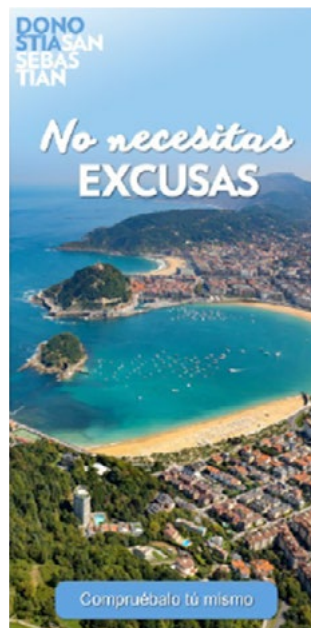
Ekintza guztiak turismoguneko Iraunkortasun Turistiko Globalaren Helburuarekin bat etortzea da asmoa (denboraldiz kanpo haztea, eremu geografiko turistikoa zabaltzea, Donostiako kultura eta balioak ezagutaraztea, turismogunearen benetakotasuna).

5.1.1. PUBLIZITATE-KANPAINAK

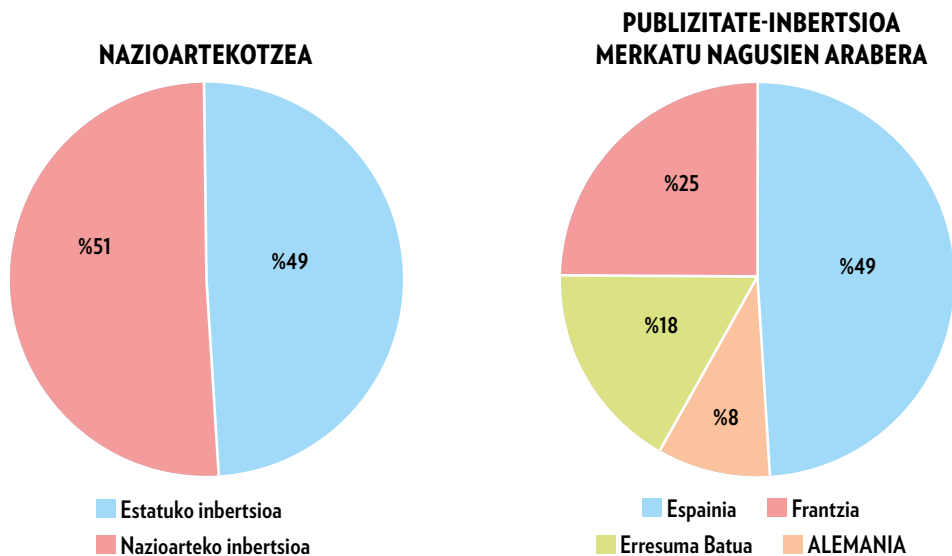
Donostia kanpoan sustatzeko estrategiaren helburua da hiria kalitatezko turismogune gisa posizionatzea nazioarte mailan, eta Donostia Turismoa & Convention Bureauaren Gida-planak markatutako hiru ardatz nagusiak indartzea: Jasangarritasuna bultzatzea, **urtaroen araberakoa ez den** turismoa – denboralditik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

Azken ardatz horren barruan (nazioartekotzea), **lehentasuna duten merkatu** hauek zehaztu dira garrantzi handienetik txikienera: Espainia, Frantzia, Erresuma Batua, Alemania, Eskandinaviako herrialdeak, Holanda, Belgika, AEB, Kanada, Japonia eta Australia.

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



2018. urtean, **15 publizitate-kanpaina** baino gehiago egin dira; horietako asko nazioartekoak izan dira, herrialde horietako bitan, hirutan edo lautan.



5.1.1.1. EKINTZEN ETA PUBLIZITATE-INBERTSIOEN URTAROKOTASUNA

Hilabetea, inbertsioak batez ere bisitariak **urtariletik apirilera** bitartean eta **urritik abendura bitartean** erakartzeko egiten dira urtarokotasunari buelta emateko.

Onlineko dendaren eta haren jardueren sustapena da salbuespena. Izan ere, horren helburua da udaberrian eta udako hilabeteetan hirian egindako egonaldian bisitarien ahalik eta kopuru handienara iristea, hirian dauden bitartean kontsumi dezaten.

5.1.1.2. ONLINEKO BITARTEKOETAKO INBERTSIOEN ALDEKO APUSTUA

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.

Inbertsioen % 70 onlineko bitartekoetan egin da:

- Google Adwords, Display eta bilaketa-sarea.
- Sare sozialak: Facebook eta Instagram.
- Trip advisor-
- RTB- Kalitatezkoak diren onlineko bitartekoaren erosketaren komunikabideetan.
- www.renfe.com
- Espezializatutako blogak:
- Sisters and the city eta beste bidaiari blog batzuk.

Birmerketinako kanpainak erabili dira sasebastianaturismo.com webgunean interesa jarri duten pertsonengan eragina izateko.

OFF lineko bitartekoetan egindako inbertsioen % 30

Gipuzkoan, Bizkaian, Araban eta Nafarroan hedatzen duten Tour Magazine Taldearen moduko eskualdeko aldizkariak erabili dira turismogunean erosketako produktuak sustatzeko eta salmentarako; Sud Ouest osagarriak Frantziako merkatuan, adibidez; eta aldizkari espezializatu batzuk: **Luxury Magazine**, besteak beste.

5.1.1.3. PRODUKTU MOTAREN ARABERAKO KANPAINAK ETA HELBURU DIREN PUBLIKOAK

15 kanpaina ezberdin baino gehiago egin dira eta honela multzoka ditzakegu:

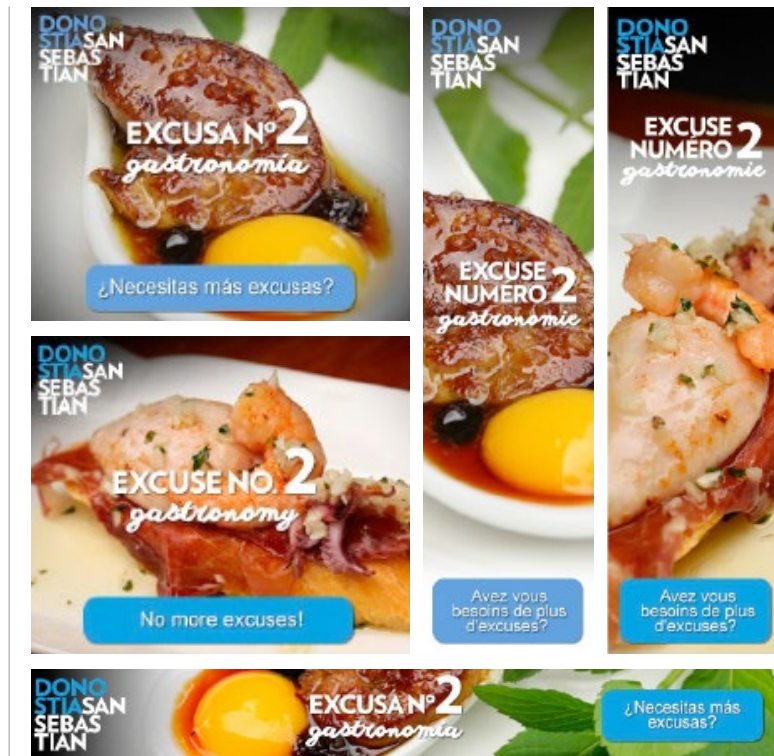
Citybreak kanpainak

Gehienak **hirikoa, kultura arlokoa eta jaialdietakoa den citybreak**arekin lotutako kanpainak izan dira. Horien motibazio nagusia hiriaz eta bertako kultur jardueraz gozatzea izaten da: paisaia, museoak, jaialdiak eta abar.



Kanpaina gastronomikoak

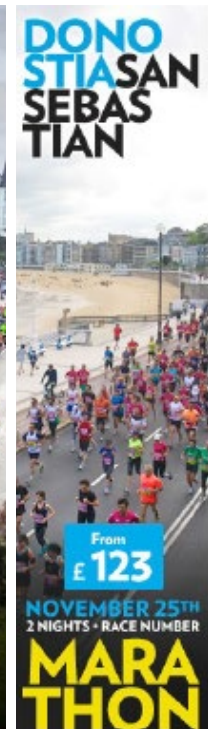
Foodie publikoari zuzendutakoak, hainbat proiektu sustatuz: pintxoak, sagardoa, gourmet jatetxeak eta abar.



Kirol arloko kanpainak

Running-a, surfa eta abar.

Ekitaldi horiek sustatuta, publiko ezberdinengana iritsi eta hiriaren irudia eta produktuen portfolioa zabal dezakegu ekitaldi ugaitan.

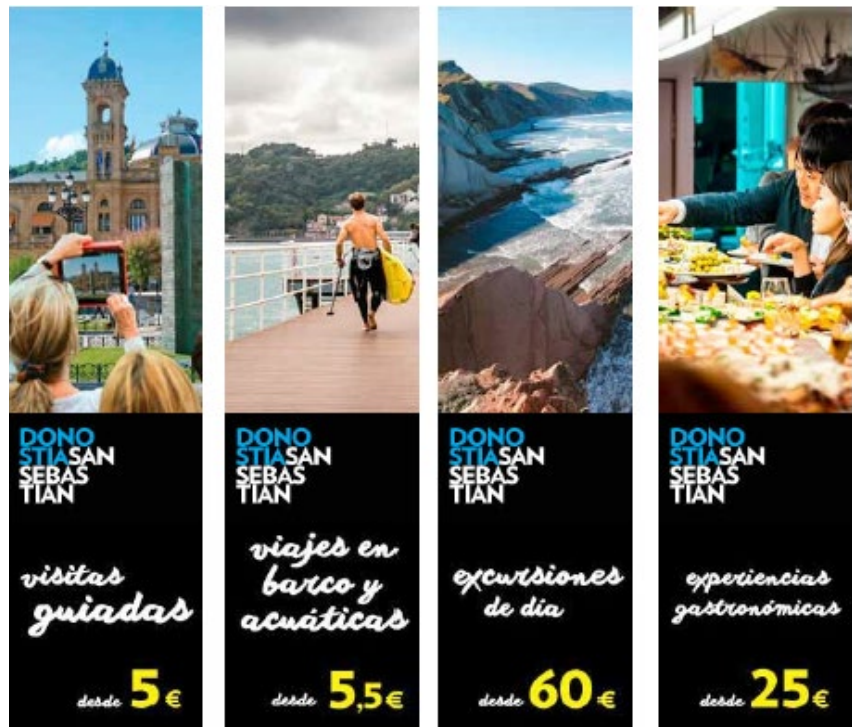


**Ticketing-eko kanpainak.
Turismogunearen eta bazkideen
jardueren komunikazioa eta
sustapena. Onlineko shop-a**

Urtean zehar, Googlen eta sare sozialetan publizitateko hainbat kanpaina egin da turismogunea sustatzeko. Horren bidez, onlineko dendan salgai dauden Donostia Turismoko bazkideen jarduerak bultzatu eta salmentak ugaritu nahi izan dira.



Onlineko shop-a: 2018ko uztaila



Onlineko salmentako jarduerekin lotutako iragarkien kanpaina- Donostia Turismoko bazkideak

MICE kanpainak

Negoio-turismoaren esparruan, **MICE turismorako** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) eta **pizgarri-bidaietarako turismogune ezin hobe** gisa promozionatzen da, batzarrak egiteko hiriak dituen ezaugarriei eta aukerei balioa emanda, bai eta Donostia Turismoa & Convention Bureauak dituen esperientziari eta profesionaltasunari, eta 339 establezimendu bazkide izateari ere balio emanda.

Horretarako, ekintza bakoitzean **segmentutan banatutako xedetalde** bati egokitutako **online eta offline komunikazioko** tresna batzuk erabiltzen dira:



5.1.1.4. AKORDIOAK ETA PUBLIZITATEA HIRIKO JAIALDIETAKO KOMUNIKAZIOAN

Hiriko jaialdi nagusiekin akordioak adostu ditugu eta, haiei esker, publizitatea txertatu dugu haien komunikazio-euskarrietan.

- Zinemaldia
- Heineken Jazzaldia
- Musika Hamabostaldia
- Fantasia eta Beldurrezko Zinemaren Astea



5.1.2. EKINTZA AIPAGARRIENAK

Marketin eta komunikazio arloan, Donostia Visit-Bizi Gida Planeko erronka nagusiak bultzatzeko kanpaina eta ekintza batzuk garatu dira: urtarokotasunari buelta ematea eta nazioartekotzea, deskontzentrazioa, turismogunearen berezitasuna eta turismo arloko jasangarritasuna.

5.1.2.1. URTAROKOTASUNARI BUELTA EMATEKO ETA NAZIOARTEKOTZE LANA BULTZATZEKO EKINTZAK:

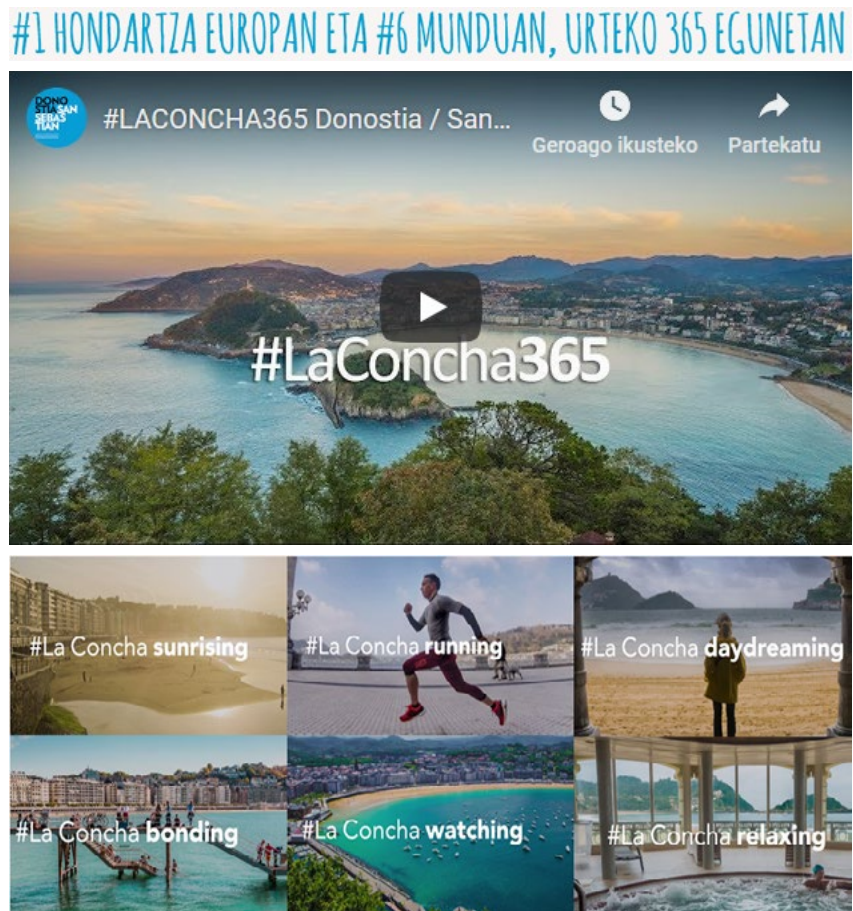
#Kontxa365 onlineko lehiaketa eta kanpaina

Kontxak eskuratu zuen 2018ko otsailean TripAdvisorren Travellers' Choice Awards sarietan Europako hondartza onenaren eta munduko seigarren onenaren saria. Nazioartean turismogunearen kalitate-marka indartzen duen prestigio handiko sari horren berri emateko eta urtarokotasunari buelta ematea sustatzeko asmoz, Donostia Turismoa & Convention Bureauk #Kontxa365 kanpaina sortu zuen. Horren arabera, hiria urteko 365 egunetan bisitatzera gonbidatzen duen bideoa eta lehiaketa jarri zituen abian.

Bideoak milioi bat bisita jaso zuen Facebooken, eta lehiaketan 42 herrialdeetako pertsonak hartu zuten parte.

Ikusi kanpaina eta bideoa:

<https://www.sansebastianturismo.info/es/documentacion/campanas/laconcha365>



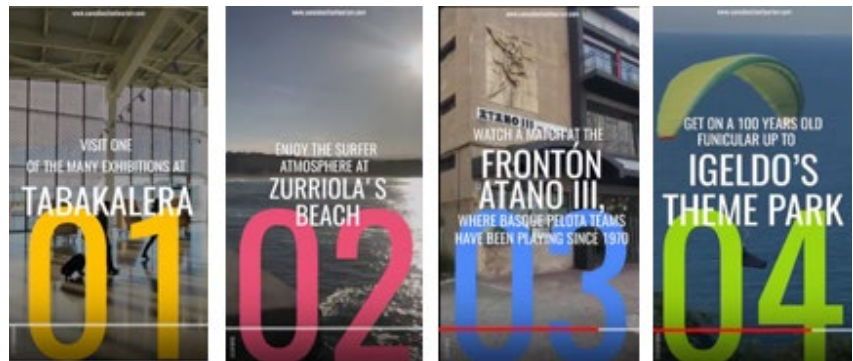
5.1.2.2. TURISMOGUNEAREN DESKONTZENTRAZIOA BULTZAZERA ZUZENDUTAKO EKINTZAK:

#DonostiaUncovered

Turismo-fluxuak hirian horrenbeste jende pilatzen ez duten gunetan banatzeko asmoz, #DonostiaUncovered kanpaina atera genuen. 4 donostiarrek bisitariak gonbidatzen dituzte auzoak zeharkatzera eta **toki berezi eta alternatiboan** ezagutzera. Proposamenak *Donostia Turismoaren* blogean argitaratu ziren eta turistek, proposatutako ibilbidea egiteko, **denbora errealean** jarrai ditzaketen bideo eta **mapa interaktiboak** ere biltzen dituzte.

Ver blog:

<https://www.sansebastianturismoa.eus/eu/blog/donosti-feeling/3777-ezagutu-donostiarik-autentikoena-auzoetan-barneratuta>



Donostia auzoz auzo eta 360°

Gune jakin batzuetako kontzentrazioa ekiditeko asmoz, webguneko hasiera-orrrian hiria auzoz auzo bisitatzeko mapa bat gehitu da informazioarekin eta 360° argazkiekin batera.

Ikusi webgunea:

<https://www.sansebastianturismoa.eus/eu/egin/donostia-auzoz-auzo>



5.1.2.3. TURISMOGUNEAREN**BEREZITASUNA BULTZATZEKO EKINTZAK:****Easy Guide to Euskara**

Blogean atala sortu zen euskararen jatorria azaltzeko eta bisitariak hitz edo esaldi praktiko batzuk ikastera animatzeko. Gainera, sare sozialetan biral bihurtu zen bideoa ere prestatu genuen.

Ikusi bloga eta bideoa:

<https://www.sansebastianturismoa.eus/eu/blog/geurea/4215-donostia-donostiar-baten-antzer-a-bisitatze-ko-behar-duzuna-eta-inork-kontatu-ez-dizuna>

**4 gako Donostian pintxoak jatera joateko**

Pintxoen tradizioa haien jatorrizko forman mantentzeko eta bisitariak pintxoak jatera bertakoak balira bezala joatera animatzeko, azalpenak biltzen dituen edukia eta bideoa prestatu genituen. Sare sozialen eta webgunearen bidez biral bihurtu ziren.

Ikus webgunea eta bideoa:

<https://www.sansebastianturismoa.eus/eu/blog/jan-edan/893-nola-ibili-pintxotan>



5.1.2.4. TURISMO JASANGARRIA ETA ARDURATSUA BULTZATZEKO EKINTZAK

“Donostiarren kanpaina, turismo iraunkorraren alde”

Kanpaina, batez ere, hiritarrei zuzenduta zegoen turismoak hirian duen inpaktuari balioa emateko asmoz, eta ez soilik turismoarekin lotura zuzena duen sektoreari dagokionez. Helburua turismoari, hiriari egiten dion ekarpenari eta enpleguari balioa ematea eta horren onurak eskuratzen dituzten sektoreen aniztasuna erakustea zen. Prentsaurrekoa eta on eta off line egindako kanpaina egin zuten kate ugariaren bidez maiatzean, goi-denboraldia iritsi aurretik.

“Donostiar ugari gure hiria bisitatzeko gaituztenekin partekatzen jarraitzearen alde gaude. Egin bat gure kanpainarekin eta partekatu zure esperientzia positiboa gurekin”.

Ikusi bideo eta kanpaina osoak:

<https://www.sansebastianturismo.info/eu/dokumentazioa/kanpainak/donostiarrak-turismo-jasangarriaren-alde>

“Más de la mitad de las ventas de mi galería se realizan a visitantes extranjeros, amantes del arte que vienen a Donostia a realizar recorridos culturales en cualquier época del año.” Cristina de la Fuente. GALERÍA ARTEKO.

Compartimos calidad, compartimos vida.



“Inork ez du turista sentitu nahi, horregatik eguneroko Donostia erakusten diegu gure bezeroei, maite dugun hiria.” Iñigo Ansa. GO LOCAL.

Kalitatea partekatzen dugu, bizitza partekatzen dugu.



“Los turistas compran nuestro pescado para prepararlo por sí mismos o preguntan en qué restaurantes lo pueden consumir. Así se acercan a nuestra cultura y nuestras tradiciones.” Ana Oset. PESCADERÍA PASQUALA.

Compartimos calidad, compartimos vida.



“Gure markak Donostiako identitatea jasotzen du. Eta atzeritarrek gure arropa erosten dutenean gure sustraiak mundura ateratzen dira.” Beatriz eta Ana Zuzenabar. MINIMIL.

Kalitatea partekatzen dugu, bizitza partekatzen dugu.

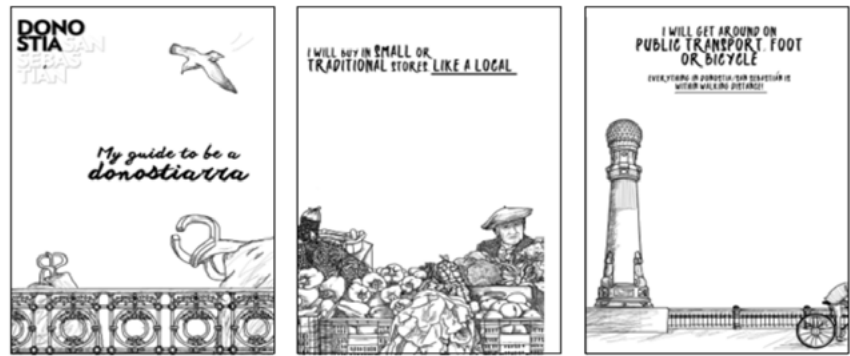


Nire gida benetako donostiarra izateko

Turista arduratsuaren dekalogoaren sortu zen benetako donostiar moduan jokatzeko eta hiria eta hiritarrak errespetatzeko aholkuekin. Maiatzean, jasangarritasuna lelotzat zuen Turismoaren Mundu Erakundearen Turismo arloko Mundu mailako Kongresua zela eta, gida webgunean eta ohar-blok formatuan argitaratu genuen biltzarkideei, kazetariari, agenteei eta abarrei banatzeko.

Ikusi gida:

<https://www.sansebastianturismoa.eu/etorri/kalitatezko-helmuga>



Love San Sebastian. Live Donostia

Uztailean eta abuztuan, **turismo arloko sentsibilizazio-kanpaina bultzatu zuen hiriko udalak bisitariari zuzenduta**. Turista onaren dekalogoaren erakustea zuen xede. Bistatzen gaituztenek bete beharreko jokabide-arauak dira, eta gure kultura eta ohiturak ezagutzera eta partekatzea gonbidatzen ditu aldi berean. Hedapen handia izan zuen hiriko bitartekoetan.




Web Oficial de San Sebastián Turismo & Convention Bureau

Convention Bureau Prensa y Agentes Zona Socios/as

DONOSTIA SAN SEBASTIAN

VENIR DORMIR COMER HACER *Shop* *Blog* Español | buscar

DÍA DE SAN SEBASTIÁN
DISFRUTA DE LA TAMBORRADA



DÍA DE SAN SEBASTIÁN: TAMBORRADA

SAN SEBASTIÁN EN UN DÍA O MÁS

LA TEMPORADA DE SIDRA ¡TXOOOTXI!

DE COMPRAS EN DONOSTIA

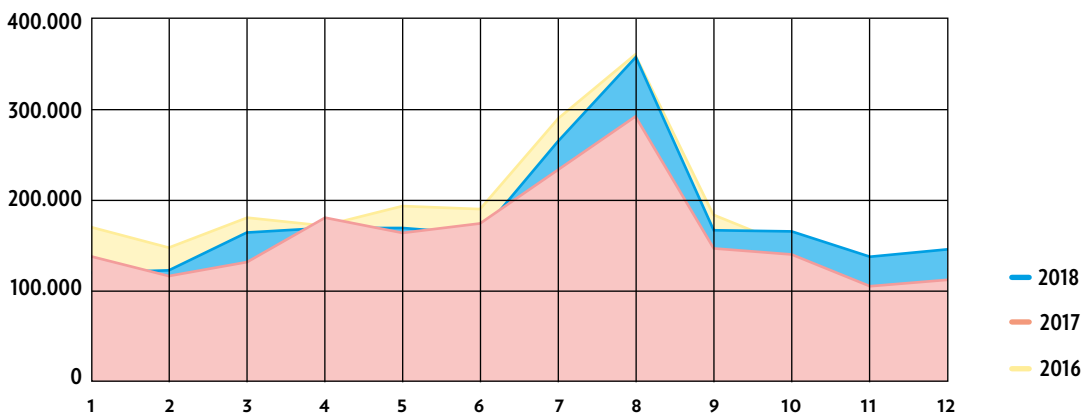
5.1.3. WEBGUNEA ETA SARE SOZIALAK

Webguneak eta sare sozialak hiriaren, bere erakargarritasunen, ekitaldien... erakusleihoa 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 ºko panoramikoak barne) eta bideoak eguneratzeko, etab.

5.1.3.1. AISIALDIKO BISITARIARI ZUZENDUTAKO WEBGUNEAK

Donostia Turismoa & Convention Bureauren webguneak urtean ia 2 milioi bisita baino gehiago izaten ditu. Nabarmendu behar da trafikoaren % 76 organikoa dela.

HILEKO BISITAK (ORDAINKETAKO TRAFIKOA BARNE)

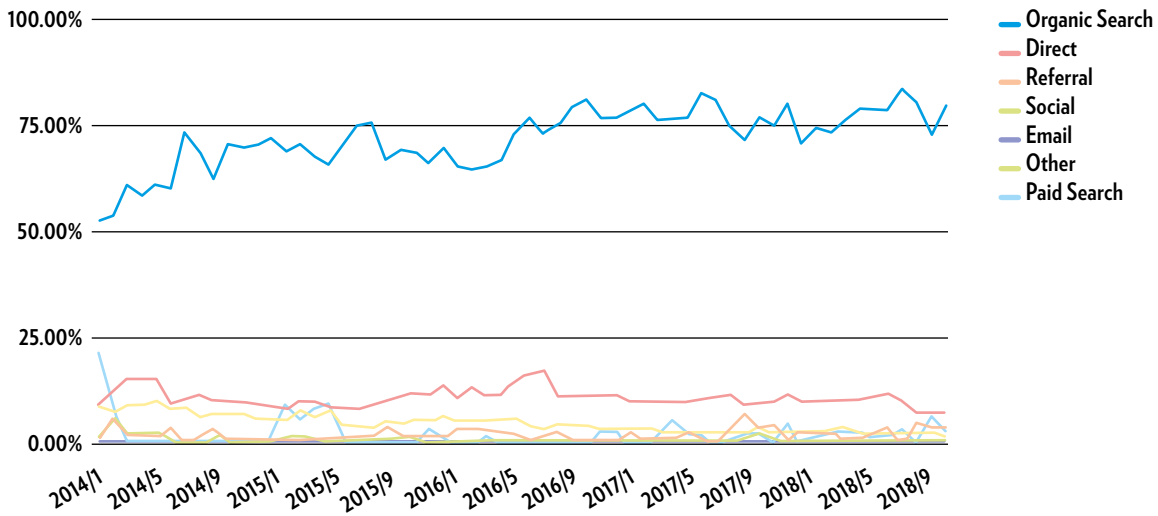


Iturria: Google Analytics

2.141.492 bisita 2018an. Aurreko urteko datuekin alderatuta, bisitek % 11 egin dute gora.

5.420.335 orrialderen bisita egin dute **1.565.297 erabiltzailek** (↑ %6,64).

KATEAREN ARABERAKO BISITAK

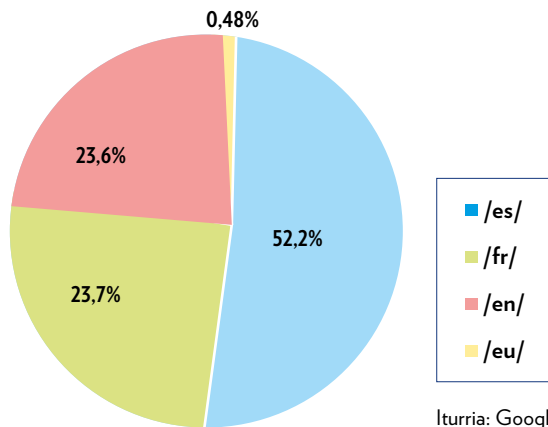


Iturria: Google Analytics

Kanal organikoak, gutxi gorabehera, **bisiten % 76** ekarri dute 2018an.

HIZKUNTZAK (ORDAINKETAKO TRAFIKORIK GABE)

Hizkuntzen banaketa 2018ko metatuan

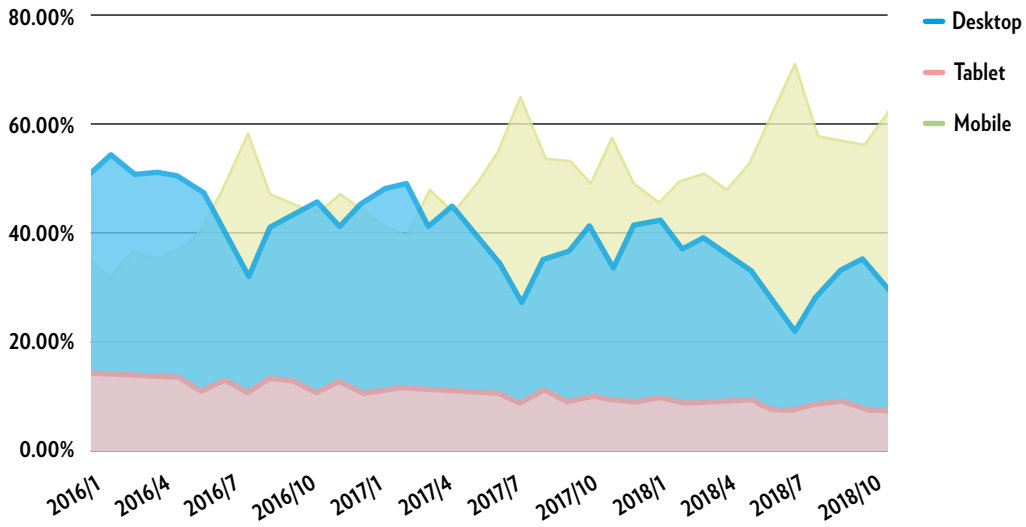


Iturria: Google Analytics

Frantsesez eta **ingelesez** egindako trafikoak indarra galdu du **gaztelaniarekin** alderatuta (% 6,6 igo da).

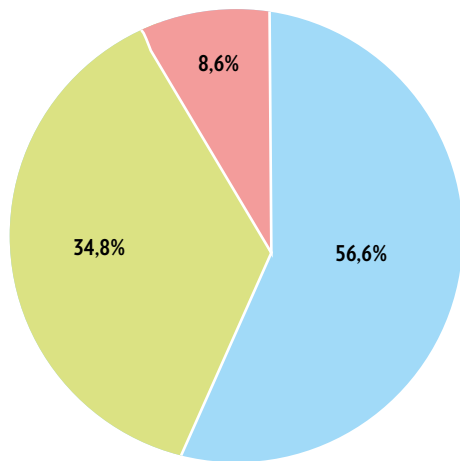
GAILUAK (ORDAINKETAKO TRAFIKORIK GABE)

2018an, bisiten % 57 mugikorretik egin zuten. 2017an, aldiz, datua % 51koa izan zen.

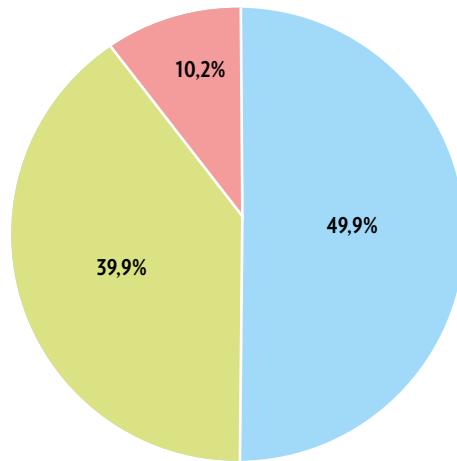


Iturria: Google Analytics

2018ko urt. 01 - 2018ko aben. 31








2017ko urt. 01 - 2017ko aben. 31



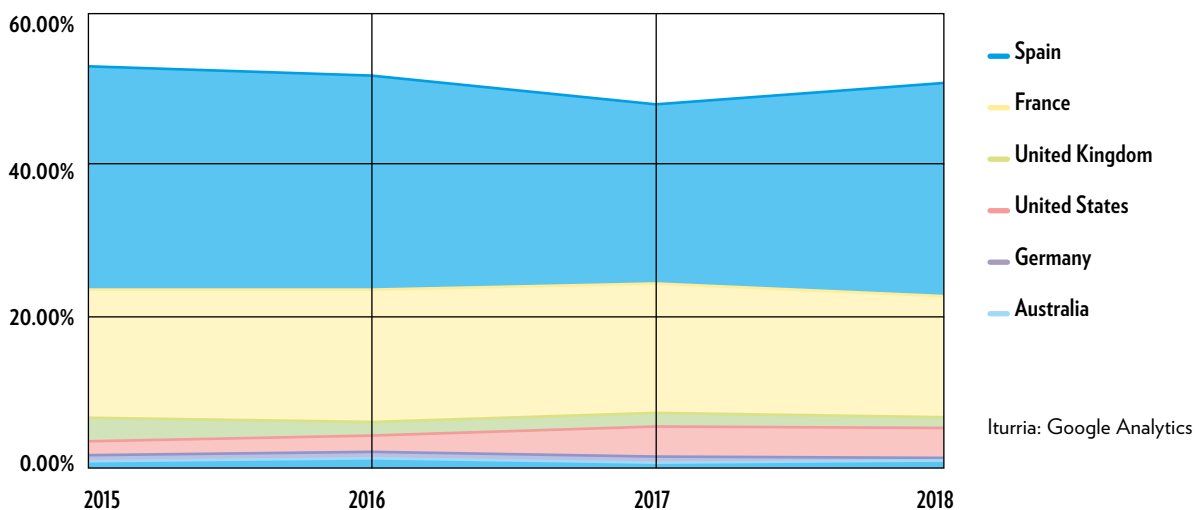
NONDIK BISITATZEN GAITUZTEN (ORDAINKETA-TRAFIKORIK GABE)

2018an, nazioarteko bisitek % 4 egin dute gora, eta Espainiatik egindakoek, aldiz, % 12.

1.  Spain	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	993.625 (%50,38)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	871.208 (%48,40)
Aldaketen %	%12,24
2.  France	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	442.632 (%22,44)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	426.831 (%23,71)
Aldaketen %	%2,06
3.  United Kingdom	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	125.494 (%6,36)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	126.845 (%6,93)
Aldaketen %	%-1,07
4.  United States	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	106.851 (%5,42)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	98.645 (%5,39)
Aldaketen %	%8,32
5.  Germany	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	26.815 (%1,36)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	24.995 (%1,37)
Aldaketen %	%7,28

Iturria: Google Analytics

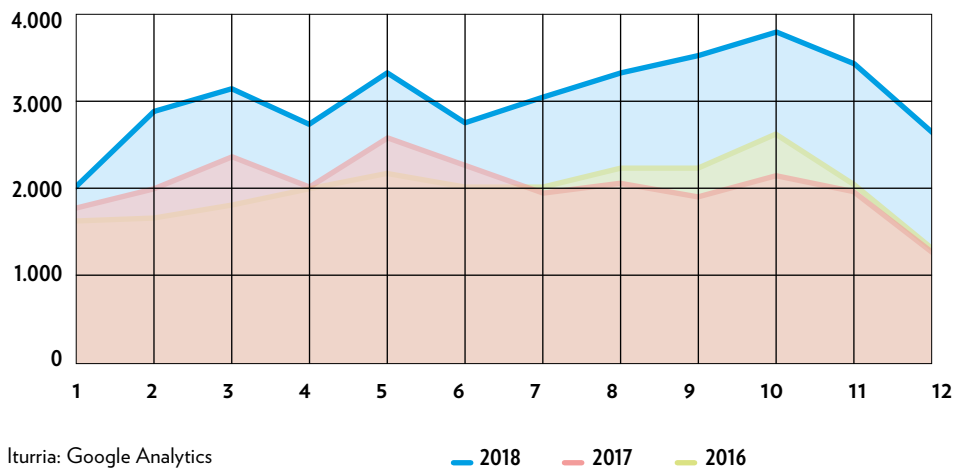
BISITEN EHUNEKOA HERRIALDEKA, URTEKO JOERA





5.1.3.2. NEGOZIO-TURISMOARI ZUZENDUTAKO WEB-ATALA

HILEKO BISITAK

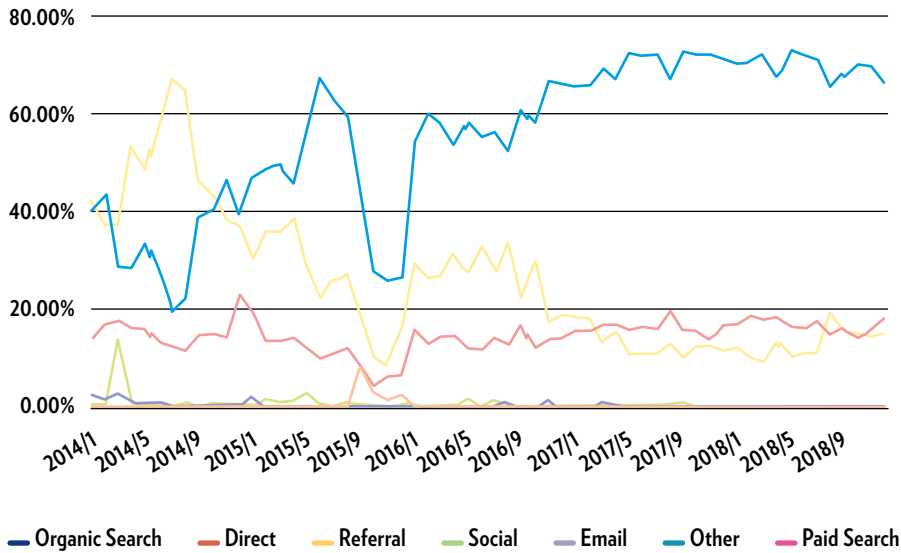


36.596 bisita 2018an. % 50 handitu da aurreko urteko aldi berarekin alderatuta.

73.933 orrialde bisitatu dituzte **30.969 erabiltzailek.**






Batez besteko erabiltzaileak webgunea bere ordenagailuan eta bulegoko ordutegian kontsultatzen du.

KATEAREN ARABERAKO BISITAK



Kate organikoa egonkor mantendu da 2018an % 70en inguruan. Baina balio absolututan, % 49 egin du gora.

Iturria: Google Analytics

1.  Spain	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	26.278 (%71,81)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	17.781 (%73,03)
Aldaketan %	%47,79
2.  France	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	2.597 (%7,10)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	2.036 (%8,36)
Aldaketan %	%27,55
3.  United Kingdom	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	1.860 (%5,08)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	926 (%3,80)
Aldaketan %	%100,86
4.  United States	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	991 (%2,71)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	615 (%3,80)
Aldaketan %	%61,14
5.  Germany	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	475 (%1,30)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	281 (%1,15)
Aldaketan %	%69,04

2018an, bisiten % 28 nazioartekoak izan dira.

970 dokumentu deskargatu dira.

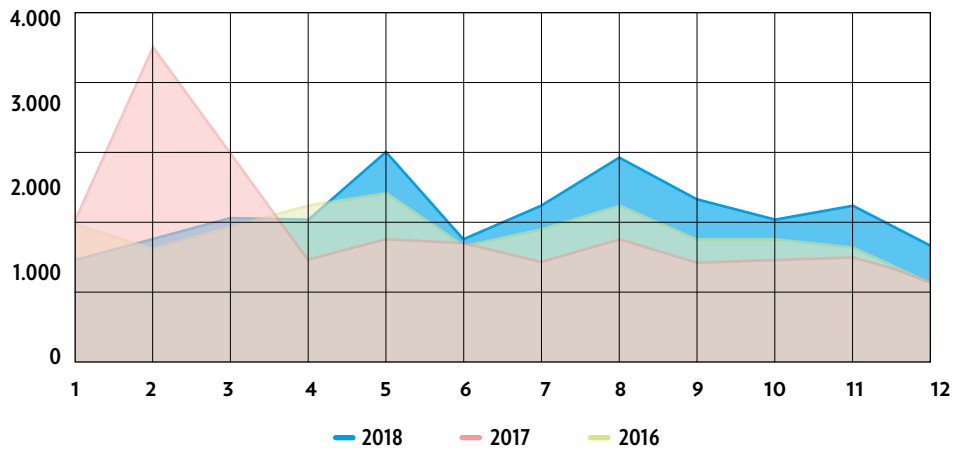
- 1. [223 incentivos-san-sebastian.pdf](#)
- 2. [215 manual-para-organizadores-de-congresos.pdf](#)
- 3. [212 parking-map.pdf](#)
- 4. [67 much_more_than_a_beautiful_city.pdf](#)
- 5. [46 bus-aeropuerto-bilbao.pdf](#)

Iturria: Google Analytics



5.1.3.3. PRENTSARI ETA ERAGILEEI ZUZENDUTAKO WEB-ATALA

HILEKO BISITAK








Iturria: Google Analytics

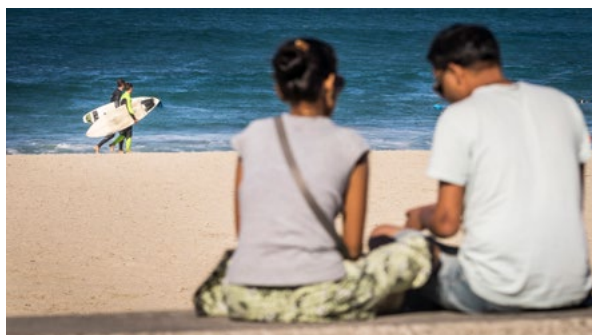
11.925 bisita 2018an. % 7 handitu da aurreko urteko aldi berarekin alderatuta.

21.428 orrialde bisitatu dituzte 9.526 erabiltzailek.

2018an, nabarmen handitu dira nazioarteko bisitak: % 29.

VISITAS MENSUALES

1.  Spain	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	6.529 (%54,75)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	6.887 (%62,20)
Aldaketen %	%-5,20
2.  France	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	1.268 (%10,63)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	866 (%7,82)
Aldaketen %	%46,42
3.  United Kingdom	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	973 (%8,16)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	634 (%5,73)
Aldaketen %	%53,47
4.  United States	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	469 (%3,93)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	382 (%4,45)
Aldaketen %	%22,72
5.  Germany	
2018ko urt. 1 - 2018ko abe. 31	379 (%3,18)
2017ko urt. 1 - 2017ko abe. 31	134 (%1,21)
Aldaketen %	%182,84



**5.1.3.4. JARRAITZAILE GEHIAGO,
ETA INTERAKZIO HANDIAGOA SARE
SOZIALETAN**

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



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

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

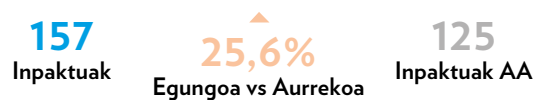
2018an zehar, 153 komunikabideri eman zaio arreta prentsa edo online bidezko bidaien bidez, betiere, hiriar buruzko informaziorik onena eskaintzeko helburuarekin VISIT - BIZI 2017-2021 Donostia Gida Planaren arabera sustatu nahi den ardatzetan: kultura, gastronomia, kirola, premium eta city break. Egindako Press Trip kolaborazio horietan, Donostia Turismoa & Convention Bureauak turismo iraunkorreko mezua hedatzearen aldeko apustua egin du eta urte-sasioen arabera ez den turismoa eta deskontzentrazioa bultzatu ditu. Horrekin lotuta, uda-sasoitik kanpo Donostian egin daitezkeen planak proposatu dizkie aldizkariari eta agenteei, eta erdiguneko eta Alde Zaharreko ohiko zirkuitutik kanpoko lekuak ezagutzera gonbidatu dituzte; esate baterako, hiriko auzoetan banatutako hainbat baliabide edo hirian zehar egindako txangoez gozatzeko parada izan dute.

Aurten, entzute handiko komunikabideekin batera egin dugu lan: [National Geographic](#), [BBC](#), [Rob Reppert](#), [Harper's Bazaar](#), [Forbes](#), [The Telegraph](#), [The Food Journal](#), [Aftonbladet](#), [Guide Routard](#), [Formmer's](#) eta abar.

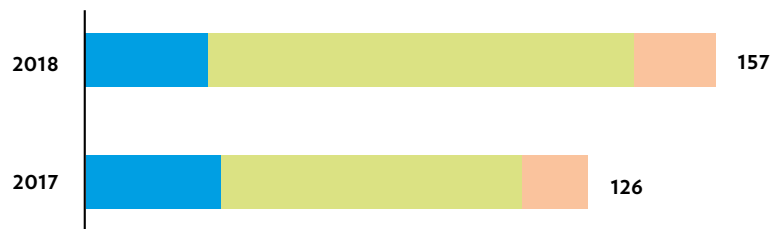
5.1.5. PRENTSAURREKOAK ETA ALDIZKARIAK

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: prentsaurrekoak, prentsa-oharrak eta hileroko newsletterrak bazkideari eta hiritarrei zuzendutako informazio esanguratsuenarekin.

2018 / 2017 INPAKTUAK



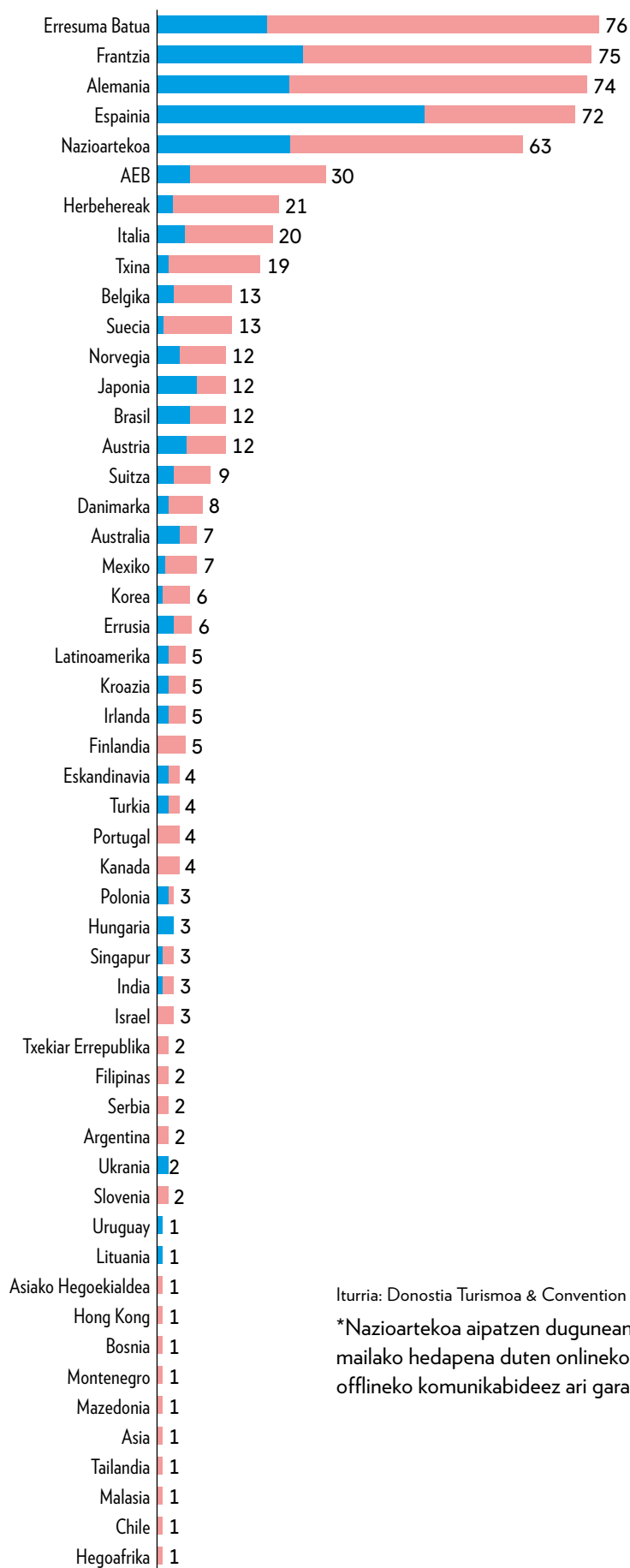
ALDAKETA



INPAKTU MOTAK



HERRIALDEEN ARABERA ARRETA ESKAINITAKO KOMUNIKABIDEAK



Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

*Nazioartekoa aipatzen dugunean, mundu mailako hedapena duten onlineko edo offlineko komunikabideez ari gara.

5.2. MICE TURISMOA

Donostia Turismoa & Convention Bureauk negozio-turismoaren arloko 4 ildo lantzen ditu:

Donostiak negozio-turismorako turismogune gisa duen posizionamendua hobetzea

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

Turismoa urtaroen arabera ez izatearen estrategiarekin jarraitzea

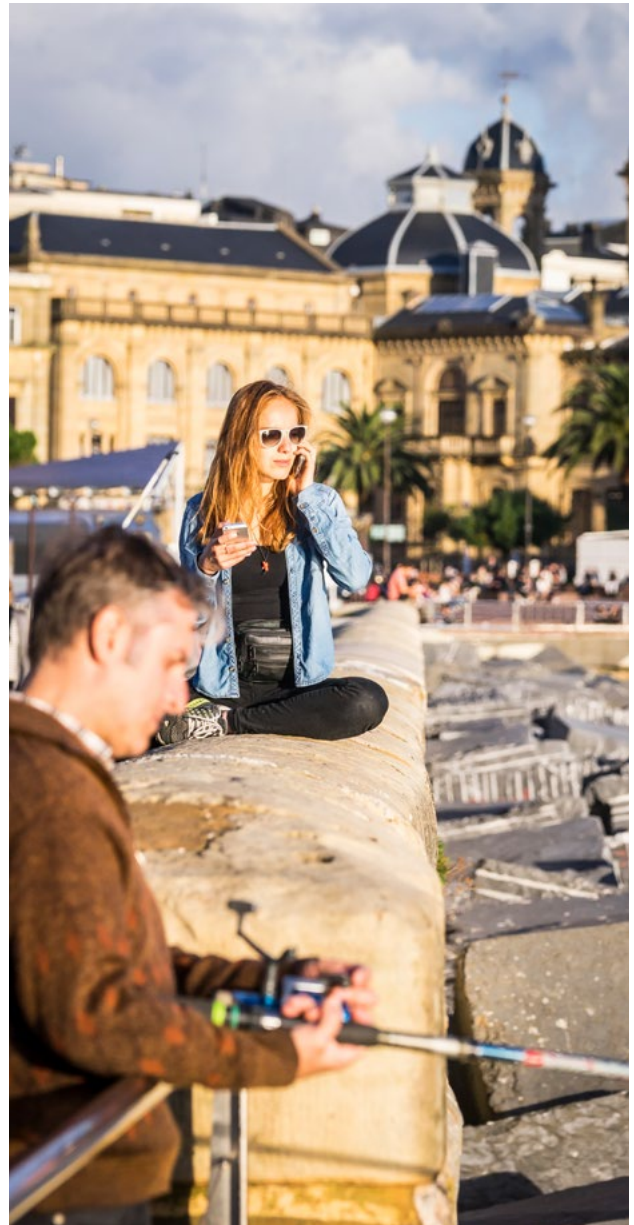
Horrekin lotuta, Kursaalaren eta Gipuzkoako Foru Aldundiaren laguntzarekin, urria eta maiatza bitarteko babes ekonomikoa eta ekitaldiak erakartzeari eman zaio lehentasuna.

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. etab.

Sustatzaileen bilaketa bultzatzea

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



5.2.1. TOKIKO EKINTZAK

5.2.1.1. AURKEZTUTAKO HAUTAGAITZAK

2018an, 25 hautagaitza aurkeztu dira. Haietatik 8 irabazi dira, eta beste 9, aldiz, ebazpenaren zain daude.

AURKEZTUAK	IRABAZIAK	ERABAKITZEKO ZAIN
25	8	9

2018an irabazitako hautagaitzen zerrenda:

KONGRESUAK	BURUTZE URTEA	BURUTZE EGUNA	ORDEZKARI KOPURUA
Spain Convention Bureau Elkartzte-Jardunaldia	2018	Irailaren 14tik 15era	25
Congreso nacional de la Federación Española de asociaciones de empresas organizadoras profesionales de congresos - OPC	2019	Otsailaren 21etik 23ra	250
Congreso sociedad española de cuidados intensivos pediátricos (SECIP)	2019	Maiatzaren 23tik 25era	300
Gums & stabilisers for the food industry conference	2019	Ekainak 11tik 14ra	150
Congreso internacional del club español de esterilización (CEDEST)	2020	Apirilaren 22tik 24ra	300
Conference of broadband dielectric spectroscopy and its applications (BDS)	2020	Abuztuaren 23tik 28ra	150
World congress of colleges and polytechnics (WFCP)	2020	Urriaren 14tik 16ra	1000
Polimeroen Latinoamerikako Simposioa (Slap) eta Polimeroen Iberoamerikako Kongresua	2020	2020ko urriaren 25etik 29ra	400
International symposium of the world society of victimology	2021	Ekainak 6tik 10era	500

Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

5.2.1.2. ENBAXADORE PROGRAMA

Enbaxadore programa indartzen ari da. Aitorpen horrek turismogunerako batzar-jarduerak erakartzeko lan proaktiboa egiteagatik nabarmendu diren profesionalak saritzen ditu. 6 enbaxadore izendatu dituzte aurten:

Kursaalen 450 ordezkariarik gorako (hitzordu nazionalak) eta 200 parte-hartzailearik gorako (nazioarteko hitzorduetan) bilerak, ekitaldiak edo kongresuak antolatzen dituzten profesionalen aitorpena egiteko 2012an sortutako klub entzutetsu hau osatzen duten 59 profesionalen zerrendan sartu ditugu goian izendatutako enbaxadore berriak.

ENBAXADORE 2018	
Mikel Oiarbide Garmendia	Reunión bienal RS española de química 2019
Claudio Palomo Nicolau	Reunión bienal RS española de química 2019
José Ignacio Asensio Gállego	Congreso sociedad española de cirugía de la obesidad mórbida y de las enfermedades metabólicas (Seco) 2020
Santiago Larburu Etxaniz	Congreso sociedad española de cirugía de la obesidad mórbida y de las enfermedades metabólicas (Seco) 2020
Rosa María Valverde Citoras	Congreso SECA (Sociedad Española de Calidad Asistencial) 2019
José Julián Landa Maya	XXV Reunión anual de la sociedad española de urgencias de pediatría (SEUP) 2020
José Luis Fernández Maure	Congress of the World Federation of Colleges and Polytechnics - WFCP 2020



5.2.2. BERTAN ETA NAZIOARTEAN EGINIKO EKINTZAK

5.2.2.1. AZOKAK ETA WORKSHOPAK

MICEren arloko 12 azoka eta workshopetan hartu dugu parte, bai bertakoetan, bai nazioartekoetan, Donostia ekitaldiak eta bilerak egiteko arloan turismogune estrategiko gisa kokatzeko helburuarekin. Honako hauek izan dira Donostia Turismoa & Convention Bureauk parte hartu duen ekitaldiak:

OTSAILA	1-4	CONFEC sarea (Marrakex)
MARTXOA	16-18	All About People (Tenerife)
	21-22	SCB Alemaniako merkatuaren zuzeneko jardunaldia (Munich/Düsseldorf)
APIRILA	4-7	M&I FORUM, The Americas (Montreal)
	18-21	M&I FORUM, Europe (Algarve)
MAIATZA	15-17	IMEX (Frankfurt)
EKAINA	28-30	IBERIAN MICE FORUM (Donostia)
IRAILA	14-15	Jornada Asociativo Nacional SCB (Donostia)
URRIA	5-7	All About People (Atenas)
	16-18	IMEX (AEB)
AZAROA	27-29	IBTM World (Bartzelona)
ABENDUA	4-6	Erresuma Batuko merkatuaren SCB zuzeneko jardunaldia (Londres eta Birmingham)

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

2018an, 6 fam trip antolatzeko lanetan hartu dugu parte. Eragileak lehentasunezko merkatuetan trebatzeko (familiarizatzeko) bidaiak dira:



FAM TRIP 2018

ANTOLATZAILEA	HERRIALDEA	PERTSONA KOPURUA
Basquetour	Europa	22
Next	Italia	20
Iberian Mice Forum	Europa	10
Donostia Turismoa & Convention Bureau	Eskandinavia	10
Donostia Turismoa & Convention Bureau	Alemania	10
Valesa	AEB	12

Ikuskapen-bisitak eta bisita komertzialak

Halaber, ikuskapen-bidaiak eta bisita komertzialak antolatu dira, hala nola: Group EPP in the European Parliament edo Iberian Mice Forum.



5.2.2.3. BAZKIDEEKIN EGINDAKO EKINTZAK

Parte-hartzea azoka eta workshopetan

2018an, bazkideak lagun izan ditugu ekitaldi hauetan erakusketari gisa:

- M&I EUROPE (Portugal): 2 bazkide.
- IMEX (Frankfurt): 5 bazkide.
- IBTM (Bartzelona): 14 bazkide.

Azoketako kontaktuetara egindako bidalketa

Ekitaldi horietan egindako kontaktu guztiei hiriko informazioa biltzen duen esker oneko mezua bidali eta DMCen zerrenda ematen zaie. Gainera, ekitaldi horietan egindako kontaktuak bazkideei bidaltzen zaizkie aldizkakotasunez.

5.2.2.4. BILTZARKIDEENTZAKO MATERIAL TURISTIKOAS

Material turistikoa eman zaie hirian egindako 45 kongresu eta batzarretara joandakoei. Guztira, 4.872 ale banatu dira. Gainera, 7 kongresutako egoitzetan informazio turistikoko puntua egokitu da (5.660 pertsona bildu dituzte).

Udako ikastaroen barruan antolatutako batzarretara joandakoek ere turismo arloko informazioa jaso dute Miramar jauregiko standean. 1.681 parte-hartzaile izan dira, 19 biltzarretan banatuta.

BATZARRAK

IZENBURUA	HASIERA-DATA	AMAIERA-DATA	PAX
REUNIÓN UNIVERSITÉ D'ÉTÉ DE L'ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES AQUITAINE	2018/01/11	2018/01/11	25
NANOPILOT	2018/01/11	2018/01/12	40
CONVENCIÓN BAYER	2018/01/15	2018/01/19	150
INNPAPER	2018/01/17	2018/01/18	40
REUNIÓN DPTO. COMERCIAL CORREOS	2018/01/30	2018/01/30	20
2ª EDICIÓN SOBRE ISLAMISMO RADICAL	2018/04/16	2018/04/17	50
I CONGRESO DE ESTUDIANTES DE CRIMINOLOGÍA	2018/04/19	2018/04/22	50
INTERNATIONAL SPRING SCHOOL ON HIGH PERFORMANCE COMPUTING	2018/04/23	2018/04/27	97
CIRM ANNUAL CONFERENCE & AGM 2018	2018/04/24	2018/04/27	85
III JORNADAS MEDICAS. MUTUALIDAD DE FUTBOLISTAS ESPAÑOLES	2018/04/27	2018/04/28	20
REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE COORDINACIÓN INTERTERRITORIAL DEL COMITÉ TÉCNICO DE ARBITROS	2018/04/27	2018/04/29	60
INTERNATIONAL CONFERENCE ON MATERIALS & ENERGY - ICOME'18	2018/04/30	2018/05/04	120
IV CONGRESO DE FÚTBOL AFICIONADO	2018/05/10	2018/05/11	300
VIII CURSO NACIONAL DE EMERGENCIAS EN GASTROENTEROLOGÍA Y HEPATOLOGÍA	2018/05/17	2018/05/19	130
VIII CONCENTRACIÓN DEL FORO HARLEY DAVIDSON	2018/05/25	2018/05/27	160
THE 2nd CREATECH MEDICAL INTERNATIONAL SYMPOSIUM	2018/05/25	2018/05/25	350
REUNIÓN ANUAL DE LA SECCIÓN DE RIESGO VASCULAR Y REHABILITACIÓN CARDIACA DE LA SEC	2018/05/25	2018/05/26	150
LO REAL Y EL SUJETO	2018/05/25	2018/05/26	80
CONVENCIÓN BLOCKET	2018/05/30	2018/06/02	180
XII. CURSO INTENSIVO DE TERAPIA ELCTROCONVULSIVA (TEC)	2018/06/04	2018/06/07	50
MEETIND: IX ENCUENTRO DE COMPRADORES EUROPEOS DE SUBCONTRATACIÓN INDUSTRIAL	2018/06/05	2018/06/05	30
GENERAL ASSAMBLY OF THE CONFERENCE OF ATLANTIC ARC CITIES	2018/06/16	2018/06/15	50
SOL -SKYMAG 2018 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON MAGNETISM AND SPINTRONICS	2018/06/18	2018/06/22	120

EUSKALHACK SECURITY CONGRESS 2018	2018/06/22	2018/06/23	180
32 INTERNATIONAL CONFERENCE ON SURFACE MODIFICATION TECHNOLOGIES (SMT)	2018/06/27	2018/06/29	200
INTERCAMBIO JUVENIL SOBRE PATRIMONIO ARTÍSTICO Y CULTURAL	2018/07/09	2018/07/16	31
IMMUNOSHAPE INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON GLYCOIMMUNOLOGY	2018/07/11	2018/07/13	120
REUNIÓN DE TÉCNICOS Y AGENTES DE JUVENTUD	2018/09/10	2018/09/17	34
Congreso dentro del proyecto LIFE LEMA	2018/10/02	2018/10/04	35
X Curso Internacional de Ecografía Musculoesquelética	2018/10/03	2018/10/05	100
10th ECNP INTERNATIONAL CONFERENCE ON NANOSTRUCTURED POLYMERS AND NANOCOMPOSITES	2018/10/03	2018/10/05	200
SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA 2018 - Congreso	2018/10/07	2018/10/10	100
International Workshop On Self-Assembly And Hierarchical Materials In Biomedicine: Drug Delivery, Tissue Engineering, Sensing and Safety Issues	2018/10/08	2018/10/10	80
Convención Asplan Viak	2018/10/17	2018/10/20	165
3rd International Conference on the History of Physics under the auspices of the European Physical Society	2018/10/17	2018/10/20	90
Integral	2018/10/23	2018/10/23	50
XIV CONGRESO DE LA AEDD "Género y Deporte: el régimen jurídico de la mujer deportista"	2018/10/26	2018/10/27	80
Copa de España 2018 420 - VELA	2018/11/01	2018/11/04	200
Congreso Internacional de DÜRR Spain	2018/11/07	2018/11/08	50
15 jornadas científicas Inma	2018/11/14	2018/11/15	200
AUTOMOTIVE GLAZING EUROPE	2018/11/15	2018/11/16	150
Reunión de la CDPUE - Conferencia de decanos y decanas de psicología de las universidades españolas	2018/11/22	2018/11/23	80
IX EAFT Terminology Summit	2018/11/22	2018/11/23	100
Salto Systems Business Manager Summit	2018/11/27	2018/11/30	70
CONGRESO SVNPAR-ENAPE	2018/12/14	2018/12/14	200

STAND

IZENBURUA	HASIERA-DATA	AMAIERA-DATA	PAX
EUROPEAN MOLECULAR IMAGING MEETING (EMIM)	2018/03/21	2018/03/23	710
XV CERTAMEN DE LA CREATIVIDAD (Día C) y IX ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS Y ANUNCIANTES (Día A)	2018/04/12	2018/04/14	1800
JORNADAS INTERNACIONALES DE FORMACIÓN PROFESIONAL	2018/05/30	2018/06/01	600
JORNADAS NACIONALES DE ENFERMERAS GESTORAS SUPERVISIÓN DE ENFERMERÍA (ANDE)	2018/06/06	2018/06/08	700
GRAPHENE WEEK	2018/09/09	2018/09/14	850
EUROPEAN ECOSYSTEM SERVICES CONFERENCE (ESP)	2018/10/15	2018/10/19	600
REUNIÓN DEL GRUPO DE DERMATOLOGÍA ESTÉTICA Y TERAPÉUTICA DE LA ACADEMIA ESPAÑOLA DE DERMATOLOGÍA (GEDET)	2018/11/15	2018/11/17	400

UDAKO IKASTAROETAKO BATZARRAK

IZENBURUA	HASIERA-DATA	AMAIERA-DATA	PAX
EASP MEETING: UNDERSTANDING AND TRANSFORMING CHALLENGING RELATIONSHIPS: SETTING A RESEARCH AGENDA FOR A 21ST CENTURY SOCIAL PSYCHOLOGY	2018/06/07	2018/06/09	42
IV JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN EN CIBERSEGURIDAD (JNIC)	2018/06/13	2018/06/15	84
EUSKAL ESPERIENTZIAK ZIENTZIA ZABALKUNDEAN - EEZZ18	2018/06/14	2018/06/15	87
INTERNATIONAL WORKSHOP ON PREDICTIVE PROCESSING	2018/06/20	2018/06/22	50
WORKSHOP ON PREDICTIVE PROCESSING	2018/06/20	2018/06/22	120
I INTERNATIONAL WORKSHOP ON PREDICTION	2018/06/20	2018/06/22	200
CONGRESO INTERNACIONAL: CENSURA Y LITERATURA. MEMORIAS CONTESTADAS	2018/06/21	2018/06/22	48
INTERNATIONAL CONFERENCE ON NOVEL 2D MATERIALS EXPLORED VIA SCANNING PROBE MICROSCOPY & SPECTROSCOPY (2D-SPM)	2018/06/25	2018/06/29	107
POLYMAT SPOTLIGHT 2018	2018/06/26	2018/06/29	99
SOSTENIBILIDAD Y TERRITORIO: IMPACTOS DE LA CALIDAD AMBIENTAL EN LA CONSTRUCCION Y RE-CONSTRUCCION DE LOS PAISAJES URBANOS	2018/07/12	2018/07/13	49
QUANTUM DESIGNER PHYSICS - QDP2018	2018/07/18	2018/07/18	113
CUERPOS INCÓMODOS: VIOLENCIA MASIVA, FOSAS COMUNES Y NECROPOLÍTICA	2018/07/18	2018/07/21	127
NEW GENERATION OF STRONGLY CORRELATED ELECTRONS SYSTEMS 2018 - NGSCES2018	2018/09/03	2018/09/07	70
THE NAO VICTORIA CONGRESO INTERNACIONAL	2018/09/05	2018/09/06	75
THE SENCOND SPINS ON SURFACES (SOSII) WORKSHOP	2018/09/10	2018/09/14	45
THEORETICAL METHODS IN MOLECULAR SPINTRONICS	2018/09/17	2018/09/19	40
CONGRESO GEOEUSKADI: CARTOGRAFÍA E INFORMACIÓN GEOGRÁFICA	2018/09/24	2018/09/25	125
SPANISH CONFERENCE ON NANOPHOTONICS	2018/10/03	2018/10/05	50
IV CONGRESO DE SALUD DIGITAL	2018/10/10	2018/10/14	150

5.2.2.3. ARGITALPEN ESPEZIFIKOAK

Donostia Turismoa & Convention Bureauk hainbat argitalpen diseinatu du turismogunea sustatzeko, bisitariaren esperientzia errazteko, hiria kongresuak egiteko edo pizgarri-bidaietarako turismogune gisa sustatzeko, etab.

Kongresuen antolatzaileentzako gidaliburua



Pizgarrien gida: berrargitalpena



Hautagaitzak aurkezteko kita

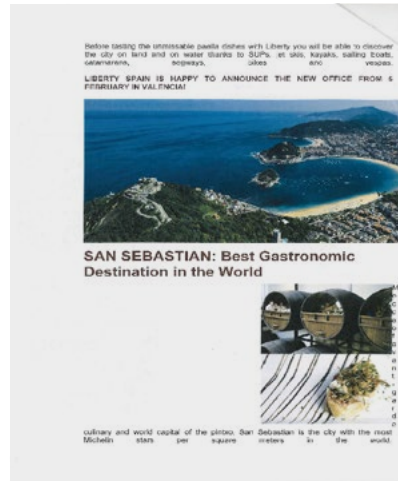
Donostia Turismoa & Convention Bureauk etengabe berritzen du hautagaitza aurkezteko materiala, argazki, informazio, datu eta abar berriak txertatuta.

5.2.2.5 MICE 2018 PRENTSA ETA PUBLIZITATEA



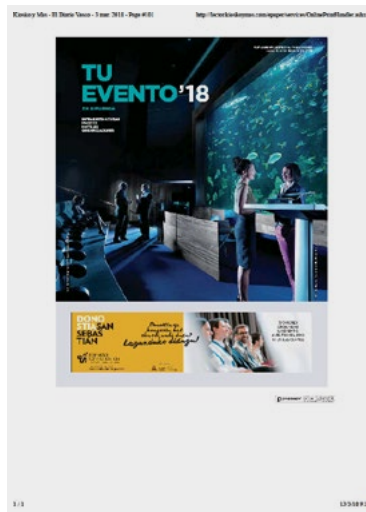
URTARRILA: Chicagon Turespañaren turismo-bulegoko iMeet blogean argitaratzeko eta banatzeko inprimatutako liburuxkak.

URTARRILA: Erreportajea MICE Talk aldizkarian Turespañaren eskutik - India.



OTSAILA: Donostiako venue-en inguruko erreportajea MEET AND TRAVEL aldizkarian.

OTSAILA: What´s cool in Spain erreportajea Liberty International agentziaren newsletterrean.



MARTXOA: Elkarrizketa eta publizitateko faldoia EL DIARIO VASCO egunkariko ekitaldiei buruzko gehigarrian.



2018ko UDAZKENA: 2018ko ekainean Donostian egindako IBERIAN MICE FORUM ekimenari buruzko erreportajea MEET IN aldizkarian.

2018ko LEHEN HIRUHILEKOA: Erreportajea HOSTELTURen 2018ko MICE argitalpen berezian.

5.3. AISIALDIKO TURISMOA

5.3.1. PRODUKTU TURISTIKOAK

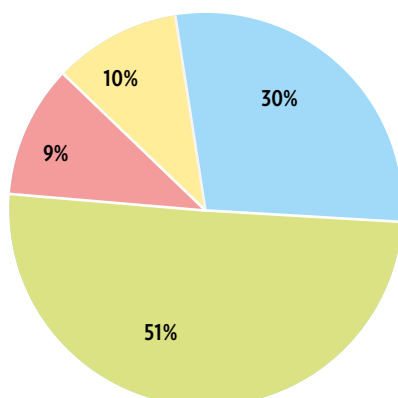
Zerbitzu osoa eskaintzeko, eta turismoguneak eskaintzen dituen aukerak turistari gertuago eta irisgarriago jartzeko, Donostia Turismoa & Convention Bureauk askotariko produktu propioak prestatzen ditu eta lotutako enpresei ere babesa eta aholkuak eskaintzen dizkie haien produktuak sortzeko. Horrez gain,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

5.3.1.1. SAN SEBASTIAN CITY BREAK: IHESALDIK

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

la 25 ihesaldi diseinatu eta merkaturatzen ditugu, gaika sailkatuta Donostiaren irudia eta posizionamendua indartzeko, 4 ardatz handitan bilduta: Hiriburua Gastronomikoa, Kulturaren eta Jaialdien Hiria, Sport City, Premium-Erromantikoa turismogunea.

EHUNEKOAK IHESALDI MOTAREN ARABERA 2018



Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau



ESCAPADA ROMÁNTICA: HOTEL CON ENCANTO Y CIRCUITO SPA



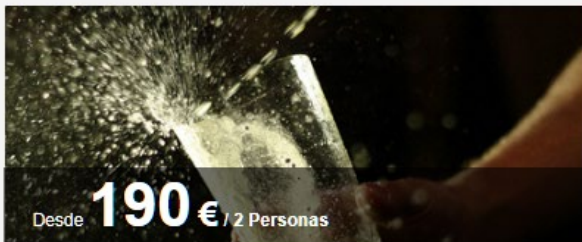
ESCAPADA CULTURAL EN FAMILIA



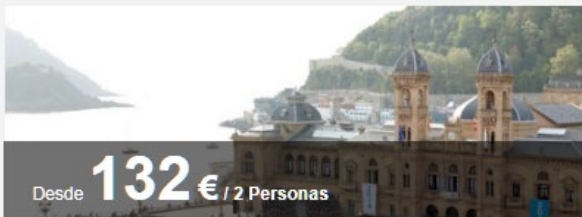
ESCAPADA BODEGA DE TXAKOLI TALAIBERRI



Desde **110 €** /Persona
ESCAPADA FESTIVALES: SEMANA DEL TERROR 2018



Desde **190 €** / 2 Personas
ESCAPADA SIDRERA AL MUNDO DE LA MANZANA

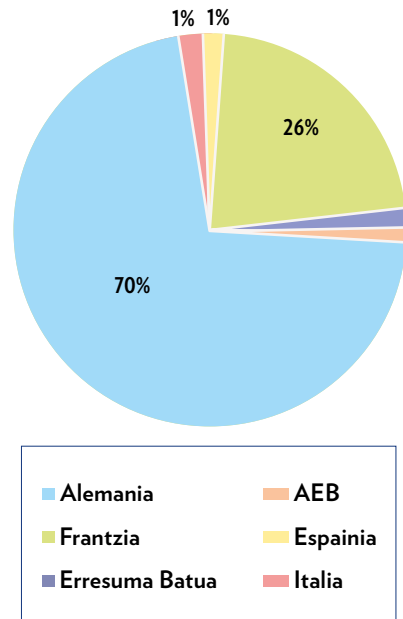


Desde **132 €** / 2 Personas
SAN SEBASTIÁN CULTURAL: MUSEO SAN TELMO, MUSEO BALENCIAGA Y VISITA GUIADA

Bisita gidatuak Donostian

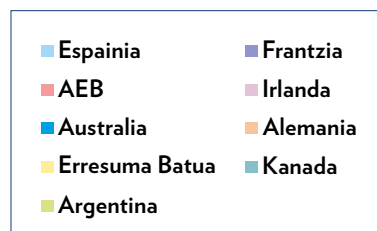
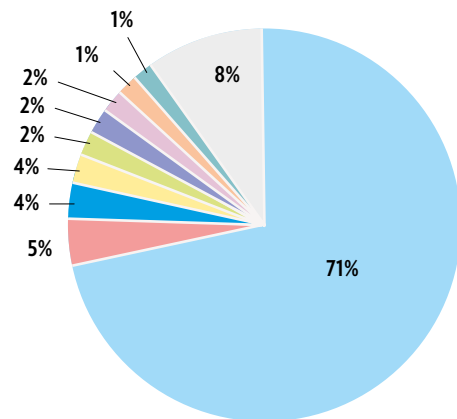
Oinezko bisita gidatuak aukera ematen die bisitariei hiriaren historiari, kulturari, ohiturei eta tradizioei lotutako alderdiak gidari profesional baten eskutik sakonago ezagutzeko. Donostia Turismoa & Convention Bureauk hainbat motatako bisitak eskaintzen ditu urte osoan.

IRTENALDITXOEN JATORRIA 2018



Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

BISITA GIDATUEN JATORRIA 2018



Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

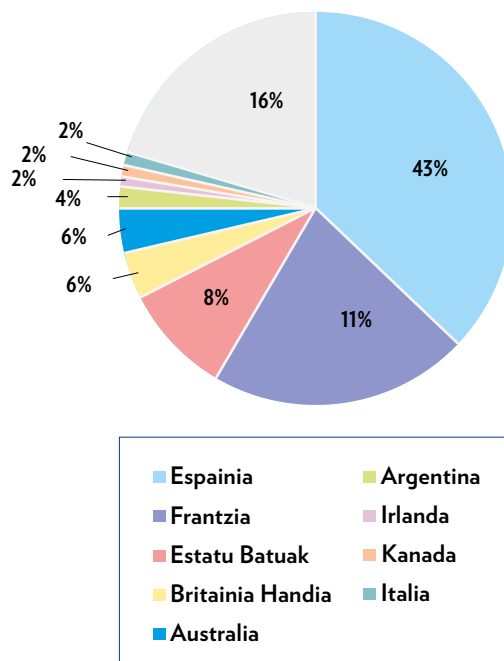
Kide ditugunen produktuak

“Feel like a donostiarra” lelopean, turistak askotariko jarduerak ditu aukeran; adibidez, txangoak, bisita gidatuak, gastronomia, euskal kultura, jarduerak itsasontzian, aisialdia eta uretako kirolak. Donostia Turismoa & Convention Bureauren [kide diren tokiko enpresek](#) eskaintzen dituzte:

TXANGOAK	Done Jakue Bidea	BASQUE STYLE	Galarreta frontoia	
	Bidasoa tourra		Bisita pilotalekura eta erremonte partidak	
	Iparraldeko kostaldeko tourra		Bazkaria/afaria Astigarragako sagardotegian + bisitaldia Sagardoetxea museora	
	Urola Kostako tourra		Bazkaria/afaria Petritegin	
	Bilbo (Guggenheim) eta Gaztelugatxe		Adarrazpi gaztandegira bisitaldia	
	Iparraldeko kostaldeko tourra: Donibane Lohizune eta Biarritz		Sagardo Apurua jatorri deiturako sagardo dastatzea-uztartzea	
	Gipuzkoako Kostako bisita (Orio, Zarautz, Getaria eta Zumaia)		Sagardo Apurua jatorri deiturako sagardo dastatzea-uztartzea + bertsolariak	
	Arabar Errioxako bi ardoteigira bisita		Sagardoaz gozaten Mikel Gardizabalekin	
	Hiru tenpluen ibilbidea		Bazkaria - Baleontzi menua	
	Txakoli tourra		Txerriboda & Sagardofest	
	Txotx eta Albaola		BISITA GIDATUAK	Donostia Funtsezkoa
	Tolosako Azoka eta sagardotegia			Donostia Kulturala
	Idiazabaleko gaztandegia eta sagardotegia			Miramar Jauregira bisita
	Flyscharen ibilbidea eta sagardotegia			Egia bisitaldia
Gipuzkoa Kosta autobus-txangoa	Ondarreta bisitaldia			
Barnealdeko Gipuzkoa autobus-txangoa	Donostia City Tour autobus-turistikoa			
GASTRONOMIA	Pintxo-tourra	Donostia City Tour tren turistikoa		
	Pintxo tour lokala	Bike Tour		
	Basque cooking class	eBIKE		
	Spanish cooking class	Urgull Mendia		
	The essential pintxo cooking class	Total Tour		
	Goi mailako sukaldaritza tailerra BCC	AISIALDIA		Kasinoan gaua
	Goi mailako euskal sukaldaritza tailerra BCC			We are Alive San Martin Merkatuan
	Summer pintxos edition BBC	URETAKO ERAKUSTALDIAK		“Ciudad de San Sebastián” katamarana
			Motordun txalupak uhartera	
			SUP XL alokatu	
	Stand Up Paddle eta piragua Kontxako Badian			
		Bizikleta, Surf eta Skate alokatzeko bonu mixtoa		

Lotutako produktuen sarrera handitu egin da 2018an (2017an 90.462,45 €-koa izatetik 2018an 119.915,4 €-koa izatera igaro da), nahiz eta unitate kopuruari dagokionez zertxobait gutxitu den 2017. urtearekin alderatuta.

ZERIKUSIA DUTEN PRODUKTUEN JATORRIAK 2018

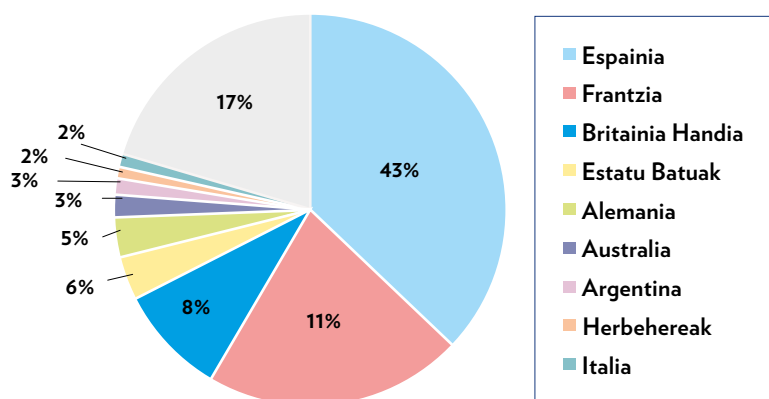


Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

Txartel turistikoak

Bi ildo ditugu txartel turistikoetan eta bisitariei turismoguneari 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 (2 txartel) Donostia, Gipuzkoa eta autonomia-erkidegoko hiriburuak ezagutzeko.

SSCARD JATORRIA 2018

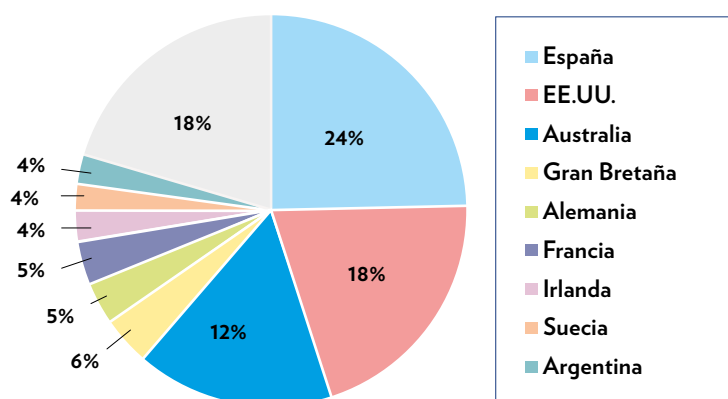


Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

Garraio turistikoa

Bi garraio bide turistikok (trenak eta autobusak) hiriaz gozatzeko eta, bertako ibilbide ugarien bidez, gertakari historiko eta bitxikeria ugari aukera eskaintzen diote bisitariari. Guztira, autobus turistikorako 44.901 ticket eta tren turistikorako 81.864 txartel saldu ziren.

BASQUE CARD-EN JATORRIA 2018



Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

2016 eta 2017ko konparazio-datuak bulegoan arretaz hartutako bisitari kopuruan jaitsiera bat erakusten dute. 2016an, Donostia Europako Hiriburua Kulturala izanik, Alderdi Ederren bulego berri bat ireki zen urte guztirako, eta horrek azaltzen du 2017ko jaitsiera. 2018an, aldiz, giza-errekurtso eta errekurtso material berdinekin lan egin arren, beherako joerak jarraitu egin du. Datuak inguruko bulegoekin kontrastatuta, ikusten da errepikatzen den joera orokorra dela, informazioa eskuratzeko aukera teknologikoak hazi egin direlako. Ondorioz, etorkizunari begira eskainiko diren produktu eta zerbitzuen inguruko hausnarketa sakon bate egin beharra dago bisitariarentzat erakargarria izan dadin.

5.3.2. BISITARIARENTZAKO ARRETA

BISITARIAK GUZTIRA	2016	2017	2018	
Urtarrila	4.276	4.890	5.797	%-18,55
Otsaila	4.892	6.543	5.357	%-18,13
Martxoa	19.492	8.000	9.625	%20,31
Apirila	23.559	23.493	15.495	%-34,04
Maiatza	29.510	20.373	21.642	%6,23
Ekaina	33.414	25.865	24.444	%-5,49
Uztaila	58.777	55.394	44.341	%-19,95
Abuztua	76.180	75.785	63.893	%-15,69
Iraila	42.827	44.872	37.953	%-15,42
Urria	28.534	21.561	21.574	%0,06
Azaroa	9.767	9.408	9.248	%-1,70
Abendua	14.114	9.897	8.328	%-15,85
GUZTIRA	345.342	306.081	267.697	%-12,54

*Datu hauetan bulegoan emandako arreta bakarrik dago jasota, eta ez planoen makinan emandakoa.

Iturria: Donostia Turismoa & Convention Bureau

5.3.3. AZOKAK ETA WORKSHOPAK

Lehen aipatu dugun moduan, hiriak jasotzen duen atzerriko bisitarien kopurua handiagoa da Estatu baitakoena baino aurreko Gida Planean ezarrita zegoen moduan. Gaur egungo planak ere jasotzen duen nazioartekotzea lantzen jarraitzeko, Donostia Turismoa & Convention Bureauk sustapen-lana egiten du batez ere atzerrian sektore turistikoko azoka profesional eta orokorretara Basquetourrekin eta Turespañarekin batera joanez.

Horrekin lotuta, nabarmendu beharrekoa da Japoniako JATA azokaren arrakasta; merkatu horrek interes handia baitu Donostian.

Bestalde, esparru hauekin lotutako azoka espezializatueta parte hartzeko laguntza eman diogu hainbat bazkideri:

- Running-a
- Irisgarritasuna
- Hizkuntzen turismoa

ESTATUKOAK	NAZIOARTEKOAK
FITUR (Madril)	Salon de Tourisme de Toulouse (Okzitaniako Tolosa)
Navatur (Iruñea)	ITB (Berlin)
Sevatur (Donostia)	Workshop OET La Haya (Rotterdam)
B-Travel (Bartzelona)	Festival Basques a Bordeaux
Expovacaciones (Bilbo)	Jata (Japonia)
INTUR (Valladolid)	WTM (Londres)
Destinos Euskadi (Valentzia)	



5.3.4. FAM TRIPS EDO BIDAIA-ERAGILEAK

Donostia Turismoa & Convention Bureauk **familiarizazioko 14 bidaiatan** parte hartu eta lagundu du erakundearentzat estrategikoak diren esparru hauen inguruan: City Break, Gastronomía eta Premium. Merkatuei dagokienez, hauek nabarmendu behar dira: Alemaniakoa, Estatu Batuetakoa eta Britainia Handikoa.

Atal honen baitan, gainera, harrera-agentzietako, hoteletako, ostalaritzako, garraioko, baliabide turistikoetako enpresetako eta abarretako bazkideekin zein turismo irigarrian espezializatutako bazkideekin batera lan egin dugu turismoa

sustatzeko funtsezko sektoreak direlako. Horrekin lotuta, eskertu beharrekoa da bazkideen inplikazioa. Izan ere, hotelekin, jatetxeekin, tabernekin eta harrera-agentziekin batera egin dugu lan.

Horrekin lotuta, nabarmendu beharrekoak dira Alemaniako merkatuak turismogunea ezagutzeko eta sakontzeko agertu duen interesa eta VIP edo Premium bidaiak izan duten igoera.

AGENTZIA-ANTOLATZAILEA	TIPOLOGIA	AGENTE KOPURUA	HILABETEA	JATORRI HERRIALDEA
Njoy	Moda	1	Martxoa	Taiwan
Prestiges	Premium	14	Apirila	Errusia
Oet Singapur	Gastronomia Aktiboa	5	Maiatza	Australia-Zeelanda Berria
Diesenhau	Familiakoa	3	Maiatza	Israel
Satori World Travel	City break	1	Ekaina	Frantzia
Granada Exclusive	Premium	1	Uztaila	Espainia (Bezerao AEB)
Alemania Basquetour	Kulturala	6	Iraila	Alemania
Black Tomato	Premium-Gastronomia	2	Iraila	Erresuma Batua
Msg Tours	City break	2	Iraila	Erresuma Batua
Austria Basquetour	City break	5	Urria	Austria
Geldhauser Reisen	Kulturala	11	Urria	Alemania
Korean Air	Premium	10	Azaroa	Korea
Tailored Spain	Premium	10	Azaroa	AEB
Runa Reisen	Irisgarritasuna	1	Azaroa	Alemania

5.3.5. ARGITALPENAK

Donostia Turismoa & Convention Burearen argitalpenak hiria turismogune gisa sustatzeko tresna garrantzitsua eta boteretsua dira haien aniztasuna eta banaketa masiboa direla eta.

Edukia urtero berritzen dute turismogunearen eta erakundeko bazkideen informazio-behar berrietara egokitzeko. 2018. urtean, aldaketa hori aurreko urteetan baino handiagoa izan da 2017-2021 Turismoko Gida Planean jasotako beharrei erantzun ahal izateko. Hala, dokumentu honek hirian turismoaren inpaktua deskontzentratzeak duen garrantzia jasotzen du, bertan lan egiten duten bazkide eta auzo guztiek onurak eskura ditzaten.

Ikuspegi hori argitalpen nagusietara ere iritsi da eta "Ongietorri" gidak (sei hizkuntzatan argitaratutako 45.000 ale) eta ostatuen mapak (10.000 ale) hiriko eskaintza turistikoa zonalde edo auzo ezberdinetan banatuta aurkeztu dute.



Gida erabat berri du deskontzentrazioko estrategia babesteko: 'Donostia auzoz auzo' atalaren bidez, auzoak zazpi eremutan banatuta jaso dira. Erakargarritasun turistikoak eta sukaldaritzako zein ostatuen atalak ere irizpide horren arabera diseinatu dira.

Bestalde, Foodie bisitaria aintzat hartuta, pintxoaren ibilbide ugari sortu dute auzoka antolatuta. Ez da hori izan gastronomia arloko berrikuntza bakarra; izan ere, bazkideen jabetxeen zerrendan intereseko beste informazio bat gehitu dugu: sukaldaritzaren mota, espezialitateak eta menuaren, kartaren, dastatze-menuaren eta asteburuko menuaren prezioak, esate batera.

2018an, aurreko urteko argitalpen guztiak mantentzeaz gain, 2017-2021 Gida Planean jasotako publikoetara zuzendutako eduki berriak prestatu dira:

- **'Art in San Sebastián'**: kultur esparruan interesa duten bisitariari zuzenduta dago (Gida Planean *Cool* publikoa deitu zitzaion). Koma Zerbitzu Kulturalak aholkularitza-entresarekin batera, hiru ibilbide eskultoriko diseinatu zituzten, eta gero hiriko erakusketa-zentroekin eta arte-galerekin osatu. Argitalpenaren helburua Donostia *City Breaker*ako turismogune egoki gisa posizionatzea da, kulturaz gozatu ahal izateko aukera ugarirekin.

- **'Made in San Sebastián'**: Donostia *Moda* klusterrarekin batera, erosketen gida bat diseinatu eta inprimatu genuen hiria *shopper*erako erakusleho paregabe bihurtzen duten tokiko saltokiak bultzatzeko asmoz (Gida Plan berriaren arabera landu beharreko beste ildoetako bat da).

Gainera, Donostia Turismoa & Convention Bureauko eta hiriko marka esanguratsu batzuetako bazkideak bildu ditugu erosketetako 10 ibilbide tematikoren inguruan, eta mapa batean establezimendu guztiak jasotzen dituen argitalpena inprimatu eta PDFak argitaratu ditugu.





Argitalpenen hedapena zabaltzea

Donostia Turismoa & Convention Bureauko bazkideek argitalpen berriak ezagut zitzaten, haietako batzuen ale fisiko batzuk bidali genizkien; Ongietorri gidaren ale batzuk lau hizkuntzatan bidali genizkien, adibidez, eta handizka erosteko garaian beherapena eskaini genien. Helburua gida hori ahalik eta gehien hedatzea eta hiriko gida ofizial bihurtzea zen. Hala, 5.000 ale baino gehiago saldu ziren.

Bidalketa horrez gain, urte osoan bazkideei beste bi bidalketa fisiko ere egin zaizkie, Donostia Turismoa & Convention Bureauk eskaintzen dituen zerbitzuen berri izan dezaten.

- Udan, eskainitako jarduerak gure bulegoan salgai egoten dira: bazkideen jarduera eta zerbitzuak biltzen dituen argitalpena, bisita gidatuen argitalpena eta “Made in San Sebastián” izeneko saltokien argitalpena.
- Abenduan, Gabonetako Agenda eta bazkide diren saltokien mapa, urte-saso horretan ohikoak diren salmentak bultzatzeko.

Publizitateko guneak komertzializatuta lortutako publizitate-sarrerak

Argitalpenetan publizitaterako guneak saldu izanari esker, sozietateak 40.000 € baino gehiago eskuratu ditu sarrera garbitan.

Publizitate eremuak saltzen dira hiriko mapan eta Ongi Etorri gidan.

Ongi Etorri gida merkaturatzeak (bisitariarentzako prezioa 1 €-koa da) baliabide propioak sortzen laguntzeaz gain, horien inprimaketa eta banaketa gutxitzen laguntzen du; ondorioz, hedapena askoz ere jasangarriagoa eta arrazoizkoagoa dela esan dezakegu.

5.4. TURISMOGUNEAREN KUDEAKETA

Azken urteotan, turismogunea modu globalean kudeatzeko beharren ideia sendotu da turismogunean nahasitako hiru eragile nagusi kontuan hartuta: bisitaria, egoiliarra eta turismo-enpresak.

Horregatik, eta 2017-2021 Turismoko Gida Planak ezarritako ildoan baitan, 2018ko bigarren seihilekoan burutu dira Donostia Turismoaren antolaketa baitan sartuta egongo den Turismogunearen Kudeaketa saila sortzeko lanak.

Sail horrek azken urteotan ere landu izan ditugun laneko ekintzak eta ildoak garatzen ditu: kide diren enpresen kudeaketa, kide diren turismo-enpresen lehiakortasuna, lidergoa eta gobernantza administrazio publikoko beste sail batzuekin alderatuta eta turismogunearen gaineko zuzeneko kudeaketa-ekintzak. Horien artean, hauek aipatu behar dira: seinaleztapen turistikoa, hotelena mugigarritasuna, irisgarritasuna...

5.4.1. JARDUERAK SEKTOREAREKIN

5.4.1.1. JARDUNALDIAK ETA TAILERRAK

Aurten, sektorean sortzen ari diren gai eta kontzeptu berritzaileen inguruan kide diren turismo-enpresei prestakuntza emateko hasitako lanarekin aurrera jarraitu dugu. Gai horietako batzuk dira, adibidez, Datuak Babesteko Europako Araudi berriaren aplikazioa edo Internetekin lotutako gaiak: SEO posizionamendua, onlineko erreputazioa edo sare sozialen kudeaketa.

Bestalde, Donostia Turismoa & Convention Bureau kide diren enpresekin batera antolatu dituen jardunaldien helburua da sektore pribatuarekin batera modu koordinatuan lanean jarraitzea. Horrekin lotuta, honako hauek azpimarratu behar dira bereziki: lankidetzeta, enpresen arteko sinergiak sortzea eta eskaintako zerbitzuak eta bisitariak bizitako esperientziak hobetzea.



JARDUNALDIA	LEKUA	DATA	PARTE HARTZAILEAK		BALORAZIOA (1-10)
			ENPRESAK	PERTSONAK	
Taldea Egiten Ekimena	Kutxa Ekogunea	2018/02/14	26	32	8,76
SEO LOCAL + Google Maps posizionamendua	Hotel Amara Plaza hotela	2018/03/07	26	35	9,12
Datuak Babesteko Araudi berriaren tailerra	Hotel Londres y de Inglaterra hotela	2018/04/11	43	57	8,45
Onlineko erreputazioa	Hotel Amara Plaza hotela	2018/05/23	26	28	9
Sare sozialak tailerra II	Hotel Amara Plaza hotela	2018/10/17	23	25	8,84
Taldea Egiten Ekimena (amaiera)	Hiruzta upategia	2018/11/21	28	37	8,74
Bazkideen kopa ekitaldia	Miramar jauregia	2018/12/17			
PARTE HARTZAILEAK, GUZTIRA			172	214	8,82

5.4.1.2. TURISMO-ENPRESEN LEHIAKORTASUNA HOBETZEKO EKINTZAK



Turismoguneko Jardunbide Egokien Programa (SICTED)

- **SICTED proiektua**, turismoguneetako kalitatea hobetzeko proiektua da. **38 enpresarekin** aritu gara lanean etengabe; **denek** gainditu zuten kanpoko ebaluazioa eta Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoari eutsi diote.
- **3 informazio-bilera** (gosari-bilerak). Urtarrilaren 31n, otsailaren 2an eta 7an, 3 bilera-gosari antolatu dira Kalitate Turistikoaren Konpromisoa mantentzeko eskakizun guztiak bete behar direla gogorazteko.
- **16 ATI'S**, Asistentzia Tekniko Indibidualizatu egin dira. SICTED programaren edukiak sendotzeko eta garatzeko eta parte hartutako negozioen lehiakortasuna hobetzeko lana bideratzeko egin ditugu.
- **Kanpoko ebaluazioak**. Kanpoko ebaluazioak txandaka egiten dira 2015etik; Ebaluazio dokumentala (ziklo bakoitiak) eta Bezero Misteriotsuarekin (ziklo bikoitiak).

Aurten **26 ebaluazio dokumental** eta **Bezero Misteriotsuen 12** egin dira.



IKTen erabilerako Jardunbide Egokien Programa

- **IKTen erabileran Jardunbide Egokiak** bultzatzeko proiektuaren barruan (informazioaren eta komunikazioaren teknologien erabilera hobetzera zuzenduta dagoen programa da), **15 enpresarekin** jardunbide egoki horiek ezartzeko eta hobetzeko lana egin da.
- **41. laguntza-bisita**, pertsonalizatutako hobekuntza-planean gomendatutako jardunbide egokiak ezartzen laguntzeko.
- **Heldutasun digitalak 8 maila** ditu eta enpresa gehienek oso maila aurreratuera iristea lortu dute:

MAILA	ENPRESA KOPURUA
1. OINARRIZKOA	0
1. AURRERATUA	0
2. OINARRIZKOA	0
2. AURRERATUA	3
3. OINARRIZKOA	0
3. AURRERATUA	3
4. OINARRIZKOA	0
4. AURRERATUA	9



2018ko maiatzaren 16an, Eusko Jaurlaritzak Gasteizko Artium museoan antolatutako **Kalitate eta Berrikuntza Programen aitortpen-ekitaldi ofizialean** izan ginen. Bertan, Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoaren Diplomak (SICTED) eta/edo IKTen erabileran Jardunbide Egokien Programan parte hartzearen eta maila gainditzearen Diploma-ziurtagiriak eman zituzten.

5.4.2. JASANGARRITASUN TURISTIKOA

Urtero, gero eta garrantzi handiagoa hartzen du turismoan jasangarritasun kontzeptuak, zeharka aplikatuta. Garatzen diren ekintza eta proiektu guztietan du eragina.

Horretarako, Donostia Turismoa & Convention Bureauk tokiko administrazio sail ugariarekin (presidentetza, mugigarritasuna, mantentzea eta hiriko zerbitzuak, adibidez) eta Foru Aldundiarekin eta Eusko Jaurlaritzarekin batera egindako topaketak zuzentzen eta lana koordinatzen jarraitu du.

Miramar Jauregiko Kontsorzioaren zuzendaritzarekin batera eta Basquetourren laguntzarekin, jauregiaren solairu nobleari eta bertako historiari balioa eman nahi izan zaio lorategietan ikusgai jarritako azalpenen panelen bidez (lau hizkuntzatan). Gainera, bertakoentzat zein bisitariarentzat turismo-erakargarritasuna izan dadin, lehen aldiz, jauregiko aretoak nahi dutenentzat ireki dituzte lau hizkuntzatan egindako bisita gidatuen bidez. Hala, Miramar jauregia (baliabide turistiko bat) publikoarentzat berreskuratu ahal izan dugu fluxu turistikoaren deszentralizazioa bultzatuz.

Basquetourrek bultzatuta, diagnostiko pilotua egin da Donostian Segitturren (Berrikuntza eta Teknologia Turistikoak Kudeatzeko Estatuko Merkataritza Sozietatea) Turismogune Adimentsuen metodologia aplikatuta. Metodologia horrek turismogunea 5 ardatzetan banatuta aztertzen du: gobernantza, jasangarritasuna, irisgarritasuna, berrikuntza eta teknologia.

5.4.2.1. IRISGARRITASUNEN EKINTZAK (ANIZTASUN FUNTZIONALA)

2017an hasitako hiriko irisgarritasun turistikoaren inguruko laneko ildoarekin aurrera jarraitu dugu.

Udaberriean, Donostia Turismoa & Convention Bureauk, espezializatutako enpresa batzuekin (Basqueforall, ZA eta Errotu) batera eta Gipuzkoako Ostalaritza Elkartearen laguntzarekin, turismo-enpresa pribatuetako ordezkariarekin, administrazio publikoko sail ugarietako teknikariarekin eta aniztasun funtzionala duten erabiltzaileen elkarteekin jardunaldia antolatu zuen. Jardunaldi hartan, kate turistikoan irisgarritasunak dituen indarguneak eta ahuleziak landu genituen oro har, eta behar nagusiak detektatu.

Jardunaldi horren ostean, Donostia Turismoa & Convention Bureauk Donostiako irisgarritasun turistikoaren egoera-diagnostikoa enkargatu zuen. Betan, ahulezia horiek hobetzeko eta behar handiena estali ahal izateko abian jarritako ekintza batzuk planteatu ziren: turismogunearen irisgarritasunaren benetako egoeraren berri ematea.

Urriaren 1ean eta 2an, Turismogunearen Kudeaketa sailak Bruselan egindako kongreso "2nd World Summit on Accessible Tourism" batzarrean hartu zuen parte mundu mailan irisgarritasun turistikoak kudeatzeaz arduratzen diren erakunde eta elkarte ugariarekin batera.

5.4.2.2. HOBETUNTZA-JARDUERAK AZPIEGITURETAN: MUGIKORTASUNA, IRISGARRITASUNA, SEINALEZTAPENA

Bilera estrategikoak egiten jarraitu dugu batez ere Udaleko Mugikortasun sailarekin oraindik ere sektore turistikorako eta hirirako sentsibleak diren gai garrantzitsu batzuk lantzeko: seinaleztapena eta sarbideak hotel berrietara, eskatu ahalako autobusen kudeaketa, biltzarkideak autobusez Kursoal batzar-jauregira eramateko autobusen kudeaketa, Hazi baimenentarako leihatila bakarreko zerbitzu berria martxan jartzeko aukera aztertzea... Gainera, Mugikortasun sailaren eta ekitaldi esanguratsu batzuen (Donostia Cup, adibidez) arteko bitartekaritza-lana ere egin dugu.

5.4.2.3. GOBERNANTZA HOBETZEAREKIN LOTUTAKO JARDUERAK

Bestalde, gobernantza hobetzearekin lotutako ekintzak bultzatzeko proiektuetan parte hartu dugu:

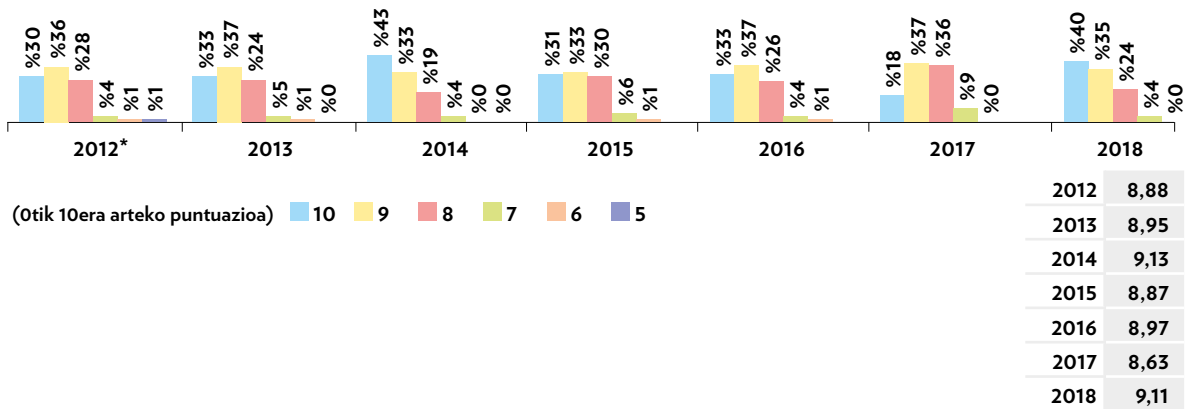
Alde Zaharra proiektua. Udalak bultzatutako "Donostia Lagunkoia" Hiriko Planaren baitan, hainbat laneko jardunalditan hartu du parte Donostia Turismoa & Convention Bureauk. Horien helburua Donostiako Alde Zaharrak (gune publiko sentsible eta berezia) izan ditzakeen behar eta erabilera ugarien inguruko gogoeta egitea da eremuaz gozatzen duten guztien ikuspegia aintzat hartuta: adin handiko bizilagunak, merkatariak, ostalariak, gazteak, haurrak, turistak...

5.4.3. TURISMOGUNEKO INKESTA

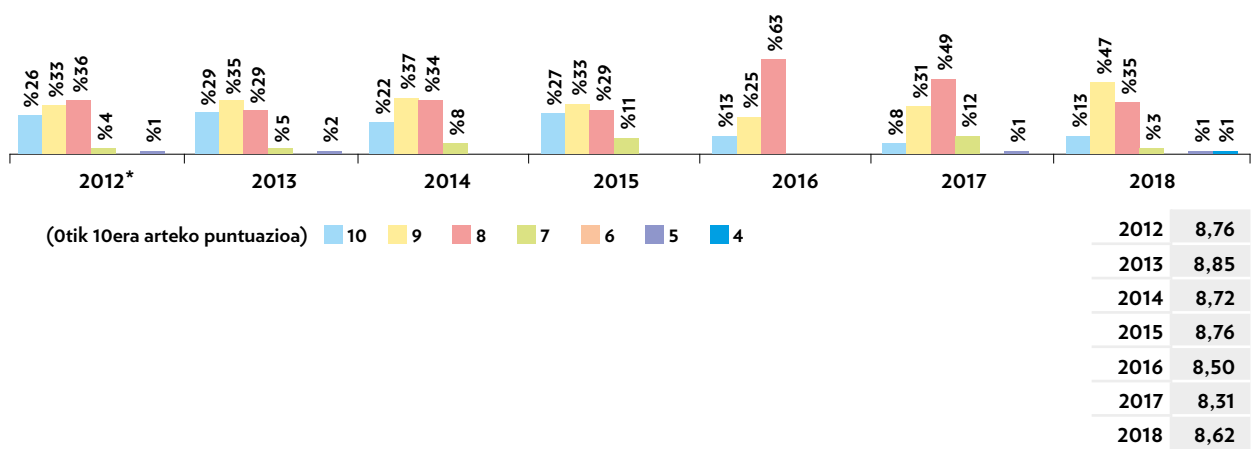
ASEBETETZE MAILA - BILAKAERA

ORO HAR, ZER NOTA JARRIKO ZENIOKE DONOSTIARA EGINIKO BISITARI?

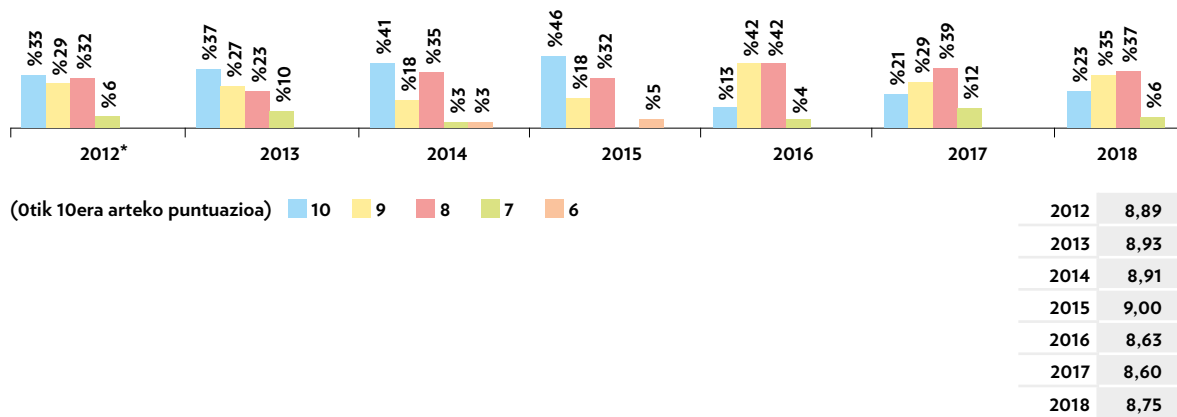
GAUA EMANDA



UDALERRIAN GAUA EMAN EZ DUEN TURISTA



TXANGOLARIA



6. SARIAK ETA AITORPENAK

6.1. KALITATE TURISTIKOKO ZIURTAGIRIA



Informazioa eta harrera eskaintzeko zerbitzuak berri egin du 2018an 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 egin dira.

6.2. 2018AN JASOTAKO BESTE SARI BATZUK

Finalista TURISMOAREN MUNDUKO ERAKUNDEAREN Nazioarteko XV. Sarietan berrikuntza eta jasagarritasuna aitortuz (emaitza 2019ko irailean jakinaraziko dute Turismoaren Mundu Erakundeak egindako batzar nagusiaren baitan).

Parte hartu dugun hitzaldiak

- “*Soluciones innovadoras para mejorar la competitividad en los destinos*” hitzaldia “El potencial y los retos de las regiones ultraperiféricas de la Macronesia para lograr un desarrollo azul sostenible” konferentziaren baitan. Lanzarote, 2018ko abenduak 12.
- “*Situación actual y gestión por parte de las distintas administraciones de los alojamientos turísticos*” hitzaldia eta “*Impacto económico del turismo de congresos y eventos*” mahai-inguruko panelista turismo sektoreko Berrikuntzen V. Foroaren baitan. Valladolid, 2018ko azaroak 23.
- Panelista “*Colaboración público-privada en el desarrollo de City Breaks*” gaiaren inguruko mahai-inguruan “City Breaks: generando experiencias” gaiaren inguruan Turismoaren Mundu Erakundeak antolatutako konferentzian. Valladolid, 2018ko urriak 15.
- Hizlaria “*Ecotourism & Sustainable Tourism Conference 2018*” konferentzian. Jeju. Korea. 2013ko irailak 19-20.
- Panelista “*Looking Towards 2030: An Innovative Approach to Competitiveness in Urban Destinations*” osoko bilduran 7th UNTWO GLOBAL SUMMIT ON URBAN TOURISM goi-bileraren baitan. Seul. 2018ko irailak 16-19.
- “*Gestión de infraestructuras y espacios públicos*” gaiaren inguruko mahai-inguruko parte-hartzea Spain Convention Bureauren bileren eta batzarren turismoari buruzko topaketa barruan. Las Palmas, 2018ko uztailak 5 eta 6.
- Hizlaria Basquetourrek EEErekin eta IHOBerekin elkarlanean antolatutako jardunaldi barruan egindako “Nola bultzatu turismo arloko jasagarritasuna eta adimena Euskadin?” hitzaldian. Donostia, 2018ko azaroak 23.
- Istria Groumet Festival jaialdiaren barruan, parte-hartzailea “Global trends and best practices” mahai-inguruan. Rovinj. Kroazia. 2018ko urriak 30.
- Hizlaria “Casos de éxito en planificación, gestión y promoción en destinos turísticos gastronómicos” hitzaldian, Murtzia eskualdean turismo gastronomikoa eraikitze gakoak gaiari buruzko jardunaldian. Murtzian, 2018ko azaroak 14.
- “Cocinando destinos gastronómicos” jardunaldiaren baitan “Claves para diseñar un destino de turismo gastronómico sostenible” gaiko hizlaria. Tenerife, 2018ko azaroak 28.

7. EUROPAKO SAREETAKO PARTE HARTZEA

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

- **ICCA - International Congress & Conference Association**

Munduko enpresa, erakunde eta kongresu-jauregi, konbentzio eta pizgarri nagusiak ordezkatzeko dituen mundu mailako elkarteak. Mundu guztiko 80 herrialdeetako 850 konpainiak hartzen dute parte bertan.

- **ECM – European Cities Marketing**

Europako hiriburu-erakundeak eta Convention Bureau-en sareak, ezagutza partekatze, ikuspegi operazionalerako batera lan egiteko eta merkatu eta aukera berriak bilatzeko. Informazio, teknologia, ikerketa, estatistika, marketing eta komunikazio alorrean garatzen du jarduerak.

Gaur egun, 32 herrialdeetako Europako 134 hiriburu daude ordezkaturak sarean.

Donostia Turismoak sarean eta City Cards, IKTak, Digital Knowledge eta Statistics and Research lantaldeetan hartzen du parte.

- **SCB - Spain Convention Bureau**

Espainiako Convention Bureau Elkarteak. Bazkide diren hirietarako, maila nazionalen eta nazioarte mailan, baterako sustapen-ekintzak garatzea du xede nagusia. Donostia Turismoa & Convention Bureau Elkartearen lantaldeko kidea da.

- **Itourbask – Turismo Bulegoen Euskal Sarea**

Euskal Autonomia Erkidegoko turismo-bulego nagusiez osaturakoa 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, operatibotasuna, ikaskuntza, sormena, berrikuntza, jasangarritasuna, eraginkortasuna... Erabakiak hartzeko gai diren eta, gainera, zerbitzuen kudeaketan kalitate handia eskaintzen duten enpresak.

- **Destinos Euskadi**

Helburu nagusia marka horretan sartutako turismoguneak bultzatzea da; hau da, Bilbo Turismoa, Gasteizko kongresuen eta turismoaren udal-zerbitzua, Bidasoa aktiboa (Hondarribia, Irun eta Hendaia), Zarauzko turismobulegoa eta Donostia Turismoa.

- **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 gastronomia ulertzeko modu hau sustatzen du jatetxe, taberna, denda eta beste establezimendu gastronomiko batzuek osatutako sare baten bidez. Zenbait eskakizun eta konpromiso-irizpide betetzen dituzte sareko kideek.

- **Surfing Euskadi**

Surfing Euskadi produktu-kluba 70 enpresa eta 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.

- **European Best Destination:**

Bruselan kokatuta dagoen Europako erakundea da. Horren helburua turismo-erakundeekin eta EDEN sarearekin batera Europar kultura eta turismoa sustatzea da. Europako turismoguneen aniztasuna eta kalitatea sustatzen ditu.

- **Euskal Kostaldea:**

Kalitatezkoak eta bereziak, eskariaren arabekoak, ekonomikoko errentagarriak, eta ingurumenarekiko eta tokiko nortasunarekiko bateragarriak diren eta ahalik eta ongizate sozial handiena sortzen duten turismo-produktuek eta -zerbitzuek osatzen dituzten turismoguneen sare orekatua da.

8. ORDEZKARITZEN BISITAK

2018an, hiriaren eta bertako estrategia turistikoaren inguruan gehiago ikasteko interesa zuten nazioarteko hainbat ordezkariari eman genion arreta:

- Campeche-Mexiko ordezkariak:
2018/01/25
- Seul-Hego Korea ordezkariak:
2018/03/21
- Zagreb-Kroazia ordezkariak:
2018/04/25
- Hisayama-Japonia ordezkariak:
2018/05/07
- Bangkok-Thailandia ordezkariak:
2018/05/24
- Sapporo-Japonia ordezkariak:
2018/10/19

