Donostia
San Sebastián

memoria 2019

EUS

memoria
2019

aurkibidea

1.- SARRERA

2.- HELMUGAREN BALANTZE TURISTIKOA **05**
2.1 Ostatu gauen bilakaera 05
2.2 Okupazio maila Donostian 07
2.3 MICE ekitaldien bilakaera (kongresuak, konbentzioak, pizgarriak, ekitaldiak) .08
2.4 Helmugaren nazioartekotzea 12
2.5 Donostia, Lurraldeko turismorako hiri traktorea 13
2.6 Hirira iristeko erabiltzen diren garraiobideak 13
2.7 Egungo turistaren tipologia eta profila 14
2.8 Donostia nazioarteko komunikabide eta rankingetan 16

3.- ANTOLAMENDU EGITURA **20**
3.1 Administrazio Kontseilua 20
3.2 Aholku Batzordea 20
3.3 Elkartutako establezimenduak 21

4.- BALANTZE EKONOMIKOA **25**

5. DONOSTIA TURISMOAREN JARDUNAK **26**
5.1 Marketing y Comunicación 26
5.1.1 Marka berritzea 27
5.1.2 Publizitate kanpainak 30
5.1.3 Webgunea eta sare sozialak 41
5.1.4 Press trips edo prentsa bidaiak 45
5.1.5 Prentsaurrekoak eta buletinak 46
5.2 MICE turismoa 47
5.2.1 Tokiko ekintzak 48
- Aurkeztutako hautagaitzak 48
- Enbaxadore programa 49
5.2.2 Ekintza nazionalak eta nazioartekoak 50
- Azokak eta work shopak 50
- Fam trip-ak, ikuskapen bidaiak eta bisita komertzialak 54
- Bazkideekiko ekintza bereziak 56
- Argitalpen espezifikoak 57
- MICE publizitatea eta prentsa 61
5.3 Aisialdiko turismoa 63
5.3.1 Produktu turistikoak 63
- Produktu propioak 63
· *Txartel turistikoak* 63
· *Bisita gidatuak* 64
· *Garraio turistikoa* 65
- Bazkideen produktuak 66
- Produktu turistikoak merkaturatzea 69
5.3.2 Bisitariari arreta 69
5.3.3 Azokak eta work shopak 70
5.3.4 Fam trips 70
5.3.5 Argitalpenak 71
5.4 Helmuga turistikoaren kudeaketa 75
5.4.1 Jardunak sektorearekin 75
5.4.2 Jasangarritasun turistikoa 77
- Irisgarritasunaren aldeko jardunak (dibertsitate funtzionala 77
- Azpiegiturak hobetzeko jardunak:
(mugikortasuna, irisgarritasuna, seinaleztapena) 77
- Jardun berritzaileak 78
- Behatokia 78
5.4.3. Helmugari buruzko inkesta 79

6. SARIAK ETA AINTZATESPENAK **80**
6.1 Sariak 80
6.2 Txostenetan parte hartzea 82

7. EUROPAKO SAREETAN PARTE HARTZEA **83**

8. ORDEZKARITZEN BISITAK **85**

1.

Sarrera

Donostia Turismoa 2019an iritsi da **Donostia San Sebastian Visit Bizi 2017-2021 Gida Planaren** erdiko puntura. Datuek erakusten duten bezala, helmugaren desestazionalizaziorantz, nazioartekotzerantz eta **sostengagarritasunerantz** aurrera egiteko ahalegina egin da, Donostiaren kalitatezko marka turistikoa sendotzeko eta benetakotasuna zaintzeko helburuarekin.

2019an zehar, turismoak bilakaera jasangarria izan du Donostian, **goi denboralditik kanpo** hazkunde pixka bat handiagoarekin, eta helmugaren **nazioartekotzean** gorakada argiarekin, lehentasunezkotzat edo estrategikotzat hautatutako merkatuetan bereziki. Nazioarteko merkatu nagusia Estatu Batuak dira lehen aldiz, eta Japoniako merkatuaren hazkunde handia nabarmentzen da.

DSS Turismoa sustapen masibotik urruntzen da, eta merkatu eta ardatz estrategiko argiak ezartzen ditu, **turismo jasangarria eta kalitatezkoa** sustatzeko helburuarekin. Irizpide selektibo horri jarraituz, urtean zehar lanean jarraitu du nazioarteko bilerak, kongresuak, fam trip-ak eta pizgarriak erakartzeko; influencer-ekin eta hedabide ospetsuekin lankidetzan aritu da; azoketan eta ekitaldi estrategikoenetan parte hartu du; lehentasunezko merkatuetara zuzendutako sustapen-kanpainak abiarazi ditu; ardatz eta nodo turistiko berriak sustatu ditu jende gehien biltzen duten eremuetatik at: goi denboraldiaz kanpo hiriaz gozatzeko proposamenak eta esperientziak... Horrek Donostia **nazioarteko esparruan kalitatezko helmuga** gisa kokatzen lagundu du.

⟶ **DSS Turismoa sustapen masibotik urruntzen da, eta merkatu eta ardatz estrategiko argiak ezartzen ditu, turismo jasangarria eta kalitatezkoa sustatzeko helburuarekin**

Jasangarritasuna sustatzeko abian jarritako jardunak eta Gida Planean ezarritako ekintzak aintzatetsi egin dira sari hauen bidez: **TMEren** (Turismoaren Mundu Erakundea) **Berrikuntzaren eta Jasangarritasunaren Saria** eta DV-ren **Komunikazio Digitalaren Estrategia Onenaren Saria.**

2. Helmugaren balantze turistikoa

2.1. Ostatu gauen bilakaera

2019. urtean **gorakada eutsia** izan da, eta **goi-denboralditik kanpo igoera pixka bat handiagoa** (% 8,04) udan baino (% 7,25). Ekitaldi osoan metatutako hazkundea % 7,85ekoa izan da.

Ostatu gauak

Bilakaera ostatu gauen kopuruan	2015	Gehik. 14/15	2016	Gehik. 15/16	2017	Gehik. 16/17	2018	Gehik. 17/18	2019	Gehik. 18/19
GUZTIRA	**1.165.489**	**%12,23**	**1.265.546**	**%8,58**	**1.293.857**	**%2,24**	**1.413.667**	**%9,26**	**1.524.664**	**%7,85**

Iturria: EUSTAT

Hazkunde handieneko hilabetea **urria** izan da, % **11,51**koa. Apirila ez da kontuan hartzen. Izan ere, 2018ko Aste Santua martxoan/apirilean izan zenez, eta 2019koa apirilaren amaiera aldean, apirila kontuan hartzeak datuak hutsalduko lituzke. Dena den, gauzarik aipagarriena da ostatu gauak hilabete guztietan igo direla 2018aren aldean.

turismoak % 7,75 egin du gora, eta hazkunderik handiena goi-denboralditik kanpo izan da (% 8,04)

Ostatu gauak

Bilakaera ostatu gauen kopuruan	2018	Gehik. 17/18	2019	Gehik. 18/19
Urtarrila	64.791	%3,39	71.263	%9,99
Otsaila	64.704	%1,94	69.996	%8,18
Martxoa	98.937	%25,84	102.448	%3,55
Apirila	116.450	-%2,35	132.523	%13,80
Maiatza	133.913	%13,50	143.059	%6,83
Ekaina	138.290	%6,95	153.080	%10,69
Uztaila	160.784	%7,01	174.329	%8,42
Abuztua	175.720	%12,47	186.562	%6,17
Iraila	144.081	%9,67	155.466	%7,90
Urria	132.795	%8,35	148.086	%11,51
Azaroa	96.905	%14,16	99.577	%2,76
Abendua	86.297	%11,73	88.275	%2,29
GUZTIRA	**1.413.667**	**9,26%**	**1.524.664**	**7,85%**

Iturria: EUSTAT

Udalditik kanpoko hazkundea

	Urte	Guztira	%
Ostatu gauak, uztaila eta abuztua kenduta	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
	2019	1.163.773	%8,04

Iturria: EUSTAT

Goi-denboralditik kanpoko hazkundea azken urteetako handiena da kuantitatiboki, eta ehunekoetan ere handienetako bat da, 2015. eta 2016. urteetakoekin batera.

2.2.
Okupazio maila donostian, gelaren, hilabetearen eta asteko egunaren arabera

Okupazio-mailari dagokionez, hona hemen hilabeteen eta asteko egunen araberako datuen xehetasuna:

Okupazio maila Donostian, gelaren, hilabetearen eta asteko egunaren arabera

Udalerria	Hilabetea	Guztira			Lanegunak			Asteburua		
		2018	2019	Dif.	2018	2019	Dif.	2018	2019	Dif.
Donostia	Urtarrila	49,0	48,6	-0,4	44,9	43,9	-1,0	60,7	61,8	1,1
	Otsaila	54,0	53,1	-0,9	47,1	45,2	-1,9	71,3	72,8	1,5
	Martxoa	63,9	65,1	1,2	57,3	57,3	0,0	77,2	81,5	4,3
	Apirila	73,5	77,9	4,4	69,7	75,0	5,3	84,0	85,9	1,9
	Maiatza	82,8	84,3	1,6	80,4	81,9	1,5	89,7	90,3	0,6
	Ekaina	86,0	89,0	3,0	84,2	87,2	3,0	89,6	93,1	3,5
	Uztaila	89,1	90,8	1,7	87,8	89,6	1,8	92,9	94,2	1,3
	Abuztua	94,5	93,5	-1,1	94,2	93,3	-0,8	96,4	93,7	-2,7
	Iraila	89,7	90,2	0,5	87,9	88,4	0,4	93,9	95,1	1,2
	Urria	80,8	86,2	5,4	77,1	84,1	7,0	91,5	92,3	0,8
	Azaroa	63,6	67,8	4,2	54,5	60,4	5,9	84,3	82,4	-2,0
	Abendua	53,0	55,6	2,6	46,6	48,9	2,3	68,5	74,3	5,8

Iturria: EUSTAT

2019ko urteko balantzean, hotelen **batez besteko prezioa** 149 € izan da lanegunetan, eta 182 € asteburuan (+% 5,4 2018koaren aldean).

Urtekoa 2019:

149€ aste barruan

182€ asteburuan

↑+5,4%

(Urtekoa 2018-2019)

Urteko batez besteko okupazioa % 62,67koa izan da **aste barruan,** eta % **76koa asteburuan.** Okupazioak gorakada txiki bat izan du aurreko urtearekin alderatuta (% 63,33 aste barruan eta % 76,17 asteburuan).

Urtekoa 2019:

62,67% aste barruan

76% asteburuan

Iturria: Booking. Lurmetrika-k Donostia Turismoarentzat egindako azterlana

2.3.
MICE ekitaldien bilakaera (kongresuak, konbentzioak, pizgarriak, ekitaldiak)

MICE gisa katalogatzen da negozio-bileretara, kongresuetara, konbentzioetara, pizgarri bidaietara eta **arrazoi profesionalak** direla-eta antolatutako beste edozein ekitalditara joateak eragindako bidaia oro.

Beraz, hainbat MICE ekitaldi mota daude, bileraren esparruaren eta parte-hartzaile kopuruaren arabera, honela sailkatuta:

Kongresuek bokazio publikoa dute, eta ez daude negoziora bideratuta. Ezarritako gai bati buruzko bilerak dira, gutxienez 2 egunekoak, eta gairik ohikoenak dira mediku- eta osasun-arlokoak, zientifikoak, teknologikoak, etab.

Konbentzioak enpresa pribatuek, enpresa taldeek... antolatzen dituzten negozioetara bideratutako bilera korporatiboak dira, hau da, bokazio pribatua dute. Kasu honetan ere, gutxieneko iraupena 2 egunekoa da.

Jardunaldiak eta mintegiak, berriz, bilera tekniko espezializatuak dira, eta gai jakin baten inguruan sakontzeko helburuarekin egiten dira. Zenbatu ahal izateko, gutxienez 50 parte-hartzaile biltzeaz gain, gutxienez 6 orduko iraupena izan behar dute.

Bestalde, **pizgarri** bidaia azken urteetan gorakada handia izan duen gertakari mota bat da. Enpresa bateko enplegatuak motibatzeko sariak dira, eta aisialdiko jarduerak dituzte. Normalean, antolatzaileak aurrekontu eskuzabala bideratzen du horiek antolatzera.

DSS Turismoak beste ekitaldi batzuk ere erregistratzen ditu, hala nola aurkezpenak, kirol bilerak, azokak, etab., helmugaren jarduera bolumenaren berri izateko. Nolanahi ere, parte hartzaile kopuruari, horien jatorriari eta ekitaldiaren iraupenari buruzko gutxieneko batzuk betetzen direnean bakarrik zenbatzen dira. Azoken kasuan, lurraldetik kanpoko parte hartzaileak erakartzen dituztenak bakarrik hartzen dira kontuan, bestela uste baita eragin ekonomikoa ez dela garrantzitsua.

Donostiako MICE turismoaren bilakaera **aztertzean,** aurreko urteetako joerari jarraitzen diola ikus daiteke, hau da, MICE turismoak **hazten jarraitu du 2019an**. Izan ere, 2019a **oso emaitza positiboen** urtea izan da turismoaren segmentu horretan. Hala, pizgarriak kontuan hartu gabe (aurrerago aztertuko ditugu), bileretako turismoaren hazkundea **% 13,5**ekoa izan da.

→ **MICE turismoa % 13,5 hazi da**

Ekitaldi kopurua 2019 / 2018:

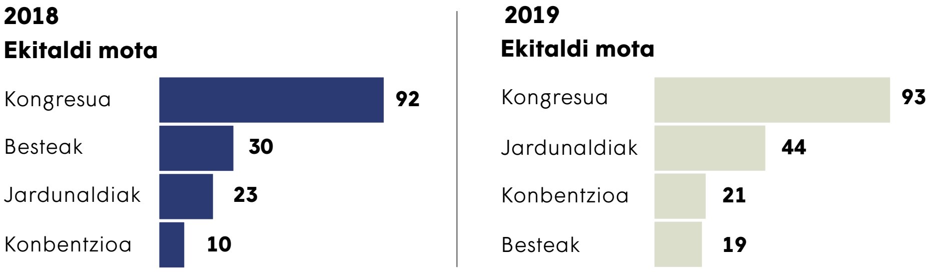
177 ekitaldiak | ↑**13,5%** unekoa vs aurrekoa | **156** ekitaldiak AU

Aldakuntza:

• **Azokak eta pizgarriak bazter utzita**

Hazkunde hori **ekitaldi motaren** arabera aztertzeak, aurrez adierazitako sailkapenaren arabera, emaitza hauek dakarzkigu:

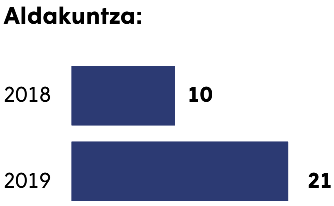
MICE turismoaren bilakaeraren konparazioa ekitaldi motaren arabera

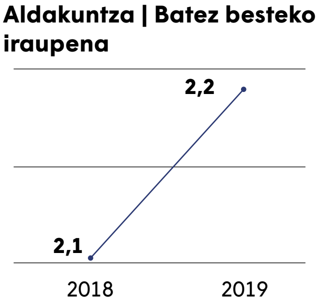


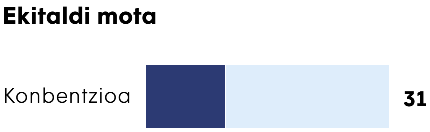
Taulan ikus daitekeenez, kongresuen kopurua ia iraunkor mantendu da (% 1,1eko hazkundea), baina nabarmentzekoa da MICE turismoaren hazkundeak oinarri dituela erregistratutako **konbentzioen** (% 110) eta **jardunaldien** (% 91,3) kopurua.

Konbentzioak zehatzago aztertuta (negozioetara bideratutako bilera korporatiboak), beste alderdi positibo bat ikusten da, **ekitaldiaren iraupena** luzatu duena: 2018an 2,1 egunekoa izatetik, 2019an **2,2 egunekoa** izatera igaro da.

Konbentzioak:

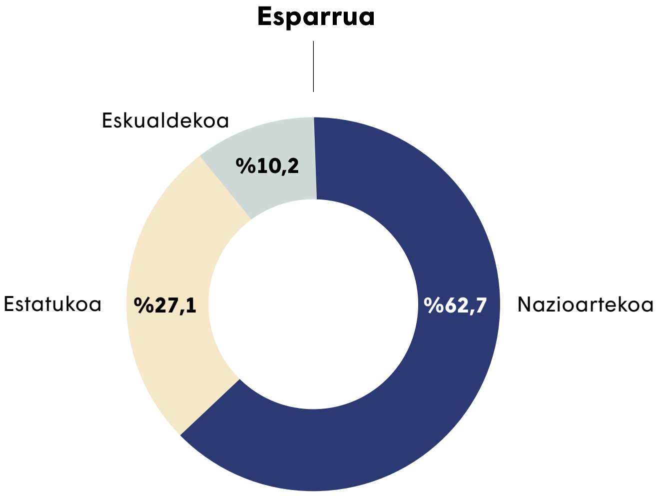




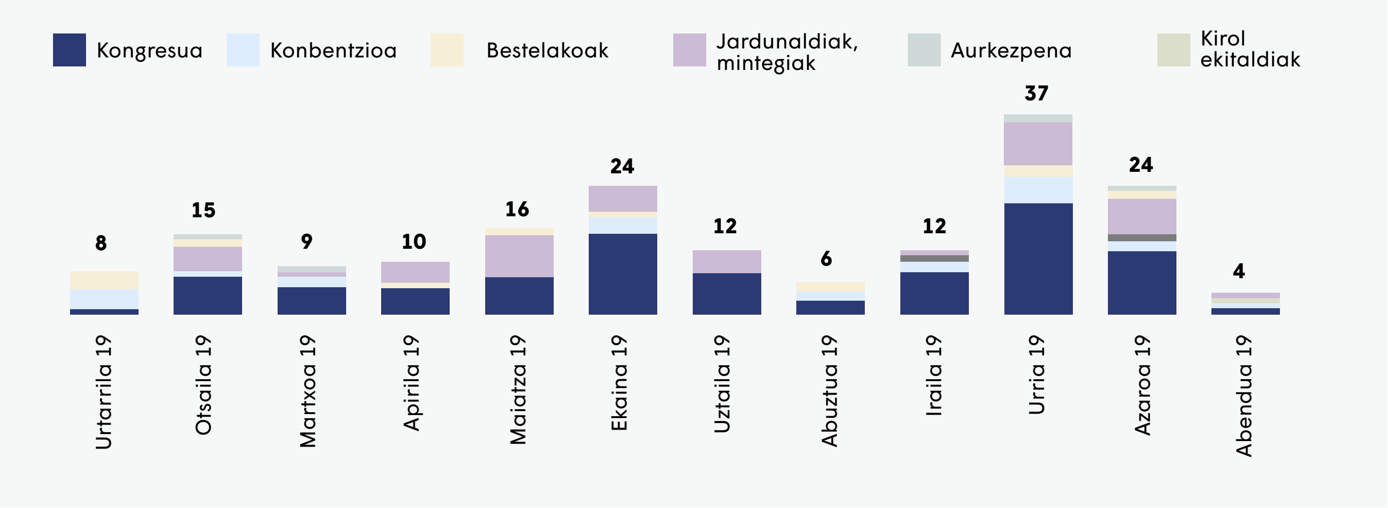


Kongresuen batez besteko iraupena 2,0 egunekoa izatetik **2,2 egunekoa** izatera igaro da. Datu horrek, konbentzioetan parte hartzen dutenen batez besteko egonaldia luzatzearekin batera, ondorio ekonomiko garrantzitsuak izan ditzake ordezkariek helmugan egiten duten gastuari dagokionez, ostatu gauei, jatetxeetako gastuei eta abarri dagokienez.

Bileren **esparruari** dagokionez, eskualdeko, maila nazionaleko eta nazioarteko ekitaldiak bereizten dira. **Nazioartekotzea** sailaren estrategian oinarrizko zutabea dela kontuan hartuta, horrelako ekitaldiak erakartzeko lan egin da. Emaitzek, beste urtebetez, egindako lana bermatzen dute. Donostian 2019an egindako ekitaldien % **62 nazioartekoak** izan ziren. Horrelako ekitaldiek **posizionamendu eta ospe** handia ematen diote Donostiari **atzerriko merkatuetan.**



Jarraian, Kongresu eta Ekitaldi Departamentuak erregistratutako ekitaldien hileko banaketa adierazten da. **Desestazionalizatzeko** ahaleginean, hirian okupazio handiko denboralditik kanpo ekitaldiak bereganatzeko ahaleginak egiten dira. Zehazki, ekitaldien **% 76,28 urtarriletik maiatzera** eta **irailetik abendura** bitartean egiten dira, hau da, turismoaren goi-denboralditik kanpo. Nabarmentzekoa da **urrian** eta **azaroan** izandako kontzentrazio handia.



Ekainean izandako ekitaldi kopuru handia (24), neurri handi batean, Euskal Herriko Unibertsitateak (EHU) **uda ikastaroen** barruan antolatutako jarduerei zor zaie. Horietako asko Miramar jauregian egiten dira, eta horrek **azpiegituren** gaira garamatza.

MICE ekitaldiak egiteko leku ugari ditu hiriak, Kursaal Kongresu Jauregitik hasi eta hainbat auditoriumetaraino, hiriko hoteletako aretoak barne.

Ekitaldiak, egiten diren lekua kontuan hartuta, honela banatuko lirateke:

Azpiegiturak	% Ekitaldien	% Kongresuen
Kursaal	26,83	22,1
Miramar Jauregia	7,32	20,00
Unibertsitateak	3,66	15,77
Hotelak	24,39	7,35
Teknologia Parkea	1,22	5,26
BDD	3.65	5.26
Zentro zientifiko teknologikoak eta berrikuntzakoak (CIDETEC, VICOMTEC, BIOMAGUNE...)	14,63	5,26
Tabakalera	4,87	5,26
Bestelakoak (aquarium, victoria eugenia antzokia...)	13,43	13,74
GUZTIZKOAK	**100**	**100**

Donostia, bere tamaina gorabehera, nazioartean aintzatespen handiko helmuga da, bere **ikerketa lan handiagatik.** Gehien ikertzen den alorretako bat materialena da, eta mundu mailako ospea duten ikertzaile asko bertakoak dira.

Gure ikertzaileen lana nagusitzen diren ekitaldien **gaietan** islatzen da. Hain zuzen, ikertzaileek dihardute kongresuen sustatzaile gisa. Hortaz, ikusten da **ekitaldien % 24,85 zientifikoak direla.**

Gaia

Lehen ere aipatu dugunez, **pizgarri bidaiak** modu esponentzialean hazi dira azken urteotan. Kongresuek baino eragin ekonomiko handiagoa ere dute, eta horregatik dira hain garrantzitsuak. Gainera, gastuaren zati handi bat hirian geratzen da.

2019an zehar, Donostia Turismoko Kongresu eta Ekitaldi Departamenduak **44 pizgarri bidaia** erregistratu ditu, **2.000 lagun baino gehiago** erakarri dituztenak.

Bidaia horien % 18 estatuko enpresek egin dituzte, eta gainerako **% 82ak nazioarteko** enpresek. Beren langileak saritzeko Donostia gehien aukeratu duten herrialdeak hauek dira: Frantzia, UK, Alemania, AEB, Suedia, Japonia eta Txina.

Bidaia horien % 20 tokiko DMCen eskutik datoz, eta gainerako gehienak **Estatuko DMCen** eskutik.

Pizgarri horien % 55i Kongresu eta Ekitaldi Departamentuak bere bazkideen kontaktua erraztu die hirian egonaldia antolatzeko.

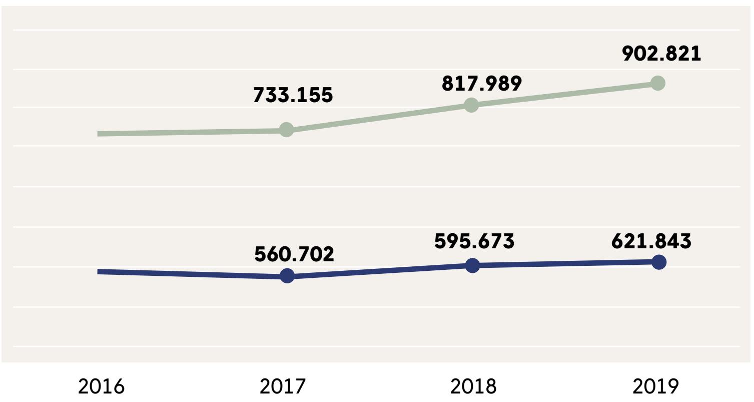
2.4.
Helmugaren nazioartekotzea

⟶ **2019an %59,21 ziren atzerritik etorritakoen ostatu gauak**

Donostiako turismoaren nazioartekotzea Sozietatearen Gida Planean ezarritako helburuetako bat da, eta handitzen jarraitzen du abiarazitako sustapen ekintzei esker. 2013an, joera alderantzizkoa izan zen, eta nazioarteko ostatu gauen ehunekoa Estatukoa baino handiagoa izan zen. Joera horrek urtetik urtera gora egiten du, eta 2019an **%59,21 ziren atzerritik etorritakoen ostatu gauak, eta % 40,79 Estatutik etorritakoenak.**

Ostatu gauak

Atzerria Estatua



2019an, **Estatu Batuak lehen merkatu bihurtu ziren** nazioarteko ostatu gauei dagokienez, % 21,67 igo baitziren 2018aren aldean. Aipatzekoa da Japoniaren bilakaera, **% 66,61** igo baitzen. Horrela, lehen aldiz sartu zen **Top 5**ean, nazioarteko ostatu gauei dagokienez.

Ostatu gauak
Estatuko eta atzerriko TOP 5 2019

Ostatu Gauak	2018		2019	
Estatua	**532.587**	**%22,91**	**552.908**	**%23,79**
Madril	163.599	%7,04	171.307	%7,37
Katalunia	110.621	%4,76	115.395	%4,96
Euskal AE	65.075	%2,80	66.337	%2,85
Andaluzia	40.196	%1,73	40.863	%1,76
Aragoi	33.264	%1,43	36.644	%1,58
Atzerria	**585.508**	**%25,19**	**653.443**	**%28,11**
Estatu Batuak	126.837	%5,46	154.321	%6,64
Frantzia	136.129	%5,86	134.134	%5,77
Erresuma Batua	85.381	%3,67	89.505	%3,85
Alemania	58.769	%2,53	66.021	%2,84
Japonia	25.197	%1,08	41.981	%1,81
GUZTIRA	**1.118.095**	**%48,10**	**1.206.351**	**%51,90**

Estatuko/atzerriko ostatu gauen arteko erlazioa

	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
Estatuak	504.730	%48,00	557.060	%47,80	573.337	%45,30	560.702	%43,34	595.678	%42,14	621.843	%40,7
Atzerriak	533.733	%51,40	608.429	%52,20	692.209	%54,70	733.155	%56,66	817.989	%57,86	902.821	%59,2
GUZTIRA	**1.038.463**		**1.165.489**		**1.265.546**		**1.293.857**		**1.413.667**		**1.524.664**	

2.5. Donostia, lurraldeko turismorako hiri traktorea

Donostia hiri traktore gisa berretsi da turismoa Gipuzkoara erakartzeko garaian, bereziki nazioarteko turismoa. Gipuzkoako turista guztien % 60,15ek Donostia bisitatzen dute, eta % 39,85ek Lurraldearen gainerakoa. Nazioarteko turismoari dagokionez, Gipuzkoara datozen turista atzerritarren % 89,3k Donostia bisitatzen dute, eta % 11,7k, berriz, Gipuzkoako gainerako lurraldeak.

		2018	2019	Gehik.%
OSTATU GAUAK DONOSTIAN	Estatua	595.678	621.843	4,39%
	Atzerria	817.989	902.821	10,37%
		1.413.667	**1.524.664**	**7,85%**
OSTATU GAUAK GIPUZKOAREN GAINERAKOAN	Estatua	679.683	691.533	1,74%
	Atzerria	297.025	318.447	7,21%
		976.708	**1.009.980**	**3,41%**

2.6. Hirira iristeko garraiobideak

Hurrengo taulan, Donostiako turismo-bulegoetan artatutako bisitariak hirira zein garraiobideren bitartez iritsi diren ikus daiteke. Gehienak, espainiarrak eta frantziarrak bereziki, autoz iristen dira Donostiara. Azken urteotan, ibilbide luzeko busen eta eskatu ahalako busen etorrera geltoki nagusira zentralizatu denetik, hazkunde handia izan da garraiobide horren bitartez hirira iristen diren bisitarien kopuruan.

Azken urteetako joerari eutsiz, turista asko oinez iristen dira Done Jakue bidea egiteko.

2019AN ERABILITAKO GARRAIOBIDEA	GUZTIRA	%
Autoa	43.027	47
Busa	31.166	34
Trena	7.279	8
Hegazkina Biarritz	322	0
Hegazkina Bilbo	3.751	4
Hegazkina Hondarribia	1.236	1
Autokarabana	2.065	2
Oinez	2.803	3
Bizikleta	181	0
Bestelakoak	507	1
GUZTIRA	**92.337**	

Iturria: Donostia Turismoa

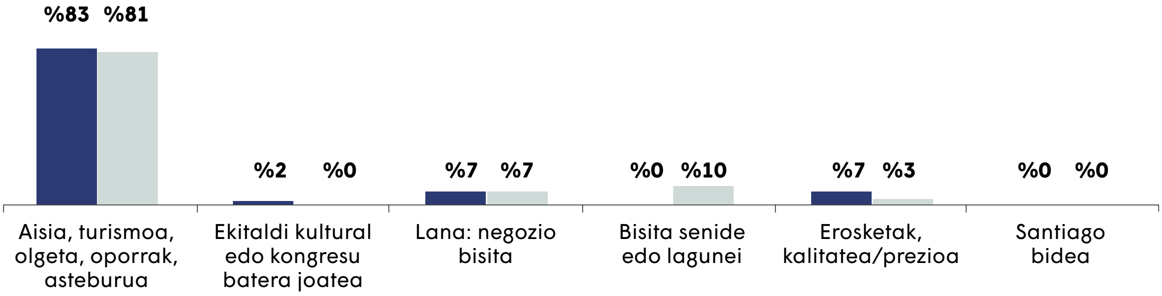
2.7.
Egungo turistaren tipologia eta profila

Bisitaren arrazoi nagusia (denboraldiaaren arabera)

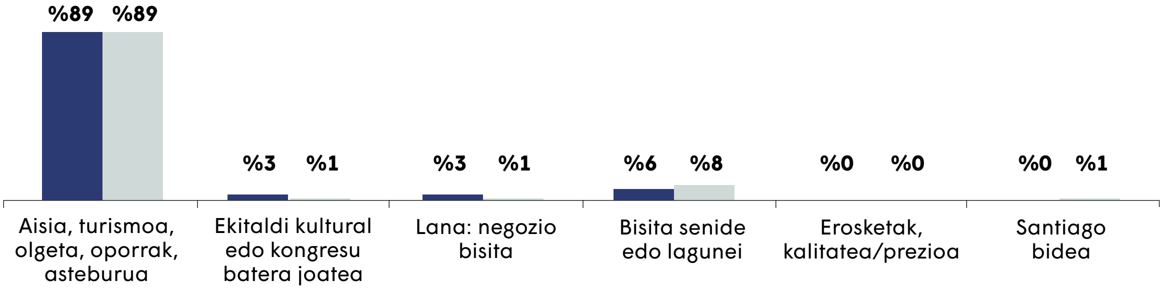
Datakey-k egindako azterlanaren arabera, hauek dira txangozaleek eta turistek Donostiara egiten duten bisitaren arrazoi nagusiak:

Denboraldi artea | behea   Goi denboraldia

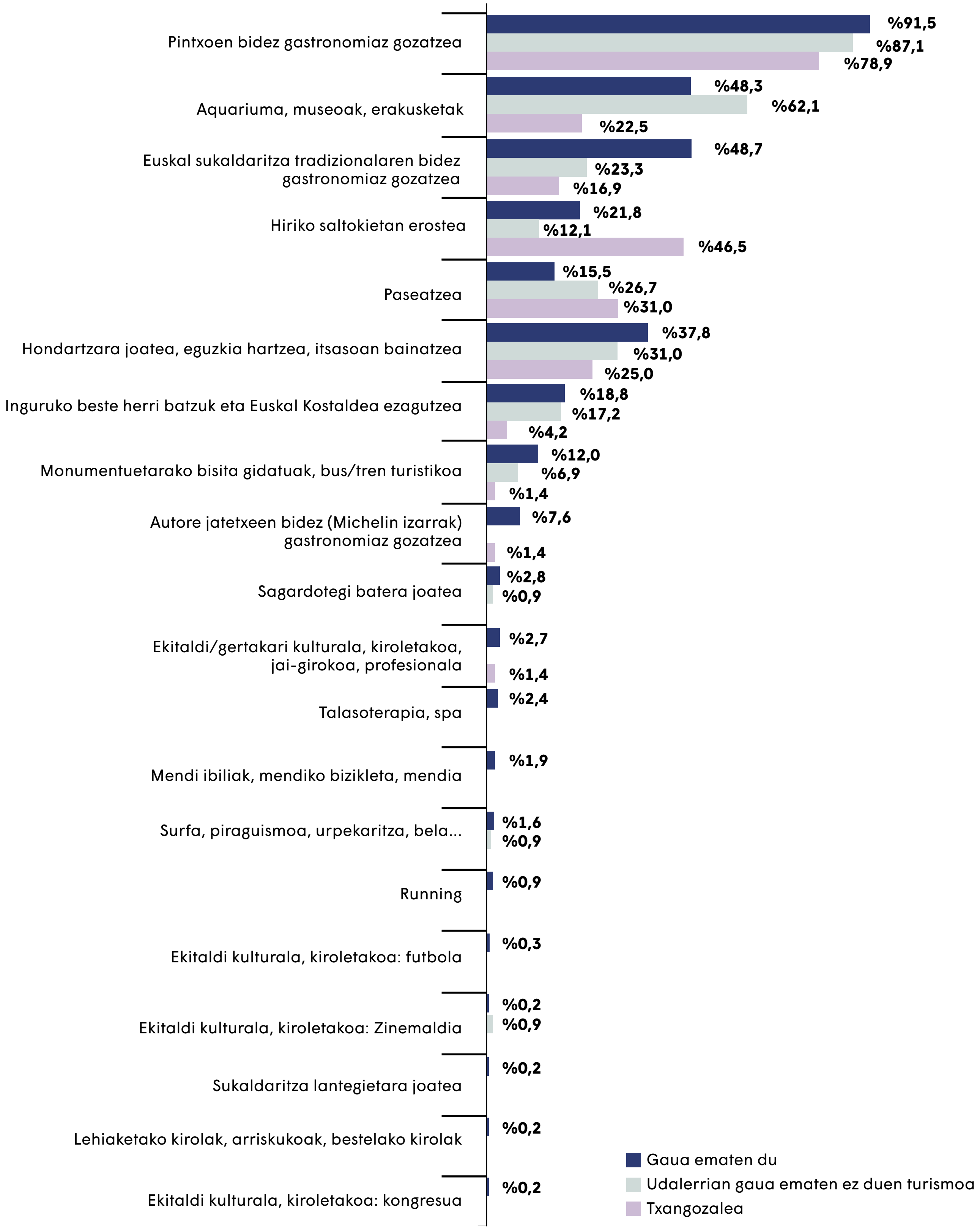
Txangozalea



Turista



Donostiako bisitan egindako jarduerak



2.8.
Donostia nazioarteko komunikabide eta rankingetan

Prentsa bidaien eta komunikabideekiko lankidetzaren ondorioz, 2019an Donostiari buruzko **219 erreportaje** argitaratu dira nazioarteko hedabide ospetsuenetan. Hiriari buruz argitaratu duten hedabide nabarietako batzuk hauek dira: **BBC, Forbes, Bloomberg, Luxury Lifestyle Magazine, National Geographic, The Telegraph, De Telegraaf, The Times, The Guardian, Vogue, Conde Nast Traveller, The Independent, Traveller, The Sunday Times Travel Magazine...**

62 artikulu argitaratu dira Estatuko hedabideetan, eta guztira **60 milioi OTS** (Opportunity to See edo bistaratzeko aukerak) eta **1,34 milioi euroko AVE balioa** (Equivalent Advertising Value edo balio ekonomiko baliokidea) batu dituzte. Nazioarteko hedabideei dagokienez, **157 artikulu** argitaratu dira. Clipping sistemak ez ditu oraindik nazioarteko hedabideen hedapen-datuak jasotzen, baina Estatuko hedabideen balio ekonomikoa estrapolatuz, nahiz eta jakin nabarmen handiagoa izango litzatekeela, **151 milioi** baino gehiagoko OTS batura kalkula liteke, eta **3,4 milioi eurotik gorako balio ekonomiko baliokidea (AVE - Advertising Economic Value),** nahiz eta zifra erreala askoz handiagoa izan. Guztizko balioaren batura 5 milioi eurotik gorako AVE balioa izango litzateke.

DSS Turismoak **aldez aurretik hautatutako bitartekoekin bakarrik egiten du lan,** bere **lehentasunezko ardatz, target eta merkatuekin** bat etorriz. Hoteleko gauen bat, hirira bisita gidatua, informazioa, kontaktuak, etab. ematen zaizkie hedabideei, baina inoiz ez zaie ordainsari ekonomikorik eskaintzen.

Komunikabideek sortzen duten inpaktua eta ikusgaitasuna kontuan hartuta, garrantzitsua da argitaratzen duten informazioa ahalik eta **kalitate** handienekoa izan dadin saiatzea, eta hiriak **turismo jasangarriaren** alde egiten duen apustuarekin bat etor dadin. Horregatik, DSS Turismoak informazioa eskaintzen die bulegoarekin harremanetan jartzen diren hedabide guztiei, eta jasangarritasunaren mezua helarazten die. Desestazionalizazioa eta deskontzentrazioa sustatzen dira, kazetariei/blogariei Donostian udako denboralditik kanpo egiteko planak proposatuta, erdiguneko eta Parte Zaharreko ohiko zirkuitutik kanpoko tokiak ezagutzera gonbidatuta (hiriko auzoetan banatutako baliabideak, txangoak Lurraldean...), gure hizkuntzari eta kulturari buruzko informazioa emanda, etab.

⟶ Donostiari buruzko 219 artikulu argitaratu dira, eta 5 milioi eurotik gorako balio ekonomiko baliokidea (AVE) sortu dute

Donostia nazioarteko hedabide ospetsuenetan

The Telegraph

- 7 sumptuous hotels for a luxury stay in San Sebastián
- Pintxos and pensiones: where to stay on a budget in San Sebastián

National Geographic

- San Sebastián, La Dama del Cantábrico
- Enciclopedia sabrosa de la Gilda
- Piscinas perfectas para bañistas culturetas

The Guardian

- "Utterty delicious": top chefs on the best thing they ate in 2019
- Five great interrail itineraries across Europe

The Independent

- San Sebastián City Guide: Where to eat, drink, shop and stay Spain's foodie capital
- The 10 best under-the-radar European cities, from Malmö to Tallinn

Forbes

- The 10 Coolest Places to Eat in 2020
- Go To Spain's Basque Country For Legendary Restaurant Arzak
- 9 Great European Food And wine Destinations For Fall

The Times

- San Sebastián: the Big Weekend
- A weekend in...San Sebastián

The Sunday Morning Herald

- Balenciaga - couture's liberating dark horse - comes to town

The Sunday Independent

- Awakeining the senses in San Sebastián

BuzzFeed

- Here Are 9 Underrated Alternatives To Overcrowded Beach vacations

Traveller

- The world's best local food: How to avoid tourist food and eat what the locals eat
- How Gros! San Sebasstián as it used to be

Vogue

- Balenciaga entre bastidores: así es la nueva exposición que estudia el trasfondo del genio

The New York Times

- Stone Lifting as Sport in the Basque Country
- Five Places to Shop in San Sebastian

⟶ Ikus Donostiari buruzko artikulurik nabarienak hedabide ospetsuenetan:

https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/hemen-gaude/prentsa-espezializatuak-denek-gomendatzen-dute-donostia

⟶ Ikus Donostiari buruz argitaratutako artikulu guztiak hurrenkera kronologikoan:

https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/hemen-gaude/komunikabideetan

Ikus Donostia nabarmentzen duten ranking guztiak:

Gainera, Donostia bidaia gida ugaritan nabarmendu da eta bidaiarien hainbat rankingetako gailurrean agertu da, hala nola: Tripadvisor, Family Traveller, The Independent, Travel + Leisure, The Guardian, El Tenedor, OAD, Michelin Gida...

The Independent

Donostia estatuko hiriburu gastronomikoa

Travel + Leisure

Donostia Europako 15 hiri onenen artean

Family Traveller

Donostia familientzako helmuga onenetako bat

Traveller

Donostia 2019an aintzat hartu ez diren helmuga onenetako bat Traveller-en arabera

The Guardian

Kontxa Europako hondartza onena The Guardianen arabera

Tripadvisor

Kontxa estatuko hondartza hoberena Tripadvisor-eko Travelers' Choice 2019ren arabera

El tenedor

Donostia, estatuko bigarren helmuga gastronomiko gustukoena El Tenedor-en arabera

Opinionated About Dining (OAD)

Europako jatetxe onena + TOP 100eko 5 jatetxe Donostian daude

Guía Michelin

Donostia, metro kuadroko, Michelin izar gehien dituen muduko 2. hiria (18 Michelin izar)

⟶ Ikus Donostia nabarmentzen duten ranking guztiak:

https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/hemen-gaude/donostia-rankinetan

3. Antolamendu egitura

"San Sebastián Turismo - Donostia Turismoa, SA" sozietatea 2006ko urtarrilaren 31n estatutuak osoko bilkuran onartu ondoren eratu zen, eta Donostiako Udalaren merkataritzako sozietate bat da, titulartasun osoa Udalarena duen sozietate anonimoa.

Helburu du Donostiako lurralde esparruan turismoaren garapena zuzenean edo zeharka bultzatzen laguntzen duten jarduera ekonomikoak eta sozialak sustatzea, garatzea eta indartzea.

Azaroaren 14an **Isabel Aguirrezabala** DSS Turismoko **zuzendari berria** izendatu zuten Manu Narvaezen ordez. Isabel Aguirrezabala zuzendariorde izan da 2006tik, eta funtsezkoa izan da Donostia San Sebastián - Visit Bizi 2017-2021 Gida Plana egitean. Beraz, erakundeak ildo estrategiko berean lan egiten jarraitzen du, turismo jasangarri, orekatu, benetako eta kalitatezkoaren bidean.

3.1. Administrazio Kontseilua

- Eneko Goia jn.
  Presidentea
- Hutsune Mendiburu and.
  Presidenteordea
- Ernesto Gasco jn.
- Juan Ramón Viles jn.
- Cristina Lagé and.
- Jon Markel Ormazabal jn.
- Borja Corominas jn.
- Haizea Garay and.
- Paul Liceaga jn.
- José Joaquín Martínez jn.
- Laura Larrión and.
- Nerea Aramburu and.

3.2. Aholku Batzordea

Sozietateko Administrazio Kontseiluaren organo aholkularia da.

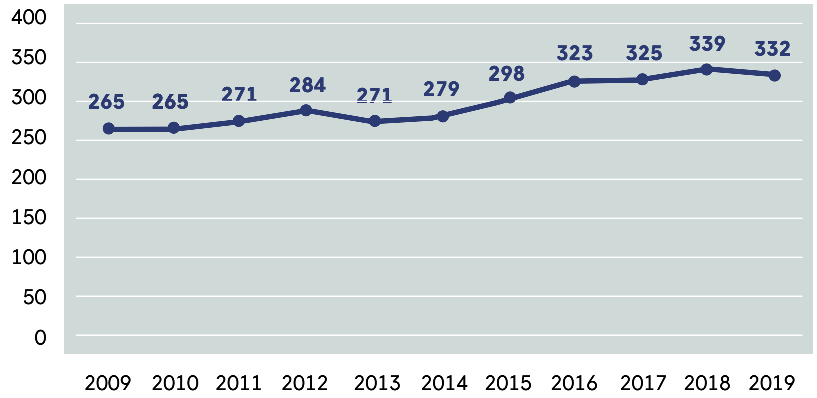
Ordezkatutako sektoreak eta kideak

- Iker Goikoetxea jn.
  Azpiegiturak
- Laura Larrión and.
  Harrera zerbitzuetarako agentziak eta bidaia agentziak
- Nerea Aramburu and.
  Saltokiak
- Hutsune Mendiburu and.
  Kongresu, bilera eta pizgarrien antolamendua
- Xabier Lasaga jn.
  Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak
- Paul Liceaga jn.
  Ostatuak
- Oscar Iparraguirre jn.
  Garraioak
- José Joaquín Martínez jn.
  Ostalaritza
- Andoni Zubillaga jn.
  Zerbitzu osagarriak
- Iñigo Ansa jn.
  Zerbitzu turistikoak

3.3. Donostia Turismoari elkartutako establezimenduak

Donostia Turismoak 332 enpresa ditu elkartuta.

San Sebastián Turismo Donostia Turismoa, S.A.-ri elkartutako establezimenduak. 2009-2019



Sektoreak

Enpresa elkartuak 10 sektoretan banatzen dira:

Ostalaritza	**%20**
Ostatua	**%22**
Saltokiak	**%23**
Zerbitzu turistikoak	**%8**
Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak	**%9**
Zerbitzu osagarriak eta komunikaziokoak	**%7**
Harrera zerbitzuetarako agentziak eta bidaia agentziak	**%4**
Azpiegiturak	**%3**
Garraioa	**%2**
Kirol bilera eta ekitaldien antolatzaileak	**%2**

Museoko, kulturako eta aisialdiko baliabideak

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

Ostalaritza

- RESTAURANTE AKELARRE
- RESTAURANTE ARZAK
- RESTAURANTE MARTIN BERASATEGUI
- RESTAURANTE MUGARITZ
- GANDARIAS JATETXEA
- JUANITO KOJUA RESTAURANTE
- RESTAURANTE ASADOR PORTUETXE
- RESTAURANTE ASTELENA
- RESTAURANTE BARKAIZTEGI
- RESTAURANTE BIARRITZ
- RESTAURANTE BODEGON ALEJANDRO
- RESTAURANTE BOKADO MIKEL SANTAMARIA
- RESTAURANTE CASINO KURSAAL
- RESTAURANTE CHIN CHIN
- RESTAURANTE FOODOO
- RESTAURANTE LA CEPA
- RESTAURANTE LA FABRICA
- RESTAURANTE LA MURALLA
- RESTAURANTE LA PERLA
- RESTAURANTE MESON MARTIN
- RESTAURANTE MESÓN PORTALETAS
- RESTAURANTE NI NEU
- RESTAURANTE OQUENDO
- RESTAURANTE REKONDO
- RESTAURANTE TENIS ONDARRETA
- RESTAURANTE TOPA SUKALDERIA
- RESTAURANTE TXINPARTA
- RESTAURANTE TXOKO
- RESTAURANTE TXULETA
- RESTAURANTE UBARRECHENA
- RESTAURANTE VIA FORA
- RESTAURANTE XIBARIS
- RESTAURANTE ZUMELTZEGI
- A FUEGO NEGRO
- ANTONIO BAR
- BAR BARTOLO
- BAR HAIZEA
- BAR ITURRIOZ
- BAR ROJO Y NEGRO
- BAR ZUMELTZEGI
- CAFE KURSAAL
- CAFETERIA AVENIDA XXI
- CASA GANDARIAS
- DAKARA BI
- LA PEPA TABERNA FRUTAL
- LA VIÑA BAR
- SM CAFE BAR
- VICTORIA CAFÉ
- SIDRERIA BEHARRI
- SIDRERIA GURUTZETA
- SIDRERIA IRETZA
- SIDRERIA PETRITEGI SAGARDOTEGIA
- SIDRERIA SAIZAR SAGARDOTEGIA
- TXIRRITA SAGARDOTEGIA
- AZERI JANA CATERING
- BOKADO EVENTOS
- DIVINUS CATERING
- RESTAURANTE LA PIAZZETTA DE GROS
- ARAETA SAGARDOTEGIA
- RESTAURANTE BEKO ERROTA
- RESTAURANTE GURUTZE BERRI
- RESTAURANTE ZIABOGA BISTROT
- DIONI´S BAR
- PUB MUSEO DEL WHISKY
- DISCOTECA BATAPLAN
- DISCOTECA GU
- ASOC. EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE GIPUZKOA
- SAGARDOAREN LURRALDEA

Ostatuak

- HOTEL MARIA CRISTINA
- ARIMA HOTEL
- HOTEL ARBASO
- HOTEL ARRIZUL CONGRESS
- HOTEL ASTORIA 7
- HOTEL BARCELÓ COSTA VASCA
- HOTEL DE LONDRES Y DE INGLATERRA
- HOTEL HESPERIA DONOSTI
- HOTEL MERCURE MONTE IGUELDO
- HOTEL NH COLLECTION SAN SEBASTIAN ARANZAZU
- HOTEL PALACIO DE AIETE
- HOTEL SAN SEBASTIAN
- HOTEL SILKEN AMARA PLAZA
- HOTEL VILLA SORO
- HOTEL ZENIT SAN SEBASTIÁN
- LASALA PLAZA HOTEL
- HOTEL AVENIDA
- HOTEL CODINA
- HOTEL NIZA
- SERCOTEL HOTEL EUROPA
- HOTEL CASUAL DE LAS OLAS
- HOTEL DE APTOS. IRENAZ RESORT
- HOTEL EZEIZA
- HOTEL LA GALERIA
- HOTEL LEKU EDER
- HOTEL PARMA
- HOTEL MONTE ULIA
- HOTEL OKAKO
- HOTEL RECORD
- HOTEL SANSEBAY
- HOTEL WELCOME GROS
- ATOTXA ROOMS
- COMPLEJO AMETZAGAÑA
- PENSION AIDA
- PENSION ALAMEDA
- PENSION ALDAMAR
- PENSION ALEMANA
- PENSION ALTAIR
- PENSION ANOETA
- PENSION ARTEA
- PENSION BIKAIN
- PENSION DONOSTIARRA

- PENSION GARIBAI
- PENSION GROSEN
- PENSION HOSTAL BAHIA
- PENSION ITXASOA
- PENSION KURSAAL
- PENSION UR-ALDE
- PENSION AB DOMINI
- PENSION AIA
- PENSION IRUNE
- PENSION IZAR BAT
- PENSION KOXKA
- PENSION KOXKA BI
- PENSION SAN MARTIN
- A ROOM IN THE CITY
- DOWNTOWN RIVER HOSTEL
- GREEN NEST HOSTEL SAN SEBASTIAN
- KOBA ATERPEA
- KOISI HOSTEL
- ALOJAMIENTO TURISTICO OLARAIN
- RESIDENCIA UNIVERSITARIA M. AGUD QUEROL
- CAMPING BUNGALOWS IGUELDO SAN SEBASTIAN
- CAMPING IGARA DE SAN SEBASTIAN
- CAMPING OLIDEN
- DUPLEX PLAYA DE ONDARRETA
- EMYRENT
- FEELFREE
- FOREVER RENTALS
- MILAGROS
- CASA RURAL KAXKARRE
- NEKATUR-Agroturismos y Casas Rurales
- HOTELES DE GIPUZKOA

Saltokiak

- ALBOKA
- ALDEZAHAR LORE
- ESPARTIN
- KOLOREKA
- LITTLE IRELAND
- MARIA KALA´S
- MICHAEL´S
- AITOR LASA GAZTATEGIA
- CHOCOLATERÍA ARAMENDIA
- GARRARTE
- GOÑI ARDOKETA - SAN SEBASTIAN WINE SPOT
- GOURMET
- IZARBIDE
- LA SEVILLANA
- SICOS
- ANHELO
- ARBELAITZ
- ARISTIZABAL
- BOUTIQUE LOOK
- DOLLS
- GOIURI BIKINI DENDA
- HAWAII
- IRULEA
- MANUELA VA DE FIESTA
- MINIMIL
- MM MODA
- MUCHAS TELAS
- PONSOL
- SASTRERIA ALDABALDETREKU
- SKUNKFUNK
- SUPERDRY
- SWING
- ZERGATIK
- JACARANDA LORADENDA
- PERFUMERIA BENEGAS
- ANTONELLA
- AYESTARAN

- BIKONDO JOYEROS
- CASA MUNOA
- IRANTZU JOYEROS
- KBERBI NEW
- TESTONE
- TORRUBIA & TORRUBIA
- BRONTE OPTIKAK
- ZINKUNEGI OPTIKA
- BOX SAN SEBASTIAN
- EL TURISTA
- ELKAR
- FNAC DONOSTIA.
- HONTZA LIBURUDENDA
- PAPELERÍA TAMAYO
- NOMADA, ALFOMBRAS Y KILIMS
- ARTEKO
- CIBRIAN
- EKAIN ARTE LANAK
- IÑIGO MANTEROLA GALERIA DE ARTE
- KUR ART GALLERY
- IZADI CAMP BASE
- REAL SOCIEDAD
- REAL SOCIEDAD.
- BASQUE COUNTRY CYCLING- Kili
- BICIRENT
- LA BICICLETA
- OH MY BIKE!
- SANSE BIKES
- ALAITZ CASCANTE ESTILISTAS
- MARTA G. ESTILISMO
- MILK PELUQUERIA
- ORTOPEDIA SUMISAN
- CALMA YOGA STUDIO
- YO SALUD ESTÉTICA
- GARBERA
- SAN MARTIN MERKATUA
- SAN SEBASTIAN SHOPS DONOSTIA
- RENTAL MOTO DONOSTIA

Azpiegiturak

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

Kirol bilera eta ekitaldien antolatzaileak

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

Harrera zerbitzuetarako agentziak eta bidaia agentziak

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

Garraioa

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

Zerbitzu osagarriak eta komunikaziokoak

- MONTAJES INTEGRALES LANKOR
- AUDIOLAN Imagen y Sonido
- BENGOA AUDIOVISUALES
- DMACROWEB
- ACC COMUNICACIÓN
- ADIMEDIA
- DIGITALAK
- DIMENSION
- EUROSINTESIS
- TOUR MAGAZINE
- TYPO 90
- DIGITALAK.
- JESUS Mª PEMAN FOTÓGRAFO
- JUANTXO EGAÑA FOTÓGRAFO
- LARREA FOTOGRAFOS
- ORTOLAIZ FOTOGRAFIA
- POLICLÍNICA GIPUZKOA
- BITEZ
- MONDRAGON LINGUA
- SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK
- BIKASI
- TROFEOS TXAPELDUN

Zerbitzu turistikoak

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

4. Balantze ekonomikoa

Egikaritze laburpena 2019

Langile gastuak	-1.903.362,60
Gastu arruntak	-1.769.901,49
Hornikuntzak	8.134,35
Higiezinen amortizazioa	-37.320,24
Trukearen desberdintasunak	0,00
	-3.702.449,98
Foru Aldundia	60.000
Eusko Jaurlaritza	173.525,35
Baliabide propioak	424.879,94
Bazkideen ekarpena	209.074,99
Beste sarrera batzuk (komisioak, ekarpenak etab.)	21.259,52
Urteko balantzera transferitutako kapital sarrerak	32.025,98
Udaletxea	2.821.086,00
	3.741.851,78

5.
Donostia Turismoaren jardunak

5.1.
Marketina eta komunikazioa

Donostia / San Sebastián VISIT - BIZI 2017-2021 Gida Planak, pertsonak erdigunean jarrita, turismo jasangarriaren ereduaren alde egindako apustuari erantzuten dio Donostia Turismoaren marketin eta komunikazio estrategiak. Hauek ditu ardatz nagusiak: **Iraunkortasuna** -soziala, ingurumenekoa, ekonomikoa-, **oreka** -herritarren, bisitarien eta enpresen artekoa-, **kalitatea** -bizitzarena, bisitarena, helmugarena- eta **benetakotasuna** -identitatea, kultura, hizkuntza propioa, tradizioak, berezitasuna...-.
Marketin eta komunikazio ekintzen helburua da erakundearen hiru ildo estrategiko nagusiak sustatzea bere gida planaren barruan:

1./ Helmugaren kudeaketa:

Mugikortasunaren eta irisgarritasun turistikoaren komunikazioa hobetzea, deskontzentrazioa (turismoaren fluxua hiriko hainbat eremutan eta inguruetan banatzea), desestazionalizazioa (goi denboralditik kanpo bisitariak erakartzea), helmugako adimen sistemaren informazioa, etab

2./ Helmugaren eta haren ardatz estrategikoen sustapena lehentasunezko merkatuetan:

Kalitatea lehenesten da kantitatearen aldean. Hortaz, ez da masa komunikaziorik egingo, baizik eta ekintza estrategikoak xede diren publikoak erakartzeko (kosmopolita, foodie, premium eta MICE), lehentasunezko merkatuetatik datozenak: Espainia, Frantzia, Erresuma Batua, Benelux, Alemania, Eskandinavia, Estatu Batuak, Kanada, Japonia edo Australia.

3./ Komunikazio instituzionala, herritarren sentsibilizazioa eta sektore turistikoa:

Herritarren, turisten eta sektore turistikoaren aurrean sentsibilizazio ekintzak jakinaraztea; Donostia Turismoko bazkideen online presentzia; komunikazio instituzionalak; etab.

5.1.1.
Marka berritzea

2019a aldaketen urtea izan da, marka eta irudi berria sortu baita helmuga turistikoarentzat eta Donostia Turismoa erakundearentzat.

Donostia / San Sebastián Visit Bizi 2017-2021 Gida Planaren erronka nagusietako bat da helmuga nazioartean hiri turismoko liderretakotzat kokatzea. Horretarako, marka berritzea gomendatzen zen, ezinbesteko tresna baita irudi egungoa eta erakargarria transmititzeko.

ACC komunikazio agentziak sortu zuen irudi korporatibo berria, urtearen hasiera aldean ebatzitako lehiaketa publikoaren irabazlea izan baitzen.

2019an zehar, markaren eskuliburuan jasotako elementu grafikoen unibertso oso bat sortu da, eta, berrikuntzen artean, nabarmendu behar da erakundearen logotipoa eta helmugakoa bateratu izana, aipatutako elementu guztiak kohesionatuko dituen irudi bakar bat izateko.

Marka berriak gure burua identifikatzeko erabiltzen ditugun ezaugarrien multzoa izan nahi du. Horien bidez, publikoak gu identifikatzea nahi dugu.

Erakunde turistikoak ere bere izena egokitu du Euskararen Normalizazio Planaren udal eskakizunekin bat egiteko, eta **Donostia Turismoa** izena hartu du.

Donostia
San Sebastián

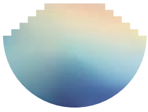
Logotipoak, markak, sinbolizatu eta laburbildu egiten du gure ikonorik preziatuena: **Kontxa hondartza.**
Baina marka berria ez da ikurra eta logotipoa bakarrik. Batez ere, pertsonei koherentziaz eskaintzen dizkiegun ezaugarri eta balioen multzoa da, haiekin identifikatu ahal izan daitezen.

⟶ helmuga nazioartean hiri turismoko liderretakotzat kokatzeko marka berritzea gomendatzen zen, ezinbesteko tresna baita irudi egungoa eta erakargarria transmititzeko

Eta, gure kasuan, ezaugarriak, hau da,
Donostiatik erakutsi nahi dugun esentzia da hiri

Ederra dela, Espiritu irekikoa, Lagunkoia, Sotila eta Euskalduna berezko estiloarekin.

1. sínboloa



ederra

2. konposizioa

espiritu irekikoa

3. tipografia

Light *Italic*
Wigrum *Italic*
Medium *Italic*
Bold *Italic*
Black *Italic*

lagunkoia

4. argazkia/kolorea

sotila

5. goiburua

The iconic city.

euskalduna berezko estiloarekin

Marka berria modu mailakatuan aurkeztu zen, Donostia Turismoa sozietatea osatzen duten bazkideekin hasita, Aquariumean egindako aurkezpen batean, **instituzio eta hedabideetatik** igarota, informazio eta newsletter-en bidalketekin, baita atzerriko herritarrei eta bisitariei zuzenduta ere, tokiko publizitate kanpainaren eta online banner kanpainaren bidez, hurrenez hurren.

2019an, offline zein online komunikazio euskarri guztiak helmugaren irudi berrira egokitu dira: bulego fisikoak eguneratu dira, baita paper gauzak, merchandisinga, web ingurune osoa, gure bisitariek jasotzen dituzten publizitate kanpainetarako eta argitalpen inprimatuetarako jatorrizkoak ere.

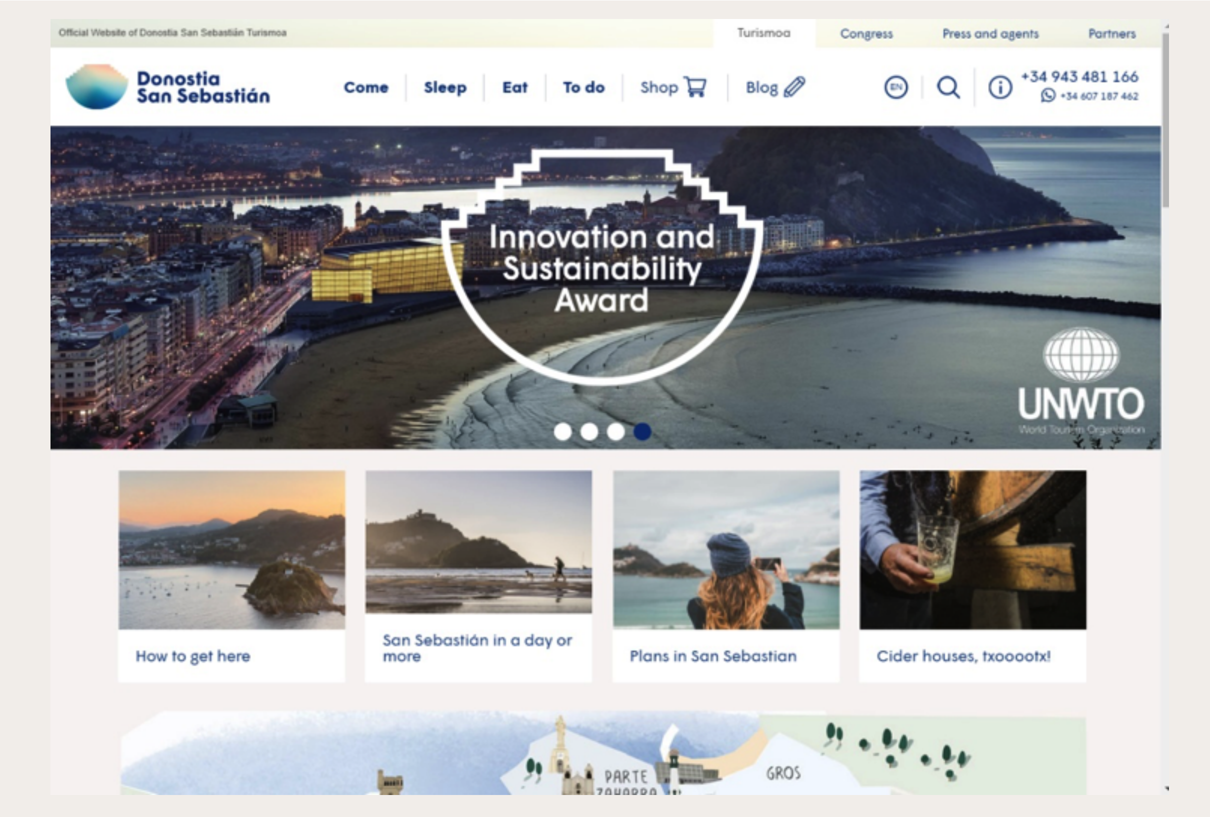
Hona hemen egokitutako material guztiaren lagin batzuk:

Paper gauzak

Merchandising

Web

sansebastianturismoa.eus webguneko orrien diseinu osoa eguneratu da, eta **domeinua ere eguneratu da ".com"etik ".eus"era.**



Jarraian, helmuga turistikoa, haren baliabideak eta Donostia Turismoko bazkideak hedatzeko erabiltzen diren sustapen tresnak aztertuko dira.

5.1.2. Publizitate kanpainak

Kanpoko kokapena eta sustapena webaren eta publizitate kanpainen bidez

Donostiaren **kanpo sustapeneko estrategiaren** helburua da hiria nazioarteko **kalitatezko helmuga** gisa **kokatzea** eta Donostia Turismoaren Gida Planak ezarritako 3 ardatz nagusiak indartzea: **jasangarritasuna** sustatzea, **desestazionalizazioaren** bidez —sasoitik kanpo bisitariak erakartzea— eta **deskontzentrazioaren** bidez —turismoaren fluxua hiriko auzo guztietara eta Lurraldera banatzea—, eta **nazioartekotze** handiagoa lortzea.

Azken ardatz horren barruan —nazioartekotzea—, eragin handiagoa izateko **lehentasunezko merkatutzat** ezarri dira honako hauek: Frantzia, UK, Alemania, Europa iparraldeko herrialdeak, Holanda, Brusela, AEB, Kanada, Japonia eta Australia. **Aisialdiko turismoaren** esparruan, hiriaren sustapena eta merkaturatzea **Citybreak hiri helmugako kokapenean** oinarritzen da, hau da, 2 eta 4 egun bitarteko ihesaldi eta egonaldi laburretan, eta bereziki **3 helburu xede** publiko nabarmentzen dira:

→ 3 ardatz nagusiak jasangarritasuna, desestazionalizazioaren eta nazioartekotze handiagoa lortzea dira

1. **foodie**
   turista gastronomikoa.

2. **kosmopolita**
   tokiko kulturan, kiroletan eta identitatean interesatutako turista esperientziala. Bidaiari nekaezina, helmuga benetako bihurtzen duen ezer galdu nahi ez duena.

3. **premium**
   turista zorrotza, kalitate handiko zerbitzua nahi duena, helmuga esklusibo batean murgiltzeko.

Laugarren xede publikoa MICE sektorearen ardatzarekin edo negozio turismoarekin bat dator, eta hirirako garrantzi berezia du. Donostiak nazioarteko erreferente izan nahi du **MICE turismoaren** barruan, hau da, kongresu, bilera eta pizgarrien turismoaren barruan.

Publiko horiek erakartzeko, **helmugaren kokapena** landu da, webgunearen eduki espezifikoak zabalduz eta hobetuz, baita argitalpen eta komunikazio espezifikoetan ere.

Web edukia hobetzea xede publikoentzat

Lau xede publiko horiei egokitutako edukia sortu da, webgunetik hasita: landing espezifikoak garatu dira tipologia bakoitzerako, eta proposamenak eta planak bildu dira bisitari mota bakoitzarentzat.

Bidaiari kosmopolita

ezer galdu nahi ez duen bidaiari nekaezinarentzat

Premium

bidaiari zorrotzarentzat

Foodie

interes
gastronomikoak
dituen
bidaiariarentzat

MICE

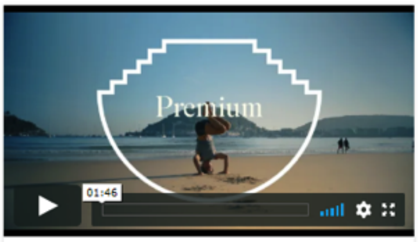
ekitaldi edo
kongresu baten
antolatzailearentzat

Eduki eta euskarri handiak eguneratzen eta berritzen amaitzeko, Morgancreako tokiko enpresarekin batera, ekoizpen zainduko 5 **bideo pieza** egin ziren hainbat bertsiotan, horietako lau xede publiko bakoitzari egokituta.

Donostia Turismoaren bideo piezak:

DSS-Comopolitan

DSS-Foodie



DSS-Premium

DSS-Congress & Meetings

https://www.youtube.com/user/sansebastianturismo/videos

⟶ pieza horiek hainbat bitartekotan erabili ahal izango dira helmuga sustatzeko: webguneak, sare sozialak, workshopak, azokak, etab.

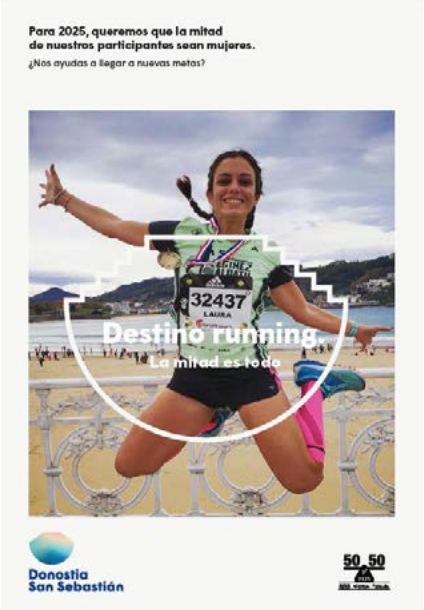
Kanpainak produktu motaren eta xede publiko segmentatuen arabera

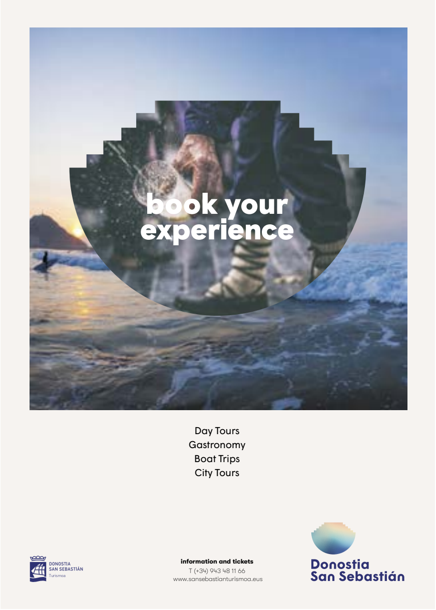
Landing-ez gain, **publizitate sorkuntzak** publiko berri objektiboetara ere egokitu dira, gure helmugara etor daitekeen bidaiaria zuzenean dei egiteko eta haren interesa areagotzeko asmoarekin.

Urte osoan zehar hainbat publizitate-kanpaina egin dira, eta horietan Googlen eta sare sozialetan egindako inbertsioek garrantzi berezia izan dute. Kanpainak produktu-lerro hauetan sailkatu ditugu:

1. **Kosmopolita** kanpaina:

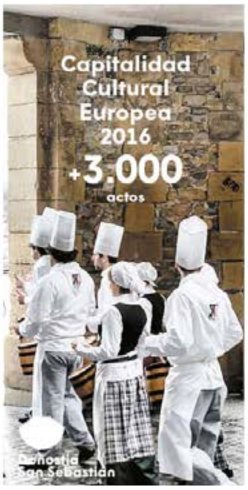
kanpaina gehienak **citybreak hiritar, kultural eta kiroletako** batekin lotutakoak izan dira, eta horien motibazio nagusia da hiriaz eta bertako kultura jarduerez gozatzea, besteak beste, paisaiaz, museoez, jaialdiez, etab.





2. **MICE** kanpainak:

Eventoplus edo Conexo bezalako hedabide espezializatuetan edo Linkedin bezalako sare sozialetan, hiriaren ezaugarriak eta aukerak baloratuz bilerak egiteko, Donostia Turismoaren eta bere 330 establezimendu elkartuen esperientziaz eta profesionaltasunaz gain.



3. Kanpaina **gastronomikoak**

Foodie publikoari bideratuta daude, eta hainbat produktu sustatzen ditu, hala nola, pintxoak, sagardoa, txakolindegiak, gourmet jatetxeak, Michelin izarrak, etab.

4. **PREMIUM** Kanpaina

Basque Luxury Magazine bezalako hedabide espezializatuetan eta erosketa programatikoaren bidez, kontsumitzaile nagusia Premium bezeroa duten atarietan.

5. **Ticketing** Kanpainak

Helmuga eta DSS Turismoko bazkideen jarduerak sustatzea, haien jardueren salmentak areagotzeko (salgai daude DSS Turismoaren online dendaren eta bulegoen bidez).

6. **Marka abian jartzeko** kanpaina

Hiriaren eta erakundearen irudi berria publiko guztiei aurkezteko.

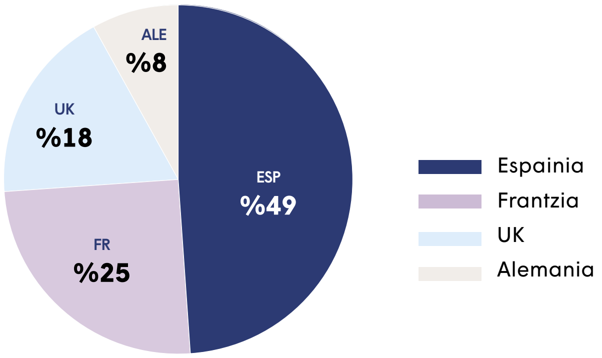
Merkatuen araberako inbertsioen azterketari dagokionez:

Publizitate inbertsioaren barruan, **helmuga sustatzeko** nazioarteko merkatuan egindako publizitate inbertsio handiagoa nabarmentzen dugu. Izan ere, Estatuko merkatuan, ekintzak gehiago bideratzen dira tiketak sustatzera eta azken produktua/zerbitzua saltzera, hala nola online denda, hau da, ticketing-aren jarduerak eta txangoak, baita txartel turistikoak ere.

Nazioartekotzea

Online hedabideetan sustapen aktiboagoa egiten den lehentasunezko merkatuak honako hauek dira: Espainia, Frantzia eta UK. Hurbileko merkatu garrantzitsuenak, hiriko bisitarien % 70 biltzen dituztenak. 2019an, nazioarteko helmuga sustatzeko publizitate inbertsioak Estatukoa gainditu zuen berriz ere.

Publizitate inbertsioa merkatu nagusien arabera



Publizitateko ekintzen eta inbertsioen urtarokotasuna

2019 honetan, marka berria merkaturatzearen arrazoiak direla eta, helmuga sustatzeko kanpainak maiatzera atzeratu ziren, eta irailetik aurrerako hilabeteek dute publizitate inbertsio handiena, goi denboraldian promozioa saihesteko.

Salbuespena izan da **shop.sansebastianturismoa.eus** online dendaren eta haren jardueren* sustapena. Horren helburua da hirian ahalik eta bisitari gehien lortzea udaberrian eta udako hilabeteetan egiten duten egonaldian, hirian dauden bitartean kontsumitu dezaten.

**Donostia Turismoko enpresa bazkideek egiten dituzten jarduerak, online dendan sustatzen dituztenak eta erakundearen turismo bulegoetan bertan saltzen dituztenak.*

Online hedabideetan inbertsioak egitearen aldeko apustua

Turista potentziala hiriko webgunera erakartzea da helburua. Bertan, informazio praktiko ugari, plan proposamenak eta DSS Turismoko bazkideekin harremanetan jartzeko aurki dezakete.

Publizitate inbertsioak egin diren merkatuak dira **gehien hazi direnak webaren erabiltzaileetan eta turista kopuruan.**

Inbertsioen %70 ONLINE baliabideetan egin dira

- Google Adwords, Display eta bilaketa sarea.
- Sare sozialak: Facebook eta Instagram.
- Trip advisor.
- RTB: Publizitatea erostea kalitatezko online hedabideetan, bereziki bidaien hedabideetan.
- Blog espezializatuak: Sisters and the city eta bidaien beste blog batzuk.
- **Birmarketin** kanpainak erabili dira sansebastianturismoa.eus webgunean interesatuta zeuden pertsonengan eragiteko.

Inbertsioen %30 OFFLINE hedabideetan egin dira

- Eskualdeko aldizkariak erabili dira, hala nola Tour Magazine taldearena —Gipuzkoan, Bizkaian, Araban eta Nafarroan zabaltzen da—, helmugan erosketa-produktuak saltzeko eta sustatzeko.
- Premium publikoan eragiteko aldizkari espezializatuak, hala nola Luxury Magazine, edo Mice merkaturako, Evento Plus edo Conexo erabilita, besteak beste.
- Hirian **sentsibilizazio turistikorako** kanpainak ere egin dira:

  Egutegi solidarioa: Egutegiaren salmentarekin bildutakoaren % 50 Surfrider Foundation-era bideratu da, Donostiako itsasertzaren inguruan sentsibilizatzeko eta berori babesteko proiektuak abian jartzeko.

  50/50/25: Baterako proiektua Behobia-SSrekin eta Fly Group Donostia SSko maratoia antolatzen duen erakundearekin, emakumea lasterketetan sartzeko eta haren partaidetza sendotzeko.

Lankidetzak bertako erakunde eta enpresekin

Urtean zehar, erakundearen helburuekin bat datozen jarduerak egiten dituzten erakunde edo enpresei laguntzeko asmoarekin, hainbat akordio egin dira hiriko jaialdi batzuekin, eta horiei esker publizitatea sartu da haien komunikazio euskarrietan.

Zinemaldia

Zinemaldiaren egunkarian publizitatea txertatzea, baita bannerrak ere haren webgunean. Berrikuntza gisa, marka sustatzeko helburuarekin, 2019ko Zinemaldiko akreditatuentzako poltsa ofiziala babestu zen.

Fantasiazko eta Beldurrezko Zinemaren Astea

Publizitate kolaborazioak, zinemaldia zabaltzen laguntzeko.

Gainera, lankidetzan aritu gara bertako enpresa eta erakundeekin, honako ildo estrategiko hauek sustatzeko:

Hizkuntza turismoa:

Lacunza IH eta Tandem. Sustapen materiala eta argitalpenak hizkuntza turismoko azoketara joateko.

Turismo irisgarria:

Basque For All-i laguntza ematea 2019ko Naidex irisgarritasun azoka batera joateko Birminghanen (UK).

Kirol turismoa -running:

Publizitate akordioak Behobia-SSrekin eta Donostia-SS Maratoiarekin, running helmuga gisa sustatzeko.

Kirol turismoa - surf:

Produktu turistiko berritzat, surfa eta Done Jakue bidea lotzen dituen "Caminando sobre las olas" serieko ataletako bat babestea.

5.1.3.
Webgunea eta sare sozialak

Webgunea eta sare sozialak hiriaren, bere erakargarritasunen, ekitaldien... erakusleiho dira, eta bisitariekin nahiz herritarrekin berehala elkarreragiteko bidea ematen dute. Horregatik, etengabe eduki berria, erakargarria eta praktikoa sortzeko lan egin da, erabiltzaileekiko elkarrekintza entzun eta sustatzeko, edukia (argazkiak, bideoak, etab.) eguneratzeko.

Web

2019a urte zaila izan da. Izan ere, domeinu aldaketaren eraginez, sansebastianturismoa.eus web ingurunera eta horri lotutako webguneetara egindako bisitak % 18 jaitsi dira.

2019an, 1.747.797 bisita jaso dira www.sansebastianturismoa.eus webgunean.

Hileko bisitek 2017ko balioak berreskuratu dituzte, baina 2018an erregistratutako balioen azpitik egon dira.

⟶ 2019an, 1.747.797 bisita jaso dira www.sansebastianturismoa.eus webgunean

Nazioartekotzea

Nazioartekotzeari dagokionez, datua positiboa da, kontsulten % 53 atzerriko bisitarienak baitira.

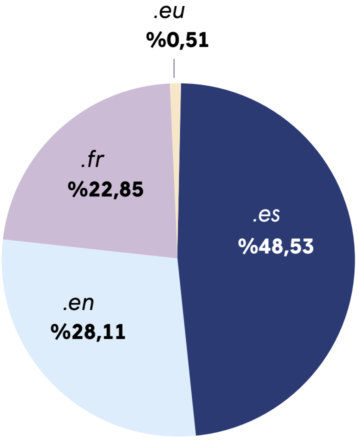
⟶ kontsulten % 53 atzerriko bisitarienak dira

Merkatuak

Herrialde garrantzitsuenen artean, AEBk soilik igo da (% 23), eta UK egonkor mantentzen da (% 0). Gainerako herrialdeak jaitsi egin dira: Espainia % 25, Frantzia % 25 eta Alemania % 23. Nazioarteko bisitek pisua handitu dute eta, lehen aldiz, % 53ra iritsi dira.

HIZKUNTZAK (ordainpeko trafikorik gabe)

Hizkuntzen banaketa 2019an		
1. / es /	1.830.305	%48,53
2. / en /	1.060.013	%28,11
3. / fr /	861.870	%22,85
4. / eu /	19.221	%0,51



Negozioen turismoari zuzendutako web atala

Negozioen webguneak 89.766 bisita izan ditu 2019an. Bisiten kopuruak % 145eko **igoera** izan du aurreko urteko aldi berarekin alderatuta, baina gorakada aisialdiko webgunetik egindako bisitei eta azken hiruhilekoan abian jarritako publizitate kanpainei zor zaie batez ere. 2019an, % 12 igo dira **nazioarteko bisitak** (bereziki **Frantzia, AEB eta UK).**

↑ **%145**
bisita kopurua

Prentsari eta agenteei zuzendutako web-atala

Prentsari eta agenteei zuzendutako atalak 12.060 bisita izan ditu 2019an, % 1 gehiago 2018arekin alderatuta. Trafikoak nabarmen egin du gora DSS Turismoaren beste orrialde batzuetatik honantz, eta nabarmentzekoa da **AEB**tik eta **UK**tik egindako bisiten gorakada.

↑ **%1**
bisita kopurua

Bazkideak

Bazkideen orriek sansebastianturismoa.eus webgunetik bideratutako trafiko handia jasotzen jarraitzen dute.

Bazkideengana bideratutako trafikoa

79.106	bisita haien webguneetara
34.482	lokalizazio klik mapan
3.375	kontaktu posta elektroniko bidez
2.279	kontaktu telefonoz
21.427	bisita ostatu erreserben atalera. Horietatik, 19.050 lo egin ataletik datoz.

Beste webgune batzuetara ere bideratzen da trafikoa: **344.336** klik beste webgune batzuetarako kanpoko esteketan, bazkideak barne.

1.	19.081	astenagusia.donostiakultura.eus
2.	14.675	movilidad.dinypark.com
3.	9.269	donostia.eus
4.	7.975	restaurantealameda.net
5.	5.986	restauranteelkano.com

Bideoen erreprodukzioa youtuben

	42.030	**Webgunean erreproduzitutako 42.030 Youtube bideo.**
1.	8.858	Escapada a Donostia / San Sebastián Short Breaks
2.	3.992	Tamborrada: The Beat of a Basque Drum
3.	3.982	Monte Igueldo
4.	2.500	El peine del viento
5.	1.225	4 claves para ir de pintxos en Donostia / San Sebastián

Deskargatutako dokumentuak

	232.710	**dokumentu deskargatu dira.**
1.	15.866	san-sebastian-tourist-map.pdf
2.	14.967	horario-bus-tren-eu-es-en-fr.pdf
3.	14.555	agenda-cultural-san-sebastian.pdf
4.	14.402	agenda_semanal.pdf
5.	8.160	harpidedun buletinean. Erabiltzaileen kopurua ez da aldatu, dagoeneko buletinak jasotzen ez zituzten erabiltzaile batzuk baztertu egin direlako.

Jarraitzaile gehiago eta elkarreragin handiagoa sare sozialetan

instagram | pinterest | facebook

flickr | twitter | youtube

DSS Turismoak sare sozial bakoitza lantzen du helburu eta target jakin bati erantzuteko. Sare sozialak egunero gaurkotzen dira, eta gero eta sarriago sartzen dira bistaratze eta elkarreraginen zifra handiak lortzen dituzten storie-ak eta zuzeneko bideoak hiriko mezu, leku eta ekitaldi estrategikoak transmititzeko.

Komunitateek eta sare sozialetako elkarreraginek gora egiten jarraitzen dute nabarmen urtetik urtera, eta honako zifra hauetara iritsi dira:

instagram
30.824
jarraitzaile

pinterest
7.486
jarraitzaile

facebook
nazionala
21.468
atsegin dut

facebook
nazioartekoa
7.524
atsegin dut

flickr
132.616
bisita albumetara

twitter
12.685
jarraitzaile

youtube
464.551
bistaratze 2019an

GUZTIRA:
79.987
jarraitzaile
bideoen
597.167
bistaratze

Adibidez: Instagrame-ko Story-a Donostiako Maratoian berdintasunaren alde egindako 50/50/25 erronkan.

5.1.4.
Press trips edo prentsa bidaiak

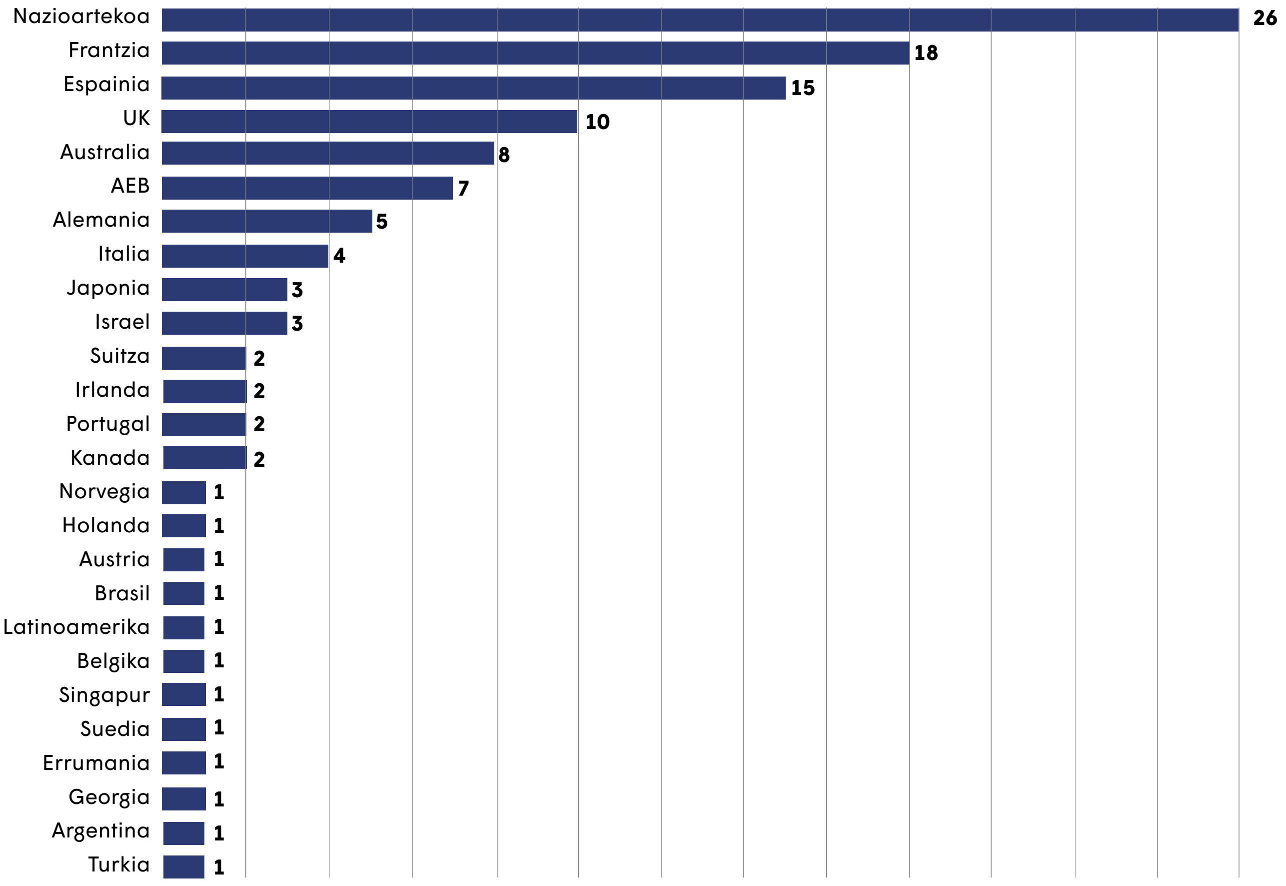
Donostia Turismoa nazioarteko komunikabideekin elkarlanean ari da, Donostia mundu mailako kalitatezko helmuga gisa kokatzeko, lehentasunezko merkatuak bereziki azpimarratuta (Frantzia, Alemania, UK, Iparraldeko herrialdeak, Holanda, Brusela, AEB, Kanada, Japonia, Australia...). 2019an zehar, 97 hedabide artatu dira, 15 Estatukoak eta **82 nazioartekoak,** prentsa bidaien edo online komunikazioaren bidez, hiriari buruzko informazio onena emateko, Donostia/ San Sebastián VISIT - BIZI 2017-2021 Gida Planaren arabera sustatu nahi diren ardatzetan: kultura, gastronomia, premium eta city break.

DSS Turismoak **aldez aurretik hautatutako hedabideekin bakarrik kolaboratzen du**, hedabide bakoitzaren datuak, jatorria eta audientziaren profila ebaluatu ondoren. Lehentasunezko ardatz eta merkatuekin bat egiten duten bitartekoekin kolaboratzen da, ordainsari ekonomikorik gabe, baina noizean behin laguntza emanez hoteleko gauen batean, hirira bisita gidatuak, informazioa, kontaktuak, etab. Welcome pack bat, prentsa dossier bat eta kalitatezko informazio estrategikoa eskaintzen zaizkie kazetariei, iraunkortasunaren, benetakotasunaren eta nortasun propioaren mezu bat helarazteko helburuarekin.

Press trip-ak ez dira inoiz goi denboraldian egiten, eta desestazionalizazioa eta deskontzentrazioa sustatzen dute beti: Donostian udako denboralditik kanpo egiteko planak, ardatz eta nodo berriak turismo kontzentrazio handieneko guneetatik kanpo, etab.

Aurten, oso hedabide ospetsuekin kolaboratu dugu, hala nola: **BBC, The Sunday Times Travel, The Sunday Independent, Forbes, Elle, Fodor, Variety, Vanity Fair, Le Routard, Lonely Planet, etab.**

Hedabideak herrialdeka



Iturria: Donostia Turismoa
**Nazioartekoa: mundu mailako hedapena duten online edo offline hedabideak.*

5.1.5. Prentsaurrekoak eta buletinak

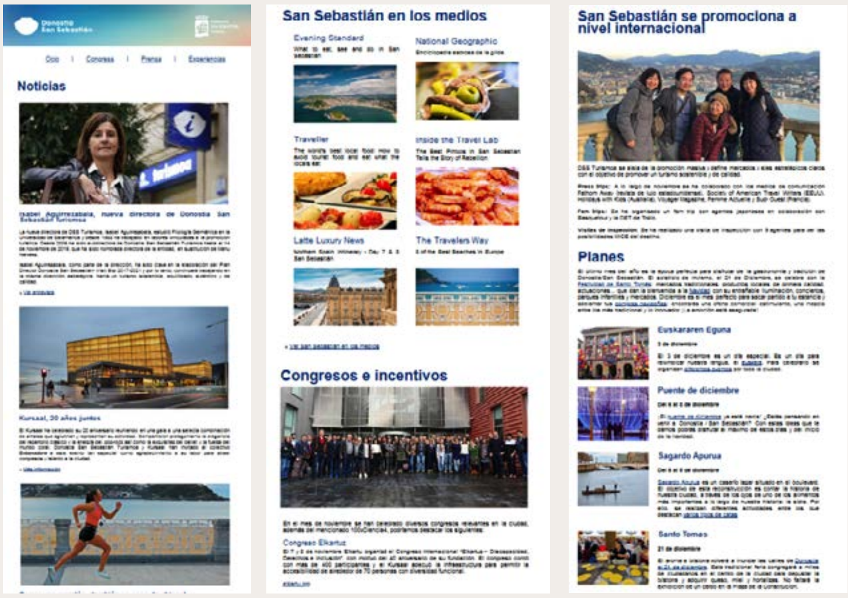
Kanpo sustapeneranzko komunikazioaz gainera, **herritarren informazioari eta sentsibilizazioari** begira komunikazio ekintza batzuk ere diseinatzen dira. Herritarra gero eta rol garrantzitsuagoa hartzen ari da hiriko turismoaren bilakaerari buruzko gogoetan, eta, horregatik, tokiko ekintzen zabalkundea eta komunikazioa lantzen dira.

2019an, elkarrizketen, berrien eta prentsaurrekoen artean, **122 inpaktu** izan dira.

2019

→ herritarra gero eta rol garrantzitsuagoa hartzen ari da hiriko turismoaren bilakaerari buruzko gogoetan

Aurten, era berean, **buletinak** edo **newsletterrak** eguneratu dira: DSS Turismoko bazkideentzako informazio barnekoagoa duen bertsio bat dago, baita beste bertsio bat ere tokiko komunikabideentzat, agenteentzat, stakeholder-entzako eta beste harpidedun batzuentzat, hilero 4 hizkuntzatan argitaratzen dena. Buletinek sektoreko albiste garrantzitsuenak, berrikuntzak eta erakundeak egiten dituen sustapen ekintzak jasotzen dituzte, baita biltzar nabarienak, nazioarteko prentsan agertzen diren hiriari buruzko erreportajeak, hileroko planak, etab. ere.



Aldizkari guztiak hemen artxibatzen dira:
https://press.sansebastianturismoa.eus/eu/dokumentazioa/newsletter/aurreko-newsleterrak

5.2.
MICE turismoa

Donostia Turismoak hainbat ildo jorratzen ditu honako helburu hauekin:

- **Donostia tokiko, Estatuko eta nazioarteko negozio turismoaren helmugatzat kokatzea.**
- **MICE ekitaldiak erakar daitezen sustatzea.**
- **Donostia bileren helmugatzat sustatzea.**
- **Bileren turismoarekin lotutako bertako ekonomiaren sektoreak dinamizatzea – Bazkideak sartzea.**

Ezarritako helburuak lortzeko, honako ekintza hauek gauzatu dira:

1. **Ekitaldiak erakartzea – hautagaitzak aurkeztea**
2. **Enbaxadore programa**
3. **Sustapena eta bazkideak sartzea – Azokak eta workshopak hautatzea eta horietan parte hartzea**
4. **Fam trip-ak, ikuskapen bidaiak eta merkaturatze bisitak**
5. **Ekintzak bazkideekin**
6. **Kongresukideentzako material turistikoa entregatzea**
7. **Argitalpen espezifikoak**

Ekitaldiak erakartzeko lana funtsezkoa da, bai epe ertain eta luzean emaitza onak ziurtatzeko, bai sustatzaileen, erakundeen eta kongresuen antolatzaileen artean gure eginkizuna ezagutarazteko.

Hautagaitzak aurkezteko helburuarekin lan egiten da urte osoan zehar, helmugan ekitaldiak egingo direla bermatzeko.

Esan behar da **2019an egindako ekitaldietatik 25 irabazitako hautagaitzetatik** zetozela, eta horiek berekin ekarri zituzten 8.860 ordezkari eta 20.600 ostatu gau. Horien artean, 14 nazioartekoak izan dira, 10 nazionalak eta 1 eskualde mailakoa. Tipologiari dagokionez, 16 kongresu, 5 jardunaldi, 2 konbentzio, 1 kirol ekitaldi eta 1 produktu aurkezpen izan dira.

⟶ **azken helburua ekitaldiak erakartzea da**

5.2.1.
Tokiko ekintzak

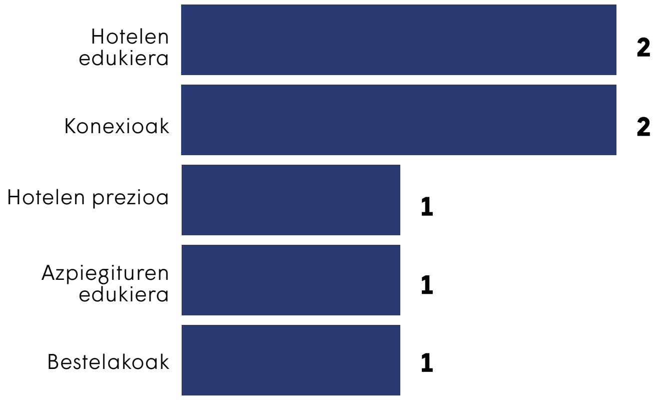
2019an 23 hautagaitza aurkeztu dira, eta horietatik 9 irabazi dira , 10 galdu dira eta 4 ebazteke daude .

23 hautagaitzak | unekoa vs aurrekoa | **0** hautagaitzak AU

Aldakuntza x Estatua

Hautagaitza galtzeko arrazoien artean aipatu dira hotelen edukiera eta prezioa, azpiegituren ahalmena eta helmugara iristeko konexio txarrak.

Galeraren arrazoia



Aurkeztutako hautagaiak

2019an irabazitako hautagaien artean, hauek nabarmentzen dira:

Kongresua	Egin den urtea	Egin den data	Parte hartzaileak	Estatua
CONVENCIÓN EMPRESA FRANCESA	2019	30 - 09 / 02 - 10	120	Irabazita
SEMINARIO DE TURISMO DE REUNIONES Y ASAMBLEA ANUAL DEL SPAIN CONVENTION BUREAU	2020	27 - 05 / 29 - 05	70	Irabazita
VALO SUMMIT EUROPE	2020	03 - 06 / 04 - 06	170	Irabazita
MEDITERRANEAN EDITORS & TRANSLATORS MEETING (METM)	2020	15 - 10 / 18 - 10	200	Irabazita
CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CIRUGÍA PEDIÁTRICA (SECP)	2021	20 - 05 / 22 - 05	300	Irabazita
INTERNATIONAL CONFERENCE ON OPTICAL MEMS AND NANOPHOTONICS (OMN)	2021	26 - 07 / 29 - 07	150	Irabazita

Iturria: Donostia Turismoa

Enbaxadore programa

Donostia/San Sebastián **Enbaxadore** programak jendaurrean eta Gipuzkoako gizartearen aurrean aintzatetsi nahi du arlo mediko, zientifiko eta/edo teknologiko eta unibertsitarioko profesionalek hautagaitza bat aurkeztean eta kongresu bat antolatzeaz arduratzean egiten duten ahalegin pertsonala eta lanekoa. Hala, azpimarratu nahi da lan hori eta horrek gure ingurunean duen eragina, bai maila ekonomikoan, bai ezagutzaren sortzaile eta hedatzaile gisa.

Enbaxadore 2012an sortu zen, 450 ordezkari baino gehiagoko (topaketa nazionalen kasuan) eta 200 parte hartzaile baino gehiagoko (nazioarteko foroen kasuan) bilerak, ekitaldiak edo kongresuak antolatu dituzten profesionalak bereizteko. "Klub" ospetsu honek 66 profesional ditu dagoeneko.

"Enbaxadore" berriak izendatzeko ekitaldia 2020ra arte atzeratu da. Hala ere, 2019an zehar bi gizarte jarduera gauzatu dira. Horien bidez, helburua da hainbat esparrutan sinergiak eta proiektu berriak ekarriko dituzten loturak sortzea.

Programa hau, profesionalei merezi duten aintzatespena izateaz gain, Donostiara kongresu bat ekarri izanagatik, tresna garrantzitsua da ekitaldiak erakartzeko, Kongresu eta Ekitaldi Departamentuaren lana sustatzeko eta Donostia MICE helmuga gisa kokatzeko.

5.2.2.
Ekintza nazionalak eta nazioartekoak

Sustapena eta bazkideak sartzea – azokak eta workshopak hautatzea eta horietan parte hartzea

Estatuko eta nazioarteko 8 MICE azoka eta workshop hautatu eta horietan parte hartu dugu, Donostia ekitaldiak eta bilerak egiteko helmuga estrategikotzat kokatzeko.

Ekitaldi jakin batzuetan, bazkideei aukera eman zaie DSS Turismoarekin batera parte hartzeko.

Honako azoka eta workshop hauetan parte hartu da:

Data	Izena
2019 /04 / 24 - 27	M&I FORUM, EUROPE COSTA BLANCA (Benidorm) 1 bazkiderekin partekatutako mahaia.
2019 /05 / 21 - 23	IMEX EUROPA (FRANKFURT) + 10 socios Standa eta mahaitxoa 10 bazkide parte hartzeko.
2019 /06 / 11 - 14	ZUZENEKO JARDUNALDIA, USA – SCB MERKATUA (Chicago)
2019 /08 / 30 - 31	ALDERANTZIZKO JARDUNALDIA, ALEMANIA-SCB MERKATUA (Bartzelona)
2019 / 10 / 03 - 05	ICCA DESTINATION MARKETING SMALL CLIENT/SUPPLIER BUSINESSWORKSHOP (Serbia)
2019 / 10 / 07	WORKSHOP SELECTAIR – BASQUETOUR (Arabako Errioxa)
2019 /10 / 28 - 30	ZUZENEKO JARDUNALDIA, BENELUX MERKATUA (Amberes eta Ámsterdam)
2019 /11 / 19 - 21	BTM WORLD (BARCELONA) + 9 Basquetour-en standeko 9 bazkide. Agendarekin parte hartzen duten 9 bazkideren lan mahaia.

Azoka eta workshopetan parte hartzearen emaitza hau da:

M&I FORUM – EUROPAKO MERKATUA – BAZKIDEEN PARTAIDETZA

Guztira 40 bilera profesional egin ziren, eta aipatzekoak dira agente frantses, espainiar, belgikar, holandar, poloniar eta britainiarrekin izandako zitak.

Emaitzak:

Enpresa	Emaitza
LIFESTYLE EXPERIENCES GROUP DMC	47 paxeko taldea 2019ko urrian. Fam-trip antolatu nahi du Europako iparraldeko bezeroekin. Kanadako talde bat 2019ko uztailean. Donostia bere bezero baten roadshow batean sartzea baloratu da.
CIS - COUNCIL OF INTERNATIONAL SCHOOLS	Forum on International Admissions and Guidance 2019ko azaroan, Bilbon. Foro honetan parte hartzen duten 900 paxen taldeetako kideen bisita posibleak Donostiara.
VOQIN	150 paxeko taldea 2019ko irailean. Foro honetan gurekin parte hartzen duen DMCri Madrilgo bere bulegoetara bisita komertziala egitea proposatu dio.
ART VITAL	50 paxeko taldea 2019ko urrian.

2019ko ekainean datoz Donostia eta Bilbora bisitan
MICE informazioa bidaltzeko eskatu digute bulegoan erabiltzeko
2020ko maiatzari begira pizgarri-bidaia egiteko asmoa du 10 egunetarako
Suizan bezeroekin gosari batean partekatzeko Donostiako informazioa eskatu dute

IMEX FRANKFURT AZOKA – NAZIOARTEKO MERKATUA – BAZKIDEEN PARTAIDETZA

63 kontaktu, 26 herrialdetakoak. Horien artean, nabarmentzekoak dira Frantzia, Polonia, Belgika, Suedia, Suitza, Italia...

Emaitzak:

Enpresa	Emaitza
MCI - Inglaterra	2019ko ekainean datoz Donostia eta Bilbora bisitan
PROCESA EVENT MANAGEMENT AND INCENTIVES	MICE informazioa bidaltzeko eskatu digute bulegoan erabiltzeko
ANOTHER KONZEPT España - Suecia	2020ko maiatzari begira pizgarri-bidaia egiteko asmoa du 10 egunetarako
WECO-TRAVEL	Suizan bezeroekin gosari batean partekatzeko Donostiako informazioa eskatu dute

SPAIN CONVENTION BUREAU-REN (SCB) ZUZENEKO JARDUNALDIA - MERKATU AMERIKARRA

Jatorria: ***Chicago.*** *Kontaktuak: 23*

Emaitzak:

Enpresa	Emaitza
HELMSBRISCOE	Talde bat Espainiara 2020an. Donostia baloratu da

- SPAIN CONVENTION BUREAU-REN (SCB) ZUZENEKO JARDUNALDIA - ALEMANIAKO MERKATUA

Jatorria: ***Alemania.*** *Kontaktuak: 15*

Emaitzak:

Enpresa	Emaitza
BERTHOLD MEETING & MEDIENSERVICE LEISERKREIS DAHEIM	Baloratu da kongresu posible bat Donostian bere bezeroarekin.
TIME CHANGE	CWG Conference hautagaitza egoitzarako, apirila-maiatza 2021 – 180 pax.

WORKSHOP ICCA DESTINATION BUSINESS – NAZIOARTEKO MERKATUA

Ekitaldi honetara gonbidatuta dauden Europako helmugek beren helmugan kongresu bat antolatu izanaren arduradun batekin joan behar dute. Belgikako, Eskoziako, Frantziako, Erresuma Batuko, Italiako, Suitzako... kontaktuak ezarri ziren.

Emaitzak:

Hautagaitza aurkeztea baloratzen den intereseko kongresu potentzialak:

1.	EPDA	2023ko maiatzeko/ekaineko egoitzarako hautagai izateko – 150 pax
2.	BCO	2022ko maiatzeko/ekaineko egoitzarako hautagai izateko – 640 pax
3.	ICCH	2022ko iraileko/urriko egoitzarako hautagai izateko – 600 pax
4.	EHMA	2021eko ekainetik aurrera egoitzarako hautagai izateko – 500 pax
5.	EBJIS	2023ko iraileko egoitzarako hautagai izateko – 600 pax

Zerbitzua eskainiko den baieztatutako kongresua:

1.	EUROSAC	2020ko ekainean egingo da Bilbon – 100 pax. Aisialdian Donostiara etortzeko jardueren zerrenda behar dute

WORKSHOP SELECTAIR – BELGIKAKO MERKATUA

*Jatorria: **Belgika.** Kontaktuak: 150*

SPAIN CONVENTION BUREAU-REN (SCB) ZUZENEKO JARDUNALDIA – BELGIKAKO ETA HOLANDAKO MERKATUA

*Jatorria: **Belgika.** Kontaktuak: 24 - **Holanda.** Kontaktuak: 20*

Emaitza:

Enpresa	Emaitza
CIRCLE8 EVENT	25 paxeko pizgarri taldea, datarik gabe lanean hasia.
EPL	EPL kongresua, 200 paxekoa. 2021eko martxoan egoitza izateko hautagaitza, azterketa fasean.

IBTM BARCELONA AZOKA – NAZIOARTEKO MERKATUA – BAZKIDEEN PARTAIDETZA

15 herrialdetako 46 kontaktu. Espainia, AEB, Britainia Handia, Norvegia eta Suitza nabarmentzen dira.

Emaitza:

Enpresa	Emaitza
LA PALOMA EVENT	Ikuskapen bisita 2019ko urtarrilean. Suediako 24 paxeko taldea 2019ko urrian. 2020ko irailerako/urrirako 200 paxeko konbentzioa.
SBD AGÈNCIA DE VIATGES	30 paxeko konbentzioa 2019ko urtarrilean.
GRUPO NUBA	40 paxeko ekitaldi korporatiboa 2020ko urrian.
ESPAÑA INCOMING	2020an baieztatutako taldea.
SPONSORSHIP & EVENTS	2020ko urrian baieztatutako taldea.
KUONI TUMBLARE	2021eko apirilean baieztatutako taldea.
SPAIN YOURWAY	Talde posiblea 2020ko maiatzean.
AV SERVICES BCN	Ekitaldiaren antolamendua aztertzen.
VACANZA IN	Donostia beren webgunean sartu dute lan egiten duteneko helmuga gisa.
NORDIC SPAIN EVENTS	20 paxeko taldea 2021eko urrian. Donostiaren irudia sartu dute beren web orrian.
MESHEK WINGS TOUR LTD	55 paxeko taldea 2020ko apirilean.
OVATION GLOBAL DMC	5 asteko Back to Back ekitaldi bat aztertzen ari da, 2020ko apirila eta ekaina bitar-tean Donostian egiteko.

Fam trip-ak, ikuskapen bidaiak eta merkaturatze bisitak

2019an, **7 fam trip** antolatzen lagundu da. Horietan, Donostia sustatzeko interesa duten hainbat herrialdetako MICE sektoreko eragileekin kontaktua ezarri da:

FAMTRIP	Datak	Pertsona kopurua	Jatorrizko herrialdea	Emaitza
NH COLLECTION	Urtarrilak 20	8	Espainia	
LACUNZA AKADEMIA	Apirilak 1-2	17	Nazioartekoa	
RESIA AGENTZIA (La Paloma Event)	Ekainak 13-15	9	Suedia	2019ko irailaren 4tik 7ra bitarteko taldea 2020ko maiatzaren 13tik 17ra bitarteko taldea
USA MERKATUA (OET Chicago)	Urriak 15	6	Amerika	
SELECTAIR ERAKUNDEA (Basquetour)	Urriak 5-6	100	Belgika	
RTA AGENTZIA	Azaroak 23	9	Alemania, Austria & Suitza	
ARGENTINAKO MERKATUA (Basquetour)	Azaroak 16	5	Argentina	

Bestalde, 2019an, **11 ikuskapen bisita** egin dira kongresuen antolatzaile eta sustatzaileekin eta pizgarri bidaien agentziekin, Donostian egin daitezkeen ekitaldiak baloratzeko:

Erakundea	Datak	Pertsona kopurua	JAtorrizko herrialdea	Baieztatutako ekitaldia
USCAP-UNITED STATES AND CANADIAN ACADEMY OF PATHOLOGY	Urtarrilak 12-16	2	AEB	USCAP KONGRESUA **Abuztuak 25-29, 2019** 180 pax
LA PALOMA EVENT	Urtarrilak 15-16	9	Espainia	PIZGARRIA **urriak 3-6, 2019** 12 pax
DOW AGROSCIENCES	Otsailak 13-24	2	Espainia	DOW AGROSCIENCES PIZGARRIA **martxoak 7-10, 2019** 30 pax
IATM INTERNATIONAL ASSOCIATION	Martxoak 3-4	1	Erresuma Batua	THE ANNUAL GENERAL MEETING OF THE INTERNATIONAL ASSOCIATION OF TOUR MANAGERS LTD - IATM 2020
PROFESORES CEDARS SINAI MEDICAL CENTER	Apirilak 9-10	4	AEB	KONGRESUA BCCN, 2019
WORLD CONGRESS OF COLLEGES AND POLYTECHNICS	Ekainak 5	10	Nazioartekoa	WORLD CONGRES OF COLLEGES AND POLYTECHNICS-WFCP **2020ko urria**
USCAP - UNITED STATES AND CANADIAN ACADEMY OF PATHOLOGY	Uztailak 28	5	AEB	USCAP MEETING **2020ko maiatza** 75 pax
SHERA	Irailak 28	3	Tailandia	PIZGARRIA 36 pax Tailandiako **azaroak 23, 2019** Askoz ekitaldi gehiagotarako hazia da hau
CIC NANOGUNE	Irailak 25	2	Donostia	OPTICAL MEMS AND NANOPHOTONICS 2021
TKNIKA	Urriak 30	2	Donostia	WFCP KONGRESUA **2020ko urrian**
AGENCIA RTA	Azaroak 23	9	Europa	Zenbait pizgarri **2019an eta 2020an**

Era berean, 10 biltzar sustatzailerekin bilera komertzialak egin dira, eta **bisita komertzialak** egin zaizkie pizgarri bidaiak antolatzen dituzten **Bordeleko** (Frantzia) 6 agentziei.

Ekintzak bazkideekin

Donostia Turismoaren **bazkide** laguntzaileek parte hartzen dugun merkataritza-ekintzetan duten **presentzia** areagotzeko asmoz, 2019an Kongresu eta Ekitaldi arloak nazioarteko eta Europako MICE merkatuari zuzendutako hiru a**zoka eta workshopetan** parte hartzeko aukera eskaini die bere bazkideei.

Azoka	Merkatua	Bazkideak
M&I FORUM (Costa Blanca)	Europakoa	1
IMEX (Frankfurt)	Nazioartekoa	10
IBTM (Barcelona)	Nazioartekoa	8

2019an zehar, Kongresu eta Ekitaldi Sailak Donostia Turismoko hainbat sektoretako **bazkideak harremanetan** jarri ditu:

- **Donostian baieztatuta edo hautagaitza-fasean dauden kongresu edo bilera profesionalak antolatzen dituzten nazioarteko eta Estatuko erakundeen 200 eskaera baino gehiago.**

DMCen eta kongresu antolatzaile profesionalen (KAP) kasu zehatzean, enpresa bazkideen kontaktua eman zaie Donostian kongresu edo pizgarri bidaia bat antolatzeko interesa agertu duten ekitaldien **13 antolatzaile-sustatzaileri.**

- **Batez ere Frantzia, Alemania, Suedia eta Espainiako erakundeen 40 eskaera baino gehiago, Donostian pizgarri bidaia bat antolatzeko interesa dutenak edo antolatzen ari direnak.**

Kongresukideentzako material turistikoa

Hirian egindako **30 kongresu** eta konbentziotako bertaratutakoei **material turistikoa** entregatu zaie. Guztira, **5.000 ale** banatu dira. Gainera, *turismo informazioko gune* bat jarri da *9 kongresuren* egoitzetan, eta *8.421 lagun* bildu dira bertan.

Uda ikastaroen barruan egindako kongresuetan izan zirenek informazio turistikoa ere jaso dute Miramar jauregian dagoen standean. Guztira *19 kongresu* izan dira, *2.373 bertaraturekin.*

Argitalpen espezifikoak

1. Biltzar antolatzaileentzako eskuliburua

2019an, 2018an argitaratutako Biltzar antolatzaileentzako eskuliburua erabiltzen jarraitu da.

2. Pizgarrien gida: berrargitalpena

3. Hautagaitzak aurkezteko kita

Kongresu eta Ekitaldi Departamentuak hautagaitza aurkezteko materiala berritu du, informazioa, datuak, etab. etengabe egokituta.

Erreferentziak eta arrakasta kasuak 2019

2019an, Donostiak ekitaldi profesionalen helmuga gisa eskaintzen duen ahalmena eta kalitatea aitortu eta zabaldu da hainbat aldizkari eta sare sozialetan:

Europe Expert agentziaren buletina ⟶

Nordic Spain agentziaren webgunea:
Helmuga nabarmena, Donostia ⟶

SECA kongresua:
jarraipena bere twitter kontuaren bidez →

ACS NANO
American Chemical Society
NanoZientzia eta Teknologiaren hiri gisa, Donostiari eskainitako 3 orrialdeko editoriala

USCAP
Creating a Better Pathologist

USCAP West | USCAP East

February 6, 2019

Maria José Beltrán de Guevara
Beatriz Ferrer
San Sebastián Convention Bureau
Boulevard 8, San Sebastián 20003
Spain

Dear Marijo and Beatriz:

You have opened our mind and hearts to the exquisite beauty of San Sebastián and the people who thrive there, and have given us gifts of generosity and friendship. Robin and I left with resistance, feeling only the magnetic impact of your personalities and warmth, the tug of the ocean and the culinary memory of pintxos and restaurant stars.

We are completely energized by the dream of returning in August, creating indelible memories for our conference guests. We are convinced that Donostia offers more than medical learning – it promises a transcendent cultural experience.

Thank you for making our visit such a powerful and enjoyable experience, and for generously showing us the best aspects of your city and its people.

I hope you enjoy these gifts of appreciation made by artists from the Palm Springs Art Museum. I can't wait to return.

Respectfully and thankfully,

David

David B. Kaminsky, MD, FIAC
Executive Vice President

www.USCAP.org

You have opened our mind and hearts to the exquisite beauty of San Sebastián and the people who thrive there, and have given us gifts of generosity and friendship. Robin and I left with resistance, feeling only the magnetic impact of your personaliti… and warmth, the tug of the ocean and the culinary memory of pintxos and restauran… stars.

We are completely energized by the dream of returning in August, creating indelibl… memories for our conference guests. We are convinced that Donostia offers more t… medical learning – it promises a transcendent cultural experience.

Thank you for making our visit such a powerful and enjoyable experience, and for generously showing us the best aspects of your city and its people.

I hope you enjoy these gifts of appreciation made by artists from the Palm Springs A… Museum. I can't wait to return.

ACS NANO

EDITORIAL

San Sebastian, a City of (Nano)Science and Technology

> The San Sebastian nanoscience community has contributed considerably to *ACS Nano* with more than 100 publications during the past decade.

The San Sebastian nanoscience community has contributed considerably to *ACS Nano* with more than 100 publications during the past decade.

USCAP kongresua
jasotako babesagatik eskerrak emateko eta Donostian beste ekitaldi bat berresteko gutuna

MICE 2019, publizitatea eta prentsa

2019an zehar, Donostia hainbat artikulu eta erreportajetan aipatzen da bilera profesionalen helmuga gisa, besteak beste honako hauetan:

Hedabidea	Publizitate txertaketa	Erreportajea
20 MINUTOS		Sevillako eta Donostiako hotelen akordioa, Donostia Londresen sustatzeko ekitaldi baterako
marketing directo.com		Club de Creativos-en kongresuarekiko lankidetzaren albistea
CONEXO		KAP kongresuarekiko lankidetzaren albistea
CONEXO		Donostiak irabazitako SCB Batzarrerako hautagaitzaren albistea
NOTICIAS DE GIPUZKOA		Donostiak irabazitako SCB Batzarrerako hautagaitzaren albistea
DIARIO VASCO - Gehigarria - Tu evento en Gipuzkoa	2 publizitate faldoi	
TURESPAÑA	3 orrialde	Bilerak egiteko hiriak, 2019. Donostia MICEren irudia duen kontrazala
NEXOTUR		ICCA 2019ko rankingaren erreportajea
NEXOTUR	1/2 orrialde	Donostia Turismoaren kongresuetako web-informazioaren analisiari buruzko artikulua
NOTICIAS DE GIPUZKOA - online		Donostiak ICCAko rankingean duen kokapenari buruzko artikulua
DIARIO VASCO online		Donostia MICE helmugari buruzko bideoaren irudia
MICEBOARD - online		MICE study tour - SCBren helmugei buruzko ekintza komertziala Bartzelonan
CONEXO	1/2 orrialde	Kongresuen webgunea
EVENTOPLUS	Artículo patrocinado	Ciudades de reuniones en España
DIARIO VASCO	Albistea	Partaidetza Bartzelonako IBTM azokan
ACS NANO - American Chemical Society	3 orrialde	Enbaxadoreek aldizkari zientifiko honen editoriala sinatu dute, NANOPOLE gisa Donostiari erreferentzia eginda
HOSTELTUR -edizio berezia, MICE	3 orrialde	Euskal Herriari buruzko erreportajea eta edizio bereziaren hainbat artikuluren irudiak

Jasotako adibideak:

TURESPAÑAren erreportajea
Bilerak egiteko hiriak: Donostia

Artikulua NEXOTURen
www.sansebastiancongress.com web orriaren analisia

NEXOTUR

▸ 20 Mayo, 2019

PAÍS: España
PÁGINAS: 29
TARIFA: 589 €
ÁREA: 266 CM² - 31%

FRECUENCIA: Semanal
O.J.D.:
E.G.M.:
SECCIÓN: EVASION

San Sebastián muestra toda su oferta de reuniones en una 'web' específica

La página de Turismo de San Sebastián incluye un área de su Convention Center en la que incluye, con un correcto diseño *responsive*, una amplia información sobre sus sedes para la organización de eventos y una completa agenda de congresos.

congress.sansebastianturismoa.eus/

Dentro de la página oficial de Turismo del **Ayuntamiento de San Sebastián** se incluye un área específica dedicada a los organizadores de eventos, en la que además de informar ampliamente sobre las características de todas las sedes para congresos que ofrece la capital guipuzcoana, incluye una amplia información de sus servicios y atractivos turísticos, incluidas las relaciones por tipo de alojamientos y restaurantes y una completa agenda de eventos por año y mes. Por otro lado, la página ofrece versiones en castellano, euskera, inglés y francés.

INFORMACIÓN

Presenta las diversas sedes para congresos de San Sebastián, con su descripción y la de sus salas, incluyendo su superficie y capacidad. También informa sobre sus alojamientos por tipo y categoría, y sobre sus restaurantes, con su descripción y el enlace con su web.

SERVICIOS

Dedica un área a la información sobre las empresas de servicios por tipo que colaboran en la organización de eventos en San Sebastian con su descripción y el enlace con su página. Para conocer el equipamiento que ofrecen sus sedes incluye el enlace con su página.

EVENTOS

Dispone de una agenda de los eventos pasados y futuros programados en San Sebastián, que se puede consultar por año y mes. Presenta sus fechas, tipo, ámbito, número de participantes previsto, así como el enlace con la página del evento cuando existe.

▲ Lo Mejor / Amigable

Con diseño responsive y buena estructura, es una herramienta útil y de fácil uso para los organizadores de eventos.

▼ Lo Peor / Planos

Ofrece las características de las salas de cada una de sus sedes, lo que se podría coompletar con planos de su situación.

SAN SEBASTIAN / Congresos

Ponderación de los Valores

Peso	Valor
10	DISEÑO
10	FACILIDAD
8	ROBUSTEZ
8	VELOCIDAD
8	% DEL PRODUCTO
10	ACTUALIZACIÓN
8	CALIDAD INFORMACIÓN
6	COBERTURA PRODUCTO
10	IDIOMAS
10	INFORMACION A EXPOSITORES
10	INFORMACION A VISITANTES
10	INFORMACION DEL ENTORNO
6	OTROS SERVICIOS

EVALUACION NEXOTUR.COM

El área de Congresos de la página del Ayuntamiento de San Sebastián puede ser de interés para los organizadores de eventos por su amplia información sobre la oferta de la ciudad, la descripción de sus sedes para congresos y una completa agenda de eventos.

7.9

5.3.
Aisialdiko turismoa

5.3.1.
Produktu turistikoak

Produktu turistikoen departamentuaren helburu nagusia da helmuga finkatuko duten eta hiriko turismoaren nazioarteko helmuga gisa kokatuko duten produktu eta zerbitzu turistikoak diseinatzea eta garatzea, Visit-Bizi 2017-2021 Gida Planean ezarritako jarraibideei betez, hala nola iraunkortasuna, benetakotasuna, deszentralizazioa sustatzea eta baliabide propioak sortzea.

Helburu hori lortzeko, hainbat ekintza gauzatzen dira:

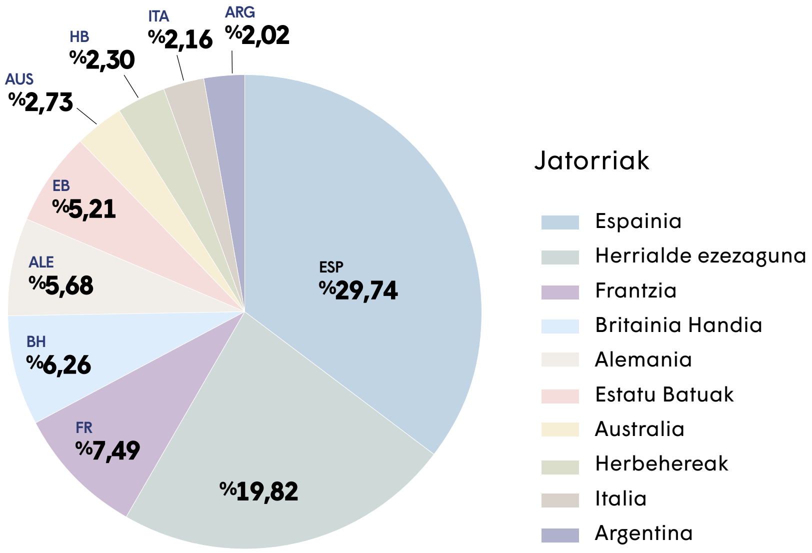
Hainbat **produktu propio** prestatzea.
Enpresa bazkideei aholkularitza ematea beren jarduerak sortzeko.
Bazkideen jarduerak zabaltzea eta sustatzea, haien informazio kanalen bidez eta **azoketara eta workshopetara** joanda.
Produktu turistiko propioak eta bazkideenak merkaturatzea turistak artatzeko bulegoetan eta on line dendan **(baliabide propioak sortzea)**.

Produktu propioak

1. Txartel turistikoak

Txartel turistikoen bi ildoek bisitariari aukera ematen diote helmugaren ezagutzan sakontzeko, eta erakundeko bazkideei (museoek, jatetxeek, saltokiek, etab.) eta garraio publikoko lineek eskaintzen dituzten deskontu eta abantaila garrantzitsuez baliatzen dira: **Donostia Card** (2 txartel), Donostia ezagutzeko, eta **Basquecard** (2 txartel), Donostia, Gipuzkoa eta Euskal Autonomia Erkidegoko hiriburuak ezagutzeko. Produktu honen helburua da bisitariak garraio publikoa erabiliz helmugak eskaintzen dituen ahalik eta baliabide kopuru handiena ezagutzea.

Txartel turistikoaren erabiltzaileen jatorria

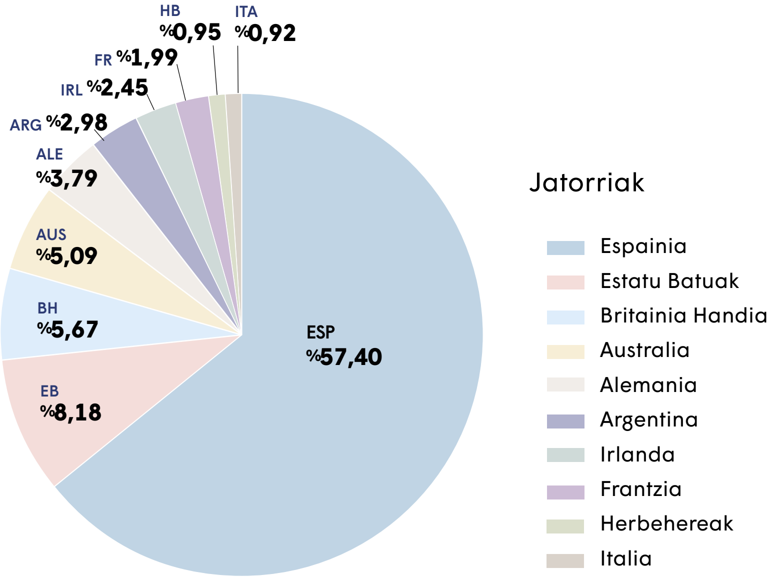


** Iturria: Donostia Turismoa*

**Jatorri ezezaguna hoteletako salmenten ondorio da, oraindik ez baita haien jatorria sisteman irauli.*

2. Bisita gidatuak Donostian

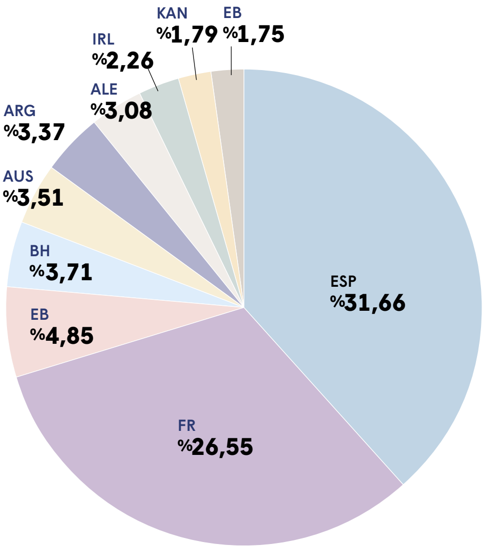
Oinezko bisita gidatuen bidez, bisitariak hiriko historia, kultura, ohiturak eta tradizioak ezagutzeko aukera izango du gida profesional baten eskutik. Urte osoan zehar eskaintzen dira.



** Iturria: Donostia Turismoa*

3. Garraio turistikoa

Bi garraiobide turistikoek (trena eta autobusa, hiri osoan zehar geltokiak dituztenak) hiriaz gozatzeko aukera eskaintzen diote bisitariari, baita hiriko hainbat gertaera historiko eta bitxikeria ezagutzeko aukera ere, zenbait ibilbideren bitartez.



Garraio turistikoaren erabiltzaileen jatorria

- Espainia
- Frantzia
- Estatu Batuak
- Britainia Handia
- Australia
- Argentina
- Alemania
- Irlanda
- Kanada
- Estatu Batuak

** Iturria: soilik web salmentetan eta Donostia Turismoko Bulegoetako salmentetatik jasotako datuak*

Bazkideen produktuak

Donostia Turismoak **askotariko jardueren eskaintza** jartzen du bisitariaren eskura. Eskaintza hori erakundeko **bazkide** diren hainbat **bertako enpresekin** lankidetzan egiten da, batik bat city break sektorera eta sektore gastronomikora zuzendutako produktuen zorro osoaren emaitza gisa.

CITY BREAK	
BISITA GIDATUAK ETA CITY TOUR-AK	
Bisita gidatuak	SST
Autobus turistikoa	SST
Tren turistikoa	SST
eBike Tour *(goiz eta arratsaldez)*	GO LOCAL
Bike Tour *(goiz eta arratsaldez)*	URBAN
GASTRONOMIKOAK	
Pintxo Tour english *(goiz eta arratsaldez)*	URBAN
4 Pintxo Tour *gaztelaniaz* + pintxo tour *ingelesez (goiz eta arratsaldez)*	DONOSTYLE
Errioxa bodegak *ingelesez* + Errioxa bodegak *gaztelaniaz*	DONOSTYLE
Euskal sukaldaritzako ikastaroa	DONOSTYLE
TXANGOAK	
Frantziako Kostaldeko Tourra G/I/E *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Frantziako Kostaldea *Gaztelaniaz* eta Frantziako Kostaldeko Tourra *Ingelesez*	DONOSTYLE
Bidasoa Tourra *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Bilbao Guggenheim egun ½ *Gazt.* + Bilbao Guggenheim egun ½ *Ingel*	DONOSTYLE
Bilbao Gaztelugatxe *Gaztelaniaz* + Bilbao Gaztelugatxe *Ingelesez*	DONOSTYLE
Txakolin Bodega *Gaztelaniaz* + Txakolin Bodega *Ingelesez*	DONOSTYLE
Gipuzkoako Kostaldea Egun *½ Gazt.* + Gipuzkoako Kostaldea Egun *½ Ingel.*	DONOSTYLE
Urola Kostako Tourra *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Flysch eta Txotx	SAGARDOAROUTE
Gipuzkoako Kostaldea *Gaztelaniaz* + Gipuzkoako Kostaldea *Ingelesez*	DONOSTYLE
3 Tenpluen Tourra *Gaztelaniaz* + 3 Tenpluen Tourra *Ingelesez*	DONOSTYLE
Hondarribia - Pasai Donibane Tourra	DONOSTYLE
ITSAS IBILALDIAK ETA KIROLAK	
Txalupak Uhartera – Linea Urdina	MOTORAS
Donostia Katamaran Zeharkaldia	CATAMARÁN
Trekking Euskal Mendietan *Gazt.* + Trekking Euskal Mendietan *Ingel.*	DONOSTYLE
Alokairu Mistoko Bonoa *(Bizikletak, Taulak)*	KIROL MUSIK
Labar Ezkutuak *(Goiz eta arratsaldez)*	GETARI CHARTER
Yate Ibilaldia, Flysch, Dragonstone	GETARI CHARTER
Ilunabarra Itsasotik	GETARI CHARTER
St James Way Trekking *(english)*	URBAN ADVENTURES
Alokairua Body Board	FORTUNA
Piragua Alokairua	FORTUNA
Sup Taulen Alokairua	FORTUNA
XL Sup Taulen Alokairua	FORTUNA
90 Minutuko Surf Klasea	PUKAS SURF ESKOLA
Banana Boat Hondarribia	WATERJOY
Flyboard Hondarribia	WATERJOY
Ur Motorra Hondarribia	WATERJOY
Speed Boat Hondarribia	WATERJOY
Itsasontzi Bisita Hondarribitik	WATERJOY
Wakeboard/Waterski Hondarribia	WATERJOY
EUSKAL KULTURA	
Galarreta Pilota	GALARRETA
Bisita + Galarreta Pilota	GALARRETA
Idiazabal Gaztandegia eta Txotx	SAGARDOAROUTE
Adarrazpi Gaztandegia *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Merkatu Tradizionala eta Txotx	SAGARDOAROUTE
Bazkaria + Afaria Sagardoetxe	SAGARDOETXEA
Petritegi Sagardotegi Bazkaria + Afaria	PETRITEGI
Bazkaria + Sagardotegi Afaria + Garraioa	SAGARDOAROUTE

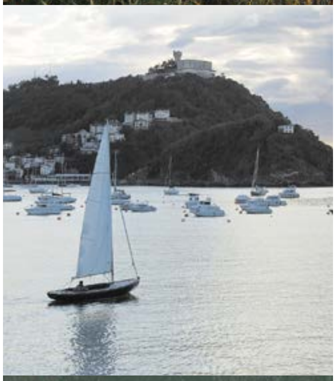
MUSEOAK, AISIALDIA ETA IKUSKIZUNAK	
Kasinoa + Premium Kasinoa	
2 Orduko Talaso Zirkuitua	
Bazkaria + Afaria + Talaso *2 ordu*	
Eureka Museoa	
Eureka Museoa + Planetarioa	
Albaola Museoa	
Aquarium sarrera	
San Telmo sarrera	

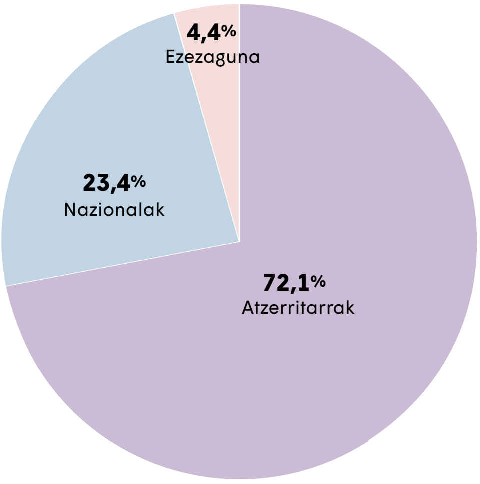
GASTRONOMIKOAK

Pintxo Tour English *(goiz eta arratsaldez)*	URBAN
4 Pintxo Tour Gaztelaniaz + Pintxo Tour Ingelesez *(goiz eta arratsaldez)*	DONOSTYLE
Errioxa Bodegak *Ingelesez* + Errioxa Bodegak *Gaztelaniaz*	DONOSTYLE
Flysch eta Txotx	SAGARDOAROUTE
Idiazabal Gaztandegia eta Txotx	SAGARDOAROUTE
ADARRAZPI GAZTANDEGIA *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Bazkaria + Afaria Sagardoetxe	SAGARDOETXEA
Petritegi Sagardotegi Bazkaria + Afaria	PETRITEGI
Bazkaria + Sagardotegi Afaria + Garraioa	SAGARDOAROUTE
Euskal Sukaldaritzako Ikastaroa	DONOSTYLE

BESTE BATZUK: NATURA, AKTIBOA, EUSKAL KULTURA, ETAB.

TXANGOAK	
Frantziako Kostaldeko Tourra G/I/E *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Frantziako Kostaldea *Gaztelaniaz* eta Frantziako Kostaldeko Tourra *Ingelesez*	DONOSTYLE
Bidasoa Tourra *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Bilbao Guggenheim egun ½ *Gazt.* + Bilbao Guggenheim egun ½ *Ingel*	DONOSTYLE
Bilbao Gaztelugatxe *Gaztelaniaz* + Bilbao Gaztelugatxe *Ingelesez*	DONOSTYLE
Txakolin Bodega *Gaztelaniaz* + Txakolin Bodega *Ingelesez*	DONOSTYLE
Gipuzkoako Kostaldea Egun ½ *Gazt.* + Gipuzkoako Kostaldea Egun ½ *Ingel.*	DONOSTYLE
Urola Kostako Tourra *(gaz. / ing. / eus.)*	BASQUECOOLTOUR
Flysch eta Txotx	SAGARDOAROUTE
Gipuzkoako Kostaldea *Gaztelaniaz* + Gipuzkoako Kostaldea *Ingelesez*	DONOSTYLE
3 Tenpluen Tourra *Gaztelaniaz* + 3 Tenpluen Tourra *Ingelesez*	DONOSTYLE
Hondarribia - Pasai Donibane Tourra	DONOSTYLE
ITSAS IBILALDIAK ETA KIROLAK	
Txalupak Uhartera – Linea Urdina	MOTORAS
Donostia Katamaran Zeharkaldia	CATAMARÁN
Trekking Euskal Mendietan *Gazt.* + Trekking Euskal Mendietan *Ingel.*	DONOSTYLE
Alokairu Mistoko Bonoa *(Bizikletak, Taulak)*	KIROL MUSIK
Labar Ezkutuak *(Goiz eta arratsaldez)*	GETARI CHARTER
Yate Ibilaldia, Flysch, Dragonstone	GETARI CHARTER
Ilunabarra Itsasotik	GETARI CHARTER
St James Way Trekking *(english)*	URBAN ADVENTURES
Alokairua Body Board	FORTUNA
Piragua Alokairua	FORTUNA
Sup Taulen Alokairua	FORTUNA
XL Sup Taulen Alokairua	FORTUNA
90 Minutuko Surf Klasea	PUKAS SURF ESKOLA
Banana Boat Hondarribia	WATERJOY
Flyboard Hondarribia	WATERJOY
Ur Motorra Hondarribia	WATERJOY
Speed Boat Hondarribia	WATERJOY
Itsasontzi Bisita Hondarribitik	WATERJOY
Wakeboard/Waterski Hondarribia	WATERJOY
CULTURA VASCA	
Galarreta Pilota	GALARRETA
Bisita + Galarreta Pilota	GALARRETA
Idiazabal Gaztandegia eta Txotx	SAGARDOAROUTE



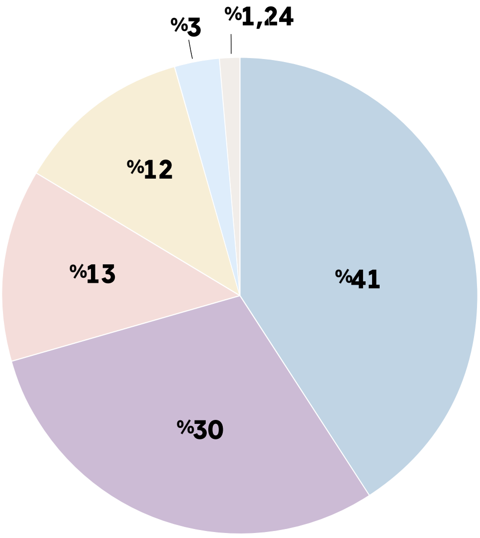


Jatorriak

- Atzerritarrak
- Nazionalak
- Ezezaguna

Produktu turistikoak merkaturatzea

Helmugaren eskaintza azken bezeroarengana hurbiltzeko, jarduera guztiak zuzenean saltzen dira, bai bulegoetan, bai Donostia Turismoaren online shop zerbitzuan.



Produktu turistikoak merkaturatzea

- Bus turistikoa
- Tren turistikoa
- Txartel turistikoak
- Lotutako produktuak
- Bisitak
- Komisioak

5.3.2. Bisitariari arreta

2017arekin eta 2018arekin alderatuta, bulegoan artatutako bisitarien kopuruak behera egin du. 2019an beheranzko joerari eutsi zaio 2017arekiko, giza baliabide eta baliabide material berekin lan egin arren. Datu hori inguruko beste bulego batzuekin alderatuta, ikusten dugu gehienetan errepikatzen den joera bat dela, gaur egun informazioa eskuratzeko dauden aukera teknologikoak direla eta. Horrek etorkizunean eskaini beharreko produktu eta zerbitzuei buruzko gogoeta sakona egitera behartzen gaitu, bisitariek (turismoan sartzen diren belaunaldiak barne) beren burua bulegoaren zerbitzuak erabiltzera bultzatuta ikus dezaten.

Donostiako Turismo Bulegoa

Bizitariak Guztira	2017	2018	2019	%
Urtarrila	4.890	5.797	4.686	%-19,17
Otsaila	6.543	5.357	6.079	%13,48
Martxoa	8.000	9.625	10.289	%6,90
Apirila	23.493	15.495	16.197	%4,53
Maiatza	20.373	21.642	17.759	-%17,94
Ekaina	25.865	24.444	23.614	-%3,40
Uztaila	55.394	44.341	39.797	-%10,25
Abuztua	75.785	63.893	50.715	-%20,63
Iraila	44.872	37.953	35.741	-%5,83
Urria	21.561	21.574	16.170	-%25,05
Azaroa	9.408	9.248	5.845	-%36,80
Abendua	9.897	8.328	6.897	-%17,18
GUZTIRA	**306.081**	**267.697**	**233.789**	**-%9,86**

Ez daude sartuta planoen makinako datuak
Iturria: Donostia Turismoa

5.3.3. Azokak eta work shopak

Estatuko eta nazioarteko aisialdiko 11 azoka eta workshopetan parte hartu dugu, Donostia hiri turismoaren eta gastronomiaren nazioarteko premium helmugatzat kokatzeko.

Donostia Turismoak sustapen lana egiten du, batez ere atzerrian, eta turismo sektoreko azoka profesional eta jeneralista garrantzitsuenetara joaten da, Basquetour, Turespaña eta Gipuzkoako Foru Aldundiarekin batera.

Honako azoka eta workshop hauetan parte hartu dugu:

Azoka nazionalak	Nazioarteko azokak
FITUR (Madrid)	ITB (Berlin)
NAVARTUR (Iruña)	Euskadi - Basques à Bordeaux helmugak
SEVATUR (Irun)	Workshop OET Stockholm (Estocolmo)
EXPOVACACIONES (Bilbo)	JATA (INTEX – Osaka)
DESTINOS EUSKADI (Alacant)	WTM (Londres)
INTUR (Valladolid)	

Nabarmentzekoa da Japoniako JATA azokaren arrakasta, merkatu horrek Donostian duen interes handiagatik.

⟶ DSS Turismoak sustapen lana egiten du turismo sektoreko azoka profesional eta jeneralista garrantzitsuenetara joanez

5.3.4.
Fam trips edo agenteen bidaiak

Donostia Turismoak **5 ohitze bidaiatan** parte hartu. Horiek erakundearentzat estrategikoak diren esparruetan zentratu direnak, hala nola City Break, Gastronomia eta Premium. Merkatuei dagokienez, norvegiarra, japoniarra eta australiarra nabarmentzen dira.

Atal honetan, bazkideekin ere lankidetzan aritu gara, bai harrera zerbitzuetako agentzietakoekin, bai hotel, ostalaritza, garraio, baliabide turistikoetako enpresa eta abarretakoekin ere.

Azpimarratu behar da bazkideen inplikazioa bidaia horien arrakasta errazteko, zerbitzu maila bikaina ematen baitute.

	Tipología	Agente kopurua	Jatorrizko herrialdea	Hilabetea	Antolatzailea
HORIZON HOLIDAYS	PREMIUM	1	India	Urtarrila	DSS TURISMOA
OET OSLO + KLM	GASTRONOMIA AKTIBOA	12	Norvegia	Maiatza	BASQUETOUR
INQUISITOURS	CITY BREAK	1	AEB	Urria	DSS TURISMOA
OET SINGAPUR + VIRTUOSO + AUSTRALIA	PREMIUM	4	Australia	Urria	OETS
OET TOKIO + IBERIA	PREMIUM	8	Japonia	Azaroa	OETS

5.3.5.
Argitalpenak

DSS Turismoaren argitalpenak tresna garrantzitsu eta indartsua dira hiriaren kokapena ezagutarazteko, erakundeko bazkideak sustatzeko eta hiria turismo helmuga gisa bultzatzeko, haien aniztasun eta banaketa masiboagatik.

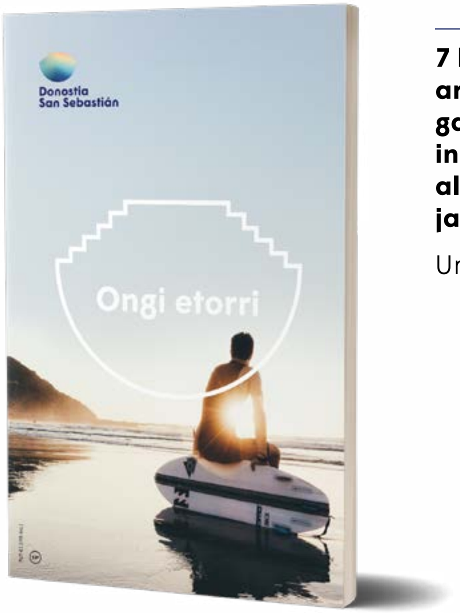
Urtetik urtera edukia berritzen dute, helmugari eta erakundeko bazkideei buruzko informazio behar berrietara egokitzeko, eta 2019an aldaketa hori aurreko urteetan baino handiagoa izan da, 2017-2021 Turismoaren Gida Planean planteatutako beharrei erantzuteko helburuarekin.

⟶ **DSS Turismoaren argitalpenak urtetik urtera edukia berritzen dute, helmugari eta erakundeko bazkideei buruzko informazio behar berrietara egokitzeko**

ONGI ETORRI 2019 gida erabat berritu da marka berrira egokitzeko

Hala, dokumentu horrek hirian eragin turistikoa deskontzentratzearen garrantzia jasotzen du, auzo guztiek eta horietan lan egiten duten bazkideek beren onurez goza dezaten.

Ikuspegi hori argitalpen nagusietara eraman da, eta bai gidak, bai ostatu mapak hiriko turismo eskaintza aurkeztu dute hainbat gune edo auzotan banatuta.



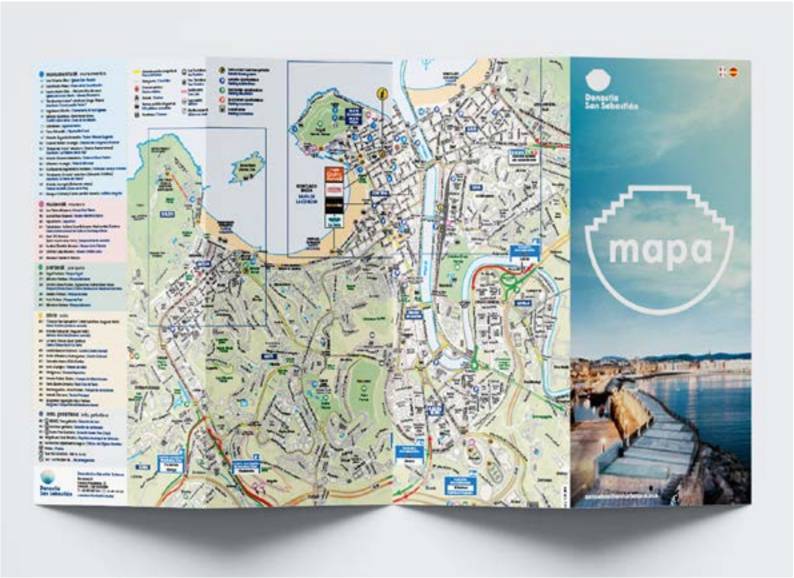
⟶ **Ongi Etorri gida: 7 hizkuntzatan argitaratzen da: gaztelania, euskara, ingelesa, frantsesa, alemana, katalana eta japoniera**

Unitateak: 45.000

Hiriaren planoa

⟶ **4 hizkuntza 2 ediziotan**

Unitateak: +700.000



Ostatuen planoa

⟶ **4 hizkuntza edizio bakarrean**

Unitateak: 10.000

Ticketing

⟶ **4 hizkuntza bi ediziotan**

Unitateak: 10.000

Bisita gidatuak

⟶ **2 hizkuntza bi ediziotan**

Unitateak: 10.000

Txartel turistikoen argitalpenak

SS Card

⟶ **4 hizkuntza bi ediziotan**

Unitateak: 10.000

Basque Card

⟶ **4 hizkuntza bi ediziotan**

Unitateak: 1.200

Flyer bateratua

⟶ **4 hizkuntza bi ediziotan**

Unitateak: 10.000

Jardueren agenda

⟶ **4 hizkuntza online edizioan**

Publizitate espazioak merkaturatzeari esker lortutako publizitate sarrerak

Argitalpenetan eta beste euskarri batzuetan publizitate tarteak saltzeak 45.000 € gordin baino gehiago sortu dizkio sozietateari.

Publizitate guneak saltzen dira hiriko mapan eta Ongi Etorri gidan, baita autobus eta tren turistikoaren euskarrietan ere. Hiriko gida merkaturatzeak (bisitarientzako prezioa 1 €-koa da), baliabide propioak sortzen laguntzeaz gain, haien inprimaketa eta banaketa murrizten ere laguntzen du. Horrela, zabalkundea jasangarriagoa eta arrazoizkoagoa da.

5.4. Helmuga turistikoaren kudeaketa

Helmuga turistikoa modu globalean kudeatzeko beharraren ideia indartu da azken urteotan, helmugan inplikatutako hiru eragile handiak kontuan hartuta: bisitaria, egoiliarra eta bertako enpresa turistikoak.

Arlo honek azken urteotan lantzen ari ziren ekintzak eta lan ildoak garatzen ditu, hala nola enpresa elkartuen kudeaketa eta lehiakortasuna, lidergoa eta gobernantza administrazio publikoko beste sail batzuekiko eta helmugaren gaineko kudeaketa zuzeneko ekintzak: seinaleztapen turistikoa, hotelena, mugikortasuna, irisgarritasuna…

5.4.1. Jardunak sektorearekin

1. Jardunaldiak eta lantegiak

Donostia Turismok turismo enpresa bazkideak sektorearen bilakaeran sortzen ari diren gai eta kontzeptu berritzaileetan prestatzeko lanarekin jarraitzen du.

Helburua da sektore pribatuarekin modu koordinatuan lan egiten jarraitzea, azpimarratuta lankidetza aritzea, enpresen arteko sinergiak sortzea eta eskainitako zerbitzuak hobetzea.

2019an, Donostia Turismoak bereziki bultzada handia eman dio irisgarritasun turistikoari. Sektorearen enpresa ehuna inplikatzeak duen garrantziaz jabetuta, DSS Turismoak enpresa bazkideentzat antolatutako prestakuntzek arreta berezia jarri dute irisgarritasunean.

Gainera, gobernantzaren ideia indartuz, irisgarritasunaren aldeko bultzada horri Basquetourren eskutik ekin zaio. Horrela, lehenik eta behin, irisgarritasun turistikoari buruzko sentsibilizazio jardunaldi bat eskaini zaio sektore bazkide osoari, eta, ondoren, irisgarritasunari buruzko prestakuntza espezifiko bat eskaini zaio ostatu eta ostalaritza sektoreei, sektore horiekin hasiko baita lanean Basquetour irisgarritasun programan.

Bestalde, bezeroarekiko zuzeneko tratuak oraindik ere duen garrantzia ahaztu gabe, baina teknologia berriek eskaintzen dituzten aukerak aprobetxatzeko asmoz, mugikorreko aplikazioak erabiltzeko prestakuntza eman da, bezeroarekin aurrebidaian eta egonaldian harreman zuzenagoa eta arinagoa izateko. Zehazki, Whatsapp Business eta Telegram aplikazioei buruzko informazioa eman da.

"Taldea egiten" jardunaldiak ere antolatu dira. Horien helburu nagusia da sektoreari zuzenean eragiten dioten gaiak partekatzea eta aztertzea, ikuspegi publikoa eta pribatua uztartuta.

Martxoan egindako lehen "Taldea egiten" jardunaldian, Donostia Turismoko arlo arduradunek giza taldea eta Gida Planaren helburuak lortzeko erakundean garatzen dituzten proiektuak aurkeztu zituzten. Era berean, nahi zuten enpresei urte honetarako proiektuak aurkezteko aukera eman zitzaien.

Azaroan egindako bigarren jardunaldian, Behatoki turistiko berria aurkeztu zen, enpresa bazkideekin partekatzeko datuekin, eta Gida Planak ezartzen dituen 3 ardatz garrantzitsuenei buruzko azterketa partekatua egin zen: deskontzentrazioa, oreka eta benetakotasuna.

Jardunaldia	Lekua	Data	Bertaratuak		Balorazioa (1-10)
			Empresak	Pertsonak	
"Taldea egiten" ekitaldia	Hotel Arima	2019/3/5	41	50	9,15
Turismo irisgarriari buruzko sentsibilizazio jardunaldia	San Sebastián hotela	2019/6/5	21	24	9,02
"Bezeroekin zuzenean komunikatzeko tresnak" lantegia	Amara Plaza hotela	2019/10/2	27	34	9,03
"Taldea egiten" ekitaldia (itxiera)	Chillida Leku	2019/10/22	36	49	8,36
"Bazkideen Kopa" ekitaldia	Anoeta estadioa	2019/12/17			
BERTARATUAK OROTARA			**125**	**157**	**8,89**

2. Enpresa turistikoen lehiakortasuna hobetzeko ekintzak

Helmugako jardunbide egokien programa (SICTED)

Helmugako jardunbide egokien programak (SICTED) aldaketa handiak izan ditu, eta 2019. urtean jarri dira horiek abian lehen aldiz. Helmugako kudeatzailearentzako plataforma aldaketa operatiboez gain, jardunbide egokien item guztiak aldatu eta berrantolatu dira, ezarri beharreko item berriak dituzten eskuliburuak sortuta enpresa bakoitzarentzat.

Helmuga turistikoen kalitatea hobetzeko SICTED proiektuaren bidez, etengabe lan egin da 37 enpresarekin. Horietatik guztiek behar bezala pasatu zuten kanpo ebaluazioa, eta kalitate turistikoarekiko konpromisoari eutsi diote. Aurten hainbat informazio bilera egin dira, 11 ebaluazio dokumental eta 26 bezero misteriotsu.

Smart Business

2019an zehar, Smart Business programan lan egin da —lehen IKTetako Jardunbide Egokien Programa deitutakoa—, enpresa turistikoetan informazioaren eta komunikazioaren teknologien erabilera hobetzeko. Jardunbide horiek ezartzeko eta hobetzeko lan egin da 14 enpresarekin, eta 28 laguntza bisita egin dira gomendatutako jardunbideak ezartzeko eta azken ebaluazioa egiteko. Enpresa gehienek oso maila aurreratua lortu dute.

Berrikuntza eta kalitate programak aintzatesteko ekitaldi ofiziala

Donostiako Kultura Garaikidearen Nazioarteko Zentroan (Tabakalera) Eusko Jaurlaritzak antolatutako **Berrikuntza eta Kalitate Programak aintzatesteko ekitaldi ofizialean** parte hartu genuen uztailean. Hain zuzen, ekitaldi horretan banatu ziren Kalitate Turistikoarekiko Konpromisoaren Diplomak —SICTED— eta/edo IKTen erabilerako Jardunbide Egokien Programan parte hartu eta maila gainditu izana egiaztatzen duten diplomak.

5.4.2. Jasangarritasun turistikoa

2019an, administrazio publikoko beste departamentu batzuekin koordinatuta lan egiten jarraitu da, batez ere udal sailekin (Mugikortasuna, Cristina Enea Fundazioa, Ingurumena, etab.), helmugaren jasangarritasuna hobetzeko ekintzak aztertu, diagnostikatu eta ezartzeko.

Horrela, gobernantzaren jarduna azpimarratuta, **Espazio Publikoa eta Mugikortasuna** proiektuan lan egin da. Proiektu hori Udalak sustatutako **Donostia Lagunkoia Hiri Plana**ren barruan kokatzen da. DSS Turismoak hainbat lan-jardunalditan parte hartu du, espazio publikoarekin eta askotariko beharrak dituzten pertsonen kolektiboek (haur eta gazteak, hirugarren adinekoak, egoiliarrak/bisitariak) hura erabiltzearekin lotutako arazoak aztertzeko.

⟶ DSS Turismoak hainbat lan-jardunalditan parte hartu du, espazio publikoarekin eta askotariko beharrak dituzten pertsonen kolektiboek hura erabiltzearekin lotutako arazoak aztertzeko

Irisgarritasunaren aldeko jardunak (dibertsitate funtzionala)

2019an, irisgarritasuna bi bide paralelo baina osagarritan landu da.

Alde batetik, 44 baliabide turistikoren diagnostikoa egin eta osatu da (aireportua, tren geltokiak, autobusa, aparkalekuak, garraio publikoa, garraio turistikoa, hondartzak, elizak, zenbait museo eta atrakzio turistiko, ibilbideak eta udal zerbitzuak), behar fisikoak, entzumenekoak eta ikusmenekoak dituzten pertsonentzako informazio maila zehatzarekin. Accesibleforall enpresa adituaren eskutik egin da lan hori.

Era berean, informazio hori guztia biltzen duen webgune bat sortzen eta argitaratzen hasi gara. Webgune horrek erabilerraztasun handia izango du eta Donostia Turismoaren webgune nagusian txertatuko da.

Bestalde, Basquetourreko lehiakortasun sailarekin koordinatuta, irisgarritasun turistikoaren inguruan elkartutako enpresa turistikoak sentsibilizatzeko jardunaldi bat egin dugu, eta irisgarritasun turistikoaren arloko lehiakortasuneko etorkizuneko programa garatzeko lanean ari gara.

Azpiegiturak hobetzeko jardunak: mugikortasuna, irisgarritasuna, seinaleztapena

Azpiegiturak hobetzeari dagokionez, ekitaldi antolatzaileen, harrera zerbitzuetako agentzien, biltzar eta bileren agentzien eta abarren arteko bitartekaritza lanak egiten jarraitu dugu, bertaratuak lineaz kanpoko autobusetan hartzearekin/uztearekin lotutako gaietan. Hotel berriak irekitzeari begira, seinaleztapena abian jartzeko lanarekin ere jarraitu dugu.

Jardun berritzaileak

Hirian mugikortasun turistikoa hobetzeko asmoz, Mugikortasun departamentuarekin elkarlanean aritu gara Donostiako autobus geltokian Navilens sistema abian jartzeko.

Navilens koloretako QRen sistema bat da, bi aplikaziori zerbitzua ematen diena: alde batetik, "Navilens", pertsona itsuengan edo ikusmen urrikoengan pentsatua, non QRa app-ak detektatzen duen eta erabiltzaileari audio baten bidez adierazten dion zer zerbitzu dituen eta nola irits daitekeen horietara; eta, bestetik, "Navilens Go" tresna, QR kodea eskaneatu ondoren, dauden zerbitzu eta baliabide turistikoei buruzko informazio zabaldua lortzea ahalbidetzen duena: testuak, audioak, irudiak, bideoak, etab.

Behatokia

Donostia Turismoa turismo jasangarri eta adimendunaren behatoki bat abian jartzeko lanean ari da, hirian turismoaren kudeaketa jasangarria lortzeko jorratu behar diren funtsezko arazoak identifikatu ahal izateko.

Hauek dira proiektuaren helburu nagusiak:

- Hiriak bere kudeaketa jasangarriari buruz egin behar dituen lehentasunezko galderak identifikatzea.
- Erantzunetara hurbiltzen gaituzten informazio iturri eskuragarriak eta irisgarriak identifikatzea.
- Aginte taula bat diseinatzea, prebentzio adierazleekin, helmuga ahalik eta kudeaketa onena egitera hurbiltzeko.
- Informazio iturriak eta adierazleak hargailu bakarrean integratzeko moduari buruzko lehen hurbilketa, haiek modu errazean interpretatu ahal izateko eta, horrela, erabakiak hartzea errazteko.

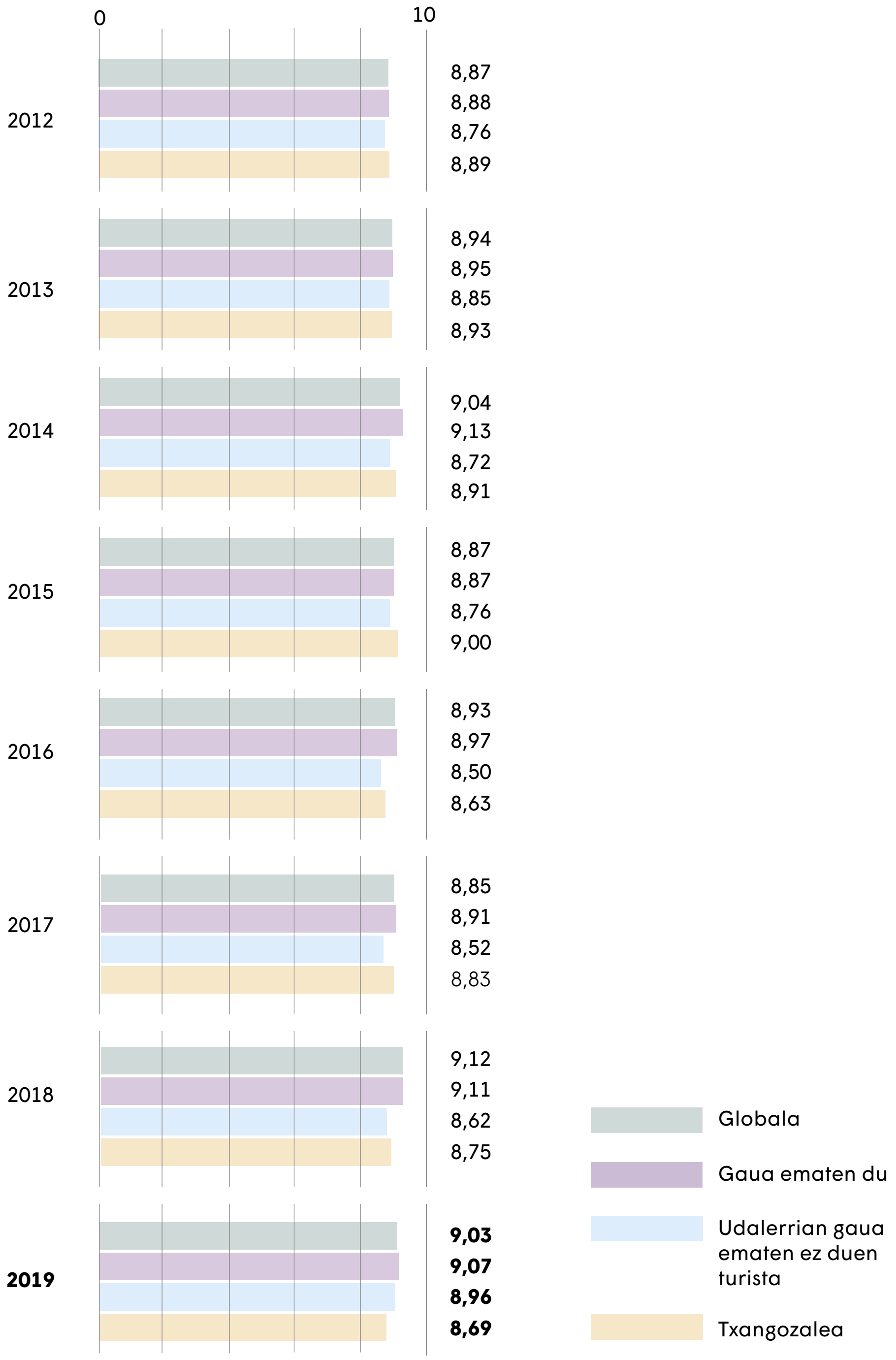
Hiri behatoki bat garatzen den bitartean, dagoeneko ezarri da behatoki turistiko bat —intranet moduan— DSS Turismoaren webgunean, bazkideei zuzendua. Bertan, txosten eta datu turistiko garrantzitsuenak eskaintzen dira arlo hauen inguruan: ostatu gauak, eskaintzaren bilakaera, egitura, ostatuaren okupazioa eta prezioa, nazioarteko hedabide eta rankingetako presentzia, bisitariaren profila eta gogobetetasuna, webaren / sare sozialen datuak eta entzute aktiboa.

5.4.3. Helmugari buruzko inkesta

Gogobetetasun maila – Bilakaera

Oro har, nola kalifikatzen duzu Donostiara egindako bisita?

(0 eta 10 bitarteko nota)



6. Sariak eta aintzatespenak

6.1. Sariak

Donostia Turismoak bi sari garrantzitsu jaso ditu 2019an:

1) Turismoaren Mundu Erakundearen (TME) "Berrikuntza eta iraunkortasuna"ren saria

2019an, Donostiari "Berrikuntza eta iraunkortasuna politika publikoetan eta gobernantzan" saria eman diote TMEren (Nazio Batuetako Turismoaren Mundu Erakundea) hamabosgarren edizioan. Sari horrek turismo jasangarria sustatzen laguntzen duten proiektu inspiratzaileak aintzatesten ditu.

Saritutako proposamena "Love San Sebastian. Live Donostia" proiektua izan da. Proiektu horrek Donostiako Turismoko 2017-2021 Gida Planak ezarritako erronkak eta helburuak jasotzen ditu, eta hiriak helmugaren kudeaketan eta sustapenean dituen **lehentasunen agendan izandako aldaketari** erantzuten dio. Gida Planak Donostiako turismoa garatzeko ereduaren erdigunean jartzen ditu **pertsonak,** eta honako hauen aldeko apustua egiten du: **jasangarritasuna** -soziala, ingurumenekoa, ekonomikoa-, **oreka** -herritarren, bisitarien eta enpresen artekoa-, **kalitatea** -bizitzarena, bisitarena, helmugarena- eta **benetakotasuna** -identitatea, kultura, berezko hizkuntza, tradizioak, berezitasuna...-.

Horretarako, "Love San Sebastian. Live Donostia" proiektuak hiriaren eta bisitarien arteko **konplizitatea eta elkar ulertzea** bultzatu nahi ditu, baita turismofilia kontzeptua bultzatu ere, hiri ireki, abegitsu eta harkorraren alde, eta **turismo arduratsu eta errespetuzkoaren** alde ere, egiten duen ekimenaren bidez. Proposamen horrek hiria maitatzeko eta bere aukera guztietan bizitzeko deia egiten dio bisitariari. Proposamenaren enuntziatuak berak kontzeptu horrekin jokatzen du: "*Donostiara baldin bazatoz, gogoko duzulako, maite duzulako,*

bizi Donostia. Hau da, izan beste donostiar bat eta jokatu donostiarra bazina bezala". Era berean, proposamena hamar aholkutan antolatuta dago. Aholku horietan, bereziki nabarmentzen da hiria herritarrak errespetatuz ezagutu eta gozatu behar dela:

1. **Errespetatu auzokoen atsedena.** Gauez ateratzen baldin bazara, gogoratu jende askok lan egingo duela hurrengo egunean, zuk goza dezazun.
2. **Ezagutu gure kultura.** Gure kultura gure ezaugarria da. Eta hura errespetatzeko modurik onena bertan barneratzea da. Ongi etorri!
3. **Erabili garraio publikoa.** Bizikleta, autobusa, trena... Azkarragoa, erosoagoa eta gutxiago kutsatzen du. Hobea zuretzat, hobea Donostiarentzat.
4. **Babestu tokiko merkataritza txikia.** Aprobetxatu zure egonaldia Donostian eta erosi tokiko saltokietan. Janaria, eskulangintzako produktuak, moda... baduzu zer aukeratua!
5. **Lagundu hiria garbi mantentzen.** Utzi zaborrak xede horretarako prestatutako lekuetan. Horrela, hiria ederragoa egongo da.
6. **Saiatu euskaraz hitz egiten.** Saiatu "Kaixo" eta "Agur" esaten. "Kaixo" eta "Agur". Erraz-erraza eta hezibide onekoa da.
7. **Gozatu hondartzak eta parkeak.** Leku publikoak gozatzeko eta esperientziak bizitzeko dira.
8. **Izan hiriaren parte.** Ezagutu gaitzazu benetan, eta ezagutarazi gaitzazu. Eman zure esperientziaren berri.
9. **Izan bizikide eta zaindu zure auzokoak.** Etxebizitza bat hartu baduzu errentan, gogoan izan hirian bizi den jendearen bizikide izango zarela. Errespetatu haien espazioa, ingurunea eta atsedena.
10. **Pintxoak jatera joatean, egin donostiarrek bezala.** Zuk bezala, jende askok gozatu nahi du. Horretarako modurik onena donostiarrengandik ikastea da.

Kanpaina hainbat formatutan egin da, eta kontzeptuak bere horretan jarraitzen du kudeaketa turistikotik helarazten diren mezu guztietan.

TMEren sariek aintzatesten dute erakundeek sektore turistiko lehiakor, arduratsu eta iraunkorragoaren aldeko ekarpena, Nazio Batuen Garapen Jasangarrirako 2030 Agenda lortzen ahalegintzen denaren aldekoa. TMEren sari lehiaketaren hamabosgarren urterako, 71 herrialdetako 190 eskaera jaso ziren hiru kategoriatan: politika publikoak eta gobernantza, enpresak eta gobernuz kanpoko erakundeak.

2) Komunikazio digitaleko estrategiarik onenaren Diario Vasco saria

Donostia Turismoak erakunde publikoen kategoriako online komunikazio estrategia onenaren Diariovasco.com saria ere jaso du 2019an, **"Donostia / San Sebastián Visit-Bizi Gida Planaren erronkak bultzatzeko 2018ko komunikazio-plana**"gatik.

Parte hartzen duten enpresek eta erakundeek aurkeztutako komunikazio plan edo proiektuetan, haien e**gokitzapen digitalaren maila eta komunikazio digitaleko tresnen eta formatuen integrazioa** baloratu ditu epaimahaiak, baita helburuen plangintza, gauzatzea eta emaitzak ere.

Donostia Turismoak Gida Planaren ardatz nagusiak bultzatzeko egindako komunikazio digitaleko ekintzen plana zehaztu du: helmugaren desestazionalizazioa, nazioartekotzea, deskontzentrazioa, benetakotasuna eta iraunkortasuna. Ardatz bakoitzean, web edukiaren plangintza zehaztu zen: bloga, newsletterrak, banner kanpaina, postak eta storie-ak Facebook eta Instagram, Twitter, Youtube, Flickr, Pinterest eta abarretan.

Sariak El Diario Vascok antolatu ditu, eta Gipuzkoako Foru Aldundiak, Caixabankek, Deustuko Unibertsitateak eta Movistarrek babestu dituzte. Epaimahaia honako hauek osatu dute: Nerea Ibañez, ASPEGIko presidentea; Gorka Sagarna, Gipuzkoako Foru Aldundiko Estrategia Digitaleko zuzendaria; Dorleta Ugarte, CaixaBankeko Enpresen Bankako zuzendaria Euskal Herrian; Jon Paul Aizarna, Gestión de Medios agentziako bazkide zuzendaria; Cristina Alberdi, Tecnaliako Marketineko zuzendaria; Juan Mancisidor, ADEGIko Enpresa eta Kanpo Harremanetako zuzendaria; eta Iñigo Muguruza, Gipuzkoako Bazkundeko Marketin eta Berrikuntzako zuzendaria.

6.2.
Txostenetan parte hartzea

2019an, DSS Turismoak honako txosten hauetan parte hartu du:

- **Isabel Aguirrezabalaren txostena ECMren (European Cities Marketing) esparruan, "Events for life".** *Edinburgo, 2019ko otsailaren 14a.*
- **Isabel Aguirrezabalaren txostena, Helmuga Turistiko Adimendunen (HTI) sareari atxikitako helmugen kudeatzaileen II. topaketan.** *Aranjuez, 2019ko apirilaren 9a*
- **Manu Narvaezen txostena turismo jasangarriaren inguruan, Basquetourrek antolatuta.** *Vitoria-Gasteiz, 2019ko uztailaren 8a.*
- **Isabel Aguirrezabalaren txostena, UIMPek (Menéndez Pelayo Nazioarteko Unibertsitatea) antolatutako helmuga turistiko adimendunei buruzko topaketan: "Berrikuntza politika publikoetan eta gobernantza turistikoa".** *Santander, 2019ko uztailak 15.*
- **Isabel Aguirrezabalaren txostena, gaiari buruzkoa, FEMPen (Udalerrien eta Probintzien Espainiako Federazioa) etengabeko prestakuntzako planaren esparruan: "Helmugek jasangarritasun turistikoan duten eginkizuna".** *Palma Mallorcakoa, 2019ko azaroaren 11.*

7. Europako sareetan parte hartzea

ICCA - International Congress & Conference Association

Munduko kongresu, konbentzio eta pizgarrien enpresa, erakunde eta jauregi nagusiak ordezkatzen dituen munduko elkartea. Mundu osoko 80 herrialdetako 850 konpainiak osatzen dute.

ECM – European Cities Marketing

Europako hiriburuetako turismo erakunde eta convention bureau-en sarea, ezagutza partekatzeko, ikuspegi operatibotik elkarrekin lan egiteko eta merkatu eta aukera berriak bilatzeko. Informazioaren, teknologiaren, ikerketaren, estatistikaren, marketinaren eta komunikazioaren arloetan dihardu.

Gaur egun, 32 herrialdetako 134 hiri europar daude sarean ordezkatuta.

Donostia Turismoak halakotzat parte hartzen dugu sarean, baita lantalde hauetan ere: City Cards, IKT, Digital Knowledge, Statistics and Research.

SCB - Spain Convention Bureau

Espainiako convention bureau-en elkartea, bazkidetuta dauden hirietarako sustapen bateratuko ekintzak maila nazionalean eta nazioartekoan egitea helburu nagusi duena. Donostia Turismoa elkarteko lantaldeko kidea da.

Itourbask – Turismo Bulegoen Euskal Sarea

Turismo Bulegoen Euskal Sarea, Euskal Autonomia Erkidegoko turismo bulego nagusiek osatua. Euskal Autonomia Erkidegoa.

OPC Basque Country – Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen dituzten enpresa profesionalen euskal elkartea

Kongresuak eta ekitaldiak antolatzen espezializatutako enpresak biltzen ditu, beren profesionaltasunak, esperientziak, eraginkortasunak, ikaskuntzak, sormenak, berrikuntzak, jasangarritasunak, efikaziak… bermatzen dituztenak. Enpresa erabakigarriak dira eta, gainera, kalitate handia eskaintzen dute zerbitzuen kudeaketan.

EAEko helmugak

Marka honen pean bildutako helmugak sustatzea helburu duen sarea. Honako hauek osatzen dute: Bilbao Turismo, Gasteizko kongresuen eta turismoaren udal zerbitzua, Bidasoa Activa (Hondarribia, Irun eta Hendaia), Zarauzko turismo bulegoa eta Donostia Turismoa.

Euskaliteko laguntzaileak

Bikaintasunerako Euskal Fundazioaren laguntzaileak. Fundazio horren egitekoa da kudeaketa aurreratuaren elementuak euskal erakundeetan aplika daitezen sustatzea, eta, horrela, EAEren lehiakortasunean eta garapen jasangarrian laguntzea.

Gaur egun 700 bat enpresak laguntzen dute, eta horietatik 13 sektore turistikokoak dira.

Euskadi Gastronomika

Produktuen bikaintasuna eta gure sukaldarien lan ona Euskadiren nortasun ezaugarriak dira. Euskadi Gastronomika Klubak gastronomia ulertzeko modu hori bultzatzen du, eskakizun eta konpromiso irizpide batzuk betetzen dituzten jatetxe, taberna, denda eta bestelako establezimendu gastronomikoek osatutako sarearen bidez.

Surfing Euskadi

Euskal Autonomia Erkidegoko surf turismoaren garapen iraunkor eta antolatuan inplikatuta dauden 70 enpresa eta erakundek osatzen dute Surfing Euskadi produktu kluba. Bere eskaintza, surfa egiteko baldintza ezin hobeetan eta beste erakargarri turistiko batzuekin konbinatuta, klubeko enpresen profesionaltasunean oinarritzen da.

European Best Destination

Bruselan kokatutako Europako erakunde bat da, eta Europan kultura eta turismoa sustatzea du helburu, turismo erakundeekin eta EDEN sarearekin elkarlanean. Europako helmugen kalitatea eta aniztasuna sustatzen ditu.

Euskadi euskal kostaldea

Helmuga turistikoen sare orekatua, produktu eta zerbitzu turistiko berezi eta kalitatezkoez osatua, eskarira egokituak, ekonomikoki errentagarriak, ingurumenarekin eta tokiko nortasunarekin bateragarriak, eta gizarte ongizate handiena sortzen dutenak.

Helmuga Turistiko Adimendunen Sarea

Helmuga Turistiko Adimendunen Sarea sortu zen sektore turistikoaren garapena jasangarritasunetik gidatzeko, berrikuntzaren eta teknologiaren bidez. Horretarako, sinergiak eta ezagutza transferentzia sustatzen ditu sarera atxikitako Helmuga Turistiko Adimendunen (HTA) artean. Turismoko Estatu Idazkaritzak eta SEGITTURek koordinatzen dute Sarea, helburu hauekin: Espainiako helmuga turistikoak helmuga adimendun bihur daitezen sustatzea; Helmuga Turistiko Adimendunen produktuak, zerbitzuak eta jardunak garatzean lankidetza publiko-publikoa eta publiko-pribatua bultzatzea; adimen turistikoaren arloan Espainiaren lidergoa bermatzen laguntzea, Sareak egiten dituen jardunen bidez; eta HTA proiektuaren kalitatea eta bilakaera ziurtatzea.

8. Ordezkaritzen bisitak

2019an, hiriari eta haren estrategia turistikoari buruz ikasteko interesa zuten nazioarteko hainbat ordezkaritzari eman zitzaien arreta:

Japoniako ordezkaritza *(Development Bank of Japan/Japan Economic Research Institute): 2019/6/21*
Tibeteko ordezkaritza (*(Tibet Governance Lab): 2019/7/18*
Kroaziako ordezkaritza *(Asociación Turismo Split): 2019/10/23*
Japoniako ordezkaritza *(Koken Kai): 2019/10/25*
Japoniako ordezkaritza *(Itoshima-ko arrantza turismoa sustatzeko elkartea): 2019/11/26*

Donostia
San Sebastián

sansebastianturismoa.eus