

EKINTZA- PLANA

2021

Eguneraketa: 2021eko martxoa

**BASQUE
TOUR**

*turismoaren
euskal agentzia*

*agencia vasca
de turismo*



**EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

EUSKADI
BASQUE COUNTRY





Daniel Solana

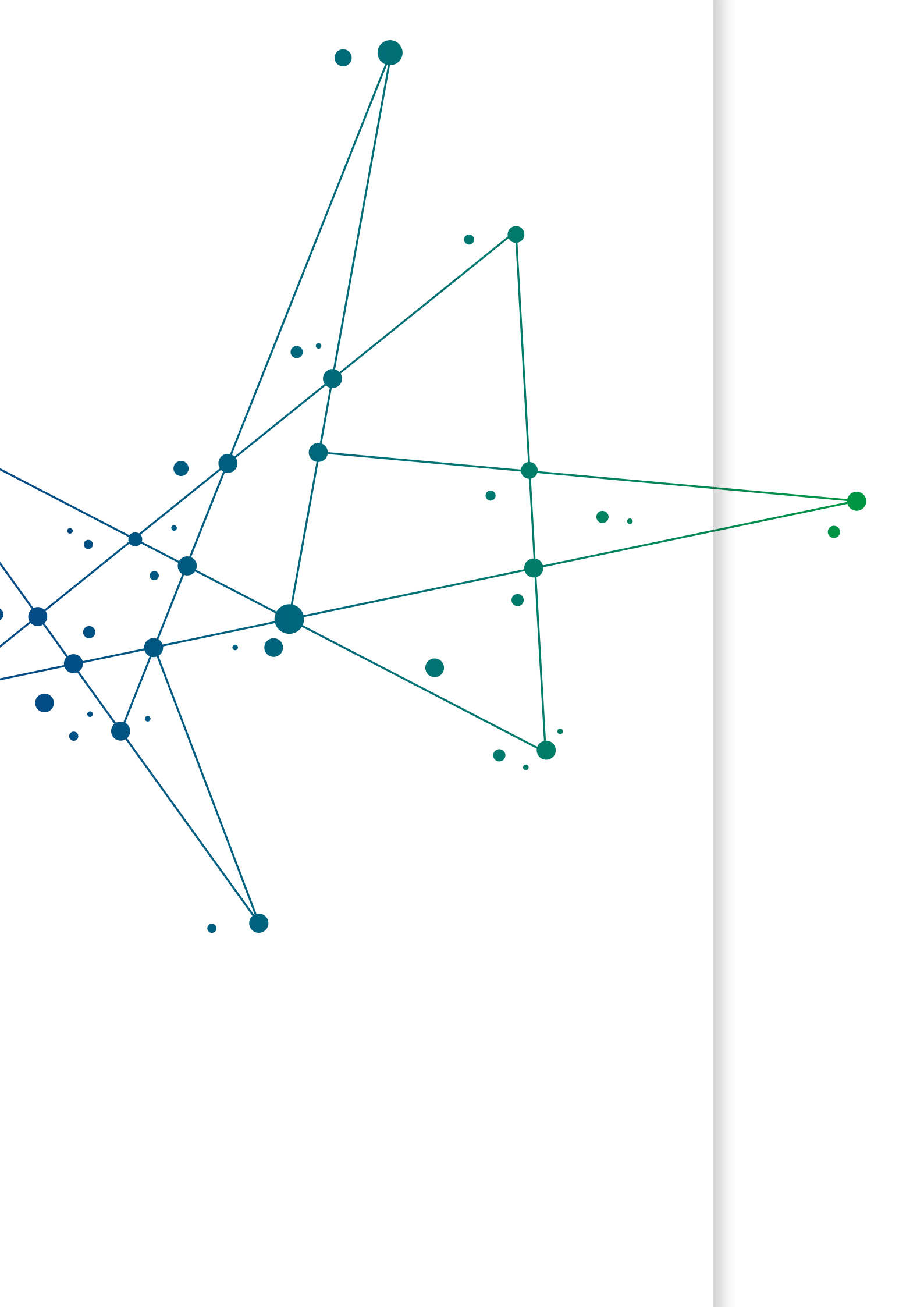
Basquetour - Turismoaren
Euskal Agentziako
zuzendaria

Plan honetan, Turismoaren Euskal Agentziaren jarduketa nagusiak aurkezten dira. Sektoreari hainbat eremutatik laguntzen eta Euskadi - Basque Country helmuga sustatzen saiatu gara funtsean, turismoarentzat izugarri zaila izan den urte honetan.

Gure esker ona, babesa eta laguntza helarazi nahi dizkizuet. Izan ere, zuen ahaleginari eta dedikazioari esker, turismoa gero eta sektore ekonomiko garrantzitsuagoa da Euskadin. Guztion artean, Euskadi helmuga lehiakorra eta ospe handikoa izatea lortu dugu, eta horrela jarraitzea nahi dugu. Hori dela eta, Javier Hurtado sailburuak Eusko Legebiltzarrean ezagutzera emandako ildo estrategikoetatik abiatuta, gure sektorearen erresistentzia- eta suspertze-faserako lehentasunezko laguntza-ildoetan ez ezik, 2021eko Ekintza Plan honetan ere lan egin dugu, eta, bertan:

- Ez ditugu alde batera utzi gobernantza-ekintzak, horixe baita Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak gure enpresa eta erakundeekin koordinatuta eta eskuz esku sarean arituz norabide berean arraun egiteko ezarri duen baterako oinarria.
- Jarduera turistikoa eta gure inguruneko joerak monitorizatzen jarraitzen dugu, erabakiak hartzeko informazio baliagarria eta ezinbestekoa eduki dezagun.
- Konpromisoa hartu dugu Euskadi helmuga segurua, berritzailea, digitalizatua, irisgarria, jasangarria eta inklusiboa izan dadin lan egiteko, hots, pertsonak eta haien inguruneak ardatz izango eta lurralde-mailan eta ekonomikoki garatuko dituen helmuga bihurtzeko, bisitatzen gaituztenek esperientzia berezi eta aberasgarri batean parte har dezaten.
- Marketin- eta merkaturatze-ekintza sorta bat eskaintzen dugu, Euskadiko bazter guztiak gutizia saihetsezinak izan daitezen.

Beti bezala, baina oraingoan inoiz baino gehiago, gurekin nahi zaituztegu, inoiz baino ilusio handiagoarekin etorkizun berria eta hobe lortzeko eta aurrera egiteko.



AURKIBIDEA

GOVERNANTZA 2

1. Euskal estrategia turistikoaren koordinazioa: sektorearen eskaria.	3
2. Turismoaren Euskal Sarea.	4
3. Akordio estrategikoak finkatzea eta sareetan parte hartzea.	5

HELMUGA LEHIAKORRA, ETIKOA ETA ADIMENDUNA 6

1. Kode etikoa.	7
2. Helmuga Turistiko Adimendunak (HTA).	9
3. Enpresa turistiko adimendunei lotutako ekintzen garapena.	10
4. Euskadiko Behatoki Turistikoa bultzatzea.	11

MARKETINA 14

1. 2021-2024 Aldiko marketin-plana lantzea.	15
2. Eskaintza lehentasunezko produktu turistikoetan oinarrituta berrantolatzea.	15
3. Trade eta sektore profesionalari zuzendutako sustapen-ekintzak.	20
4. Xede-publikoari zuzendutako sustapen-ekintzak.	22

KOMUNIKAZIO KORPORATIBOA ETA ADMINISTRAZIOA 24

1. Komunikazio korporatiboa.	25
2. Administrazioa.	25

GOBERNANTZA



Euskal turismoaren balio-kateko enpresak babestea.



Enpresen arteko lankidetza, erakundeen arteko lankidetza eta lankidetza publiko-pribatua sustatzea.

LAN-ILDOAK

1. EUSKAL ESTRATEGIA TURISTIKOEN KOORDINAZIOA: SEKTOREAREN ESKARIA

HELBURUA: inbertsio eraginkorragoa lortzea, merkatura indar handiagoarekin iristea eta sektorearen parte-hartzea koordinatzea.

1.1 Mahaiak, foroak eta lan-topaketak.

Enpresa-elkarteekiko eta erakunde publikoekiko bilera operatiboak, ekintza-planak kontrastatzeko eta estrategiak, adimen turistikoari buruzko datuak eta enpresa-premiak partekatzeko.

1.2 Turismo-plan estrategikoetan parte hartzea.

Babesa eta aholkularitza euskal helmugetako plan gidarietan.

1.3 Euskadiko konektibitate eta mugikortasun turistikoa.

Konektibitatea eta mugikortasuna turismoaren ikuspuntutik hobetu eta optimizatzeko ekintzak, Eusko Jaurlaritzaren Lurralde Plangintza, Etxebizitza eta Garraio Sailarekin batera.



2. TURISMOAREN EUSKAL SAREA

HELBURUA: euskal enpresa-sarea sendotzea eta babestea, eta enpresa arteko lankidetzak, erakunde arteko lankidetzak eta lankidetzak publiko-pribatua sustatzea.

2.1 Konekta Euskadi proiektuaren garapena.

Enpresen topagunea da. Bertan, enpresak elkartu egiten dira eta turismoaren plan estrategikoen inguruko ekimenak, topaketak, foroak eta ekarpenak partekatzen dituzte.

2.2 Edukien sorkuntza eta arrakasta-kasuak.

Turismoaren sektorerako baliagarriak diren mota orotako zabalkunde-material digitalak sortzen jarraitzea.

2.3 Proiektu eta ekimenetarako laguntza eta aholkularitza.

Ekimen berritzaileak edo ereduak kasuak antzematea eta antzeko ekimenen sorkuntza bultzatzea eta babestea.

2.4 Prestakuntza-katalogoa.

Erakundeek emandako prestakuntza turistiko ez-arautu oro biltzea eta enpresen artean zabaltzea.



3. AKORDIO ESTRATEGIKOAK FINKATZEA ETA SAREETAN PARTE HARTZEA

HELBURUA: sektorea babestea, politikak helaraztea eta haiei emandako erantzuna jasotzea.

3.1 Enpresa-elkarteekiko eta erakunde publiko-pribatuekiko akordioak, solaskide estrategiko gisa betetzen duten zeregina sendotzeko.

3.2 Estatuko lantaldeetan eta sareetan parte hartzea.

- Autonomia-erkidegoetako turismo jasangarriko taldea.
- Espainia Berdea.
- SICTEDeko helmuga arteko batzordea.
- Helmuga Turistiko Adimendunen Espainiako Sarea.
- Kalitate turistikoko lantaldea.
- Espainiako Ekoturismo Elkartea.
- Espainiako Familia Ugarien Federazioa (familia-turismoa).
- Bide Berdeen Espainiako Federazioa.
- Vasco Navarro Trenbideko, Inaziotar Bideko eta Done Jakue Bideko lan-mahaiak.
- Elkano proiektua.

3.3 Nazioarteko taldeak eta sareak.

- Arku Atlantikoko Batzordearen turismo-taldea.
- ERIH Industria Ondarearen Europako Ibilbidea.
- Bide Berdeen Europako Elkartea.
- Europako GATURI proiektua (gastronomia-turismoa).
- Wildsea Europe kostaldeko ekoturismo-taldea.
- NECSTouR, turismo jasangarri eta lehiakorraren aldeko Europako Eskualdeen Sarea.
- TME (Turismoaren Mundu Erakundea).
- ECOTRANS, Turismo Jasangarriaren Sare Europarra.
- Nazioarteko normalizazio- eta ziurtapen-taldeetan parte hartzea.

HELMUGA LEHIAKORRA, ETIKOA ETA ADIMENDUNA



Helmuga jasangarria, segurua
eta arduratsua izatea.



Lehen mailako adimen turistikoko
sistema bat edukitzea erabakiak
hartzeko.



Lurralde-garapen turistikoa
optimizatzea.



Sektorearen lehiakortasuna
hobetzea eta enpresei garatzen
laguntzea.

LAN-ILDOAK

1. KODE ETIKOA

HELBURUA: Agenda 2030eko Garapen Jasangarrirako 17 Helburuak [GJH] betetzen laguntzea.



NOLA EGINGO DUGU?

PROIEKTUA ABIARAZTEA

1.1 Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa erakunde publiko-pribatuetan ezartzea.

Kode Etikoan (2020ko eta 2021eko edizioetan) parte hartu duten erakundeak babestea eta euskarri-materiala sortzea.

ETENGABEKO HOBEKUNTZA

1.2 Prestakuntza.

Erakundeetan Kode Etikoaren 8 printzipioen ezarpena uneoro hobetzeko prestakuntzak etengabe garatzea.

1.3 Prestakuntza-plataforma digitalerako edukia sortzea.

Plataforma etengabe egokitzea, proiektua mantentzeko.

EZARPEN ZUZENA EGIAZTATZEA

1.4 Etika Batzordea finkatzea.

Batzordeak informazioa bilduko du Kode Etikoa etengabe hobetzeko, eta parte hartzen duten erakundeek zuzen betetzen dutela egiaztatuko du.



NOLA PARTEKATU ETA JAKINARAZIKO DUGU?

1.5 Urteko aintzatespen-ekitaldia antolatzea.

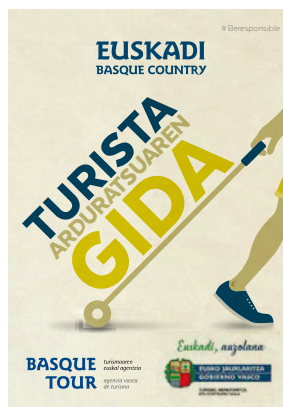
Balidatutako erakundeak Euskadiko Turismoko Etika Erregistroan txertatzea eta dagokion euskarri-materiala ematea.

1.6 Sustapen-kanpaina.

Kodea, haren printzipioak eta biltzen dituen balioak zabaltzeko kanpaina.

1.7 Turista Arduratsuaren Gida eta Turista Arduratsuaren Dekalogoia sustatzea.

Turista Arduratsuaren Gida eta Turista Arduratsuaren Dekalogoia egungo osasun-egoerara egokitzea, eta, ondoren, erakunde turistikoiei eta bisitariei banatzea, Euskadiko turismoa arduratsua izan dadin, Kode Etikoan sustatzen denari jarraikiz.



ZER DA KODE ETIKOA?

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa Turismorako Munduko Kode Etikoaren egokitzaipena da, gure kulturaren eta identitatearen ezaugarri propioetatik abiatuta egina, Garapen Jasangarrirako Agenda 2030ean ezarritako Garapen Jasangarrirako 17 Helburuekin, Turismoaren Mundu Erakundearen Turismorako Munduko Kode Etikoarekin eta Turismo Jasangarriaren Munduko Gutunarekin (ST+20) bat.



TURISTAK ULERTZEN
ETA ERRESPECTATZEN
LAGUNDU



GIZATERIAREN
KULTUR
ONDAREA
ZAINDU



BERDINTASUNA,
GIZARTERATZEA ETA
ANIZTASUNAREKIKO
TOLERANTZIA



BIKAINTRASUNA ETA
PROFESIONALITASUNA



JASANGARRITASUNA
(GJH 12, 14)



PERTSONEN
ESKUBIDEAK
ERRESPECTATU



BERTAKO TRADIZIOAREN
ETA KULTURAREN
SUSTAPENA



TRATU
EGOKIA EMAN
SEKTOREKO
LANGILE ETA
ENPRESARIEI (GJH 8)

2. HELMUGA TURISTIKO ADIMENDUNAK (HTA)

HELBURUA: Euskadiko Kode Etikoaren printzipioei jarraikiz eta berrikuntzaren eta teknologiaren bitartez, balio handiagoko helmuga turistiko adimenduna sortzea eta ikuspegi integratzaile, eskuragarri, inklusibo eta jasangarri bat sustatzea, ekonomia, gizartea, kultura eta ingurumena oinarri hartuta.

2.1 NEXTEUSBCTI proiektua.

Next Generation planeko Europako funtsei aurkeztutako “Euskadi Basque Country Tourism Intelligence” proiektuaren proposamena berrikuntzan eta digitalizazioan oinarritutako ekosistema turistiko adimendun bat sortzean datza, honako hauekin uztartuta:

- Helmuga Turistiko Adimendunaren (HTA) metodologiarekin.
- Enpresa Turistiko Adimendunaren (ETA) ereduarekin.
- Adimen Turistikoaren Sistemarekin (SIT Euskadi).

2.2 Helmuga Turistiko Adimendunaren (HTA) programa.

Helmuga baten berrikuntza-maila, azpiegitura teknologiko batean oinarritua, aztertzen du lurraldearen garapen jasangarria eta irisgarria bermatzeko. Bisitariaren eta ingurunearen arteko interakzioa erraztu, esperientziaren kalitatea handitu eta egoiliarren bizi-kalitatea hobetzen du.

Proiektu horren barruan, honako ekintza hauek aurreikusi dira:

- HTA eredua helmuga batean ezartzea (Bilborako proposatua).
- Donostian (Donostia Turismoarekin lankidetzan) eta Gasteizen (Gasteizko Udalarekin lankidetzan) ezarritako HTA helmugen jarraipena egitea.
- HTA eredua euskal eskualdeen egoerara egokitzea.



PROIEKTUA BULTZATZEA

2.3 Parte-hartze aktiboa HTA sarean.

HTA Estatuko helmuga-sare bat da, sinergiak eta ezagutza-transferentziak sustatzen dituen, helmuga turistiko adimendunetako produktu, zerbitzu eta jarduketan garapenean erakunde arteko lankidetzeta eta lankidetzeta publiko-pribatua bultzatzeko asmoz.

Basquetour agentziak sare horretan parte hartuko du gainerako helmugekin ahalik eta lankidetzarik handiena lortzeko, eta euskal helmuga turistiko adimendunek sarean parte hartzea sustatuko du.



3. ENPRESA TURISTIKO ADIMENDUNEI LOTUTAKO EKINTZEN GARAPENA

HELBURUA: euskal turismoaren sektorea Kode Etikoaren printzipioei jarraituko dien eredu batez hornitzea, enpresa turistikoak lurralde turistikoaren garapen jasangarri, irisgarri eta arduratsuan lagunduko duten eta turisten helmugako esperientzia hobetuko duten enpresa turistiko berritzaile eta teknologikoki aurreratu bihurtzeko.

3.1 Helmuga Seguruaren Programa.

2021. urtean, jardunbide egoki aurreratuen SICTED programa landuko da: helmuga segurua, irisgarritasuna, berrikuntza eta abar.

3.2 Gaitasun digitalei lotutako prestakuntza.

Turismoko Estatu Idazkaritzarekin eta beste erakunde batzuekin lankidetzan egindako ekintzak.

3.3 “Nola berritu turismo-arloa”.

Euskadin egungo egoeran berritzeko moduari buruzko kasu praktiko, gako eta ideien gida eta dekalogo, sektorearentzat bere estrategiak berriz pentsatzeko baliagarria izango dena eta inspirazio- eta ekintzailatza-iturri izango dena.

3.4 Ingurumen-jasangarritasuneko eta energia-efizientziako programak.

Lankidetzak IHOBEekin (Ingurumen Jarduketarako Sozietate Publikoa) eta EEekin (Energiaren Euskal Erakundea), euskal enpresa turistikoek Europako Etiketa Ekologikoaren (ECOLABEL) ziurtagiria lortzeko eta Energia Efizientziako Ziurtagiria igorri eta erregistratzeko.

3.5 Irisgarritasun turistikoa.

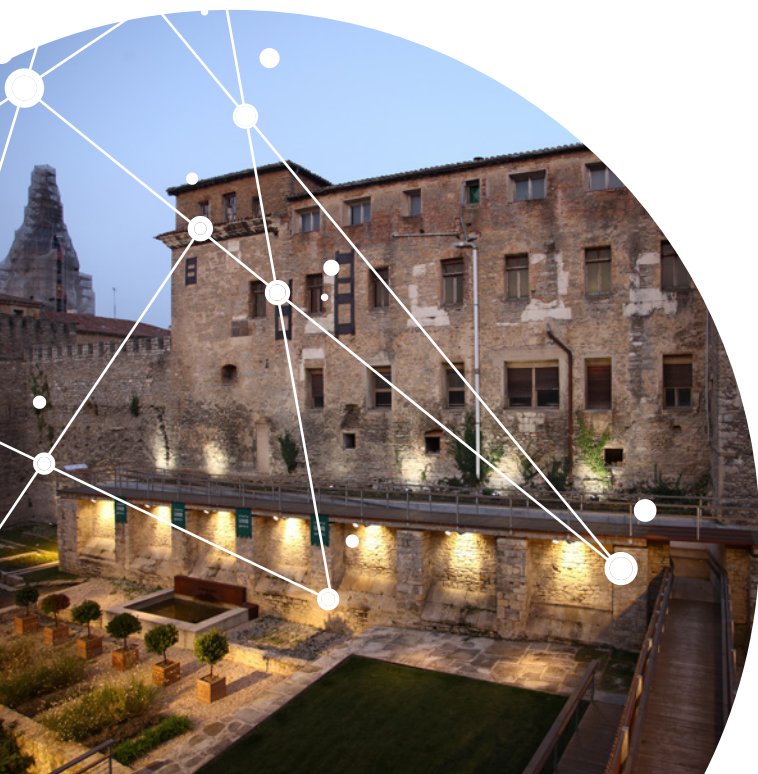
Sentsibilizazio-ekintzak eta prestakuntza-jardunaldiak euskal irisgarritasun-ereduan aurreikusitako bost dibertsitate funtzionaletan.

3.6 ICTEren ordezkaritza Euskadin.

ICTEren (Espainiako Kalitate Turistikoaren Erakundea) eta euskal enpresen arteko lotune gisa jardutea.

3.7 Eskualdeko lehiakortasun, jasangarritasun eta garapen turistikoko ECOTRANS eta NECSTouR sareak.

Bietan parte hartzea, profesionalizazio eta berrikuntzako mugaz gaindiko proiektuak detektatzeko eta sektoreari eskaintzeko.



4. EUSKADIKO BEHATOKI TURISTIKOA BULTZATZEA

HELBURUA: behatokira bideratutako baliabideak handitzea, datuek garrantzi berezia hartu duten garai honetan lurraldea eta profesionalak plangintzarako, erabakiak hartzeko eta emaitzen inpaktua neurtzeko tresna fidagarritz hornitzeko.

SEKTOREAREN EGOERA

Euskal enpresa-sare turistikoaren eskaintza, egitura eta egoera ezagutzeko azterlanak.

4.1 Sektorearen egoera monitorizatzeko adierazleen definizioa eta garapena.

EUSKAL TURISMOARI EUSTEKO PLANA 2021

Turismoari Eusteko Plana 3 ardatzetan dago oinarrituta:

- Ezohiko baliabideetatik iritsitako zuzeneko laguntzen ardatza.
- Sektore turistikoaren sustapenean eta dinamizazioan oinarritutako ardatza.
- Sektorean gehien zaindu beharreko jardunbide irregularrak ikuskatzeko zereginaren berrorientazioan oinarritutako ardatz osagarria.

ONLINE ESKARIA ETA HELMUGAKO ESKARIA

Bisitatzen gaituzten eta bisita gaitzaketen pertsonen profila eta portaera ulertzen laguntzen diguten iturriak biltzea eta aztertzea.

Online eskaria:

4.2 Eskari turistikoa online kanaletan monitorizatzea, bisita turistikoaren aurretik, bitartean eta ondoren emandako edukiak eta iruzkinak ezagutzeko.

Helmugako eskaria:

4.3 IBILTURREN urteko azterlana gauzatzea.

Bi urtean behin egiten da, elkarrizketa presentzialetan oinarritutako metodologia erabiliz. Urteak daramatzate bisitatzen gaituzten turisten ezagutza hobetzeko lanetan. Azterlana, bere proiektzioa dela eta, Eusko Jaurlaritzaren euskal estatistika-planeko zeregin ofizialetan sartuta dago.



BESTE ESTATISTIKA-ORGANO BATZUEKIKO LANKIDETZA

4.4 Beste erakunde batzuek bultzatutako lanak Euskadin aplikatzea.

EIN, AENA, EUSTAT eta Gizarte Segurantzaren azterlanetan lortutako emaitzak gure helmugaren errealitatera eta ezaugarrietara hurbiltzea.

BESTE NEURKETA- ETA ITURRI-EREDU BATZUEN USTIAPENA

4.5 Turistaren gastu-portaera.

Gastu turistikoa adierazle estrategikoa da gure sektoreko ekonomiarako, eta, beraz, hari lotutako neurketa espezifikoak egingo ditugu.

4.6 Lurraldeko mugikortasuna eta fluxu-deszentralizazioa.

Bisitatzen gaituztenek Euskadi barruan egindako mugimenduen jarraipena errazteko eragiketak.

MARKETING INTELLIGENCE: HOBEKUNTZA ERABAKIAK HARTZEAN

4.7 Merkatuen azterketa.

Alderdi ekonomiko eta sozial nagusiak eta bidaia-ohiturak aztertuko ditugu, gure erakarpen- eta sustapen-estrategiak zehazteko.

4.8 Euskadi helmugaren eta markaren posizionamendua.

Lehentasunezko merkatuetan gure helmugaz eta ezaugarriez duten pertzepzioaren, gure markari buruz duten ezagutzaren eta hura baloratzeko moduaren azterketa.

4.9 Aginte-koadroak.

Online plataforma eta kanal guztien jarraipenaren adierazleen integratzaileak sortzea.

TURISMOAK HERRITARRENGAN DUEN INPAKTUA

4.10 Euskal gizarteak turismoaz duen pertzepzioaren neurketa.

PHelmuga jasangarria izateko, jarduera turistikoak herritarrengan duen inpaktua ezagutu eta eguneroko bizitzan nola moldatzen den aztertu behar da.





NON AURKI DAITEKE INFORMAZIO HORI?

4.11 Enfokatur: Euskadiko Behatoki Turistikoaren ataria.



www.observatorioturisticodeeuskadi.eus

4.12 Euskadiko Adimen Turistikoaren Sistema.

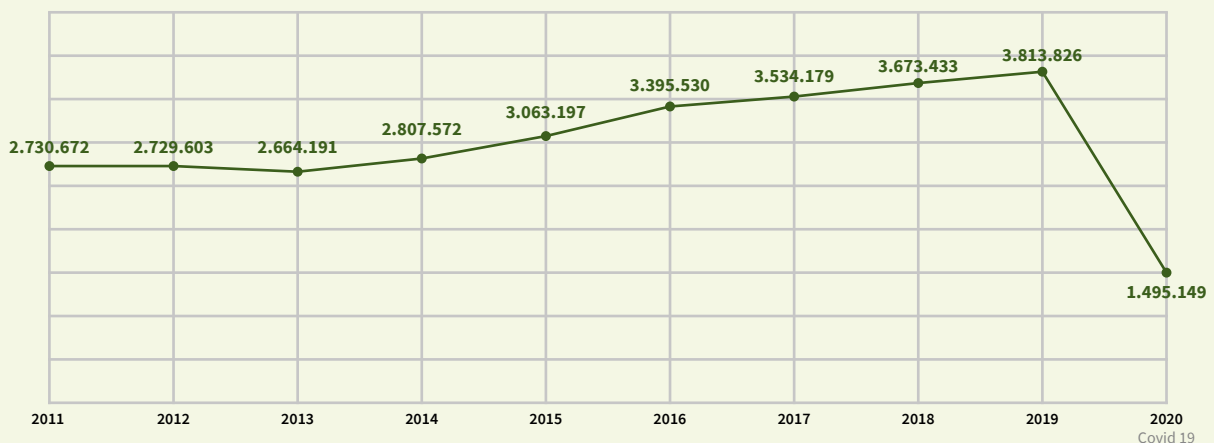


4.13 Zabalkunde-saioak.

Elkartruke eta kontrasterako ohiko topaketak turismoaren sektorearekin.

10 urte joan dira 2011n Eusko Jaurlaritzak, Basquetour agentziaren bitartez, **Euskadiko Behatoki Turistikoa** sortu zuenetik, **industria turistikoaren egoerari eta bilakaerari buruzko ikuspegi globala eta iraunkorra** izateko.

Euskadiko bizitoki turistikoetan izan diren sarreren bilakaera azken 10 urteetan:



Eustaten ETH eta ETHap eta EINen EOAT.

MARKETINA



Gure eskaintza turistikoa antolatu, lehenetsi eta segmentatzea.



Barne-merkatua eta merkatu nazionala epe laburrean sustatzea.



Euskadi markak lehentasunezko nazioarteko merkatuetan duen presentzia handitzea eta hari eustea.



Datozen lau urteetarako marketin-estrategia bat izatea.

LAN-ILDOAK

1. 2021-2024 ALDIKO MARKETIN-PLANA LANTZEA

HELBURUA: marketin-plana egitea, plan estrategikoarekin bat eta sektoreko eta turismoko erakunde eskudunek parte hartuta.

2. ESKAINTZA LEHENTASUNEZKO PRODUKTU TURISTIKOETAN OINA- RRITUTA BERRANTOLATZEA

HELBURUA: produktu-planak eraginkortasunez lantzea eskariaren, eskaintzaren kalitatearen eta estrategien arabera, eta baliabideak efizientziaz bideratzeko lehenetsi eta segmentatzea.

2.1 Euskadi Gastronomika: turismo gastronomikoaren erreferentzia.

2021erako helburuak:

- Gastronomiari eta ardoei lotutako esperientzia, produktu eta zerbitzuen askotariko eskaintza osatu eta berezi bat sortzea.
- Euskal herritarrek eta bisitatzen gaituzten pertsonen proiektuaz duten ezagutza handitzea.

Ekintzarik garrantzitsuenak:

- Egungo plan eta esperientzia gastronomikoen eskaintza berregituratzea eta sustatzea.
- Mahaien, foroen eta sareko lanaren bidez produktu gastronomiko berriak sortzea.
- Euskadi Gastronomika marka gizartean hedatzea, egiten diren ekintzak zabalduz eta jakinaraziz.
- Helmugaren markaren posizionamendua gastronomiari dagokionez.



2.2 The Basque Route: auto-ibilbideak Euskadin zehar, gure bisitariek bidaiazteko gehien erabiltzen duten modua.

2021erako helburuak:

- Lurraldean dauden baliabide eta produktu turistikoak ahalik eta hobekien egituratzea.
- Turisten imajinarioan "The Basque Route" proiektua txertatzea.
- Jasangarritasunerako bidean urratsak egitea.

Ekintza nagusiak:

- "The e-Basque Route":
- Ibilbide turistikoa "garbi" horren garapena eta posizionamendua (horrelako lehen ekimena izan da Estatuan).

Sustapena:

- Edukiak zabaltzea thebasqueroute.eus webgunean. Komunikazio- eta sustapen-euskarriak garatzea eta eguneratzea. Mugikortasun turistikoa jasangarriaren inguruko jardunaldi profesional bat egitea (road talks).
- Hainbat erakunderekin aliantzak bilatzea.

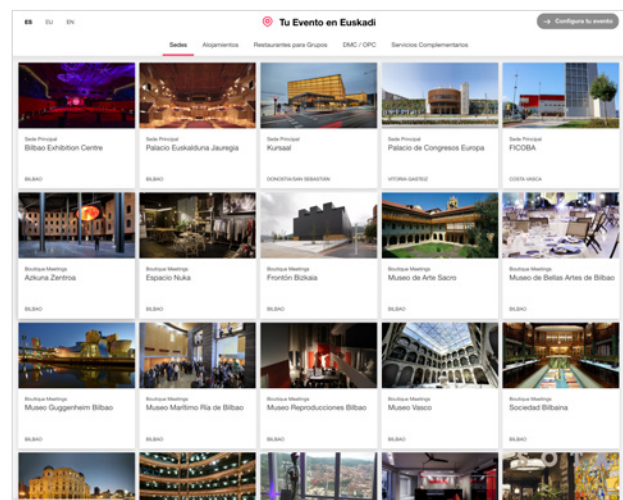
2.3 MICE: Euskadi, helmugarik bikainena kongresu, konbentzio, jardunaldi edo pizgarrietarako; inpaktu ekonomiko handiko produktua.

2021erako helburuak:

- Sektorearen susperraldia aztertzeke eta ahal den neurrian aurreratzeko baterako gogoeta egitea.
- Gure convention bureau-ei eta gure enpresei agerikotasuna ematen lagunduko duten sustapen-ekintzen aldeko apustuarekin jarraitzea, era koordinatuan.

Ekintza nagusiak:

- Segmentua suspertzera bideratutako baterako ekintzak proposatzeko gogoeta-jardunaldiak.
- Euskadiko OPC elkarteak (kongresuen antolatzaileak) babestea.
- Euskadiko MICE enpresen Basque events bilatzailearen edukiak eguneratu eta zabaltzea, segmentua osatzen duten enpresei agerikotasun handiagoa emateko.
- IBTM azoka (azaroaren 30etik abenduaren 2ra, Bartzelona): helmuga gisa parte hartzea MICE segmentuan Europako erreferentzia den azoka honetan, 3 convention bureau-en eta sektoreko enpresen eskutik.



2.4 Euskal kostaldeak.

2021erako helburuak:

- Lankidetzak publiko-privatutik abiatuta eta egungo eskaria kontuan hartuta, gure ezaugarri bereizgarrietan eta fluxu turistikoaren desestazionalizazioan oinarritutako eskaintza turistikoa bultzatzea, antolatzea eta sustatzea.
- Mahai sektorialen sistemari (surfari, nagusiki) berriro ekitea eta sistema hori dinamizatzea, eskaintzaren (eta, bereziki, itsas kulturaren) egituraketa eta euskal kostaldeko produktu espezifikoaren (eta, bereziki, nautikaren eta museoaren) sustapena bultzatzeko.

Itsas kulturaren inguruko ekintzarik garrantzitsuenak:

- Itsas ondareari eta arrantza-jarduerari lotutako eskaintza turistikoaren porfolioa sortzea, 1. zirkumnabigazioaren 500. urteurrena (Mundubira500) izanik lan- eta sustapen-testuingurua, Getariako Udalarekin eta Elkano Fundazioarekin batera.

Turismo nautikoaren inguruko ekintzarik garrantzitsuenak:

- EKPrekiko (Euskadiko Kirol Portuak) lankidetzak finkatzea, erreferentziazko azoka nautikoetan (Dusseldorf, Arroxelan eta abar) presentzia izateko.
- Turismo nautikoa sustatu eta merkaturatzeko Spain Sailing proiektuaren inplementazioaren jarraipena eta horretarako babesa.

Surfing Euskadi-ren inguruko ekintzarik garrantzitsuenak:

- Surfing Euskadi produktu-klubeko ordezkarien mahaia berrosatu eta finkatzea, sektore pribatuarekin batera eskaintza dinamizatzeko eta sustatzeko ekintzak egin ahal izateko.
- Marka berria klubeko enpresetan zein surf-helmugetan ezartzen auzatzea.

Euskal kostaldeko museoak:

- Euskal Kostaldeko Museoaren Sarearen eta 40 zentro kideen online presentzia eta sustapena hobetu eta dinamizatzea.

2.5 Natura.

2021erako helburua:

- Sustapena lantzea, helmugan eskuragarri dauden baliabideak agerian uzteko, hiru ardatzetan oinarrituta: ekoturismoa, zikloturismoa eta mendi-ibiliak. Naturari buruzko webgune berri bat sortzea.

Ekoturismoaren inguruko ekintzarik garrantzitsuenak:

- Ekoturismo-estrategia eguneratzea eta sektorea Euskadiko Ekoturismo Sarearen bitartez txertatzea.
- Euskadiko IV. Ekoturismo Foroa egitea, martxoaren 24-25ean.
- Euskadiko Ekoturismo Sarea koordinatu eta garatzea.
- Espainiako Ekoturismo Klubarekiko lankidetzak hitzarmena bultzatzea eta euskal elkarteak eta enpresak txertatzea.
- Sektorearen prestakuntza.
- Euskarriak, familiarizazio-bidaia eta sustapen-kanpainak eguneratzea.

Zikloturismoaren inguruko ekintzarik garrantzitsuenak:

- Zikloturismo-estrategia eguneratzea eta sektorea Euskadiko Zikloturismo Sarearen bitartez txertatzea.
- Segmentazioa: hiri-ibilbideak, bide berdeak, BTT zentroak eta zikloturismo-ibilbide handiak.
- Euskadiko I. Zikloturismo Foroa egitea, Euskadi Basque Country Cycling Festival-en barruan. Maiatzaren 12ko astea (maiatzaren 12-13an).
- Espainiako Trenbideen Fundazioa (FFE) erakundearekiko lankidetzak hitzarmena bultzatzea, Bide Berdeak programarako.
- Vasco Navarro Trenbideko, Plazaolako eta Bidasoako bide berdeen lan-mahaia eta taldea bultzatzea, Nafarroako Gobernuarekin eta eskualdeko eta tokiko eragileekin batera.
- Euskadiko eta Nafarroako gobernuen aurkezpen instituzionala Vasco Navarro trenbideko Bide Berdearen proiektuaren inguruan (bidea, webgunea eta baterako sustapen-plana).
- Arabako zikloturismo integraleko proiektua diseinatzea (BIKE CENTER). Gasteizko eta Arabako Errioxako zikloturismo-ibilbide handia.
- Eraikuntza- eta ehungintza-enpresekiko comarketing-ekintzak.

- Euskarriak, familiarizazio-bidaia eta sustapen-kanpainak eguneratzea.

Mendi-ibilien inguruko ekintzarik garrantzitsuenak:

- Mendi-ibilien estrategia eguneratzea eta sektorea Euskadiko Mendi Ibilien Sarearen bitartez txertatzea.
- Euskadiko bidexken inbentario osoa egitea, eskuragarri dauden baliabideak ezagutzeko eta egungo eskaintza antolatu ahal izateko.
- WIKILOC: plataforma honetan Euskadiko profil ofiziala garatzea, eskaintza osoa bilduta.
- GR 38 proiektua (Ardoaren eta arrainaren ibilbidea) ezartzea. Mapa ofiziala, etapa-fitxak eta eskualde arteko lan-mahaia eta lan-mahai publiko-pribatua garatzea.
- Ekintzak, materialak eta sustapen-kanpainak.

2.6 Industria-turismoa: gure industria-iragana bisitatzea.

2021eko helburua:

- Industria Turismoaren Euskal Sarea sustatzea, inguruko publikoak sare horren barruan bisita daitezkeen 34 baliabideak ezagutu ahal izateko. Baliabide horien bidez, industria-historia eta lanaren memoria ezagutaraziko dira.
- Hirigintza-garapena ulertzea eta bertako paisaia interpretatzea.

Urteko ekintza nagusiak:

- Sareko lanaren antolaketa eta dinamika, baterako proiektuak identifikatzeko.
- Euskal Sareko baliabideen euskarria Europako ERIH Sarearen esparruan.
- Sustapen-euskarrien berrikuspena eta diseinua (webgunea, displayak, multimedia bankua).
- Industriadia 2021 ekimena eta Euskadiko industria-turismoaren bigarren kongresua egitea.
- Sustapen- eta familiarizazio-ekintzak.

ELKANO ETA SAN IGNAZIO: 500. URTEURRENA

Urte hauetan, gure historiako bi ekintza gogoangarriren urteurrenak beteko dira, eta ekintza-ildo bereziak antolatuko dira bien inguruan:

- Juan Sebastian Elkano
getariar entzutetsuaren lehen zirkumnabigazioaren (2019-2022) 500. urteurrena. Balentria hartan, euskal itsas industrien eta euskal marinelen partaidetza funtsezkoa izan zen, behar bezala aitortu ez bada ere.

- Jesusen Lagundiaren fundatzaile San Ignazio Loiolakoaren
konbertsioaren (2021-2022) 500. urteurrena.



2.7 Familia-turismoa.

2021erako helburuak:

- Helmuga eta klubeko enpresak familien premietara egokitutako espezializazio-esparru batean kokatzea (familiak bigarren segmentua dira Euskadiko egungo eskarian: % 23).

Ekintzarik garrantzitsuenak:

- Sustapen-liburuxka eguneratzea eta inklusiboagoa izatea, eta liburuxka osatzeko euskarri berriak garatzea. Proiektuan parte hartzen duten enpresei agerikotasun handiagoa ematea, turistarentzat interesa duen eskaintza gisa.
- Espainiako Familia Ugarien Federazioaren kanalen bidez helmuga espezializatzeko eta sustatzeko lankidetzak hitzarmena, eta Hirukiderekiko lan estuagoa.
- Segmentu horretan espezializatutako nazioarteko agentziei Euskadiko eskaintza aurkeztea.
- Euskadik segmentu horretan duen posizionamendua eta eskaintza turistikoa osatu eta hobetuko duten enpresa berriak klubean sartzea.

2.8 Euskadi Premium.

2021erako helburuak:

- Euskadi merkatu igorle estrategikoetan erreferentziazko Premium helmuga gisa kokatzea.
- Premium turisten eskarira egokitutako eskaintza turistikoa izatea.
- Bidaiei desestazionalizazioa.

Ekintzak:

- Euskadik premium merkatuak dituen helburuak finkatzea eta, helburuen arabera, produktua zehaztea.
- EUSKADI PREMIUM eskaintzan egon nahi duten enpresa turistikoek bete beharreko irizpideak eta baldintzak jasoko dituen dekalogo bat lantzea.

2.9 Euskadiko top baliabide turistikoaren sareari lotutako ekintzak.

2021erako helburuak:

Euskadiko TOP baliabide turistikoaren sarea sortzea, haien arteko lankidetzak sustatzeko eta Euskadiko eskaintza turistikoa indartuko duten sinergiak biltzeko.

Ekintzarik garrantzitsuenak:

- Baterako laneko mahaia edo foroak sortzea.
- Adostasunez onartutako ekimen nagusiak abian jartzea.

EUSKADIK 7 UNESCO BALIABIDE DITU

- **Kostaldeko Bidea eta Barnealdeko Bidea, “Done Jakue Bideen” barruan.** San Adriango galtzada eta tunela, Ziortzako Kolegiata, Bilboko Done Jakue katedrala eta Gasteizko Santa Maria katedrala.
- **Bizkaia zubia.**
- **Santimamiñe, Ekain eta Altxerriko kobak, “Kantauri Itsasoko Ertzeko Paleolitoko Labar Artearen” barruan.**
- **Euskal Kostaldeko Geoparkea.**

3. TRADE ETA SEKTORE PROFESIONALARI ZUZENDUTAKO SUSTAPEN-EKINTZAK

HELBURUA: eskaria indartzeko eta helmuga-markak xede-merkatuetan duen ospea handitzeko beharrezkoak diren sustapen-ekintza guztiak eta merkaturatzea babesteko ekintza guztiak egitea.



NOLA EGINGO DUGU?

3.1 Azokak.*

- EUSKADI BASQUE COUNTRY marka zabalduz.
- Euskadiko eskaintza turistikoa ezagutaraziz eta produktu berriak aurkeztuz.
- Negozio-aukerak sortuko dituzten topaketen eta bileren bidez.
- Turismoaren sektoreko profesionalen arteko topaguneak ezarri.
- Helmuga eta bertako enpresak komunikabide sozialetan sustatuz.

2021eko azoka nagusiak:

- Fitur (maiatzaren 19-23an, Madril): Estatuko erreferentziazko azoka; Madril egiten da eta mundu osoko turismo profesionalak dago zuzenduta.
- ITB (martxoaren 9-12an, Berlin): azoka turistikorik garrantzitsua da, eta Euskadik 18 erakusketarekin hartuko du parte (turismo-bulegoak eta euskal elkarte eta enpresa turistikoa). Aurtengo edizioa birtuala izango da.
- WTM (azaroaren 1-3an, Londres): (berretsi gabe) Euskadik aurreko erakusketari gisa hartuko du parte nazioarteko sustapenean estrategikoa den azoka honetan.
- ILTM (abenduaren 6-9an, Cannes): premium sektorerako bideratua, nazioarteko merkaturako.
- Beste azoka batzuk: FREE Munich, Ferien Messe Viena, Jata Tokyo eta Mundo Abreu Lisboa.

3.2 Zuzeneko aurkezpenak eta jardunaldiak.*

Euskadi Jardunaldiak:

- Bidaia Agentzien Espainiako Konfederazioarekin (CEAV) batera, Espainiako agentzietarako aurkezpena eta workshopa (birtuala).
- Turespañarekin lankidetzan, zuzeneko jardunaldiak Hanburgon, Londresen eta Oporton (presentzialak).

Helmuga anitzeko jardunaldiak. Euskadik beste helmuga batzuekin eta Turespañarekin batera hartuko du parte honako jardunaldi hauetan:

- Birtualak: Argentina, Austria, Belgika-Luxenburgo, Kanada, AEB (Chicago), Israel, Polonia eta Turkia.
- Presentzialak: Italia, Errusia, Suedia eta Suitza.

3.3 Familiarizazio-bidaia.*

- Fam trip-ak (bidaia-agentzietatik): Danimarka, AEB, Frantzia, Irlanda, Italia eta Portugal.
- Press trip-ak (prentsa): Alemania, Danimarka, Frantzia, Irlanda, Italia, Portugal eta Erresuma Batua.

* Covid egoeraren arabera.

3.4 Bidaia-gida nagusien jarraipena.

Azken urteetan Estatuko eta nazioarteko gida turistiko nagusietan Euskadiri buruzko edukiak sortzeko, eguneratzeko eta haien jarraipena egiteko lanarekin jarraitzea.

3.5 www.basquetour.eus webgunean aukeran eta euskal sektore profesional turistikoaren eskura dagoen irudi-bankuaren kudeaketa.

Espainiako iparraldeko autonomia-erkidegoen arteko lan-plataforma den Espainia Berdea markaren barruan dago Euskadi, Galizia, Asturias eta Kantabriarekin batera.



4. XEDE-PUBLIKOARI ZUZENDUTAKO SUSTAPEN-EKINTZAK

HELBURUA: xede-merkatuetan sustapen-ekintzak garatzea, markaren barneratze- eta ezagutza-maila handitzeko eta hurbileko eta distantzia ertaineko [autoz 5 ordu gehienez] merkatuetan turista potentzialen erakarpena sustatzeko, Euskadira zuzeneko konexioak eskainiz, hegaldien, trenen zein itsas loturen bidez.

4.1 Baliabideen plana eta kanpainak.

- Urteko garai jakin batzuetan kanpaina baten bitartez jakinarazi beharreko edukiak edo proiektuak planifikatzea.
- Beharrezkoak diren materialak garatzea.
- Enpresa esleipendunarekin batera erabili beharreko baliabide eta euskarrien plangintza zehaztea.

4.2 Azokak.*

Expovacaciones (Bilbao Exhibition Centre – Barakaldo): BECen urtean behin xede-publikoarentzat antolatzen den azoka. Helburua da euskal merkatuko helmuga- eskaintzarik espezifikoa ezagutzera ematea, gaur egun funtsezkoa baita sektorea suspertzeko.

4.3 Helmugaren sustapen-ekintzetan presentzia izatea.*

- Espainiako egunak Irlandan eta Hagan.
- Spanien am Main (Museoen Jaia – Frankfurt).
- Eat&style jaialdi gastronomikoa (Dusseldorf).
- Espainiari buruzko informazio-ekintza Japoniako hiru aireportutan.

4.4 Liburuxkak eta euskarriak. Basquetourrek garatutako sustapen-euskarri guztiak kudeatzea eta eguneratzea.

* Covid egoeraren arabera.

4.5 Online estrategia.

- Erabakiak hartzeko eta kanpainen inpaktua neurtzeko adierazle nagusiak zentralizatuko dituen panel/ dashboard baten bidez sustapen-ekintza eta kanal aktibo nagusien neurketa eta jarraipena egitea.
- Automatizazio-prozesuei, inbound edukari eta B2Crako CRMarekiko loturari buruzko epe ertain eta luzeko estrategia digitala zehaztea.

4.6 Ordezkaritza-agentziekiko lana.

Jatorrian espezializatutako enpresak bilatzea, lehentasunezko nazioarteko merkatu bakoitzerako komunikazio-, sustapen- eta merkaturatze-ekintzak garatzen laguntzeko.

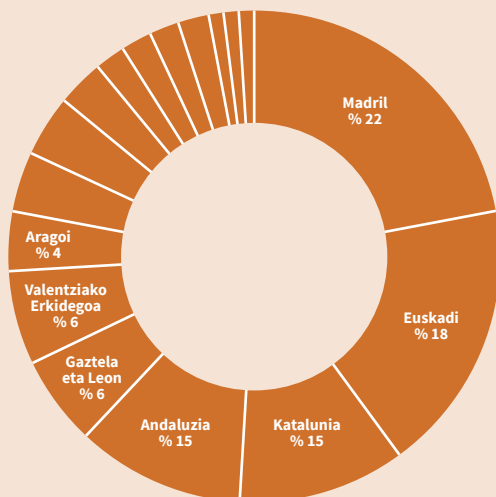
4.7 Merkataritza-arloko aliantzak eta harremanak sustapen-ekintzak egiteko.

- Gure xede-merkatuetan oso sartuta dauden euskal enpresak aztertzea, baterako lan-ildoak ezartzeko.
- Erreferentziako merkatuetan comarketing-ekintzak egiteko merkataritza- eta sustapen-ekintzak garatzea.

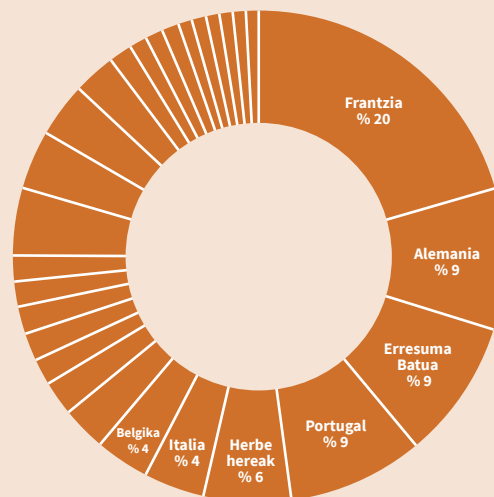
4.8 Ekitaldi estrategikoak erakarri, kudeatu eta babestea.

- Helmuga komunikazioaren eta komunikabideetako presentziaren ikuspegitik ezagutarazten eta kokatzen lagunduko duten ekitaldiak kudeatzea.
- Repsol Gidaren bereizgarriak banatzeko urteko ekitaldia: babes- eta komunikazio-plan espezifiko gida gastronomikoarekin.

Merkatuaren araberako ehunekoa / Nazionala



Merkatuaren araberako ehunekoa / Nazioartekoa



ETR y ETrap del Eustat correspondientes a 2019, último año pre-COVID19.



KOMUNIKAZIO TIBOA ETATIBOA ETA ADMINISTRAZIOA



1. KOMUNIKAZIO KORPORATIBOA

- Basquetourren lanari agerikotasuna eta aintzatespena ematea.
- Turismoaren sektorearen balioa beste eremu batzuetako eragileei agerian jartzen laguntzea.
- Sektorea informatuta egotea eta proiektuen partaide izatea.

1.1 www.basquetour.eus

- Hobetzeko arloak detektatzea eta edukiak eguneratzea.
- Intereseko albisteak aldizka argitaratzea.
- Agenda eguneratzea.

1.2 Sare sozialak.

Sektorearentzat interesa duten albisteak eta edukiak Facebooken eta Twitterren zabaltzea.



1.3 Jardueri buruzko urtekaria eta ekintza-plana.

Urtearen amaieran, ekitaldiko ekintza nagusien laburpena bilduko duen urtekaria eta urte hasierako ekintza-plana argitaratzea.

2. ADMINISTRAZIOA

- Agentziaren jarduerak egitean baliabideak optimizatzea.
- Giza baliabideen lan-jarduna hobetzea.

2.1 Kontabilitatea, finantzak eta aurrekontu-jarraipena.

2.2 Kontratazioa, materialak eta zerbitzuak.

2.3 Giza baliabideen kudeaketa.

2.4 Kudeaketa-sistemen hobekuntza.







BASQUE TOUR

*turismoaren
euskal agentzia*

*agencia vasca
de turismo*

info@basquetour.eus

www.basquetour.eus



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

EUSKADI
BASQUE COUNTRY