

BASQUE TOUR



2024_{ko} Urtekaria

Aurkibidea

00	Sarrera	03
01	Helmuga lehiakorra, etikoa eta adimenduna	04
02	Konektibitatea eta mugikortasun turistikoa	11
03	Euskadiko turismo behatokia	12
04	Marketina	15
05	Estrategia eta lankidetza publiko-pribatua	28
06	Komunikazio korporatiboa	29
07	Euskera	30
08	Erantzukizun sozial korporatiboa	31

Sarrera

00



2024an, Basquetourrek lan egin du Euskadin **turismo iraunkorreko eredu bat finkatzeko** eta erronka berriei industria sendo, lehiakor eta berritzaile batekin aurre egin ahal izateko.

Urte-itxierak, balantze positibo batekin, non desestazionalizazioak, orekak eta atzerriko bisitarien presentzia handiagoak (+%5,5 2023arekin alderatuta), batez besteko egonaldi handiagoarekin eta batez besteko gastuarekin, amaiera eman dio **hazkunde iraunkor eta iraunkorrera** eraman gaituen ibilbideari, eta argi erakutsi digu munduko joera hori, eredu ekologikoagoetarantz.

Basquetourrek, eraldaketa horretaz jabetuta, erronka berri horiei ekin die, bere jardun-eremuetatik. Lehiakortasun-programak, **Euskadiko Kode Etikoaren printzipioetan oinarrituak**, horren isla dira. ETI (Turismo Enpresa Adimenduna) berritasunarekin, Helmuga Turistiko Adimendunaren filosofia enpresetara zabaldu nahi du eta 2024an 25 euskal erakundek parte hartu zuten programa honetan. Gauza bera esan dezakegu "**Basquetour Learning**" online plataformaren bidez eskaintzen dugun prestakuntza-eskaintzari buruz, erakargarriagoa, eraginkorragoa eta inklusiboagoa baita.

Baina, era berean, marketin-arlotik eskaintza lehentasunezko turismo-produktuen arabera ordenatzen eta hobetzen lagunduko diguten estrategiak jorratu dira. Hala, iaz Euskadi **Basque Country Grand Tour** marka sortu zen. Produktu horrek, lehendik bazegoen ere, garrantzi handia hartzen du orain, eta Euskadik bisitariari eskaintzen dion guztia biltzen du: eskaintza askotarikoa eta kalitatezkoa, nazioartean aintzatetsitako gastronomia, eta gure aniztasunaren eta kulturaren aberastasuna. 8 etapako bidaia Euskadin zehar, gure eskaintza turistikoa osoarekin lotutako esperientziak esperimentatzeko: ekoturismoa, zikloturismoa, turismo industrialra, familia-turismoa, gastronomia...

Marketin-estrategia horiek Euskadiko Turismo Behatokiak egindako eskaintzaren eta eskariaren analisisan oinarritzen dira, bertako eta beste erakunde batzuetako (Eustat edo INE) estatistika-datuetan oinarrituta.

Halaber, erakunde arteko lankidetzak eta lankidetzak publiko-pribatua funtsezkoak dira **turismo-eredu "berde" eta lehiakorrako** hori lortzeko. Badakigu gure enpresa- eta erakunde-sareak lan handia egin duela, eta ildo horretan jarraituko dugu, gure diseinuaren alde egiten jarraitu behar dugula sinetsita.

Daniel Solana Alonso
Basquetour-Turismoaren Euskal
Agentziaren zuzendari nagusia



Helmuga lehiakorra, etikoa eta adimenduna

01

01.1

EUSKADIKO TURISMOAREN KODE ETIKOA

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa 2019an aldarrikatu zen, eta **2030 Garapen Agendaren funtsezko tresna** da. Azken helburua Garapen Jasangarriaren 17 Helburuak (GJH) betetzea da.

Eredu bakar batean integratzen ditu orain arte banaka landutako turismo-lehiakortasuneko programak, hala nola Helmugetako Kalitateko Jardunbide Egokien Programa, Smart Business Konpromiso Programa (IKTak erabiltzeko Jardunbide Egokiak), Europako Ekoetiketa Programa eta Irisgarritasunarekiko Konpromiso Programa.

Turismo-lehiakortasunaren eraldaketa jasangarria eta arduratsua da, eta erakunde publiko-pribatuak Kode Etiko horri atxikitzen zaizkionean hasten da, iraunkortasunarekiko eta erantzukizunarekiko konpromisoa erakusten baitute.

Helburuak

- Helmuga jasangarria, segurua eta arduratsua izatea.
- Lehen mailako adimen turistikoko sistema bat izatea erabakiak hartzeko.
- Turismoaren lurralde-garapena optimizatzea.
- Sektorearen lehiakortasuna hobetzea eta enpresei garatzen laguntzea.

.....



HELBURUA

2030 Agendaren Garapen Jasangarriko 17 Helburuak (GJH) betetzen laguntzea.



Ekintzak

- **Sektoreko eragileek Kode Etikoarekin duten sentsibilizazio-mailaren diagnostikoa eta azterketa** egitea.
- Kode Etikoaren eredia ezartzea, erraztuko duten **jarduerak** definitzea eta abian jartzea.
- **Jarraipen- eta ebaluazio-eredu** bat diseinatzea, ereduaren ezarpena monitorizatu eta etengabeko hobekuntzak zehaztu ahal izateko. 765 erakunde publiko-pribatuei laguntzea eta proiektuan parte hartzen duten 28 helmugei laguntzea, ezarpen- eta sendotze-fase guztietan.
- **Prestakuntza:** Kode Etikoaren 8 printzipioak ezartzeko prestatutako 765 erakunde baino gehiago, eremu hauetan:
 - Irisgarritasuna
 - Gaitasun digitalak
 - Iraunkortasuna
 - Turismo-produktua

- **Komunikazio- eta marketin-sistema** bat ezartzea, sektoreari Kode Etikoari eta lotutako jardunbide egokiei buruzko informazioa helarazten laguntzeko: dibulgazio-kanpaina, landing pages (profesionala eta sustapenekoa).
- **Aintzatespena.** Proiektuan parte hartu duten erakundeak omentzeko ekitaldia, martxoan, Kursaaletan.
- **Euskadiko Turismoaren Etika Batzordea bultzatzea**, sektoreko eragileen eta gizartearen parte-hartzea bultzatzeko. Martxoaren 13an egin zen, Kursaaletan. 2024an, batzordeak 699 erakunde baliozkotu zituen.
- **Euskadiko Turismoaren Etikaren Erregistroan** inskribatzea. Era honetara, Erregistroan dauden erakundeak turismo jasangarria eta arduratsua sustatzeko ekimenetan sustatuko dira.

- **"Turista Arduratsuaren Gida" sustatzea**
 - **"Turista Arduratsuaren Gida" turismo-erakundeei eta bisitariei banatzea**, Euskadiko turismoa arduratsua izan dadin, Kode Etikoan sustatzen denaren arabera.
 - Turista Arduratsuaren **Gidaren bertsio berria diseinatu eta garatzea.**

Zer da kode etikoa?

Euskadiko Turismoaren Kode Etiko honek Turismorako Munduko Kode Etikoaren egokitzapen bat egitea ahalbidetzen du, gure kulturaren eta identitatearen berezko ezaugarrietatik abiatuta. Kode hori Garapen Iraunkorrerako 2030 Agendan, Turismoaren Mundu Erakundearen Turismorako Udal Kode Etikoan eta Turismo Jasangarriaren ST +20 Munduko Gutunean ezarritako Garapen Jasangarriko 17 Helburuen arabera antolatu da.



TURISTAK ELKAR ULERTZEN ETA ERRESPETATZEN LAGUNTzea



BERDINTASUNA, INKLUSIOA ETA ANIZTASUNAREKIKO TOLERANTZIA



JASANGARRITASUNA (GJH 12, 14)



TOKIKO TRADIZIOA ETA KULTURA SUSTATzea



GIZATERIAREN KULTURA-ONDAREA ZAINTzea



BIKAINASUNA ETA PROFESIONALTASUNA



PERTSONEN ESKUBIDEAK ERRESPETATzea



SEKTOREKO LANGILEEI ETA ENPRESABURUEI TRATU EGOKIA EMATEA (8. GH)

01.2

HELMUGA TURISTIKO ADIMENDUNAK



Helburua

Kode Etikoaren printzipioei jarraiki, Euskadi turismo-helmuga adimentsua eta berritua izatea berrikuntzaren eta teknologiaren bidez, ikuspegi integratzailea, irisgarria, inklusiboa eta jasangarria sustatuz ekonomiaren, gizartearen, kulturaren eta ingurumenaren ikuspegitik. Hori lortzeko, bi alderdi landu behar dira: konpromisoa eta ziurtagiria.

01.2.1

"Smart Destination/Helmuga Turistiko Adimenduna-Konpromisoa" proiektua

Helburua

SEGITTUREk garatutako **Helmuga Turistiko Adimenduna (DTI) metodologia** aplikatzea. Helmuga baten berrikuntza-maila diagnostikatzen du, abangoardiako azpiegitura teknologiko baten gainean finkatua, turismo-lurraldearen garapen iraunkorra eta irisgarria bermatzen duena. Bisitariaren eta ingurunearen arteko interakzioa eta integrazioa errazten du, bere esperientziaren kalitatea areagotzen du eta egoiliarren bizi-kalitatea hobetzen du. Metodologia hori udalerri eta eskualde mailan lantzen da.

DTI bereizketa			
Aintzatetsiak	Udalerri kopurua	Prozesuan...	Udalerri kopurua
Donostia	1	Aiaraldea (12/2025)	3
Vitoria-Gasteiz	1	Gorbeialdea Araba (12/2025)	6
Bilbao	1	Gorbeialdea Bizkaia (12/2025)	15
Goierri	18	Uriola Erdia (12/2025)	5
Uribe	24	Urola Garaia (12/2025)	4
Arabako Errioxa	19		
Arabako Haranak	10		
Bidasoa	2		
Debagoiena	8		
Getxo	1		
Busturialdea-Urdaibai	20		
Arabako Lautada	5		
Portugalete	1		
Debabarrena	8		
Enkarterri + Meatzaldea	15		
GUZTIRA: 134 udalerri biltzen dituzten 15 helmuga		GUZTIRA: udalerri 1 biltzen duen helmuga 1	

Acciones

- SEGITTUREkin koordinatuta lan egitea, **estandar berriak ulertzeko eta eredia Euskadiko helmugen beharretara egokituko** duten alternatibak planteatzeko.
- Euskadiko ekosistema turistikoaren funtsezko eragileekin **gogoeta egitea, definitzea eta adostea** DTI programaren parte izango diren lurraldeko helmuga turistikoak.
- **1. zikloa – diagnostikoa eta plangintza** – osatuko duten helmugei laguntzea: Debabarrena, Enkarterri-Meatzaldea, Arabako Lautada eta Portugalete.
- Metodologiaren lehen fasea gaingitu duten helmugei **2. zikloa – exekuzioa eta jarraipena** – osatzen laguntzea: Bidasoa, Bilbo, Busturialdea-Urdaibai, Debagoiena, Getxo eta Arabako Ibarrek.
- **Prozesua gaingitu duten helmugak berritzen eta etengabe hobetzen** laguntzea: Donostia, Goierri, Arabako Errioxa, Uribe eta Gasteiz.
- **Tokiko erakundeak** digitalki eraldatzeko eta modernizatzeko ekintzetan laguntzea (**DTI sarea**).
- **Euskadiko DTIen parte-hartzea** sustatzea Estatuko DTI sarean: Bidasoa, Debabarrena, Portugalete eta Barakaldo.
- DTI sarera **atxikitako helmugen onarpena bultzatzea**.

DTI ziurtagiria			
Ziurtagiriak	Udalerri kopurua	Prozesuan...	Udalerri kopurua
0	0	Bilbao	1
GUZTIRA: 0 udalerri biltzen dituzten 0 helmuga		GUZTIRA: udalerri 1 biltzen duen helmuga 1	

01.2.2

"Smart Destination/Helmuga Turistiko Adimenduna-Ziurtapena" proiektua

Helburuak

- UNE 178501 **Helmuga Turistiko Adimendunak Kudeatzeko** Sistema araua ezartzea. Hori da erreferentziatzeko araua helmugen lehiakortasuna handitzeko, haien kudeaketa hobetuz eta estatuan eta nazioartean duten posizionamendua hobetuz.
- 2024ean, 15 euskal helmuga ziurtatuak eta 5 prozesuan.

Ekintzak

- AENOREkin modu koordinatuan lan egitea estandar berriak ulertzeko, bai eta eredia Euskadiko **helmugen beharretara egokituko duten alternatibak planteatzeko ere.**
- **Euskadiko ekosistema turistikoko funtsezko eragileekin gogoeta egitea**, definitzea eta adostea DTI Ziurtagiriaren pilotua osatuko duten lurraldeko helmuga turistikoak.
- Urtero gidatzea **DTI ziurtagiriaren ezarpena (CTN178501)** Segittur-eko bereizgarriaren DTI eredia betetzearen % 75 gaingitu duen helmuga hautatuan: Bilbo.



01.3

JASANGARRITASUN TURISTIKO INTEGRALEKO SISTEMA (ENPRESA TURISTIKO ADIMENDUNA)

Helburua

Euskal turismo-sektoreari eredu bat ematea, Kode Etikoaren printzipioen arabera, turismo-enpresak turismo-enpresa berritzaile, teknologikoki aurreratuak bihurtzeko, turismo-lurraldearen garapen jasangarri, irisgarri eta arduratsuan laguntzeko eta turistak helmugan duen esperientzia hobetzeko. Landu beharreko bi dimentsio: konpromisoa eta ziurtagiria.

01.3.1

CTED proiektua (Turismo Enpresa Adimenduna - Konpromisoa)

Helburua

- SETURen SICTED eredu eta metodologia berriaren eraldaketaren diseinua eta garapena babestea, haren irismena zabaltzeko eta erakundeen egungo premiei erantzuteko, zerbitzuaren kudeaketaz eta prestazioaz harago, jasangarritasuna, irisgarritasuna, berrikuntza eta teknologia barne.

Ekintzak

- TED proiektua Turismo Jasangarritasun Sistema Integral baterantz eraldatzeko lan egitea.



01.3.2

Turismo Enpresa Adimendunaren Proiektua - Ziurtagiria

Helburua

- **UNE 178510:2023 Turismo Enpresa Adimenduna (ETI) araua ezartzea.** Zigilu horrek euskal turismo-enpresek berrikuntzarekin, teknologiarekin, jasangarritasunarekin, irisgarritasunarekin eta kudeaketa turistikoaren etengabeko hobekuntzarekin duten konpromisoa aitortzen du, bisitariaren esperientzia optimizatzeko, zerbitzuen eraginkortasuna hobetzeko eta helmuga turistiko adimendunen garapen jasangarria sustatzeko.

Ekintzak

- AENOREkin modu koordinatuan **lan egitea estandar berriak ulertzeko**, bai eta eredua Euskadiko helmugen beharretara egokituko duten alternatibak planteatzeko ere.
- Gogoeta egitea, definitzea eta adostea Euskadiko turismo-ekosistemako funtsezko eragileekin, ETI Ziurtapena pilotua osatuko duten lurraldeko turismo-erakundeekin. Aintzatetsitako lehen enpresa: Gorlizko Turismo Informazioko Bulegoa.
- **ETI (CTN178510) ziurtagiriaren ezarpena hedatzea** kudeaketarekin, teknologiarekin, berrikuntzarekin, jasangarritasunarekin eta irisgarritasunarekin lotutako proiektuetan parte hartu duten 25 erakunde hautatutan, euskal turismo-lehiakortasuna hobetzeko proiektuetan sartuta eta bereizitako DTI helmugetako proiektuetan, eta Euskadiko Turismoaren Kode Etikoan parte hartzea.

- **Arabari, Arabako Errioxa** (2 erakunde), **Arabako Ibarrik** (2 erakunde) eta **Gasteiz** (2 erakunde) dira parte hartu duten helmugak.
- **Bizkaian, Bilbo** (6 erakunde), **Busturialdea-Urdaibai** (2 erakunde), **Getxo** (2 erakunde) eta **Uribe** (2 erakunde) dira hautatutako helmugak.
- **Gipuzkoan**, hautatutako helmugak Bidasoa (2 erakunde), **Debagoiena** (2 erakunde), **Donostia** (erakunde 1) eta **Goierri** (2 erakunde) dira.

01.3.3

Ingurumen-iraunkortasuneko eta energia-eraginkortasuneko proiektua

Ekintzak

- **Lankidetzari IHOBekin** (Ingurumen Jarduketarako Sozietate Publikoa) eta **EEekin** (Energiaren Euskal Erakundea), euskal turismo-enpresak Europako Etiketa Ekologikoan (ECOLABEL) ziurtatzeko eta Eraginkortasun Energetikoaren Ziurtagiria emateko eta erregistratzeko.

01.4

PRESTAKUNTZA. "BASQUETOURLearning" EGITASMOA

Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak, Basquetourren bitartez, **turismo-sektorearen profesionalizazioa hobetzea** du helburu. **Horretarako, "Basquetour Learning" plataforma digitala sortu zuen**, euskal sektore turistikorako prestakuntza-proposamenak biltzen dituen online espazio bat, eskaintza turistiko erakargarriagoa, efizienteagoa, inklusiboagoa eta jasangarriagoa sortuz, eta, horrela, helmuga turistikoa hobetuz.

Helburu hori Turismo Iraunkorraren Euskal Estrategia 2030en barruan kokatzen da, eta gida gisa balio du Euskadiko turismoaren erronkei aurre egiteko, aldaketen hamarkada honetan. Eraldaketa-testuinguru horretan, Euskadi trantsizio hirukoitz batean murgiltzen da:

EUSKADI DIGITALA: trantsizio teknologiko-digitala.

EUSKADI BERDEA: trantsizio energetiko-klimatikoa

EUSKADI INKLUSIBOA: osasun- eta gizarte-trantsizioa.

Helburua

- Euskal turismo-sektorea profesionalizatzen laguntzea, araututako eta arautu gabeko prestakuntza-eskaintzaren bidez.

Ekintzak

01.4.1

Prestakuntza-ekintzak garatzea

- **Inklusioa/Irisgarritasuna:** irisgarritasunaren euskal ereduan jasotako bost dibertsitate funtzioaletan.
- **Eskumen digitalak:** SPRIrekin eta Turismoko Estatu Idazkaritzarekin lankidetzan.
- Kudeaketa/Gobernantza.
- Berrikuntza.
- Iraunkortasuna.
- Turismo-produktua.

01.4.2

Arautu gabeko prestakuntza-eskaintza eguneratzea

- Eskaintza osoaren egutegi eguneratua egitea, Euskadiko turismo-erakundeei zuzenduta.

01.4.3

Prestakuntza-eskaintza arautua eguneratzea

- Euskadiko turismo-prestakuntzako eskaintzaren diagnostikoa eguneratuko da, lanbide-ziurtagiriak lortzen laguntzeko.

Metrikak

"Basquetour Learning" ek sarbide hauek izan ditu:

- Sarbideak guztira (login-kopurua: 10.042)
- Sarbide berriak (jende berriaren login kopurua 1.641)
- TB bistaratzeak: 519



Konektibitatea eta mugikortasun turistikoa

02

Ekintzak

02.1 ESTATISTIKA

- 2024an plataforma bat erabili da eskariaren portaerari buruzko informazioa emateko, helmugara bidaiatzeko hegaldien bilaketak egiten dituenean. Plataformaren bidez lortutako datuetan oinarrituta, **Euskadira bidaiatzean eskariak etorkizunean nola jotuko duen aurreikustea** da helburua. Gainera, datuak merkatu igorleen arabera bereizita lortzen dira, sustapen-estrategiak hobeto doitu ahal izateko.

02.2 SUSTAPENA

- **Aireko konektibitatean arreta jartzea:** Urte osoan zehar Aenarekin eta aireportuak sustatzeko sozietateekin (Bilbao air, VIA eta Ortzibia), Eusko Jaurlaritzako Garraio Sailarekin eta euskal erakundeetako Turismo sailekin lankidetzan aritzea.
- **Aireko konexio-lehiaketa hauetan parte hartzea:**
 - Connect (Turin, Italia). Otsailaren 7tik 9ra.
 - Routes Europe (Aarhus, Danimarka). Apirilaren 16tik 18ra.
- Komarketineko akordioak airelinea eta aireportuekin:
 - **Volotea:** Bilbo-Lyon hegaldia sustatzeko. Sare sozialen eta aplikazio mugikorren kanpaina, geografikoki Lyon hirira mugatuta. Marketin digitaleko ekintza guztiak Voloteako Bilbao-Lyon hegaldiaren webgunera birbideratzen ziren. Era berean, cobrandind ekintza bat egin zen Voyage privée-rekin. Bus turistikoa izan zen, eta bi astez ibili zen Lyonen, Euskadi helmuga turistikoa gisa sustatzeko.
 - Lankidetzak bateratua Budapesteko aireportuarekin eta Influ Trips influencer-ekin, **Hungariako hiribururako Vueling hegaldiak sustatzeko.**



Euskadiko turismo behatokia

03



Ikerketa-proiektuak diseinatzea eta inplementatzea, **euskal turismo-sektorearen eta turista-profilaren ezagutza hobetzeko**, profesionalen eta bisitarien beharretara hobeto egokitutako merkaturatze-baliabideak eta -estrategiak sortu ahal izateko. Halaber, euskal herritarrek turismoari buruz duten pertzepzioari buruzko neurketak egitea.

03.1

INDUSTRIA ETA ESKAINTZA TURISTIKOA

Helburua

- Euskal turismo-sarearen eta -eskaintzaren egungo eta etorkizuneko egoera diagnostikatzea eta ebaluatzea.

Ekintzak

- **"Euskadiko turismo-industriaren profila 2024. urtea"**. Eusko Jaurlaritzaren 2023-2026 Euskal Estatistika Planaren urteko eragiketa da, eta enpresen urte-amaierako balantzearen, azpisektoreen egoeraren eta hurrengo urterako negozio-aurreikuspenen erradiografia ematen du. 2024. urteko edizioan, Euskadiko turismo-jarduera ekonomikoen identifikazioa, analisia eta bilakaera aztertu dira. Azterketa datuak ustiatzeko fasean dago, eta 2025. urteko lehen hiruhilekoan argitaratuko da.

<https://www.euskadi.eus/turismo-enpresak/web01-a2behtur/eu/>

- **"Enpresen eta baliabide turistikoen Online Erreputazio Indizea-IRON 2024"**. Euskadiko produktu-kluben eta turismo-baliabide nagusien 1.000 enpresa baino gehiagoren online ospea monitorizatzen du. Neurketa online plataformetako iritzien analisiaren bidez egiten da, erabiltzaileen argitalpenekin. Argitalpen horietan pozik daudela adierazten dute, eta preskripzio positiboak edo negatiboak egiten dituzte, beren aipamenei bidez. 2024an 1.000 enpresa eta baliabide baino gehiago monitorizatu dira.

- **"Turismo-enplegua"**. Dagozkion turismo-jardueren Gizarte Segurantzako afiliazioen bilakaeraren hiru hilean behingo azterketa. Eskuragarri dauden azken datuak SIT Euskadiren webgunean kontsulta daitezke.
<https://www.euskadi.eus/enplegua-adimen-turistikoaren-sistema/web01-a2behtur/eu/> eta Txostenetan <https://www.euskadi.eus/turismo-enpresak/web01-a2behtur/eu/>

03.2

TURISMO-ESKARIA HELMUGAN, JATORRIAN ETA ONLINE

Helburuak

- Bisitariaren eta turista potentzialen profila eta portaera hobeto ezagutzea.
- Helmugako mugikortasuna identifikatzea eta aztertzea.
- Helmugak online duen ospea ebaluatzea.
- Euskadi markaren posizionamendua eta ospea aztertzea.



Ekintzak

03.2.1

Eskaria helmugan

- **"IBILTUR-Euskadiko turisten profila eta portaera aztertzea".** 2023-2026 Euskal Estatistika Planaren parte den bi urteko estatistika-eragiketa da. 2023an, datuen bilketan eta tratamenduan oinarritutako emaitzen zabalkundea egin zen, 2022an. Azterlanaren emaitzen artean bisitarien gogobetetze-maila azpimarratu behar da, % 99 ikusgarria baita, % 66ko atxikipen-tasa handiarekin, Euskadira itzultzea aukeratzen dutenen fideltasuna islatuz. Halaber, txostenak erakusten du turisten batez besteko gastua nabarmen handitu dela, 612 € pertsonako, eta gastu zuzen osoa % 10 igo dela 2019arekin alderatuta, urteko 1.982 milioi eurora iritsiz.

Txostenaren puntu nabarmenetako bat gure bisitariak erakartzen dituzten motibazioen aniztasuna da, gastronomiatik hasi eta gure lurraldeko ibilbideetara. Turismo aktibo eta errespetuzkoaren aldeko apustua nazioarteko gure turisten harrera positiboak babesten du, dagoeneko guztizkoaren ia % 45 baitira.

- **"Turismo-gastua helmugan neurtzeko proiektua".** Analisi-eredu bat diseinatzea eta garatzea, txartelen eta STen datuak monitorizatuz.

03.2.2

Eskaria jatorrian

- **"Euskadi Basque Country marka turistikoaren posizionamendua eta ospea neurtzea"** 2024. urtea. Markaren analisia 5 merkatu jaulkitzailetan: Frantzia, Erresuma Batua, Alemania, Italia, Estatu Batuak.
- **"Euskadirentzat izan daitezkeen turistek merkatu igorle nagusietan dituzten bidaia-ohituren azterketa"**, 2024. urtea. Azterlan honetan alderdi ekonomiko eta sozial nagusiak, bidaia-ohiturak eta Euskadira bidaiatzeko asmoa aztertzen dira. Kontsumo-panelen emaitzek nazioarteko 30 merkatu igorleren informazioa ematen digute.
- **"2024rako luzetarako monitorizazioa merkatu igorleen potentzialtasunari dagokionez, aireko bilaketak aztertzeko eredu baten bidez".**

03.2.3

Online eskaria

- **"Customer journey de las y los turistas procedentes del mercado de Francia".** Merkatu horren beharrak eta espektatibak identifikatzeko eta aztertzeko ikerlan espezifikoak, baita funtsezko harreman-puntuak, erronkak eta bidaia-esperientziaren etapa bakoitzean hobetzeko aukerak ere.

03.3

EUSKAL GIZARTEA

Helburua

- ➔ Turismo-jarduerak Euskadin bizi diren biztanleengan duen eragina identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea.

Ekintzak

- ➔ **"Turismo-ohiturak eta turismo hartzaileari buruzko pertzepzioa 2024rako".** Eusko Jaurlaritzaren 2023-2026 Euskal Estatistika Planean sartutako azterlana eta nahitaez bete beharreko estatistika ofiziala. 2024. edizioak Euskadiko biztanleek bidaia-ohiturei, Aste Santuko bidaia-esperientziari eta udako oporrei buruz duten pertzepzioa eta jarrerak, Euskadik helmuga turistiko gisa duen potentzialtasuna eta Euskadiko turismo-sektorearen egoeraren balorazioa aztertzen ditu. Azken puntu horri dagokionez, euskal gizartearen gehiengoak uste du turismoa garapen ekonomikoaren eta enpleguaren motorra dela eta eragin positiboa duela bere bizitzan. Emaitzak web orri honetan daude eskuragarri: <https://www.euskadi.eus/euskadiko-gizartea/web01-a2behtur/eu/>

03.4

ADIMEN TURISTIKOKO SISTEMA

Euskadiko Turismo Behatokiak egiten duen datu-ekoizpen guztia SIT Euskadi Turismo Adimenaren Sistemaren barruan sartzen da. Sistema horrek turismo-industriaren egoeraren eta bilakaeraren ikuspegi globala eta iraunkorra ematen du, hainbat iturritatik lortzen diren datuak eguneratuz eta mantenduz.



Marketina

04

04.1

ESKAINZA LEHENTASUNEZKO PRODUKTU TURISTIKOETAN OINARRITUTA ANTOLATZEA

Helburuak

- **Produktu-planak** eraginkortasunez egitea, eskaintzaren eta ezarritako estrategien eta helburuen arabera.
- **Kalitatezko eskaria** sortzea eta merkatu berriak irekitzea.

04.1.1

Touring

Helburuak

- Turismo-fluxuak euskal lurralde osoan **deszentralizatzeko** estrategia.
- Lurraldean dauden turismo-baliabide eta **-produktu nagusien inbentario eguneratua izatea.**
- Posicionar en el imaginario de quienes nos visitan el **proyecto Touring.**
- **Touring proiektua** bisitatzen digutenen **imajinarioan kokatzea.**
- **Touring produktu-eskaintza** egonkorra, heterogeneoa eta erakargarria sortzea, Euskadiko turismo-eskaintza osoa bilduko duena.

Ekintzak

Sustapena

- **“Euskadi Basque Country Grand Tour”** proiektuaren identitate bisual korporatiboa aurkeztea.
- **euskadibasquecountrygrandtour.eus** web-orria argitaratzea.
- **“Euskadi Basque Country Grand Tour”** proiektuaren mapa ilustratua argitaratzea.
- **“Euskadi Basque Country Grand Tour”** proiektuaren berriazko baliabideen plana.
- **Prentsa-bidaia** espezifikoen koordinazioa.

Merkaturatzea

- **Azoketan** egotea.
- Bilboko nazioarteko aireportuko turismo-bulegoaren kanpoaldea eta barrualdea berriz diseinatzea.
- Bidaia-agentzia digitalekin “Euskadi Basque Country Grand Tour” proiektuari dagokion turismo-produktua sortzen laguntzea.



04.1.2

Euskadi Gastronomika

Helburuak

- **Euskadi Gastronomikaren balioak zabaltzea**, turismo gastronomikoaren garapenaren epizentroan kokatzeko.
- Sektorearekin partekatutako lan-metodologia bat garatzea, balio-printzipio batzuetan oinarrituta, **Euskadiren lidergoari eusteko, nazioartean erreferentziazko helmuga gastronomikoetako bat den aldetik.**
- Sarearentzat eta haren kideentzat **aliantza estrategikoak** ezartzea, balioa eta itzulera sortuz sarea osatzen duten enpresa eta eragileentzat.
- **Baliozko edukiak** sortzea eta komunikatzea kanal eta formatu berrietan.

Ekintzak

Plangintza eta kudeaketa

- 2024aren amaieran, sarea 553 enpresak, turismo-kudeaketako 26 erakundek eta 15 erakunde laguntzailek osatzen dute.
- **EUSKADI GASTRONOMIKA FESTA**, Euskadi Gastronomika sarea osatzen duten enpresak aintzatesteko lehenengo ekitaldia, otsailean egin zen FICOBAn (Irun), 250 gonbidaturekin.

- **IRON 2024** (Euskadiko Turismo Behatokia). Turismo-helmuga bakoitzaren online Ospearen Indize pertsonalizatuaren urteko txostena sortzea eta turismo-kudeaketako erakundeei zabaltzea.
- Sarea osatzen duten eragileekin egindako bilera eta topaketetan parte hartzea.
- Euskadi - Basque Country integratzea baloratzeko nazioarteko helmuga gastronomikoen sareak identifikatu, aztertu eta diagnostikatzear datzan azterlan bat garatzea.
- **Alemaniko merkatuaren bideragarritasuna aztertzea**, Euskadi – Basque Country sustapen-ekitaldi gastronomiko posible bat egiteko.

Produktua

- Euskadi **Gastronomika Sariak** (maiatza 2025): esperientzia turistiko onenaren saria ematea, 2025eko sarien aurrerapen gisa. 6 sari eta 2 aintzatespen euskal turismo enogastronomikoaren ekimen eta egitasmo hoberenak balioan jartzeko.
- **Gourmet ostatu-sarean** sartzea, interes turistikoko osagai gastronomiko batekin.
- Zeharkako eskaintza duten ibilbide tematikoak garatzea: **GR38 Ardoaren eta Arrainaren Ibilbidea eta Euskal Kostaldeko Gastronomika.**
- Euskadi Gastronomika sareko enpresen eta helmugen turismo gastronomikoaren eskaintza lehenestea “Euskadi Basque Country Grand Tour”eko etapetan.

Prestakuntza

- **Euskadi Gastronomikaren Prestakuntza Jardunaldiak garatzea Basque Culinary Centerren.** 4 saio sareko hainbat profil profesionalentzat, honako gai hauetan oinarrituta: menu berezien diseinua, marketin- eta merkaturatze-teknikak, aretoko arreta hobetzeko jarraibideak eta gastronomiako komunikazioa.



Sustapena eta komunikazioa

- Euskadi Gastronomikaren webgunea hobetzea eta eguneratzea, bilatzaileko, mapako eta esperientzien ataleko erabilgarritasunari dagokionez.
- **"Euskadi Gastronomika gara"** bideoa garatu eta ekoiztea, sarearen helburuak eta onurak sektorearen artean zabaltzeko.
- Lankidetz La Ruta Slow irratsaioarekin, urtean zehar hainbat jarduera eta ekitaldi gastronomiko zabaltzeko.
- Gastronomia **OTA (online travel agency)-ekin eta eduki-sortzaileekin** egindako sustapen-estrategia integratzea.
- Euskadi Gastronomikaren edukiak eta baliabideak **"Euskadi Basque Country Grand Tour"** web gunean sartzea.
- **@VisitEuskadi**ren sare sozial ofizialetan eduki gastronomikoak zabaltzea.
- Basquetourreko **Gastronomia eta Ardoen Newsletter** espezifikoaren egitea eta zabaltzea.



Aliantzak eta babesleak

- Garrantzi turistikoa duten ekitaldi gastronomikoen aliantza estrategikoekin eta babesletzekin jarraitzea:
 - **Basque ambassadors BCC Programarekin lankidetzan.** Mexiko Hirian egindako ekitaldian, Euskadiko 7 enbaxadore gastronomiko aitortu ziren nazioartean.
 - **Miniature Pintxos Congress**, 2024ko urrian eginga.
 - **Txoko Gastronomika Ardoaraban**, 2024ko abenduan Gasteizen.

04.1.3

Natura: ekoturismoa, xendazaletasuna, zikloturismoa

Helburuak

- Enpresekin lan egitea eskaintza hobetzeko eta eska-riarekin lerrokatzeko.
- Sustapena sustatzea, enpresen helmugan eta zerbitzuetan erabilgarri dauden baliabideak ikusarazteko, **hiru ardatzetan banatuta: ekoturismoa, zikloturismoa eta mendi-ibiliak.**
- Naturako eragileekin/markekin aliantzak eta/edo lankidetzak sendotzea: **ekoturismoa, mendi-ibiliak, zikloturismoa.**

Ekoturismoa

Ekintzak

- **España Verdeko Ekoturismoko** korridorea aktibatzeke jardunaldia.
- Nekatur-en prestakuntza **Espainiako Ekoturismo Klubean.**
- España Verdearen korridoreko esperientzia-tailerrak Euskal Kostaldeko Geoparkean, Urdaibain eta Gasteizen.
- LGE Gorbeialdea, Gorbeialdeko Koadrila, Añanako Koadrila eta Arabako Mendialdeko Koadrila **Espainiako Ekoturismo Elkarteari atxikitzea.**
- Euskadiko **Ekoturismo Sareko Mahaia.**
- Standa **Naturcyl** azokan, La Granjan.
- Ekoturismoko enpresentzako tailer-prestakuntza, **Natura 2000 Sareko** ziurtagiria lortzeko, Arabako Foru Aldundiarekin lankidetzan.
- Euskadiko naturgune guztiak **"Ekoturista naiz"** web gunean sartzea.
- **Espainiako ekoturismoari buruzko biltzar nazionala, Zumaian eginga.**
- **Fam trip-a**, ekoturismoan espezializatutako nazioarteko 9 agentziarekin, Espainiako Ekoturismo Klubarekin lankidetzan.
- España **Verdeko ekoturismo-korridoreko** agentzia espezializatuen fam trip-a.
- Euskadiko Ekoturismoaren Gida eguneratzea.

Zikloturismoa

Ekintzak

- Euskadiko **bizikleta-gidaren edizioa** alemanez.
- **Arabako Errioxako trikuharrien ibilbidea** egitea eta diseinatzea.
- Arabako Errioxako trikuharrien ibilbidearen aurkezpen instituzionala Guardian.
- **Zikloturismoari buruzko prestakuntza-tailerrak** Arabako Errioxan.
- Txirrindularitzako azoka espezializatura joatea: **Madrilgo Festibike**.
- Rapha Mallorcarekin lankidetzan aritzea talde-bidaia batean.
- Stand propioa **Bilboko Mugikortasun Astean**.
- Stand propioa **Gironako Seaotter azokan**.
- **Strava Euskadi Bike Country Klubaren** bidez sustatzea.
- Mentoria-programa zikloturismoaren sektorean jarduera garatzen duten enpresentzat.
- **Fam trip-a Fondo Handia**, zikloturismoan espezializatutako agentziarekin.

- Euskadiko Bizikletaren Gida eguneratzea:
 - Jardunaldi teknikoan parte hartzea: Enkarturren, “Vasco Navarro” bisitatzeko.
 - Jardunaldi teknikoa Aktibarekin.

- **Zikloturismoko ekitaldi estrategikoak** babestea: “The Wofl Race”, “Orbea Gravel Rioja Alavesa”

Xendazaletasuna

- **Jardunaldi-tailerra**, Zegaman.
- **Inaziotar Ibilbidearen** mapa geologikoa egitea.
- Euskadi oinez gidaliburua eguneratzea.
- **Done Jakue Bidearen press tripa**, España Verderekin lankidetzan.



04.1.4

Euskal kostaldea

Ekintzak

Martxoan

Museoak: Museoen Hilabetea: 27 zentzoren partaidetza, 100 jarduera berezi edota doakoak, 1.700 parte-hartzaile.

Nautika: ANENen 11. Biltzarra, Bilboko Euskalduna Jau-regian. Martxoak 7,8.

Apirilan

Nautika:

- Itsasfestibalaren babesletza.
- Sail Inekin hasierako bilera Helmuga jasangarriko kostaldeko eta ibaiko gurutzaldien sarea (CCF Sarea) egitasmoa gauzatzeko.

Maiatzean eta ekainean

Nautika: CFF Sarea egitasmoa Bidasoan eta Getxon gauzatzeko lehen bilerak nautika-enprekin.

04.1.5

MICE

Helburuak

- Euskadin **MICE** segmentuan espezializatutako baliabide eta enpresak balioan jartzea eta zabaltzea, kongresu eta konbentzio profesionalak erakartzeko.
- EAEko hiru hiriburuetako **Convention Bureaux** erakundeei laguntzea, segmentuaren garapenean eskumena duten erakundeak diren aldetik.
- Euskadi motibazio profesionalarekin bisitatzen duen pertsonaren profilari buruzko ezagutza areagotzea.

Ekintzak

Ikerlanak

- **Ibiltur MICE.** Basquetourrek bultzatutako inkesta. Euskadin ekitaldi profesionaletara joaten diren pertsonen gogobetetzea eta kontsumo-ohiturak ezagutzea du helburu.

Offline sustapena

- Convention Bureaux-ekin lankidetzan aritzea nazioarteko sustapen-ekitaldietan:
 - **“Meet & com”**: Frantziako merkatua (Bilbo, otsailak 1-3).
 - **“The meetings show”**: (Londres, ekainak 19-20).
 - **“Roadshow”-a** Ingalaterrako iparraldean (otsailak 5-6)
 - Stand propioa **IBTMn**, Bartzelonan, azaroak 28-30. Nazioarteko azoka profesionala, MICE segmentuko. Euskal sektore turistikorako eta 3 komentu bureauxetarako lan-eremua.
 - **Aurkezpena Bartzelonan**, Arabako Errioxako Ardoaren Ibilbidearekin eta Vitoria Convention Bureaurekin batera, Bartzelona inguruko ekitaldi profesionalen 35 antolatzailei, azaroaren 18an.

Online sustapena

- Basque-events plataformaren bultzada.
- Arabako Errioxarako eta Vitoria-Gasteizerako beren-beregiko hedabideen plana, **Eventoplus-en**.
- **Webinar/Indiako exekutiboei aurkezpena:** <https://www.basquetour.eus/euskadik-mice-eskaintza-aurkeztu-du-indiako-nimako-exekutiboen-artean-htm>

04.1.6

EUSKADI CONFIDENTIAL

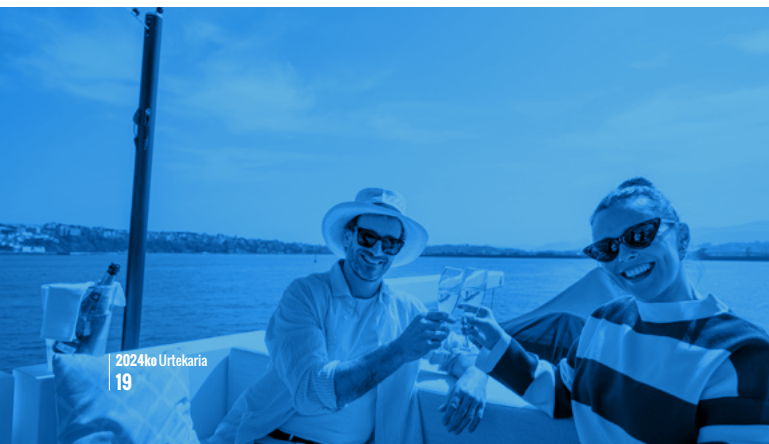
Helburuak

- Basquetourren 2024rako eragiketa-planaren barruan ezarritako xede-gastua handitzen laguntzea.
- **Euskadi premium merkatutako erreferentzia** **helmuga gisa kokatzea** estrategikotzat markatutako merkatu igorleetan: Asiako herrialdeak, Mexiko, AEB, Erresuma Batua, Frantzia, besteak beste.
- **Euskadi Basque Country Confidential kluba indartzea eta sendotzea**, premium turistaren beharretara eta eskakizunetara egokitutako eskaintza sendo eta kalitatezkoa ezarri. Eskaintza honek euskal geografia osoa hartu behar du eta azpisektore desberdinen arteko oreka mantendu (ostatua, sukaldaritza, esperientziak, premium zerbitzuak eta saltokiak)
- Euskadiko turismoaren fluxua desestazionalizatzea, helburu hori lortzeko estrategikoa den **premium turistari esker**.

Helburuak

Komunikazio-euskarriak

- Liburuxka eguneratu berria: <https://turismoa.euskadi.eus/eu/euskadi-confidential/>
- Webeko hobekuntzak eta eguneratzeak: <https://turismoa.euskadi.eus/eu/euskadi-confidential/>



→ Bideo berria:
<https://www.youtube.com/watch?v=xsztxC8R9zg>

→ Lehentasunezko helmuga VIRTUOSO sarean:
<https://www.virtuoso.com/travel/articles/how-to-explore-spains-basque-region>

→ Prentsa espezializatuko argitalpenak.

Sustapen ekintzak

→ **Azoka profesional espezializatuak:** ETG Roadshow, Australian; ILTM, Sao Paulon eta Singapurren; Emotions eta Virtuoso Travel Week, Las Vegasen.

→ **Jardunaldi zuzenak eta alderantzizkoak eta fam trip-ak Turespañaren eskutik:** Persiako Golkoa, Italia, Peru, Paraguai, Argentina, Bartzelona, Singapur eta Txina.

→ "Euskadi – Basque Country Confidential" sustatzeko eta merkaturatzeko jardunaldiak Mexikon.

→ **Online aurkezpena, Txinako merkatua, LUSHU.**

→ Turespañako alderantzizko jardunaldien fam trip-ak eta pretour-a.



04.1.7

FAMILIA TURISMOA

Helburuak

- Euskadi haurrak dituzten familiak hartzeko kalitatezko helmuga gisa kokatzea.
- Klubarentzat eta klubeko kideentzat aliantza estrategikoak ezartzea.
- Klubeko enpresa eta eragileentzat balioa eta itzulera sortzea.
- Enpresek eskaintzen dituzten produktuak eta zerbitzuak sustatzea eta hainbat kanaletan zabaltzea.

Ekintzak

Plangintza eta kudeaketa

- 2024aren amaieran **Euskadi Turismo Familiarra Kluba** 193 enpresak osatzen zuten.
- Barne-hausnarketa eta “**Euskadi familian**” marka berria sortzea.
- Klubeko enpresek komunikazio mailan bete behar dituzten baldintzak berrikustea eta egokitzea.
- Klubaren eskaintzaren barruan joera berriei buruzko ikerketa bat garatzea. (Nerabeentzako eskaintzari buruzko azterlana).
- Euskadi **Turismo Familiarraren 7. lan-mahaia** egitea.

Formakuntza

- Marketin digitaleko estrategiei buruzko aurrez aurreko prestakuntza klubeko enpresentzat.

Sustapena eta komunikazioa

- Klubeko enpresa guztiei datuak eta informazio eguneratua eskatzea, etorkizunean web gunea eta sustapen-euskarriak eguneratzeko.
- Lankidetz **Hosteltur aldizkariaren** ekaineko “**Familia**” ale berezian, Euskadiko familia-turismoari buruzko berrikuntzei buruz.
- **Hirukideren newsletter**-erako albisteak egitea, 8.400 familia-kontaktu baititu. Familientzako planak eta ibilbideak proposatzen dira, klubeko eskualdeak eta enpresak sustatuz.
- FEFN Familia Ugarien Espainiako Federazioaren newsletter-erako albisteak egitea (44.000 kontaktu) Aste Santuan, abuztuan, azaroan eta abenduan.
- Hirukide aldizkariaren udako edizioan artikulua bat egitea. Udazkenean Euskadin zehar egin ahal izateko planen proposamena, “Euskadi Turismo Familiarra” klubaren eskaintzari balioa emanez.
- Prentsa bidaia bat antolatzea, press trip-a, Frankfurtera. **Artikuluak RND (Redaktions Netzweek Deutschland) hedabideko tokiko hainbat egunkaritan argitaratu ziren Alemania osoan.**



Aliantzak eta babesleak

- Aliantza estrategikoekin jarraitzea.
- **Hirukide.** Konpromisoen garapena berritzea eta kontrolatzea. Klubeko enpresek 200 familia baino gehiagorentzako jarduerak eskaini zituzten joan den maiatzean Zarautzen, familien eguneko festan parte hartu zutenentzat. Ekitaldia elkartearen kanaletan eta tokiko hedabideetan zabaltzen.
- **FEFN.** Konpromisoen garapena berritzea eta kontrolatzea. Espainiako Familia Ugarien XIV. Kongresuan parte hartu zuen azaroan, eta Estatu osoko 250 familia baino gehiago bildu ziren. Familiek klubeko enpresek eskainitako jardueraz gozatu zuten.



04.1.8

LGTBIQ+

Helburuak

- **Euskadiko turismoaren Kode Etikoaren 2. printzipioa betetzea:** aniztasunean berdintasuna defendatzea.
- **Euskadi LGTBIQ+ komunitatearentzako erreferentziazko eta erakargarritasuneko helmuga** gisa kokatzea
- Eskaintza erakargarria sortzea segmentu estrategiko batentzat.

Ekintzak

- Europako **Next Generation funtsak** "España LGTBI" proiektuari esleitzea. Proiektu horretan, Euskadik Basquetourren bidez parte hartzen du.
- Sentsibilizazio-planak garatzea euskal turismo-enpresentzat. Orain arte, 130 enpresa baino gehiago eta 900 pertsona inguru prestatu dira 2023tik 2024ra bitartean.
- **Basquetourrek Human Rights for Tourism** topaketan parte hartu zuen.
- LGTBIQ+ kolektiboari harrera egiteko prestatutako turismo-eskaintza zabaltzeko euskarri espezifikoak argitaratzea.

04.1.8

Golf Turismoa

Ekintzak

Gobernantza

- Basque Golf Network produktuen klubaren kudeaketa eta koordinazioa/2024ko urtarila - abendua.
- Golf segmentuari buruzko datu-basea kudeatzea 2024ko azaroa.
- Bazkidetza IAGTO-n (International Association of Golf Tour Operators)/2024ko azaroa.

Sustapena

- 12 turismo-operadore espezializaturen prentsa-bidaia (jatorrizko merkatuak: Erresuma Batua, Suitza, Suedia, Danimarka, Finlandia, Irlanda eta Austria)/2024ko maiatza.
- Landing page espezifiko argitaratzea (<https://turismoa.euskadi.eus/eu/euskadibasquecountrygolf/>) 2024ko iraila.
- **"Golf & Experiences** promozio-liburuxka turistikoa argitaratzea. **The land of great Champions** "/ 2024ko urria.
- Produktuaren azoka espezializatuan parte hartzea, IGTM (International Golf Travel Market)/2024ko urria.

04.2

TRADE ETA SEKTORE PROFESIONALA

Helburua

- ➔ Merkaturatzea sustatzeko eta laguntzeko ekintzak garatzea, Euskadiren eskaria helmugatzat hartzeko, bai eta marka xede-merkatuetan nabarmentzeko ere.



Ekintzak

- ➔ Sustapenerako eta merkaturatzen laguntzeko lankidetzak estrategikoak:

ESPAÑA VERDE

"España Verde" marka Euskadiko, Galiziako, Asturiasko eta Kantabriako autonomia-erkidegoen arteko lan-plataforma da.

Online ekintzak

- **Milango OET:** kanpaina Facebooken (abuztuak 5-irailak 22). Post 1 argitaratzen da astero (guztira 8). Gaikako hautaketa 4 Autonomia-erkidegoetako irudiekin.
- **OET Frankurt:** "España Verde"-aren Mahaia (irailak 3-30)
- "España Verde"-a ezagutzera emateko kanpaina, Facebook-en eta X-en 4 asteko argitalpenen bidez.
- **OET Erroma (FIAVET):** aurkezpena webinar-ean (azaroaren 26an) Italiako turismo-bulegoetara eta bidaiia-agentzietara.
- **"España Verde" web** gunearen posizionamendua hobetzeko estrategiak garatzea, eta Facebook, Instagram eta Youtube sare sozialetan trafikoa handitzea sustatzea.
- Greenspain-i buruzko **blog-magazine** bat sortzea.
- **RR.SS: @Surfinggreenspain:** bilaketa organikoak hobetzea edukien marketin-estrategien bidez.
- **Famtrips live streaming Italian,** Frantzia, Alemanian eta publiko anglofonoa.

Onsite ekintzak

- **Prentsa-bidaia** Estatu Batuetan, Herbehereetan eta Italian, blogarien laguntzarekin.
- Oportoko **Norte Diem** ekitaldia.

TURESPAÑA

Helburua

- **Merkatu estrategiko bihurtzea sustatzea, urtarokotasunik gabeko turismo-fluxuak erakartzeko** urtariletik ekainera eta irailetik abendura bitartean.
- **Euskadi Basque Country** marka zabaltzea.
- **Euskadiko turismo-eskaintza** ezagutaraztea eta produktu berriak aurkeztea.
- **Euskadiko turismo-eskaintza** ezagutaraztea eta produktu berriak aurkeztea.
- Turismo-sektoreko profesionalen arteko topagunea izatea, **sinergiak eta negozio-aukerak sortzeko.**
- Helmuga eta bertako enpresak sustatzeko **estaldura mediatikoa.**

Ekintzak

- Baterako komarketineko ekintzak **OTA (Online Travel Agency)** deritzonekin eta **Expediarekin (AEB)**. Branded content kanpainak, hedabideen kanpainen osagarri urteko une garrantzitsuetan.
- **Azokak.** WTM Londres, azaroaren 5etik 7ra. Euskadi aurten ere erakusketariekin (Last minute, Edreams, Voyage Privée, Destinia) joan da azoka estrategiko honetara nazioarteko sustapenean.
- **Munich F.R.E.E.** otsailaren 14tik 18ra.
- **ITB Berlin,** martxoaren 5etik 7ra.
- **Jata Tokio,** irailaren 26tik 29ra.
- Turespañaren **alderantzizko jardunaldiak** Europako merkatuetan. Toledo, maiatzaren 21etik 23ra.
- **EBetako eta Kanadako jardunaldi zuzenak** Montereyn (Kalifornia, apirilaren 15etik 18ra).

Ekintzak

➔ Merkaturatzea sustatzeko eta laguntzeko ekintza estrategikoak:

BASQUETOURL

EKINTZAK

Azokak:

- **FITUR 2024, MADRIL.** Urtarrilaren 24tik 28ra. Astegunetan, sektore profesionalera bideratuta.
- **EXPOVACACIONES,** Bilbo, maiatzaren 10etik 12ra.

MERKATURATZEA

- **Lankidetzat-hitzarmena CEAV-2024rekin.**
 - ➔ Euskadi Basque Country markaren presentzia sustapen-euskarrietan.
 - ➔ 9 workshop 9 hiritan estatuko eragileekin.
 - ➔ 2 webinar (Grand Tour-mayo 2024).
 - ➔ Newsletter CEAV Grand Tour.
 - ➔ Erreportajea Mundo Inédito aldizkarian.
 - ➔ Grand Tour bideoaren emisioa workshop guztietan.

SUSTAPENA

- **Aviron Bayonnais errugbi partida** Anoetan martxoaren 31n: estadioa inguratzen duen eratzuneko promozioa eta Grand Tour bideo emanaldia.
- **Publizitate-txertaketak:**
 - ➔ Elle aldizkaria.
 - ➔ Lyon Capital aldizkaria.
- **Promozioa Lyonen, Bilbo-Lyon hegaldia dela eta.**
 - ➔ Kolaborazioak Regal, Gault & Millau eta Sudouest Weekend aldizkariekin.

BIDAIA-GIDAK

EKINTZAK

SMerkatueta turismo-gida nagusietan Euskadiri buruzko edukien jarraipena eta eguneratzea.

Publiko anglosaxoia

- **"The Basque Country & Navarre Third edition, Bradtguides".** Edizio berrian hainbat berrikuntza izango dira, hala nola Ondarroako muralak, MoonShiners whisky arabar saritua, eta Basquetourren promozio-orri osoa.
- **Frommers Guide USA.**
- **"My Life on a Basque Mountain" by Georgina Howard.** Euskal kulturari buruzko liburua, euskaraz hitz egiten duen eta euskaldunen artean 20 urte baino gehiago bizi izan den ingeles baten ikuspegi dibertigarritik. Bere liburua Covent Gardenen aurkeztu zen eta aleak Elkarren (Donostia) saltzen dira.

Frantziako merkatua

- **"Michelin gida, Espagne Atlantique".** Gidan sartu ziren Donostiako Hondalea izeneko gidan, 'Gerald 's' tabernaren aipamena eta Chillida Lekuko jatetxearen aipamena sartzea lortu zen. Arabatik, terrorismoaren biktimen memoria, Estibalizko Monasterioaren aipamena zabaltzea eta Kexaako Monumentu Multzoa sartzea.
- **"Petit Futé".** Euskal Herriko Gida.
- **Le Routard Pays Basque** gida.

Alemaniko merkatua

- Michael Müller Verlag argitaletxea. **"Donostia & Bilbo".** Euskal Herriaren historia, gastronomia eta kultura biltzen ditu, baita informazio praktikoa ere, hala nola jatetxeen, hotelen, denden eta aire zabaleko jardueren helbideak. Gida honen berezitasuna da aipatzen dituen hirietako hainbat ibilbide deskribatzen dituela.

Espainiako merkatua

- **"Euskal Herriko 101 leku harrigarrienak".** Anaya argitaletxea.

Gida eta dokumentazio berrietarako laguntza:

- Emons argitaletxea, **Kolonia 111 Orte, die man im Baskenland gesehen haben muss (2024ko maiatzean argitaratua).** Alemanieraz. Basquetourri eskerrak ematen dizkion aipamen bat agertzen da (2023an 3 bidaia baino gehiago antolatu genituen idazlearekin). Bildutako informazio guztia Alemaniako prentsa agentzia garrantzitsuenarentzat eta zenbait aldizkari eta egunkaritan artikulatu batzuk idazteko ere baliatu du egileak.
- Editorial **Feltrinelli/Morellini Euskal Herriari** beren-beregi eskaintako gidaliburua. Italiaraz. 2024ko apirileko argitalpena.

Press Trips-en kudeaketa:

- **Volotea bidaia Nadège Druzkowski kazetariarekin Euskadiko publitreportaje** bat egitea. Bertan, hiru lurraldeak daude ordezkaturak hainbat enklabetan: Getaria, Zumaia, Ataun, Aralar, Gasteiz, Getxo eta Guggenheim.
- **Le Figaro aldizkaria.**

04.3

AZKEN PUBLIKOA

04.3.1

Hedabideen plana eta kanpainak

Helburuak

- **Euskadira turista potentzialak erakartzea**, ospea eta bihurteta uztartzen dituen estrategia orekatu baten bidez.
- **Bisitarien eskaria handitzea**, helmugak merkatu estrategikoetan duen presentzia sendotuz eta Estatuko merkatuan helmuga sendotuz.
- **Hedabideetan eta kanal digitaletan inbertsio optimizatua** egitea, erabaki eta erosten den unean turista potentziala erakartzeko, batez besteko gastua eta egonaldia handitu dadin eta turismo-fluxuak lurraldean zehar banatzen laguntzen duten turismo-produktuak aukera ditzan.

Ekintzak

- **Gure bi publiko objektiborentzat** ("Euskadi Basque Country Grand Tour" eta "Euskadi Basque Country Confidential") **lotutako kanpainak eta sormenak garatzea**.
- **Instagram Visit Euskadiren profila kudeatzea**, 2024an % 63,61eko hazkundearekin, iazko datuekin alderatuta. Visit Euskadi profilaren ondorengo kontuetatik % 57 Estatuko merkatutik dator, % 7,3 Frantziatik, % 3 Italiatik eta % 2,8 Argentinatik.

- Bihurketara bideratutako bitartekoen plana diseinatzea. Aurreko kanpainetan ez bezala, garrantzi handiagoa ematen baitzieten nabaritasunari eta branding-ari, aurtengo hedabideen plangintzak lehentasuna eman die turismo-erreserbei eta -gastuari dagokienez emaitza nabariak eragin dituzten ekintzei.

- Nazioarteko merkatuetan hazkundean ardaztutako estrategia bat garatzea, inbertsioaren % 61 atzerriko publikoa erakartzeko bideratuz, eta % 39, aldiz, helmuga finkatuta dagoen Espainiako merkatuan.

04.3.2

Azokak

Ekintzak

- **Expovacaciones:** maiatzaren 10etik 12ra. BEC. Gure barneko merkatuari helmugaren eskaintza turistikoa zehatzagoa (eguneko planetan, ibilbideetan eta abarretan oinarritutakoa) ezagutarazteko azoka.
- **Produktuak espezializatutako azokak** (FIO, MADbird, La Rochelle, etabar).

04.3.3

Ordezkaritza-agentziak

Ekintzak

- **Ordezkaritza-agentziekin akordioak itxi dira honako hauetan:**
 - Distantzia luzea: AEB eta Kanada, Asia Pazifiko eta LATAM
 - Distantzia ertaina: UK, Alemania, Frantzia.

04.3.4

Aliantzak eta merkataritza-harremanak

Ekintzak

- Gure helburu diren merkatuen ezagutza handia duten euskal enpresak aztertzea, lan-ildo bateratuak ezartzeko eta helmugaren marka-nabaritasuna areagotzeko.
- **Enpresen eskutik merkaturatzea sustatzeko eta laguntzeko ekintzak garatzea**, gure erreferentzia-merkatuetan eta gure lehentasunezko produktuetan ko-marketineko ekintzak egiteko.



04.3.5

Ekitaldi estrategikoak

TBEX 2024. Donostian, Kursalean, maiatzaren 28tik 31ra. Estatu Batuetan 2009an sortutako bidaia-blogarientzako mundu mailako ekitaldirik nabarmenena.

FESTA EUSKADI GASTRONOMIKA. Lehen topaketa, sektoreko profesionalei Euskadi erreferentziazko helmuga gastronomiko gisa sustatzeko egindako ekarpena aitortzeko. FICOBAn ospatu zen otsailaren 26an.

FAMILIA UGARIEN BILTZAR NAZIONALA. Espainiako Familia Ugarien XIV. Kongresua, Donostian, azaroaren 2an eta 3an.

04.3.6

Produktu-sareak

ESPAINIAKO EKOTURISMOKO KLUBA	
Urdaibai	28 enpresa
Geoparke	22 enpresa
Parke naturalak	13 enpresa - Gorbeia 4 - Aizkorri 2 - Armañon 1 - Izki 1 - Pagoeta 1 - Parke natural ezberdinak 4
Vitoria-Gasteiz	7 enpresa
Guztira: 70 enpresa	

ESPAINIAKO EKOTURISMOKO KORRIDOREA	
Urdaibai	36 enpresa
Geoparke	24 enpresa
Parke naturalak	34 enpresa - Gorbeia 13 - Aizkorri 2 - Armañon 2 - Izki 4 - Pagoeta 3 - Valderejo 5 - Aiako Harria 1 - Parke natural ezberdinak 4
Vitoria-Gasteiz	7 enpresa
Guztira: 101 enpresa	

EUSKADI GASTRONOMIKA	
Jatetxe-arloko enpresak	313
Erretegiak	13
Jatetxeak	223
Pintxo-tabernak	62
Gourmet baserriak	15
Dendak	46
Gourmet okindegiak	4
Gozotegiak	13
Gourmet-dendak	26
Azokak	3
Industria bisitagarriak	144
Arabako Errioxako upategiak	57
Sagardo- upategiak	26
Txakolin- upategiak	20
Gaztandegiak	14
Beste ekoizle batzuk	18
Artisau-garagardoa	8
Kontserba-enpresak	1
Esperientziak eta gidariak	26
Jarduera-enpresak	19
Jarduera eta esperientzi gastronomikoen hornitzaileak	3
Turismo-gidari espezializatuak	4
Museoak eta interpretazio-zentroak	12
Agentzia hartzaileak	8
Ostatuak	3
Guztira: 552 enpresa	

04.3.6

Produktu sareak

FAMILIA-TURISMOA	
Ostatuak	63
Jarduera- eta zerbitzuetako enpresak	107
Jatetxeak	23
Guztira 193 enpresa	

EUSKADI CONFIDENTIAL	
Ostatuak	21
Jatetxeak	20
Dendak	9
Esperientziak	28
Garraioak	6
DMC-ak	5
Guztira 89 enpresa	



Estrategia eta Lankidetza Publiko-Pribatua

05

Helburuak

- Euskadiko garapen, lurralde-koheresio eta gobernantza turistikoaren ereduaz aztertzea, birdefinitzea eta ezartzea, eta egungo Euskadiko Mahaien Sistema berriz konfiguratzeko.
- Diagnostiko batean oinarrituta, Euskadiko turismo-gobernantzaren ereduaz birformulatzea.

Ekintzak

2024an lehenengo fasea egitea: egungo ereduaren diagnostikoa eta azterketa, honako eremu hauetan oinarrituta:

- **Arau-esparruaren azterketa:** Euskadiko turismo-sektorearen eskumen-banaketa eta sailen eginkizunak definitzen dituzten arauak.
- **Sektoreko esku-hartzearen analisia:** Euskadiko turismoa nola lantzen eta kudeatzen den aztertzea.
- **Azterketa konparatiboa:** Euskadiko gobernantza-ereduak aztertzen dira.
- **Kanpo-analisia:** kudeaketa- eta lankidetza-ereduen azterketa, ereduaren birdefinitzea aberastuko duten praktika arrakastatsu transferigarriak identifikatzeko.
- **Aurrekontu-ahaleginaren azterketa:** euskal turismo-sektorearen finantzaketaren azterketa, administrazio-maila eta programa espezifiko guztien bidez.
- **Aurretiazko azterketa estrategikoa:** 2022an Euskadiko lurralde-garapen eta -koheresiorako ereduari buruz egindako diagnostikotik eratorria.



Komunikazio Korporatiboa

06

Helburuak

- Basquetourrek egindako lana ikusaraztea eta aintzatestea.
- Turismo-sektoreari balioa ematen laguntzea, sektore horretatik kanpoko eragileen artean.
- Euskal turismo-sektorea informatuta eta proiektuetan parte hartuta mantentzea.

Ekintzak

Euskadiko turismo-sektoreari zuzendutako Basquetourren komunikazio-planaren arabera, hainbat euskarri eta kanal erabiltzea:

- BASQUETOURL web gumea:
Turismoaren Euskal Agentzia
- Sare sozial korporatiboak:
 - **LinkedIn**
 - **X**
 - **Facebook**
- **Newsletterrak eta informazio-emailak:** Basquetourreko orokorra eta Euskadiko Behatoki Turistikoa, produktu turistikoetako sareak eta lehiakortasun turistikoetako buruzko espezifikak
- Basquetourreko ekintza plana 2024 eta 2023ko Urtekaria.



Euskera

07

Helburuak

- **Helburu nagusia herritarrei beren aukerako hizkuntza ofizialean** (euskaraz edo gaztelaniaz) **arreta ematea da**, beren hizkuntza-eskubideak betetzea eta, ondorioz, euskara zerbitzu-hizkuntza eta lan-hizkuntza gisa erabiltzea.

Ekintzak

- **Basquetourren Euskararen Plan Estrategikoa** sortzea.
- **Eusko Jaurlaritzaren sozietate publikoetan euskararen erabilera sustatzeko ekintzak abian jartzea**, Bizkaia plazako gainerako erakunde publikoekin koordinatuta.



Erantzukizun Sozial Korporatiboa

08

08.1

LGTBI-FOBIAREN AURKAKO EGUNeko PARTE-HARTZEA

- 2024an, Bizkaia Plaza Eraikina osatzen duten enpresek sustatutako ekimenarekin bat egin zuen Basquetourrek, maiatzaren 17a, **Homofobia, Transfobia eta Bifobiaren aurkako Nazioarteko Eguna**, ospatzeko. Albiste Basquetourren webgunean argitaratu zen, eta langile guztiak gonbidatu ziren LGTBQA+ pertsonei laguntzeko logo bat sartzera e-mailaren sinaduran.

08.2

"BILBAO BIZKAIA HARRO" EKITALDIA BABESTEA

- "Bilbao Bizkaia Harro" ekitaldia ekainaren 14tik 23ra bitartean egin zen. Basquetour eta Eusko Jaurlaritzako Turismo Saila elkarlanean aritu ziren ekitaldia antolatu zuen Ortzadar elkartearekin.





BASQUE TOUR

*turismoaren
euskal agentzia*

*agencia vasca
de turismo*

info@basquetour.eus

www.basquetour.eus



EUSKADI
BASQUE COUNTRY

