



2022 >>



EKINTZA- PLANA

**BASQUE
TOUR** turismoaren
euskal agentzia
agencia vasca
de turismo



**EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMU GAILA.
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

**EUSKADI
BASQUE COUNTRY**





Beste urte betez, Basquetour-Turismoaren Euskal Agentziaren ekintza nagusein plana erakusten dizuegu. 2022an, COVID-19aren pandemia-egoera ea gaindituta, sektorea hobetzen doa, hilero-hilero, eta plan honek gauden egoera berri honi erantzutea nahi du.

Euskadi-Basque Country helmugaren marketin, sustapen eta merkaturatze ekintzak indartzeko unea iritsi da, baita, gure agentziaren arlo ezberdinetakoak ere: lehiakortasun turistikoa, estrategia, lankidetzak publiko-pribatua, lurraldearen garapena edo Euskadiko Behatoki Turistikoarenak, eta konektibitatea eta mugikortasunari lotutakoak ere.

Ekintza guzti hauek gure helmuga sustatzeko eta gure sektore turistikoa, gure enpresak laguntzeko helburuarekin diseinatu dira.

Horrela izatea espero dut.

Agur bero bat,

DANIEL SOLANA

Basquetour-Turismoaren Euskal Agentziaren zuzendaria.

AURKIBIDEA

GOVERNANTZA

	6
1. Euskal turismo-estrategien koordinazioa: sektorearen eskaria.	8

2. Sektore-akordio estrategikoak finkatzea eta sareetan parte hartzea.	10
--	----

LANKIDETZA

PUBLIKO-PRIBATUA

ETA LURRALDE-

GARAPENA

	12
1. Euskal Turismo Sarea - SARETUR.	14

2. Enpresen, erakundeen eta sektore publikoaren eta pribatuaren arteko lankidetza sustatzea.	16
--	----

HELMUGA LEHIAKORRA, ETIKOA ETA ADIMENDUNA

	18
1. Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa.	20

2. Helmuga turistiko adimendunak (DTI).	22
---	----

3. Turismo-jasangarritasun integraleko sistema (turismo-enpresa adimenduna).	24
--	----

4. Prestakuntza.	26
------------------	----

EUSKADIKO KONEKTIBITATEA ETA MUGIKORTASUN TURISTIKOA

	28
--	----

1. Estatistika.	30
-----------------	----

2. Sustapena.	30
---------------	----

EUSKADIKO TURISMO BEHATOKIA

32

1. Euskadiko turismo-industria. 34

2. Turismo-eskaria helmugan,
jatorrian eta *online*. 36

3. Euskal gizartea. 38

4. Turismo Adimen Sistema. 40

MARKETINA

42

1. 2021-2024 Marketin-plana egitea. 44

2. Eskaintza berrantolatzea,
lehentasunezko turismo-
produktuen arabera. 44

3. *Trade*-a eta sektore profesionala. 50

4. Publiko orokorra. 54

5. Ordezkaritza-agentziak. 56

6. Aliantzak eta merkataritza-
harremanak. 56

7. Ekitaldi estrategikoak. 58

8. Akordio estrategikoak finkatzea
eta sareetan parte hartzea. 58

KOMUNIKAZIOA

60

1. Komunikazio korporatiboa. 62

2. Euskadi-Basque Country
helmuga eta turismo-produktuak
jakinaraztea. 62

ZERBITZU

KORPORATIBOAK

64

1. Kontabilitatea, kontratazioa,
giza baliabideak eta kudeaketa-
sistemak. 66

2. Euskara-plana. 68

3. Berdintasun-plana. 70



GOBERNANTZA





- + **Euskal turismoaren balio-kateko enpresei laguntzea.**
- + **Enpresen arteko, erakundeen arteko eta publikoaren eta pribatuaren arteko lankidetza sustatzea.**

1

EUSKAL TURISMO- ESTRATEGIEN KOORDINAZIOA: SEKTOREAREN ESKARIA

HELBURUA

Inbertsio eraginkorragoa lortzea, merkatura indar handiagoz iristea eta sektorearen parte-hartzea koordinatzea.



EKINTZAK

1.1

MAHAIAK, FOROAK ETA LAN-TOPAKETAK.

Enpresa-elkarteekin eta erakunde publikoekin bilerak egiten jarraitzea, ekintza-planekin kontrastatzeko eta estrategiak, turismo-adimenari buruzko datuak eta enpresa-premiak bateratzeko.

1.2

TURISMOKO PLAN ESTRATEGIKOETAN PARTE HARTZEA.

Lankidetzan, laguntzan eta aholkularitzan jarraitzea euskal helmugetako plan zuzentzaileetan eta estrategietan.

1.3

EUROPAKO LAGUNTZAK ETA PROIEKTUAK.

Helburua:

COVID-19aren pandemiak eragindako kalte ekonomiko eta sozialak arintzeko *Next Generation EB* funts europarren kudeaketan laguntzea.

1.3.1 NEXTEUSBCTI proiektua.

“*Euskadi Basque Country Tourism Intelligence*” proiektuaren proposamena berrikuntzan eta digitalizazioan oinarritutako ekosistema turistiko adimenduna sortzean datza, honako hauekin batera:

- Turismo Helburu Adimenduna metodologia (DTI).
- Turismo Enpresa Adimendunaren (IZT) eredua.
- Eta adimen turistikoko sistema (SIT Euskadi).

1.3.2 PASTD proiektua (helmugako jasangarritasun turistikorako plan autonomikoak).

Urtero definitzen dira, toki-erakundeen parte-hartzearekin, eta, Euskadiren kasuan, Eusko Jaurlaritzak zehaztutako prozesu baten bidez.

Helmugako Iraunkortasun Turistikoko Planen helburua da helmuga turistikoen eraldaketan aurrera egitea iraunkortasunean oinarritutako eredu baterantz, OMTren turismo iraunkorraren definizioaren arabera: “egungo eta etorkizuneko ondorio ekonomiko, sozial eta ingurumenekoak guztiz kontuan hartzen dituen eredua, bisitarien, industriaren, ingurumenaren eta harrera-komunitateen beharrei erantzuten diena”.

1.3.3 ZAP proiektuak (Lehentasunezko Arreta Eremuak).

Lehentasunezko jarduketa-eremuetako aktibo turistikoak sustatzeko eta balioesteko planaren helburua da ekonomia eta enplegua suspertzea, turismo-trakzio-proiektuen bidez. Proiektuak Eusko Jaurlaritzak hainbat udalerrri eta eskualdetan jarduera turistikoak garatzeko emandako 6,5 milioi euroko aparteko ekarpenarekin egingo dira.

1.3.4 PRTR laguntzak/Esperientzia Proiektua.

Euskadik, Basquetourren bitartez, Espainiako Turismo Esperientziak sortu eta sendotuz Berreskuratze, Eraldaketa eta Erresilientzia Planaren barruan parte hartzeko proposamenak egingo ditu, turismo-eskaintza dibertsifikatu eta desestazionalizatzeko.

Laguntza horien helburua Estatu mailan, gutxienez hiru autonomia-erkidegotan esperientzia turistiko iraunkorrak, digitalak, integratzaileak eta lehiakorrak garatzen dituzten aktore-sareen proiektuak bultzatzea da, lan-ildo hauetakoren baten barruan: INNOVA, INTEGRA, COMUNICA.

2

**AKORDIO
ESTRATEGIKOAK
FINKATZEA,
ALIA NTZAK,
SAREETAN PARTE
HARTZEA**



EKINTZAK

2.1

SAREETAN ETA LAN TALDEETAN PARTE HARTZEA ETA AKORDIOAK ENPRESA-ELKARTEEKIN ETA ERAKUNDE PUBLIKO-PRIBATUEKIN, SOLASKIDE ESTRATEGIKO GISA DUTEN EGINKIZUNA INDARTZEKO.

2.1.1 Estatu mailako taldeak eta sareak.

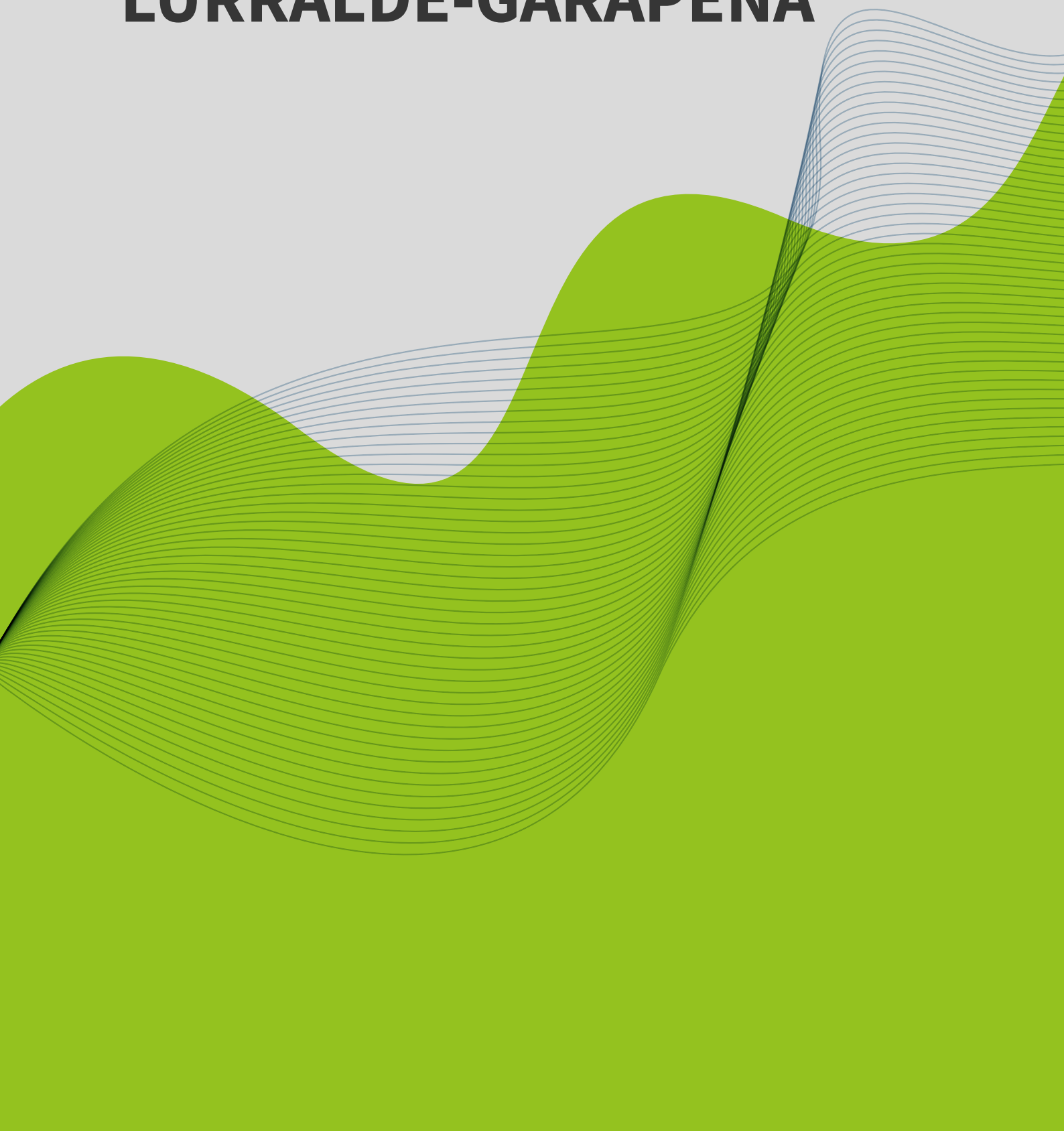
- SETUR, Turismoko Estatu Idazkaritza, Espainiako Gobernuaren Industria, Merkataritza eta Turismo Ministerioaren mendekoa.
- SEGITTUR, Berrikuntza eta Turismo Teknologien Kudeaketarako Estatuko Sozietatea, Espainiako turismo-sektorean berrikuntza eta teknologia bultzatzeko bitartekoa.
- Autonomia-erkidegoetako turismo iraunkorreko taldea.
- Helmuga Turistiko Adimendunen Espainiako Sarea.
- ICTE, Kalitate Turistikoko Institutua. Basquetourrek ICTEren eta euskal erakundeen arteko ordezkari eta lotune gisa jarduten du.
- EUSKALIT, fundazio gisa eratutako erakunde-taldea, Eusko Jaurlaritzak bultzatua, Kudeaketa Aurreratua sustatzeko.
- INNOBASQUE, Berrikuntzaren Euskal Agentzia, Zientzia, Teknologia eta Berrikuntzarako Euskal Sistema koordinatu eta bultzatzeko.
- GTCT, Estatuko Kalitate Turistikoko Lantaldea, non autonomia-erkidego guztiek parte hartzen duten.
- Destinoen arteko batzordea, helmugetako turismo-kalitatearen sistema integrala kudeatzeko (SICTED).
- Espainia Berdea.
- Espainiako ekoturismoko elkarteak.
- *Federación española de familias numerosas* federazioa (familia-turismoa).
- *Fundación Ferrocarriles Españoles* fundazioa (Bide Berdeen programa).
- *Vasco Navarro*-ren, Inaziotar Bidearen eta Donejakue Bidearen lan-mahaiak.
- Elkano proiektua.

2.1.2 Nazioarteko eremuko taldeak eta sareak.

- Arku Atlantikoko Batzordeko turismo-taldea.
- OMT, Munduko Turismo Erakundea: OMTko kide afiliatuak eta 2022-2025 aldian OMTko Afiliatuen Zuzendaritza Batzordeko kidea.
- Turismoaren Munduko Etika Batzordea 2022-2025 aldian.
- Normalizazio- eta ziurtapen-taldeetan parte hartzea: CTN 178: SC 5 Helmuga Adimendunak, WG 13 Sustainable Tourism + TC 228 Plenary Meeting, WG 14 Accesible Tourism+ TC 228 Plenary Meeting.
- NECSTouR Sarea, turismo iraunkor eta lehiakorrerako Europako Eskualdeen Sarea, sektoreari nazioz gaindiko proiektuak antzeman eta emateko.
- ECOTRANS Sarea, Turismo Iraunkorra Garatzeko Europako Sarea, sektoreari nazioz gaindiko proiektuak detektatzeko eta emateko.
- DTI Sarea, Helmuga Turistiko Adimendunen Espainiako Sarea, sektoreari proiektu nazionalak detektatzeko eta emateko.
- ERIH Industria Ondarearen Europako Ibilbidea.
- Bide Berdeen Europako Elkarteak.
- Europako GATURI proiektua (turismo gastronomikoa).



LANKIDETZA PUBLIKO PRIBATUA ETA LURRALDE-GARAPENA





1

EUSKAL TURISMO SAREA (SARETOUR)

HELBURUA

Euskal enpresa-sarea indartzea eta laguntzea, eta enpresen arteko, erakundeen arteko eta publikoaren eta pribatuaren arteko lankidetzak sustatzea.

EKINTZAK

1.1

KONKETA EUSKADI.

Toki komuna da, non turismo-enpresek eta erakundeek euskal turismo-ekosistemaren gobernantza-foroak, topaketak eta ekimenak aurkitu eta partekatzen dituzten.

1.2

EZAGUTZA-, LANKIDETZA- ETA INSPIRAZIO-FOROAK.

Turismo-sektorerako baliagarriak diren edukiak, topaketak eta materialak sortzea: jardunbide egokien kasuak, *webinar*-ak, topaketak, *speed meeting*-ak, informazio-fitxak eta -pilulak, eta material interesgarriak.

1.3

WEB BERRIA.

Web orri berria, enpresa bazkideen beharretara egokitua, dinamikoagoa, erabilgarriagoa eta arinagoa.

1.4

BABESTOUR.

Turismo-arloko lankidetzaproiektuei laguntza, dinamizazioa eta aholkularitza ematea, eta enpresa-ekimen interesgarriei arreta ematea.

1.5

EUSKAL TURISMO-ENPRESEN FOROAK.

Urtean zehar hainbat mugarri dituzten turismo-kudeaketako enpresa, elkarte eta erakundeentopaketak, turismo-*market place* baten eta baterako trukerako foro baten oinarriak ezartzeko.

SARE TOUR TURISMOAREN EUSKAL SAREA RED VASCA DE TURISMO

Ongi etorri Ezagutza Estrategia Konekta Saretour 360° Webinarrak

HARREMANETAN JARRI BESTE KONPAINIA BATZUEKIN, EMAN ZURE ESPERIENTZIAREN BERRI ETA BILATU BIDELAGUNAK ZURE PROIEKTURAKO

KONEKTA EUSKADI

Esan zer behar duzun, eta sarean beste enpresa, agente eta/edo hornitzaile batzuk aurkitzen lagunduko dizugu, honetarako:

- haiekin lankidetzan aritu eta baterako produktuak/zerbitzuak garatzeko edo zure eskaintza zabaltzeko.
- produktu edo zerbitzu bat batera sustatu eta/edo merkaturatzeko.
- beste esperientzia batzuk ezagutzeko.
- zerbitzuen hornitzaile ez turistiko bat aurkitzeko (diseinua, aholkularitza, prestakuntza eta abar).

KONEKTATU

BILERETARAKO GUNEA

Topaketetarako, foroetarako web-mintegietarako eta online mahaletarako eremua.

SARTU

2

ENPRESEN, ERAKUNDEEN ETA SEKTORE PUBLIKOAREN ETA PRIBATUAREN ARTEKO LANKIDETZA SUSTATZEA

HELBURUA

Inbertsio eraginkorragoa lortzea, egungo gobernantza-ereduak hobetzea, eta sektoreak eredu horietan duen parte-hartzea koordinatzea.



EKINTZAK

2.1

SEKTOREEN ETA ERAKUNDEEN ARTEKO FOROEN ETA MAHAIEN BILERA OPERATIBOAK.

Sektoreen eta erakundeen arteko foroen eta mahaien bilera operatiboak, planak aurrez aurre jartzeko eta estrategiak, inteligentzia-datuak eta enpresa-premiak sektorearekin kontrastatu eta partekatzeko.

2.2

EUSKAL TURISMO-SEKTOREAREN ERRADIOGRAFIA ETA BAROMETROA.

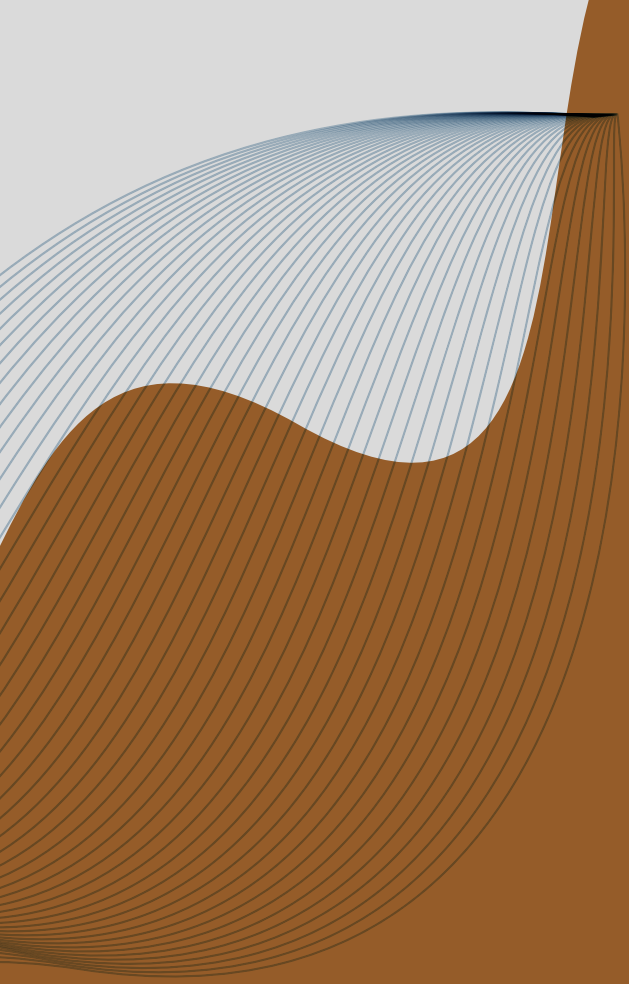
Sektorearen “turismoko gogo-aldartea” jasotzen duen dokumentua, urte osoan zehar eta hurrengo kapituluetan jaso, Turismoaren Euskal Sarearen bidez.





HELMUGA LEHIAKORRA, ETIKOA ETA ADIMENDUNA





- + **Helmuga jasangarria, segurua eta arduratsua izatea.**
- + **Erabakiak hartzeko lehen mailako adimen turistikoko sistema bat izatea.**
- + **Lurralde-garapen turistikorearen optimizazioa.**
- + **Sektorearen lehiakortasuna hobetzea eta enpresei laguntzea beraien garapenean.**

1

EUSKADIKO TURISMOAREN KODE ETIKOA

HELBURU

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

EKINTZAK

1.1

KODE ETIKOAREN PROGRAMA ERAKUNDE PUBLIKO-PRIBATUETAN EZARTZEA.

Abiarazte fasean, proiektuan parte hartzen duten erakundeei laguntza ematea (2020, 2021 eta 2022 edizioak) eta euskarri-materiala sortzen laguntzea.

1.2

FORMAKUNTZA.

Erakundeek Kode Etikoaren 8 printzipioak ezartzerakoan, etengabe hobe daitezen jarraiko prestakuntzak garatzea.

1.3

EUSKADIKO TURISMOAREN ETIKA BATZORDEAREN FINKAPENA.

Batzordeak Kode Etikoaren etengabeko hobekuntzarako informazioa bilduko du eta parte hartzen duten erakundeak baliozkotuko ditu.

1.4

EUSKADIKO TURISMOAREN ETIKA ERREGISTROAN IZENA-EMATEA.

Etika Batzordearen oneritsia lortzen duten erakundeak Euskadiko Turismoaren Erregistroan sartuko dira, turismo jasangarri eta arduratsuaren aldeko ekimenetan sustatzeko.

1.5

AINZAT-HARTZEA.

Proiektuan parte hartzen duten erakundeak aintzat-hartzea.

1.6

SUSTAPEN KANPAINA.

Kodearen, bere printzipioen eta baloreak hedatzeko kanpaina.

1.7

“TURISTA ARDURATSUAREN GIDA” BULTZATU.

“Turista arduratsuaren Gida” banatu erakunde turistikoiei eta bisitariei Euskadiko turismoa arduratsua izan dadin, Kode Etikoak adierazten duenez.

Euskadiko Kode Etikoak logo berria dauka:***Zer da Kode Etikoa?***

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa Turismorako Munduko Kode Etikoaren egokitzapena 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



BIKAIN TASUNA ETA
PROFESIONAL TASUNA



JASANGARRITASUNA
(GJH 12, 14)



PERTSONEN
ESKUBIDEAK
ERRESPECTATU



BERTAKO TRADIZIOAREN
ETA KULTURAREN
SUSTAPENA



TRATU
EGOKIA EMAN
SEKTOREKO
LANGILE ETA
ENPRESARIEI (GJH 8)

2

TURISMO-HELMUGA ADIMENDUNAK

HELBURUA

Kode Etikoaren printzipioak jarraituz, Euskadi helmuga turistiko admimenduna eta errebalorizatua egitea, berrikuntza eta teknologiaren bidez, ikuspegi integratzaile, irisgarri, inklusibo eta jasangarria bultzatuz, ikuspuntu ekonomiko, soziala, kulturala eta ingurumenaren aldetik.





EKINTZAK

2.1

“SMART DESTINATION” PROIEKTUA (HELBURU TURISTIKO ADIMENDUNA).

Helburua:

SEGITTUREk garatutako turismo-xede adimenduna metodologia aplikatzea. Helmuga baten berrikuntza-maila diagnostikatzen du, abangoardiako azpiegitura teknologiko baten gainean finkatua, turismo-lurraldearen garapen jasangarria eta irisgarria bermatzen duena. Bisitariaren eta ingurunearen arteko interakzioa eta integrazioa errazten ditu, bere esperientziaren kalitatea areagotzen du eta egoiliarren bizi-kalitatea hobetzen du.

Ekintzak:

- Donostian (Donostia Turismoarekin lankidetzan) eta Gasteizen (Gasteizko Udalarekin lankidetzan) ezarrita dauden DTI helmugen jarraipena egitea.
- EAEko eskualdeen koiunturari egokitutako DTI ereduaren baliozkotze praktikoa, hiru pilotutan oinarrituta.
- DTI eredu egokitua eta baliozkotua hedatzea.
- RedDTI toki-erakundearen eraldaketa digitaleko eta modernizazioko ekintzetan laguntzea.
- Gainera, Basquetourrek aktiboki parte hartuko du DTI Sarean, Estatuko gainerako helmugekin ahalik eta lankidetzaren handiena lortzeko eta euskal helmuga turistiko adimendunak sare horretan parte har dezaten sustatzeko.

3

JASANGARRITASUN TURISTIKO INTEGRALAREN SISTEMA (TURISMO-ENPRESA ADIMENDUNA)

HELBURUA

Euskal turismo-sektoreari eredu bat ematea, Etika Kodearen printzipioen pean, turismo-enpresak turismo-enpresa berritzaile, teknologikoki aurreratu, garapen jasangarri, irisgarri eta lurralde turistikoaren arduratsuari laguntzeko eta turistak helmugan duen esperientzia hobetzeko.



EKINTZAK

3.1

SICTED PROIEKTUA.

Turismo-jasangarritasun integraleko sistemarantz aldatzeko lan egitea.

3.2

INGURUMEN-IRAUNKORTASUNAREN ETA ENERGIA-ERAGINKORTASUNAREN PROIEKTUA.

IHOBE Ingurumen Jarduketarako Sozietate Publikoarekin eta EEE Energiaren Euskal Erakundearekin lankidetzan aritzea, euskal turismo-enpresei Europako Etiketa Ekologikoan (ECOLABEL) ziurtagiria emateko eta Eraginkortasun Energetikoaren Ziurtagiria eman eta erregistratzeko.



4

FORMAKUNTZA

HELBURUA

Euskal sektore turistikoaren profesionalizazioa erraztea araututako eta arautu gabeko prestakuntza- eskaintzaren bidez.





EKINTZAK

4.1

ONLINE ETA AURREZ-AURREKO PRESTAKUNTZA-EKINTZEN GARAPENA.

- Irisgarritasuna: irisgarritasunaren euskal ereduan jasotako bost aniztasun funtzionaletan.
- Gaitasun digitalak: SPRIrekin eta Estatuko Turismo Idazkaritzarekin lankidetzan.
- Kudeaketa
- Berrikuntza
- Iraunkortasuna
- Produktua.

4.2

ARAUTU GABEKO PRESTAKUNTZA-ESKAINZA EGUNERATZEA.

Egutegi eguneratu bat egitea, Euskadiko turismo-erakundeei zuzendutako eskaintza osoarekin.

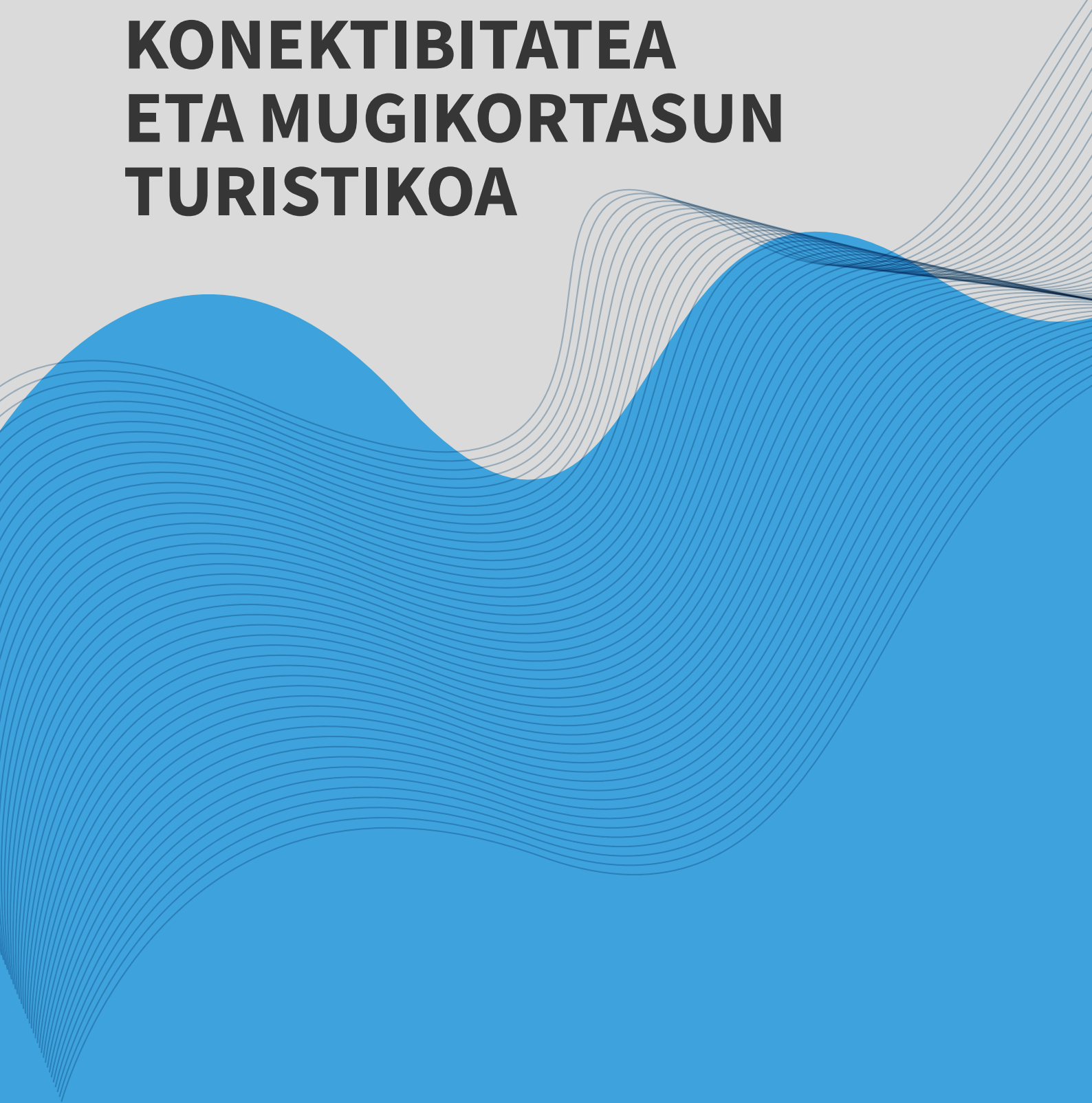
4.3

ARAUTUTAKO PRESTAKUNTZA-ESKAINZA EGUNERATZEA.

Euskadiko turismo-prestakuntzako eskaintzaren diagnostikoa eguneratuko da, ziurtagiri profesionalak lortzen laguntzeko.



EUSKADIKO KONEKTIBITATEA ETA MUGIKORTASUN TURISTIKOA





+ Ikuspegi turistikotik konektibitatea eta mugikortasuna hobetzeko eta optimizatzeko ekintzak, Eusko Jaurlaritzako Lurralde Plangintza, Etxebizitza eta Garraio Sailarekin batera.

1

ESTATISTIKA

2

SUSTAPENA

1.1

Eusko Jaurlaritzako Garraio Sailarekin batera egindako azterlan bateratuak, bisitatzen gaituztenek helmugara iristeko eta bertan mugitzeko duten ezagutza hobetzeko.

2.1

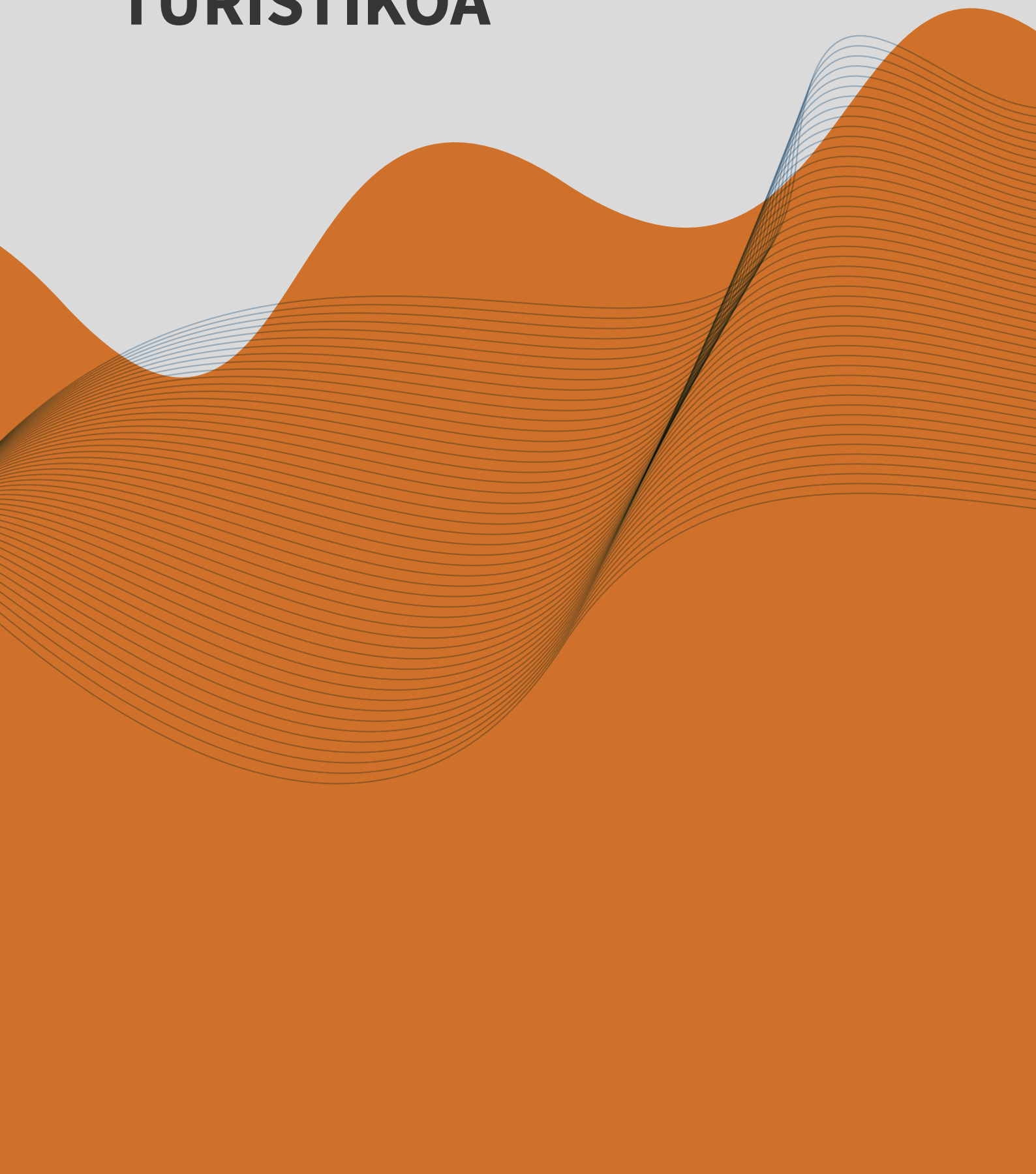
Euskal aireportuen turismo-sustapenean laguntzea, 3 aireportuak sustatzeko sozietateekin, Garraio Sailarekin eta inplikaturako beste erakunde batzuekin lankidetzan:

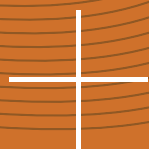
- *Routes Europe 2022*an (Bergen) stand bateratu baten bidez egotea.
- Sustapen-sozietateei laguntzea ikuspegi turistikoa duten sustapen-ekintzetan, dauden ibilbideak indartzeko edo existitzen ez diren ibilbideak erakartzeko.
- Aire-konpainien artean turismoa sustatzeko aukerak eta bideak hautematen laguntzea sustapen-sozietateei.





EUSKADIKO BEHATOKI TURISTIKOA





- + **Ikerketa-proiektuak diseinatzea eta inplementatzea, profesionalei jomugaren berri emateko, planifikaziorako, erabakiak hartzeko eta emaitzen eragina neurtzeko tresna fidagarrien bidez.**
- + **Euskadiko Turismo Behatokia Euskadirako lehen mailako datuak garatzen ari da ikerketa-arlo hauetan:**

1

EUSKADIKO TURISMO-INDUSTRIA

HELBURUA

Euskadiko enpresa-sare turistikoaren egungo eta etorkizuneko egoera identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea.

EKINTZAK

1.1

EUSKADIKO TURISMO-INDUSTRIAREN BAROMETROAREN URTEKO ERAGIKETAREN EDIZIO BERRI BAT GARATZEA.

Eragiketa propio baten bidez, 2022. urteko balantzeari eta 2023. urterako sektoreko enpresen aurreikuspeni buruzko datuen eguneratzea izatea, eta dagozkion adierazle sektorialak garatzea.

1.2

EUSKADIKO TURISMO-PRODUKTUEN KLUBETAKO KIDE DIREN ENPRESEN *ONLINE* OSPEA MONITORIZATZEKO PROIEKTU BAT DISEINATZEA ETA GARATZEA.

1.3

EUSKADIRAKO ADIERAZLE SEKTORIALAK IDENTIFIKATZEA, BILTZEA, AZTERTZEA ETA GARATZEA, BIGARREN MAILAKO INFORMAZIO-ITURRIEN BIDEZ.

Zer da Euskadiko Behatoki Turistikoa?



2011n Eusko Jaurlaritzak, Basquetour sozietate publikoaren bidez, **Euskadiko Behatoki Turistikoa** sortzen du.

Eusko Jaurlaritzak Euskal Turismoaren Lehiakortasun eta Berrikuntzarako 2010-2013 Planean jasotako tresna nagusietako bat jarri du abian, **turismo-industriaren egoeraren eta bilakaeraren ikuspegi orokor eta iraunkorra** izateko.

2

TURISMO-ESKARIA HELMUGAN, JATORRIAN ETA ONLINE

HELBURUAK

Bisitatzen gaituztenen eta egin dezaketenen profila eta portaera identifikatzea, ezaugarritzea eta aztertzea.

Helmugako mugikortasuna identifikatzea eta aztertzea.

Euskadiren posizionamendua eta nabaritasuna identifikatzea eta aztertzea.

EKINTZAK

2.1

ESKARIA HELMUGAN.

- “IBILTUR” eragiketaren ezohiko beste edizio bat garatzea. Aurten, 2022an, aparteko edizio bat egingo da Euskadin lo egiten duten turisten profilari eta portaerari buruzko datuak biltzeko, turismo-fluxu handieneko hilabeteetan aisialdiko motibazioengatik. Bi urtez behingo eragiketa da Ibiltur, baina COVID19 osasun-larrialdiak mugikortasunean duen eragina dela eta, 2019tik ez da daturik jaso. Eragiketa hori Eusko Jaurlaritzaren Euskal Estatistika Planaren eragiketa ofizialen barruan dago.
- Lurraldeko turismo-fluxuen mugikortasuna neurtzeko proiektu bat diseinatzea eta garatzea.
- Euskadirako helmugako eskariaren adierazleak identifikatzea, biltzea, aztertzea eta garatzea, bigarren mailako informazio-iturrien bidez.

2.2

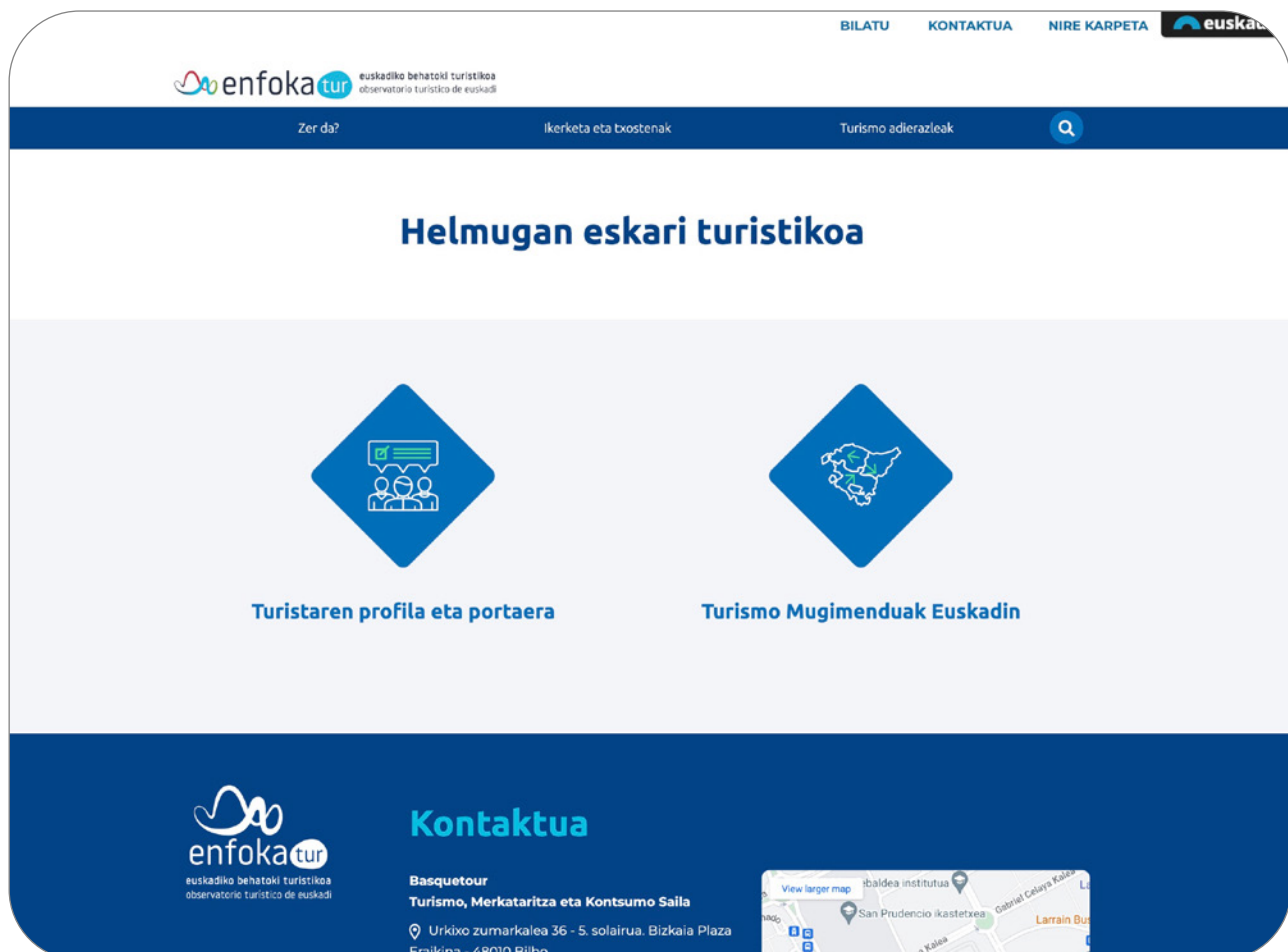
ONLINE ESKARIA.

- *Online* kanaletan turismo-eskaria monitorizatzen jarraitzea, Euskadiren *online* ospea ezagutzeko, bisita turistikoaren aurretik, bitartean eta ondoren emandako edukien eta iruzkinen analisiaren bidez.
- Euskadirako *online* eskariaren adierazleak identifikatzea, biltzea, aztertzea eta garatzea, bigarren mailako informazio-iturrien bidez.

2.3

ESKARIA JATORRIAN.

- Lehentasunezko merkatu jaulkitzaileen azterketaren edizio berri bat garatzea. Eragiketa honetan, informazioa jasotzen da Euskadi helmugaren posizionamenduari eta nabaritasunari buruz, haren atributuen pertzepzioari buruz eta gure markari buruz duten ezagutzari buruz, baita marka hori nola baloratzen duten ere. Era berean, alderdi ekonomiko eta sozial nagusiak, bidaiatzeko ohiturak eta Euskadira bidaiatzeko asmoa aztertzen dira.
- Jatorriz Euskadirentzat eskariaren adierazleak identifikatzea, biltzea, aztertzea eta garatzea, bigarren mailako informazio-iturrien bidez.



3

EUSKAL GIZARTEA

HELBURUA

Turismo-jarduerak Euskadin bizi den biztanlerian duen eragina identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea.

EKINTZAK

3.1

“EUSKAL GIZARTEAK TURISMOARI BURUZ DUEN PERTZEPZIOA” IZENeko ERAGIKETAREN EDIZIO BERRI BAT GARATZEA.

Helmuga iraunkorra izateko, turismo-jarduerak Euskadin bizi den biztanlerian duen eragina ezagutu behar da, eta haren egunerokotasunarekin nola bizi den aztertu.

3.2

EUSKADIRAKO ADIERAZLEAK IDENTIFIKATZEA, BILTZEA, AZTERTZEA ETA GARATZEA, BIGARREN MAILAKO INFORMAZIO-ITURRIEN BIDEZ.

EUSKAL GIZARTEAK JARDUERA TURISTIKOARI BURUZ DUEN IRITZIA

BASQUE TOUR turismoaren euskal agentzia
agencia vasca de turismo



EUSKADI
BASQUE COUNTRY

2021eko UDAKO OPORRAK: Gehiengoak bidaia egingo du uda honetan



%65k uste du aisialdi-bidaia bat egingo duela

Gehienak aste batekoak (**%46**) edo bikoak (**%32**) izango dira.



AIPAGARRIAK DIRA:



%57 kostako turismoa



%28 naturako jarduerak



%25 hiriak ezagutzea

% 54 HASI DA BIDAIA PRESTATZEN.

Internet erabiliko dute:

Helmuga: **%71**

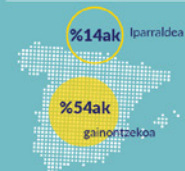
Ostatua: **%72**

Jarduerak: **%64**

Garraibidea aukeratzeko: **%58**

EZ BIDAIAITZEKO ARRAZOIAK:

%38 Pandemiak
%23 arrazoi pertsonalak
%12 ekonomikoak
%12 denbora falta



Gehiengoak Espainia aukeratu du.

COVID-19A BIDAIEI BURUZKO ERABAKIETAN AGERTZEN DA

Bidaia edo ez bidaia

6,7/10

Nora bidaia

6,2/10

Tokian egin beharreko jarduerak

5,4/10

Ostatu non hartu

5,0/10



TURISMOAREN SEKTOREA EUSKADIN

Garapen ekonomikoaren zaindu beharreko elementu garrantzitsua



%68

Euskal gizarteak turismoa garapen ekonomikoaren elementu garrantzitsutzat jotzen du.



%81

bere eguneroko bizitzarako positiboa izateaz gain.



Uste du Eusko Jaurlaritzaren lehentasun handia edo nahiko handia duela sektoreari laguntzek.

%86k



%34ak ezagutzen dute Eusko Jaurlaritzak Euskal Autonomia Erkidegoko turismo-sektoreari ematen dizkion laguntzak.

%54 laguntzak egokiak
%30 ez direla nahikoak

EUSKADIKO ERAKARGARRI TURISTIKOAK

Kostaldea eta naturguneak

HERRITARRAK GEHIEN MOTIBATZEN DITUENA DIRA:

%72 euskal kostaldea

%67 naturguneak

%56 artea eta ondarea

%55 gastronomia

EUSKADIKO TURISMO-LEKU ERAKARGARRIAK:

%62 kostaldeko lekuak edo udalerrak

%36 Donostia

%27 naturgune aipagarri batzuk

COVID-19 BAINO LEHEN BIDAIAITZEKO OHITURAK

Bidaia, euskal herritarren artean ohitura zabaldua

% 83k

dio asteen behin edo gehiagotan zihola; horietatik **% 46k**, urtean behin baino gehiagotan.

% 64k

gau bateko edo biko ihesaldiak egiten zituen; horietatik erdiak baino gehiago urtean behin baino gehiagotan (**% 55**).

ORO HAR, BIDAIAITZEN DUTE:



%34

bikotekidearekin



%26

bikotekidearekin eta seme-alabekin



%28

lagunekin



%23

bikotekidearekin



%21

familiarekin



%81ek egun bateko txangoak egiten zituen gaua igaro gabe:



4

INTELIGENTZIA TURISTIKOKO SISTEMA

EKINTZAK

4.1

INFORMAZIO-ITURRI BERRIAK INTEGRATZEA.

4.2

**ARGITARATUTAKO DATU-PANELEN ANALISIA ETA
BISTARATZE DINAMIKOA HOBETZEA.**

4.3

**PANEL GUZTIETAKO DATUAK MANTENTZEA ETA
EGUNERATZEA.**

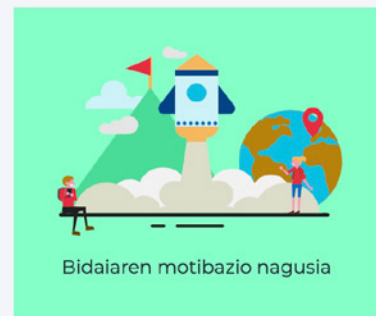
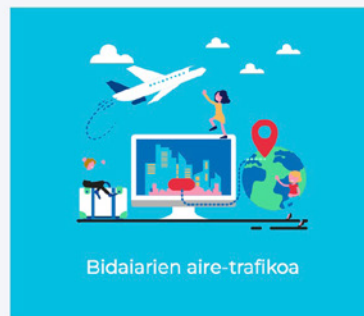
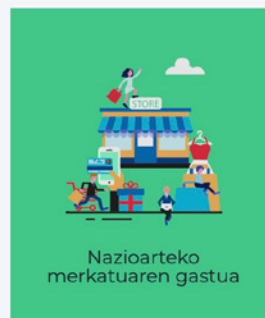
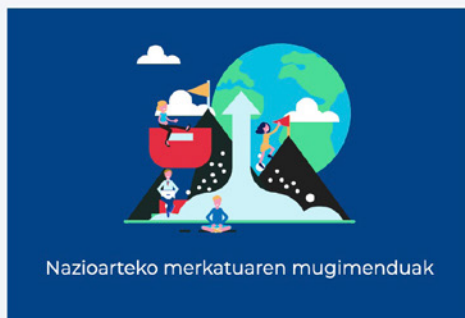
AURREIKUSITAKO BESTE EKINTZA BATZUK

- Beste neurketa-eredu batzuk berrikusi, diseinatu eta garatzea.
- Beste informazio-iturri batzuk bilatu, berrikusi eta aztertzea.
- Beste erakunde batzuek bultzatutako eragiketak Euskadiko turismo-errealitateari aplikatzea.

Non aurkituko duzu Euskadiko Turismo Behatokiaren informazio guztia?

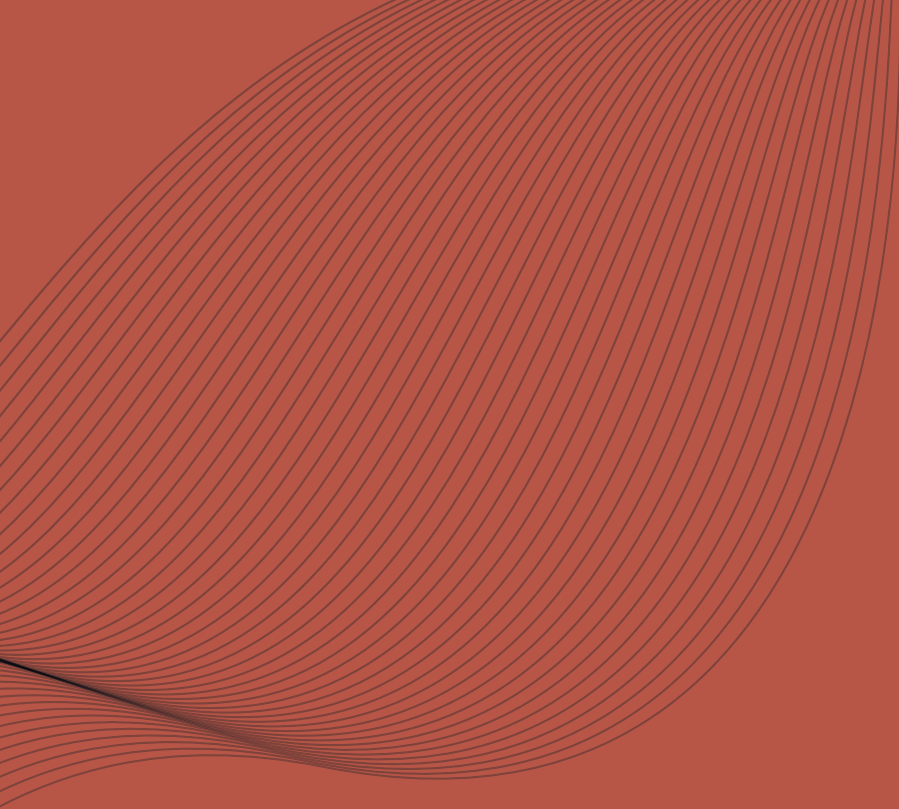
ENFOKATUR, TURISMOAREN EUSKAL BEHATOKIA - EUSKADI.EUS

SIT EUSKADI - Adimen turistikoaren sistema





MARKETINA



1

2022-25 MARKETIN-PLANA EGITEA

HELBURUA

Aurten marketin-plan bat izatea, plan estrategikoarekin bat datorrena eta sektorearen eta turismoan eskumena duten erakundeen parte-hartze aktiboarekin egina.

2

TURISMO-ESKAINZA BERRANTOLATZEA, LEHENTASUNEZKO TURISMO-PRODUK- TUEN ARABERA

HELBURUA

Produktu-planak eraginkortasunez egitea, eskariaren, eskaintzaren kalitatearen eta ezarritako estrategia eta helburuen arabera, haietara bideratutako baliabideak eraginkortasunez bideratzeko lehenetsiz eta segmentatuz.

EKINTZAK

2.1

EUSKADI GASTRONOMIKA.

Helburuak:

- Euskadi Gastronomia osatzen duten turismo-helmugetan eta enpresa-sarean, euskal kultura gastronomikoaren inguruko plan eta esperientzien eskaintza berri, erakargarri eta kalitatezkoa sortzea bultzatzea, bai eta egungo eskaintza sendotzea eta hobetzea ere.
- Turista gastronomikoa sakon ezagutzea, eskaintza bere lehentasunen eta beharren arabera egokitzeke.
- Produktu-klubaren kontzeptua eguneratzea, egokitzea eta sinplifikatzea, Euskadiren egungo une eta beharretara, helmuga turistikoek lortutako heldutasun-mailara eta enpresa parte-hartzaileen garapen-mailara.
- Euskadi Gastronomikako turismo-kudeaketako erakundeen eta enpresen sarbidea eta partaidetza erraztea, prozesuak sinplifikatuz eta digitalizatuz.
- Sustapen- eta komunikazio-ekintzak egitea markaren aintzatespena hobetzeko, eta helmuga turistikoak, enpresak eta, oro har, Euskadi sustatzea.

Ekintzak:

2.1.1 Gobernantza.

- *Ad-hoc* azterketa bat egitea Euskadiko Behatoki Turistikoaren pean, turista motak ezagutzeko, motibazio gastronomikoekin, profilarekin, beharrekin, gustuekin eta lehentasunekin, tipologia bakoitzari egokitutako jarduera-eskaintza bat diseinatzeke.
- Euskadiko Gastronomia klubaren hausnarketa-prozesua: klubaren metodologia, prozesuak eta dokumentazioa aztertzea, eguneratzea eta sinplifikatzea.

- Turismo gastronomikoko mahaia egitea kudeaketa turistikoko erakundeekin eta eragile interesgarrieekin.
- Euskadi Gastronomikan parte hartzen duten enpresen informazioa 2.0 dokumentu-kudeatzaile berrian sartzeara.

2.1.2 Sustapena eta komunikazioa.

- Klubaren sustapen-webgunean hobekuntzak ezartzea eta garatzea. Webgune berria abian jartzea eta abiaraztea.
- Sare sozialen kudeaketa. Komunitatea handitu eta leialtzea eta markaren *engagement*-a hobetzea.
- [Euskadi Gastronomikako](#) webgunearen eta sare sozialen posizionamendua hobetzeko SEO, SEM eta kanpainen lanak garatzea.
- Euskal kultura gastronomikoa sareko komunikazio-kanaletan zabaltzeko argitaratu gabeko edukiak sortzea.
- Sustapen-euskarriak eta -materialak. Argazki-eta film-bankua handitzea.

2.2

THE BASQUE ROUTE: EUSKADI MODU IRAUNKORREAN ZEHARKATZEA PAISAIA ETA BALIABIDE ERAKARGARRIENETAN BARRENA.

Helburuak:

- Lurraldean dauden turismo-baliabideak eta -produktuak ahalik eta ondoen antolatzea.
- Turisten iruditerian “The Basque Route” izeneko proiektua jartzea.
- Iraunkortasunean urratsak ematea.

Ekintzak:

2.2.1 “The e-Basque Route”.

- Ibilbide turistikoko garbi hau garatzea eta kokatzea, mota honetako lehen ekimena Estatuan.

- E-basque route: “III Bilbao-Petronor eco rallye” (2022ko irailaren 30etik urriaren 1era eta 2ra) posizionatzen laguntzen duten ekitaldiekiko lankidetzara.
- Lankidetzara mugikortasun jasagarrian giltzarri diren eragileekin: IBILekin, Garraio Sailarekin eta mugikortasun elektrikoan espezializatutako enpresa pribatuekin.

2.2.2 Sustapena.

- [thebasqueroute.eus](#) webguneako edukiak zabaltzea. Komunikazio- eta sustapen-euskarriak garatzea eta eguneratzea. Turismo-baliabideak digitalizatzea
- *Branded content* plan espezifiko bidaia-erakundearen komunitate digitaletan.

2.2.3 Hainbat erakunderekin aliantzak bilatzea.

2.3

MICE: EUSKADI, KONGRESU, KONBENTZIO, JARDUNALDI EDO PIZGARRIAK EGITEKO BIKAITASUNAREN HELMUGA: ERAGIN EKONOMIKO HANDIA DUEN PRODUKTUA.

Helburuak:

- Sektorearen susperraldia sustatzea eta gure *convention bureaux* eta gure enpresei ikusgarritasuna ematen lagunduko dieten sustapen-ekintzen aldeko apustu koordinatua egiten jarraitzea.

Ekintzak:

- Euskadiko EPC elkarteari (kongresuen antolatzaileei) laguntzea.
- *Basque events* Euskadiko MICE enpresen bilatzailearen edukiak eguneratzea eta zabaltzea, segmentua osatzen duten enpresei ikusgarritasun handiagoa emateko. [www.basque-events.com](#). Webgunea ezagutarazteko berariazko bitartekoen plana.

- IBTM azoka (azaroaren 29tik abenduaren 1era, Bartzelona): MICE segmentuan Europa mailan erreferentzia den azokan parte hartzea, 3 *convention bureaux* eta sektoreko enpresen eskutik.

2.4

EUSKAL KOSTALDEA: PLAN ZUZENTZAILE AITZINDARIA ETA LANKIDETZA PUBLIKO-PRIBATUKO 10 URTE BAINO GEHIAGO.

Helburuak:

- Lankidetza publiko-privatutik eta egungo eskariari erantzunez, bereizketan oinarritutako eskaintza turistikoa bultzatu, antolatu eta sustatzea, eta turismo-fluxuen desestazonalizazioa bultzatzea.

Ekintzak:

2.4.1 Itsas kultura.

- Itsas ondarearekin eta arrantza-jarduerarekin lotutako turismo-eskaintzaren porfolioa sortzea, 1. zirkunnabigazioaren 500. urteurrena (“Mundubira500”) lan- eta sustapen-testuinguru gisa hartuta.
- Euskal kostaldeko eragile publikoen mahaiarekin (Getariako Udala, bereziki) eta inplikaturako beste eragile batzuekin (museoak) lanean jarraitzea.

2.4.2 Turismo nautikoa.

- Sektorearekin (Aktiba nautikoa) eta EKPrekin (Euskadiko kirol-portuak) lankidetza sendotzea, eskaintza garatzeko eta erreferentziazko azoka nautikoetan, lokaletan (Ababor) eta kanpokoetan (Archachon, Arroxela) parte hartzeko.
- Turismo nautikoa sustatzeko eta merkaturatzeko “*Spain Sailing*” proiektuaren ezarpenaren jarraipena eta laguntza.

2.4.3 Surfa.

Produktu-klubaren 10. urteurrenean:

- “*Surfing Euskadi*”ko ordezkarien mahaia dinamizatzea, eskaintza garatzeko eta sustatzeko ekintzei ekin ahal izateko, surfaren sektorearen inplikazioarekin eta intereseko beste eragile batzuekin (ostatuak, agentziak, museoak) lankidetzan arituz.
- Marka berrabiaraztea, bai bazkide eta laguntza berriak erakartzeko, bai estatu barruko eta estatuko sustapenerako, bai hurbileko merkaturatzen (Frantzia).

2.4.4 Euskal kostaldeko museoak.

Kultura-eragileen Sare honen 10. urteurrenean:

- Ohiko lankidetza-ekintzak (Euskal kostaldeko museoen hilabetea, udako agenda bateratua, etab.) eta berriak (Pasaiaiko Itsas Jaialdia, 10. urteurrena) berrartzea.
- Kostaldeko Museoen Sarearen eta sarea osatzen duten 40 ikastetxeen presentzia eta *online* sustapena hobetzea: webgune berria, sare sozialetako edukiak.

2.5

NATURA: EKOTURISMOA, MENDI-IBILIAK, ZIKLOTURISMOA.

Helburuak:

- Enpresekin lan egitea eskaintza hobetzeko eta eskariarekin lerrokatzeko.
- Helmugan dauden baliabideak eta enpresen zerbitzuak ikusarazteko sustapena sustatzea, hiru ardatzetan banatuta: ekoturismoa, zikloturismoa eta mendi-ibiliak.

Ekintzak:

2.5.1 Ekoturismoa.

- Ekoturismoaren eta sektorearen integrazioaren estrategia eguneratzea, Euskadiko Ekoturismoaren Sarearen bidez.
- Euskadiko Ekoturismoko Sarea koordinatzea eta garatzea.
- Euskadiko Ekoturismoaren V. Foroa egitea. Martxoak 9 eta 10.
- Espainiako Ekoturismo Klubarekin sinatutako lankidetzak-hitzarmenetik eratorritako ekintzak garatzea, euskal elkarte eta enpresen integrazioa indartzeko.
- Gasteiz Espainiako Ekoturismo Klubaren barruan sar dadin laguntzea, natura-turismoaren iraunkortasuna aitortzeko sistemara atxikiz Salburua KBEaren Natura 2000 Sarean eta udal- eta foru-mailako ingurumen- eta turismo-kudeatzaileekin sortutako lan-mahaia koordinatzen laguntzea.
- Azoka espezializatueta parte hartzea: Fio, Berdeago eta Naturcyl.
- “Espainia Berdeko ekoturismo korridore” proiektuan parte hartzea, “Experiencias España” laguntzen barruan.
- Euskarriak eguneratzea, ohitzeko bidaiak egitea eta sustapen-kanpainak egitea.
- Plazaola eta Mutiloako Bide berdeak sustatzeko liburuxkaren diseinua.

2.5.2 Txirrindularitza.

- Zikloturismoaren eta sektorearen integrazioaren estrategia eguneratzea.
- Lankidetzak: “Tour de France: Grand Départ Pays Basque 2023”.

- Segmentazioa: hiri ibilbideak, Bide Berdeak, BTT zentroak eta ibilbide Zikloturista Handiak.
- Euskadiko II. Txirrindularitza Foroa egitea.
- *Fundación de Ferrocarriles de España* (FFE) erakundearekin Bide Berdeak programarako lankidetzak-hitzarmena bultzatzea.
- *Vasco Navarro*, Plazaola eta Bidasoako bide berdearen lan-mahaia eta taldea bultzatzea, Nafarroako Gobernuarekin eta eskualdeko eta tokiko eragileekin batera.
- Euskarriak eguneratzea, ohitzeko bidaiak egitea eta sustapen-kanpainak egitea.
- Baterako marketin-ekintzak sektoreko enprekin.
- Gorbeia Bira proiektuarekiko lankidetzak.

2.5.3 Xendazaletasuna.

- GR 38 Ardoaren eta arrainaren ibilbidea proiektua ezartzea. Mapa ofiziala, etapa-fitxak eta eskualde arteko eta publiko/pribatuko lan-mahaia garatzea.
- Euskadiko bi bidezidor handietako materialen aurkezpena:
 - › GR 38 Ardoaren eta arrainaren ibilbidea.
 - › GR 283 Idiazabal gaztaren ibilbidea.
- Euskadiko *wikiloc*-aren profila garatzea, naturako hiru produktuei lotutako bidezidorren sarea biltzeko.
- Euskarriak eguneratzea, ohitzeko bidaiak egitea eta sustapen-kanpainak egitea, besteak beste, 38. taldekoak.
- Xendazaletasunaren estrategia eguneratzea eta sektorea Euskadiko Xendazaletasun Sarearen bidez integratzea.

2.6

INDUSTRIA-TURISMOA.

Helburua:

Euskal industriaren historia eta iragana ikusaraztea, industriako ondare-baliabideak bisitatuz.

Ekintzak:

- Turismo Industrialaren Euskal Sarearen antolamendua eta lan-dinamika, proiektu bateratuak identifikatzeko.
- Euskal Sareak Europako ERIH Sarearen esparruan gaur egun dituen 34 baliabideen euskarria, Euskadi sare horretako kide baita 2019az geroztik.
- Sarean baliabide berriak eta ZAP (Lehentasunezko Arreta Eremuak) proiektuak sartzeko, batez ere Ezkerraldea-Meatzaldean.
- Ezkerraldea-Meatzalderako Turismo Industrialeko Plan bat diseinatzea, Euskadiko Turismo Industrialaren Plan Zuzentzailearen ondoriozkoa.
- Sustapen-euskarriak berrikustea eta diseinatzea (webgunea, *display*-ak, multimedia-bankua).
- Sustapen- eta ohitze-ekintzak.

2.7

FAMILIA-TURISMOA.

Helburuak:

- Eskaintzaren aldetik, klubaren helmuga eta enpresak familien beharretara egokitutako espezializazio-esparruan kokatzea (Euskadiko egungo eskarian pisu handiena duen bigarren segmentua, % 23rekin).
- Merkatu nagusietan, sustapen-mailan, bai enpresei bai mikrohelmugeti ikusgarritasuna ematea.

Ekintzak:

- Sustapen-liburuxka orokorra eguneratzea, inklusiboagoa izanik, eta enpresa berriak sartzeko mapa eguneratzea. Proiektuan parte hartzen duten enpresei ikusgarritasun handiagoa ematea, turistarentzat interesgarria den eskaintza gisa, bai *off line* euskarrietan, bai *online* euskarrietan.
- *Landing*-a edukien eta irudien mailan birdefinitzea eta posizionamendua hobetzea.
- Espezializazioaren eta helmugaren sustapenaren arloko lankidetzak-hitzarmenari eustea, Familia Ugarien Espainiako Federazioaren kanalen bidez eta Hirukiderekin lan estuagoa eginez. Presentzia Madrilgo eta Bartzelonako aretoetan. ELFAC (*European Large Families Confederation*) nazioarteko sarean parte hartzea.
- Euskadiko eskaintzaren segmentu horretan espezializatutako nazioarteko agentziei egindako aurkezpenak, merkaturatzeko.
- Klubean enpresa berriak sartzeko, Euskadiko segmentu horretan duen posizionamendua eta turismo-eskaintza osatu eta hobetzeko.

2.8

EUSKADI CONFIDENTIAL.

Helburuak:

- Euskadi erreferentziazko Premium helmuga gisa kokatzea merkatu igorle estrategikoetan: Erresuma Batua, Frantzia, Alemania, Italia, Portugal eta AEB, besteak beste.
- Premium turista honen eskariari egokitutako turismo-eskaintza izatea.
- Covid osteko aukera: pandemiaren ondoren bidaiatutako duen turistaren tipologia.
- Bidaiak desestazionalizatzea.

Ekintzak:

- Dekalogo bat egitea, EUSKADI PREMIUM eskaintzan egon nahi duten turismo-enpresek bete beharko lituzketen irizpideak eta baldintzak jasoko dituen.
- Produktua Euskadiko turismo-sektoreari eta prentsari aurkeztea. (Martxoa)
- Nazioarteko aurkezpenak Milango eta Parisko ETEekin lankidetzan.
- *Workshop*-etara eta sustapen-ekintzetara joatea: Lush, AEBetan.

2.9**LGBTIQ+.****Helburuak:**

- Euskadi LGBTIQ+ komunitatearentzat erreferentzia eta erakargarri bihurtzea.
- Sektorea sentsibilizatzea, segmentu estrategiko baterako eskaintza erakargarria sortzeko aukeraren aurrean.

Ekintzak:

- LGBTIQ+ turismoaren plan estrategiko bat garatzea, jarduera-ildo nagusiak identifikatzeko eta turismo-eskaintzaren egoera eta helmugaren egungo kokapena ezagutzeko.
- Urteko plan operatibo bat eginda izatea, epe laburreko jarduketekin.
- Barne-prestakuntza garatzea.

2.10**TURISMO SENIORRA/ONGIZATEA ETA OSASUNA.****Helburuak:**

- Segmenturako eskaintza erakargarria garatzea.
- Helmuga segmentu horri lotutako merkatu eta kanal nagusietan kokatzea, sustapenaren eta merkaturatzearen arloan.

Ekintzak:

- 2019an garatutako Turismo Seniorreko Plan Operazionala abian jartzea.

2.11**EUSKADIKO TOP BALIABIDE TURISTIKOEN SAREA.****Helburua:**

- Euskadiko TOP turismo-baliabideen sarea sortzea, haien arteko lankidetzak sustatzeko eta Euskadiko turismo-eskaintza indartuko duten sinergiak bilatzeko.

Ekintzak:

- Baterako lanerako mahaia edo foroa sortzea.
- Adostasunez ateratzen diren ekimen nagusiak babestea.

3

TRADE ETA SEKTORE PROFESIONALA

HELBURUA

Xede-merkatuetan
helmuga-marka
nabarmentzeko eta eskaria
sustatzeko beharrezkoak
diren sustapen-ekintza eta
merkaturatze-laguntzako
ekintza guztiak garatzea.



EKINTZAK

3.1

LANKIDETZA ESTRATEGIKOAK SUSTAPENAREN ETA MERKATURATZEAREN ESPARRUAN.

3.1.1 “España Verde”.

«España Verde» marka Euskadi, Galizia, Asturias eta Kantabriako autonomia-erkidegoen arteko lan-plataforma da.

- «Espainia Berdearen ibilbide handia»: ibilbide osoa baliozkotzea, web-orria sortzea, material grafikoa sortzea (liburuxka, ikusizko nortasun korporatiboa sortzea, sare sozialak, jardunaldiak, topaketak, azokak, merchandising-a).
- Marketin-plan berria: markaren nabaritasuna hobetzea, markaren diskurtsoa, helburu diren produktuen eta baliabide eta ekintza desberdinen koherentzia hobegarriak bilatzea.
- Aukera berriak gertuko merkatuetan.
- Autonomia-erkidegoen arteko koordinazioa hobetzea.
- Produktu turistiko taldekatua bilatzea.
- Espainia Turismoko Esperientziak: Espainia Berdeko Ekoturismoko Korridorea programarako laguntzak.
- Azoketara, press eta fam tripetara, zuzeneko jardunaldietara, alderantzizko jardunaldietara, lankidetzara, greensurfingspainera, hainbat sustapen-ekintzetara (golf txapelketa, Campoamor pasabidea, Donejakue bidea...) eta komunikaziora joatea.



3.1.2 Lehendakaritza.

Basque Country Estrategiaren esparruan, Kanpo Harremanetarako Sailarteko Batzordearen Idazkaritzarekin elkarlanean ari gara, Eusko Jaurlaritzak turismo-arloan egiten dituen jarduerak ezagutarazteko eta horien jarraipena egiteko, ebasquecountry.irekia.euskadi.eus plataforman txertatuz.

Kanpo-proiektzioa duten turismo-jarduerak sartuko dira, bai 2021eko bigarren seihilekoan egindakoak, bai 2022an egingo direnak.

3.1.3 Turespaña.

Helburuak:

- Euskadi BASQUE COUNTRY marka zabaltzea
- Euskadiko turismo-eskaintza ezagutaraztea eta produktu berriak aurkeztea.
- Negozio-aukerak sortzen dituzten bilerak agendatzea eta egitea.

- Turismo-sektoreko profesionalen arteko topagunea izatea.
- Helmuga eta enpresak sustatzeko estaldura mediatikoa.

Ekintzak:

- Ia ehun sustapen- eta merkaturatze-ekintza.
- *Co-op marketing* ekintzak (Expedia eta TripAdvisor) eta *branded content* (National Geographic), urteko une garrantzitsuenetan egiten diren hedabideen kanpainen osagarri.
- Azokak:
 - » Fitur: Madrilan egiten den estatu mailako erreferentziazko azoka da, eta munduko turismoko profesionaleri zuzenduta dago.
 - » WTM (azaroaren 7tik 9ra, Londres): Euskadi erakusketariekin joango da aurten ere nazioarteko sustapenaren azoka estrategiko honetara.



- » «ILTM» (abendua 6-9, Cannes): nazioarteko merkaturako premium sektorean bideratutako azoka.
- » Beste azoka batzuk: Jata eta IBTM.
- Aurkezpenak eta zuzeneko jardunaldiak:
 - » Euskadiko Jardunaldiak:
 - Bidaia-agentzien Espainiako konfederazioarekin (CEAV) batera, 4 *workshop* jardunalditan parte hartu du (Madril, Valentziako Erkidegoa, Malaga, Lisboa eta Bilbo).
 - Turespañarekin lankidetzan, zuzeneko jardunaldiak, Londres eta Porto (aurrez aurrekoak).
 - *Roadshow* Italia eta Suitza bi herrialdeetako OETekin.
 - » Askotariko jardunaldiak: beste helmuga batzuekin eta Turespañarekin batera.
 - Aurrez aurrekoak: Italia, AEB, Brasil eta Argentina.
- Ezagutza-bidaia: aurreikusitako 38 bidaia.
 - » *Fam trips* (bidaia-agentzietatik): Danimarka, AEB, Frantzia, Irlanda, Italia eta Portugal, Argentina, Brasil.
 - » *Press trips* (prentsa): Alemania, Danimarka, Argentina, Frantzia, Irlanda, Italia, Portugal, Brasil, Erresuma Batua, Suitza, Stockholm.

3.2

BIDAIA-GIDAK.

Ekintzak:

- Euskadiri buruzko edukien jarraipena eta eguneratzea merkatuetako turismo-gida nagusietan.
- Gure helmugari buruzko edukiak sortzea gida garrantzitsuetan, oraindik lehentasunezko merkatuetan sartzen ez badira.

- Helmugako eduki berriak sartu nahi ditugun gidekin press trip-ak kudeatzea.
- Harreman zuzena nazioarteko bestseller gida nagusietako editore eta idazleekin, lotura egonkorak sortzeko.
- Idazle, editore eta turismo-bulegoen feedbacka jasotzea, edukiak hobetzeko.

3.3

SUSTAPEN-MATERIALA.

Ekintzak:

- Eskura dauden tresnak (film- eta argazki-bankua) hobetzea eta eguneratzea, sustapen-materialak behar bezala kudeatzeko eta zabaltzeko.

4

PUBLIKO OROKORRA

HELBURUA

Merkatu objektiboetan sustapen-ekintzak garatzea, markaren sartzeta nabaritasun-maila handitzeko, eta turista potentzialak Euskadira erakartzea sustatzeko, hurbiltasuneko eta, autoz, distantzia ertaineko merkatuetan (gehienez 5 ordu), eta Euskadirekin zuzeneko konexioak, airez, trenez zein itsasoz, dituztenetan.



EKINTZAK

4.1

BALIABIDEEN ETA KANPAINEN PLANA.

- *Branding*-kanpainak garatzea xede-merkatuetan.
- Produktu edo gai espezifikoek kanpainak egitea publikoentzat, segmentu eta merkatu zehatzentzat.
- *Online* kanpainak sustatzea eta monitorizatzea, marketin-planari lotutako errentagarritasun-termينوetan.

4.2

AZOKAK.

- Expovacaciones (maiatza, Bilbao Exhibition Centre – Barakaldo). Gure barne-merkatua ezagutarazteko azoka, helmuga zehatzeneko turismo-eskaintza, eguneko planetan, ibilbideetan, natura-turismoan eta abarretan oinarritua.

4.3

LIBURUXKAK ETA EUSKARRIAK.

- Sustapen-euskarri guztiak kudeatzea eta eguneratzea, merkatuaren beharretara egokituta.
- Aukeren arabera, euskarri berriak sortzea.

4.4

ONLINE ESTRATEGIA.

- Sustapen-ekintza nagusiak eta kanal aktiboak neurtzea eta horien jarraipena egitea, panel/*dashboard* baten bidez, non kanpainen eragina ebaluatzeko eta erabakiak hartzeko adierazle nagusiak zentralizatuko diren.
- Automatizazio-prozesuei, *inbound* edukiari eta CRMrekiko harremanari lotutako epe ertain eta luzerako estrategia digitala definitzea B2Crako, marketin-plan berriaren arabera.
- Komunikazio-helburu publikoak, mezuen ekosistema eta lehentasunezko tresnak definitzea, non marketin digitala eta harreman publikoak funtsezkoak izango diren lehentasunezko merkatuetan irudia indartzeko.
- Komunikazioko inbertsioa indartzea
- Markako aterkien komunikazioa motibazioen arabera segmentatutako komunikazioarekin konbinatzea.

5

**ORDEZKARITZA-
AGENTZIAK**

6

**ALIANTZAK ETA
MERKATARITZA-
HARREMANAK**



EKINTZAK

5.1

JATORRIAN ESPEZIALIZATUTAKO ENPRESAK BILATZEA, LEHENTASUNEZKO NAZIOARTEKO MERKATU BAKOITZERAKO (FRANTZIA, ALEMANIA+AUSTRIA+SUITZA ETA ERRESUMA BATUA) KOMUNIKAZIO-, SUSTAPEN- ETA MERKATURATZE-EKINTZAK GARATZEN LAGUNTZEKO.

5.2

SOR DAITEZKEEN BESTE BEHAR BATZUK (AZTERLANAK, TXOSTENAK, ETAB.).

6.1

GURE MERKATUETAN SARTZE HANDIA DUTEN EUSKAL ENPRESEN AZTERKETA, LAN-ILDO BATERATUAK EZARTZEKO ETA HELMUGAREN MARKA-NABARITASUNA HANDITZEKO.

6.2

MARKA-NABARITASUN HANDIKO ENPRESEN ESKUTIK MERKATURATZEA SUSTATZEKO ETA LAGUNTZEKO EKINTZAK GARATZEA, GURE ERREFERENTZIAZKO MERKATUETAN ETA LEHENTASUNEZKO PRODUKTUETAN BATERAKO MARKETIN-EKINTZAK EGITEKO.



7

EKITALDI ESTRATEGIKOAK

8

PRODUKTU-SAREAK

HELBURUA

Lankidetza publiko-pribatutik eta egungo eskariari erantzunez, turismo-eskaintza integrala sustatu, antolatu eta bultzatzea turismo-produktu jakin baten inguruan, turismo-fluxuen bereizketan eta desestazionalizazioan oinarrituta.

EKINTZAK

7.1

KOMUNIKAZIOARI ETA KOMUNIKABIDEETAN AGERTZEARI DAGOKIENEZ, HELMUGA IKUSARAZTEN ETA KOKATZEN LAGUNDUKO DUTEN EKITALDIAK ERAKARTZEA, KUDEATZEA ETA LAGUNTZEA.

7.2

REPSOL GIDAREN URTEKO BEREIZGARRIAK EMATEA: BABES ETA KOMUNIKAZIO PLAN ESPEZIFIKOA GIDA GASTRONOMIKOAREKIN.

8.1

MAHAI SEKTORIALEN SISTEMA DINAMIZATZEA, ESKAINTZA EGITURATZEKO ETA TURISMO-PRODUKTUAK SUSTATZEKO.

PRODUKTU-SAREAK



SURFING EUSKADI.

Enpresak guztira: 68

Surf eskolak: 28

Ostatuak: 34

- Surf Camp-ak: 3
- Hotelak eta pentsioak: 17
- Kanpinak: 4
- Beste batzuk: (aterpetxeak, AT,...): 10

Beste zerbitzu batzuk: 6

- Hartzaileak: 2
- Gidariak: 2
- Charter nautikoa: 2



FAMILIA-TURISMOA.

Enpresak guztira: 177

Ostatuak: 62

Jarduera-enpresak: 89

Jatetxeak: 26



EUSKADI CONFIDENTIAL.

Enpresak guztira: 85

Ostatuak: 16

Jatetxeak: 28

Dendak: 13

Garraioa: 5

DMC: 1

Esperientziak: 22



EUSKADI GASTRONOMIKA.

Enpresak guztira: 756

Jatetxeak: 474

- Jatetxeak: 343
- Erretegiak: 24
- Pintxo-tabernak: 107

Dendak: 67

- Gourmet dendak: 37
- Gozotegiak: 19
- Merkatuak: 6
- Gourmet okindegiak: 5

Bisita daitezkeen industriak: 183

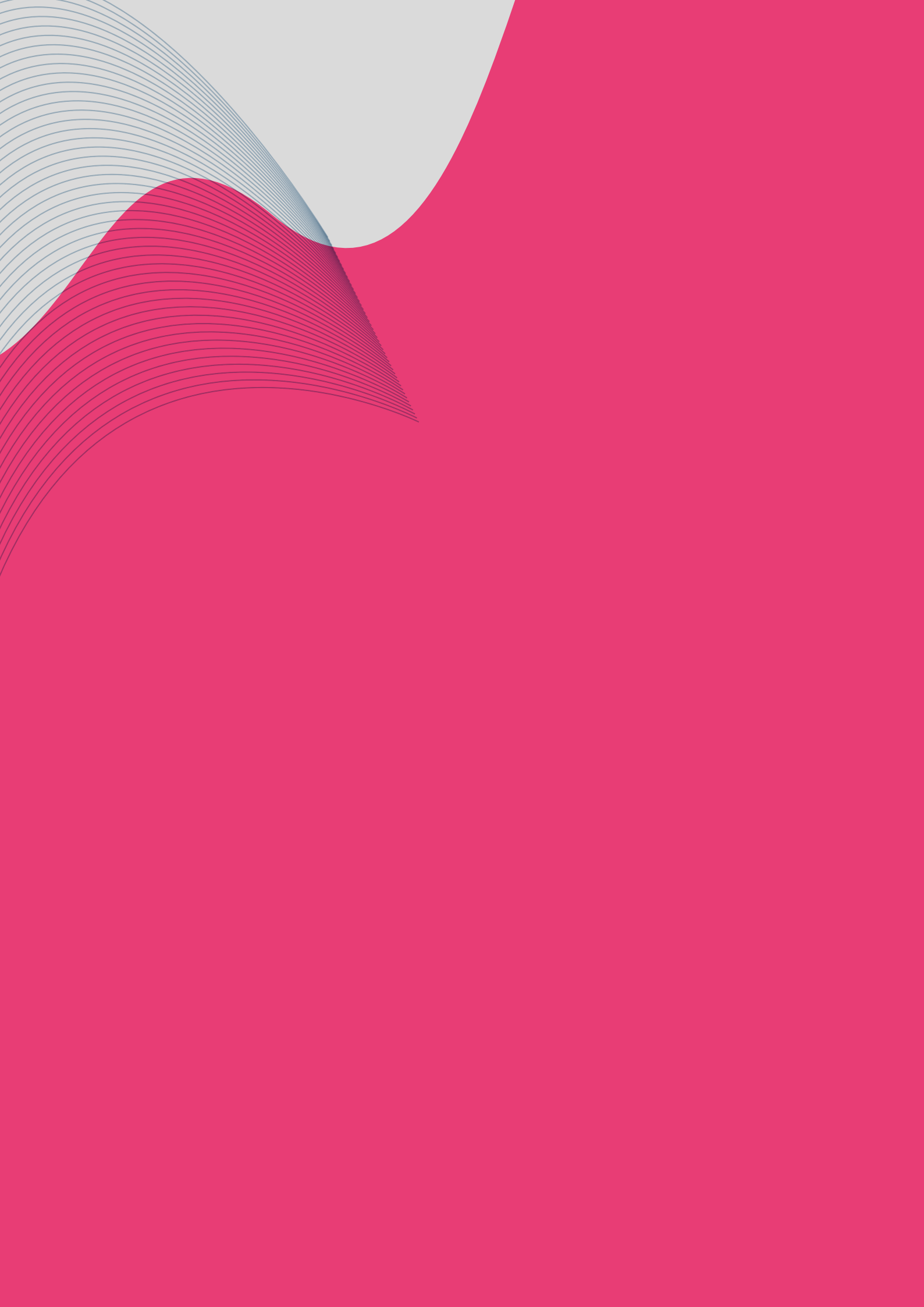
- Gaztandegiak: 19
- AE Upeltegiak: 57
- Txakolin-upeltegiak: 30
- Sagardo-upeltegiak: 40
- Artisau-garagardoa: 10
- Kontserba-enpresak: 2
- Beste ekoizle batzuk: 25

Museoak eta interpretazio-zentroak: 10

Jarduera eta esperientzia gastronomikoen hornitzaileak: 22



KOMUNIKAZIOA



1

KOMUNIKAZIO KORPORATIBOA

HELBURUAK

Basquetourrek egindako lana ikusaraztea eta aintzatestea.

Sektore turistikoari balioa ematen laguntzea kanpoko eremuetako eragileen artean.

Euskal turismo-sektorea informatuta eta proiektuen partaide izatea.

2

HELMUGA ETA BERE PRODUKTU TURISTIKOAK SUSTATZEKO KOMUNIKAZIOA

HELBURUA

Helmuga eta bere produktu turistikoak, euskal turismorako interesgarriak diren merkatuetan sustatzeko komunikazio-ekintzak garatzea.

EKINTZAK

1.1

WWW.BASQUETOURL.EUS

1.2

SARE SOZIALAK:

Twitter: twitter.com/Basquetour_eus



Facebook: facebook.com/basquetour.eus



YouTube: youtube.com/user/Basquetour



1.3

EUSKAL SEKTOREARI ZUZENDUTAKO BULETINA.

1.4

**BASQUETOURREKO [JARDUERAREN URTEKARIA](#)
ETA EKINTZA-PLANA.**



2.1

MERKATU INTERESGARRIENETAKO SARE SOZIALETAN ETA HEDABIEETAN, OETEKIN LANKIDETZAN.

2.2

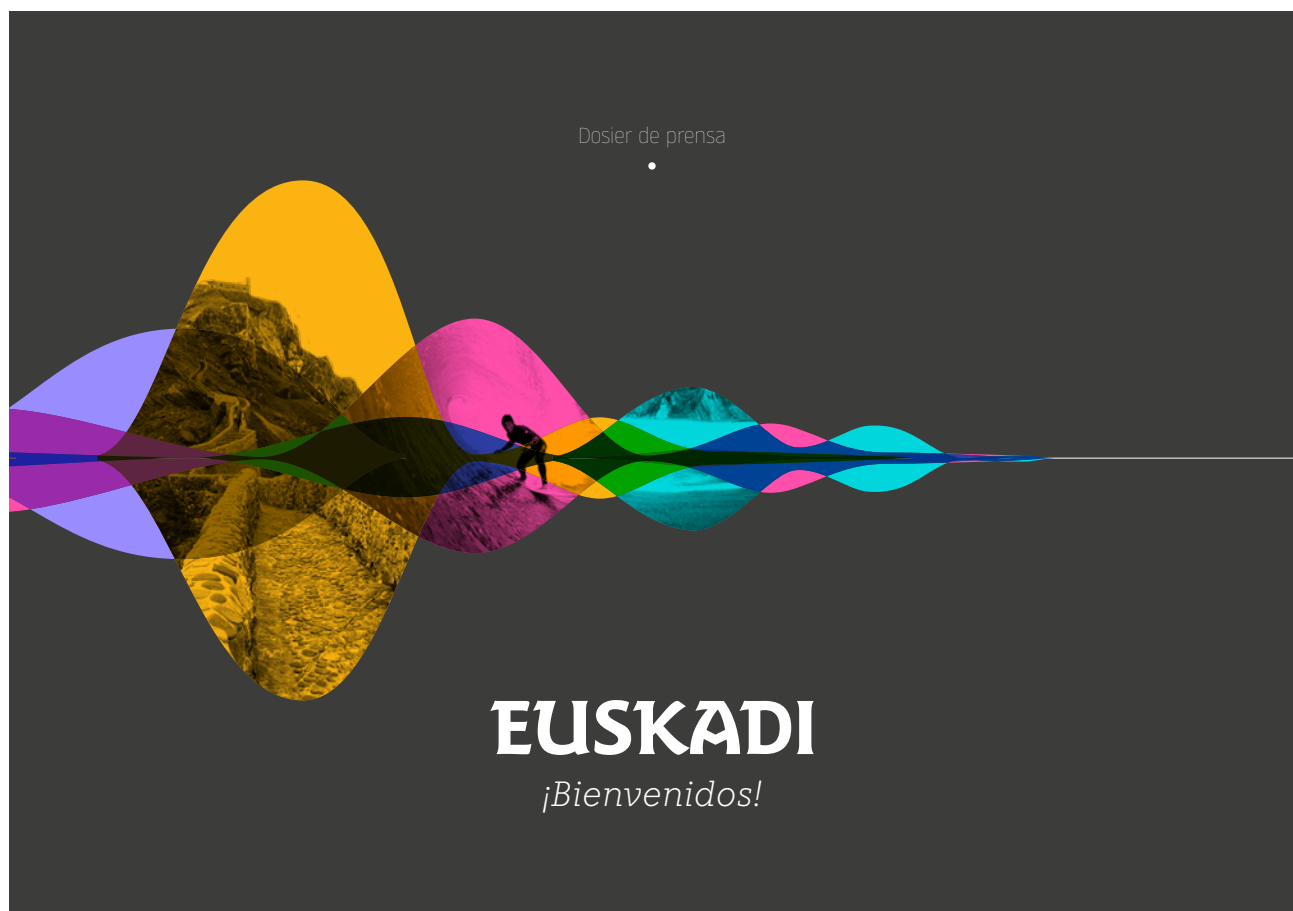
HELMUGAREN ETA BERE PRODUKTU TURISTIKOEN AURKEZPENAK.

2.3

HELMUGARI BURUZKO PRENTSA-TXOSTENA, BERE KOKAPENA, MARKA TURISTIKOAK, PRODUKTU TURISTIKOAK, ESPERIENTZIAK EKITALDIAK ETA HELMUGARI BURUZKO DATU OROKOR INTERESGARRIEKIN.

2.4

PRODKUTUARI BURUZKO PRENTSA-TXOSTENA, HELMUGAREN EZINBESTEKOARI ETA DAGOKION PRODUKTU TURISTIKOARI BURUZKO INFORMAZIOAREKIN, JARDUERARIK AIPAGARRIENEKIN, EKITALDIAK ETABAR.





ZERBITZU KORPORATIBOAK





- + **Agentziaren jarduera garatzeko baliabideak optimizatua.**
- + **Giza-baliabideen lan-jarduna hobetzea.**

1

**KONTABILITATEA,
KONTRATAZIOA,
GIZA BALIABIDEAK
ETA KUDEAKETA-
SISTEMAK**





EKINTZAK

1.1

KONTABILITATEA ETA AURREKONTUAREN JARRAIPENA.

1.2

KONTRATAZIOA, MATERIALAK ETA ZERBITZUAK.

1.3

GIZA-BALIABIDEEN KUDEAKETA.

1.4

KUDEAKETA-SISTEMEN HOBEKUNTZA.

2

EUSKARA PLANA

TURISMOAREN EUSKAL
AGENTZIAREN EUSKARA PLAN
BERRIAREN DIAGNOSTIKOA ETA
DISEINUA ETA INPLEMENTAZIOA

HELBURUA

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.

Euskadi, auzolana

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

araba álava
foru aldundia diputación foral

Bizkaia
foru aldundia diputación foral



2021 EKO EUSKARAREN
EGUNERAKO ADIERAZI

EKINTZAK

2.1

DIAGNOSTIKOA EGITEA.

2.2

PLANAREN DISEINUA.

2.3

PLANA EZARTZEA.



 **EUSKARA**
LDE-LANA DA



N NAZIOARTEKO
PENA



3

BERDINTASUNERAKO PLANA

HELBURUAK

Gobernu ona izatea,
berdintasuna integratzeko
euskal administrazio
publikoen antolaketan eta
funtzionamenduan.

Ekonomiak eta gizarte-
antolamendua eraldatzea,
eskubideak bermatzeko eta
gizarte-eredu iraunkorrago
bat lortzen laguntzeko.



EKINTZAK

3.1

**DIAGNOSTIKOA ETA PLANGINTZA
ESTRATEGIKOA, ETA EUSKO JAURLARITZAKO
TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO
SAILAREN BERDINTASUN PLAN BERRIA EGITEA.**



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