

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

Ekintza Plana 2024

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

EUSKADI
BASQUE COUNTRY



Dokumentu honek Turismoaren Euskal Agentziaren 2024. urterako jarduketak biltzen ditu, euskal turismoa kudeatzeko ezinbestekoak diren bi dokumentutan oinarrituta, hots, plan estrategikoan eta marketin-planean oinarrituta. Dokumentu horiek sektorean planteatzen diren erronka eta joera berriei erantzuteko egin dira, jasangarritasuna eta kalitatea bermatzeko dituen helmuga batean eta gero eta zorrotzagoa den eskariaren arabera diseinatutako eskaintza batekin.

Helburu hori lortzeko, BASQUETOURL agentziak, 10 milioi euroko aurrekontuarekin (% 4,8 handiagoa), 5,1 milioi euro (% 4,1 gehiago) helmugaren marketinera eta merkaturatzera bideratuko ditu, eta apustu handia egingo du nazioarteko sustapena indartzeko, batez ere distantzia luzekoa.

Beste 1,6 milioi gobernantzara bideratuko dira, eta besteak beste enpresen arteko lankidetzak, erakundeen arteko lankidetzak, lankidetzak publiko-pribatuak eta Turismoaren Euskal Sarea sustatzeko ekintzak egingo dira. Beraz, % 6,6ko igoera bat izango da.

Bestalde, 1,13 milioi euro (% 1,6 gehiago) lehiakortasuna sustatzera bideratuko dira, eta, horren barruan, dagoeneko 700 enpresa atxikita dituen Turismoaren Kode Etikoa bultzatuko da. Halaber, Europako programak, lehiakortasun-sareak eta jasangarritasun turistiko integraleko sistemak bultzatuko dira.

Lehiakortasunaren atalaren barruan, funtsezko beste apustu bat adimen turistikoa da. Horretarako, THA (Turismo Helmuga Adimenduna) programa beste 4 helmugara zabalduko da gutxienez. Dagoeneko programa hori lantzen duten helmugak honako hauek dira: Donostia, Gasteiz, Arabako Errioxa, Goierri, Uribe, Bidasoa, Bilbo, Busturialdea-Urdaibai, Debagoiena, Getxo eta Arabako Ibarrek.

Era berean, hainbat ikerketa-arlo landuko ditugu Behatokian: Euskadiko turismo-industria, helmugako, jatorriko eta online eskaria eta euskal gizartea, plangintzarako, erabakiak hartzeko eta emaitzen eragina neurtzeko tresna fidagarrien bidez profesionaleri helmugari buruzko ezagutza eskaintzeko.

Horrez gain, konektibitatearen arloan xede-merkatuak sustatzeko estrategiarekin bat datozen apustu estrategikoetan parte hartuko dugu, beste erakunde batzuekin lankidetzan.

Azkenik, erakundeen arteko lankidetzak eta lankidetzak publiko-pribatuak indartuko ditugu, helmugaren eta euskal turismo-industriaren efizientzia eta sendotzea lortzeko helburuarekin.

Erronka handia da, eta ilusio handiarekin ekingo diogu.

Adeitasunez,

DANIEL SOLANA
Basquetour-Turismoaren
Euskal Agentziako zuzendaria

Aurkibidea

01

GOBERNANTZA

1. Euskal turismo-estrategien koordinazioa.
2. Akordio sektorial estrategikoak finkatzea eta sareetan parte hartzea.

02

LANKIDETZA PUBLIKO-PRIBATUA ETA LURRALDE-GARAPENA

1. Lurralde-garapeneko plana.

03

HELMUGA LEHIAKORRA, ETIKOA ETA ADIMENDUNA

1. Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa.
2. Turismo Helmuga Adimendunak.
3. Turismo Enpresa Adimenduna
4. Prestakuntza.

04

EUSKADIREN KONEKTIBITATE ETA MUGIKORTASUN TURISTIKOA

1. Sustapena.

05

EUSKADIKO BEHATOKI TURISTIKOA

1. Euskadiko turismo-industria
2. Turismo-eskaria helmugan, jatorrian eta online.
3. Euskal gizartea.
4. ATS Euskadi (Adimen Turistikoko Sistema).

06

MARKETINA

1. Eskaintza antolatzea lehentasunezko produktu turistikoetan oinarrituta.
2. Trade-a eta sektore profesionala.
3. Azken publikoa.
4. Ordezkaritza-agentziak.
5. Aliantza eta harreman komertzialak.
6. Ekitaldi estrategikoak.
7. Produktu-sareak.

07

KOMUNIKAZIOA

1. Komunikazio korporatiboa.
2. Euskadi-Basque country helmuga eta bertako produktu turistikoak sustatzeko komunikazioa.

08

ZERBITZU KORPORATIBOAK

1. Euskara
2. Berdintasuna

Gobernantza

- Euskal turismoaren balio-kateko enpresak babestea.
- Enpresen arteko lankidetzak, erakundeen arteko lankidetzak eta lankidetzak publiko-pribatua sustatzea.

Helburua



Ekintzak

Inbertsio efizienteagoa lortzea, merkatura indar handiagoarekin iristea eta sektorearen parte-hartzea koordinatzea.

1.1. Baliabide Turistikoen Lurralde Plan Sektoriala

Turismoa lehen mailako jarduera da zerbitzuen sektorearen barruan. Aldaketasoi dinamiko honetan, ostatu mota eta online zerbitzu berriak eta, horri lotuta, lehia globalizatu bat eta bezeroen profil berri bat sortu dira.

Horri erantzuteko, Turismo Sailak Turismoaren Legea sustatu zuen (13/2016 LEGEA, uztailaren 28koa). Lege horren 5.1.g) artikuluan adierazten denez, itunak sinatu ahal izango dira beste administrazio batzuekin, lurralde-plan sektoriala edo turismo-helmugen plan zuzentzaileak elkarrekin egiteko. Gaur egun, Turismo Sailak eta Lurralde Plangintza Sailak lankidetzan dihardute.

Legearen II. KAPITULUAN (baliabide turistikoak antolatzeari buruzko kapituluan), Lurralde Plan Sektorialari (LPS) buruzko arauak ezartzen dira. Hortaz, plan horrek Euskadiko baliabide turistikoak inbentariatu eta antolatuko ditu, diagnostikoak, lehenetsunak, ekintzak, ebaluazioak eta Euskadiko mapa turistiko bat (helmugak adierazita izango dituen) barnean hartuta. LPSak Euskadiko lurralde-garapen turistikoaren eredu jasangarri bat zehaztuko du, Euskal Herriko Lurralde

Antolakuntzari buruzko Legeari jarraikiz. Lanak SEI atal izango ditu:

- A.** Parte-hartze Publikoko Programa, LPSaren Aurrerapena eta Ingurumen Ebaluazio Estrategikoaren Hasierako Dokumentu Estrategikoa idaztea.
- B.** Aurrerapenean parte-hartzea eta izapidetzea.
- C.** LPSaren hasierako onarpenari buruzko dokumentua eta EAEko Ingurumen Azterketa Estrategikoa idaztea.
- D.** Hasierako onarpenari buruzko dokumentuan parte-hartzea eta izapidetzea.
- E.** Behin-behineko onarpenari buruzko dokumentua landu eta izapidetzea, eta Ingurumen Adierazpen Estrategikoa (IAE) lortzea.
- F.** Azken dokumentua lantzea, behin betiko onartzeko.

1.2. Europako laguntzak eta proiektuak

Helburua: COVID-19aren pandemiak eragindako kalte ekonomiko eta sozialak arintzera bideratutako Europako Next Generation UE funtsak kudeatzen laguntzea.

NEXTEUSBCTI proiektua:

“Euskadi Basque Country Tourism

Intelligence” proiektuaren proposamena berrikuntzan eta digitalizazioan oinarritutako turismo-ekosistema adimendun bat sortzean datza, Turismo Helmuga Adimendunaren (THA) metodologiaren, Turismo Enpresa Adimendunaren (TEA) ereduaren eta Adimen Turistikoko Sistemaren (ATS Euskadi) arabera.

PASTD proiektua (Helmugako Jasangarritasun Turistikoko Plan Autonomikoak):

Urtero, toki-erakundearen parte-hartzearekin eta Eusko Jaurlaritzak zehaztutako prozesu bati jarraikiz, Helmugako Jasangarritasun Turistikoko Planak zehazten dira. Plan horien helburua da helmugak eraldatzea eta eredu jasangarri batera bideratzea, Turismoaren Mundu Erakundeak (TME) turismo jasangarriaz ematen duen definizioari jarraikiz.

Ekintzak

2.1. Sareetan eta lan-taldeetan parte hartzea

1. Estatu-esparruko taldeak eta sareak

- SETUR, Turismoko Estatu Idazkaritza, Espainiako Gobernuo Industria, Merkataritza eta Turismo Ministerioaren mendekoa.
- SEGITTUR, Berrikuntzaren eta Turismo Teknologien Kudeaketarako Estatuko Sozietatea, Espainiako turismo-sektorean berrikuntza eta teknologia bultzatzeko bitartekoa.
- Autonomia-erkidegoetako turismo jasangarriko taldea.
- Turismo Helmuga Adimendunen Espainiako Sarea.
- ICTE, Kalitate Turistikoko Institutua. Basquetour agentziak ordezkari eta ICTEren eta euskal erakundearen arteko lotune gisa dihardu.
- EUSKALIT, fundazio gisa eratuak 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; autonomia-erkidego guztiek parte hartzen dute bertan.

- Helmuguen arteko Batzordea, Helmugetako Kalitate Turistikoko Sistema Integrala (SICTED) kudeatzeko.
- Espainia Berdea.
- “Espainia Berdeko Ekoturismo Korridorea” proiektua.
- Espainiako Ekoturismo Elkarte.
- Espainiako Familia Ugarien Federazioa (familia-turismoa).
- Espainiako Bide Berdeen Federazioa.
- Vasco Navarro Bide Berdearen, Inaziotar Bidearen eta Donejakue Bidearen lan-mahaiak.

2. Nazioarteko esparruko taldeak eta sareak

- Arku Atlantikoko Batzordeko turismo-taldea.
- TME, Turismoaren Mundu Erakunde: TMEko kide afiliatuak eta TMEko Afiliatuen Zuzendaritza Batzordeko kidea 2022-2025 aldirian.
- Turismoaren Munduko Etika Batzordea 2022-2025 aldirian.
- 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, turismo jasangarri eta lehiakor baterako Europako Eskualdeen

- Sarea, nazioz gairako proiektuak detektatzeko eta sektoreari eskaintzeko.
- ECOTRANS, Turismo Jasangarria Garatzeko Europako Sarea, nazioz gairako proiektuak detektatzeko eta sektoreari eskaintzeko.
- DTI, Turistiko Helmuga Adimendunen Espainiako Sarea, Estatuko proiektuak detektatzeko eta sektoreari eskaintzeko.
- ERIH, Industria Ondarearen Europako Ibilbidea.
- Bide Berdeen Europako Elkarte.

2.2. Enpresa-elkarteekiko eta erakunde publiko-pribatuekiko akordioak solaskide estrategiko gisa betetzen duten zeregina indartzeko.



Lankidetz publiko-pribatua eta lurralde-garapena

Helburua



Ekintzak

Lurralde-garapenaren eta lurralde-koehesioaren eredu berri bat zehaztea.

Lurralde-garapeneko plana

Egungo lurralde-garapenaren eta lurralde-koehesioaren eredu berri zehaztu eta inplementatuko da. Hau da, egungo lurralde-garapenaren eta lurralde-koehesioaren ereduaren egitura-antolamendua eta organoek beren funtzioekin duten konexioa konfiguratuko da berri, Euskadiko mahaien sistema berrikusiko da, eta lanen emaitzak arindu, hobetu eta aberastuko dituzten dinamika eta tresna berriak erabiliko dira.

Hona hemen ildo estrategiko horretan zehaztuko bi zeregin:

- Gobernantza-eredua berri formulatzea, marka eta helmuga turistikoek duten egitura-antolamenduaren bilakaeraren bidez.
- Turismo Mahaiaren eta mahai sektorialen konfigurazioa aztertu eta berrikustea.



Helmuga lehiakorra, etikoa eta adimenduna

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

Helburua



Ekintzak

2030 Agendako Garapen Jasangarrirako 17 Helburuak (GJH) betetzen laguntzea.



- **Kode Etikoa programa erakunde publiko-pribatueta ezartzea:**
Proiektuan eta euskarri-materiala sortzen parte hartzen duten erakundeei laguntzea.
- **Prestakuntza:**
Prestakuntzen etengabeko eskaintza, erakundeek Kode Etikoa 8 printzipioak lortzeko prozesuan aurrera egin dezaten.
- **Euskadiko Turismoko Etika Batzordea sendotzea:**
Batzordeak Kode Etikoa etengabe hobetzeko informazioa bilduko du, eta erakunde parte-hartzaileek behar bezala ezarri dutela balidatuko du.
- **Euskadiko Turismoko Etika Erregistroan izena ematea:**
Etika Batzordean balidatutako 700 erakundeak Euskadiko Turismoaren Erregistroan inskribatuko dira, turismo jasangarria eta arduratsua sustatzera bideratutako ekimenetan sustatzeko.
- **Aintzatespena:**
Proiektuan parte hartzen duten erakundeak aintzatesteko ekitaldia.
- **Sustapen-kanpaina:**
Kodea, haren printzipioak eta islatzen dituen balioak zabaltzeko kanpaina.

Proiektua sustatzeko landing-a abian jartzea.
- **“Turista arduratsuen gida” sustatzea**
“Turista arduratsuen gida” turismo-erakundeei eta bisitariei banatzea, Euskadiko turismoa arduratsua izan dadin, Kode Etikoak adierazten duenari jarraikiz.



Helburua



Ekintzak

Kode Etikoaren printzipioen arabera, Euskadi turismo-helmuga adimendun eta birbalorizatu bihurtzea berrikuntzaren eta teknologiaren bidez, ikuspegi integratzailea, irisgarria, inklusiboa eta jasangarria sustatuta ekonomiaren, gizartearen, kulturaren eta ingurumenaren ikuspegitik.

SEGITTUR sozietateak (Turismo Ministerioa) garatutako Turismo Helmuga Adimenduna (THA) metodologia aplikatzea. Helmuga baten berrikuntza-maila diagnostikatzen du, abangoardiako azpiegitura teknologiko baten gainean finkatutako helmuga batena. Lurralde turistikoaren garapen jasangarria eta irisgarria bermatzen du horrek. Bisitariaren eta ingurunearen arteko interakzioa eta integrazioa errazten du, eta haren esperientziaren kalitatea eta egoiliarren bizi-kalitatea hobetzen du.

- THA eredia 4 helmuga berrira zabaltzea: Debarrena, Enkarterri-Meatzaldea, Arabako Lautada eta Portugalete.
- THA ereduaren bereizgarria duten helmugen Ekintza Planaren jarraipena egitea, helmuga bakoitzeko erakunde publiko-pribatuekiko lankidetzakordioen bitartez.
- Berritzeko fasean dauden THA helmugen jarraipena egitea.
- Eragile laguntzaileen prestakuntza THA eredia eta metodologia ezartzeko.
- SEGITTUREkin lankidetzan aritzea, THA eredia Euskadin hedatzeko behar diren tresnak diseinatu eta garatzeko.
- THA sarean aktiboki parte hartzea, Estatuko gainerako helmugekin ahalik eta lankidetzarik handiena lortzeko eta euskal turismo-helmuga adimendun sare horretan parte har dezaten sustatzeko.
- Euskal erakundearen eraldaketa digitalerako eta modernizaziorako ekintzetan laguntzea.



Helburua



Ekintzak

Euskal sektore turistikoa Kode Etikoaren printzipioen arabera eredu batez hornitzea, non **turismo-enpresak bilakatu egingo diren, turistiko-enpresa berritzaileak, teknologikoki aurreratuak, lurralde turistikoaren garapen jasangarri, irisgarri eta arduratsuan lagunduko dutenak eta turistaren helmugako esperientzia hobetuko dutenak izateko.**

Turismo Enpresa Adimenduna (TEA) proiektua:

- Turismo Enpresa Adimendunaren (TEA) aintzatespen-eredu berri bat diseinatu eta garatzea, SICTED proiektua sistema integral baterantz eraldatzean oinarrituta, Turismo Ministerioarekin lankidetzan.
- UNE178510 araua (Turismo Enpresa Adimenduna) ezartzeko proiektu pilotua: kudeatzeko eta eraldatzeko baldintzak eta gomendioak, AENOREkin lankidetzan.

Ingurumen-jasangarritasuneko eta energia-efizientziako proiektua:

- Lankidetzak IHOBekin (Ingurumen Jarduketarako Sozietate Publikoarekin) eta EEekin (Energiaren Euskal Erakundearekin) euskal turismo-enpresak Europako Etiketa Ekologikoarekin (ECOLABEL) ziurtatzeko eta Energia Efizientziaren Ziurtagiria igorri eta erregistratzeko.



Helburua



Ekintzak

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

Online prestakuntzako nahiz prestakuntza presentzialeko ekintzak egitea:

- Irisgarritasuna: irisgarritasunaren euskal ereduan jasotako bost dibertsitate funtzionaletan.
- Konpetentzia digitalak: SPRIrekin eta Turismoko Estatu Idazkaritzarekin lankidetzan.
- Kudeaketa
- Berrikuntza
- Jasangarritasuna
- Produktua

Prestakuntza-eskaintza eguneratzea:

- Euskadiko turismo-arloko prestakuntza-eskaintzaren diagnostikoa eguneratuko da, lanbide-ziurtagiriak lortzen laguntzeko.
- Eskaintza osoaren egutegi eguneratua lantzea Euskadiko turismo-erakundeentzat.



Euskadiren konektibitate eta mugikortasun turistikoa

Helburua

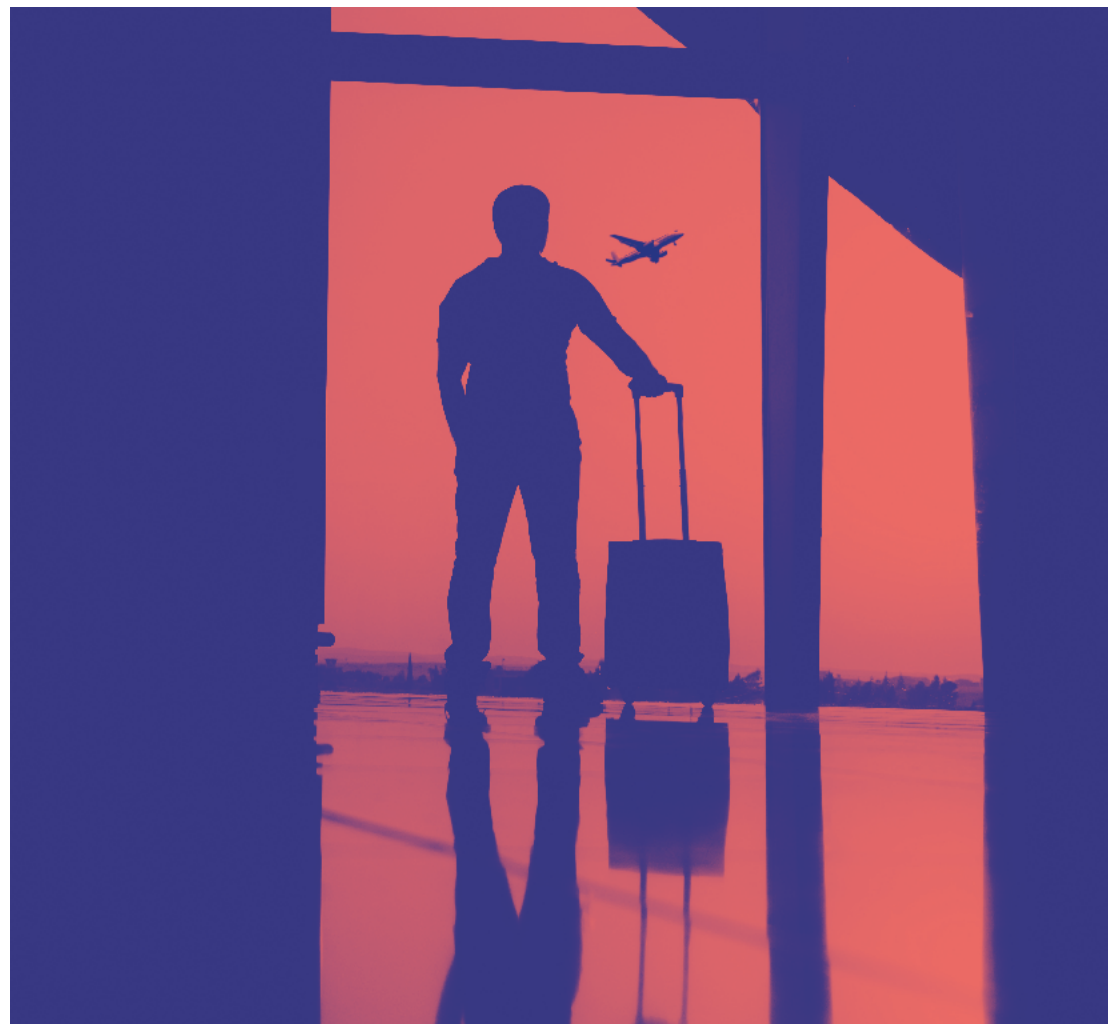


Ekintzak

Xede-merkatuak sustatzeko estrategiarekin bat datozen konektibitatearen arloko apustu estrategikoak eta helmugaren beharrak bateratzeko mahaian edo foroan parte hartzea.

Sustapena:

- Sustapenaren arloko lankidetzak, erabaki-puntu kritikoetan helmugaren agerikotasuna areagotzeko.
- Turingo Connect Azokara joatea (otsailaren 6tik 9ra).
- Routes Europe azokara joatea (apirilaren 22tik 24ra, Norvegia).
- Sustapen-sozietateei ikuspegi turistikoa duten sustapen-ekintzetan laguntzea, dauden ibilbideak indartzeko edo ez dauden ibilbideak detektatzeko.
- BBAGren Konektibitatean parte hartzea.



Euskadiko Behatoki Turistikoa

- Ikerketa-proiektuak diseinatzea eta inplementatzea, plangintza egiteko, erabakiak hartzeko eta emaitzen eragina neurtzeko tresna fidagarrien bidez profesionalei helmugari buruzko ezagutza emateko.
- 2024. urterako, Euskadiko Behatoki Turistikoak honako ikerketa-arlo hauetan lan egitea du aurreikusita:

Helburua



Ekintzak

Euskal turismo-enpresen sarearen egungo eta etorkizuneko egoera identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea.

- “Turismo-industriaren profila” izeneko urteko operazioaren edizio berria egitea 2024. urtean. Proiektu horren bidez, sektoreko enpresen 2024. urteko balantzeari buruzko datuak eta 2025. urterako aurreikuspenak eguneratuko dira eta adierazle sektorialak garatuko dira. Operazio hori Eusko Jaurlaritzaren 2023-2026 aldiko Euskal Estatistika Planaren operazio ofizialen barruan dago.
- Turismo-produktuen klubaren parte diren enpresen eta Euskadiko turismo-baliabideen online ospearen monitorizazioarekin jarraitzea eta monitorizazio hori eguneratzea.
- Euskadira adierazle sektorialak identifikatu, bildu, aztertu eta garatzea bigarren mailako informazio-iturrien bidez.



Helburua



Ekintzak

- **Bisitatzen gaituztenen eta bisitatu gaitzaketenen profila eta portaera identifikatzea, ezaugarritzea eta aztertzea.**
- **Helmugako mugikortasuna identifikatzea eta aztertzea.**
- **Euskadi markak merkatu igorleetan duen posizionamendua eta nabaritasuna identifikatzea eta aztertzea.**

Helmugako eskaria.

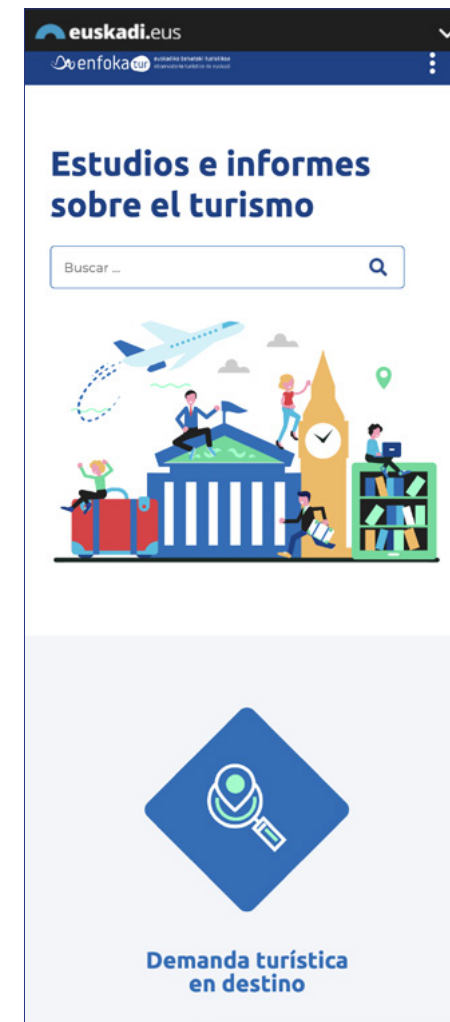
- “IBILTUR” azterlanaren emaitzak ustiari eta zabaltzea 2023. urte osoan egindako landa-lanaren ondoren. IBILTUR bi urtean behin egiten den operazioa da. Operazio hori Eusko Jaurlaritzaren 2023-2026 aldiko Euskal Estatistika Planaren operazio ofizialen barruan dago.
- Lurraldeko turismo-fluxuen mugikortasuna neurtzeko proiektu bat diseinatu eta garatzea.
- Euskadirako helmugako eskariaren adierazleak identifikatu, bildu, aztertu eta garatzea bigarren mailako informazio-iturrien bidez.

Online eskaria.

- Turismo-eskaria online kanaletan monitorizatzen jarraitzea Euskadiren online ospea ezagutzeko, bisita turistikoaren aurretik, bisitaren aldian eta bisitaren ondoren emandako edukien eta iruzkinen azterketaren bidez.
- Euskadirako online eskariaren adierazleak identifikatu, bildu, aztertu eta garatzea bigarren mailako informazio-iturrien bidez.

Eskaria jatorrian.

- Helmugako markari eta merkatu igorleetako bidaia-ohituren ezagutzari buruzko azterketaren edizio berri bat egitea. Operazio horretan, Euskadi helmugak duen posizionamenduari eta nabaritasunari, haren ezaugarrien pertzepzioari eta gure markaz dagoen ezagutzari eta egiten den balorazioari buruzko informazioa biltzen da. Halaber, alderdi ekonomiko eta sozial nagusiak, bidaia-ohiturak eta Euskadira bidaiatzeko asmoa aztertzen dira.
- Euskadirako jatorriko eskariaren adierazleak identifikatu, bildu, aztertu eta garatzea bigarren mailako informazio-iturrien bidez.



Helburua



Ekintzak

Jarduera turistikoak Euskadin bizi diren biztanleengan duen eragina identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea.

- “Turismo-ohiturak eta turismo hartzaileari buruzko pertzepzioa” izeneko urteko operazioaren edizio berria egitea 2024. urtean. Helmuga jasangarria izateko, beharrezkoa da jarduera turistikoak Euskadin bizi diren biztanleengan duen eragina ezagutzea eta eguneroko bizitzan nola bizi duten aztertzea. Operazio hori Eusko Jaurlaritzaren 2023-2026 aldiko Euskal Estatistika Planaren operazio ofizialen barruan dago.
- Euskadirako adierazleak identifikatu, bildu, aztertu eta garatzea bigarren mailako informazio-iturrien bidez.



Euskadiko Behatoki Turistikoa egiten duen datu-produkzio guztia ATS Euskadi Adimen Turistikoko Sistemaren barruan sartzen da. ATSk 2024an honako ekintza hauek egitea aurreikusi du:

- Informazio-iturri berriak txertatzea.
- Argitaratutako datuen panelen analitika eta bistaratze dinamikoa hobetzea.
- Panel guztietako datuak mantentzea eta eguneratzea.

Hona hemen aurreikusitako beste ekintza batzuk:

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

Marketina

06.1 Eskaintza turistikoa lehentasunezko produktu turistikotan oinarrituta antolatzea

Helburua

Produktu-planak eskariaren, eskaintzaren kalitatearen eta ezarritako estrategia eta helburuen arabera modu eraginkorrean lantzea, eta haitara bideratutako baliabideak efizientziaz bideratzeko lehenestea eta segmentatzea.



Helburua



Ekintzak

- **“Euskadi Gastronomikaren balioak” zabaltzea turismo gastronomikoaren garapenaren erdigunean kokatzeko eta, era horretan, balio-printzipio batzuetan oinarritutako lan-metodologia bat zabaltzeko eta Euskadik nazioarteko erreferentziatzko helmuga gastronomiko gisa duen lidergoari eusteko.**
- **Sarerako eta sarea osatzen dutenentzako aliantza estrategikoak ezartzea.**
- **Sarea osatzen duten enpresa eta eragileentzako balioa eta itzulkina sortzea**
- **Kanal eta formatu berrietan balio-edukiak sortzea eta komunikatzea.**
- **Gastronomia erdigunean: sustapena areagotzea, bereziki nazioarteko merkatuetan.**

Gobernantza eta produktua:

Enpresa-sarea

- Sarean enpresa berriak txertatzea.
- Sarearen azterketa: egungo enpresen mapaketa.
- Etengabeko hobekuntza-plana garatzea ongi etorri kitarekin batera.
- Bereizgarriak emateko eta networkingeko ekitaldi soziala sareko enpresen artean.
- Online ospe-indizea (IRON): azterketarekin jarraitzea eta datuak helmugetara transferitzea.

Ibilbide tematikoak, geografikoak eta erreferenteak

- Euskal Kostaldeko Ibilbidea: “kostaldea eta gastronomia” produktuarekiko zeharkako lana, eskaintza sortzeko.
- Ardoaren eta arrainaren ibilbidea BFArekin eta AFArekin batera, GR 38rako dinamizazio-plana abian jartzea eta “gastronomia eta ardoak” produktuarekin zeharkako eskaintza bat sortzea.
- Erreferente gastronomiko eta preskriptoreekiko aliantzei eustea eta sendotzea.

Nazioarteko sareak

- Nazioarteko sare gastronomikoen analisia egitea, parte-hartzearen bideragarritasuna eta interesa eta/edo lankidetzak posibleak aztertzeko.

Produktuaren garapena

- Euskadi Gastronomikaren egungo eskaintza Grand Tour produktuan txertatzea: edukiak, produktuak eta esperientziak aztertu, egituratu eta integratzea.
- Ardoaren eta arrainaren ibilbidea: “natura eta gastronomia” produktuarekin zeharkako eskaintza bat sortzea.
- Euskal Kostaldeko Ibilbidea: “kostaldea eta gastronomia” produktuarekiko zeharkako lana, eskaintza sortzeko.
- Hainbat merkatu eta xede-talderentzako sustapen-ekintzak egiteko erreferentziatzko ekitaldi gastronomiko bat sortu eta diseinatzea.

Prestakuntza

- Basque Culinary Center prestakuntza: sareko enpresei zuzendutako prestakuntza haien konpetentziak hobetzeko, BCCrekin akordioaren barruan.
- Turismo-eskaintza gastronomikoaren sorkuntza eta hobekuntza sustatzeko sentsibilizazio- eta prestakuntza-jardunaldiak sareko enpresentzat.

Sustapena eta merkaturatzea:

- Hedabide eta eragile espezializatuentzako sustapen-ekintzak merkatu estrategikoetan, markaren aintzatespena hobetzeko eta enpresak eta, oro har, Euskadi helmuga gastronomiko paregabe gisa sustatzeko.
- Euskadi Gastronomika foroetan, sareetan eta profesionalen topaketetan sustatzea.
- Osagai gastronomikoa duten topaketa eta ekitaldi turistikoetan parte hartzea, Euskadi Gastronomika sustatzeko.
- Egungo sustapen-euskarriak eguneratzea.
- Publiko segmentatuentzako zabalkunde-euskarri berriak sortzea.
- Prestakuntza- eta merkaturatze-jardunaldia OTAekin: eskaintzaren sorkuntza eta merkaturatzea eta sarean parte hartzen duten enpresen arteko networkinga sustatzea, eskaintza erakargarria eta lehiakorra osatzeko.

Helburua



Ekintzak

Proiektu honen bidez, Euskadi modu jasangarrian zeharkatzeko eta paisaia eta baliabide turistikorik erakargarrietan zehar ibiltzeko alternatiba bat eskaini nahi da. Horretarako, Euskadiko leku erakargarri eta baliabide turistiko nagusiak zeharkatzen dituzten 8 ibilbide-tarte proposatzen dira.

- **Turismo-fluxuak deszentralizatzeko edo euskal lurraldean zehar banatzeko alternatiba bat eskaintzea. Gainera, bisitarien egonaldia luzatu eta helmugako batez besteko gastua handitu nahi da.**
- **Lurraldean dauden baliabide eta produktu turistiko nagusien inbentario eguneratua artikulatzea eta mantentzea.**
- **Bisitatzen gaituztenen iruditerian Euskadi Basque Country Grand Tour proiektua txertatzea.**
- **Jasangarritasunaren arloan egin daitezkeen urratsei buruzko gogoeta egitea.**
- **Eskaintza sendoa, heterogeneoa eta erakargarria sortzea, Euskadiko eskaintza turistiko guztia bilduko duen produktua izan dadin.**

Kudeaketa / Gobernantza:

- **Euskadi Basque Country Grand Tour** produktua garatzeko estrategia zehaztea eta idaztea.
- Basquetourrek landutako gainerako produktuen inguruko sustapen-ibilbide eta/edo sustapen-euskarri tematikoen azterketa eta garapena: Euskal kostaldea, Gastronomía, Industria-turismoa eta abar.
- Euskal Kostaldeko Ibilbidea: Euskadi Basque Country Grand Tour produktuarekiko zeharkako lana, hiru lehen etapak indartzeko.
- Euskal Kostaldeko Ibilbidea: "kostaldea eta gastronomía" produktuarekiko zeharkako lana, eskaintza sortzeko.
- Mugikortasunaren esparruko eragileekiko/markekiko aliantzak eta/edo kolaborazioak finkatzea.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** markaren inguruko sentsibilizazioa, sozializazioa, pedagogia eta trebakuntza.
- Euskadiko baliabide turistikoaren inbentario ofiziala.
- Euskadiko etorkizuneko mapa turistikoaren garapena.



Ekintzak

Merkaturatzea sustatzea eta babestea:

- **Euskadi Basque Country Grand Tour** proiekturako komunikazio integraleko eta sustapeneko estrategia idaztea.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** produktuak Wikiloc-en duen antolamendu-profila gainbegiratzeko.
- **euskadibasquecountrygrandtour.eus** sustapen-webgunea hobetzen laguntzea, produktua sustatzeko funtsezko elementu gisa (eduki berriak ekartzea, blogean sarrera berriak editatu eta argitaratzeko testuak ematea eta abar).
- **euskadibasquecountrygrandtour.eus** webgunearen zuzenketa- eta bilakaera-mantentzea, produktua sustatzeko funtsezko elementu gisa.
- Produktua sustatzeko Estatuko eta nazioarteko hedabide-plana.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** produktuari lotutako prentsa-bidaiak eta/edo ohitzeko bidaiak koordinatu, kudeatu eta diseinatzea.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** produktua sare sozialetan (Instagram) sustatzeko ikus-entzunezko edukia sortzea.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** produktuaren ikus-entzunezko edukia online eta offline euskarrietara egokitzea
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** produktua sare sozialetan sustatzeko hainbat eduki-sortzailerekin lankidetzan aritzea.
- Grand Tour produktua sustatzeko influtrip-ak (Estatukoak eta nazioartekoak) antolatu eta dinamizatzea.
- Produktua sustatzeko Inbound Marketing estrategia zehaztu eta hedatzea.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** mapa ilustratua inprimatu eta banatzea.
- Ko-marketina detektatutako intereseko markekin.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** podcasteko piezen seriea argitaratzea.
- Hainbat erakunde publiko eta pribaturekin aliantzak bilatzea, marka sozializatu eta zabaltzeko.
- Euskadiko autokarabana-turismoaren garapenari buruzko azterketa eta gogoeta egitea.
- **Euskadi Basque Country Grand Tour** ibilbideko hainbat tarte digitalizatzea.

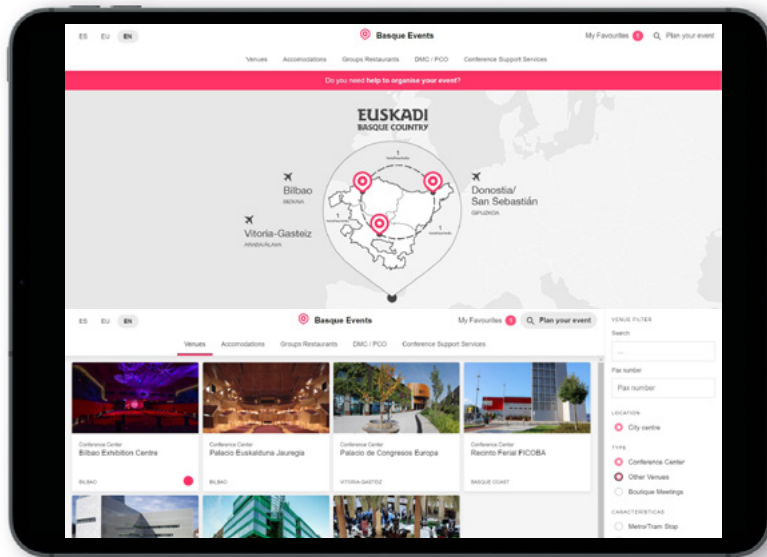


Helburua

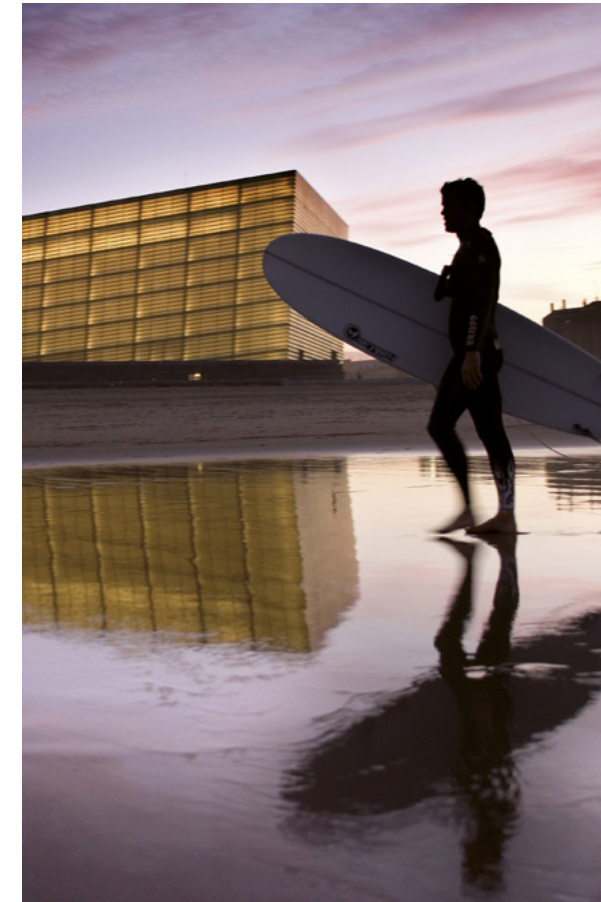
Ekintzak

Euskadi, kongresuak, konbentzioak, jardunaldiak edo pizgarriak egiteko bikaintasun-helmuga: eragin ekonomiko handiko produktua.

Sektorearen susperraldia sustatzea eta gure convention bureau izenekoei eta gure enpresei agerikotasuna ematen lagunduko dieten sustapen-ekintzen aldeko apustua modu koordinatuan egiten jarraitzea.



- Euskal eragileei erabaki hobeak hartzen lagunduko dieten azterlanak egitea (Ibiltur MICE), ekitaldiak erakartzeko eskaintza hobetzeko.
- Convention bureau-ei nazioarteko merkatuetan ekitaldi profesionalak Euskadira erakartzeko ekintzetan laguntzea. (Roadshow UK, MICE&Com, The meetings show, fam trip espezifikoak)
- 3 convention bureau-ak batera aurkeztea (lekua zehaztu gabe dago)
- CEAVekiko lankidetzak ekintza espezifikoko batean.
- Euskadiko kongresuen antolatzaile profesionalen (KAPen) elkarteari laguntzea.
- Basque events-en webgunearen
- (www.basque-events.com) etengabeko hobekuntza BASQUETOURL: Zure ekitaldia antolatu
- IBTM azoka (Bartzelona): MICE segmentuan Europar erreferentzia den azoka horretan helmuga gisa parte hartzea, 3 convention bureau-en eta sektoreko enpresen eskutik.
- Network of Indian MICE Agents. (online technical session + Fam Trip)



Helburua



Ekintzak

Lankidetzak publiko-pribatutik eta egungo eskariari erantzunez, desberdintzean eta turismo-fluxuen desestazionalizazioan oinarritutako turismo-eskaintza bat bultzatu, antolatu eta sustatzea.



1. Itsas kultura:

Gobernantza:

- Arrantza-jarduerari eta itsas ondareari lotutako turismo-eskaintza egituratu eta sustatzea, eragile publikoen mahaiarekin eta inplikaturako beste erakunde batzuekin (HAZI, Itsasgarapen) koordinatuta eta adostuta. Aurtengo erreferentzia Pasaia Itsas Festibala izango da.
- Euskal Kostaldeko Bidearen garapena.
- Euskal Kostaldeko Ibilbidea: “kostaldea eta gastronomia” produktuarekiko zeharkako lana, eskaintza sortzeko.
- Euskal Kostaldeko Ibilbidea: Euskadi Basque Country Grand Tour produktuarekiko zeharkako lana, hiru lehen etapak indartzeko.

Marketina:

- “Itsas Festibala 2024” babestea.
- “Euskadi Basque Country Grand Tour Euskal Kostaldea” euskarri/mapa berria egitea.

2. Turismo nautikoa:

Gobernantza:

- Sektorearen garapenean inplikaturako erakundeekin hitz egitea, turismoaren egoeraren hobekuntza sustatzeko.
- Turismo nautikoa sustatu eta merkaturatzeko eskualdeaz gaindiko proiektuetan laguntzea: Espainiako Helmuga Nautiko Jasangarrien Kostaldeko eta Ibaietako Gurutzaldien Sarea (AGEN- Experiencias España).

Marketina:

- Erreferentziarako azoka nautikoetan parte hartzea.
- ANEN elkarteari urteko Kongresuan (Bilbo, martxoa) laguntzea eta lankidetzan jardutea.
- Online eta offline euskarriak eguneratzea.

3. Surfa:

Gobernantza: "Surfing Euskadi" produktuaren ordezkarien mahaia dinamizatzea, eskaintza garatu eta sustatzera bideratutako ekintzak egin ahal izateko, surfaren sektorearen inplikazioarekin eta intereseko beste eragile batzuekin (hala nola ostatu, agentzia eta museoekin) lankidetzan.

- Klubean kide berriak sartzeko eta atxikitzeko auditoriak
- Basquetourrek babestutako gogoeta-prozesu baten ondoriozko surf-eskolen elkarte berriari laguntzea eta haren jarraipena egitea.

Marketina:

- Surfing Euskadi euskarri eguneratua zabaltzea.
- Sare sozialetako ekintza Estatuko merkaturan (Hedabide Plana).
- Ekitaldien inguruko kolaborazioak eta babesak.

4. Euskal kostaldeko museoak:

Gobernantza:

- 11 urteko ibilbidearen ondoren, euskal kostaldeko museoaren sarearen egoerari, helburuei eta lan-ildoei buruzko gogoeta egitea.

Marketina:

- Euskal kostaldeko museoaren hilabetearren edizio berri bat diseinatu eta garatzea.
- Kostaldeko Museoaren Sarearen eta hura osatzen duten 40 zentzuen online presentzia eta sustapena hobetzea: webgunearen dinamizazioa, sare sozialetarako edukiak...

Helburua



Ekintzak

- **Euskadiko natura-turismoa eta barnealdeko turismoa sustatzea eta euskal kulturaren, paisaiaren eta tradizioaren balioa nabarmentzea hainbat jardueraren bitartez (hala nola mendi-ibilien, zikloturismoaren eta ekoturismoaren bitartez).**
- **Trebakuntza eta trebetasunen garapena hobetzen lagunduko duten lan-ildoak bultzatzea, tokiko turismo-sektorean inplikaturik dauden enpresa eta eragileentzat.**
- **Lurraldea natura-turismorako leku nabarmen gisa kokatzea marketin-kanpaina estrategikoen bidez.**

1. Ekoturismoa:

Kudeaketa:

- “Espainia Berdeko Ekoturismo Korridorea 2024” ekintza-plana hedatzea eta proiektuan 24 euskal enpresa txertatzea.
- Ekoturismoaren VII. Kongresu Nazionalaren antolaketa Geogarapen elkartearekin batera (Deba, 2024ko urria).
- Prestakuntza ematea eta Espainiako Ekoturismo Klubean euskal enpresa berriak sartzea.
- Euskadiko Ekoturismo Sarea. Kudeaketa-mahaia.

Marketina:

- Online eta offline sustapen-plana hedabide espezializatueta
- Sektoroko azoka espezializatuak: Naturcyl, 2024ko iraila.
- Ekoturismoari lotutako material berrien aurkezpena.
 - Ekoturismoaren gida
 - Euskadiko ekoturismo-ibilbideak biltzen dituen Wikiloc plataforma.

2. Zikloturismoa:

Kudeaketa:

- “Euskadiko zikloturismoaren ibilbide-orriaren” hedapena, honako hauek barnean hartuta:
 - Zikloturismoa bultzatzeko lan-mahai baten eraketa.
 - Sektoroko enpresei zerbitzuak turista-profil horren beharretara egokitzeko tailer eta mentoretza indibidualizatuak buruzko prestakuntza ematea.
 - Bizikleta-ibilbideen turismo eskaintza identifikatutako profiletara (kirolera eta aisiara) zabaltzea.
- Espainiako Trenbideen Fundazioarekin lankidetzaren hitzarmen bat egitea, Euskadiko Bide Berdeak lehentasunez sustatzeko.

Marketina:

- “Euskadiko zikloturismoaren ibilbide-orriaren” hedapena, honako hauek barnean hartuta:
 - Ordezkaritza komertziala nazioarteko azoka eta ekitaldietan.
 - Helmugaren aurkezpena Britainia Handian.
 - Merkataritza-agenda Britainia Handian.
 - Fam trip TTOO (Espainiako merkatua / nazioarteko merkatua)

- Sektoroko azoka espezializatueta joatea.
- Press trip-a hedabide espezializatueta.
- Komunitatearekiko interakzioa honako hauen bidez:
 - Plataformak, hala nola Wikiloc edo 2.500 bazkide dituen STRAVaren Euskadi Bike Country kluba.
 - Kolaborazioak: ORBEAekin, Euskadi Basque Country-ORBEA cobranding gisa.
 - Komunitatearekiko kolaborazioa ekintza espezifikoen bidez, hala nola Rapha Mallorca izenekoaren bidez.
- Honako hauek sustatzeko material berriaren aurkezpena:
 - Euskadiko bikepackingeko gravel ibilbidea.
 - Arabako Errioxako trikuharrien zikloturismo-ibilbidea.
 - Arditurriko Bide Berdea.
 - Burdinmendiko Bide Berdea.
 - “Euskadi bizikletaz” gida.
 - Euskadiko zikloturismo-ibilbideak biltzen dituen Wikiloc plataforma.
- Zikloturismo-estrategia duten mikrohelmugak Euskadi Cycling-en txertatzea.
- Online eta offline sustapen-plana hedabide espezializatueta.

Ekintzak

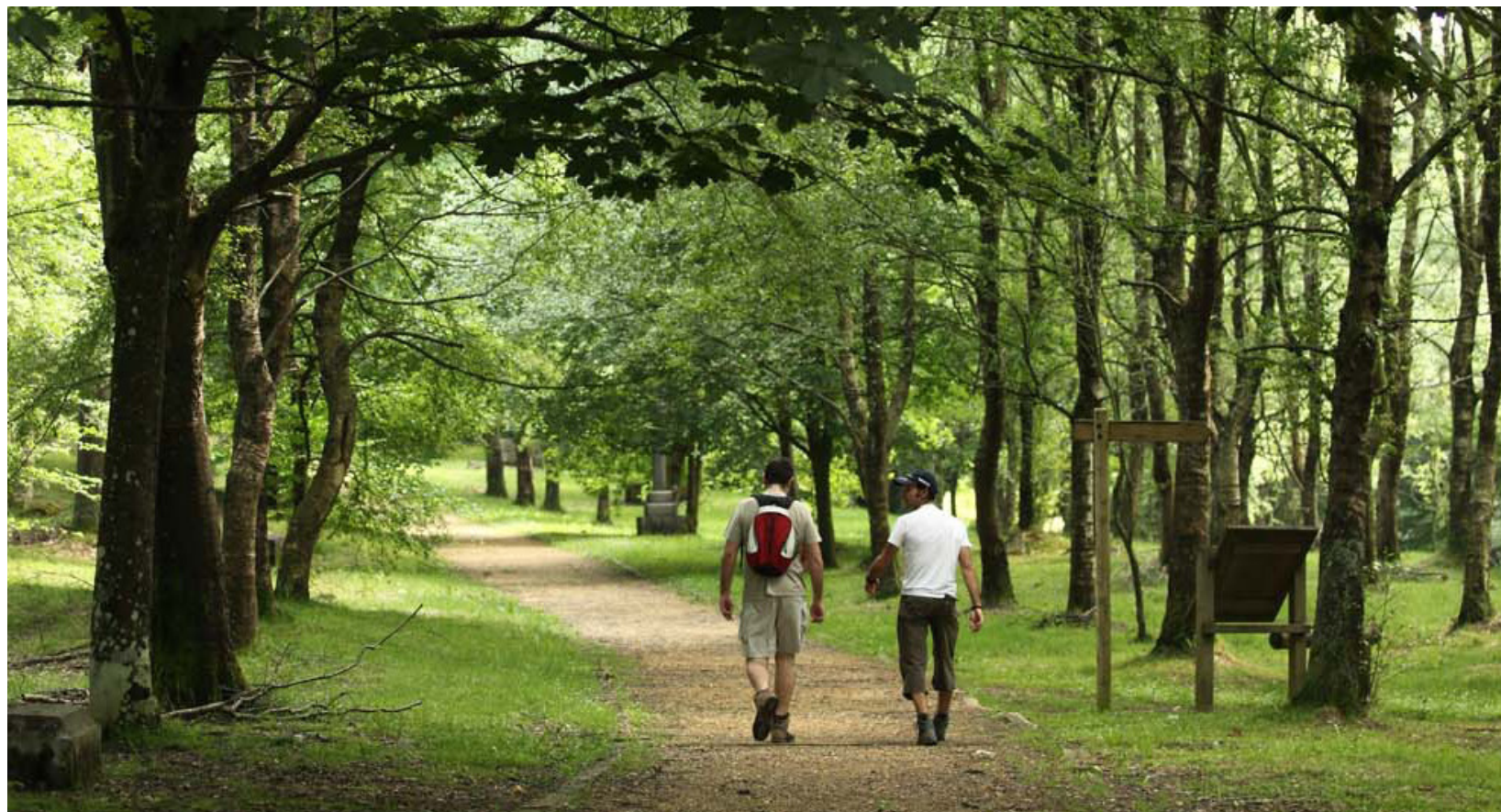
3. Mendi-ibiliak:

Kudeaketa:

- Euskadiko Mendi Ibilien I. Jardunaldia. Zegama, 2024ko apirilaren 25ean.
- Euskadi helmugarako mendi-ibilien ibilbide-orria.
- Ardoaren eta arrainaren ibilbidea BFArekin eta AFArekin batera, GR 38rako dinamizazio-plana abian jartzea eta “gastronomia eta ardoak” produktuarekin zeharkako eskaintza bat sortzea.
- Euskal Kostaldeko Bidearen diagnostikoa eta definizioa, haren aprobetxamendu turistikorako.

Marketina:

- Online eta offline sustapen-plana hedabide espezializatuetan.
- Honako hauek sustatzeko material berriaren aurkezpena:
 - “Euskadi oinez” gida.
 - Wikiloc plataforma eta mendi-ibiliak egiteko ibilbideak.
 - GR 283 ibilbidea sustatzeko bideoaren aurkezpena Paco Nadalen eskutik.
- “Euskadi oinez” gidaren aurkezpena Estatuan. Madril eta Bartzelona.



Helburua



Ekintzak

Euskal industriaren historiari eta iraganari agerikotasuna ematea, industriako ondare-baliabideak bisitatzearen bidez.



Kudeaketa

- Industria Turismoaren Euskal Sareko baliabide berriak aztertzea eta egungo 34 baliabideak zabaltzea, Europako ERIH Sarearen esparruan (Euskadi Sarearen parte da 2019. urteaz geroztik).
- UGASSA agentziari, Legazpiko Udalarari eta Lenbur Fundazioari laguntzea Mirandaola-Burdin Harana Euskadiko ERIHko 4. ANCHOR Point gisa txertatzeko prozesuan.
- Gasteizen industria-turismoko ibilbideak diseinatzea eta Industriadia 2024 egitea (industria-/langile-ibilbideen bertsioa).
- Sareko baliabide berrien ebaluazioa eta integrazioa: Lucía meategia, langile-ibilbideak eta ZAP proiektuak.

Sustapena

- Sustapen-euskarri berriak diseinatzea (marka, webgunea, displayak, multimendia bankua).
- Sustatzeko eta ohitzeko ekintzak.



Helburua



Ekintzak

- **Eskaintzaren aldetik, helmuga eta klubeko enpresak familien beharretara egokitutako espezializazio-esparru batean kokatzea (Euskadiko egungo eskarian proportziorik handiena duen bigarren segmentua da, % 23rekin).**
- **Sustapen-mailan, bai enpresei, bai mikrohelmugei agerikotasuna ematea merkatu nagusietan.**

Kudeaketa:

- Enpresa berriak integratzea: Eskaintzarik txikiena duten hiriburu eta eskualdeei arreta berezia eskaintzea.
- Klubeko kidetza berrikustea eta eguneratzea: Enpresen baldintzak eta kalitatea betetzen diren aztertzea, IRON txostenean oinarrituta.
- Aholkularitza teknikoa.
- Familia Turismoaren Mahaia. Urtean 2.
- Produktuari buruzko jardunaldi teknikoak dinamizatzea.
- Familia Turismoari buruzko Txostenaren azterketa (DNA).
- Marketin digitalari buruzko prestakuntza klubeko enpresentzat.
- Enpresen prospekzio-bisita/ohitzeko bidaia jardunbide egokiak dituen familia-turismoko helmugara.

Sustapena:

- FEFN/HIRUKIDEREKIKO akordio estrategikoak berritzea.
- Espainiako Familia Ugarien Federazioaren (FEFN) urteko kongresuan eta Zarauzko familia-jardunaldian (Hirukide) laguntzea.
- Familia-turismoko landing-a: egitura berria eta planen eta agendaren eguneratzea.
- Sare sozialak: edukien urteko plangintza.
- Hedabide-plana.

- Online eta offline hedabideetarako artikuluak idaztea.
- Fam eta press trip-ak garatzea.
- Hainbat profiletako pieza grafikoak garatzea sare sozialetan zabaltzeko.
- Target-ari lotutako influencerrekiko kolaborazioa.

Merkaturatzea:

- TRADE kanaleko enpresak identifikatzen laguntzea.
- Familia-turismoari buruzko elearning bat garatzea CEAVeko agentzientzat.



Helburua



Ekintzak

- **Euskadi erreferentziatzko Premium helmuga gisa posizionatzea merkatu igorle estrategikoetan: Erresuma Batua, Frantzia, Alemania, Italia, Portugal eta AEBetan, besteak beste.**
- **Premium turista horren eskarira egokitutako eskaintza turistikoa izatea.**
- **Bidaien desestazionalizazioa.**

Kudeaketa

- Baldintzen berrikuspena eta kide berrien auditoriak.
- Eskaintza eguneratzea klubeko kide izateko baldintzen arabera eta komunikazio-euskarri guztietan.

Sustapena eta merkaturatzea

- VIRTUOSO klubeko kide berria helmuga gisa, mundu-mailan.
- Nazioarteko aurkezpenak Mexikon (Mexiko Hirian eta Monterreyn)
- Tradeari komunikatzeko B2B ekintzak Mexikon.
- Workshopetara, azoketara eta sustapen-ekintzetara joatea: Emotions, ILTM Sao Paulo, ILTM Singapur, LATAM (alderantzizko jardunaldiak), Italia (zuzeneko jardunaldiak) eta abar.
- Hedabide-plana distantzia luzeko merkatuetan, Premium segmentura bideratutako hedabideen bidez. (Adibidez: Conde Nast Traveler LATAMerako, Amex-en Centurion LATAMerako, Tatler Asiarako).

- Kanpainen shooting-a (argazki- eta bideo-saioak)
- Kide berriekin inprimatutako liburuxka berria
- Webgunearen eguneratzea
- Press eta fam trip-ak



Helburua



Ekintzak

- **Euskadi LGBTIQ komunitatearentzat erreferentziatzeko helmuga erakargarri gisa posizionatzea.**
- **Sektorea sentsibilizatzea segmentu estrategiko baterako eskaintza erakargarria sortzeko aukeraren aurrean.**
- **Helmuga errespetatzen duten turistak erakarri, sarrerak desestazionalizatu eta fluxuak lurralde osoan zehar banatuko dituen eskaintza erakargarri bat garatzea.**

Kudeaketa

- 2024. urteko operazio-plana gauzatzea.
- Sentsibilizatutako enpresen kopurua handitzea.

Merkaturatzea

- IGLTAn (the International LGBTQ+ Travel Association) parte hartzea. Urteko batzarrean parte hartzea, eta elkarteetan dauden eta nazioartean erreferentziatzeko diren agentziekin lankidetzan aritzea.

Sustapena

- Kanpainen argazki- eta bideo-saioak, trans kolektiboa eta arraza-aniztasuna barnean hartuta.
- Inflight-ak (kolektiboaren barruan erreferenteak eta/edo adierazgarriak diren pertsonetako kolaborazioa dauden profilak lantzeko, Instagram sare sozialean).
- Zinemaldiarekiko kolaborazioa: LGBTIQ+ jaialdien programatzaileren topaketa. Topaketa horretan, kolektiboari lotutako gai edo atal bat duten nazioarteko zinemaldien antolatzaileak biltzen dira.



Helburua



Ekintzak

Lantalde bat sortzea golf-zelaiaren kudeatzaileen, hartzaile espezializatuen, Euskadiko Golf Federazioaren eta profil mota horretarako ad hoc zerbitzuak (ostatuak, transfer-logistika eta abar) dituzten enpresen artean, Euskadiko golf-eskaintza ezagutzera emateko, Euskadi Basque Country Confidential produktuaren esparruan.

Kudeaketa

- Gaian espezializatutako eragileen sarea identifikatzea eta koordinatzea.
- Proiektuaren Kick off jardunaldia eragile guztiekin, apirilean.
- Urteko ekintza-plana egitea.

Sustapena eta merkaturatzea

- Kreatibitateak sortzeko shooting-a, kanpaina.
- Merkatu anitzeko golfean espezializatutako Fam Trip-a (AEB, UK, Europa iparraldeko herrialdeak eta Erdialdeko Europa).
- Online kanpaina hedabide espezializatuetan, AEB eta UKrako nagusiki.
- Lisboako IGTM azokara joatea.

Helburua



Ekintzak

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

- Baterako lanaren mahaia edo foroa sortzea.
- Adostasunez sortzen diren ekimen nagusiak babestea.



Helburua

Eskaria sustatzeko eta xede-merkatuetan helmugaren markaren nabaritasuna handitzeko beharrezkoak diren sustapen-ekintza eta merkaturatzea bultzatzeko ekintza guztiak egitea.



Ekintzak

2.1. Lankidetzaren estrategikoak sustapenaren eta merkaturatzearen esparruan.

“ESPAINIA BERDEA”

“Espainia Berdea” marka Euskadi, Galizia, Asturias eta Kantabriako autonomia-erkidegoen arteko lan-plataforma da.

- Marketin-planaren inplementazioa: markaren, xede-produktuen eta turismo-baliabideen nabaritasuna hobetzea.
- Sustapen-ekintzak Portugalen (Oportun).
- Fam trip-ak:
 - Ibilbide handia AEBetako OETekin (New York, Miami, Chicago, LA).
 - Iparraldeko bideak Italiako OETekin (Erroma, Milan).
 - Famtrip LIVE UK, Frantzia, Alemania, Italia, Holanda, New York eta Txekiar Errepublikako OETekin.
- Surfa: Web-edukien optimizazioa/SEM kanpaina.
- Asteko argitalpenak sare sozialetan, storyak, online kanpaina lehentasuneko merkatuetan.
- Online irudi-bankuko materiala berritzea.
- Espainia Berdearen astea Europako merkatuetan.
- Autonomia-erkidegoen arteko koordinazioa hobetzea.
- Produktu turistiko elkartua bilatzea.

- “Espainiako turismo-esperientziak: Espainia Berdeko Ekoturismo Korridorea” proiektua gauzatzea.

LEHENDAKARITZA

Basque Country Estrategiaren esparruan, Kanpo Harremanetarako Sailarteko Batzordeko Idazkaritzarekin lankidetzan aritzen gara, Eusko Jaurlaritzak turismo-arloan egiten dituen jardueren berri emateko eta horien jarraipena egiteko, honako plataforma honetan sartuta:

ebasquecountry.irekia.euskadi.eus

TURESPAÑA

Helburuak:

- EUSKADI BASQUE COUNTRY marka zabaltzea eta helmugaren markanabaritasuna areagotzea merkatu estrategikoetan.
- Euskadiko turismo-eskaintza ezagutaraztea eta produktu berriak aurkeztea.
- Negozio-aukerak sortuko dituzten bilerak agendan sartzeta eta egitea.
- Turismoaren sektoreko profesionalen arteko topagune bat izatea.
- Helmuga eta bertako enpresak sustatzeko estaldura mediatikoa.
- Informazio- eta erreserba-kanal nagusietan turismo-eskaintzaren konbertsioa erraztuko duten ekintzak

(merkatu bakoitzeko eskariaren lehentasunen arabera) egitea.

Ekintzak:

- Ehun bat sustapen- eta merkaturatze-ekintza:

Ko-marketinoko ekintzak xede-merkatuetako OTA nagusiekin (Expedia, Tripadvisor, Edreams, Ctrip eta abar), merkaturatzea bultzatzeko, eta branded content-eko ekintzak (Lonely Planet, Conde Nast Traveler eta abar) hedabideetako kanpainen osagarri gisa, urteko unerik garrantzitsuenetan. Trade kanalerako, kanpainen egongo gara Amadeus-ekin.

Azokak:

- Fitur: Madrilen egiten den Estatuko erreferentziako azoka da, eta munduko turismoko profesionali zuzenduta dago. (Madril, urtarrilak 24-28).
- FREE MUNICH (otsailak 10-14).
- WTM (azaroak 5-7, Londres): Euskadi erakusketariekin joango da berriz ere nazioarteko sustapenaren azoka estrategiko honetara.
- ILTM Sao Paulo (maiatzak 7-10): premium sektorerako bideratutako azoka, nazioarteko merkaturako.
- ILTM APAC Singapur (uztailak 1-4).
- ITB Berlin (martxoak 5-7).
- Japonia (Jata, irailak 26-29).

Ekintzak

Turespañarekiko kolaboraziorik gabeko azokak:

- IBTM (Bartzelona, azaroak 19-21).
- Fitur: Madrilen egiten den Estatuko erreferentziatzko azoka da, eta munduko turismoko profesionalei zuzenduta dago. (Madril, urtarrilak 24-28).
- Emotions (Sevilla, ekaina).

Aurkezpenak eta zuzeneko jardunaldiak

Euskadiko jardunaldiak:

- PREMIUM helmuga nazionala Bidaia Agentzien Espainiako Konfederazioan (CEAV), PRO TOUR 2024; 9 workshop jardunalditan parte hartzea (Madril, Valentziako Erkidegoa-Alacant, A Coruña, Kanariak, Valladolid, Malaga, Sevilla). Bi webinar eta mailing egitea. CEAVen komunikazio-kanal guztietan agertzea.
- Aurkezpen propioak Belfasten eta Dublinen (Spring and Autumn TTR Travel), Zürichen (Gastronomia, GT produktuaren barruan) eta Mexikoko bi hiritan, Premium segmenturako (Confidential-ekin).
- Entire Travel Group Roadshow izenekoan parte hartzea, Australian (Brisbane, Melbourne, Sidney).

Helmuga anitzeko jardunaldiak: beste helmuga batzuekin eta Turespañarekin batera.

- Presentzialak: Herbehereak, Korea eta Japonia, AEB eta Kanada, Pertsiar Golkoa, Europa (Toledo – alderantzizko jardunaldiak, Europako merkatuak), Latinoamerika (Bartzelona – Alderantzizko jardunaldiak, LATAM), Italia, Nordic Roadshow (Suedia, Finlandia, Norvegia eta Danimarka), Asiako hego-ekialdea (Singapur, Shanghai).



Ekintzak

Ohitzeko bidaiak:

- Fam trip-ak (bidaia-eragileak): Merkatu anitzeko golfean espezializatutako lehen fam trip-a maiatzean. 5 bidaiaren kudeaketa aurreikusi da (Dublinetik, Tokiotik, Guangzhoutik eta bi Frankfurtetik).
- Press trip-ak (prentsa): Hamar bidaia aurreikusi dira, honako herrialde hauetatik: Alemania, Herbehereak, Frantzia, Irlanda, Italia, Portugal, Erresuma Batua, Suitza, Danimarka, Austria, Belgika, AEB.



2.2.- Bidaia-gidak

Ekintzak:

- Euskadiri buruzko edukien jarraipena eta eguneratzea merkatuetako turismo-gida nagusietan.
- Gure helmugari buruzko edukiak sortzea, oraindik lehentasunezko merkatuetan sartzen ez duten gida garrantzitsuetan.
- Gidekin press trip-ak kudeatzea, gida horietan helmugaren eduki berriak sartu nahi ditugunean.
- Zuzeneko harremana nazioarteko bestseller gida nagusietako editore eta idazleekin, lotura egonkorak sortzeko.
- Idazle, editore eta turismo-bulegoen feedbacka jasotzea, edukiak hobetzeko asmoz.

2.3.- Sustapen-materiala

Ekintzak:

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

Helburua



Ekintzak

Xede-merkatuetan sustapen-ekintzak egitea, markaren sartzeko- eta nabaritasun-maila handitzeko, eta merkatuetan turista potentzialak Euskadira erakartzeko aukera sustatzeko: autoz hurbil eta distantzia ertainean (gehenez 5 ordu) daudenak eta Euskadirako zuzeneko konexioak dituztenak (airekoak, trenbidekoak zein itsasokoak). Sustapena xede-merkatuei eta xede-taldee zuzenduta egongo da, baita gai, interes edo motibazio nagusiei lotuta ere (gastronomia, kultura –bide erlijiosoak–, ekoturismoa, zikloturismoa eta abar). Baita talde espezifikoien segmentuei ere (Premium, LGBTIQ+, familiak, seniorrak).

3.1. Hedabide-plana eta kanpainak:

- Funtsezko merkatuetan liderrak diren plataforma eta hedabideen bidez Branded Content-a garatzeko akordioa Turespañarekin. Euskadi “9 mezu, 9 talentu, 9 helmuga” kanpainan txertatzea, Asiatik Espainiarako hegaldietarako (Iberian). Txillidaren mendeurrena bultzatzea Turespañaren kanal propio eta ordaindu guztien bidez, urte osoan.
- Publiko, segmentu eta merkatu jakin batzuei zuzendutako produktu edo gai espezifikoien inguruko kanpainak egitea.
- Marketin Planari lotutako online kanpainak bultzatzea eta monitorizatzea errentagarritasun-terminoetan, salmentak lortzeko konbertsio-ekintzen bidez.

3.2. Azokak:

- Expovacaciones (maiatza, Bilbao Exhibition Centre – Barakaldo). Gure barne-merkatua ezagutarazteko azoka, helmuga zehatzagoko turismo-eskaintza, eguneko planetan, ibilbideetan, naturako turismoan eta abarretan oinarritua.
- Produktu-azoka espezializatuak (SEA OTTER EUROPE, ILTM Sao Paulo eta APAC Singapurren (Confidential), Meeting show Londres (MICE), IBTM Bartzelona).

3.3. Liburuxkak eta euskarriak:

- Sustapen-euskarri guztiak kudeatzea eta eguneratzea, merkatuaren beharretara egokituta.
- Euskarri berriak sortzea, hala nola Euskadiko mapa turistikoa, errepide-maparekin bat eginda.

3.4.- Online estrategia:

- Hedabide-planarekin lerrokatutako Inbound Marketineko estrategia bat garatzea eta gauzatzea.
- Grand Tour produkturako lead-ak erakartzeko eta gamifikaziorako kanpainak egitea.
- Sustapen-ekintza nagusiak eta kanal aktiboak neurtzea eta haien jarraipena egitea panel/dashboard baten bidez, non erabakiak hartzeko eta kanpainen eragina ebaluatzeko adierazle nagusiak zentralizatuko diren.
- Komunikazio-helburuak, publikoak, mezuen ekosistema eta lehentasunezko tresnak zehaztea. Marketin digitala eta harreman publikoak funtsezkoak izango dira lehentasunezko merkatuetan irudia indartzeko, merkatuaren berezko social mediako enpresekiko kolaborazioen bidez.
- Blogetarako eta influtrip-etarako neurketa-tresna bat erabiltzea.



06.4 Ordezkaritza-agentziak

Ekintzak

- Tradera bideratutako jarduera koordinatzea eta abian jartzea, distantzia luzeko merkatu estrategikoetako ordezkaritza-agentzia berriein (hala nola Mexiko, Brasil, Kolonbia, Txile eta Argentinakoekin).
- Traderako komunikazio-ekintzak egitea eta data espezifikoak lortzea hainbat merkatutan (hala nola AEBetan eta Asian).
- Ager daitezkeen beste behar batzuk (azterketak, txostenak eta abar).

06.5. Aliantza eta harreman komertzialak

Ekintzak

- Gure merkatuetan sartze handia duten euskal enpresak aztertzea, lan-ildo bateratuak ezartzeko eta helmugaren marka-nabaritasuna handitzeko.
- Merkaturatzea sustatu eta babesteko ekintzak egitea marka-nabaritasun handia duten enpresen eskutik, gure erreferentziazko merkatuetan ko-marketineko ekintzak egiteko.

06.6. Ekitaldi estrategikoak

Ekintzak

- AEB eta UK-ko blogerren eta influencerren TBEX kongresua inplementatzeko laguntza.
- Hemingway Society-ak kudeatutako kongresua inplementatzeko laguntza.

06.7. Produktu-sareak

Helburua

- Lankidetzaren publiko-pribatutik eta egungo eskariari erantzunez, turismo-produktu jakin baten inguruko turismo-eskaintza integral bat bultzatu, antolatu eta sustatzea, desberdintzean eta turismo-fluxuen desestacionalizazioa bultzatzean oinarritua.

Ekintzak

- Produktu-klubak dinamizatzea, eskaintza egituratu eta turismo-produktuak susta daitezen bultzatzeko.



PRODUKTU-SAREAK

SURFING EUSKADI

Enpresak, guztira:	80
Surf-eskolak:	35
Ostatuak:	38
Surf camp-ak:	3
Hotelak eta pentsioak:	17
Kanpinak:	4
Beste batzuk (aterpetxeak, nekazaritza-turismoa...):	14
Beste zerbitzu batzuk:	7
Harrerakoak:	3
Gidariak:	2
Charter nautikoa:	2

EUSKADI GASTRONOMIKA

Enpresak, guztira:	545
Establezimendu mota:	
Jatetxeak:	309
Bisita daitezkeen industriak:	147
Saltokiak:	47
Jardueren eta esperientzien hornitzailea:	19
Museoak eta interpretazio-zentroak:	12
Agentziak:	8
Gidariak:	3

FAMILIA-TURISMOA

Enpresak, guztira:	229
Ostatuak:	73
Jatetxeak:	32
Jarduera-enpresak:	124

EUSKADI CONFIDENTIAL

Enpresak, guztira:	85
Ostatuak:	16
Jatetxeak:	28
Saltokiak:	13
Garraioa:	5
DMC:	1
Esperientziak:	22

EKOTURISMOA

ESPAINIAKO EKOTURISMO KLUBA

Enpresak, guztira:	51
AKTIBA:	5
NEKATUR:	8
GEOPARKEA-EUSKAL KOSTALDEA:	
22 enpresa	
2 jarduera	
BIDAIA-AGENTZIA 1	
19 ostatu	
URDAIBAI	
16 enpresa	
4 jarduera	
3 enpresa, nekazaritzako elikagaienak	
7 ostatu	
1 ostatu eta jarduera	
1 jatetxe	

Komunikazioa

Helburua



Ekintzak

- **Basquetourrek egindako lanari agerikotasuna eta aintzatespena ematea.**
- **Sektore turistikoa balioa sektore horretatik kanpoko eragileen artean nabarmentzen laguntzea.**
- **Euskal turismo-sektorea informatuta eta proiektuetan parte hartzen edukitzea.**

Sustapena:

- + **7.1.1** www.basquetour.eus
- 7.1.2** Sare sozialak
 - LinkedIn**
Basquetour
 - Twitter**
Basquetour (@Basquetour_eus)
 - Facebook**
Basquetour
 - YouTube**
Basquetour, Turismoaren Euskal Agentzia, Agencia Vasca de Turismo SA
- 7.1.3** Euskal sektoreari zuzendutako buletina.
- + **7.1.4** Basquetourren jarduera-urtekaria eta ekintza-plana.



07.2 Euskadi-Basque country helmuga eta bertako produktu turistikoak sustatzeko komunikazioa

Helburua



Ekintzak

Euskadi-Basque Country helmugari eta bertako produktu turistikoari buruzko informazio-materiala garatzea, Euskadiko turismoaren intereseko merkatuetako bitartekarientzat.

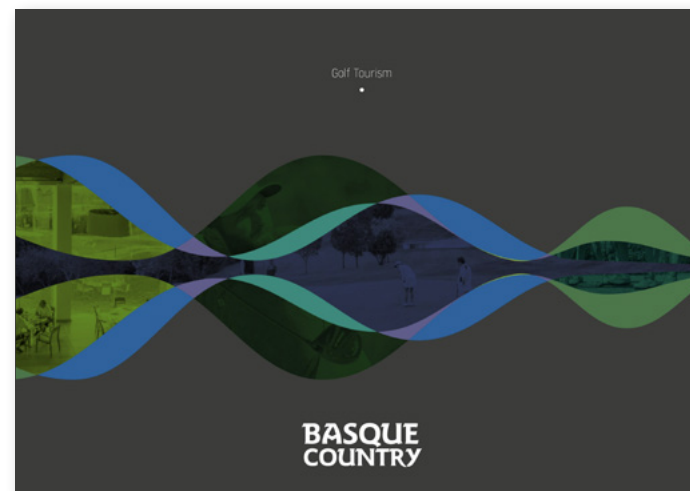
- Intereseko merkatuetako sare sozialetan eta hedabideetan, Espainiako turismo-bulegoekin (OET) lankidetzan.
- Helmugari buruzko prentsa-txostenak, haren posizionamendua, turismo-markak, turismo-produktuak, esperientziak, ekitaldiak eta interes orokorreko datuak jasoko dituztenak.

BASQUETOUR: PRENTSA-TXOSTENA



- Produktuari buruzko prentsa-txostenak, helmugaren eta dagokion turismo-produktuaren funtsezko ezaugarriak, jarduketarik garrantzitsuenak eta ekitaldiak jasoko dituztenak.

GOLF-TURISMOA



Zerbitzu korporatiboak

Helburua

Herritarrei arreta nahi duten hizkuntza ofizialean (euskaraz edo gaztelaniaz) ematea, haien hizkuntza-eskubideak betetzea eta, horren ondorioz, euskara zerbitzu-hizkuntza eta lan-hizkuntza gisa erabiltzea.

Ekintzak

- Basquetourren Euskararen Plan Estrategikoa eta 2024-2025 aldiko Ekintza Plana landu eta inplementatzea.
- Ekintzak egitea, Eusko Jaurlaritzaren Bizkaia plazako gainerako erakunde publikoekin koordinatuta.

08.2 Berdintasuna

Helburua

- **Gobernantza ona, euskal administrazio publikoen antolaketan eta funtzionamenduan berdintasuna txertatzeko.**
- **Ekonomiak eta gizarte-antolamendua eraldatzea, eskubideak bermatzeko eta gizarte-eredu jasangarriago bat lortzen laguntzeko.**
- **Eusko Jaurlaritzaren Bizkaia plazako gainerako erakunde publikoekin koordinatuta lan egitea.**

Ekintzak

- Diagnostikoa eta plangintza estrategikoa egitea, eta Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren Berdintasun Plan Berria lantzea.

EUSKARAREN NAZIOARTEKO EGUNAREN OSPAKIZUNAK

Abenduak 1, ostirala, 12:00, Bizkaia Plaza eraikineko 3. gelan edo auditorioan



Bazen behin herri bat, elkar maitezeko, sendatzeko eta ikasketako hitzik gabeko galditu zena. Kontuak eta kontuak galditu zitzaizkion, eta horiek lapurtu ditut nik, zuekin partekatuzeko.

Hizkuntza baten galera, hitzaren boterea, eta hitzak maiztasun bihurtzen dituen nerabea, guztiak ipuin bihurtuta

Dorleta Kortazarrek (Eskoriatza, 1974) urteak daramatza berak sortutako eta tradiziozko hartutako ipuinak kontatzen —irribarrez, xamur, euskara garbi eta zainduan—, bestelako mundu bat, posible dela sinesten duelako.



Eskerrik Asko!

