

3.2.4. UDALERRIAK.

TOKIKO EKONOMIA JASANGARRI. TURISMOA.

JARDUERA NAGUSIAK

2018. urtea hiriaren Turismoko 2017-2019 aldiko Plan Estrategikoarekin hasi zen, zeina sei ekintza-ildotan egituratuta baitago: Gobernantza, Helmuga egituratzea, Helmugako informazioa, Jasangarritasuna, Produktua eta Marketina. Dokumentuak berak definitzen ditu Turismo Zerbitzuaren lan-helburuak. Horien artean, Iruñeko irudi turistikoaren posizionamendua zehaztearen garrantzia nabarmentzen da, bai helmuga propio gisa hiri estrategiaren barruan, bai Nafarroako turismoaren irudi orokorrean integratuta. Sanferminak alde batera utzita, hiriaren marka-irudi bat eskatzen da jasangarritasunean, bizi-kalitatean (ongizatea, osasuna eta irisgarritasuna), gastronomian, berrikuntzari lotutako tradizioan, garapenean eta nazioartekotzean, eta soziabilitate-, harrera- eta abegi-balioetan oinarritutako turismoari begira.

Ildo horretan, Iruñeari nortasun bereizia eman nahi zaio, bere elementu identitarioetan oinarrituta, lehiakortasun turistikorako faktore gisa. Horretarako, sanferminen rola, elementu bakar, unibertsal eta bereizle gisa, berrikustearen aldeko apustua egin da; eta festaren turismo-estrategia eta urte osoan zehar produktua mantentzeko lana zehazteko beharra planteatzen da. Jaiaren ospea hobetzearen alde lan egitea eta gastronomia, lorategiak eta Donejakue bidea bezalako beste baliabide batzuk txertatzea azpimarratzen du planak.

LAN-MAHAIK

LAN-MAHAIK

2018an bi bilera egin ziren Sanferminetako Mahaiaren barruan, eta hiriko 7 turismo-elkarte bertaratu ziren. Gastronomia Mahaiaren barruan ere hiru bilera egin ziren, eta hiriko 7 turismo elkarte hartu zuten parte. Eta, azkenik, Ostatuen Mahaian, hiru bilera egin ziren, eta horietan 10 enpresa parte-hartzaileri egin zitzaion parte hartzeko deia.

Bestalde, Osasun Klusterrak eta Mice Mahaiak lehendik zituzten mahaietan jarraitu zen lanean. 2018ko azaroan, Mice mahaia berrantolatzeko prozesuari ekin zitzaion.

Honako proiektu hauek abiarazi ziren:

- Iruña berdea da: lorategi eta hiri-ekologiako zerbitzua.
- Ekitaldien eragin turistikoen azterlana: Kultura Alorra
- Behin-behineko ostatuen ordenazioa aldatzea: Hirigintza

Turismo-elkarteendako laguntzen deialdiak aldaketa handiak izan zituen 2017-2018 aldian, turismoa sustatzeko jarduerak egiteari dagokionez, aurreko urtearekin alderatuta, 2017-2019ko Iruñeko Turismoko Plan Estrategikoaren helburuetara egokitzeak. 2017-2018ko deialdira 7 elkarte aurkeztu ziren, 31 jarduerarekin, guztira, eta horietatik 10 ezetsi ziren. Onartutako gastu guztiak 146.650,22 eurokoak izan ziren, eta aurreikusitako diru-sarrerak kendu ondoren, defizita 89.745,32 eurora iritsi zen. Guztira, 31.088,60 € banatu ziren.

HELMUGA EGITURATZEKO PROGRAMAK

UDAL-ESKUMENEN TURISMOARI BURUZKO ARAUDIA GARATZEA

Alde Zaharreko Udal Plana eta BEBPB aldatzeko arau-zirriborroa otsailaren 1ean onartu zen Osoko Bilkuran. Herritarren parte-hartze prozesu bat egin zen, eta, bertan, auzo-elkarteek, merkataritza-elkarteek eta turismo-elkarteek hartu zuten parte. 2018. urtearen amaieran, Osoko Bilkuran onartzeke zegoen arau-proposamena.

Legez kanpoko eskaintzaren aurka borrokatzeko asmoz, azterketa bat egin, eta legez kanpoko 50 ostatu turistiko baino gehiago hauteman ziren. Informazio horrekin salaketa bat aurkeztu zitzaion Nafarroako Gobernuari 2018ko abenduaren 23an.

IRISGARITASUN INTEGRALA SUSTATZEA

Seinaleztapen turistikoari dagokionez, batez ere KIO espazioei eragiten dien interpretazio-seinaleztapenaren azterketa bat egin zen. Ez zen gauzatu, Vianako Printzearen oniritziaren zain.

AUTOKARABANENDAKO EREMUA

Trinitariosen gaitutako autokarabanendako zerbitzuguneak % 49,21eko batez besteko okupazioa izan zuen 2018an. Hala ere, erabatekoa izen zen okupazioa abuztuan. Uztailean eta irailean % 60 gainditu zuen okupazioak; urtarrilean eta otsailean, berriz, okupazioa doi-doi izan zen % 15ekoa. Guztira, 64.900 euro bildu ziren.

PARKING AUTOCARAVANAS. PAMPLONA. Inicio jul 2017							
	RECAUDACIÓN 2018			OPERACIONES 2018			PLAZAS: 33
	TELPARK	CAJEROS +TC	TOTAL	TELPARK	CAJEROS +TC	TOTAL	OCUPACIÓN
ENE 18	8,00	1438,00	1.446,00	2	145	147	14,37%
FEB 18	40,00	1544,00	1.584,00	12	156	168	16,42%
MAR 18	54,00	3556,00	3.610,00	11	332	343	33,53%
ABR 18	48,00	4830,00	4.878,00	7	475	482	47,12%
MAY 18	74,00	5868,00	5.942,00	16	554	570	55,72%
JUN 18	30,00	4808,00	4.838,00	2	457	459	44,87%
JUL 18	48,00	10028,00	10.076,00	5	684	689	67,35%
AGO 18	2,00	10.204,00	10.206,00	1	1029	1030	100,00%
SEP 18	12,00	7.294,00	7.306,00	6	709	715	69,89%
OCT 18	20,00	6.302,00	6.322,00	1	602	603	58,94%
NOV 18	16,00	3.790,00	3.806,00	1	360	361	35,29%
DIC 18	52,00	4.834,00	4.886,00	15	467	482	47,12%
TOTAL 2018	404,00	64.496,00	64.900,00	79,00	5.970,00	6.049,00	

TURISMO-SEKTOREKO ELKARTEENDAKO LAGUNTZAK

Turismo-elkarteendako laguntzen deialdiak aldaketa handiak izan zituen 2017-2018 aldian, turismoa sustatzeko jarduerak egiteari dagokionez, aurreko urtearekin alderatuta, 2017-2019ko Iruñeko Turismoko Plan Estrategikoaren helburuetara egokitzeko. 2017-2018ko deialdira 7 elkarte aurkeztu ziren, 31 jarduerarekin, guztira, eta horietatik 10 ezetsi ziren. Onartutako gastu guztiak 146.650,22 eurokoak izan ziren, eta aurreikusitako diru-sarrerak kendu ondoren, defizita 89.745,32 eurora iritsi zen. Guztira, 31.088,60 € banatu ziren.

TURISMOA DINAMIZATU ETA SUSTATZEKO PROGRAMAK

CREACITY (Harresiak eta gastronomia)

Creacity egitasmoaren esparruan, Turismo Zerbitzuak hiru hirietako (Iruña, Baiona eta Hondarribia) liburuxka turistiko komun baten lanketan hartu zuen parte. Produktu turistikoan oinarritutako bisita gidatu bat egin zen Iruñeko harresietara, eta produktu turistiko merkaturagarri bat garatzeari ekin zitzaion, non hiru hirietara bisitak egitea barne hartzen baita. Produktu turistiko hori garatzeko, beste hirietako produktu turistikoa prestatzeko eta ezagutzeko jarduerak egin ziren, sektore hartzaileari zuzenduta. Bisitak egin ziren Baionara eta Hondarribira. Iruñeak Baionako Xingarraren Azokan eta Hondarribiko tokiko produktuaren azokan parte hartu zuen. Horrez gain, proiektua koordinatzeko bileretan hartu zuen parte. Creacity proiektuaren barruan, «Harresia kantatu, kontatu eta dastatu» bisita gidatu berri bat sortu zen, harresiaren historia ikuspegi historiko, arkitektoniko eta sozial batetik kontatzea helburu duena, betiere espazioa Hondarribiko eta Baionako hiriekin lotuz. Hiru bisita egin ziren udan. Horrez gain, dinamizazio-jarduerak egin ziren harresiaren inguruan: karrikadantzak uztailearen bigarren hamabostaldian, eta «Harresia kandelen argitan» jarduera, Virgen de la O plazan.

JACOB@CCESS (Donejakue bidea)

Proiektua koordinatzeko eta Iruñeko Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa egokitzeko obraren jarraipena egiteko bileretan parte hartu zuen Iruñeak. Jacob@ccess proiektuaren esparruan, Ultreia, Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa, martxan jartzeko behar diren obrak egin ziren. Kultura pertsona guztiei hurbiltzea da zentroaren helburua, irisgarritasun unibertsala landuz.

KINTOAN BARNA (natura eta kultura)

Proiektua abiarazteko bileretan hartu zen parte.

PAMPLONA IRUÑA CARD

2018an, aldatu egin zen hitzarmenaren enuntziatua, eta amaitu egin zen administrazio-izapidetzea. Hitzarmena 9 enpresa gehiagok sinatu zuten, eta, guztira, 29 enpresa daude atxikita. 339 txartel jaulki ziren. Turismo Zerbitzuko, turismo-bulegoko, edikuluetakoko eta abarretako euskarri guztietan ekin zitzaion komunikazioari. Halaber, flyer batzuk jarri ziren proiektuari atxikitako establezimenduetan.

IRUÑA BERDEA DA

2018an, hiriko parkeen eta lorategien balorizazio turistikoari buruzko azterlan bat egin zen. Produktua garatzeko ildoak ezarri ziren, eta produktu berri hori garatutako sustapen-euskarri guztietan sartu zen.

BESTE EKINTZA BATZUK

- **Ekitaldiak:** hiriko jaialdi eta ekitaldi handien sektorea aztertzeko azterlan bat egin zen, lan-ildoak ezartze aldera. Lehen hartu-emanak egin ziren Nafarroa Arenarekin, ekitaldi handietan parte hartzen duen bezeroaren harrera hobetzeko asmoz. Hiririari buruzko hiru gida turistikoko-kultural argitaratu ziren: urtarrila – ekaina, uztaila – urria eta azaroa – abendua.
- **Baratzetik mahaira:** produktu turistiko horren barruan sartzen dira Zerbitzuak garatutako ekintza guztiak. Udan, hiriko hoteletan egiten diren dastatzeak sustatu ziren zehazkiago, eta, horrela, Descalzos kaleko aretoan egiten ziren dastatzeak ordezkatu ziren. Tokiko Produktuaren Astea egin zen Merkataritza Zerbitzuarekin, Iruñeko baratzei eta Nafarroako tokiko produktuei lotutako esperientzia turistikoak eskaintzeko.
- **Mice Mahaia:** Euskadiko eragileendako merkataritza-ekintza bat egin zen.
- **Osasun Klusterra:** Osasun Klusterrarekin batera joan zen Benidormera azaroan, helmuga Errusiako merkatuari aurkezteko.
- **Pilota produktua:** ekainaren 11n eta 12an egindako pilotaren inguruko mintegi bat babestu zen. Mintegi horretan, pilotarekin lotutako zenbait alderdi sentikor (arkitektura, historia, balio soziala ...) aztertu ziren, produktu turistiko den aldetik.

MARKETINA ETA KOMUNIKAZIOA

2018an, Turismo Zerbitzurako komunikazio-plan bat definitzeko egin zen lan. Hasteko, kontaketa, produktuak eta haien ezaugarriak zehaztu ziren, bai eta bitartekoak eta 2019ko ekintzen egutegia ere. ANIMSArekin elkarlanean, Turismo zerbitzuaren webgunearen edukia landu zen, eta webgune hori udalaren www.pamplona.es/turismo webgunean sartu zen. Urteko lehen seihilekoan, sanferminoficial.com webgunearen informazio turistikoa hobetzeko ekarpenak egin ziren.

Zatoz Iruñera marka garatu zen. Apirilean egin zen markaren aurkezpena sektorearen eta hedabideen aurrean. Ondoren, mezuak, kontaketa, produktuak, produktu bakoitzaren kontaketa eta markari lotutako balioak garatzen jarraitu zen. Elkarte sektorialen aurrean aurkeztu zen urteko azken hiruhilekoan.

PARTICIPACIÓN EN FOROS Y FERIAS

- Urtarrilaren 17tik 19ra bitartean, FITUR Turismoko Nazioarteko Azokan.
- Iruñea-Nafarroa MICE Helmuga Munich eta Dusseldorf hirietan aurkeztu zen, 2018ko martxoaren 21ean eta 22an.

TURISMOKO INFORMAZIO-ZERBITZUAK

Aldaketa sakona egin zen turismo-bulegoko eta San Bartolome gotorlekuko bisitariendako Informazio Zerbitzuaren eskudantzietan, 2017. urtearen amaieran egindako lizitazioaren ondorioz, zeina, azkenean, 2018. urtean ebatzi baitzen. Lehenik eta behin, San Bartolome gotorlekuak turismo-bulego funtzioak beteko ditu. Turismo-bulegoak funtzio gehiago garatzen ditu komunikazioan, merkaturatzean eta PIC txartelaren sustapenean, eta horrek bultzada handia ematen dio zerbitzuari eta haren eraginkortasuna hobetzen du. Horren ondorioz, handitu egin dira tokiko harrerako turismo-enpresek partikularrei egindako bisita gidatuak, eta nabarmen hobetu da komunikazioa.

TURISMO BULEGOA

2018an zehar, Iruñeko Udaleko Turismo Bulegoak 126.509 turistari eman zien arreta, eta aurreko urtean, 139.377 turistari. Estatistika-datuetan ikus daitekeen bezala, bisitarien guztizkoaren beherakada txiki bat egon zen 2018an, 2017arekin alderatuta. Beherakada hori bisitari nazionaletan zein nazioartekoetan gertatu zen, baina nabarmenagoa izan zen bisitari nazionalen artean. Turismo-bulegoan arreta gutxiago jasotzeko arrazoiak turistak alde aurretik informazio-materialarekin etortzen direlako izan daitezke (ostatuetan edo beste turismo-bulego batzuetan jasota) edo, une jakin batzuetan, bulegoan ilara ikustean, ez itxarotea erabakitzen dutelako eta alde egiten dutelako. Abuztua izan zen kontsulta gehien erregistratu ziren hilabetea.

	AÑO 2018	AÑO 2017
Total visitantes nacionales	79.175	90.259
Total visitantes internacionales	47.334	53.121
TOTAL VISITANTES	126.509	139.377

BISITARIAK, HILABETE BAKOITZEKO

	Nacional	Internacional	TOTAL
Enero	2.229	574	2.803
Febrero	2.268	565	2.833
Marzo	6.155	1.310	7.465
Abril	6.048	3.833	9.81
Mayo	5.084	7.261	12.345
Junio	6.369	5.669	12.038
Julio	9.998	6.859	16.857
Agosto	17.689	8.469	26.158
Septiembre	8.182	7.154	15.336
Octubre	6.658	4.211	10.869
Noviembre	4.393	879	5.272
Diciembre	4.102	550	4.652
TOTAL	79.175	47.334	126.509

BISITARI NAZIONALAK, JATORRIAREN ARABERA

País	Nº PERSONAS
Andaluzia	6.597
ARAGOI	3.526
Asturias	1.421
Kantabria	567
Gaztela eta Leon	4.712
Gaztela-Mantxa	3.177
Katalunia	13.203
Ceuta	14
Euskadi	6.860
Extremadura	838
Galizia	1.775
Balear Uharteak	732
Kanariar Uharteak	1.137
Errioxa	819
Madril	13.050
Melilla	21
Murtzia	2.346
Nafarroa	8.902
Euskadi	6.860
Valentzia	9.478

Datu horietatik ondoriozta daiteke zein hiru autonomia-erkidegotatik etorri ziren bisitari gehien:

- Katalunia: 13.203 pertsona (bisitari nazionalen % 16,67)
- Madril: 13.050 pertsona (bisitari nazionalen % 16,48)
- Valentziako Erkidegoa: 9.478 pertsona (bisitari nazionalen % 11,97)

NAZIOARTEKO BISITARIAK, HERRIALDEAREN ARABERA

HERRIALDEA	PERTSONA KOP.
Alemania	6.069
Andorra	44
Argentina	2.130
Australia	1.140
Austria	381
Bélgica	884
Brasil	401
Canadá	748
Chile	208
China	144
Colombia	376
Corea	433
Dinamarca	230
EEUU	3.675
Francia	14.532
Grecia	114
Holanda	2.216
Hungría	87
India	33
Irlanda	1.024
Israel	222
Italia	3.482
Japón	437
México	589
Nueva Zelanda	169
Países Nórdicos	437
Polonia	284
Portugal	531
Reino Unido	3.348
República Checa	111
Resto África	41
Resto América	665
Resto Asia	154
Resto Europa	680

Datu horietatik ondoriozta daiteke zein hiru herrialdetatik etorri ziren bisitari gehien:

- Frantzia: 14.532 pertsona (nazioarteko bisitarien % 30,70)

- Alemania: 6.069 pertsona (nazioarteko bisitarien % 12,82)

- Italia: 3.482 pertsona (nazioarteko bisitarien % 7,35)

HARRESIEN INTERPRETAZIO-ZENTROA: SAN BARTOLOME GOTORLEKUA

San Bartolome gotorlekuan arreta eman zitzaien pertsona gehienak nazionalak izan ziren (bisitarien % 71,98); bisitari atzerritarrek, berriz, % 15,43 izan ziren. Profilari dagokionez, gehienek familiarekin egin zuten bisita (bisitarien % 35,67).

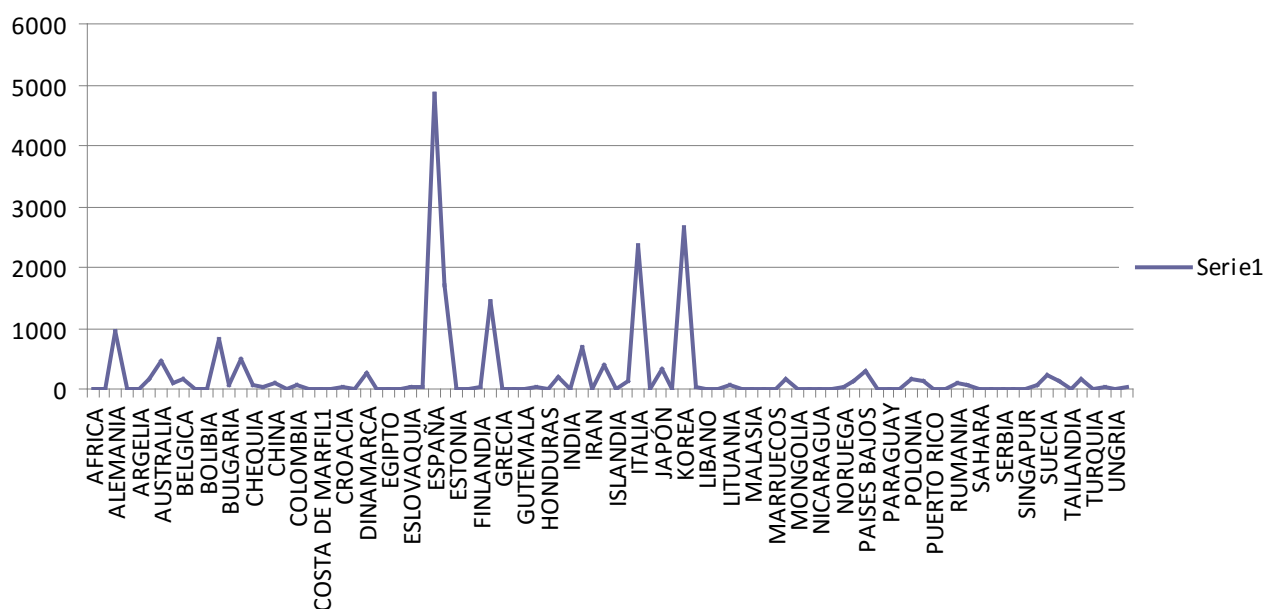
2018. urtean, San Bartolome gotorlekuaren edukiak berritzeko azterlan bat egin zen, espazio hori hiriaren historiaren interpretazio-zentro bihurtzeko. Azterlana egin ondoren, azaroan musealizazio-azterlan bat egitea eskatu zen, bai eta azken edukiak garatzea ere, irisgarritasunaren premisapean. Urtea amaitzean, musealizazio-aurreproiektua entregatu zen.

	Att.	Fam.	Pareja	Indiv.	Pereg	Amigo	Trab.	Grupo	Nac.	Inter.	Total
Enero	CERRADO POR OBRAS										
Febr.											
Marzo	306	372	152	41	9	169	4	155	804	101	905
Abril	403	305	278	71	8	236	-	234	747	385	1.132
Mayo	423	316	308	67	12	240	-	255	700	498	1.198
Junio	217	168	150	37	3	126	-	343	427	406	833
Julio	335	401	222	47	10	159	-	110	617	348	965
Agosto	708	883	586	75	13	343	-	22	1.348	586	1.934
Sept.	455	664	400	84	9	232	7	-	703	413	1.116
Octu- bre	310	259	3312	57	14	195	-	143	732	248	980
Nov.	460	474	378	58	1	332	-	8	1.058	193	1.251
Dic.	357	345	276	41	3	225	-	177	1.314	110	1.424
TOTAL	3.974	4.187	3.062	578	82	2.257	11	1.447	8.450	3.288	11.738

DONEJAKUE BIDEKO ERROMESAK HARTZEKO ZERBITZUAK

JESUS ETA MARIAREN ATERPETXEA

2018. urtean, Jesus eta Mariaren aterpetxean lo egin zuten erromesen kopuruak gora egin zuen apur bat 2017. urtearekin alderatuta (20.208); abuztua, iraila eta urria izan ziren bisita gehien izan zituen urteko aldia, eta, ondoren, apirila eta maiatza. Jatorri nazionaleko erromesen artean, madrildarrak eta bizkaitarrak nabarmendu ziren; nazioartekoaren artean, berriz, Korea eta Italiakoak.



PEREGRINOS 2018	
ENERO	251
ESPAÑÓLES	60
EXTRANJEROS	191

PEREGRINOS 2018	
MARZO	1267
ESPAÑÓLES	490
EXTRANJEROS	777

PEREGRINOS 2018	
FEBRERO	399
ESPAÑÓLES	63
EXTRANJEROS	336

PEREGRINOS 2018	
ABRIL	2554
ESPAÑÓLES	454
EXTRANJEROS	2100

PEREGRINOS 2018	
MAYO	3028
ESPAÑÓLES	417
ESXTRANJEROS	2611

PEREGRINOS 2018	
SEPTIEMBRE	3082
ESPAÑÓLES	519
EXTRANJEROS	2563

PEREGRINOS 2018	
JUNIO	2490
ESPAÑÓLES	514
ESXTRANJEROS	1976

PEREGRINOS 2018	
OCTUBRE	1886
ESPAÑÓLES	428
EXTRANJEROS	1458

PEREGRINOS 2018	
JULIO	1691
ESPAÑÓLES	480
EXTRANJEROS	1211

PEREGRINOS 2018	
NOVIEMBRE	626
ESPAÑÓLES	194
EXTRANJEROS	432

PEREGRINOS 2018	
AGOSTO	3092
ESPAÑÓLES	1145
EXTRANJEROS	1947

PEREGRINOS 2018	
DICIEMBRE	241
ESPAÑÓLES	142
EXTRANJEROS	99

TOTAL PEREGRINOS 2018	20607
------------------------------	--------------

PADERBORNEKO ERROMESEN ATERPETXEA

Paderborneko erromesen aterpetxeak 4.702 erromes jaso zituen 2018an, eta horietatik heren bat Alemaniatik etorri zen. Aterpetxea 2006tik dago martxan eta Paderborneko Donejakue Bidearen Lagunen Elkartearen laguntzarekin kudeatzen da.