

TURISMOA

2017-2019ko aldirako Turismoko Plan Estrategikoan zehaztuta dago Turismo Zerbitzuaren jarduera. Plan horretan, lan-programak definitu ziren: gobernantza, lurraldearen egituraketa, helmugaren adimena, jasangarritasuna, turismo-produktuak eta marketina eta komunikazioa.

GOBERNANTZA

Programa honen helburua hiriko turismo-politika kudeatzeko sistema hobetzea da. Jarduerak:

TURISMO-SEKTOREKO ELKARTEENTZAKO LAGUNTZAK, 35.000 EUROKO GASTU BAIMENDUAREKIN. Laguntzen deialdi honek hiru jarduera-ildo ditu: batetik, dinamizazio turistikoaren ekintzak; bigarrenik, sustapena; eta, hirugarrenik, produktu turistikoa sortzea. Berrikuntza gisa, dinamizazio-ekintzak sustatu ditu laguntza-deialdi berri honetan, bokazio eta erakargarritasun turistiko argiarekin. Gainera, turismo-produktuak sortzeko laguntza-lerroa indartu da, hirian paketatutako eskaintzaren presentzia hobetzeko. 7 erakunde aurkeztu dira 3.1 ekintza-lerroa (turismoa dinamizatzeko ekintzak); 6 erakunde 3.2 lerroa (sustapena); eta erakunde bat 3.3 lerroa (turismo-produktua sortzea). Guztira, 36 jarduera izan dira, eta 21.381,27 € banatu dira.

HELMUGA EGITURATZEA

Programa honen helburua da Iruña helmuga gisa sendotzeko garatu beharreko alderdiak lantzea, hala nola helmugaren irudia hobetzea, fluxuen kudeaketa adimenduna, turismoaren ezagutza lantzea, turismoa teknifikatzea, inbertsio publikoaren eraginkortasuna eta jarduera turistikoaren inpaktu negatiboak identifikatzea eta kudeatzea (masifikazioa, zikinkeria, ordutegiak, alokairu turistikoak, zarata...). Ekintza hauek egin dira:

UDAL-ESKUMENEN ARAUDI TURISTIKOA

- Behin-behineko bizilekuaren erabilerari buruzko aldaketak onestea: 2019ko azaroaren 19an, osoko bilkurak erabaki zuen Udal Planeko behin-behineko bizilekuaren erabileraren eta Barne Eraberritze eta Babeserako Plan Bereziaren aldaketak onartzea (2018/03/01ean eta 2018/02/08an argitaratuak, hurrenez hurren).
- Iruñerriko turismo-ostatuaren eskaintzaren jarraipen-txostena, maiatzan eta ekainean eginikoa, zeinaren helburua baita Iruña helmugan arautu gabe dauden turismo-ostatuaren eskaintza identifikatzea; ostatu horiek P2P plataforma nagusietan eskaintzen dira, San Fermin aurreko egunetan.
- Prezio publikoak arautzen dituen 9. arau-aldaketa merkatuko prezioen araberako tarifak ezartzeko eta PIC txartela erabiltzearen ondoriozko deskontuak ezartzeko.

SEINALEZTAPEN TURISTIKOA.

Hiriko interpretazio-seinale turistiko guztiak aldatu dira, Arrotxapeko igogailuan plano turistiko bat instalatu da eta norabide-seinaleen zati bat berritu da. Azkenik, norabide- eta kokapen-seinale batzuk erretiratu dira.

ULTREIA DONEJAKUE BIDEAREN INTERPRETAZIO ZENTROA ETA TURISMO BULEGOA.

Turismo Bulegoak lizitazioan jasotako eskuduntzekin jarraitzen du. Lizitazio horretan funtzio gehiago ematen dira komunikazioaren, merkaturatzearen eta PIC txartelaren sustapenaren arloan, eta horrek asko bultzatzen du zerbitzua, bai eta haren eraginkortasuna hobetu ere. Bestalde, martxoan Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa (Ultreia) ireki zenez, eta San Bartolomeko Gotorlekuko lanak ebazteko zeudenez, San Bartolomeko Gotorlekuko informazio-postua Ultreiara aldatu da.

2019an, aurrez aurreko tiketak (turismo-bulegoa) eta onlineko txartelak webgunearen bidez saltzeko sistema bat jarri da martxan..

IRISGARRITASUNA.

Jacob@ccess proiektuaren bazkide gisa, zeinaren helburua baliabide kultural-turistiko irisgarriak lantzea baita, Iruñeko Udalak, modu parte-hartzailean eta Koine Aequalitas fundazioarekin lankidetzan, Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa (Ultreia) jarri du abian. Zentroak 2019ko martxoaren 21ean ireki zituen ateak. Topaketak sustatu ditu erakunde eta profesional askorekin, jardunbide egokiak identifikatzeko eta proiekturako ekarpenak jasotzeko. Gainera, irisgarritasunaren arloko jardunbide egokien inbentarioan laguntzen du, bai eta bazkideek proiektu honen esparruan garatutako azpiegituretan landu beharreko gaiak eta elementu partekatuak hautatzen ere.

BERTZE HELMUGA batzuekiko sinergiak indartzea.

Donejakue Bideko Udalerrien Elkarte: Turismo Zerbitzuak 2019ko otsailaren 22an elkarteak sustatutako mahai teknikoetan parte hartu du; horietan, halaber, administrazio autonomoetako teknikariek ere esku hartu dute. 2019ko urriaren 18an, elkarteko zuzendaritza-batzordea berritu zen, eta Enrique Maya Iruñeko alkatea hautatu zuten lehen presidenteorde.

HELMUGA-ADIMENA

Programa honen helburua da Iruña helmuga adimendun bihurtzea, helmuga turistiko berritzaile gisa ulertuta, etengabeko eguneratze teknologikoko ezarpen egokiarekin, zeina, guztientzat eskuragarri izateaz gainera, iraunkorra izanen baita denboran.

TURISMOAREN BEHATOKIA

Honako puntu hauetan bildutako datuak aurkeztu dira:

1. Turismo Bulegoa.
2. Ultreia, Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa.
3. Jesus eta Maria erromes-aterpetxea.
4. Paderborne erromes-aterpetxea.
5. Autokarabanendako eremua.

TURISMO-BULEGOA

2019ko bisitari kopurua, guztira, aurreko urtekoa baino zertxobait handiagoa izan da.

Nabarmentzekoa da nazioarteko bisitarien kopurua bereziki areagotu izana. Esan behar da aurten Turismo Bulegoak 2018an baino informatzaile bat gutxiago izna duela (4 lagun, 5 izan beharrean).

	2019	2018	Aldakuntza
Bisitari nazionalak	80.164	79.175	+1,24%
Nazioarteko bisitariak	49.644	47.334	+4,88%
GUZTIRA	129.808	126.509	+2,60%

Hileroko banakapenean, ikusten da bisitarien puntu gorena abuztua dela, baina esan daiteke goi-denboraldia uztailan hasten dela, eta irailera arte iraun; irailean ekainean baino bisitari gehiago izan da.

Era berean, nabarmentzekoa da otsail eta martxo bitartean gora egiten duela bisitarien kopuruak; horren arrazoia da batez ere Donejakue bideko erromesaldi-denboraldia martxoan hasi eta urrian amaitu ohi dela.

Maiatzean, ekainean eta urrian ere bisitari asko erregistratu ohi da; izan ere, bidaia-agentzien talde programatu ugari izaten dira hilabete horietan, bai eta Iruña bisitatzera etortzen diren pertsonak ere, batez ere kongresuen eta lan-arrazoien ondorioz.

Hilabetea	2019	2018	Aldakuntza
URTARRILA	1.703	518	2.221
OTSAILA	2.348	718	3.066
MARTXOA	4.488	1.214	5.702
APIRILA	7.765	5.042	12.807
MAIATZA	5.512	6.689	12.201
EKAINA	5.335	5.898	11.233
UZTAILA	10.689	6.819	17.508
ABUZTUA	19.202	9.110	28.312
IRAILA	8.255	8.172	16.427
URRIA	6.049	4.138	10.187
AZAROA	4.340	797	5.137
ABENDUA	4.478	529	5.007
GUZTIRA	80.164	49.644	129.808

ULTREIA, DONEJAKUE BIDEAREN INTERPRETAZIO ZENTROA

Zentroa martxoaren 21ean ireki da. Ezin da konparaziorik egin jende kopuruari dagokionez, duela gutxi ireki baita.

Zenbat arreta egin diren	2.659
Bisitari nazionalak	3.700
Nazioarteko bisitariak	2.566
GUZTIRA	6.266

Zentroko bisitarien hileko banakapenaren xehetasuna:

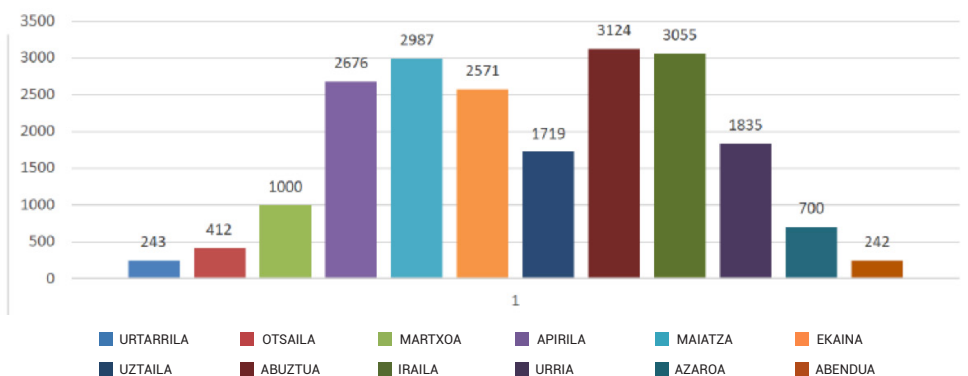
	Zenbat jarduketa egin diren	Nazionalak	Nazioartekoak	GUZTIRA
URTARRILA				
OTSAILA				
MARTXOA	146	256	21	277
APIRILA	380	618	206	824
MAIATZA	368	405	395	800
EKAINA	245	341	262	603
UZTAILA	218	289	283	572
ABUZTUA	456	609	526	1.135
IRAILA	308	248	410	658
URRIA	251	291	325	616
AZAROA	147	300	62	362
ABENDUA	140	343	76	420
GUZTIRA	2.659	3.700	2.566	6.266

JESUS ETA MARIA ERROMES-ATERPETXEA

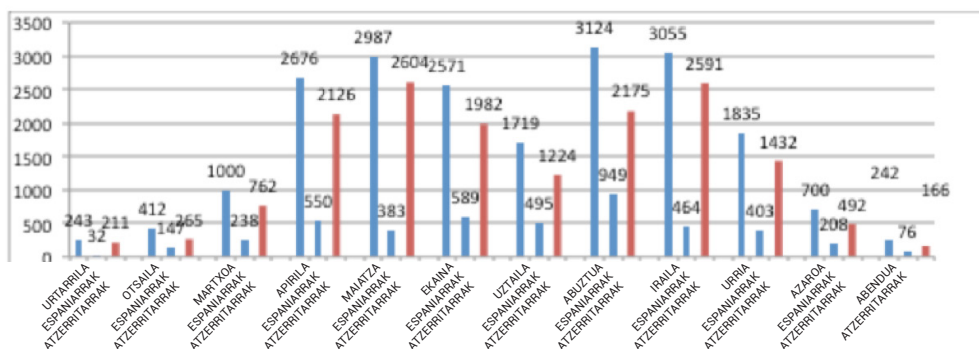
Jesus eta Maria aterpetxe turistikoak 20.564 turista jaso zituen 2019an, horietatik % 99 erromesak. Horrek esan nahi du jaitsiera txiki bat izan dela aterpetxean ostatu hartu duten pertsona guztiekiko, 2018an 20.607 izan baitziren.

Aterpetxea urte osoan egoten da irekita; urtarrilaren 1etik 7ra, uztailaren 5etik 14ra eta abenduaren 24tik 31ra soilik ixten da.

PEREGRINOAK 2019. (20564)



Hilabetez hilabete, maiatzean eta irailean izan da jende gehien.



Aterpearen erabiltzaile guztien % 78 atzerritarak dira (16.030), eta % 22 espainiarrak (4.534).

ERROMESAK	2019
URTARRILA	243
ESPAINIARRAK	32
ATZERRITARRAK	211
OTSAILA	412
ESPAINIARRAK	147
ATZERRITARRAK	265
MARTXOA	1.000
ESPAINIARRAK	238
ATZERRITARRAK	762
APIRILA	2.676
ESPAINIARRAK	550
ATZERRITARRAK	2.126
MAIATZA	2.987
ESPAINIARRAK	383
ATZERRITARRAK	2.604
EKAINA	2.571
ESPAINIARRAK	589
ATZERRITARRAK	1.982
UZTAILA	1.719
ESPAINIARRAK	495
ATZERRITARRAK	1.224
ABUZTUA	3.124
ESPAINIARRAK	949
ATZERRITARRAK	2.175
IRAILA	3.055
ESPAINIARRAK	464
ATZERRITARRAK	2.591
URRIA	1.835
ESPAINIARRAK	403
ATZERRITARRAK	1.432
AZAROA	700
ESPAINIARRAK	208
ATZERRITARRAK	492
ABENDUA	242
ESPAINIARRAK	76
ATZERRITARRAK	166
GUZTIRA 2019	20.564

PADERBORNE ERROMES-ATERPETXEA

Paderborne erromes-aterpetxeak 4.531 erromes jaso ditu 2019an (4.702 2018an). Herenak Alemaniatic etorriak.

TAG	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	SUMME
Australia	4	12	10	10	4	3	13	6	62
Brasil	5	11	20	8	5	13	9	5	76
Alemania	100	232	262	128	132	186	244	149	1.433
Ingalaterra	9	17	22	10	12	12	29	10	121
Frantzia	10	31	53	67	68	55	60	46	390
Italia	17	60	68	55	65	98	69	31	463
Herbehereak	7	27	19	4	12	7	20	6	102
Austria	7	8	26	5	4	7	9	6	72
Suedia	1	10	14	11	7	5	11	4	63
Suitza	1	17	5	15	6	7	18	7	76
Espania	25	46	20	54	74	87	54	42	402
Hego Korea	18	24	31	8	63	5	24	18	191
AEB	9	36	43	62	28	27	46	18	269
Bertze batzuk	54	93	123	130	98	105	135	73	811
Guztira	267	624	716	567	578	617	741	421	4.531

AUTOKARABANENDAKO EREMUA

Autokarabanen arloa % 22 inguru handitu da 2018. urtearekin alderatuta, bai eragiketei dagokienez, bai diru-bilketei dagokienez.

AUTOKARABANEN APARKALEKUA. IRUÑA 2018. 2017ko uztail hasiera							
	DIRU-BILKETA				ERAGIKETAK		
	TELEPARK	KUTXAZAINAK + KRED. TXAR.	GUZTIRA		TELEPARK	KUTXAZAINAK + KRED. TXAR.	PLAZAK: 33 OCUPACIÓN
2018ko urtarrila	8,00	1438,00	1.446,00		2	145	14,37%
2018ko otsaila	40,00	1544,00	1.584,00		12	156	16,42%
2018ko martxoa	54,00	3556,00	3.610,00		11	332	33,53%
2018ko apirila	48,00	4830,00	4.878,00		7	475	47,12%
2018ko maiatza	74,00	5868,00	5.942,00		16	554	55,72%
2018ko ekaina	30,00	4808,00	4.838,00		2	457	44,87%
2018ko uztaila	48,00	10028,00	10.076,00		5	684	67,35%
2018ko abuztua	4,00	10.204,00	10.208,00		1	1029	100,00%
2018ko iraila	12,00	7.294,00	7.306,00		6	709	69,89%
2018ko urria	20,00	6.302,00	6.322,00		1	602	58,94%
2018ko azaroa	16,00	3.774,00	3.790,00		1	360	35,29%
2018ko abendua	52,00	4.834,00	4.886,00		15	467	47,12%
GUZTIRA, 2018	406,00	64.480,00	64.886,00		79,00	5.970,00	6.049,00

AUTOKARABANEN APARKALEKUA 2019. IRUÑA. 2017ko uztail hasiera							
	DIRU-BILKETA				ERAGIKETAK		
	TELEPARK	KUTXAZAINAK + KRED. TXAR.	GUZTIRA		TELEPARK	KUTXAZAINAK + KRED. TXAR.	PLAZAK: 33 OCUPACIÓN
2019ko urtarrila	4,00	2.846,00	2.850,00		1	276	27,08%
2019ko otsaila	24,00	3.152,00	3.176,00		2	302	32,90%
2019ko martxoa	108,00	4.962,00	5.070,00		16	491	49,56%
2019ko apirila	48,00	7.248,00	7.296,00		8	716	73,13%
2019ko maiatza	64,00	6.258,00	6.322,00		11	574	56,11%
2019ko ekaina	130,00	5.832,00	5.962,00		15	574	57,58%
2019ko uztaila	190,00	11.314,00	11.504,00		21	775	77,81%
2019ko abuztua	194,00	10.438,00	10.632,00		22	1087	100,00%
2019ko iraila	196,00	9.056,00	9.252,00		23	857	86,02%
2019ko urria	108,00	7.526,00	7.634,00		13	724	72,04%
2019ko azaroa	156,00	4.196,00	4.352,00		36	368	39,49%
2019ko abendua	130,00	4.840,00	4.970,00		16	446	45,16%
GUZTIRA, 2019	1.352,00	77.668,00	79.020,00		184,00	7.190,00	7.374,00

EUROPAKO PROIEKTUAK

2019an, hiru proiektu zeuden indarrean: Jacob@ccess eta Kintoan Barna.

- **Jacob@ccess (Donejakue bidea)**

Iruñeko Udalak Jacob@ccess proiektuaren bazkide gisa parte hartzen du. Proiektu hori Espainia-Frantzia-Andorra Mugaz Gaindiko Lankidetza Programak (POCTEFA 2014-2020) finantzatzen du, EEGF funtsen bidez. Jacob@ccess proiektuaren parte diren herri guztietan (Iruña, Jaka eta Ostabat-Izura) Donejakue bideari buruzko interpretazio-zentro bat garatzea da helburua, pertsona guztientzat eta, bereziki, desgaitasunen bat dutenentzat irisgarria izan dena. Gainera, Martilluén (Huesca) aterpetxe egokitu bat jarriko dute martxan.

Proiektu horren esparruan, Udalak jardunbide egokien eta baliabide erabilgarrien inbentarioan laguntzen du, eta, gainerako bazkideekin batera, azpiegiturretan landu beharreko gai eta elementu partekatuen hautaketan parte hartzen du.

- **Kintoan Barna (natura eta kultura)**

(natura eta kultura): proiektu honen helburua Kintoko inguruaren erakargarritasuna areagotzea da, dinamizazio eta errebalorizazio ekonomikoko ekintzak garatuz bertako biztanleen, eragile sozialen eta bisitarien mesedetan. Iruñeko Udalak turismo-produktuaren komunikazio-jardueretan eta garapenean parte hartzen du (ibilbidearen amaiera – hasiera). 2019an, proiektua hasteko hainbat bilera egin dira.

PRODUKTU TURISTIKOAK

Honako produktu turistiko hauen gainean lan egin da.

PAMPLONA- IRUÑA CARD, ETA ENPRESA PARTAIDEEN SARRERAK MERKATURATZEKO BABESA.

Proiektu horren jarraipena egin da, eta 28 enpresa atxiki zaizkio. Sarrerak saltzeko sistemaren helburua da tokiko produktu turistikoa errazago merkaturatzea eta turistak produktu horiek eskura izatea.

Ekimen hau Pamplona-Iruña Card (PIC) produktuaren garapenaren barruan kokatzen da.

IRUÑA BERDEA DA

2019an, Lorategi eta Kultura Alorrarekin lankidetzan, «Iruña loretan» dinamizazio-jarduera egin da, zeinaren helburua hainbat jarduera egitea baita hiriko parke eta lorategiei balioa emateko. Proiektu erabakigarria da, jasangarritasunaren helburu estrategikoa garatzeko. Hainbat arlotan lan egiten du, hala nola gizartean, kulturean, turismoan, ekologian eta elkartasunean. Jaialdi hau, martxoan hasi, eta maiatzean amaitzen da. Bere jardueren artean lorategi iragankorrak, bisita gidatuak, lorategietako jarduera kulturalak eta abar daude.

Gainera, honako jarduera hauek egiten dira:

- Parkeen esploratzailea: bisita gidatua Iruñeko parkeetara, familientzat. 4 jardunaldi.
- Bisita gidatuak parkeetara helduentzat: 4 jardunaldi.
- Kultura-jarduerak: piano flotatzailearen kontzertua Yamaguchi parkean eta Hutsun taldearen kontzertua Media Luna parkean.

DONEJAKUE BIDEA GUZTIONTZAT

Jacob@ccess proiektuaren esparruan, Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa (Ultreia) ipini da abian. Jarduerak eta jardunaldi tekniko bat egin dira zentroa irekitzeko. Donejakue bidea dinamizatzeko programa bat jarri da abian. Programa horren barruan, honako hauek sartzen dira:

- Talde eta turistentzako bisita gidatuak urte osoan zehar: Iruñeko Donejakue bidea 45 aldiz bisitatu da (Ultreia zentroan amaiturik). 490 pertsonak parte hartu dute (456 gaztelaniaz eta 34 ingelesez). Talde gehienak desgaitasunen bat zuten pertsonaz osatuak ziren, eta erretiratuen hainbat klubek ere esku hartu dute.
- Uztailaren 25a, Donejakue eguna: Musikata bat eta Donejakue bidearen bisita gidatu berezia egiten da Iruñean.
- «Bertze Donejakue bidea» hitzaldia Kondestablearen Jauregian.
- Ginkana: «Iruña bidean lehena». Familiei zuzendua da, eta hiru jardunaldi egin dira.

TOKIKO GASTRONOMIA DINAMIZATZEKO JARDUERAK TOKIKO PRODUKTUAREN ASTEAN.

2 bisita gidatu egiten dira Aranzadiko baratzeetara, inguruan ibilaldi bat egiten da tren turistikoan. Tren turistikoa Iruñean barna ibiltzen da asteburuan.

HARRESIAK

Harresia dinamizatzeko ekintzak, honako jarduera hauekin:

- «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 erlazionatuz: 4 jardunaldi.
- Taconerako sekretuak ihes-jokoa. Logika eta talde-lana emozioarekin eta dibertimenduarekin uztartzen dituen jokoa da, erronka edo misio bati irtenbidea emateko. Udan 6 jardunaldi eskaintzen dira.
- «Jaunak eta armadurak» bisita gidatua familientzat udako hilabeteetan. 6 jardunaldi.
- Karrikadantza Zaldi Zuriaren zokoan, uda-partean. 3 jardunaldi.

MICE MAHAIA

MICE turismo-mahaiaren lan-bileretan parte hartzea. Iruñean 2018an egin ziren bileren turismoari buruzko azterlan bat egin da. Alderantzizko jardunaldi batean parte hartu da Alemaniako merkatuarekin, eta zuzeneko bertze jardunaldi batean Frantziako merkatuarekin. IBTM azokan parte hartu da. CONEXO aldizkarian eginiko argitalpena. Udalaren webguneko MICE ataleko edukiak hobetzeko azterlana.

OSASUN KLUSTERRA

Osasun Klusterraren lan-bileretan parte hartzea eta hiria produktu horren esparruan sustatzeko ekintzak finantzatzea.

PILOTA PRODUKTUA

3 bisita gidatu egin dira «Iruña, pilotaren munduko hiriburua» egitasmoaren barnean.

ARDATZA. MARKETINA ETA PUBLIZITATEA

IRUÑEKO TURISMO-WEBGUNE OFIZIALA: Udalaren webgunean dagoen turismo-webgunea hobetzeko lanekin jarraitu dugu.

SARE SOZIALAK: hiru sare sozialekin lan egiten da (Twitter, Facebook eta Instagram). Urtearen hasieran, lehen hiru hilabeteetan, adierazleek goranzko joera izan dute. Jarraitzaile kopuruaren igoera hilean 50 ingurukoa da, baina egonkortu egin da azken aldietan. Martxoan, Instagram sendotu egin da gehien hazten ari den sare sozial gisa. Edukiei dagokienez, Iruñeko baliabide turistikoei buruzko informazioa eta argazkiak argitaratzen dira, baita hirian egiten diren hainbat ekitaldiri buruzkoak ere. .

Hamabostean behin newsletterra ateratzen da, jardueren agendaren programazioarekin.

KOMUNIKAZIO-KANPAINAK:

- Ultreiairen irekiera: toki-irratia eta hiriko autobusak.
- Aste Santuan:
 - Salta Conmigo blogariaren kanpaina: influencer-ekin eginiko kanpaina (hiru egunez Iruñera eginiko ihesaldi bat finantzatzea otsailean).
 - CondeNast Traveler, publizitate-erreportajea: 1. orria 2019ko otsaileko zenbakian.
 - Ongi Etorri Gipuzkoa, publizitate-erreportajea: 1. orria, frantsesez (2019ko martxoa), Sudouest egunkariarekin.
 - On Barcelona, publizitate-erreportajea: orrialde erdia katalanez (martxoak 29), El Periódico de Catalunya egunkariarekin.
 - Radio Popular Bilbao, iragarkia: 24 spot (apirilak 8 -13), Itzulia txirrindulari-ekimenarekin batera.
- Udan:
 - Udako blogariak: - Algo que recordar familia-bidaiei buruzko blogeko Lucy, Rubén eta Kokeren bisita.
 - Kanpoko publizitatea:
 - Autobus-geltokia: kartel inprimatua olanan.
 - Autobusetako eta aireportuko mupietan.
 - Edikuluak: 3 denboraldi.
 - Facebook Ads (ekaina eta uztaila): Facebooken eta Instagramen 50 segundoko bideo bat sustatzea, Artworks eta time lapse miniklip tematikoen irudiak nahasturik. Zabalkundea sanferminen aurreko hiru asteetan (ekainaren 17tik uztailearen 7ra), jaien aurreko estaldura mediatikoa aprobetxatzeko. Bigarren bolada, uztailearen 15etik 29ra bitartean bi astez emititzeko, hiriko bisitak eta udako jarduerak sustatzeko.

LIBURUXKAK: 2019an hiruhileko agenda turistikoa landu da.

FOROAK ETA AZOKAK: 2019ko urtarrila, Nazioarteko Turismo Azokan (FITUR) parte hartzea.