

2.2.3.

TURISMOA

JARDUKETA NAGUSIAK

Sektore turistikoak bereziki jasan ditu COVID-19ak eragindako osasun-krisia eta arau-aldaketa. Horrek guztiak, kaltetu ditu bai turismo zerbitzuaren jarduna bai haren udal-zerbitzuak: Turismo Bulegoa eta Ultreia, Donejakue Bidearen Interpretazio Zentroa. 2020an, Turismo Zerbitzuaren jardueraren parte bat sektorerako proposamenak diruz laguntzera bideratu da deskontu-bonuen bidez eta lokalak egokitze merkataritza- eta ostalaritza-establezimenduei emandako laguntzen bidez (ikus COVID-19).

Memoria honetan, garatutako turismo-jarduera aurkezten da, Iruñeko 2017-2019ko Turismoko Plan Estrategikoan zehaztutako ardatz eta jarduketaren arabera.

GOBERNANTZA

Programa honen helburua hiriko turismo-politika kudeatzeko sistema hobetzea da. Jarduketak: Turismo-sektoreko elkarteentzako laguntzak, 32.700 euroko gastu baimenduarekin

Laguntza-deialdi honen helburua da laguntza ematea programan jasotako turismo-produktuak garatzeko xedez turismoa dinamizatu eta sustatzeko ekintzak garatzen dituzten turismo-elkarteei. Deialdiak bi jarduketa-ildo ezartzen ditu: 3.2.- Sustapen- eta publizitate-kanpainak, Iruña turismo-helmuga gisara nabarmenduta. 7 entitatek 25 ekintza aurkeztu dituzte, turismoa dinamizatzeko 6 eta turismoa sustatzeko 19. Guztira, 31.810 euro banatu ziren:

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:

Tokiko herritarrak sentsibilizatzeko jarduerak

'Iruña Quiz' animazio turistiko birtualeko lehiaketa. Webgunean eta aplikazioaren bidez egindako galdera/erantzun sistema bat, familiarendako aisialdia eta entretenimendua eskaintzen dituen, turista potentzialei hiriko kultura- eta turismo-erakargarriei buruzko informazioa ematen diena, webgunea eta lotutako aplikazioa zabaltzen dituen, eta aplikazioaren deskargen kopurua eta tresna horren erabiltzaileen kopurua handitzea bilatzen duena.

SEINALEZTAPEN TURISTIKOA.

Iruña berdea da programaren barruan sartutako lorategi historikoetan seinaleztapen berria jarri da. 5 totem turistikotan mantentze-lanak eta aldaketak egin dira.

ULTREIA DONEJAKUE BIDEAREN INTERPRETAZIO ZENTROA ETA TURISMO BULEGOA.

2020an, horien kudeaketa 2020ko ekainaren 30era arte luzatu zen (bigarren luzapena), eta Iruñeko Turismo Bulegoan eta Ultreia zentroan bisitariei arreta emateko zerbitzuaren lizitazio berri bat lantzen hasi ziren. Ondoren, kontratazio-prozedurak eten ziren (ikus COVID-19), eta beste luzapen bat egin zen uztailetik azarora eta azken bat, azarotik 2021eko urtarrilera.

2020an bidaiari kopuruak behera egin duenez, zerbitzuari atxikitako langileek barneko hainbat lan-ekintza egin izan ditzakete, kontratuan jasotakoak: argazkien eta bideoen sailkapena, Batto plataformaren mantentze-lanak (Pamplona-Iruña appa) eta webgunea hobetzeko lanetan laguntzea.

SAN BARTOLOME GOTORLEKUA, IRUÑEKO GOTORLEKUEN INTERPRETAZIO ZENTROA.

2020an San Bartolome gotorlekua konpontzeko eta hobetzeko lanak egin ziren, irisgarritasunari buruzko Ilunionen txostenetik eratorriak: bainugela irisgarritasun-arauari egokitzea, erakusketan islak kentzea eta zirkulazio-sistema egonkor bat garatzea. Gainera, saneamendu-sistema garbitu eta ponpaketa egiaztatu zen, kanpoko ateko pintura konpondu zen, 5. kasernako grafitia berreskuratu zen eta itoginak eta hezetasunak konpondu ziren. Elementu teknologikoei eragiten dieten konponketak egin ziren, begizta magnetiko bat instalatu zen, balizak erosi ziren eta zaintza-kamerak eta izuaren aurkako sistema instalatu ziren. Altzariak ere berritu ziren, irisgarritasun-araudira egokitzeke eta turismo-materiala gordetzea errazteko. Gortinak berritu eta seinale irisgarriak jarri ziren. Azkenik, Pamplona-Iruña aplikazioan hobekuntzak aplikatu ziren irisgarritasuna hobetzeko.

Obrak 2020ko uztailaren erdialdean amaitu ziren, 84.446 euroan. Gotorlekua abuztuaren 1etik urriaren 12ra egon zen zabalik, astelehenetik larunbatera 11:00etatik 14:00etara eta 16:00etatik 19:00etara, eta igandeetan, 11:00etatik 14:00etara. Jendaurreko harrera eta eguneroko garbiketa zerbitzua SEDENari eta ASPACeri adjudikatu zitzaizkien, hurrenez hurren, honako aurrekontu hauekin: 6.270 euro + BEZ eta 1.750 euro + BEZ.

BERTZE HELMUGA BATZUEKIKO SINERGIAK INDARTZEA.

Donejakue Bideko Udalerrien Elkartea: Turismo Zerbitzuak mahai teknikoan parte hartu zuen (Garesen, otsailaren 28an), eta denbora errealean aterpeetan beteta dauden tokien berri ematen duen sistema baten abiaraztean (Albergues LoT proiektua).

HELMUGA-ADIMENA

Programa honen helburua da Iruña helmuga adimendun bihurtzea, helmuga turistikoa berritzaile gisa ulertuta, etengabeko eguneratze teknologikoko ezarpen egokiarekin, zeina, guztientzat eskuragarri izateaz gainera, iraunkorra izanzen 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

2020an 18.605 bisitari izan ziren guztira, eta 2019an, berriz, 129.808; hau da, -% 85,67ko beherakada egon da. Guztira, 14.503 bisitari nazional izan dira, eta nazioarteko 4.102. Abuztuan bisitari nazional gehien (2.927) izan ziren; nazioarteko bisitarien kasuan, berriz, uztailean (923), nahiz eta Sanferminak bertan behera utzi. Nabarmenezkoa da martxoko eta apirilko ohiko bisitarien beherakada, erromes faltagatik eta udaberrian eta urrian programatutako bidaiengatik. Otsailean igaro dira erromes eta turista ez-erromes gehien (hirian ostatu hartutakoak) Turismo Bulegotik (ikus COVID-19).

Hona hemen bisitari gehien jasotzen dituzten hiru autonomia-erkidegoak: Katalunia 3.117 pertsona (bisitarien % 21,49), Nafarroa: 2.456 pertsona (% 16,93) eta Madril: 2.094 pertsona (% 14,44).

Nazioartekoei dagokienez: Frantzia: 2.423 pertsona (% 59,07), Erresuma Batua: 243 pertsona (% 5,92) eta Alemania: 168 pertsona (% 4,10).

ULTREIA, DONEJAKUE BIDEAREN INTERPRETAZIO ZENTROA

2020an 2.220 bisitari izan ziren guztira; 2019an, berriz, 6.266. Bisitari nazionalak, guztira, 1.551 izan ziren, eta nazioartekoak, 669.

2020. urtean, otsaila izan da Ultreia bisitari gehien joan diren hilabetea, 547 pertsonarekin, seguruenik osasun-murrizketen aurreko azken hilabetea izan zelako. Ultreia erabiltzaile gehienak tokikoak dira (% 32,31), eta, ondoren, hirian ostatu hartu zutenak, hau da, turista ez-erromesak (bisitarien % 28,94). Bisitari erromesen gailurra irailean jaso zen. Tokiko bisitarien gehieneko kopurua abenduan eman zen.

Jatorriaren arabera, bisitari gehienak autonomia-erkidego hauetakoak izan dira: Nafarroa, 718 pertsona (% 48,77); Katalunia, 183 pertsona (% 12,43), eta Madril: 138 pertsona (% 9,37). Ultreia etortzen diren bisitari gehienak herrialde hauetakoak dira: Frantzia, 393 pertsona (% 60,09); Alemania, 51 pertsona (% 7,79), eta Italia, 37 pertsona (% 5,65).

JESUS ETA MARIA ERROMES-ATERPETXEA

Uztailaren 1ean, aterpetxe turistikoa ireki zen, Donejakue bidea egiten duten guztientzako laguntza-puntu gisa (ikus COVID 19), eta urriaren 23ra arte egon zen zabalik. Ireki zen hilabeteetan 4.567 pertsonak hartu zuten ostatu, eta horietatik 2.020 atzerritarrak izan ziren. 2019an 20.564 pertsona hartu zituen aterpetxeak.

Paderborn erromes-aterpetxea (ikus COVID-19)

Autokarabanetarako eremu

Autokarabanetarako eremuak beherakada handia izan du, 2019an jasotako datuekin alderatuta, eta 7.374 eragiketatik 2.820 eragiketara igaro da 2020an.

EUROPAKO PROIEKTUAK

2020an, 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 Lankidetzaren 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)

proiektu honen helburua Kintoko inguruaren erakargarritasuna areagotzea da, dinamizazio eta errealizazio ekonomikoko ekintzak garatuz bertako biztanleen, eragile sozialen eta bisitarien mesedetan. Iruñeko Udalak turismo-produktuaren komunikazio-jardueretan eta garapenean parte hartzen du. 2020an, Emotion tourisme enpresak egindako "produktu turistikoa" azterlanaren proposamenaren balorazioa egin da. Gainera, hiriko produktu turistikoa eta Kintoko lurraldearekin duen lotura garatu eta hobetzeko asmoz, "Iruñearen blokeoa" izeneko ihes-jokoa garatu da.

PRODUKTU TURISTIKOAK

MICE mahaia: Elkarleen Merkatuko Sustapen Nazionalako Jardunaldia hartzeko hautagaitza prestatzen da –azkenean Malagan egiten bada ere–: marka-izena, logotipoa eta sare sozialetako kontuak sortzen dira, eta bileretan, topaketetan eta webinarretan parte hartzen da, besteak beste, MICE Foroaren III. Topaketa Birtualean (ekaina) eta Spain Convention Bureau delakoaren onlineko Biltzar Nagusian (uztaila). MICE mahaia dagokionez, martxoan bildu zen kongresu eta bileretara joaten diren pertsonek helmugan egiten duten gastuaren profila jakinarazteko, eta ekainean, berriz, Iruñeko eta Espainiako MICE segmentuaren testuingurua eta joerak aztertzeke, bai eta MICE 2020ko Plan Operatiboa ere; MICE Sektoreari Laguntzeko Plana Udalaren aldetik, eta MICE segmentua, Nafarroako marketin-plan berrian. Zerbitzuak IBTMartzelona birtualean ere parte hartu zuen: Bidaia-agentzia handizkariak/Agentziak hautatzeko azterketa eta balorazioa (abendua) online hitzorduak hitzartzeko.

Osasun turismoa. Osasun-klusterrean parte hartzea (ikus COVID-19)

Donejakue bidea: 2020an, hiru lan-fasetako estrategia bat zehaztu zen Iruñeko Donejakue bidea produktua garatzeko eta Ultreia Zentroa hobetzeko: Ultreia Zentroa abian jartzea (egina), erromesen harreraren kontzeptua eta Frantziako Donejakue bideari buruzko informazioa garatzea (2021) eta Bideari lotutako turismo-enpresen merkaturatzea hobetzea 2022an.

Gastronomia

Saborea España sarea

2020an, Iruña Saborea España sarean sartu zen. Onlineko bi sustapen-kanpainatan parte hartu zuen: 'Quédate en casa' (ikus COVID-19) eta 'Contigo sabe mejor'. Azken horretan, leku bakoitzak bidali zituen azalpen-testu bat gastronomiaren ikuspegitik, argazkiak, bideoa, errezetak eta produktu gastronomiko bereizgarriak. Mikroklipe bat ere egin zen. Entzierroko, Bideko eta Ibilbide Berdeko ibilbide gastronomikoak ere prestatu ziren, denak ala denak webgunerako, etorkizunean aurrez aurreko ekitaldi promozioa egiteko asmoz.

Helmuga Gastronomikoen Espainiako Elkartea

Udalak bilera, foro eta batzar birtualetan eta/edo aurrez aurrekoetan parte hartu zuen: 4, ekainean; 1, urrian eta 2, azaroan.

Gastronomia dinamizatzeko jarduera: 'Dastaketa freskoak'

Ardo onarekin, artisau garagardoarekin, apardunekin eta haien uztarketekin lotutako usaimen- eta dastamen-esperientziak dira. Pamplona Foody enpresaren eskutik egin ziren, abuztuko lau larunbatetan, San Bartolome gotorlekuan.

IRUÑA BERDEA DA

Ingurumen Hezkuntzako Zerbitzuak eta Udaleko Kulturako eta Turismoko Alorrek elkarrekin egindako lanari esker, 2020ko iraila eta azaroa bitartean, jarduera-programa bat prestatu zen hiriko berdegune esanguratsuetan, hala nola Arantzadin, Ziadadelan eta Taconeran. Helburua da natura-ondarea herritarrengana hurbiltzea, naturaz gozatzea eta ingurune seguruetan harremanetan jartzeko eta ongizate fisikoa, psikologikoa eta soziala berreskuratzeke gizarte-premiari erantzutea.

Proposamenak hiriko alderdi esanguratsuei buruzko erronkak sustatzea barne hartzen du, ingurumenaren, kulturaren eta turismoaren ikuspegitik garrantzitsuak izan daitezkeenak.

Produktuen dinamizazioa

Bisita gidatua: 'Iruña ezinbestekoa' (Iruña harresiak dira)

Iruñeari buruzko bisita orokor bat eskaintzen da, gaztelaniaz, gutxi gorabehera 90 minutukoa, oinez egitekoa eta mugikortasun urriko pertsonendako irisgarria. 'Iruña ezinbestekoa' bisitak gai batzuk hurbiltzen dizkie bisitariei: hiriko historia, sanferminak, Donejakue bidearen garrantzia, parke eta lorategiena eta baita gastronomiarena ere.

Bisita doakoa da Iruñera 'Jan ezazu Iruña' kanpainarekin iristen diren turistentzat, eta ordaindu beharrekoa, gainerako turistentzat. Egunero eskaini zen, 11:30ean, uztailean eta abuztuan. PIC txartelari atxikitako kultura-jardueretako enpresa guztiek parte hartzen dute.

Harresietako zaindaria (Iruña harresiak dira - familiak)

Iruñeko harresiari bizia eman zioten pertsonaiak irudikatzen dituen antzerki erako bisita, aktore eta gidari batekin, non Iruñeko gotorlekuen historia ezagutzen baita. Jorge Próspero de Verboom ingeniaria, infanteriako soldadu bat eta harresiko portaleetako bateko zaindaria bisitarien zain daude hainbat puntutan, euren egunerokotasuna umorez eta zorroztasun historikoz kontatzeko.

Uztaileko eta abuztuko zazpi egunetan egin zen familiarteko bisita.

Ihes-jokoa: Taconerako sekretuak (Iruña harresiak dira – berdea da. Familiak)

Logika eta talde-lana emozioarekin eta dibertimenduarekin uztartzen dituen jokoa da, erronka edo misio bati irtenbidea emateko. Mapa bat eta osagarri fisiko jakin batzuk (kutxak giltzarrapoekin, etab.) banatuko zaizkie talde parte-hartzaileei, eta haietaz baliaturik Taconera parkeko tarte batean barna ibiliko dira igarkizunak, asmakizunak eta hieroglifikoak argitzen. Gutxienez telefono mugikor bat eraman beharko dute igarkizun bat edo batzuk argitu ahal izateko.

Jokoak 10 igarkizun ditu. Joko bakoitzeko 5 lagun bitarte parte-hartu dezakete. Zazpi saio egin ziren uztailean eta abuztuan, saio bakoitzeko 50 leku bitarte eskainita.

Bisita gidatuak parkeetara (Iruña berdea da - familia)

Bisita gidatuak eskaini dira Iruñeko parkeetan barna: Yamaguchi, Taconera, Media Luna eta Ziadadela. Familia osoari zuzendutako jarduera da, parke horien paisaia-, natura-, kultura- eta historia- aberastasunaz sentsibilizatu eta gozatu nahi duena. Uztailean eta abuztuan zazpi irteera egin ziren.

	Saldutakoak	Eskainitakoak	Programatutako saio kopurua
Ihes-jokoa - Taconerako sekretuak	342	350	7
Bisita gidatua parke eta lorategietara	20	168	7
Harresien zaindaria	144	144	6
Dastaketa freskoak	120	120	4

MARKETINA ETA PUBLIZITATEA.

IRUÑEKO TURISMO-WEBGUNE OFIZIALA: Iruñeko Turismoko webgune ofiziala

2020an Turismoko webgunea bultzatu zen, edukiak berrikusi ziren, eta euskara, ingeles eta frantsesera itzuli zen.

Sare sozialak

Hiru sare sozialekin egin zen lan: Twitter, Facebook eta Instagram. Urtearen hasieran, lehen hiru hilabeteetan, adierazleek goranzko joera erakutsi zuten. Apiriletik aurrera argitalpen kopurua eta maiztasuna handitu ziren (ikus COVID-19). Instagram izan zen urteko lehen hilabeteetan gehien hazi zen sare soziala eta elkarrekintza gehien izan zituen. Abenduaren 24tik aurrera etengabe hazi zen edukien txertatzea, 'Iruña Quiz' zela eta. Egunero egun horri zegozkion galderak argitaratu ziren euskaraz eta gaztelaniaz, eta 26tik aurrera, kultura-jardueretako enpresek grabatutako bideoak, galderen erantzunekin. Dinamika horretan, Facebookeko elkarrekintzak eta 'atsegin dut'-ak nabarmen hazi ziren. Guztira 221.577 ikustaldi egon ziren eta 222 jarraitzaile gehitu ziren sare horretan. Zerbitzuak 1.040 euro inbertitu zituen publizitatean Facebooken eta Instagramen ekimen honekin.

Newsletterra eta agenda turistikoa

Hamabostean behin egiten den newsletterra agenda turistikorekin batera dago 2020ko bigarren hiruhilekora arte. Une horretatik aurrera, eta egoeraren ezegonkortasuna dela eta, agenda argitaratzeari utzi zitzaion. Newsletterrak hiriko jardueren agenda zabaltzeko betekizuna hartzen du, martxotik ekainera bitarte bere jardura eteten duen arren. Uztailetik aurrera berraktibatzen da, asteroko maiztasunarekin, eta azaroan, berriz, hamabostekora itzultzen da.

Publizitatea

Jan ezazu Iruña

Iruñeko Hotelen Elkartek, Iruñeko Udalaren babesarekin kanpainaren babesle gisa, Nafarroako Ostalaritza eta Turismo Elkartaren lankidetzarekin (jatetxeen atxikimenduekin) eta Nafarroako Gobernuako Turismo Departamentuaren laguntzarekin, "Cómete Pamplona" kanpaina abiarazi zuen, 2020ko uztailaren 1etik abuztuaren 31ra. Ekimen turistikoa honen helburua da Iruña helmuga gisa sustatzea nazioko eta nazioarteko (Frantziako hegoaldea) turisten aurrean, gastronomian (39 jatetxe), ostatuan (26 hotel) eta bisita gidatuetan –aktibo osagarri gisa– oinarritutako balio-proposamen baten bidez. Udala arduratu zen Atrápalo bidaien webgunean eta El Heraldo de Aragón, el Correo, el Diario de Burgos eta Sud Ouest egunkarietan egin zen publizitate-kanpaina digitala diseinatu, gauzatu eta kostuak bere gain hartzeaz. Gainera, Instagramen eta Facebooken publizitatea txertatu zen eta Sisters in the City eta Viajeros 3.0 influencerrek parte hartu zuten. Kanpainaren kostua 20.000 eurokoa da.

Tourmagazine

Gipuzkoako eta Bizkaiko Tourmagazine aldizkarian publizitatea kontratatu zen, udaberri, uda eta udazkeneko aleetan. 3.800 euro + BEZ urteko (1.900 euro banatutako izenburu bakoitzeko. Pandemiaren ondorioz, enpresak erabaki zuen udako eta udaberriko paperezko bertsioak ez argitaratzea, eta aldizkariaren banaketa digitala egin zuen hoteletan).

Azokak. FITUR

Urtarrilaren 22an, Iruñeko Udalak City break delakoa sustatzeko lan-ildoak eta 2020. urterako hiriko jaialdi nagusien zorroa aurkeztu zituen Madrilan. Gainera, azoka egin bitartean, hainbat lan-bilera egin ziren sektoreko eragile eta enpresekin.