



Euskal Kostaldearen Turismo Gida-Plana
Plan Director de Turismo de la Costa Vasca

LABURPEN EXEKUTIBOA



Dokumentu honen eta bere edukien jabetza Basquetour – Euskal turismo agentzia, S.A.rena da.

Bilbo, 2016



INDICE

1	GIDA-PLANA.....	4
2	FORMULAZIO ESTRATEGIKOA	5
2.1	Euskal Kostaldea helmugaren norabide estrategikoa	5
2.2	Gida-planaren xedea eta ikuspegia	5
2.3	Gida-planaren helburuak eta estrategia	6
3	PLANAREN FORMULAZIO OPERATIBOA.....	7
3.1	Eremu geografikoa	7
3.2	Kudeaketa eredia	7
3.3	Lan ildoak.....	8



1 GIDA-PLANA

Basquetourrek 2010ean idatzitako Euskal Kostaldearen Turismo Gida Planak –aurrerantzean, EKTGP– hainbat ildo ezartzen ditu politika turistikoaren alorrean, helmuga turistiko horretan dagoen eragile multzoak, nola esparru pribatuko eragileak (zerbitzu-enpresak, establezimenduak eta eragileak, etab.) hala hainbat administrazio mailako erakundeek osatutako esparru publikoko eragileak (udalerrriak, eskualdeak, Foru Aldundiak eta Eusko Jaurlaritza) jarraitu beharrekoak.

Planaren ezarpenak, era parte hartzailean, euskal kostaldearen planifikazio turistiko logiko bat egituratzea ahalbidetzen du, izan ere mikro-helmugen batuketatzat hartzen zen lurralde hau, non garapen turistiko desberdineko udal eta eskualde mailako baliabide eta ekimen anitz aurkitu zitezkeen.

Ekintza zehatzak planifikatzeaz haratago, planaren asmoa ere bada Euskal Kostaldean jarduten duten instituzio eta erakunde pribatuen ekintzak koordinatu eta planifikatzea, eta elkarren artean osagarri diren proiektu komunak alde eginez, euskal itsasbazterra osatzen duten gune turistikoaren arteko lehia ekiditea. Planak itsasbazter osoaren kontzeptualizazio globala adosten lagunduko duen erreferentziatzeko tresna izan nahi du, betiere zaintza, iraunkortasuna eta kalitatea bezalako irizpideak kontuan hartuta. Horretarako, beharrezkotzat jotzen da helmugan jarduten duten eragile turistiko guztien parte-hartzea.

Euskal Kostaldearen Turismo Gida Plana ezartzeko prozesuan, kudeaketa eredu propio baten bidez, eragileen arteko harremanetarako sistema egituratu da, eremu turistikoan eragina edo eskumenak dituzten erakunde guztiak antolatu, koordinatu eta elkarlana ere gauzatu ahal izateko. Sistema hainbat mailatako eta osaketa-ezaugarriko foro edo lan-mahaiez (erakundeen mahaia, mahai teknikoak eta sektore publiko eta pribatuen mahaia) osatuta dago, eta, jarduera zein garapen maila batean edo bestean, sektore turistikoa egituratzen eta erlazionatzen dute.

Bestalde, EKTGPK lan ildoak zehazten ditu, parte hartzen duten eragile guztien onartuak, urtero sektore eta lan mahai bakoitzarentzako urteko jarduera planak xehatzen badira ere.

Dokumentu honetan, modu sintetikoan, planaren jatorrizko oinarri kontzeptualak eta 2013an egindako ebaluazio prozesu bateratuaren ondorioz hartutako norabide estrategiko berriak jasotzen dira.



2 FORMULAZIO ESTRATEGIKOA

2.1 Euskal Kostaldea helmugaren norabide estrategikoa

Helmuga turistikoaren ezaugarriei buruz baieztapen hauek jasotzen dituen kontzeptu teoriko batetik abiatuta,

- a. **turistak** bisitatzen eta **aitortzen** duen gune edo eremu geografikoa.
- b. Muga fisikoak, testuinguru politikoarekin loturiko mugak eta **merkatuaren aldetik hautematen** diren mugak ditu.
- c. Enpresa-ikuspuntutik, nola estrategiaren hala antolakuntzaren aldetik, jarduera turistikoan parte hartzen duten **ekoizpen-unitate multzoaren artean eraikitzen diren harremanak** dira helmugaren perimetroa osatzen dutenak.

adierazi daiteke Euskal Kostaldeak badituela jada oinarritzko aitortza eta posizionamendua, eta hobetu litekeela sustapen ekintzetara bideratzen diren baliabideen arabera, a) eta b) atalei dagokienean batik bat. Edonola ere, urte hauetan, aurrez aipatutako kudeaketa sistemaren bidez, gobernantza bateratu bat sustatzeko ahalegina egin da batez ere. Sistema horren helburua izan da, besteak beste, Euskal Kostaldeko enpresen arteko harremanen gabezia edota eskasiaren handicap-a gainditzea, abantaila lehiakorrak murrizten baitzizkion helmugari.

Topaketa eta bileretako parte hartze nabarmena eta planari sektore pribatuak egin dizkion balorazio positiboak dira strategiaren arrakastaren adierazle garbiak. Hau berresteko egitasmo konkretuak eta kate turistiko osoan eragile pribatuen parte hartzea behar da orain. Eragileen gaitasunaren –batetik, euren zereginak betetzeko; bestetik, denborarekin, zerbitzu turistikoak batera eskaini eta merkaturatzeko garapen-eredua ezartzeko– arabera izango da Euskal Kostaldea helmugaren kudeaketaren arrakasta.

Eta, bide horretan, ez dira soilik sektore pribatuaren barruko harremanak planteatu behar, baizik eta hauek administrazio publikoen osotasunarekin duten erlazioan.

2.2 Gida-planaren xedea eta ikuspegia

Ikuspegia:

Helmuga turistikoaren sare orekatua, kalitatezko produktu eta zerbitzu turistiko berezietan osatutakoa: eskariari egokituko zaizkio, bideragarriak izango dira ekonomikoki, ingurumenarekin eta tokiko identitatearekin bat egingo dute, eta ahalik eta ongizate gehiena sortuko.

Xedea:

- Euskal Kostaldearen lehiakortasuna hobetzea.
- Euskal Kostaldearen posizionamendua finkatzea.



2.3 Gida-planaren helburuak eta estrategia

Helburu Orokorra:

Euskal Kostaldea –potentzial handiko gune turistiko– diseinatzea eta egituratzea, iraunkortasunean oinarritutako estrategien bidez. Estrategiak gai izan behar dira errentagarritasun ekonomikoa eta euskal itsasbazterrak gordetzen duen ondare kultural eta naturalaren zaintza uztartzeko, bai eta produktu turistiko berriak sustatu eta sortzeko ere.

Helburu estrategikoak:

- Kudeaketa eta finantzaketarako esparru dinamiko eta lehiakorrerako bide ematea, gizarte, erakunde eta enpresen babes zabalarekin.
- Helmugaren egokitzapenak sustatzea egungo eskariaren aurrean, eta kalitate-programak gauzatzea helmugan.
- Euskal Kostaldearen errealitate turistikoaren ezagutza-sistema integralerako bide ematea.
- Euskal Kostaldearen diferentziazioan oinarritutako, eta behe denboraldian fluxu turistikoak erakarriko dituen, eskaintza turistikoaren sorrera bizkortzea.
- Euskal Kostalde sustatzeko eta merkaturatzeko oinarriak finkatzea..

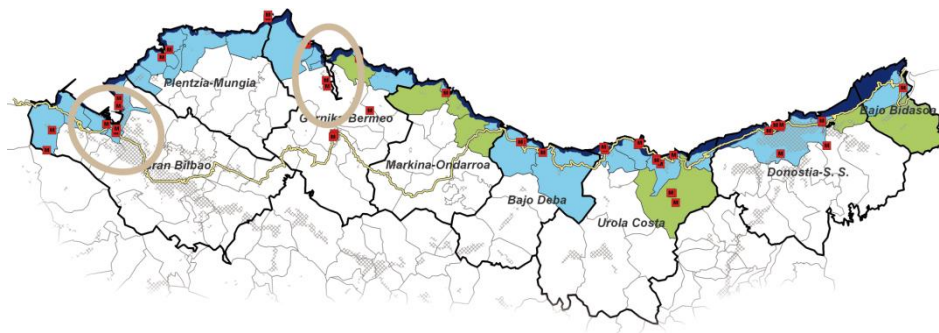


3 PLANAREN FORMULAZIO OPERATIBOA

3.1 Eremu geografikoa

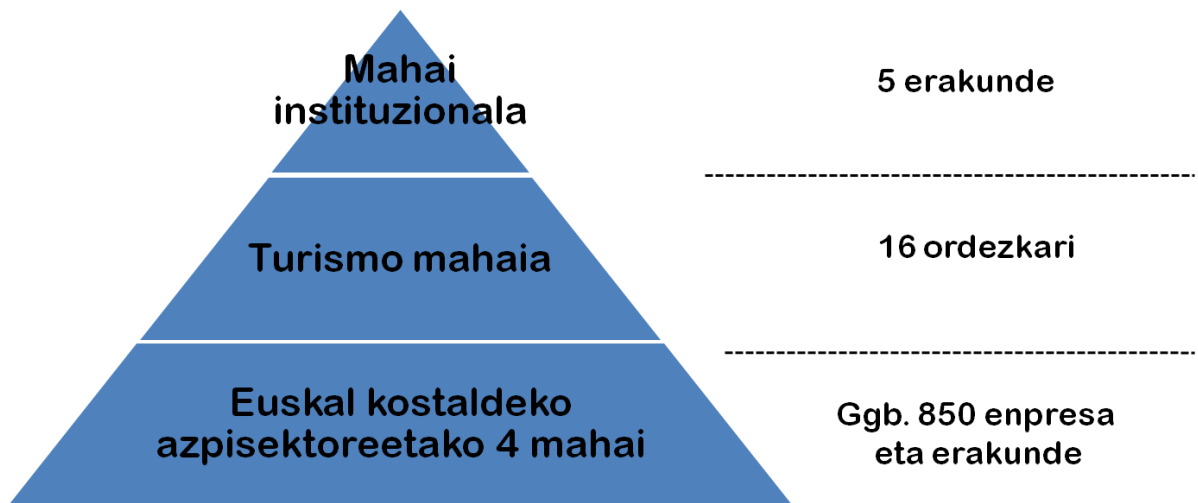
UNITATE TURISTIKO bat ezarriko da, hainbat irizpide kontuan hartuta (kokapen geografikoa / udalerrri arrantzalea izatea / portuko azpiegituren hornidura / hondartzak eta hareatzak egotea / nukleo nagusia itsasoaren ondoan egotea), baita bi maila geografiko ere:

- ... 27 udalerrrik osatzen dituzte Euskal Kostaldeko trakzio-elementuak (Muskiz / Zierbena / Santurtzi / Portugalete / Getxo / Sopela / Barrika / Plentzia / Gorniz / Lemoiz / Bakio / Bermeo / Mundaka / Sukarrieta / Elantxobe / Ea / Lekeitio / Ondarroa / Mutriku / Deba / Zumaia / Getaria / Zarautz / Orio / Donostia / Pasaia / Hondarribia).
- ... Eta eredia osatzen duten guneak ere badaude (Ispaster / Berriatua / Ibarangelu / Mendexa / Aia, Txingudiko badia eta Pasaiaiko portuaren ingurua: Irun eta Lezo, Gernika-Lumo eta Urdaibaiko Erreserba, eta Bilboko itsasadarreko udalerriak).

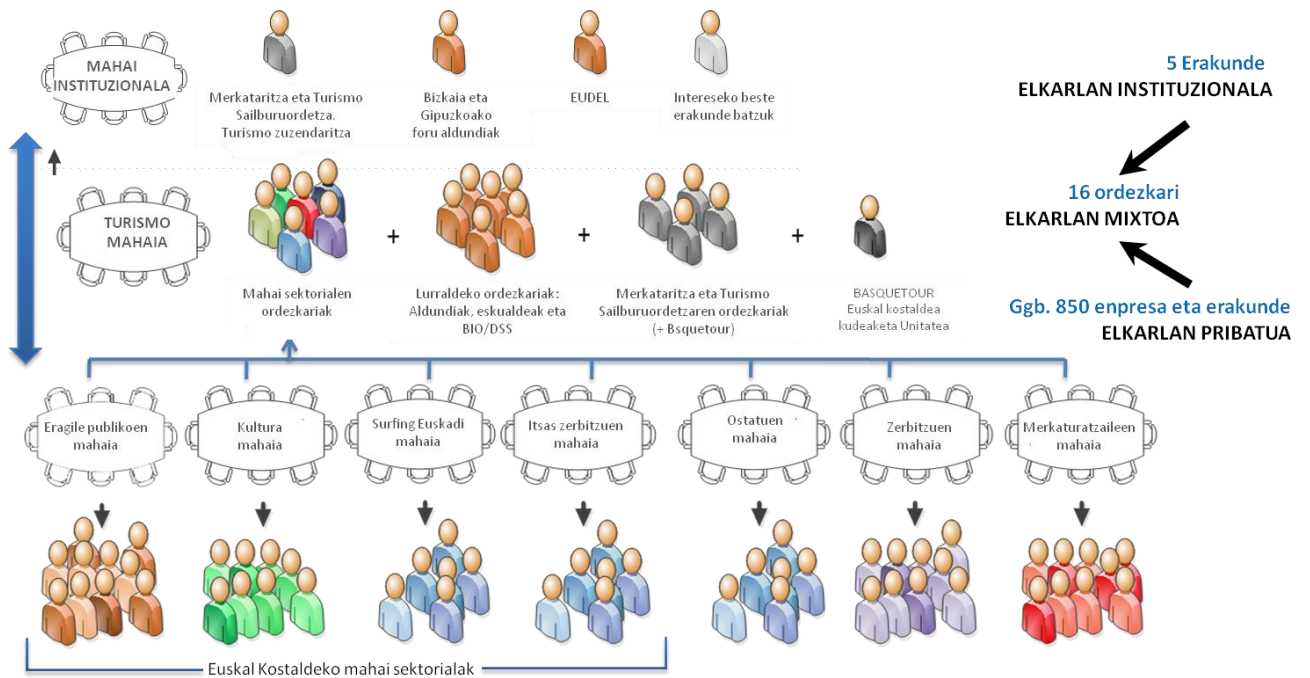


3.2 Kudeaketa eredia

Garatu den kudeaketa-eredua, EKTGPren baitan sortua, hainbat mailatako eta osaketa-ezaugarriko (erakunde-mahaia, euskal kostaldearen turismo-mahaia eta azpisektore-mahaiak) foro edo lan-mahaiez osatuta dago, eta, jarduera zein garapen maila batean edo bestean, sektore turistikoa egituratzen eta erlazionatzen dute.



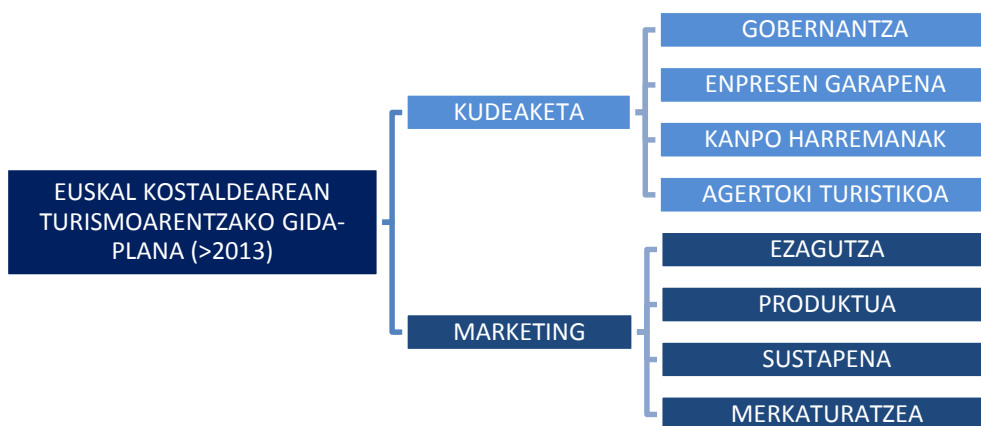
Horrela, turismoaren sektoreko eragileen talde zabala egituratzeaz gain, harremanak eta komunikazioa ahalbidezko arau sektorialak eta baterakoak ezartzen dira.



3.3 Lan ildoak

Planaren eragiketa-plangintza bi ardatz edo ildo nagusirekin diseinatu da: KUDEAKETA eta MARKETINA. Bien artean esku-hartze arloan garatu daitezkeen ekintzen osotasuna jasotzen dute, bai administrazio publikoari (turistiko zein ez-turistiko) bai sektore pribatuari dagozkienak.

Gainera, EKTGPari egin zitzaion tarteko ebaluazioaren prozesuaren ondorioz, norabide berri bat marraztu zen, esku-hartze ahalmenei eta testuinguru ekonomikori hobeto egokitzen dena.



1 ARDATZA > KUDEAKETA

Arloko eragileak, publikoak zein pribatuak, antolatuz, planaren kudeaketa-sistema egituratzeko lanak biltzen ditu. Baita ere helmugaren garapen eta hobekuntzan eskumenak dituzten erakunde ez-turistikoen inplikazioa sustatzeko jarduerak ere.

EKINTZA ILDOAK	LAN ARLOAK	HELBURUAK	NORABIDEA
1.1 GOBERNANTZA	Mahaien sistemaren integrazioa, aktak, barneko etak kanpoko komunikazioa, finantzaketa, dekretuak araudiak, e.a..	<ul style="list-style-type: none"> – Euskal kostaldea kudeatzeko eredu finkatzea. – Helmugak duen garrantziari egokitutako finantzaketa logikoa izatea. – Administrazio publikoaren eta sektore publikoaren artean hurbilketa areagotzea. 	<ul style="list-style-type: none"> – Barne-komunikazioaren hobekuntza – Mahaien arteko harremana eta sektorearen dinamizazioa. – Administrazio turistikoa guztien inplikazioa finantzaketa eta antolaketa kontuetan. – Sektore pribatuaren engaiamendu handiagoa. – Ordezkaritza maila altuko solaskideak sortu ahal duten ekimenei laguntza.
1.2 ENPRESA-GARAPENA	proiektuen aholkularitza eta kontrola, eta helmugako enpresa-ehunaren lehiakortasuna eta berrikuntza.	<ul style="list-style-type: none"> – Enpresa-sektorearen lehiakortasuna hobetzea. – Turismoa aukera ekonomikoak eskaintzen dituen benetako agertokia izatearen alde egitea. 	<ul style="list-style-type: none"> – Enpresen arteko elkarlana eta elkartegintza sustatzea, sendotasuneko tresna gisa (enpresarien jardunaldiak, foroak...). – Enpresa-egitasmoen aholkularitza, babesa eta jarraipena.
1.3 KANPO-HARREMANAK	Parte hartzea, hartumena eta lankidetzak, bai Estatuan bai nazioartean: Turismo Estatu Idazkaritza, Europa, Itsas Foroa, eragile ez turistikoa koitunturalak, etab.	<ul style="list-style-type: none"> – Euskal Kostaldea helmugarentzako finantzaketa eta ordezkaritza aukerak aprobetxatzea. 	<ul style="list-style-type: none"> – Côte Basque-eko turismo arduradunekin ekintza bateratuak sustatzea. – Estatu eta Europa mailan kostaldeko turismoarekin loturiko sare, antolakuntza eta ekitaldietan parte hartzea. – EKP eta HAZIrekin (Kostaldeko Ekintza Taldeak) koordinazioa.
1.4 AGERTOKI TURISTIKOA	Eskumena duten administrazioarekin (Costas, portuetako eta errepideetako arduradunak...) koordinazioa eta harremana, agertoki turistikoa hobetze aldera (seinaleztapena, mugikortasuna, legediak, etab.).	<ul style="list-style-type: none"> – Helmugaren kudeaketari dagokionez, administrazioen lana ahalik eta eraginkorra izatea, interesak eta baliabideak bateratuz. – Agertoki turistikoiari dagokionez, beste administrazio batzuei esku-hartze handiagoa proposatzea. 	<ul style="list-style-type: none"> – Eskumena duten administrazioekin elkarlanean aritzea Euskal Kostaldeko lurralde-eremua hobetzeko (helmuga, azpiegiturak, apaingarriak, garbiketa, seinaleztapena, irisgarritasuna, etab. hobetzea). – Mugikortasunerako konponbideak definitzea, Euskal Kostaldea helmugan, sektore pribatuarekin lankidetzan, eta okupazio handiko sasietan.



2 ARDATZA > MARKETINA

Marketin estrategiko (eskaeraren ezagutza eta produktuen garapena) eta eragiketa-marketin (sustapena eta merkaturatzea) arloetako jarduerak biltzen ditu.

EKINTZA ILDOAK	LAN ARLOAK	HELBURUAK	NORABIDEA
2.1 EZAGUTZA TURISTIKOA	Helmugaren, eskariaren eta konpetentziaren behaketa. Baita helmuga osatzen dutenen arteko informazio-fluxua ere.	<ul style="list-style-type: none"> – Helmugako eragile guztien artean ematen diren komunikazio eta informazio-hedatze prozesuak hobetzea. – On eta off eskariaren ezagutza zehatza, eta ekintzak bertarantz bideratzea. 	<ul style="list-style-type: none"> – Sektore turistikoarentzako informazio esanguratsua sortzea, eta komunikazio eraginkorra bermatzeko kanalak gaitzea. – Sektoreari laguntza ematea iturri estatistikoak interpretatu eta kudeatu ahal izateko. – Kanalen eta produktuen araberako eskariaren azterketa eta eskaintza berari egokitzea. – Eragile publikoak eta sozialak sentiberatzea turismoaren gainean, eta baita turismoak hainbat ekimen pizteko duen gaitasunaren gainean ere, alegia, bai ondare kultural zein naturala berreskuratzeke, zaintzeko eta horiei balio gehiago emateko, bai helmugaren ekonomiak suspertzeko.
2.2 PRODUKTUA	Produktuen planifikazioa eta garapena, eta berauen dinamizazioarako enpresei laguntzea.	<ul style="list-style-type: none"> – Lehentasunak definitzea, euren zerbitzu eta produktuak hobetze aldera. – Helmugan zerbitzu eta produktuen eskaintzak integratzea eta mailakatzea. – Turistaren benetako eskaria eskaintza egoki batean islatzea, horretarako sektore pribatuarekin batera lan eginez. 	<ul style="list-style-type: none"> – Helmugaren berezitasun eta bakartasunerako produktu gakoak garatu edota sendotzea, bereziki Surfing Euskadi, itsas turismoa (urarekin kontaktuan egiten diren jolas-jarduera guztiekin zerikusia duena), itsas kultura (itsas ondareari eta arrantza jarduerari lotua), touring-a kostaldetik eta kostaldeko gastronomia.
2.3 SUSTAPENA	Sustapen ekintzetan marka eta euskarrien garapen koordinatua.	<ul style="list-style-type: none"> – Euskal Kostaldea markaren pean, eragile desberdinek egiten duten on eta off sustapena koordinatzea, turistek ezagutzen ez duten irizpide geografikoak ekidinez. – Sustapenerako lan-eremuak ezarri, barne turismo ere kontuan izanik. – Markari ideia multzo sendo eta partekatu bat ematea. 	<ul style="list-style-type: none"> – Testuak sortzea, preskriptoreekin egindako ekintzen bidez, helmugaren irudia osatzen laguntzeko. – Bezeroari zuzenduriko sustapen euskarrien edizioa eta kontrola. – Kostaldearen osotasunari buruzko ikus-entzunezko materiala sortzea. – Kanpainak eta ekintza orokorrak lehentasuna duten merkatuetan. – Barne turismoaren sustapenerako estrategia eta balizko ekintzak.
2.4 MERKATURATZEA	Sektore pribatuari laguntza merkaturatze, salmenta ondorengo eta leialtasun-prozesuetan.	<ul style="list-style-type: none"> – Produktu eta zerbitzu turistikoaren eskaintzari dagokionez, merkatu-prozesuak hobeto antolatzea, merkaturatze pribatuaren mesede. 	<ul style="list-style-type: none"> – Sektore pribatuari aholkua eta laguntza ematea bitartekaritza-prozesuetan, eragileen arteko ezagutza eta harremanak erraztuz. – Famtripen antolakuntzari laguntza – Workshopetan parte hartzea. – MEET Basque Country-n parte hartzea. – Eragileen beharretara egokitutako eskaintza lantzea.

