

## Donostia Turismoak eta Gipuzkoako Hotelen Elkarteak hitzarmena sinatu dute Donostia turismogune gisa sustatzeko eta posizionatzeko

- Gipuzkoako Hotelen Elkarteko hotelek doan utziko dituzte ehun logela baino gehiago komunikabide entzutetsuei eta eragile estrategikoei ostatua errazteko. Hala, Donostiaren nazioarteko posizionamendua eta lehenetsuneko merkatuetako bisitariak erakartzea sendotzen lagundu nahi dute bertako turismo sektorearen jarduera dinamizatzeko.
- Donostiari buruzko mila artikulua baino gehiago argitaratu dituzte 2021ean entzute handiko Estatu mailako eta nazioarteko komunikabideetan. Haien AVE (Advertising Value Equivalent/ Publizitateko Balio Baliokidea) balioa 12,5 milioi euro baino gehiagokoa izan da.



*Donostian, 2022ko martxoaren 21ean*

Donostia Turismoaren eta Gipuzkoako Hotelen Elkartearen arteko lankidetzak-hitzarmen horri esker, bazkide diren hoteletako (hiriko hotel-ostatuen eskaintzako % 76 biltzen dute) **19 hotelek** doan utziko dituzte **105 logela hiria merkatu estrategikoetan sustatzeko turistikoki preskriptore profesionalen** bidez (touroperadoreak edo kazetari espezializatuak, adibidez).

Hitzarmenean sartzen diren ostatuek Donostia Turismoaren esku jarriko dituzte logela horiek turismogunea sustatzeko ekintzetarako erabil ditzaten. Ekintza horietako batzuk dira, adibidez, **fam trip** (agenteentzako edo touroperadoreentzako familiarizazio-bidaiak), **press trip** (Estatuko edo nazioarteko komunikabide entzutetsuetan erreportajeak idatzi behar dituzten eta lehentasunezkoak diren merkatuetako kazetarietarako prentsa-bidaiak), **blogger trip** (audientzia eta profil estrategikoak dituzten influencerentzako bidaiak), eta/edo **ikuskapeneko bidaiak** aisialdiko turismoan, MICE turismoan edo bileren turismoan.

Turismo Jasangarriko zinegotziak, **Cristina Lagék**, adierazi duenez, *“ekimen publikoaren eta pribatuaren arteko uztarketa funtsezkoa da Donostia helmuga erakargarri gisa sustatzeko. Hotelek badakite bisitarien etorrerak onurak ekarriko dizkiela eta horrek egiten ari garen sustapen-lanetan gogotsu parte hartzea dakar. Batzuetan Donostia bakarrik saltzen den hiria dela pentsatzen dugu, eta, Donostiaren ontasunak ezagutzeko interesa duten pertsona berriak konkistatzea erraza izan arren, hiriaren sustapena beharrezkoa da oraindik ere. Horregatik, gure hotelak egoera horretaz jabetzea eta helburua lortzeko ahaleginak batzea garrantzitsua da”*.

**Elena Estomba, elkarteko zuzendariaren** hitzetan, *“Gelen lagapena, hotelek, hiriaren izen onari egiten dioten ekarpen gisa ulertu behar da. Zalantzarik gabe, ahalegin handia da, baina ziur gaude akordio honek sektore eta jarduera askotan eragin positiboa duela. Laburbilduz, lankidetzaren publiko-pribatuaren erakustaldi honek, hiriaren posizionamendua mantentzeko ekarpen baliotsua egiteaz gain herritar guztiak baliatzen dituzten ekintza jakin batzuk egin ahal izatea erraztu egiten du.”*

Hauek dira hiriaren inguruko artikuluak argitaratu dituzten komunikabide esanguratsuenetako batzuk: The Telegraph, National Geographic, The Guardian, The Times, The New York Times, Travel & Leisure, Vanity Fair, Conde Nast Traveler, Sud Ouest, Lonely Planet eta abar. Erreportaje horietako asko Gipuzkoako Hotelak elkarteko ostatuek utzitako logelen laguntzarekin antolatutako press trip-ei esker egin dituzte eta lankidetzaren hori hitzarmen honen bidez formalizatuko da.

Bidaia mota hauei esker, Donostiako Turismoko Gida Planean lehentasunezko zatitako **sektore eta merkatuetan** posizionatu eta Estatuko eta nazioarteko bidaiarien “top of mind” ean koka daiteke hiria: Espainia, Frantzia, Benelux, Europako iparraldeko herrialdeak, Alemania, Erresuma Batua, Estatu Batuak, Kanada, Japonia, Australia eta abar. Hala, kultura, gastronomia eta kirol arloko ardatzak, MICEak eta city break arlokoak bultzatu nahi dira, betiere turismo arloko **jasangarritasuneko eta kalitateko** mezuetan arreta berezia jarrita.

Prentsako eta familiarizazioko bidaiak OET izenekoekin (Espainiako Turismo Bulegoak atzerrian), Basquetourrekin edo zuzenean komunikabide espezializatuekin, influencerrekin edo agenteekin elkarlanean antolatzen dira.

Amaitzeko, hitzarmenaren helburua da **MICE ekitaldiak erakartzeko garaian bi erakundeen arteko elkarlana eta parte-hartzea** bultzatzea. Hautagaitzak aurkezteko prozesuan zein diseinuan bideratutako co-workingak eta elkarrekin egindako ahaleginak hirira kongresuak eta bilerak erakartzeko aukerak ugaritzen dituzte azken urteotako emaitzetan ikus dezakegun moduan (lehendik dagoen lankidetzaren emaitza da hori).

Lankidetzeta-hitzarmenak urtebeteko indarraldia izango du eta urtero berritzen jarraitzeko asmoa dute. Hala, bi erakunde horietako edozeinek turismogunea sustatzeko asmoz abian jartzen duen ekintza horietan eta beste batzuetan elkarrekin lan egiteko konpromisoa hartu dute beren gain.

**Honako hauek dira hitzarmenaren baitan 2022rako logelak uzteko egitasmoan parte hartu duten hotelak:**

	<b>OSTATUA</b>	<b>KAT.</b>	<b>Logela kopura</b>
1	Maria Cristina hotela	5	8
2	Hotel de Londres y de Inglaterra	4	8
3	Barceló Costa Vasca hotela	4	8
4	Mercure Monte Igueldo hotela	4	5
5	NH Aranzazu hotela	4	10
6	Ilunion San Sebastián hotela	4	5
7	Silken Amara Plaza hotela	4	10
8	Villasoro hotela	4	6
9	Lasala Plaza hotela	4	3
10	Arbaso hotela	4	3
11	Zinema 7 hotela	4	7
12	Zenit hotela	4	5
13	Avenida hotela	3	4
14	Codina hotela	3	6
15	Hotel Sercotel Hotel Europa	3	2
16	Niza hotela	3	2
17	Ezeiza hotela	2	2
17	Parma hotela	2	2
18	Monte Ulia hotela	1	3
19	Colegio Mayor Olarain		6
	<b>GUZTIRA</b>		<b>105</b>

[Ikus Donostia komunikabide esanguratsuenetan](#)

[Ikus Donostia komunikabideetan](#) (artikulu guztiak, ordena kronologikoan)

[www.sansebastianturismoa.eus](http://www.sansebastianturismoa.eus)

## DSS Turismoa y Hoteles de Gipuzkoa firman un nuevo convenio para promover y posicionar a Donostia / San Sebastián como destino turístico

- Los hoteles integrados en la asociación Hoteles de Gipuzkoa cederán gratuitamente más de un centenar de habitaciones para facilitar el alojamiento de medios de comunicación de prestigio y agentes estratégicos, ayudando a reforzar el posicionamiento internacional de Donostia / San Sebastián y la atracción de visitantes de mercados prioritarios para dinamizar la actividad del sector turístico local.
- En 2021 se han publicado más de mil artículos sobre Donostia / San Sebastián en los medios nacionales e internacionales más prestigiosos, con un valor AVE (Advertising Value Equivalent/ Valor Publicitario Equivalente) de más de 12,5 millones de euros



Fruto de este convenio de colaboración entre Donostia San Sebastián Turismoa y Hoteles de Gipuzkoa, que aglutina al 76% de la oferta hotelera de la ciudad, **19 hoteles** cederán gratuitamente un total de **105 habitaciones** para la **promoción turística de Donostia / San Sebastián en mercados estratégicos**, a través de **prescriptores profesionales**, como turoperadores o periodistas especializados.

Los alojamientos que se incorporan al convenio pondrán a disposición de Donostia San Sebastián Turismo estas habitaciones con el objetivo de que puedan utilizarlas para las acciones de promoción del destino, como los **fam trips** (viajes de familiarización para agentes o touroperadores), **press trips** (viajes de prensa para periodistas de mercados prioritarios que vayan a escribir reportajes en medios de prestigio nacionales o internacionales), **blogger trips** (viajes para influencers con una audiencia y perfil estratégicos), y/o **viajes de inspección**, tanto en el ámbito del turismo de ocio como del turismo MICE o de reuniones.

La concejala de Turismo Sostenible, la socialista **Cristina Lagé**, ha señalado que *“el maridaje entre la iniciativa pública y la privada es fundamental en el fomento y promoción de San Sebastián como destino atractivo. Los hoteles son conscientes de que, a la postre, van a resultar beneficiados por la llegada de visitantes y vienen colaborando de forma entusiasta con las labores de promoción que venimos desarrollando. A veces pensamos que San Sebastián es una ciudad que se vende sola y, aún siendo fácil conquistar nuevos interesados en descubrir las bondades de nuestro destino, la promoción sigue siendo necesaria. Por ello es importante que nuestros hoteles sean conscientes de esa situación y no duden en sumar esfuerzos para alcanzar el objetivo”*.

En palabras de **Elena Estomba presidenta de la asociación Hoteles de Gipuzkoa**, *“la cesión de habitaciones ha de entenderse como una contribución de los hoteles al buen nombre de la ciudad, sin duda es un esfuerzo relevante, pero estamos convencidos que impacta en muchos sectores. En resumen, una demostración tangible de colaboración público privada que contribuye no solo al posicionamiento de la ciudad, sino que también facilita que determinadas acciones que disfruta el conjunto de la ciudadanía puedan celebrarse”*

Algunos de los medios destacados que han publicado sobre la ciudad son: **The Telegraph, National Geographic, The Guardian, The Times, The New York Times, Travel & Leisure, Vanity Fair, Conde Nast Traveler, Sud Ouest, Lonely Planet** etc. Muchos de estos reportajes se han podido llevar a cabo gracias a los press trips organizados con el apoyo de la asociación Hoteles de Gipuzkoa, cediendo las habitaciones en las que se alojan estos profesionales.

Este tipo de viajes ayudan a posicionar Donostia / San Sebastián y situarla en el “top of mind” de los viajeros nacionales e internacionales, en los **sectores y mercados** que el Plan Director de Turismo marca como prioritarios: España, Francia, Benelux, Países Nórdicos, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Japón, Australia etc., promoviendo los ejes cultural, gastronómico, deportivo, MICE y de city break, y siempre incidiendo en mensajes de **sostenibilidad y calidad** turística.

Los viajes de prensa y familiarización se organizan en colaboración con las OETs (Oficinas de Turismo de España en el extranjero), con Basquetour o directamente con los medios especializados, influencers o agentes.

Por último, el convenio pretende impulsar la **colaboración y participación de ambas entidades en las acciones de captación de eventos MICE**. El co-working y el esfuerzo conjunto tanto en el diseño como en el proceso de presentación de candidaturas aumentan las posibilidades de atraer congresos y reuniones a la ciudad, tal y como se ha reflejado en los resultados de los últimos años, fruto de una colaboración ya existente.

El convenio de colaboración tendrá vigencia de un año, con la intención de renovarlo anualmente. Ambas entidades se comprometen a colaborar en éstas y otras acciones de promoción de destino que cualquiera de las dos entidades pueda plantear.

#### **Hoteles que participan en la cesión de Habitaciones para el 2022, en el marco del convenio:**

	<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>CAT.</b>	<b>Nº Hab.cedidas</b>
1	Hotel Maria Cristina	5	8
2	Hotel de Londres y de Inglaterra	4	8
3	Hotel Barceló Costa Vasca	4	8
4	Hotel Mercure Monte Igueldo	4	5
5	Hotel NH Aranzazu	4	10
6	Hotel Ilunion San Sebastián	4	5
7	Hotel Silken Amara Plaza	4	10
8	Hotel Villasoro	4	6
9	Hotel Lasala Plaza	4	3
10	Hotel Arbaso	4	3
11	Hotel Zinema 7	4	7
12	Hotel Zenit	4	5
13	Hotel Avenida	3	4
14	Hotel Codina	3	6
15	Hotel Sercotel Hotel Europa	3	2
16	Hotel Niza	3	2
17	Hotel Ezeiza	2	2
17	Hotel Parma	2	2
18	Hotel Monte Ulía	1	3
19	Colegio Mayor Olarain		6
	<b>TOTAL</b>		<b>105</b>

[Ver Donostia / San Sebastián en los medios de comunicación más destacados](#)

[Ver Donostia / San Sebastián en los medios de comunicación](#) (todos los artículos, por orden cronológico)

[www.sansebastianturismoa.eus](http://www.sansebastianturismoa.eus)