



DONOSTIA, BOLADAN DAGOEN HELMUGA

Gogoangarri izaten ari da 2015eko udaldia. Turismo datuen arabera, helburu asko gaindituko ditu Donostiak, eta hiria sendesten dute bisitari askoren helmugarik kutunen modura.

Donostiako Udaleko Turismoko zinegotziaren arabera, abuztuko datuak falta diren arren, ekainean eta uztailean “% 5,5 igo dira Donostiako turismo bulegoetara egindako bisitak iazkoen aldean”. Duela urtebete, aldi horretan, 28.239 bisitari joan ziren Turismo Bulegora. Aurten, 29.793 bisita izan dira.

Uste izatekoa da uda amaituko dela “emaitza ikusgarriekin, hiria turistentzat duen erakarmena sendotuko delarik, Donostian paisaiak, aisialdiak, gastronomiak, kulturak eta jaiek eratzten duten koktela bisitarien gustukoa baita oso”.

Turismoaren arrakasta beste alderdi batzuetan ere nabari da. Adibidez, turismo bulegoetan, % 24,6 gehiago saldu dira Donostiar buruzko argitalpenak. San Sebastián Card turismo txartela ere % 19 gehiago saldu da, eta Euskadi osoan saltzen den Basquecard txartelak oso harrera ona izan du.

Udan arrakasta izan duen beste ekimen bat lhesaldiak izeneko turismo sortak dira, % 51,6 gehiago saldu baitira. Bereziki aipatu beharrekoa da Jazzaldiaren inguruko sorta (bi gau, Jazzaldirako sarrerak, Jazzaldiko elastikoa eta turismo informazioko materiala), % 182 igo baita iazkoaren aldean.

% 11 hazi dira sansebastianturismo.com weberako bisitaldiak. Urtearen lehen bost hilabeteotan webak 593.767 bisitaldi izan bazituen, ekainean eta uztailean lineako bisitek 793.136 sarrera egin zituzten. Frantsesek jarraitzen dute nagusi izaten webean informazioa bilatzeari dagokionez; segituan, britainiarrak, amerikarrak eta australiarrak daudelarik. Gaztelaniaz arakatzen du % 51k; % 25ek, ingelesez (iaz baino % 46 gehiago); frantsesez, % 22k (iaz baino % 73 gehiago), eta, euskaraz, % 1 da.

Ohi ez bezala, Donostiako planoa ez da internautek gehien deskargaturiko agiria, gastronomiako gida baino. Birus moduko arrakasta lortu du *Donostia / San Sebastián Short Breaks* deritzon sustapen bideoak, 75.000 alditan baino gehiagotan ikusi baitute.

“Boladan dago Donostia”, Turismoko zinegotziak azpimarratu duenez. “Gero eta areago agertzen da sare sozialetan, nazioarteko hedabide ospetsuetan eta hainbat sailkapenetan (gastronomiarako hiria, Europako kalerik onenak edo hiri erromantikoak).