

2014ko Otsailaren 15a - . zbk

Herria

Euskal Herria ezagutaraziz

33 eta 55 urte bitarteko adina du eta kultura maila eta erosteko ahalmen altuak ditu. Hauxe da Euskal Herria bertatik bertara ezagutu nahi duen atzerriko bisitariaren profila. Hamarretik lau dira turista atzerritarrek gurean eta kopurua handitu nahian Lakuako agintariak kanpotarrak erakartzeko neurriak prestatzen ari dira. Gure artean badira atzerriko turistei gure herria ezagutarazteko lanean ari diren enpresa bakan batzuk. San Sebastian Food, Travel Basque Country eta Kabi dira horietako hiru. Bisitariak gurera zeren bila datozen kontatu digute.

Xole Aramendi

SAN SEBASTIAN FOOD

«Euskal gastronomiaren benetakotasuna erakutsi nahi dut»

Aurreko bizimoduarekin hautsi nahian iritsi zen Donostiara 2008an. 30 urte eskas zituen Jon Warrenek eta ordurako nekatuta zegoen: Londreseko Cityko broker lanaren estresa atzean utzi nahi zuen. Turismoaren arloan enpresa bat martxan jartzeko ideia piztu zitzaion Donostian zegoela. San Sebastian Food sortu zuen. Euskal Herrira iristean gure gastronomiarekin txundituta geratu zen eta sentimendu bera turistei «kutsatzen» saiatzen da.

«Villa Soro hotelean ari nintzen lanean eta bezero guztiek jatera nora joan zintezkeen galdetzen zidaten. Gastronomiari lotutako zerbait sortzea erabaki nuen», kontatu du. Benetakoak diren gauzak erakutsi nahi nizkien bisitariari, ez turismo gidetan agertzen direnak», gaineratu du.

Warrenek berak gidatutako bisita gastronomiko batekin hasi zen abentura. «Gustukoak nituen pintxo tabernetara eraman nituen. Ez ziren agian tabernarik ezagunenak baina bai bertakoak joaten diren tokiak. Eta hori izan zen gakoa. Pintxoaren kultura –nola eskatu...– bertatik bertara ikus zezaten saiatu nintzen».

Taberna haietako batean ezagutu zuen Eli Susperregi, barraren atzean. Orain gidari lanak egiten ditu San Sebastian Food-en. «Kultura gastronomikoarekiko pasioa transmititzen du eta hori perfektua da kanpotarrekin lan egiteko».

Langile gehienak euskaldunak dira enpresan. Ingelesak eta irlandarrak dira gainontzekoak. Hiru dira gidariak. «Ezinbesteko baldintza da Euskal Herritik kanpo bizi izana, bestela ez dute ondo ulertzen bezeroak bilatzen duena», kontatu du. Susperregi ados dago: «Errazagoa da beren kultura ezagutzen baduzu».

Bidaia agentzia da San Sebastian Food. Bereztasuna zera da, eskainitako bisita eta ekimen denek jana eta edana dutela ardatz. Bezeroen ia %80 web orriaren bitartez (www.sansebastianfood.com) iristen zaizkie. Hegaldirik ez dute momentuz antolatzen. Bisitariak gure artean egiten duten egonaldiaz arduratzen dira. Bi eskaintza dituzte. Bat Donostia inguruan eta bestea urrutixeago: Getaria, Bilbo, Errioxa edo Biarritz dituzte turistek aukeran.

Eskaintza zabala da. Sagardotegiak, pintxo dastatzea, ardo dastatzea, elkarte gastronomikoan sartzeko aukera, goi mailako jatetxeak... Euskal gastronomiaz gozatu nahi duenak badu horretarako aukera, eta dastatzeaz gain sukaldean duen abildadea frogatu nahi duenak ere bai.

Izan ere, Sukaldaritza Eskola da orain esku artean duten proiektu berria. Maria Cristina hotelean spa dagoen tokian irekiko ditu ateak datorren ekainean. Sarrera propioa izango du eskolak. Orain arte Pasai Donibanen lehenik eta orain Tolosako sukaldari batekin elkarlanean antolatu dituzte sukaldaritza ikastaroak. «Tolosak azokara joan eta produktuak bertatik bertara ikusteko aukera eskaintzen du. Ondoren, elkarte gastronomiko batean elkartzen gara». Txoko gastronomikoan bizitzen den giroa Sukaldaritza Eskolara eraman nahi dute orain.

Kokapena kasualitatea izan dela argitu dute. «Beste edonon izan zitekeen. Maria Cristina Hoteleko nagusiek jakin zuten lokal bila genbiltzala eta hots egin ziguten tokia eskainiz», kontatu dute.

Ikastaroez baino nahiago dute esperientziez hitz egin. «Sukaldaritza ikastaroa espero dute askok eta harritu egiten dira. Askoz gehiago da. Ez da errezeta batzuk ikastea bakarrik. Pasaian, adibidez, Juanitok goizean goiz harrapatutako txipiroiak ekartzen zizkigun. Harrituta gelditzen ziren; atzerritarrentzat ez da ohikoa hain arrain freskoa eskuan izatea. Gustura egon izan dira arrantzalearen kontuak entzunez», adierazi dute. «Tabernan zerbitzariarekin edo herritarrekin hitz egin dezakete eta berdin sukaldaritza ikastaroan. Hiritarrekin konektatzen dute eta euren artean bat gehiago sentitzen dira», jarraitu dute.

Hemen dauden bitartean dastatu bakarrik ez, etxera bueltan, gustukoak dituzten jakiak erosi nahi izaten dituzte. Hori ikusita, pixkanaka produktu gutxi batzuk eskaintzen hasi zen. Gaur egun proiektua sendotu egin da eta Gourmet denda ireki berri du Maria Cristina hotelean. «Bertako produktu ezagunenak eta bisitariak bilatzen dituztenak eskaintzen ditugu dendan», dio. Web orrian ere egin daitezke erosketak. AEB, Australia, Kanada eta Eskandinaviar herrialdeetatik datoz San Sebastian Food-en bezero gehienak. Bisitari atzerritarren profilarekin bat datoz San Sebastian Food-en bezeroak: kultur maila eta erosteko ahalmen altuak dituzte.

Puntako euskal sukaldarien jakiez gozatzeko irrikaz etortzen dira. Izan ere, ugariak dira herrialde hauetako hedabideek euskal gastronomiari eskaintzen dizkieten erreportajeak. Ingalaterrako "Financial Times" egunkariak San Sebastian Food enpresari ere orrialde bat eskaini dio urtarrilean.

Michelin izarrak

«Gure bezeroak jatera datoz eta Euskal Herrian dauden Michelin izardun jatetxeak oso erakargarriak dira. Bezeroen %50, gutxienez, Michelin izardun jatetxe batera doaz», zehaztu du

Jon Warrenek. Bisitarien artean, asko sukaldariak dira.

Donostiako Alde Zaharrean dabiltzanean asko eskertzen dute taberna bakoitzean pintxo espezialitatea zein den jakitea. «Guk informazio hori ematen diegu».

Aurten ardo katak indartzeko asmotan dira. Andrew Halliwell enologo ingelesak gidatzen ditu. «Ardoak hemen duen prezioarekin harritu egiten dira. 'Hau ez da ezer!', diote».

Hasieran ibilaldi pribatuak prestatzen zizkien bisitariei Warrenek. «Bezeroen profila ikusita ez nuen pentsatu taldeak sortzerik, baina gero ikusi dut horixe dutela gustukoena. Bisitaren ostean, goizaldeko 3:00ak arte egoten dira elkarrekin», kontatu du.

Warrenen ustez, bidaia agentzietan eskaintza nahiko zurruna izan ohi da. «Gurea malguagoa da, bezeroaren interesaren arabera. Bisita gidatuak laburrak dira».

Donostiara iritsi eta sektore turistikoaren presentziarik ez zuen atzeman. Horrek arreta piztu zion. «Turismo bulegoaz gain ez zegoen beste ezer. Merkatuaren azterketa egin nuen eta ez nuen enpresa indartsurik aurkitu», esan du. Gauzak ez dira asko aldatu Warrenen iritziz. «Hiria bere naturaltasunean da ederra eta Donostiak ez dauka leku turistikoa izatearen kontzientziarik», dio.

«Intereseko lekuetara joateko seinale askorik ez dago hirian. Taberna asko ere ez dira menua ingelesez idatzita dutenak. Eta beharrezkoa da. Baina era berean, dena seinalaz betez gero, bisitariari irudituko zaio hiria 'saldu' nahi diotela eta ez zaio sentsazio hori gustatuko. Turistikoa eta benetakoa izatearen oreka gordetzea ez da erraza; gauzak aldatzen hasiz gero, magia apurtzeko arriskua dago», jarraitu du.

Urruneko turistei «amua» jarri nahi die Lakuak

Eustat agentziak emandako datuen arabera, nabarmena da Euskal Herri bertako bisitarien beherakada. Zehazki, %5,1 jaitsi zen iazko urtean.

Kanpoko bisitarien artean, denetarik dago. Estatu espainolekoak gutxitu egin dira. Aldiz, Europako beste herrialdeetatik, AEBetatik, Kanadatik eta Australiatik gero eta gehiago datoz. Eustatek honela dio: hamarretik lau dira atzerriko bisitariak Araban, Bizkaian eta Gipuzkoan. %3,3 egin du gora atzerriko turismoak eta dagoeneko bisitarien kopuru osoaren %40 da. Duela hamar urteko datuei erreparatzen badiegu, orduan %30 ziren, nahiz zenbaki absolutuetan gaur egungoen erdia ziren.

Baina izan duen igoera hau ez da nahikoa Lakuako Gobernuarentzat. Arantza Tapia Ekonomiaren Garapena eta Lehiakortasun Sailburuak Euskal Turismoaren Plan Estrategikoa iragarri du. 2020. urterako lau milioi atzeritar bisitari izatea da helburua eta, horretarako, ezinbestekoa deritza Basque Country marka indartzeari.

Eustat agentziak nabarmentzen duenez AEBetako, Kanadako eta Australiako bidaiariak

poltsikoa beteago ekartzen dute: 140 euro xahutzen dituzte eguneko. Turista espainiarrek, esaterako, 83,5 euro gastatzen dituzte. Turismo arduradunak pozarren agertu dira urruneko turismoaren igoera baloratzerakoan. «Sektorearen aktibitate ekonomikoa orekatu eta hobetzen duen zenbaki historikoa da» euren esanetan.

TRAVEL BASQUE COUNTRY

«Ez diegu mugarik ezarri nahi ez pertsoneri, ez eskaintzeko daukatenari»

«Bertako biztanleen begietatik ezagutzen da toki bat ondoen». Hau sinetsita Javier Salazarrek eta Margaret Carpok atzerritarren eta euskaldunen arteko harreman zuzena bultzatzen dute. Euskal Herrira bisitan datorren turistaren eta Euskal Herrian zer kontatu eta zer erakutsi daukan pertsonaren arteko lotura zuzena sarearen bidez (www.es.travelbasquecountry.com) bideratzen da.

Travel Basque Country ez da ohiko agentzia turistikoa. Produktuen gainean baino, haien atzean dauden pertsonengan jarri dute fokua. «Ohikoak dira produktuak saltzen dituzten enpresak, direla bidaia paketeak, direla egitasmo jakin batzuk. Eta zer dakigu produktu horien atzean dauden pertsonez? Non daude gaztagileak, txakolingileak, korrika egitera ateratzen direnak edo alde zaharrear ardo batzuk hartzera ateratzen direnak?», galdetu du Salazarrek.

Ate bat zabaldu diete Interneten. «Ez diegu mugarik ezarri nahi ez pertsoneri, ez eskaintzeko daukatenari ere. Eurak dira Euskal Herriaren ordezkariak», jarraitu du. Zer aurki dezake atzerritar turistak orrian? 80ko hamarkadan ohiko ziren bideo jokoak egiten dituen Relevo enpresako kideak, esaterako. «Bertakoa da eta bakarra, desberdina. Pertsonak daude lan horren atzean eta horrek ere islatzen du Euskal Herria zer den», kontatu du. Ardo kopa bat edanez Joshua Edelmanen jazz emanaldiaz gozatzeko aukera ere eskaintzen da. Bada gehiago. Elkarte gastronomikoan jatorriaren bat egin edo txikito edalontzia erosi ere egin daiteke, esaterako.

Web orrian norbaitekin harremanetan jarri, produktu jakin bat erosi edo ekimen baterako erreserba egin daiteke. Bilboko mendietan lasterkari batekin entrenamendu saioa egitea, adibidez.

Gastronomiak presentzia berezia du. Onddo bila joatea, pintxoak egiten ikastea, Bilboko Aste Nagusian txapelketa gastronomikoetan parte hartzea, baita hainbat herritako festetan ere. Dena aukeran.

Salazar bilbotarra da. Carpo, berriz, AEBetako San Frantzisko hirian jaio zen. Jatorri filipinarra du. 2001. urtean ezagutu ziren Bilbon, Carpo Deustura ikastera etorri zenean, Jose Olasolok, izebaren senar pilotariak, bultzatuta. San Frantziskon sei urtetako egonaldia egin ondoren Bilbora itzuli ziren duela hiru urte. Nazioarteko konpainia teknologikoetan komunikazio lanak egiten ditu Carpok. Salazar, berriz, gidari turistiko bezala aritu zen San Frantziskoko hotel batean.

Hainbat hutsune ikusi zituzten arlo turistikoan. «Batetik, Eusko Jaurlaritzarena salbu, ez zegoen beste gidarik. Euskal Herria eta atzean dagoen jendea islatzen duen gida irakurterazik ez zegoen. Askotan ingelesez ez zenuen ezer aurkitzen, eta erabilitako ingelesa bera ez zen egokiena», adierazi dute.

«Erakunde publiko bakoitzak bere orrialdea dauka eta herrialdeka eskaintzen zaio informazioa bisitariari. Baina turistak ez ditu ezagutzen; herrialdeen historia baino bertara iristean zer egin dezakeen jakin nahi du», gaineratu dute.

Bi kulturek, euskaldunak eta estatubatuarrak bat egiten dute Travel Basque Country enpresan. Salazarrek Euskal Herria ezagutzen du eta Carpok ondo daki bisitariaren interesen berri. Web orrian oso esperientzia desberdinak jasotzen dira. «Gehienak autonomoak dira, eta enpresa txikiak dituzte martxan. Egitasmo batzuetan guk zuzenean parte hartzen dugu eta beste batzuetan ez. Interesatua hornitzailearekin jartzen da zuzenean harremanetan –esan dute–. Jendea erakartzen saiatzen gara eta tratua ixten denean, salerosketaren ehuneko bat jasotzen dugu guk».

Zubi lana da euren. «Enpresa txikiek ez daukate denborarik eta baliabiderik komunikazio eta marketin lanean aritzeko. Are gutxiago arrotza zaien hizkuntzan. Hori horrela, gure laguntza eskaintzen diegu euren jardueraren berri eman dezaten. Horrekin batera, bisitariarentzat interesgarriak gerta daitezkeen esperientziak sortzen laguntzen diegu», adierazi du Margaret Carpok.

Asko gozatu du hemengo jendea ezagutzuz. «Dituzten zailtasunak gainditu eta egiten dutenarekiko agertzen duten pasioa ikusi dut», esan du.

Web orrian agertzen diren pertsona denak ezagutzen dituzte eta esperientzia gehienak probatu dituzte. «Euskal Herri osoan ibili gara eta han-hemengo festak ezagutu ditugu; horrela egin nahi izan dugu», adierazi dute.

Atzerrian Euskal Herriaz gehien ezagutzen dena puntako sukaldarien jatetxeak direla berretsi dute.

Euskal Herria nola «saldu» daitekeen galdetuta, zera diote: «Salgarria da, produktua oso ona baita. Benetakoa da eta horrek desberdin egiten du. Baina ez dakigu saltzen». Kanpora goazenean, berriz, burua ireki beharra ikusten dute. «Geure buruko eskema karratuarekin goaz kanpora eta talka egiten dugu beste kulturekin», esan du Salazarrek. Benetakotasuna gorde bai, baina burua pixka bat irekitzea komeni zaigulakoan daude.

KABI

«Hiriburuak ezagutzen dituzte, eta mendiekin harritu egiten dira»

Hamalau zortzimilako gailurrak zapalduta, proiektu berria jarri du abian orain hilabete gutxi turismoaren alorrean: Kabi bidaia agentzia.

Euskal Herriko mendi ingurunea ezagutzeko aukera eskaintzen die bisitariei. «Mendizale guztiok izan dugu bidaiak antolatzeko ohitura, baina normalean kanpora joaten gara, Nepal aldera. Zergatik ez bisitariak hona ekarri? Euskal Herrira eta Pirinioetara beste herrialdeetatik jendea etortzera gonbidatu nahi dugu», adierazi du.

Bezeroak hasi dira, pixkanaka. «Bidea luzea da», ohartarazi du tolosarrak. Sarea (kabi-travels.com) oso lagungarria da bezeroak lortzeko garaian. «Agentziekin eta bezero partikularrekin egiten dugu lan. Interneti esker New Yorkeko bezero batek, gure web orrira sartu eta, 'ekainean Euskal Herrira joan eta bost egunetan trekking-a egin nahi dugu' esanez idatz diezaguke», dio.

Bezero frantziarrak izan dituzte orain arte gonbidatu. Amerikarrak, norvegiarrak eta suediarrek dira laster etortzekoak.

Euskal Herriaren kostaldea, barnealdea zein parke naturalak dituzte aukeran. «Kostaldean Pasai Donibanetik Hondarribirako ibilbidea, edo Debatik Zumaiara flyscha ikusiz, adibidez –kontatu du–. Barnealdean Pagoeta ingurua, Aralar, Gorbea...». Pirinioetan ere badute eskaintza. Vielhan dute bulegoa.

Bezeroak hala nahi izanez gero, ostatua ere bilatzen diote. «Bost izarreko hotela edo nekazal etxe bat izan daiteke», dio.

Gure hiriburuak ezagunak dira, ez hainbeste mendiak. «Agentzia martxan jartzerakoan konturatu ginen Donostia, Bilbo, edo Gasteiz hiriengatik bilatzen zutela Euskal Herria. Hiriburuak ezagutzen dituzte baina harritu egiten dira hona etorri eta mendia ere badugula ikustean. Horixe erakutsi nahi dugu», nabarmendu du.

Izenak K2 mendiari eta txori habiari egiten dio erreferentzia. «Mendizale bezala aldaketa handikoa izan zen nire ibilbidean, eta beti izan da erreferentzia nire bizitzan. Horrez gain, hona datorren bezeroa etxean bezala, kaban, sentitzea nahi dugu», argitu du.

Helburu horrekin, 10-15 pertsonako taldeekin egiten dute lana. Bezeroen profilaz galdetuta, honakoa dio: «Ohituta daude bidaiatzera. Kulturarekin eta naturarekin harremana duten bidaiak izan ohi dira. Ekonomikoki maila erdian edo altuan daude». Hiru pertsona ari dira Kabi agentziaren bulegoan salmenta egiten. Gidari lanetan Asier Izagirre eta Adrian Garbizu Patta dabilta. «Gidari buruak dira. Eurekin batera Euskal Herrian zehar gidari gehiago ditugu. Inguru denak ezagutzen dituzte eta bezeroekin eurek egingo dute ibilbidea. Prestakuntzari dagokionez, mendiko gidari titulazioa edo erdi mailakoa dute. Hizkuntzak ere jakin behar dituzte, gutxienez ingelesa».

Euskaldunentzat ere atea irekita ditu Kabi agentziak, nahiz Pasabanen esanetan gidari baten zerbitzua kontratatzeko ohiturarik ez daukagun euskaldunok. «Ez doa gure kulturarekin», dio.

Gisa honetako beste agentziarik ez du ezagutzen ez Euskal Herrian, ez estatu espainolean. «Alpe aldean bai, esperientzia handiagoa dute eta begiratu dugu han gauzak nola egiten dituzten, nahiz hutsetik hasi garen, nolabait».

Bere esanetan, «nabaria da azken urteotan turista atzerritarren kopurua dezente igo dela. «Gure ekonomia altxatzen lagun dezake. Alor honetan egiten den dena onerako izango da. Badaukagu zer erakutsi; euskaldunak irekiak gara eta munduari zabaldua gaude».

«Euskaldunok, gure izaeragatik, ez gara saltzekoak. Hori ez da ona ez txarra, horrelakoak gara. Dena den, ez dakit turismoak etorri behar duen planteatu ote dugun ere. Nire ustez ez dugu masa handirik behar, benetan Euskal Herria eta euskal kultura interesatzen zaizkien pertsonak behar ditugu. Hori horrela izanik, ondo zainduko dugu gure lurra», jarraitu du.

Euskal Herriko naturaren edertasuna baloratu dute gehien bezeroek. Baita herritarren gertutasuna ere. «Herri txiki batera iritsi eta emakume bat gazta puska eskainiz leihora ateratzea asko baloratzen dute», amaitu du Edurne Pasabanek.

naiz:

- Astero
- Nor gara
- [info\(a bildua\)gaur8.info](mailto:info(a bildua)gaur8.info)

Laguntzaileak 