



## **GABONETAKO KANPAINAK 22,5 MILIOI EUROKO INPAKTU EKONOMIKOA IZAN ZUEN DONOSTIAN**

- Ikertalderen ikerketaren arabera, jasotako bisitetatik 250.000, Donostiako Udalak Donostia Sustapenaren bidez egindako Gabonetako kanpainagatik bakarrik egin ziren.
- Marisol Garmendia: "Donostia sendotu egin da hirian aberastasuna eta enplegua sortzen dituen Gabonetako erreferente gisa, eta bultzada handia eman die saltoki txikiei eta ostalaritzari. Donostia Sustapenak egindako kanpainak 18 euro baino gehiago eman ditu inbertitutako euro bakoitzeko".

Donostiako Udalak, Donostia Sustapenaren bitartez, antolatutako Gabonetako kanpainak 22,5 milioi euroko eragin ekonomiko zuzena izan du, eta horietatik 22,1 milioi herritarren gastuaren eta bisitariak erakartzearen ondorioz sortutako diru-sarrerei dagozkie. Kontratazioari dagokionez, abenduan 1.933 kontratu egin ziren merkataritza- eta ostalaritza-sektoreetan; horien ondorioz, 1.395 enplegu sortu ziren, eta aldi horretan hirian egindako kontratazioaren % 28 dira.

Marisol Garmendia Ekonomia eta Tokiko Enplegu zinegotziak azpimarratu duenez, "Donostia Gabonetako erreferente bihurtu da Espainiako Iparralde osoan. Jaiak donostiarrentzat

gozatzeko egunak izateaz gain, aberastasuna eta enplegua sortzeko faktore garrantzitsuak ere badira gure hirirako. Gabonetako kanpaina saltoki txikien urteko fakturazioaren % 20 baino gehiago da, eta ostalaritzari ere bultzada handia ematen dio (bi sektore horietan 16.000 donostiar ari dira lanean). Igaro berri den kanpainan 1.400 pertsona kontratatu ziren, hau da, gure hirian sortutako lau enplegutik bat Gabonetako kanpainari zor zaio. Zifra horiek Donostia Sustapenak egindako kanpaina indartzen dute, inbertitutako euro bakoitzeko 18 eurotik gorako etekina ateratzen baitu tokiko ekonomiak".

Puntu estrategikoetan instalatutako pasoko kontagailuek guztira 2.240.000 bisita zenbatu zituzten kanpainaren 38 egunetan, hau da, batez beste 59.000 egunero. Ikertalderen ikerketaren arabera, presentzia horien % 65, hau da, hirutik bi, donostiarrenak dira.. Gainerako % 35a bisitariak dira: erdiak baino gehiago, gipuzkoarrak (% 18); Arabatik eta Bizkaitik etorritakoak, % 6 (Espainiako gainerako herrialdeen ehuneko bera, % 6); eta atzeritarrak, % 5. Bisita guztietatik 250.000 Gabonetako kanpainagatik bakarrik egin ziren; datu hau oso esanguratsua da kanpainaren inpaktuari eta eraginari dagokienez. Zifra benetan handiak izan arren, guztizko etorrerak % 8ko beherakada txikia izan zuen euriaren ondorioz, 2023ko euri prezipitazioen erregistroak hirukoiztu egin baitziren.

Onarpen handieneko jardueren artean honako hauek nabarmendu behar dira: inaugurazio-ekitaldiaren errekorra, 18.500 pertsona bertaratu baitziren, euria egin arren; Gabonetako merkatua, 462.458 bisita izan zituena, eta Alderdi Ederreko Mapping-a, 144.000 bisita izan zituena.

Egindako azterlanaren datuak bisitarien, merkatarien, ostalarien eta merkatu postuen artean egindako 1.500 elkarrizketen bidez lortu dira; gainera, osagarri gisa, zenbaketak egin ziren kanpainako hainbat tokitan, eta elkarrizketak egin zitzaizkien merkataritzako eta ostalaritzako eragile nabarmenei.

### **Gabonetako kanpaina zenbakitan**

#### **- Inpaktu ekonomikoa**

Kanpainaren guztizko inpaktua 22,5 milioi eurokoa izan da, horietatik 22,1 milioi Donostia Sustapenak egindako Gabonetako kanpainari lotutako erosketengatik eta gainerakoa Donostiako ekonomian sortutako beste diru-sarrera da.

Tokiko merkataritzak Gabonetan izan zituen salmentak guztira 211,2 milioikoak izan dira, hau da, urteko fakturazioaren % 21. Kopuru horretatik, 80,8 milioi (% 38) bisitariak egindako gastuari dagokio.

Gabonetako merkatuak 879.000 €-ko salmentak izan zituen guztira, aurreko kanpainan baino % 17 gehiago.

Pertsonako eta eguneko egindako gastua, batez beste, 69 eurokoa izan zen (57 € donostiarren kasuan eta 91 € bisitarien artean).

2023ko abenduan 1.933 kontratu sinatu ziren eta 1.395 enplegu sortu ziren; 604 tokiko merkataritzan eta 791 ostalaritzan.

- **Jarduerak**

Inoizko jendetzarik handiena inaugurazioan: 18.500 pertsona.

Bisitak merkatura (Urumea eta Pza. R. Labayen): 462.458 bisita.

Bideomapping: 144.000 pertsona (34 pase, 9 egun).

70.000 pertsonak baino gehiagok bisitatu zuten Noria; 14.000k trena; eta 12.000k lera.

Donostiako Orfeoiaren kontzertuak (Altza eta Loiolako Erriberak): 1.000 pertsona.

DonoSTEAM: 2.249 parte hartzaile (9 egun).

Hondartza-jarduerak Fortuna Kirol Elkartearekin: 457 parte hartzaile (8 egun).

Bideomapping-a: bisitarien % 18 (34 emanaldi, 9 egun).

55 postu Gabonetako merkatuan.

51 ekitaldi (abesbatzak, tailerrak, etab.) merkatuan: 2.215 bisitari.

5 erakunde etxola solidarioetan (Aita Mari, Zaporeak, Mi dulce guerrero, Ukraina Euskadi, Gromada eta ASPACE).

BAE: 20 ibilaldi / 17 egoitza (80 parte hartzaile, 36 boluntario).

- **Balorazioa**

Donostiarren % 73k uste du Gabonetako Kanpainak inpaktu handia duela eta merkataritza eta ostalaritza bultzatzen dituela.

Inkestatuen % 80 baino gehiagoren iritziz, Gabonetako merkatuak nabarmen laguntzen du hiriko Gabonetako giroa zabaltzen.

Gabonetako merkatuan parte hartzen duten 55 erakusketarien % 93k oso positibotzat jo dute egindako kanpaina.

70 inpaktu baino gehiago tokiko eta estatuko komunikabideetan: DV, Noticias de Gipuzkoa, EITB, SER, Onda Cero, RTVE, A3, T5, La Sexta...