



ENSEM- BLE NOUS AVONS UN PLAN

VISIT-

PLAN DE TOURISME,
DONOSTIA/SAINT-SÉBASTIEN
2017 - 2021

BIZI

« LE POINT DE DÉPART, C'EST
NOTRE QUALITÉ DE VIE »

DE NOUVELLES PROPOSITIONS POUR DE NOUVELLES FORMES DE TOURISME.

-

On ne peut comprendre la ville qu'est devenue Saint-Sébastien aujourd'hui, sans tenir compte de tout ce que le tourisme lui a apporté. Nous accueillons des visiteurs depuis le XIXe siècle, et nous avons toujours été heureux et fiers de le faire. C'est grâce au tourisme, si nous avons aujourd'hui une ville débordante de vie, avec des infrastructures et une offre culturelle dignes des plus grandes cités.

Pourtant, ces dernières années, le développement du tourisme mondial et le succès de notre ville, devenue une destination phare, ont fait peser sur certains quartiers une pression à laquelle nous n'étions pas accoutumés.

Le moment est donc venu de repenser le modèle de tourisme que nous voulons pour Saint-Sébastien, et de le faire en plaçant les habitants au centre de ce projet. Une ville authentique, qui offre une bonne qualité de vie à ses habitants, sera encore plus intéressante pour les visiteurs.

Le Plan de Tourisme de Donostia/Saint-Sébastien 2017-2021 VISIT-BIZI reflète fidèlement cette démarche. Pendant plus d'un an, des professionnels du secteur, des organismes publics et des citoyens ont travaillé ensemble pour tracer les chemins qui nous permettront de créer un nouveau modèle de tourisme durable, plus équilibré, plus authentique, et de plus qualitatif.

UN TOURISME PLUS AGRÉABLE POUR TOUS.





UNE VILLE AUTHENTIQUE, QUI
OFFRE UNE BONNE QUALITÉ DE VIE
À SES HABITANTS SERA AUSSI PLUS
ATTRACTIVE POUR LES VISITEURS.



GRÂCE AU TOURISME,
NOUS AVONS AUJOURD'HUI UNE
VILLE VIVANTE, AVEC DE BONNES
INFRASTRUCTURES ET UNE OFFRE
CULTURELLE COMPARABLE À
CELLE DES PLUS GRANDES CITÉS.

NOUS SOMMES DÉJÀ 325 PME LOCALES À AVOIR ADHÉRÉ À SAN SEBASTIÁN
TURISMO & CONVENTION BUREAU. JOUR APRÈS JOUR, NOUS TRAVAILLONS
AU SUCCÈS PRÉSENT À VENIR DU TOURISME DANS NOTRE VILLE.

01

LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME MONDIAL N'EST PAS PRÈS DE S'ARRÊTER. NOUS POUVONS IGNORER CE FAIT, OU NOUS Y PRÉPARER.

IN 2016 *

1,3 MILLION DE NUITÉES.

7%

de visiteurs de + qu'en 2015.



54,7%

des nuitées réalisées par des étrangers.



18,3%

de croissance en hiver.



Consolidation

Nous sommes devenus une référence internationale du tourisme de qualité.



* Rappel historique :

En 1907, la ville comptabilisait déjà 1,3 million de nuitées.

D'OÙ VENONS-NOUS ?

San Sebastián Turismo & Convention Bureau avait lancé deux défis fondamentaux dans son Plan Directeur 2012-2016 : la **désaisonnalisation**

– attirer des visiteurs en basse saison – et l'**internationalisation**.

Nous les avons brillamment relevés.

Félicitations ! Tous ensemble, nous sommes parvenus à atteindre nos objectifs grâce à notre sens de l'hospitalité et à notre comportement.

Mais toute chose a ses avantages et ses inconvénients. Par exemple, nous avons reçu un nombre croissant d'excursionnistes qui passent la journée avec nous mais ne restent pas pour la nuit, et font peser une forte pression sur certaines zones de la ville. Le temps est venu de réajuster les choses.

AUJOURD'HUI, NOUS SOMMES TOUS DES TOURISTES.

Les nouveaux modèles d'économie en ligne, l'augmentation de la qualité de vie des personnes âgées et la démocratisation des voyages font augmenter chaque année le nombre de déplacements touristiques dans le monde.

En 2016, plus de 2 milliard de voyages d'agrément ont été réalisés et notre ville n'a pas échappé à cette tendance.

Par ailleurs, les modalités de ces voyages ont profondément changé. De nouvelles façons de négocier les logements et les transports ont vu le jour, la préférence pour les destinations urbaines n'a cessé de se renforcer, et de nouvelles catégories de voyageurs, en quête d'expériences locales, sont apparues.

Au vu de tout ce qui précède, il ressort que la croissance du secteur touristique dans notre ville est une réalité à laquelle nous ne pouvons échapper.

Ce que nous devons faire maintenant, c'est réfléchir sur la manière de gérer cette réalité pour l'adapter le mieux possible aux objectifs de notre ville et de notre communauté de citoyens.

2016



1.200.000.000
voyages d'agrément dans le monde

EST UNE GRANDE CHANCE POUR ELLE.

Le tourisme est l'une des principales sources de revenus de Donostia/Saint-Sébastien. Le développement de cette activité représente donc une promesse de **développement et de bien-être** pour tous ses habitants, et une chance que nous devons saisir.

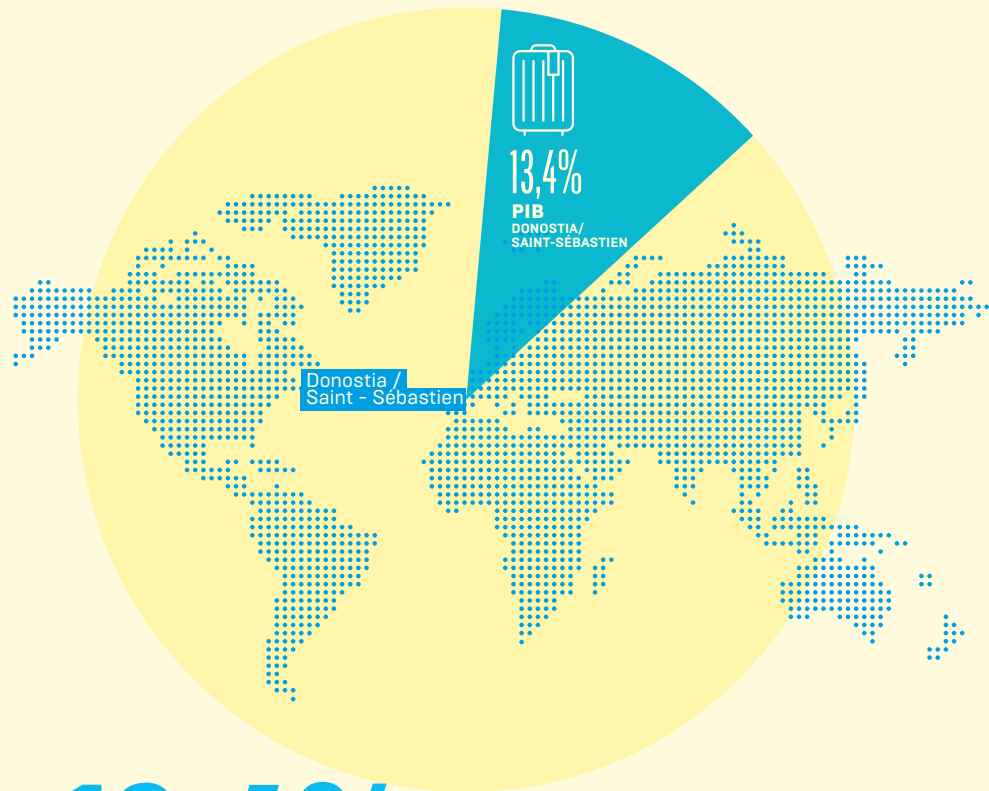
Parce que cela va **développer l'emploi et l'entrepreneuriat**; et qu'en attirant les talents et les innovations, le tourisme de congrès va contribuer à **dynamiser notre tissu industriel et commercial et nos I+d+i**.

Parce que cela va permettre la diffusion **de la culture, de la langue, et de l'identité basque** dans le monde, tout en nous apportant davantage d'ouverture, de contacts avec d'autres réalités, et d'autres **stimuli culturels**.

Une activité non délocalisable qui englobe différents secteurs.

Le tourisme est une industrie localisée et les dépenses effectuées par les visiteurs **alimentent l'ensemble du système productif local**. On a généralement tendance à rapprocher le tourisme de l'hôtellerie et de l'hébergement, mais à Saint-Sébastien, les secteurs et les entrepreneurs locaux concernés directement... ou indirectement... par le tourisme sont nombreux et très divers : musées, équipements culturels, commerces, guides touristiques, centres de recherches / hôpitaux / entreprises de différents secteurs liées au tourisme de congrès, petites entreprises qui fournissent des services aux visiteurs, agriculteurs et pêcheurs qui vendent leurs produits aux restaurants, etc.

LE TOURISME DANS NOTRE VILLE:



13,4%
PIB DE LA VILLE

EN 2015
1 MILLIARD €

2016
CRÉATION DE + 15.000
EMPLOIS

CHAQUE
TOURISTE
APPORTE **123,60€/ JOUR**

95% **DÈS ENTREPRISES DU SECTEUR TOURISTIQUE DE SAINT-SÉBASTIEN SONT DES PME LOCALES***

* Pourcentage venant des 325 entreprises partenaires de San Sebastián Turismo & Convention Bureau.

02

QUEL MODÈLE DE TOURISME POUR SAINT-SÉBASTIEN ?

Ce nouveau Plan doit aborder les besoins liés à cette nouvelle réalité. Nous devons donc modifier nos orientations et nos objectifs.

Le nombre de visiteurs n'est plus une priorité. Nous nous orientons vers plus de qualité. Mais il n'y a pas de tourisme de qualité sans destination de qualité, avec un espace public plus ordonné, mieux régulé, et un renforcement de l'identité et de la personnalité de la ville.

Il s'agit d'assurer la **qualité de vie** des habitants de Saint-Sébastien et de s'en servir pour attirer des publics prioritaires, afin de consolider notre position de **destination urbaine de premier plan au niveau international**.

Pour y parvenir, nous suivrons quatre grands axes :

01

VIABILITÉ

SOCIALE.
ENVIRONNEMENTALE.
ÉCONOMIQUE.

|

02

ÉQUILIBRE ENTRE...

LES HABITANTS.
LES VISITEURS.
LES ENTREPRISES.

|

03

QUALITÉ

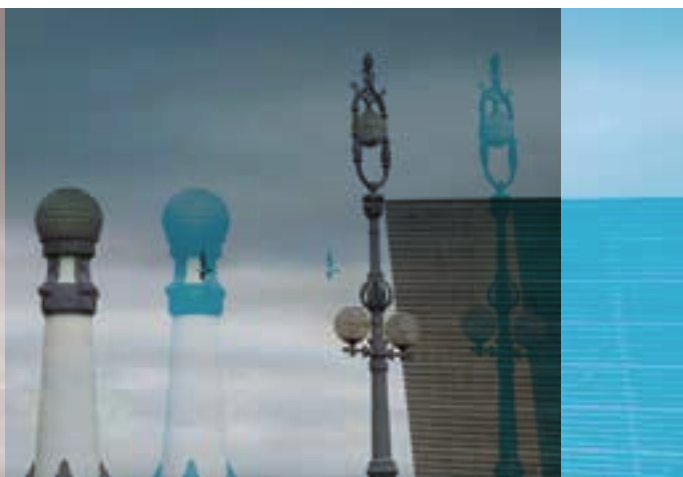
DE VIE.
DU SÉJOUR.
DE LA DESTINATION.

|

04

AUTHENTICITÉ

IDENTITÉ, CULTURE ET
LANGUE BASQUE
TRADITIONS,
SINGULARITÉ.



NOUS AVONS CHOISI UN CHEMIN.

—

Nous allons être...

- ◀ Une destination où les visiteurs s'intégreront de façon équilibrée à la ville de Saint-Sébastien, à son territoire, à son économie et à sa société.
- ◀ Qui maintient et améliore La valeur que nous voulons offrir à nos visiteurs et concitoyens.
- ◀ Avec un modèle raisonnable d'évolution de l'offre d'hébergement.
- ◀ Qui proposera de nouvelles ressources touristiques dans les quartiers et le territoire métropolitain.
- ◀ Un modèle et une future référence de tourisme urbain de qualité en Europe.
- ◀ Qui préservera l'identité et la personnalité de notre ville, nos symboles, les images et les sensations qui nous définissent.

DE QUEL TOURISME VOULONS-NOUS ?

—

OUI

- ◀ **Recherche d'expériences.**
Des visiteurs qui désirent connaître notre destination en profondeur, comprendre son essence et vivre avec ses habitants.
- ◀ **Nos visiteurs traditionnels.**
Ceux qui nous conviennent. Ceux qui veulent vivre une expérience locale et qui souhaitent s'intégrer à Saint-Sébastien. Des visiteurs venant d'Espagne, de France, du Royaume-Uni, du Benelux, d'Allemagne, de Scandinavie, des États-Unis, du Canada, du Japon ou d'Australie.
- ◀ **Un tourisme très rentable.**
Des activités touristiques de ce genre induisent des visites de qualité et exercent moins de pression sur la ville : tourisme de congrès, événements sportifs, tourisme gastronomique, tourisme culturel et créatif, escapades urbaines, tourisme premium...

NON

- ◀ **Tourisme de masse.**
Grandes croisières, tourisme de fête, beuveries, soleil et plage.
- ◀ **Voyageurs qui ne s'adaptent pas.**
Des marchés qui exigent que nous nous adaptions à leurs propres coutumes et qui ne souhaitent pas s'intégrer ni partager l'expérience locale.
- ◀ **Grands groupes qui ne font que passer.**
Qui n'ont presque aucun contact avec la population et risquent de mettre la ville sens dessus dessous.

03

COMMENT ALLONS-NOUS Y PARVENIR ?

01

EN RÉGULANT L'HÉBERGEMENT. N'ACCEPTONS PAS N'IMPORTE QUOI.

L'augmentation des locations touristiques, qui se concentre dans certaines zones, confronte les habitants de toujours à des processus qui pourraient les amener à quitter ces quartiers.

Pour que le développement de notre modèle de ville soit viable sur le plan social, nous devons réguler efficacement cette activité afin qu'elle n'affecte pas nos concitoyens.

Un arrêté municipal sur les appartements de location touristique entrera bientôt en application. Il va :

- ▶ Délimiter clairement les lieux où nous pouvons proposer ce type de locations et définir sur quels critères.
- ▶ Désigner une équipe chargée du contrôle et de l'inspection qui identifiera les appartements qui ne respectent pas ces normes.
- ▶ Mettre en place des sanctions économiques en cas d'irrespect des normes.

Favoriser la création d'un cadre pour gérer les relations avec les principales plateformes de location en ligne.

02

EN RÉPARTISSANT LES VISITES SUR L'ANNÉE ET SUR TOUT LE TERRITOIRE.

Les habitants, les visiteurs et les excursionnistes d'un jour se partagent nos rues, créant parfois des encombrements à certains endroits.

Étant donné que notre capacité d'accueil est limitée, nous devons parvenir à mieux répartir cette affluence, dans le temps, et sur l'espace de notre territoire.

Pour y parvenir, nous allons entreprendre les actions suivantes :

- ▶ Développer le tourisme en **basse saison**, grâce à des campagnes de promotion, des propositions d'activités ou d'expériences, en accueillant des congrès, etc.
- ▶ Développer de **nouvelles zones** d'attraction pour dynamiser d'autres secteurs de la ville et du territoire.
- ▶ Ouvrir un nouvel **espace d'accueil** des visiteurs, plus spacieux et plus moderne, qui servira de vitrine à toutes nos propositions concernant la zone métropolitaine.
- ▶ Analyser les limites, la capacité d'accueil de Saint-Sébastien, et les effets du tourisme, grâce à un **observatoire** qui permettra un monitoring en temps réel.

03 AMÉLIORER LES DÉPLACEMENTS DANS LA VILLE.

—

Quand nous nous déplaçons dans la ville, nous ne partageons pas seulement les rues avec les visiteurs et les habitants. Nous les partageons aussi avec les personnes qui y travaillent, qui fournissent des produits ou des services, etc.

Le système de circulation doit être capable d'absorber les tensions **qui peuvent se produire lorsque la foule se concentre.**

Nous pourrions ainsi agir concrètement :

- ◀ Réguler les autocars et les groupes. de touristes.
- ◀ Améliorer l'information en temps réel sur la **circulation et le stationnement** dans la ville, le taux d'occupation des parkings, la connexion avec des parkings de dissuasion, etc.
- ◀ Promouvoir un **plan d'utilisation de l'espace public.**
- ◀ Développer l'utilisation des **cartes touristiques** de transport.

04 PRÉSERVER LA VIEILLE VILLE.

—

La Vieille Ville est la partie de Saint-Sébastien qui a été le plus affectée par la pression humaine.

Il est essentiel d'assurer la qualité de vie et la diversité des activités sociales, culturelles et économiques dans cet espace symbolique si important pour la personnalité de notre ville.

Un Plan intégral sera créé pour la Vieille Ville. Il comprendra les actions suivantes :

- ◀ La Vieille Ville sera déclarée **zone saturée.** On ne pourra plus y créer de nouvelles activités hôtelières ou d'hébergement, quelles qu'elles soient.
- ◀ Un contrôle strict des **appartements touristiques** dans cette zone.
- ◀ Un arrêté municipal de contrôle de l'**espace public** réservé à l'hôtellerie et au commerce.
- ◀ Un nouveau plan d'utilisation de l'espace public concernant l'organisation d'événements dans la Vieille Ville.
- ◀ La **régulation** de la publicité et des enseignes.
- ◀ Un accroissement décisif des **services publics** dédiés aux habitants du quartier.

COMMENT ALLONS-NOUS Y PARVENIR ?

05

EN CONSERVANT NOTRE PROPRE IDENTITÉ ET NOTRE AUTHENTICITÉ.

—

Nous tendons de plus en plus à aimer les mêmes marques, les mêmes tendances, les mêmes produits culturels et les mêmes modes. Les habitants de différentes régions du monde se ressemblent chaque jour un peu plus. Il en va de même pour les villes.

Ce qui nous définit, c'est notre essence, notre personnalité singulière, et nous voulons préserver cela. Et c'est aussi ce qui fait l'intérêt de notre ville pour les visiteurs.

Ce qui fait notre valeur, c'est notre langue, notre culture, nos spécificités, notre urbanisme, notre architecture, l'aménagement de notre ville... et nous devons protéger tout cela de la banalisation et de la standardisation.

Voici nos propositions :

- ◀ Lancement d'actions de promotion de la **culture et de la langue basques, de l'histoire et des traditions de Saint-Sébastien**, et de tout ce qui fait la particularité de notre ville.
- ◀ Création de mesures pour soutenir les **hôtels et commerces typiques**.
- ◀ Édition de règlements destinés à entretenir la **qualité du paysage urbain** et à prévenir la contamination visuelle.
- ◀ Définition et **contrôle des éléments commerciaux** autorisés dans l'espace commun.

06

EN CIBLANT DES SECTEURS STRATÉGIQUES.

—

Pour préserver la qualité de vie des habitants de Saint-Sébastien, il est capital de sélectionner les publics que nous souhaitons faire venir et le positionnement sur lequel nous allons miser en tant que destination. Nous ne voulons pas d'un tourisme de masse qui risquerait de dégrader notre ville. Nous allons donc travailler 5 axes stratégiques :

- ◀ **Tourisme de congrès et événements sportifs.**
- ◀ **Tourisme culturel et créatif.**
- ◀ **Tourisme gastronomique.**
- ◀ **Tourisme haut de gamme.**
- ◀ **Tourisme de courts séjours et d'escapades.**

Développer la connaissance et l'innovation :

Le tourisme de congrès et de réunions est une occasion d'attirer des professionnels pour échanger des connaissances et apporter une valeur ajoutée à nos entreprises. C'est une activité stratégique pour positionner Saint-Sébastien comme une ville dotée d'entreprises innovantes et compétitives, pour dynamiser le tissu industriel et les I+D+i, et qui s'accompagnera d'importantes retombées quantitatives en basse saison.

NOTRE ESSENCE, NOTRE PERSONNALITÉ
DIFFÉRENTE, SONT CE QUI NOUS DÉFINIT
ET NOUS VOULONS LES PRÉSERVER...

07 EN PRIVILÉGIANT LA DURABILITÉ.

Outre les actions précédemment mentionnées, nous allons mettre en place des mesures spécifiques complémentaires destinées à favoriser un tourisme durable dans tous les domaines :

- ▶ Campagnes de conscientisation et de sensibilisation à un **tourisme responsable**.
- ▶ Promotion des **entreprises et des produits locaux**.
- ▶ Soutien aux mesures destinées à réduire l'**impact environnemental**.
- ▶ Coordination du secteur touristique pour encourager des actions sociales et des **campagnes de solidarité**.

08 EN CRÉANT UNE NOUVELLE TAXE POUR LES VISITEURS ET LES EXCURSIONNISTES.

L'entretien et la gestion des ressources touristiques (plages, promenades, monuments, musées...) supposent un effort important de la part de tous les habitants de Saint-Sébastien.

Cette mesure vise à associer les visiteurs et les randonneurs à ces coûts, afin de les répartir plus équitablement.



04

COMMENT CE PLAN A-T-IL ÉTÉ ÉLABORÉ ?

LE POINT DE RENCONTRE DE NOMBREUSES PERSONNES.

Le Plan de Tourisme Donostia/Saint Sébastien 2017-2021 VISIT-BIZI est né des efforts d'un vaste collectif de personnes et d'organismes qui ont apporté leurs expériences, leurs connaissances et leur approche.

Il représente plus d'un an d'un travail très **technique** qui a connu différentes phases de développement avant de pouvoir être partagé avec vous.

Il a fait appel, à différents niveaux, à des **experts, des professionnels du secteur, à tous les partis politiques, aux habitants, et à San Sebastián Turismo & Convention Bureau** qui regroupe plus de 300 entreprises partenaires (avec une majorité de PME locales).



VOUS VOULEZ DÉCOUVRIR LE PLAN COMPLET ?

IL EST À VOUS.

Il appartient à toutes les habitantes et à tous les habitants de Saint-Sébastien. Voici pourquoi, si vous voulez accéder à l'intégralité de ce document, vous pouvez le faire sur :

www.sansebastianturismo.com

L'EFFORT DE TOUTES CES PERSONNES S'EST CRISTALLISÉ DANS CE DOCUMENT : UN PLAN D'ACTION QUI REPLACE LE CITOYEN AU CŒUR DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE, ET QUI NOUS APPORTE UN NOUVEL ÉQUILIBRE POUR UN NOUVEAU TOURISME.
QUALITÉ DE VIE ET QUALITÉ DE SÉJOUR.