

BÉARN
Pyrénées



Pays
BASQUE

Agence d'attractivité
et de **D**éveloppement **T**ouristiques



Crédit photo : Anglet Tourisme

Étude de fréquentation

Anglet

Année 2019

Agence d'attractivité et de **D**éveloppement **T**ouristiques Béarn – Pays basque
2 allée des Platanes - 64100 BAYONNE

infos@tourisme64.com - Tél. 05 59 30 01 30

www.tourisme64.com

www.tourisme64-pro.com

Sommaire

1	Délimitation de la zone d'Étude	9
2	Contexte touristique.....	10
2.1	OFFRE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE : PLUS DE 5 700 LITS MARCHANDS (HORS AIRBNB).....	10
2.2	UNE ZONE D'ÉTUDE METEO-DEPENDANTE.....	11
3	Fréquentation diurne	12
3.1	UNE ZONE D'ÉTUDE IMPACTEE PAR SES EVENEMENTS.....	12
4	Touristes	13
4.1	PRES DE 900 000 TOURISTES POUR 2,4 MILLIONS DE NUITEES.	13
4.2	DES DUREES DE SEJOURS IMPACTEES PAR LE TOURISME DE PROXIMITE.....	14
4.3	UN MARCHÉ FRANÇAIS PRINCIPALEMENT DE PROXIMITE	15
4.4	DES TOURISTES URBAINS TRES PRESENTS SUR LA ZONE D'ÉTUDE	16
4.5	SEULEMENT ¼ DES TOURISTES ETRANGERS SONT ESPAGNOLS	17
4.6	DES TOURISTES MOBILES EN HORS SAISON ; SEDENTAIRES EN HAUTE SAISON	18
4.7	DES TOURISTES INTRA-DEPARTEMENTAUX PEU SAISONNALISES.....	19
5	Excursionnistes	20
5.1	UNE DESTINATION D'EXCURSION ESSENTIELLEMENT FRANÇAISE.	20
5.2	UNE DUREE DE PRESENCE INFLUENCE PAR L'ATTRACTIVITE LITTORALE DE LA ZONE D'ÉTUDE	21
5.3	DES EXCURSIONNISTES DE PROXIMITE.....	22
5.4	DES EXCURSIONNISTES FRANÇAIS EGALEMENT TRES URBAINS	23
5.5	L'ESPAGNE, PAYS PREDOMINANT DES EXCURSIONNISTES ETRANGERS.....	24
5.6	DES EXCURSIONNISTES INTRA-DEPARTEMENTAUX CIBLANT LE HORS SAISON.	25
	ANNEXE.....	27

Méthodologie Flux Vision Tourisme (FVT)

Les règles de comptabilisation de Flux Vision nous permettent de distinguer 4 types de visiteurs :

- **Les visiteurs** : somme des touristes et des excursionnistes
- **les touristes** : visiteurs ponctuels non originaires des Pyrénées-Atlantiques et logeant sur la zone d'étude.
- **les touristes intra** : visiteurs ponctuels originaires des Pyrénées-Atlantiques et logeant sur la zone d'étude.
- **les excursionnistes** : visiteurs ponctuels non originaires des Pyrénées-Atlantiques passant au moins 2h sur la zone d'étude sans y séjourner (hors travailleurs et personnes de passage).
- **Les excursionnistes intra** : visiteurs ponctuels originaires des Pyrénées-Atlantiques passant au moins 2h sur la zone d'étude sans y séjourner (hors travailleurs et personnes de passage).

Qu'est-ce qu'un touriste ? (définition FVT)

Il s'agit d'une personne séjournant dans la zone d'étude et effectuant moins de 5 séjours et moins de 31 nuitées sur les deux derniers mois.

L'indicateur comprend :

Les non-résidents du département séjournant dans la zone d'étude ayant effectué moins de 5 séjours et moins de 31 nuitées sur les deux derniers mois, qu'ils soient d'origine française ou étrangère. Cela inclut donc les touristes en hébergements marchands et non marchands (famille, amis, résidence secondaire...)

L'indicateur ne comprend pas :

Les résidents de la zone d'étude.

Les personnes habituellement présentes réalisant plus de 5 séjours ou plus de 31 nuitées sur les deux derniers mois, qu'elles soient d'origine française ou étrangère.

Les personnes possédant une maison secondaire dans la zone d'étude et réalisant au moins 5 séjours et/ou plus de 31 nuits sur les deux derniers mois.

Les personnes à la nationalité spécifique (Europe de l'Est, Portugal) ne séjournant qu'une seule nuit (comportement de routier).

Qu'est-ce qu'un excursionniste ? (définition FVT)

Il s'agit d'une personne ne séjournant pas dans la zone d'étude la veille ou le soir de l'observation, présente plus de 3h dans la zone d'étude et ayant effectué moins de 5 excursions sur les 15 derniers jours.

L'indicateur comprend :

Les personnes originaires des autres départements ou pays effectuant des excursions dans la zone d'étude depuis leur domicile.

Les personnes originaires des autres départements ou pays, séjournant à l'extérieur de la zone d'étude et effectuant des excursions dans la zone d'étude depuis leur lieu de séjour.

L'indicateur ne comprend pas :

Les habitants du département.

Les personnes travaillant au sein de la zone d'étude, mais résidant à l'extérieur (ils effectuent plus de 5 excursions sur les 15 derniers jours).

Les excursionnistes espagnols effectuant 2 excursions ou plus sur les 15 derniers jours.

Les excursionnistes landais, gersois et haut-pyrénéens effectuant 4 excursions ou plus sur les 15 derniers jours.

Les touristes de la zone d'étude.

Glossaire

Zone d'étude : ensemble du périmètre observé.

Durée moyenne de séjour : rapport entre les nuitées touristiques et les arrivées

GéoLife : Segmentation géographique



Dépenses touristiques : panier moyen en côte basque (données 2015)

	Marchand	Non marchand
Dépense totale	83,9 €	36,3 €
Dépense en hébergement	41,4 €	0,0 €
Dépense en achats alimentaires	8,5 €	12,2 €
Dépense en restauration	16,7 €	10,8 €
Dépense en loisirs	4,7 €	2,8 €
Dépense en achats de biens durables	6,2 €	6,7 €
Dépense en transport au sein de la région	6,5 €	3,9 €

Synthèse

Anglet est une destination touristique rayonnant à l'échelle nationale. Attractive sur les marchés domestiques de proximité et francilien, la zone d'étude est plus faiblement fréquentée par les autres bassins de clientèles. Ses excursionnistes sont majoritairement de proximité.

La saisonnalité observée à Anglet confirme l'attrait de sa partie littorale. Ses hôtels, résidences de tourisme et villages vacances semblent très dépendants de la haute saison touristique afin d'afficher de bons taux d'occupation annuels. En atteste la part importante des prestataires de loisirs, plus saisonnalisés que les sites et musées.

Météo dépendante, la zone d'étude profite d'une forte relation avec sa commune voisine, Bayonne, pour accueillir des visiteurs lors d'évènements type Foire au jambon ou Fêtes de Bayonne. De plus, après Anglet, Bayonne est la 1^{ère} destination d'excursion des touristes anglois en hors saison et la 2^{ème} en haute-saison.

Chez les touristes français, Anglet est plébiscitée par les urbains, attirant bordelais, toulousains, parisiens mais également des bassins secondaires comme nantais, lyonnais, marseillais, rochelais ou franciliens (hors Paris).

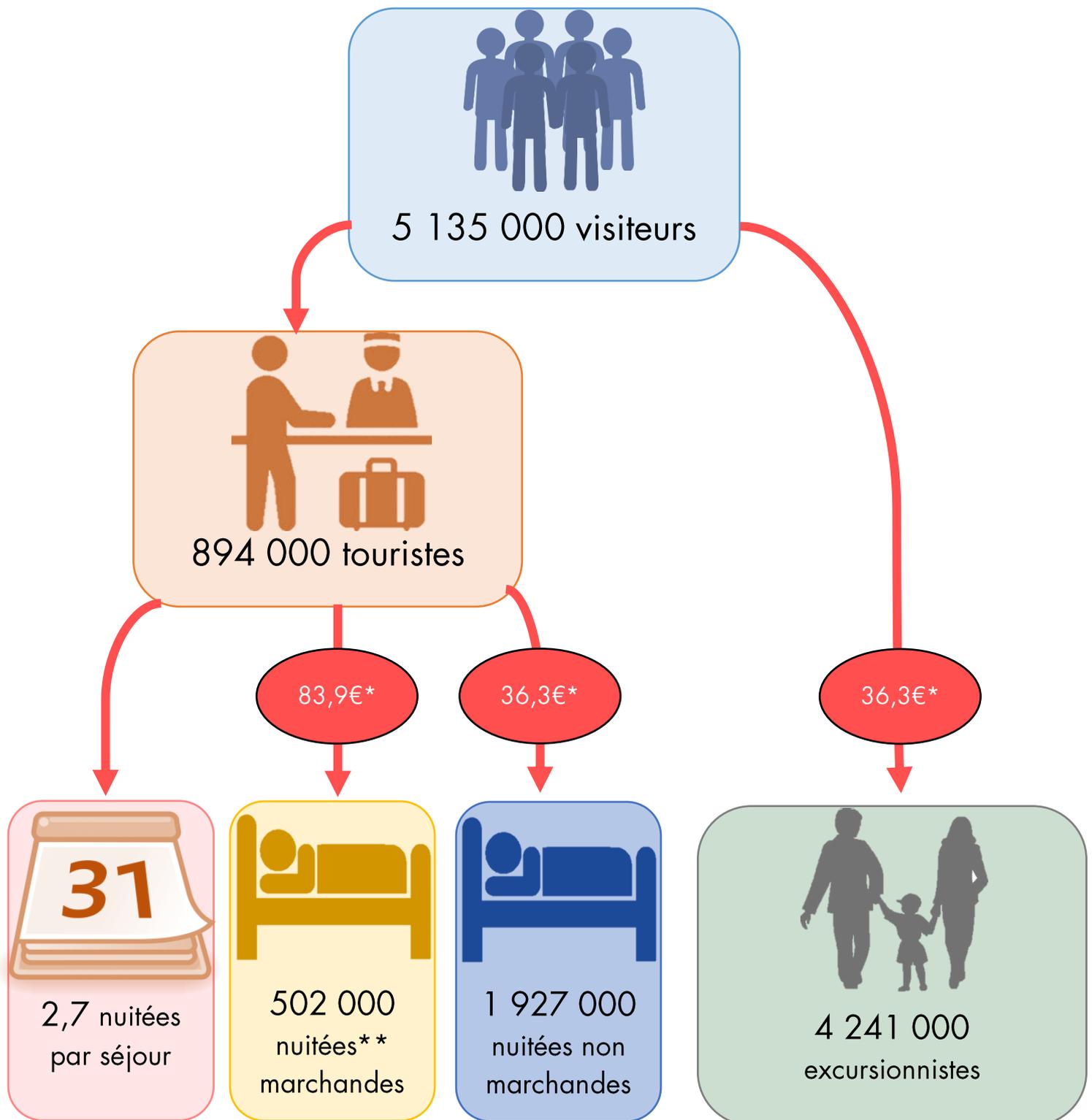
Les tranches d'âge « sans enfants » sont plus présentes que les familles avec enfants ou les jeunes adultes (18-24 ans). Les touristes étrangers sont globalement minoritaires. L'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni représentent 1 touriste étranger sur 2.

En haute saison comme en hors saison, les touristes d'Anglet sont sédentaires et passent la majorité de leur journée dans la zone d'étude.

Les excursionnistes sont également très saisonnalisés et des pointes de fréquentation sont également visibles lors des week-ends prolongés. Principalement landais, girondins et espagnols, ils sont présents de 10h à 18h avec un pic de 16h à 18h. Les marchés girondin et espagnol sont potentiellement à travailler pour doper la fréquentation en week-end sur le hors saison en proposant des tarifications attractives et des activités justifiant une présence de 2 jours (comportement touristique) plutôt qu'une seule journée (comportement actuel d'excursionniste).

Enfin, les excursionnistes des Pyrénées-Atlantiques représentent également une opportunité afin d'augmenter la fréquentation en journée de la zone d'étude. Fuyant les hautes périodes touristiques, ils sont présents en weekend. Leur volume, important, permettrait d'allonger les « ailes de saison » notamment en mars, avril et octobre.

Chiffres clés de l'étude : année 2019

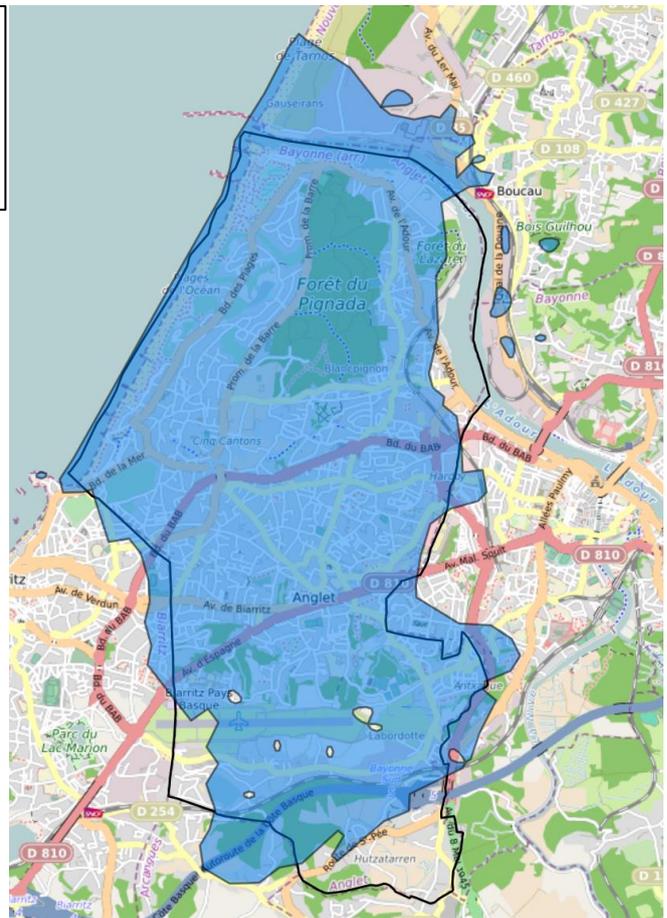
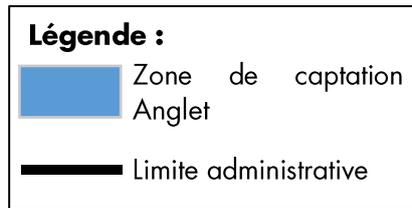


Retombées économiques touristiques extra départementales estimées :
266 000 000 €

*Dépenses moyenne par jour et par personne sur la côte basque – source Enquête clientèle régionale 2015

**Donnée issue de la taxe de séjour (hors Airbnb)

1 Délimitation de la zone d'Étude



Source : Orange – Flux vision tourisme

La zone d'étude s'étend sur la quasi-totalité de la commune d'Anglet. Seule une fine bande longeant l'Adour à l'Est et la zone au sud de la route de Saint-Pée ne sont pas incluses dans la zone de captation.

À l'inverse, 2 débords sont à signaler, le premier sur la commune de Boucau côté littoral, le second sur la commune d'Arcangues le long de l'A63. A noter, un troisième débord à proximité du Phare de Biarritz, mais trop peu étendu pour des temps de présence supérieurs à 2 heures.

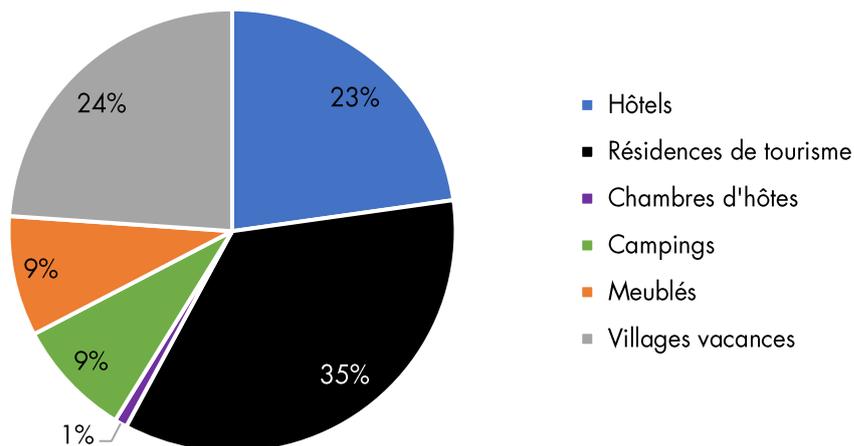
2 Contexte touristique

2.1 Offre touristique du territoire : plus de 5 700 lits marchands (hors Airbnb)

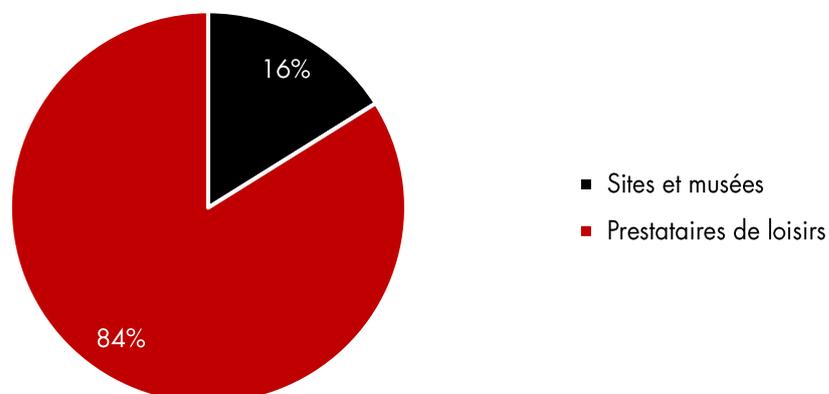
De quoi parle-t-on ?
Le nombre de lits sur le territoire

Méthode d'analyse
Nombre total de lits en hébergement marchand

Répartition de l'offre marchande



Répartition activité du territoire



Ce qu'il faut retenir

L'offre en hébergement à Anglet est dominée par les résidences de tourisme, hôtels et villages vacances.

Par rapport à 2018, le nombre de lits en hôtellerie est en légère augmentation (+2%) selon la base de données Sirtaqui. A noter, sur les 5 dernières années, le nombre de lits marchands a augmenté de 9%.

Les prestataires de loisirs regroupent la majeure partie des activités de la commune. Par rapport à 2018, le nombre de sites et musées (+3) et de prestataires de loisirs (+2) est en progression selon la base de données Sirtaqui.

2.2 Une zone d'étude météo-dépendante

De quoi parle-t-on ?

Données météorologiques de la station Anglet Bayonne-Biarritz

Méthode d'analyse

Données de précipitations et d'ensoleillement catégorisées en beau temps, mitigé et mauvais temps.

Météo				
Temps	Nombre total de jours	Semaine	Week-end	Vacances scolaires
Beau temps	155	34	41	80
Mitigé	90	27	25	38
Mauvais temps	120	44	38	38

Source : Météo France, traitement ADT

Ce qu'il faut retenir

Une météo favorable a prédominé cette année 2019 avec 155 jours sur 365. Cette tendance se confirme en week-end et vacances scolaires.

Par beau temps, la moyenne du nombre de visiteurs est en augmentation (+14% par rapport à la moyenne annuelle), principalement en semaine (+17%) et en week-end (+24%).

Par temps mitigé (pluies et éclaircies dans une même journée), la moyenne de fréquentation est stable sur l'ensemble de l'année, preuve qu'Anglet reste attractive lors de courts passages pluvieux. Les week-ends tirent même la fréquentation vers le haut (+5% par rapport à la moyenne par temps mitigé) ainsi que les vacances scolaires (+6%).

Par mauvais temps, la zone d'étude est en forte baisse (-18% par rapport à la moyenne annuelle) notamment les week-ends (-22% par rapport à la moyenne par mauvais temps)

Anglet, de par sa fréquentation littorale, reste très « météo dépendante » mais tire son épingle du jeu lorsque le temps est globalement mitigé.

3 Fréquentation diurne

3.1 Une zone d'étude impactée par ses évènements.

De qui parle-t-on ?
Visiteurs de la zone d'étude

De quoi parle-t-on ?
La présence en journée sur la zone d'étude

Méthode d'analyse
Nombre de visiteurs présents par jour

Fréquentation de la zone d'étude par les visiteurs



Ce qu'il faut retenir

Avec plus de 5,1 millions de visiteurs, Anglet est une destination de week-end et estivale.

Les visiteurs d'Anglet sont majoritairement français (80%) et privilégient les vacances scolaires (+28% par rapport à la moyenne de la fréquentation journalière annuelle), les jours fériés (+17%) et les week-ends (+15%). Des baisses récurrentes sont observées en semaine hors saison, tirant la fréquentation vers le bas (-27%).

Destination d'excursions (83% d'excursionnistes ; 17% de touristes), la fréquentation de la zone d'étude s'articule autour de 3 axes :

- Les week-ends (notamment par beau temps) : dès le mois de mars, les fins de semaine à Anglet dépassent les 15 000 visiteurs jusqu'au 11 novembre. Les week-ends prolongés sont des aubaines pour attirer les visiteurs en hors saison.
- Les vacances scolaires : les vacances d'été et de la Toussaint sont les plus impactantes sur la fréquentation. Le mois d'octobre 2019 est quasi-équivalent à celui de septembre ou de juin (cf tableau). Un écart encore important sépare le mois de juillet au mois d'août.
- La relation Bayonne – Anglet : la zone d'étude est fortement impactée par les évènements de la commune voisine. En journée, un nombre conséquent de « touristes Bayonnais » (ou personne en présence nocturne à Bayonne) réalise des excursions à Anglet.

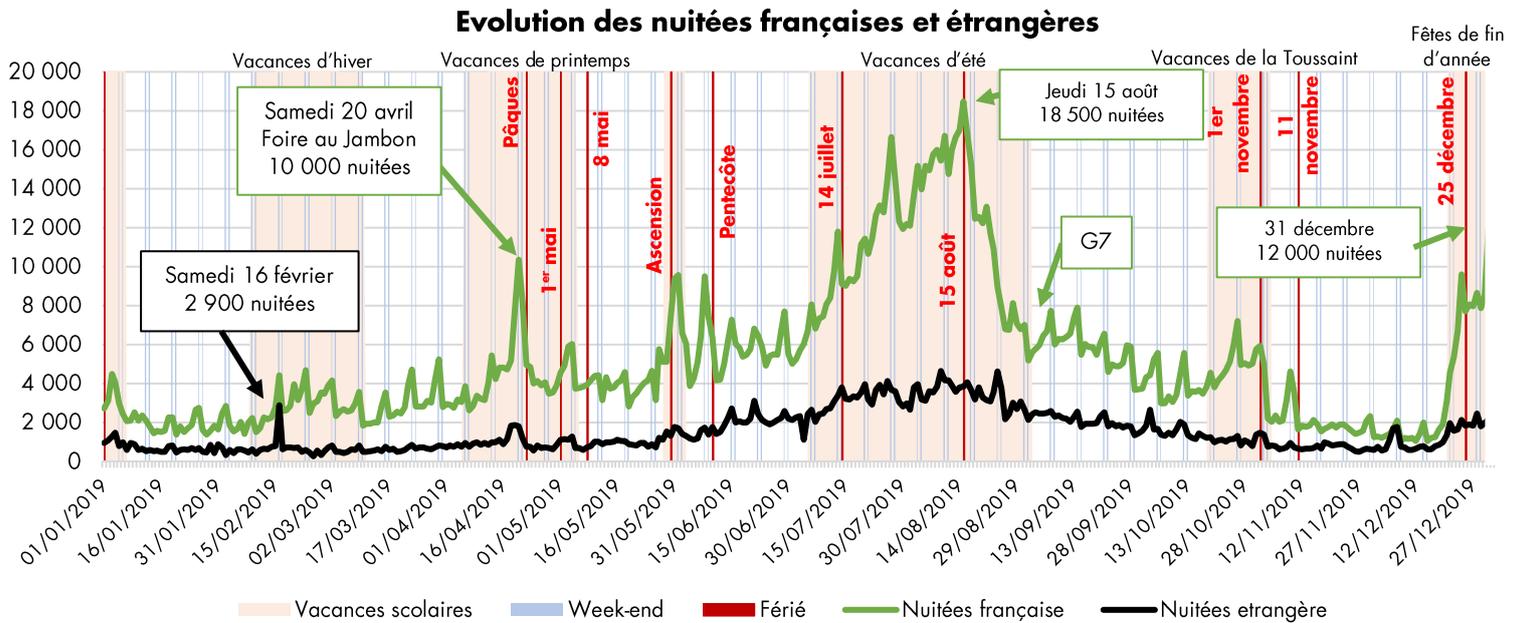
Mois	Visiteurs
Janvier	261 000
Février	272 000
Mars	323 000
Avril	413 000
Mai	384 000
Juin	484 000
Juillet	662 000
Août	833 000
Septembre	476 000
Octobre	413 000
Novembre	253 000
Décembre	361 000
Total	5 135 000

4 Touristes

4.1 Près de 900 000 touristes pour 2,4 millions de nuitées.

De qui parle-t-on ?
Touristes français et étrangers

De quoi parle-t-on ?
Nombre de nuitées journalières



Ce qu'il faut retenir

Les touristes affichent une saisonnalité centrée sur la haute saison (cf tableau mensuel) et les jours fériés. A l'inverse, les vacances d'hiver et de la Toussaint ont peu d'impact.

Les clientèles de proximité (Gironde et Haute-Garonne) privilégient les jours fériés d'avril, mai et juin plutôt que les vacances d'été, fait intéressant pour développer le hors saison. Les clientèles d'Ile-de-France (notamment Paris et Hauts-de-Seine) sont focalisées sur la période 20 juillet – 21 août. A noter, la hausse de fréquentation pour les fêtes de fin d'année provenant des girondins, franciliens et hauts-garonnais notamment.

Chez les étrangers, peu de variations à signaler, mis à part le samedi 16 février avec un pic d'espagnols (2 100 nuitées sur 2 900 étrangères). Le carnaval de Bayonne et le concert « Feu ! Chatterton » ont pu insuffler cette hausse.

Mois	Touristes	Nuitées
Janvier	32 000	90 000
Février	41 000	93 000
Mars	45 000	111 000
Avril	64 000	159 000
Mai	60 000	171 000
Juin	83 000	238 000
Juillet	141 000	401 000
Août	165 000	504 000
Septembre	87 000	238 000
Octobre	70 000	178 000
Novembre	39 000	92 000
Décembre	67 000	155 000
Total	894 000	2 430 000

*Certains pics de nuitées peuvent correspondre à des dates d'événements où les personnes passent la majorité de leur nuit dans la zone d'étude sans y dormir.

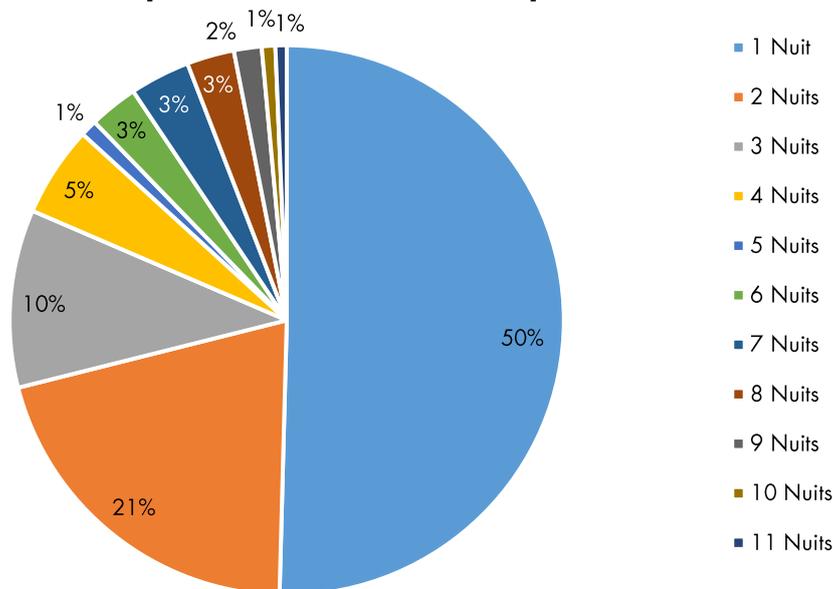
4.2 Des durées de séjours impactées par le tourisme de proximité

De qui parle-t-on ?
Touristes

De quoi parle-t-on ?
Nombre de séjours classé par durée de séjour

Méthode d'analyse
Exemple, un touriste séjournant 3 nuits sera comptabilisé une seule fois dans la catégorie 3 nuits.

Répartition des durées de séjours



Ce qu'il faut retenir

1 séjour sur 2 (50%) ne dure qu'une seule nuit dans la zone d'étude, un chiffre relativement faible par rapport à la côte basque (60%). Les villages vacances et les campings favorisent les longs séjours (33% de l'offre).

Le tourisme de proximité est un facteur impactant fortement la durée de séjour. En effet les espagnols (79%), les landais (83%), les hauts-pyrénéens (78%) et les girondins (60%) privilégient les séjours d'une seule nuit, notamment les week-ends.

A l'inverse, la majorité des séjours générés par les touristes des régions Provence-Alpes-Côte d'Azur, Grand-Est, Ile-de-France ainsi que les départements de la Haute-Garonne et du Rhône sont de 2 nuits ou plus.

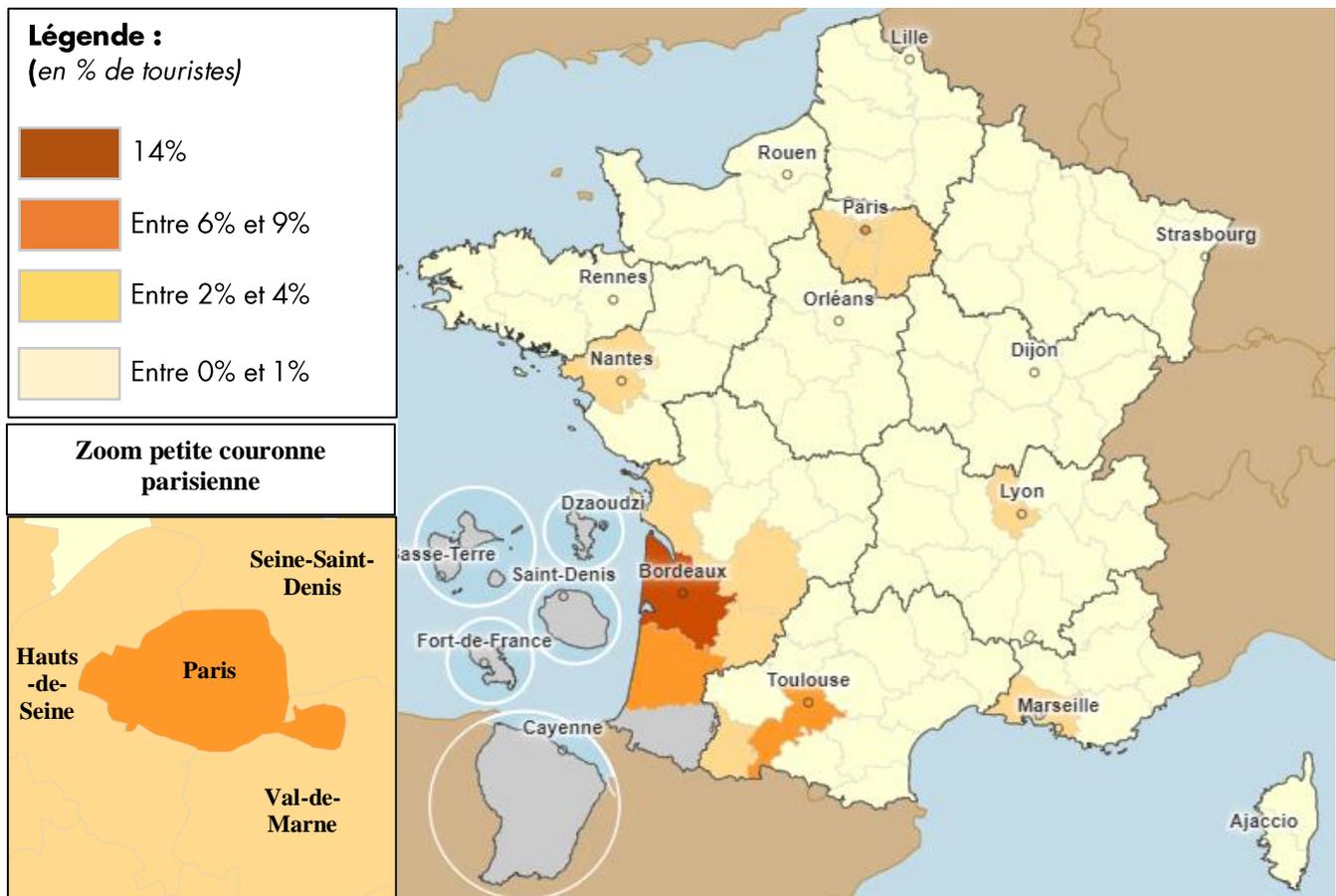
4.3 Un marché français principalement de proximité

De qui parle-t-on ?
Touristes français

De quoi parle-t-on ?
Origine des touristes sur l'ensemble
de la période.

Méthode d'analyse
Part du nombre de touristes français

Origine des touristes français de la zone d'étude



Classement régional

Région	Part
Nouvelle Aquitaine	29%
Ile-de-France	22%
Occitanie	19%
Auvergne-Rhône-Alpes	7%
Pays de la Loire	5%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4%
Bretagne	3%
Hauts-de-France	3%
Centre-Val de Loire	3%
Normandie	2%
Grand Est	2%
Bourgogne-Franche-Comté	1%
Corse	0%

Ce qu'il faut retenir

La zone d'étude est attractive sur **2 principaux bassins** :

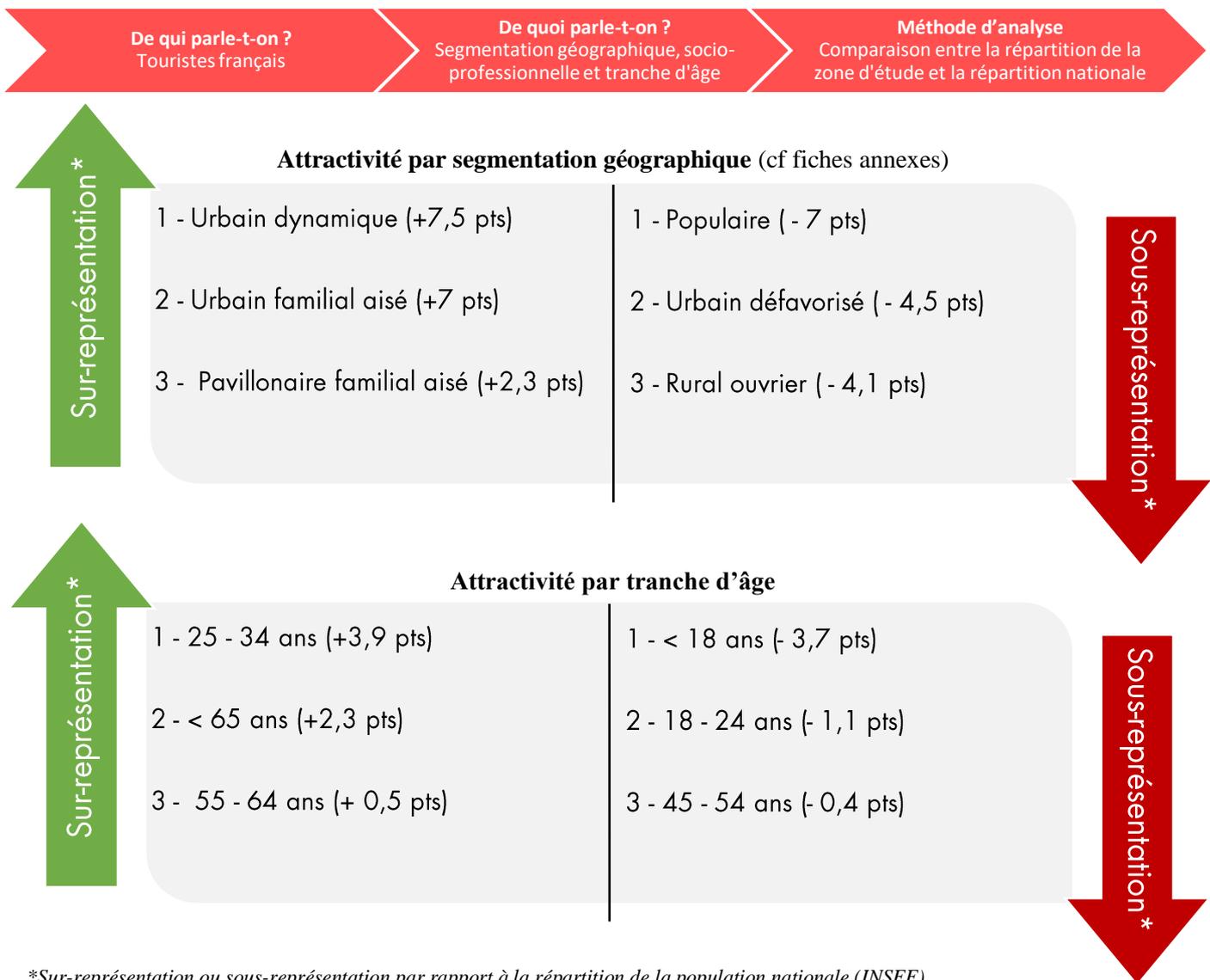
- **Un bassin de proximité** (Gironde, Haute-Garonne, Landes et Hautes-Pyrénées) représentant 32% des touristes. Assez peu saisonnalisé, ce touriste de proximité privilégie davantage les week-ends aux vacances scolaires. Ils représentent une opportunité sur le hors-saison.

- **L'Ile-de-France** avec 22%. Le Francilien présente une activité très saisonnière, centrée sur la fin juillet et le mois d'août ainsi que sur les fêtes de fin d'année. Il reste difficile à attirer en hors saison.

A noter, un potentiel 3^{ème} bassin émerge avec la façade Atlantique (hors ex Aquitaine), de la Charente-Maritime au Finistère, avec 7% des touristes.

Les autres départements se distinguant sont d'importants foyers démographiques (Marseille et Lyon).

4.4 Des touristes urbains très présents sur la zone d'étude



*Sur-représentation ou sous-représentation par rapport à la répartition de la population nationale (INSEE)

Ce qu'il faut retenir

Anglet est attractive chez les touristes urbains :

- Les « urbain dynamique » (cf fiches annexes) sont globalement mobiles, jeunes cadres ou étudiants résidant en milieu très urbanisé. Très portée sur le digital, cette clientèle est la plus dépensière.
- Les « urbain familial aisé », une clientèle plus familiale, stable dans leur emploi et portée sur le digital.

La zone d'étude connaît une légère sur-représentation des « pavillonnaire familial aisé » qui sont des familles avec enfants et privilégient la voiture pour se rendre à leur travail ou en vacances.

Concernant les sous-représentations, les touristes « populaire », « urbain défavorisé » et « rural ouvrier » se distinguent logiquement avec un pouvoir d'achat assez bas et donc peu de possibilités de partir en vacances, notamment sur le littoral.

L'attractivité dans les tranches d'âge montre une zone d'étude plébiscitée par les touristes de plus de 55 ans ainsi que par la tranche 25 – 34 ans. A l'inverse, les moins de 25 ans sont sous-représentés, notamment les mineurs.

Ces tranches d'âge montrent qu'Anglet attire les touristes sans enfants à charge (ou enfant très jeunes) que ce soit avant le premier enfant (25-34 ans) ou après leur prise d'indépendance (+ de 55 ans). Cela se confirme avec la sous-représentation des mineurs (-3,7 pts).

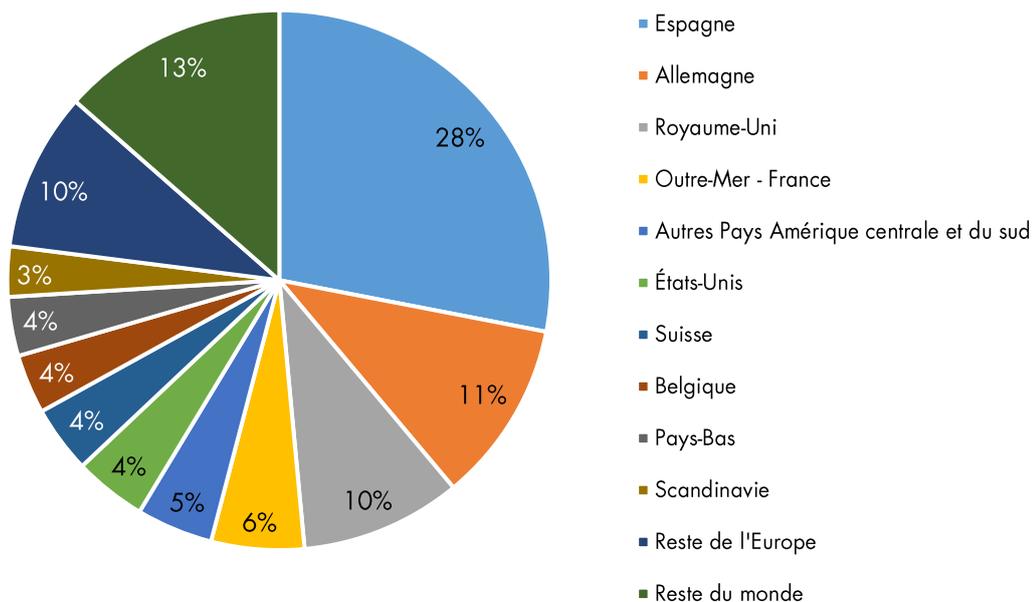
4.5 Seulement ¼ des touristes étrangers sont espagnols

De qui parle-t-on ?
Touristes étrangers

De quoi parle-t-on ?
Origine des touristes sur l'ensemble
de la période.

Méthode d'analyse
Part du nombre total de touristes
étrangers

Origine des touristes étrangers



Ce qu'il faut retenir

Les Espagnols sont la 1^{ère} clientèle touristique d'Anglet avec 28% du nombre de touristes. Mais leur part est bien plus faible qu'à l'échelle du Pays basque (44%) ou de la côte basque (42%). Pour eux, la zone d'étude n'est donc pas une destination prioritaire pour séjourner. Cette clientèle est peu saisonnalisée, privilégiant les week-ends et leurs jours fériés (notamment semaine sainte en avril et l'Inmaculada Conception en décembre). Pour rappel, un pic de nuitées est observé le 16/02 (2 100 nuitées).

Les Allemands sont très saisonnalisés mais sur une période étendue : du 13 juin au 23 septembre. Leur faible volume ne permet pas d'équilibrer la saisonnalité mais participe au développement des ailes de saisons.

Les Britanniques présentent une fréquentation plus aléatoire avec tout de même une légère hausse de juin à septembre. Un pic est à signaler, le 09/08 (possible influence du FISE Xperience ou d'une délégation du G7), avec près de 800 nuitées.

À noter que les parts des touristes en provenance d'Outre-Mer et de Scandinavie semblent plus importantes que la réalité.

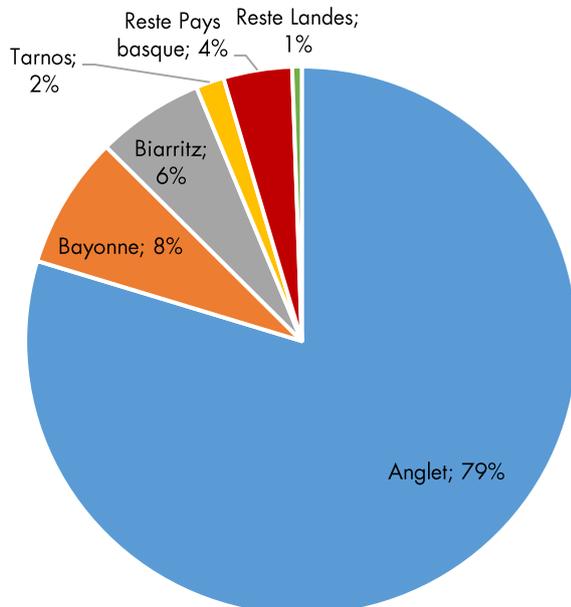
4.6 Des touristes sédentaires tout au long de l'année

De qui parle-t-on ?
Touristes séjournants dans la zone d'étude

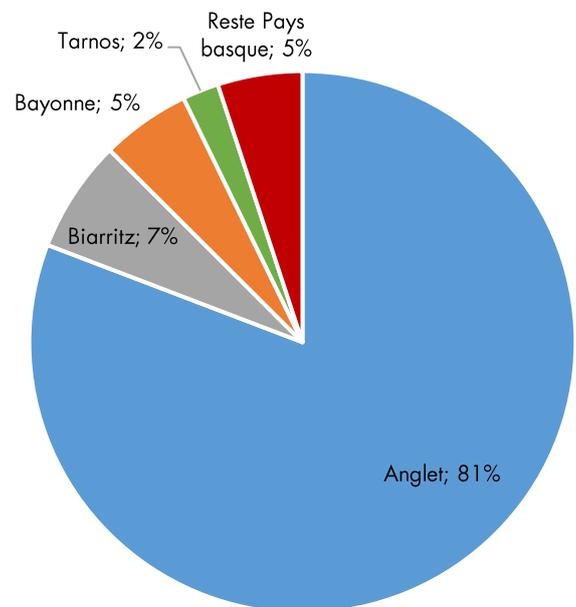
De quoi parle-t-on ?
Commune où les touristes ont passé la majorité de leur journée avant de dormir dans la zone d'étude

Méthode d'analyse
Chaque touriste est lié à la commune où il a passé le plus de temps dans la journée.

Zones de présence majoritaire des touristes en journée (hors saison)



Zones de présence majoritaire des touristes en journée (juillet-août)



Ce qu'il faut retenir

Que ce soit en hors saison ou en saison estivale, les touristes d'Anglet sont sédentaires (81%) et séjournent à Anglet pour y rester. L'offre de la zone d'étude répond donc à majorité de leur besoin en haute saison.

Les communes de Bayonne, de Biarritz et de Tarnos sont les plus plébiscitées après Anglet. A noter que Bayonne est légèrement plus attractive en hors saison.

Seulement 5% des touristes passent la majorité de leur journée en dehors des communes citées précédemment.

Zone Bayonne : communes de Bayonne et Boucau ;

Zone Anglet : Anglet ; **Zone Biarritz :** Biarritz

Zone Tarnos : Tarnos ;

Zone Hendaye : Hendaye ;

Zone Saint-Jean-de-Luz : Guéthary et Saint-Jean-de-Luz ;

Zone Bidart : Bidart ;

Zone Urrugne : Urrugne ;

Zone Arcangue : Arbonne et Arcangue

4.7 Des touristes intra-départementaux peu saisonnalisés

De qui parle-t-on ?

Touristes français originaire du département et résidant à l'extérieur de la zone d'étude

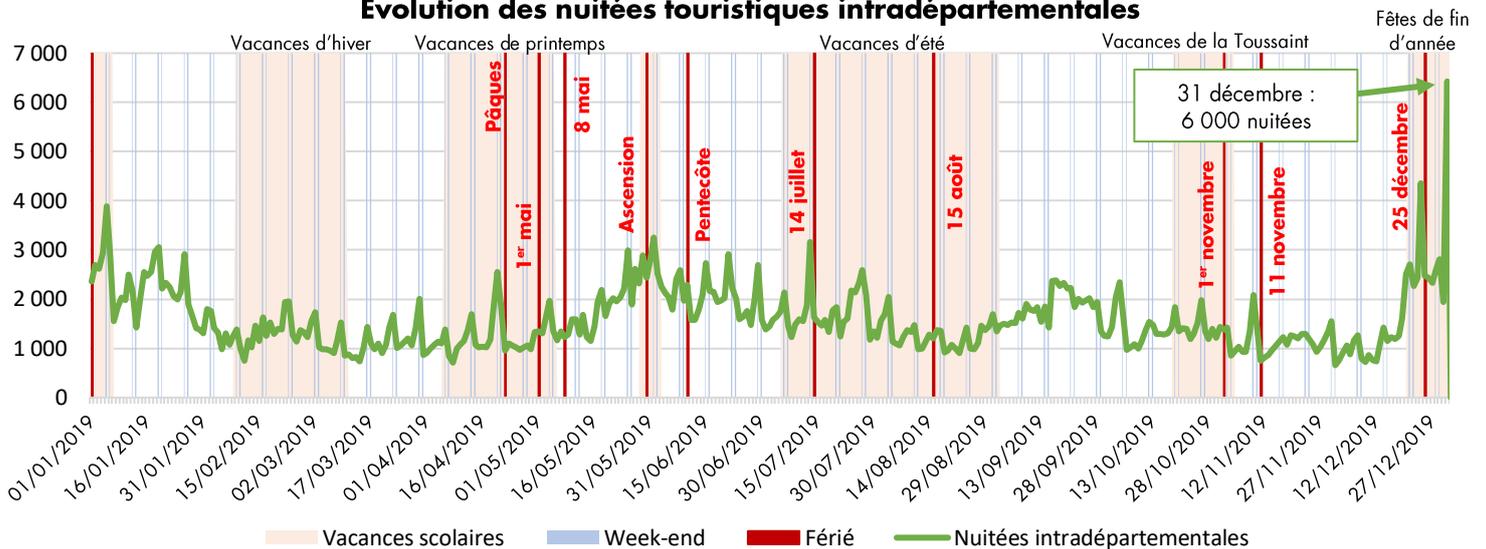
De quoi parle-t-on ?

Nombre de nuitées

Méthode d'analyse

Distinction entre les touristes intra-départementaux et extra-départementaux

Evolution des nuitées touristiques intradépartementales



Mois	Touristes	Nuitées
Janvier	19 000	70 000
Février	15 000	38 000
Mars	15 000	35 000
Avril	16 000	35 000
Mai	19 000	56 000
Juin	23 000	63 000
Juillet	23 000	53 000
Août	17 000	39 000
Septembre	18 000	54 000
Octobre	17 000	44 000
Novembre	14 000	35 000
Décembre	26 000	55 000
Total	222 000	577 000

Ce qu'il faut retenir

Le tourisme intra-départemental est très différent du tourisme extra-départemental étudié à Anglet. Peu saisonnalisé, le comportement du touriste des Pyrénées-Atlantiques montre qu'il plébiscite les fêtes de fin d'année et les jours fériés des mois d'avril, mai et juin. Il est également très attentif à la météo en dehors des vacances scolaires ; en atteste le temps favorable des samedis du mois de janvier, ainsi que la dernière quinzaine du mois de septembre.

Au vu des variations de la fréquentation observée, le touriste du département est un profil atypique, ne privilégiant aucune période ou saison. De plus, les volumes ci-dessus n'en font pas une clientèle influente de la zone d'étude.

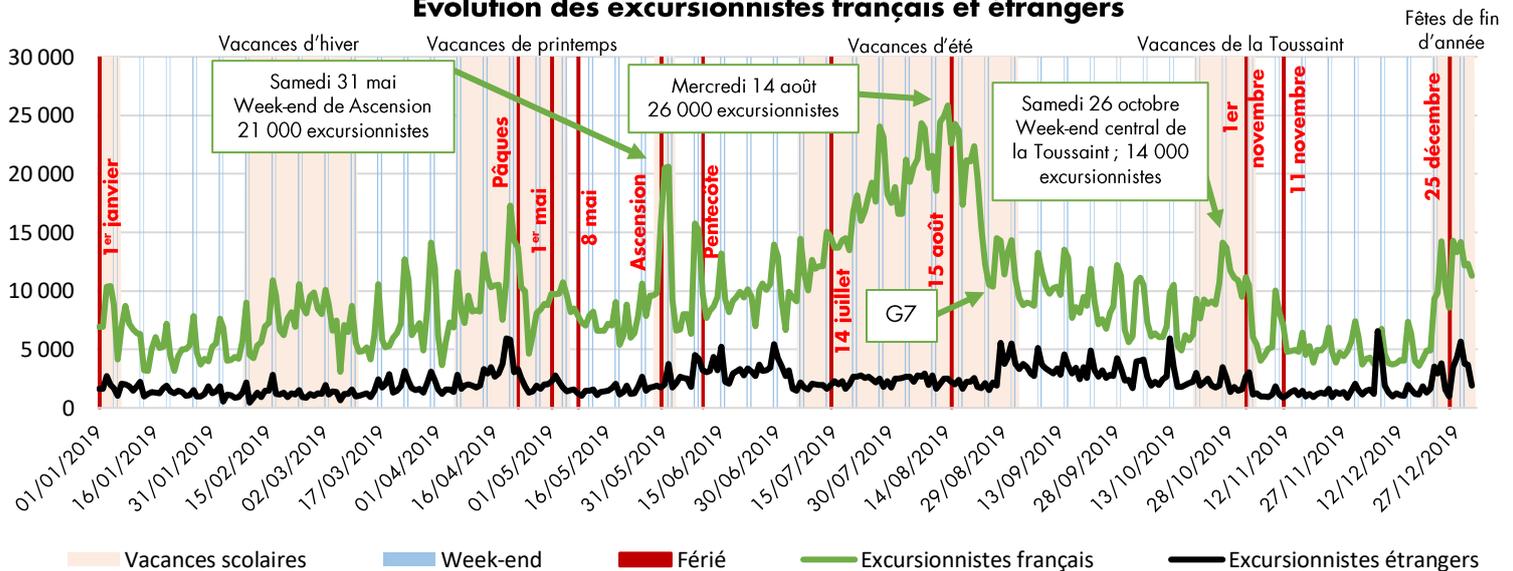
5 Excursionnistes

5.1 Une destination d'excursion essentiellement française.

De qui parle-t-on ?
Excursionnistes français et étrangers

De quoi parle-t-on ?
Nombre d'excursionnistes journaliers

Evolution des excursionnistes français et étrangers



Ce qu'il faut retenir

A l'inverse des touristes, les excursionnistes fréquentent la zone d'étude toute l'année (+ de 300 000 d'avril à octobre). Ils présentent tout de même un attrait particulier aux jours fériés et à la haute-saison (plus de 500 000).

En hors saison, le samedi est le jour ciblé par les excursionnistes français. Seules les vacances scolaires permettent d'augmenter la fréquentation en semaine. Les jours fériés et week-ends prolongés sont des périodes également importantes avec Pâques (17 000 excursionnistes), l'Ascension (21 000) et Pentecôte (15 000). A noter, l'influence des événements de Bayonne sur la zone d'étude (Foire au jambon et Fêtes de Bayonne).

En haute-saison, le mois de juillet reste une période de croissance avant d'atteindre un 1^{er} pic pour les Fêtes de Bayonne (28 000 excursionnistes le dimanche 28 juillet). Une baisse est à signaler sur la semaine entre juillet et août. S'ensuit un mois d'août très fréquenté jusqu'au mercredi 21 août, période précédant le G7, dont on observe l'impact les jours suivants.

Chez les étrangers, peu de variations à observer avec des volumes ne dépassant que très rarement les 5 000 excursionnistes. Seuls 3 pics sont à signaler : le 20 avril (5 800 ; Foire au jambon et semaine sainte en Espagne) le 12 octobre (6 000 ; Fête nationale en Espagne) et le 6 décembre (6 500 ; Inmaculada Conception). A signaler, la baisse de fréquentation en haute saison.

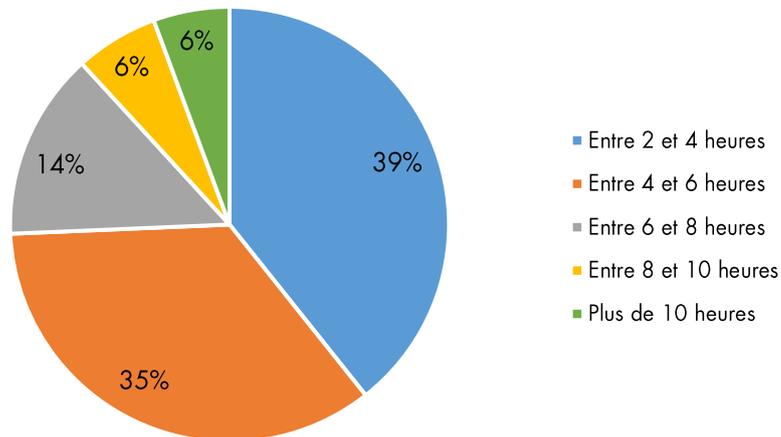
Mois	Excursionnistes
Janvier	229 000
Février	231 000
Mars	278 000
Avril	349 000
Mai	324 000
Juin	401 000
Juillet	521 000
Août	668 000
Septembre	389 000
Octobre	343 000
Novembre	214 000
Décembre	294 000
Total	4 241 000

5.2 Une durée de présence influencé par l'attractivité littorale de la zone d'étude

De qui parle-t-on ?
Excursionnistes français et étrangers

De quoi parle-t-on ?
Temps de présence des excursionnistes dans la zone d'étude entre 06h et 00h.

Durée de présence des excursionnistes



Ce qu'il faut retenir

Les excursionnistes restent majoritairement moins de 6h dans la zone d'étude (74%). Ce taux est proche des autres zones d'étude centrées sur une seule commune.

3 tendances émergent :

- De 6h à 10h et de 20h à 00h : avec une moyenne inférieure aux 4 000 excursionnistes, ces créneaux ne sont pas plébiscités.
- De 10h à 16h et de 18h à 20h : avec une fréquentation moyenne comprise entre 8 000 et 9 000 excursionnistes, ces créneaux sont attractifs à Anglet.
- De 16h à 18h : avec une fréquentation moyenne de plus de 10 000 excursionnistes, c'est le créneau le plus plébiscité. En effet, les personnes venues pour l'après-midi croisent celles venues pour la fin d'après-midi et le début de soirée.

Ces tendances s'observent tous les mois avec des excursionnistes restant légèrement plus tard en juillet et août.

5.3 Des excursionnistes de proximité

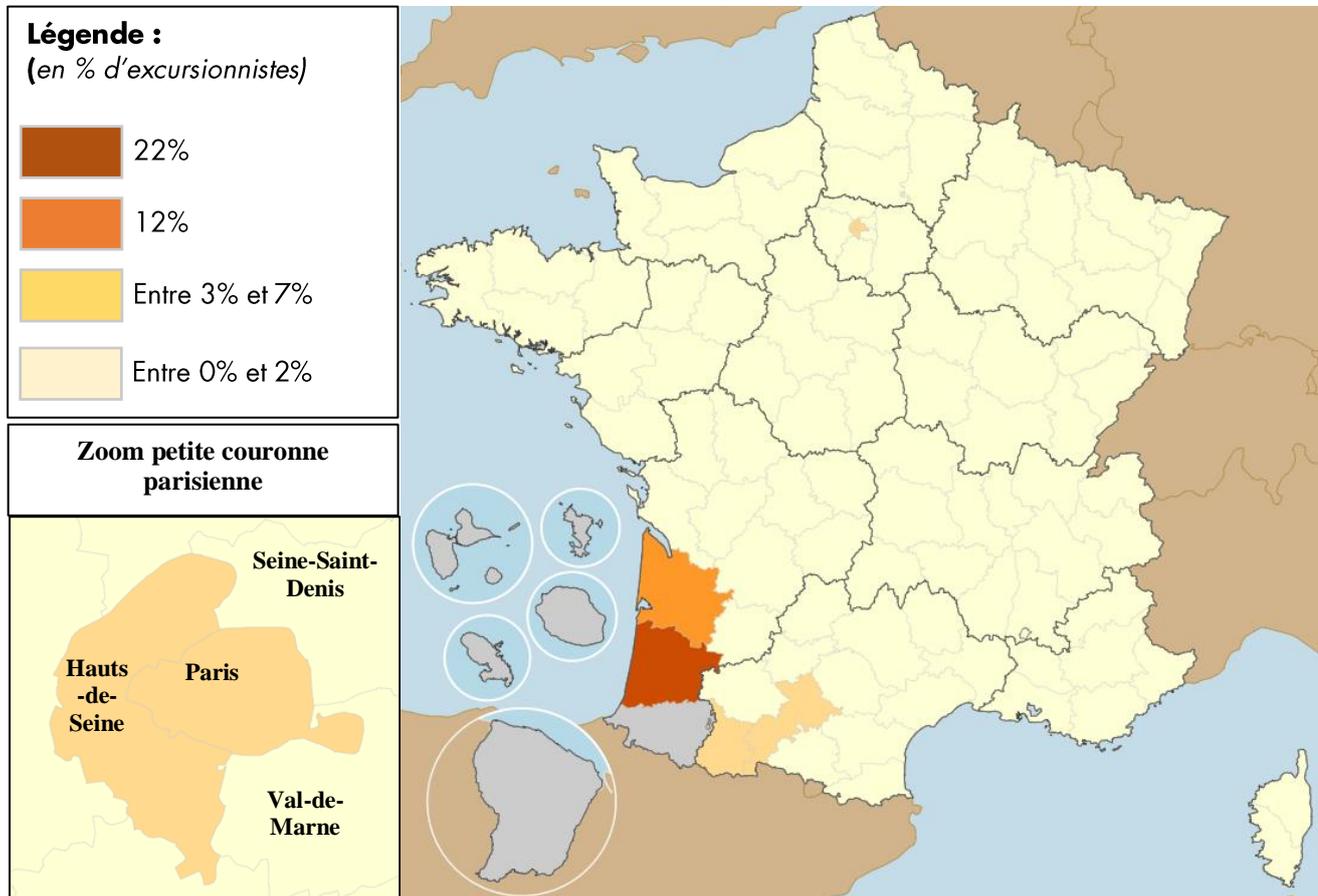
De qui parle-t-on ?

Excursionnistes français et étrangers

De quoi parle-t-on ?

Origines des excursionnistes français sur l'ensemble de la période

Origine des touristes français de la zone d'étude



Classement régional	
Région	Part
Nouvelle Aquitaine	43%
Ile-de-France	18%
Occitanie	15%
Auvergne-Rhône-Alpes	5%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4%
Pays de la Loire	3%
Hauts-de-France	3%
Bretagne	2%
Centre-Val de Loire	2%
Grand Est	2%
Normandie	2%
Bourgogne-Franche-Comté	1%
Corse	0%

Ce qu'il faut retenir

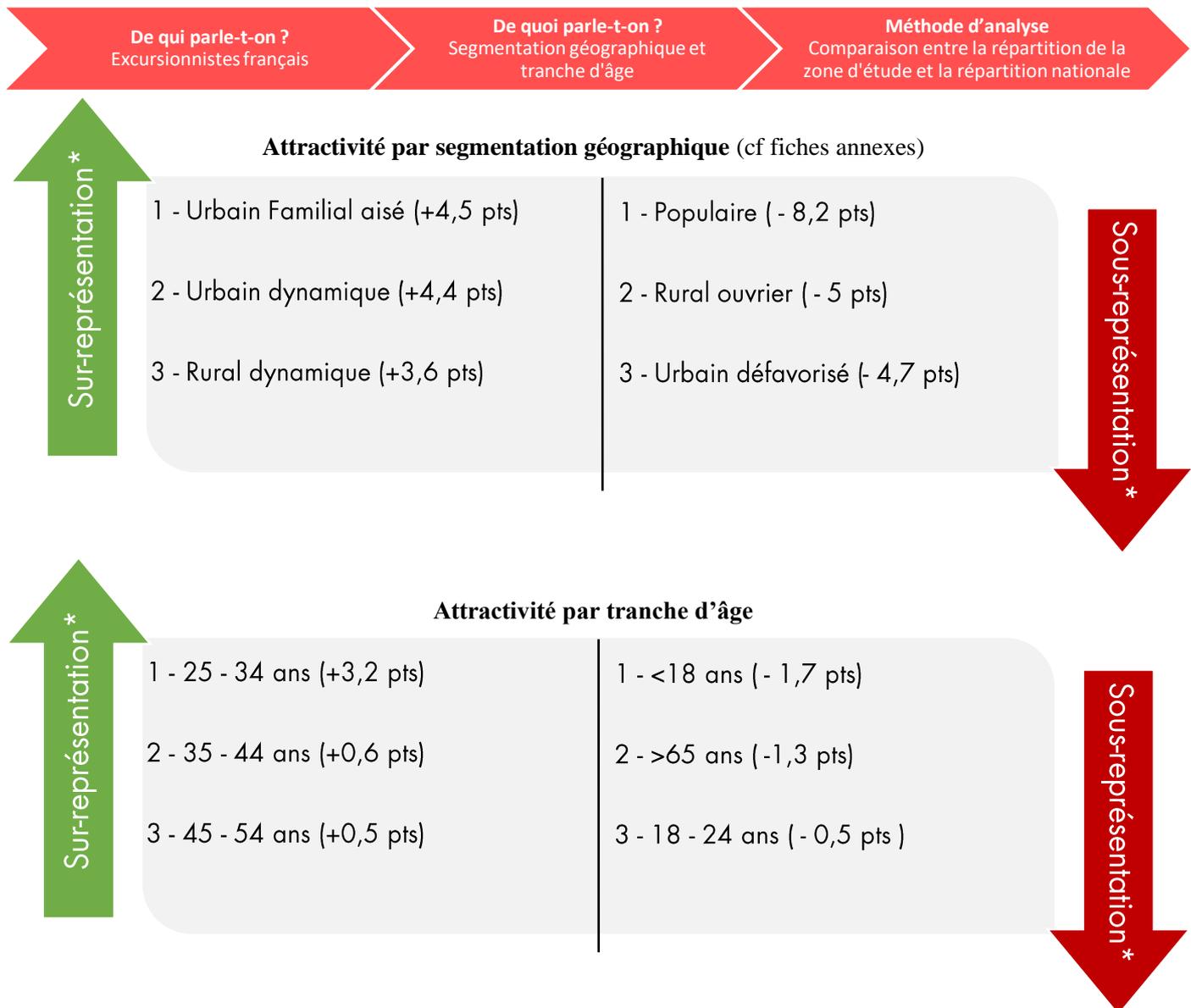
Les excursionnistes français se déclinent en 2 comportements :

-La proximité (49%) : regroupant les Landes, la Gironde et les Hautes-Pyrénées, ces excursionnistes viennent à la journée depuis leur domicile, notamment les week-ends et week-ends prolongés. Ils ont un comportement peu saisonnalisé. Il est cependant possible que certains soient en hébergement à proximité de la zone d'étude, mais séjournent 1 ou 2 nuits en week-end.

-Les bassins éloignés (51%) : regroupant l'ensemble des autres départements, ces excursionnistes séjournent dans les bassins de proximité (ci-dessus) ou les Pyrénées-Atlantiques (hors Anglet). Leur faible volume montre que les visiteurs éloignés intéressés par Anglet préfèrent y séjournier plutôt qu'y passer seulement la journée.

Ainsi, seuls les girondins et, dans une moindre mesure, les franciliens, représentent une opportunité pour transformer leur comportement d'excursionniste en comportement touristique.

5.4 Des excursionnistes français également très urbains



*Sur-représentation ou sous-représentation par rapport à la répartition de la population nationale (INSEE)

Ce qu'il faut retenir

Anglet est attractive chez les visiteurs urbains. A l'image des touristes, les excursionnistes ont un profil urbain (urbain dynamique et urbain familial aisé). Cela facilite le ciblage des clientèles qui, quel que soit leur comportement (touristes ou excursionnistes), résident dans les mêmes espaces. Pour rappel : les « urbain dynamique » sont globalement mobiles, jeunes cadres ou étudiants résidant en milieu très urbanisé. Très portée sur le digital, cette clientèle est la plus dépensière ; les « urbain familial aisé » sont une clientèle plus familiale, stable dans leur emploi et portée sur le digital.

Concernant les sous-représentations des excursionnistes, les origines géographiques sont identiques à celles des touristes. Pour rappel : « populaire », « urbain défavorisé » et « rural ouvrier » se distinguent logiquement avec un pouvoir d'achat assez bas et donc peu de possibilités de partir en vacances, notamment sur le littoral.

Les tranches d'âge des excursionnistes sont plutôt fidèles de la population nationale. Seuls les mineurs, retraités restent sous-représentés de manière significative, à l'inverse des 25 -34 ans, largement surreprésentés.

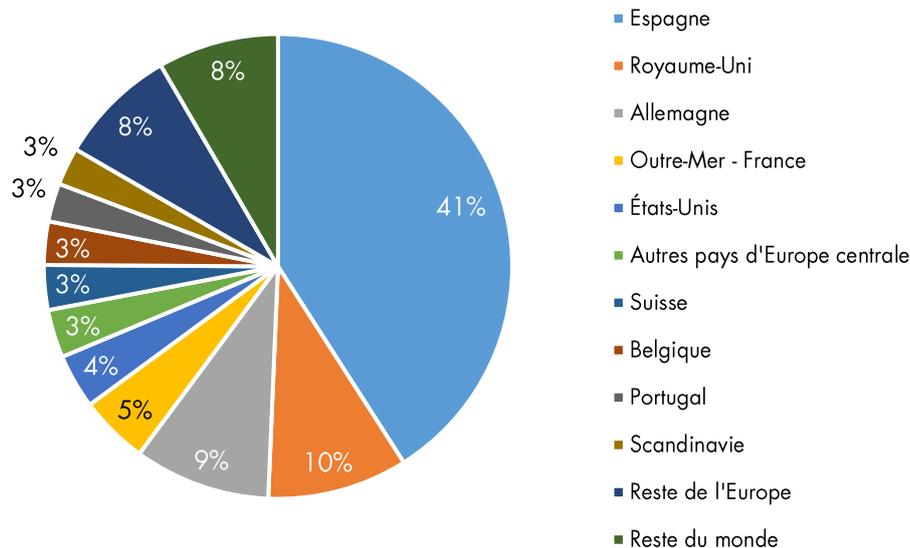
5.5 L'Espagne, pays prédominant des excursionnistes étrangers

De qui parle-t-on ?
Excursionnistes étrangers

De quoi parle-t-on ?
Origine des excursions étrangères sur l'ensemble de la période.

Méthode d'analyse
Part du nombre total d'excursions étrangères

Origine des excursionnistes étrangers



Ce qu'il faut retenir

Avec la proximité de leur pays, les espagnols présentent un comportement davantage tourné vers l'excursionnisme que vers le tourisme. Chez les excursionnistes étrangers, ils sont quasi majoritaires. Cette clientèle peut réaliser des excursions depuis son domicile ou séjourner à proximité. Elle plébiscite les périodes de la semaine sainte (17 au 21 avril), de Fête Nationale Espagnole (12 octobre), de l'Inmaculada Conception (6 décembre) et le 28 décembre (samedi des fêtes de fin d'année).

Les Britanniques et les Allemands, séjournant à proximité (Pyrénées-Atlantiques, Landes ou Espagne) complètent le podium. Les pics observés chez ces 2 clientèles semblent liés au G7 (pic du 23 au 27 août). 2 autres pics à signaler chez les Allemands, les 9 et 13 juin (possible visite d'une délégation allemande vers Biarritz) avec plus de 1 600 excursionnistes.

À noter, l'Outre-Mer, les Pays d'Europe centrale, la Scandinavie et le Portugal semblent surreprésentés par rapport à la réalité.

5.6 Des excursionnistes intra-départementaux ciblant le hors saison.

De qui parle-t-on ?

Excursionnistes originaire du département et résidant à l'extérieur de la zone d'étude

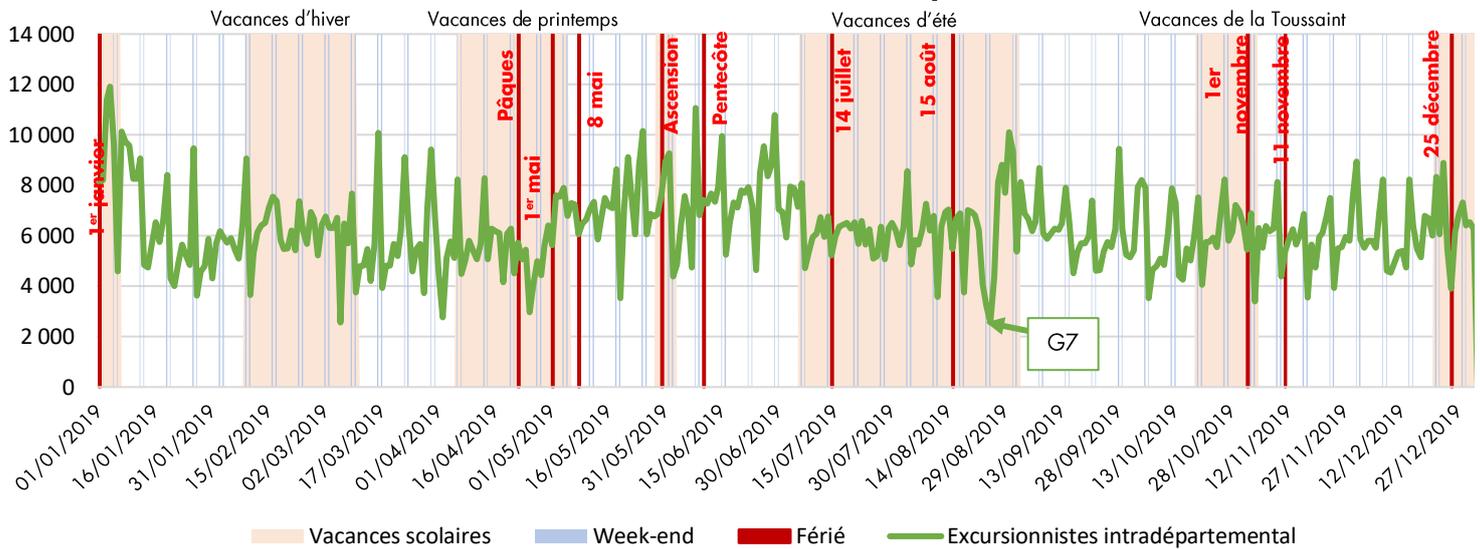
De quoi parle-t-on ?

Nombre d'excursionnistes originaire des Pyrénées-Atlantiques

Méthode d'analyse

Distinction entre les excursionnistes intra-départementaux et extra-départementaux

Evolution des excursionnistes intradépartementaux



Mois	Excursionnistes
Janvier	213 000
Février	172 000
Mars	183 000
Avril	161 000
Mai	222 000
Juin	224 000
Juillet	194 000
Août	195 000
Septembre	188 000
Octobre	186 000
Novembre	178 000
Décembre	190 000
Total	2 306 000

Ce qu'il faut retenir

Les excursionnistes des Pyrénées-Atlantiques ciblent les week-ends en hors saison sur l'ensemble de l'année. Aucun pic ne dépasse les 12 000 excursionnistes et les plus bas niveaux s'observent lors des vacances scolaires. Cette clientèle semble fuir les hautes périodes de fréquentation. Ils cohabitent cependant avec les touristes durant les week-ends prolongés de l'Ascension et de Pentecôte.

Ils représentent un réel bassin de potentiels visiteurs à la journée sur le hors saison.

ANNEXE

I segments

geLife^{2.0}

 urbain dynamique	jeunes cadres et étudiants en centre-ville attractif, petits foyers très digitaux, dépensiers
 urbain familial aisé	familles urbaines CSP+, digitales, dans des quartiers résidentiels
 urbain classe moyenne	jeunes CSP intermédiaires, étudiants
 populaire	CSP- urbains, mixité sociale
 urbain défavorisé	CSP- cosmopolites dans des quartiers urbains sensibles, confrontés au chômage et emplois précaires
 périurbain en crois	quartiers récents, en croissance, avec mixité sociale, pavillonnaires ou collectifs
 pavillonnaire fam aisé	familles périurbaines CSP+, en pavillon avec un mode de vie urbain
 rural dynamique	familles CSP intermédiaires en pavillon dans des communes en croissance, tournées vers l'agglomération la plus proche
 rural ouvrier	familles CSP- en pavillon, dans des territoires en déclin, peu digitales
 rural traditionnel	population vieillissante peu diplômée, peu digitale et économe, vivant dans des communes isolées et assez agricoles

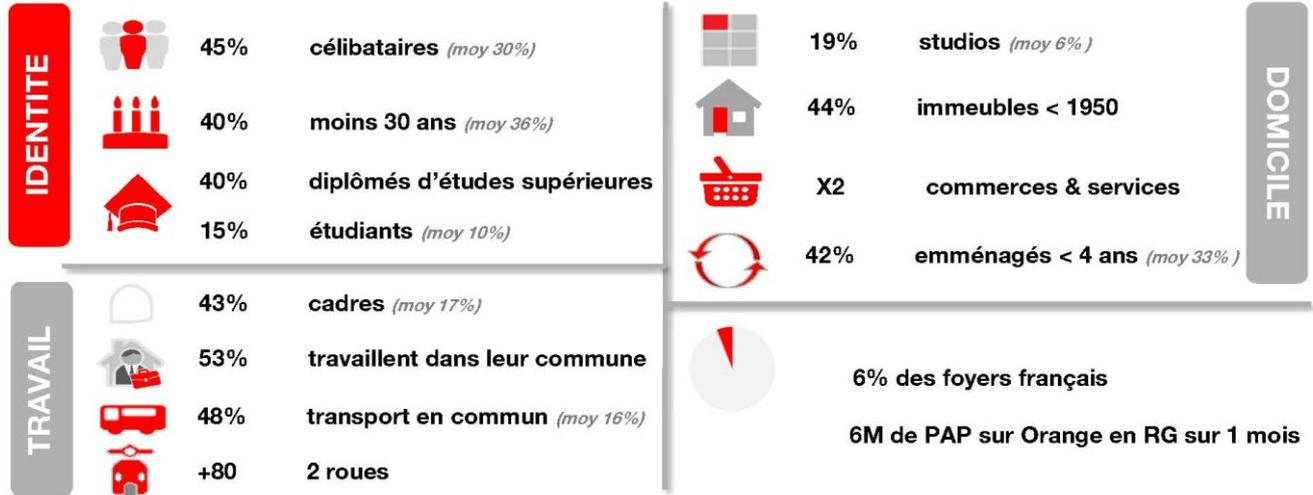
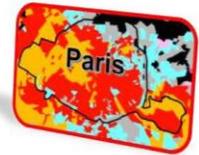
urbain

péri

rural



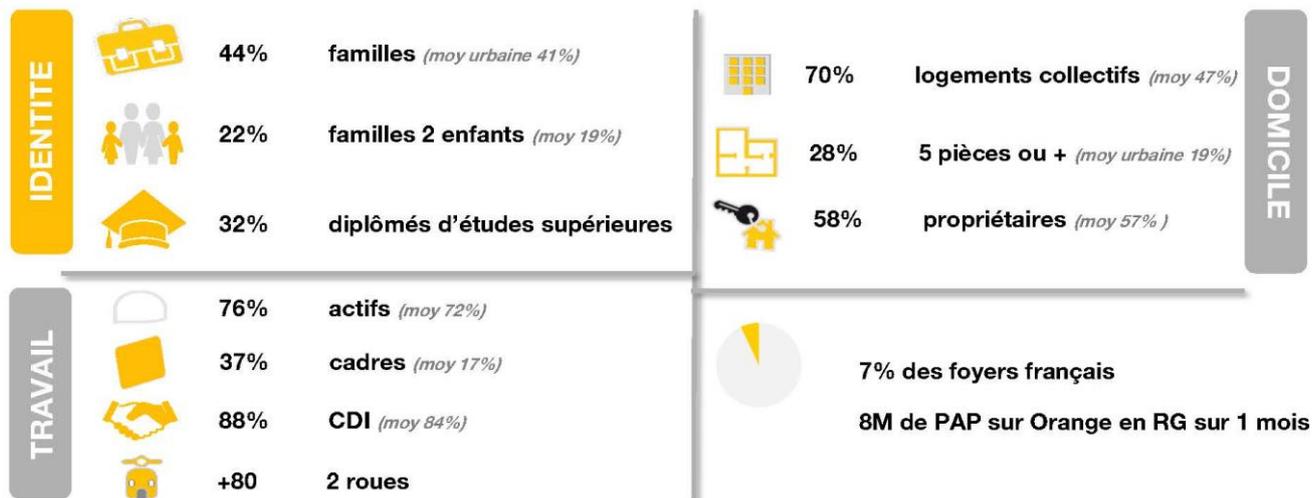
Urbain dynamique



8 Orange Advertising 2016



Urbain familial aisé



9 Orange Advertising 2016



Urbain classe moyenne



IDENTITE

- 40% **célibataires** (moy 31%)
- 25% **15-30 ans** (moy 18%)
- 15% **étudiants** (moy 10%)

TRAVAIL

- 29% **CSP intermédiaire** (moy 25%)
- 49% **travaillent dans leur commune** (moy 36%)
- 12% **à pied** (moy 8%)

- 21% **moins de 40 m²** (moy 11%)
- 34% **2 pièces ou moins** (moy 19%)
- 2,8 **pièces par appart** (moy 3 pcs)
- X2 **commerces & services**
- 17% **emménagés <2 ans** (moy 12%)
- 42% **emménagés <4 ans** (moy 33%)

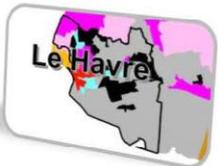
DOMICILE

- 13% des foyers français
- 16M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

10 Orange Advertising 2016



Populaire



IDENTITE

- 39% **moins de 30 ans** (moy 36%)
- 9% **divorcés** (moy 7%)
- 12% **familles monoparentales** (moy 10%)

TRAVAIL

- 18% **chômage** (moy 12%)
- 59% **CSP-** (moy 36%)
- 34% **employés** (moy 28%)

- 28% **3 pièces** (moy 21%)
- 72% **40 à 99 m²** (moy 59%)
- 30% **HLM** (moy 15%)
- X1,6 **commerces & services**
- 10 ans **ancienneté location** (moy 8 ans)

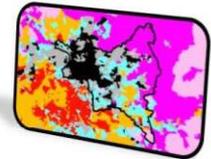
DOMICILE

- 12% des foyers français
- 15M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

11 Orange Advertising 2016



Urbain défavorisé



IDENTITE

	16%	familles monoparentales <i>(moy 9%)</i>
	19%	familles avec au moins 3 enfants <i>(moy 9%)</i>
	39%	moins de 25 ans <i>(moy 30%)</i>
	36%	sans diplôme <i>(moy 17%)</i>

	-1,3%	décroissance démo <i>(moy 4%)</i>
	32%	3 pièces <i>(moy 21%)</i>
	78%	40 à 99 m² <i>(moy 59%)</i>
	58%	HLM <i>(moy 15%)</i>
	11 ans	ancienneté d'emménagement en location <i>(moy 8 ans)</i>

DOMICILE

TRAVAIL

	29%	chômage <i>(moy 12%)</i>
	71%	CSP- <i>(moy 49%)</i>
	34%	ouvriers <i>(moy 21%)</i>



12 Orange Advertising 2016



Périurbain en croissance



IDENTITE

	21%	45 à 60 ans <i>(moy 19%)</i>
	45%	familles <i>(moy 42%)</i>
	7%	croissance démo <i>(moy 4%)</i>

	25%	possèdent un monospace <i>(moy 22%)</i>
--	-----	---

SOCIOSTYLES

TRAVAIL

	79%	en voiture <i>(moy 67%)</i>
--	-----	---------------------------------------



13 Orange Advertising 2016



Pavillonnaire familial aisé



IDENTITE



48% familles (moy 42%)



23% familles avec au moins 2 enfants (moy 19%)



23% 45 à 60 ans (moy 19%)

TRAVAIL



79% travaillent dans une autre commune (moy 63%)



82% en voiture (moy 67%)



28% possèdent un monospace (moy 22%)

SOCIOSTYLES



11% des foyers français

28M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

14 Orange Advertising 2016



Rural dynamique



IDENTITE



22% familles avec au moins 2 enfants (moy 19%)



43% 30 à 60 ans (moy 39%)



8% croissance démo (moy 4%)

TRAVAIL



75% actifs (moy 72%)



80% travaillent dans une autre commune (moy 63%)



86% en voiture (moy 67%)



27% possèdent un monospace (moy 22%)

SOCIOSTYLES



8% des foyers français

24M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

15 Orange Advertising 2016



Rural ouvrier



IDENTITE		30%	familles (moy 42%)
		11 ans	âge moyen (moy 40 ans)
		70%	sans BAC (moy 56%)
TRAVAIL		34%	ouvriers (moy 21%)
		62%	CSP- (moy 49%)
		12%	chômage (moy rurale 10%)
		82%	en voiture (moy 67%)

SOCIOSTYLES		85%	pavillons (moy 53%)
		37%	antérieurs à 1950 (moy 28%)
		8%	HLM (moy rurale 5%)
		18 ans	ancienneté d'emménagement (moy 15 ans)
		10% des foyers français	
		29M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois	

16 Orange Advertising 2016



Rural traditionnel



IDENTITE		43 ans	âge moyen (moy 40 ans)
		familles avec enfants < 14 ans (ind. 130)	
		familles avec enfants <12-17 ans> (ind. 150)	
TRAVAIL		8%	agriculteurs (moy 2%)
		11%	indépendants (moy 6%)
		82%	en voiture (moy 67%)

SOCIOSTYLES		28%	possèdent un monospace (moy 22%)
			10% des foyers français
		30M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois	

17 Orange Advertising 2016