

BÉARN
Pyrénées



Pays
BASQUE

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



Crédit photo : Golf Chiberta

Étude de fréquentation

Anglet

Année 2021

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.pro.tourisme64.com

Sommaire

1	Délimitation de la zone d'Étude	9
2	Contexte touristique	10
2.1	OFFRE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE : PLUS DE 15 300 LITS MARCHANDS PLATEFORMES INCLUSES.....	10
2.2	UNE ZONE D'ÉTUDE D'AVANTAGE IMPACTÉE PAR LE CALENDRIER QUE PAR LA MÉTÉO.....	11
3	Fréquentation diurne	12
3.1	UNE FRÉQUENTATION RECENTRÉE SUR L'ÉTÉ.....	12
4	Touristes	13
4.1	UN SECOND SEMESTRE RECORD.....	13
4.2	DES DURÉES DE SEJOURS DE PLUS EN PLUS DIVERSES.....	15
4.3	UN MARCHÉ FRANÇAIS PRINCIPALEMENT DE PROXIMITÉ	16
4.4	DES TOURISTES URBAINS TRÈS PRÉSENTS SUR LA ZONE D'ÉTUDE	18
4.5	SEULEMENT ¼ DES NUITÉES ÉTRANGÈRES SONT ESPAGNOLES	19
4.6	DES TOURISTES AU RAYONNEMENT LIMITÉ	20
4.7	ZOOM SUR LA FRÉQUENTATION DES MEUBLES DES PLATEFORMES.....	21
4.8	DES TOURISTES INTRA-DÉPARTEMENTAUX CIBLANT LES SAMEDIS	24
5	Excursionnistes	25
5.1	UNE DESTINATION D'EXCURSION ESSENTIELLEMENT FRANÇAISE.	25
5.2	UNE DURÉE DE PRÉSENCE INFLUENCÉE PAR L'ATTRACTIVITÉ LITTORALE DE LA ZONE D'ÉTUDE	28
5.3	DES EXCURSIONNISTES ESSENTIELLEMENT DE PROXIMITÉ.....	29
5.4	DES EXCURSIONNISTES FRANÇAIS AUX MOYENS PLUS LIMITÉS.	31
5.5	L'ESPAGNE, PAYS PRÉDOMINANT DES EXCURSIONNISTES ÉTRANGERS.....	32
5.6	DES EXCURSIONNISTES SEJOURNANT SUR LES LITTORAUX BASQUE ET LANDAIS	33
5.7	DES PICS D'EXCURSIONNISTES INTRA-DÉPARTEMENTAUX CIBLANT LE HORS SAISON.....	34
	ANNEXE.....	35

Méthodologie Flux Vision Tourisme (FVT)

Les règles de comptabilisation de Flux Vision nous permettent de distinguer 5 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 locaux** : 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 locaux** : 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 étrangers ne séjournant qu'une seule nuit (comportement de routier, débord de captation).

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 2h 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, en séjour 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 de la zone d'étude (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 3 excursions ou plus sur les 15 derniers jours.

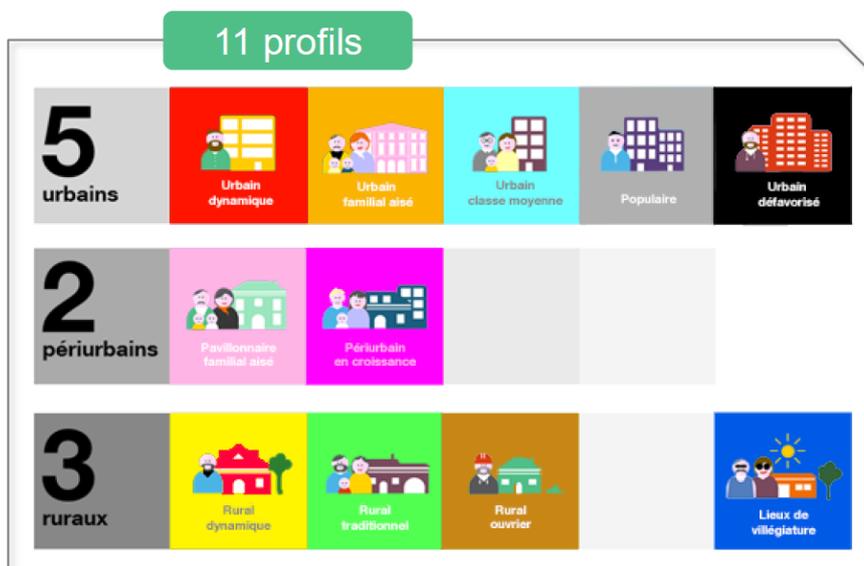
Les touristes de la zone d'étude.

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 Pays basque (données 2019)

	Marchand 	Non marchand 
Dépense totale	99,2 €	45,1 €
Dépense en hébergement	47,3 €	0,0 €
Dépense en achats alimentaires	12,5 €	14,2 €
Dépense en restauration	18,8 €	13,5 €
Dépense en loisirs	5,7 €	4,1 €
Dépense en achats de biens durables	7,1 €	7,9 €
Dépense en transport au sein de la région	7,8 €	5,3 €

Source : enquête de clientèle régionale 2019

Synthèse

Globalement, la crise sanitaire a peu impacté l'économie touristique d'Anglet en 2021. La destination en ressort même grandie avec des niveaux de fréquentation supérieurs à 2019, notamment au second semestre.

Comme en 2020, le contexte sanitaire a recentré la fréquentation des touristes sur l'été. Ainsi, la très haute saison a démarré plus tôt qu'en 2019, avec un mois de juillet plus proche quantitativement du mois d'août. De nouveaux arrivants des Yvelines ou des Bouches-du-Rhône par exemple ont engendré cela, un potentiel de développement de clientèles se situe actuellement dans les marchés secondaires pour Anglet et sur le mois de juillet.

Les touristes arrivent de milieux principalement urbains et aisés, une observation logique au vu des tarifs pratiqués pendant l'été. Néanmoins, pour le hors saison, cette clientèle urbaine représente le meilleur potentiel, en court séjour, que ce soit en provenance de Bordeaux, Paris voire Lyon et Marseille sur du 4-5 jours (week-ends de ponts, vacances scolaires).

Chez les étrangers, l'Espagne reste le principal émetteur de touristes tandis que les Suisses montent sur le podium en termes de nuitées : un point intéressant malgré leur comportement très saisonnalisé.

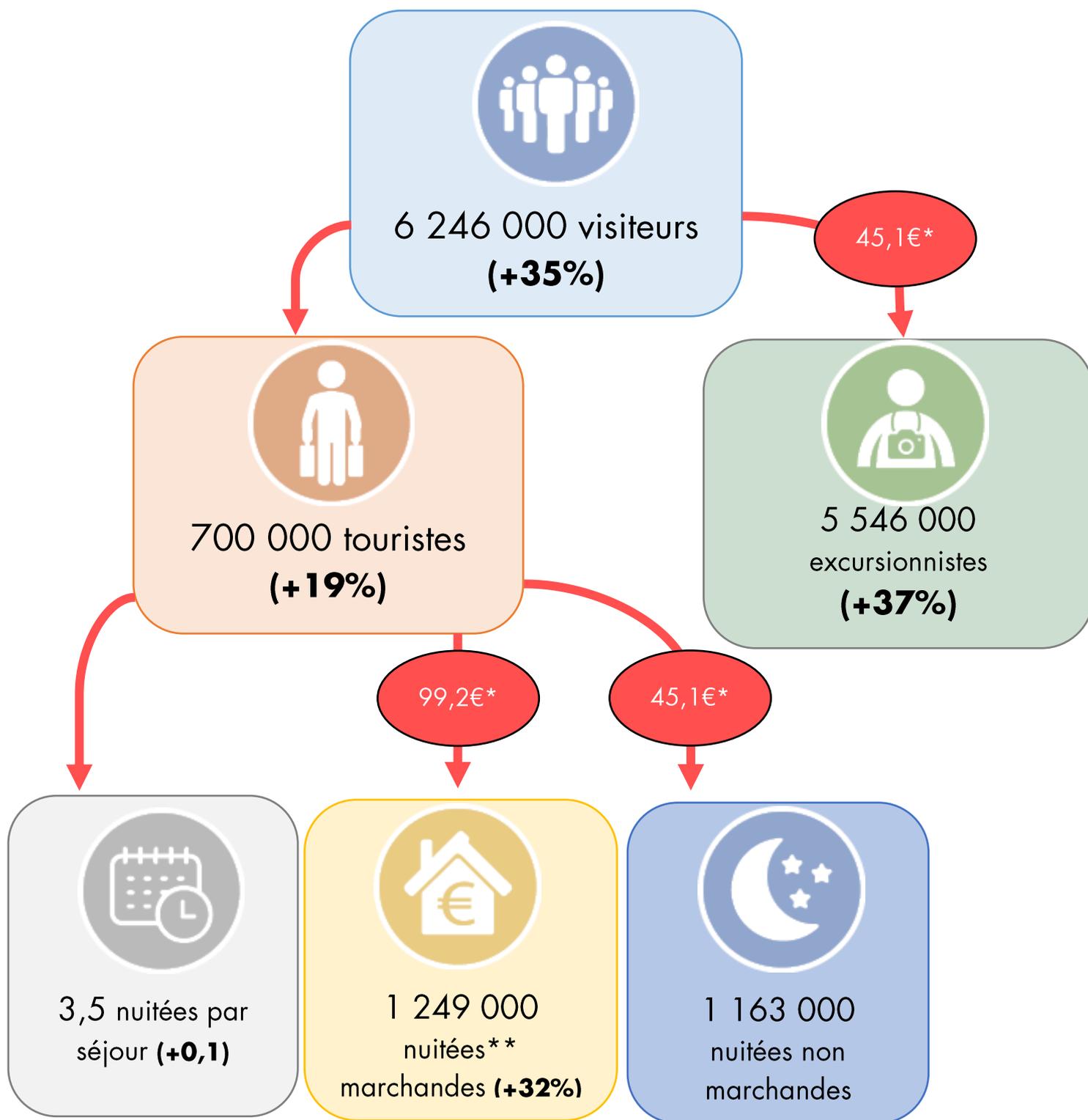
Chez les excursionnistes français, nous retrouvons cette forte saisonnalité avec tout de même des niveaux de fréquentation intéressants les week-ends en hors saison. Clientèle importante pour les activités de loisirs, ces visiteurs à la journée sont originaires des bassins de proximité et d'Ile-de-France en séjour sur le littoral basque ou Landais.

Avec un profil plus périurbain et classe moyenne, ils semblent « consommer » sur la zone d'étude de manière différente des touristes avec une présence cantonnée à la demi-journée (autour d'une promenade, restauration ou d'une activité précise).

Chez les excursionnistes étrangers, les apports des Suisses, Allemands, Américains, Belges et Britanniques sur le mois de juillet sont intéressants et représentent une vraie piste de travail pour continuer à doper la fréquentation sur mois de juillet en allant chercher des excursionnistes dans les Landes. Le retour des Espagnols sur l'arrière-saison est un signe positif pour la suite, cette clientèle plébiscitant le hors saison.

En conclusion, l'axe de développement de la destination (en plus du hors saison) est de maintenir un mois de juillet aussi prolifique, permettant de maintenir et développer le tourisme de la zone d'étude après les pertes de 2020 du 1^{er} trimestre 2021 et un très bon second semestre 2021.

Chiffres clés de l'étude : année 2021



Retombées économiques touristiques extra départementales estimées :

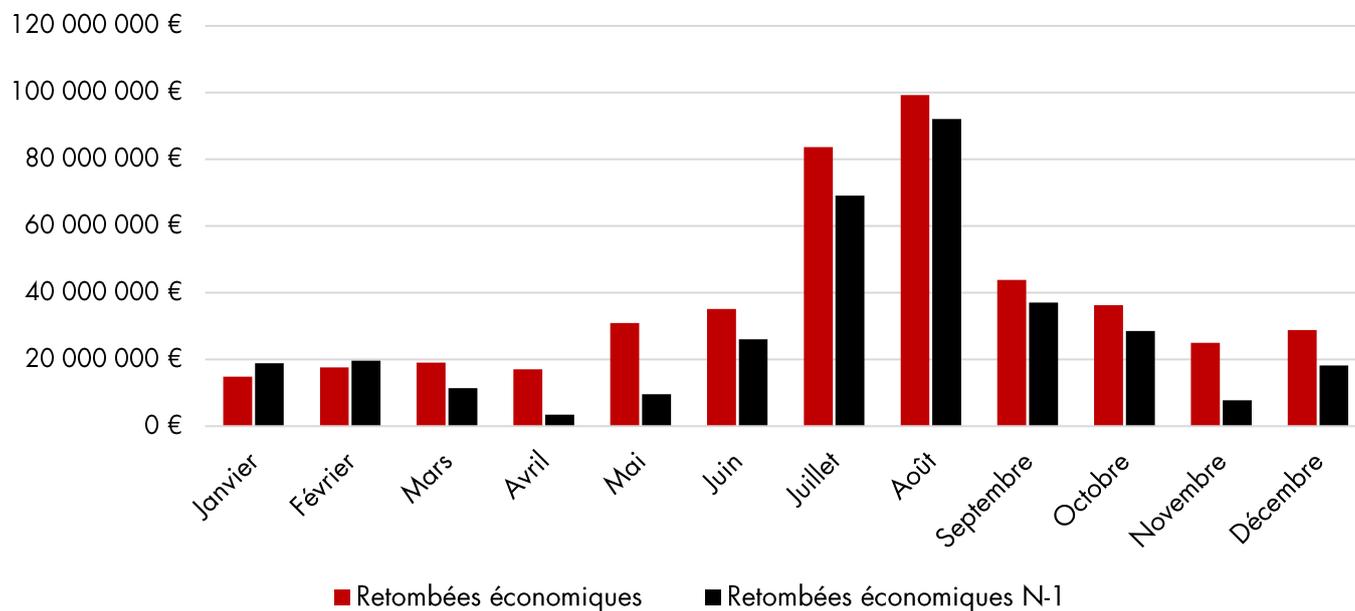
429 200 000 €**(+103 000 000 € par rapport à 2020)**

*Dépenses moyennes par jour et par personne en Pays basque – source Enquête clientèle régionale 2019

**Donnée issue de la taxe de séjour et des plateformes AirBNB et Aritel.

Bilan économique de l'année 2021

Evolution des retombées économiques sur le territoire



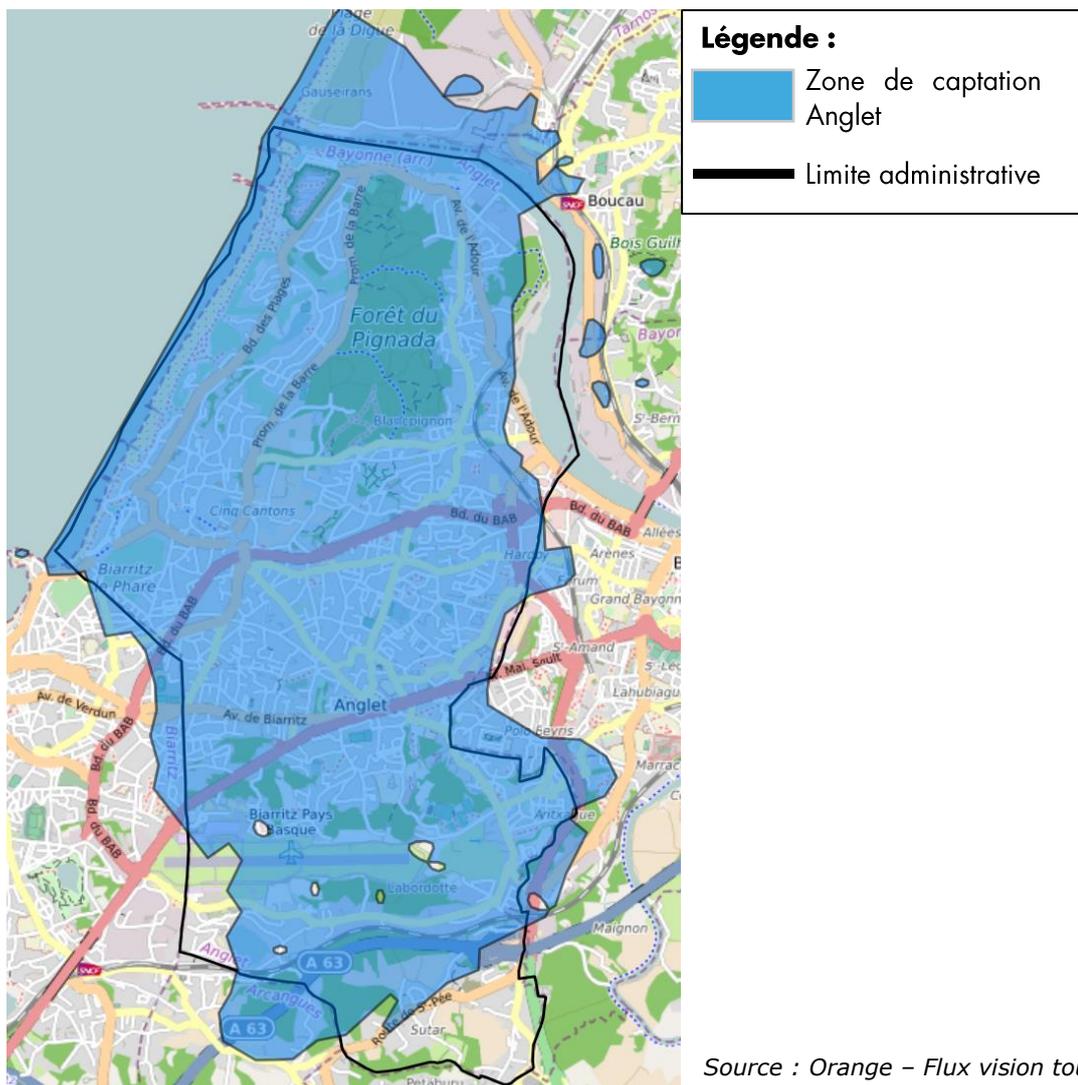
Ce qu'il faut retenir

Les retombées économiques touristiques sont logiquement concentrées sur l'été, du fait de l'attractivité saisonnière de la zone d'étude et les restrictions sanitaires du printemps.

En dehors du premier semestre, novembre et décembre 2020 sous restriction, le mois de juillet est celui qui a le plus de retombées, une bonne nouvelle dans l'étalement de la saison touristique.

	Gains/pertes par mois	Variation
Janvier	-4 050 000 €	-21%
Février	-2 030 000 €	-10%
Mars	7 670 000 €	67%
Avril	13 570 000 €	389%
Mai	21 270 000 €	221%
Juin	9 110 000 €	35%
Juillet	14 560 000 €	21%
Août	7 160 000 €	8%
Septembre	6 800 000 €	18%
Octobre	7 790 000 €	27%
Novembre	17 190 000 €	220%
Décembre	10 630 000 €	58%

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.

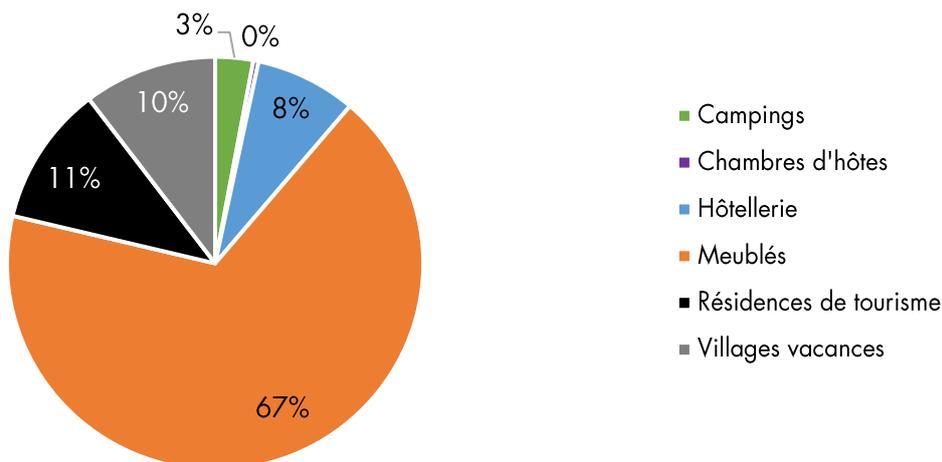
2 Contexte touristique

2.1 Offre touristique du territoire : plus de 15 300 lits marchands plateformes incluses.

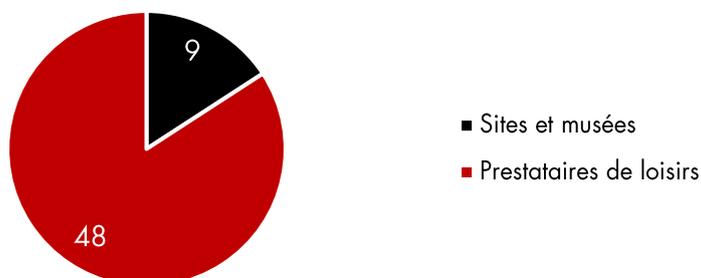
De quoi parle-t-on ?
Le nombre de lits sur le territoire

Méthode d'analyse
Nombre total de lits en hébergement marchand

Répartition de l'offre en hébergements



Nombre de professionnels sur le territoire



	Part
Sites et musées	16%
Prestataires de loisirs	84%

Ce qu'il faut retenir

L'offre en hébergement marchand à Anglet est dominée par les meublés de tourisme commercialisés sur les plateformes AirBNB et Aritel. La capacité d'accueil de la commune, avec cette nouvelle donnée, est ainsi bien plus importante que lors des observations précédentes. Ainsi l'hôtellerie, les villages vacances et les résidences de tourisme ont un poids compris entre 8% et 11% sur l'offre de la commune.

Les prestataires de loisirs regroupent la majeure partie des activités de la commune (84%) proposant une offre très saisonnière.

2.2 Une zone d'étude davantage impactée par le calendrier que par la météo

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. Le ratio météo permet de synthétiser la météo du mois. Plus la valeur est proche de 30 plus la météo a été favorable, plus la valeur est proche de -30 plus la météo a été défavorable.

Contexte						
Mois	Ratio météo		Vacances scolaires		Jours fériés	
	Ratio 2021	Ratio 2022	Année N	Variation	Année N	Variation
Janvier	-14	-1	3	-2	1	0
Février	-1	8	15	-7	0	0
Mars	6	0	7	6	0	0
Avril	14	0	14	-9	1	0
Mai	3	12	9	5	4	0
Juin	8	12	0	0	0	0
Juillet	5	19	25	-3	1	0
Août	11	10	31	0	1	0
Septembre	2	13	0	-1	0	0
Octobre	12	-11	16	3	0	0
Novembre	-8	13	0	-3	2	0
Décembre	-1	-16	14	4	1	0

	Total	Semaine	Week-end	Vacances scolaires
Beau temps	8%	3%	20%	37%
Mitigé	5%	-3%	27%	49%
Mauvais temps	-15%	-13%	-18%	40%

Rappel contexte sanitaire

1er janvier au 3 avril : couvre-feu à 20h, puis 18h, puis 19h selon les départements
3 avril au 3 mai : 3ème confinement
3 mai : couvre-feu à 19h
19 mai : couvre-feu à 21h
9 juin : couvre-feu à 23h
30 juin 2021 : fin du couvre-feu et des restrictions
21 juillet 2021 : jauge d'accueil du public passe de 1000 personnes à 50 personnes
9 août : fin de la jauge de 50 personnes

Sources : Météo France, ministère de l'Intérieur, AaDT

Ce qu'il faut retenir

En 2021, le contexte était toujours incertain en raison de la crise sanitaire mondiale. Si la météo a été favorable au tourisme en 2020, elle a connu un niveau plus incertain en 2021, notamment de mai à septembre (hors août). Quelques décalages de vacances scolaires et jours fériés sont à signaler, pouvant impacter la fréquentation :

- Le décalage des vacances d'hiver sur mars
- Le regroupement des zones A, B et C aux vacances de Pâques
- Le week-end de l'Ascension passant de juin à mai

Les restrictions sanitaires, encore très impactantes sur le premier semestre, ont handicapé le tourisme et l'excursionnisme sur le territoire.

3 Fréquentation diurne

3.1 Une fréquentation recentrée sur l'été

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



Mois	Visiteurs en journée	
	Nombre	Variation
Janvier	235 000	-16%
Février	267 000	-5%
Mars	267 000	93%
Avril	226 000	633%
Mai	441 000	232%
Juin	498 000	36%
Juillet	1 116 000	21%
Août	1 266 000	4%
Septembre	603 000	18%
Octobre	531 000	28%
Novembre	385 000	281%
Décembre	409 000	66%
Total	6 244 000	32%

Répartition des présences en journée	
Touristes	Excursionnistes
34%	66%
Variation en %	
23%	36%

Ce qu'il faut retenir

Malgré le contexte sanitaire, Anglet a attiré 6 244 000 visiteurs en 2021 soit 32% de plus qu'en 2020 et 22% de plus qu'en 2019, preuve que la zone d'étude a gagné en attractivité.

Le mois de juillet est très proche du mois d'août démontrant la marge de progression du premier mois des vacances d'été. Les néo-visiteurs de juillet seront les principales priorités pour 2022 car génératrices d'importantes retombées économiques.

Les week-ends en arrière-saison ont gagné en visiteurs. Selon les tendances de réservations affichées pour 2021 et 2022, les Français ressentent davantage le besoin de couper avec le quotidien et prisent les courts-séjours pour s'évader. Le week-end du 11 novembre en est le meilleur exemple, avec un nombre de visiteurs similaire au premier week-end de septembre. Travailler ces clientèles pour l'arrière-saison 2022 permettrait de maintenir ces niveaux de fréquentation.

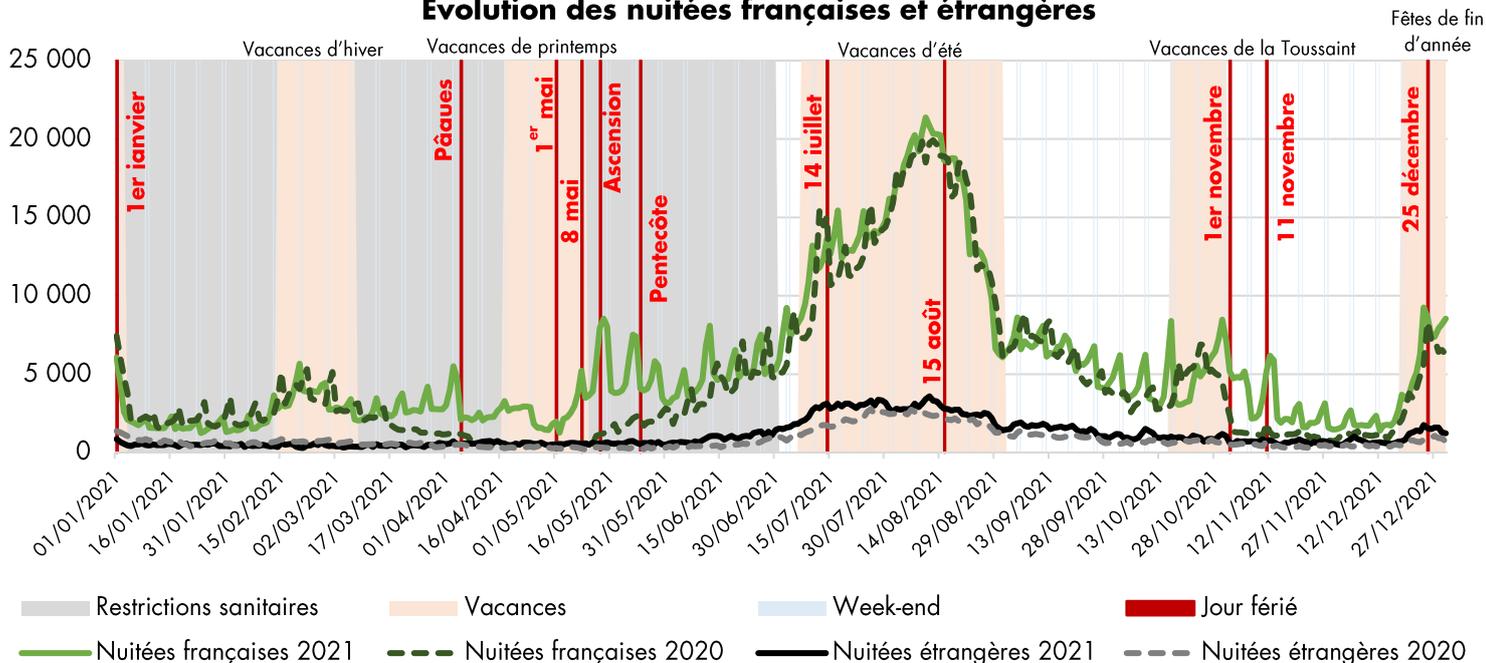
4 Touristes

4.1 Un second semestre record

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

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

Evolution des nuitées françaises et étrangères



Mois	Touristes		Nuitées		DMS	
	Nombre	Variation	Nombre	Variation	Durée	Variation
Janvier	26 000	-33%	77 000	-23%	3,0	0,3
Février	30 000	-22%	94 000	-12%	3,1	0,4
Mars	30 000	22%	99 000	23%	3,3	0,0
Avril	26 000	553%	95 000	225%	3,7	-3,6
Mai	49 000	272%	157 000	204%	3,2	-0,7
Juin	55 000	17%	180 000	26%	3,3	0,2
Juillet	116 000	4%	457 000	14%	3,9	0,4
Août	152 000	-6%	582 000	3%	3,8	0,3
Septembre	69 000	8%	234 000	9%	3,4	0,0
Octobre	64 000	34%	181 000	20%	2,8	-0,3
Novembre	40 000	245%	112 000	132%	2,8	-1,3
Décembre	42 000	51%	145 000	37%	3,5	-0,3
Total	699 000	19%	2 413 000	21%	3,5	0,1

Répartition des nuitées	
Français	Etrangers
84%	16%
Variation en %	
19%	33%

Durée moyenne de séjour	
Français	Etrangers
3,3	4,1
Variation	
0,1	0,1

Ce qu'il faut retenir

Malgré le contexte sanitaire, la zone d'étude connaît un nombre de nuitées françaises supérieur à 2020 et équivalent à 2019 du 1^{er} janvier au 3 avril. Si les Parisiens ont montré de l'intérêt durant les vacances d'hiver pour le littoral (fermeture des retombées mécaniques en stations de ski), les clientèles françaises sont restées stables.

Après le 3^{ème} confinement, les week-ends de l'Ascension et de Pentecôte ont attiré légèrement moins de clientèle qu'en 2019, notamment de proximité.

Les vacances d'été mettent en avant 2 points :

- La possibilité d'accueillir plus de touristes en juillet, au vu de l'écart avec le mois d'août. Certains hébergements ont potentiellement une capacité d'accueil non consommée, surtout en début de mois.
- L'allongement des séjours par rapport à 2020 et 2019.

L'arrière-saison se caractérise par une fréquentation similaire au niveau d'avant COVID. 2 dates sortent néanmoins du lot :

- Le 16 octobre (Foire au Jambon à Bayonne)
- Le week-end du 11 novembre (plus d'un tiers de nuitées pour le trio Gironde, Haute-Garonne, Paris ; week-end plutôt ensoleillé ; week-end confiné en 2020 et un mercredi en 2019).

Les étrangers (14% des touristes pour 16% des nuitées) exercent une influence plus limitée sur la zone d'étude. Leur retour remarqué en 2021 (+33% de nuitées) ne permet pas de retrouver les niveaux de 2019 (-11%).

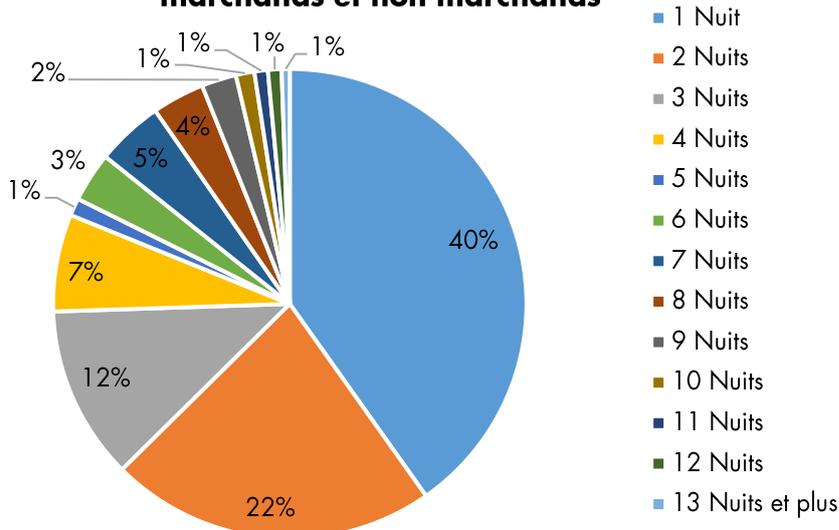
4.2 Des durées de séjours de plus en plus diverses

De qui parle-t-on ?
Touristes

De quoi parle-t-on ?
Nombre de séjours classés 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 en hébergements marchands et non marchands



Variation	
1 Nuit	19%
2 Nuits	21%
3 Nuits	18%
4 Nuits	13%
5 Nuits	36%
6 Nuits	11%
7 Nuits	8%
8 Nuits	37%
9 Nuits	18%
10 Nuits	11%
11 Nuits	10%
12 Nuits	7%
13 Nuits et plus	-4%

Ce qu'il faut retenir

Logiquement en hausse par rapport à 2020, les durées de séjours sont majoritairement inférieures à 3 nuits en raison de l'impact des nuitées chez les familles et amis.

Cependant, un changement se dessine avec de fortes hausses pour les séjours de 5 nuits ou 8 nuits, des séjours assez atypiques et loin des standards 1, 2, 7 ou 14 nuits. Par rapport à 2019, les séjours de 4 nuits ou plus sont en hausse, notamment ceux de plus de 7 nuits.

Ces tendances montrent que les hébergements doivent davantage s'adapter en diversifiant leurs services et activités afin que les touristes dépensent au maximum dans les structures angloyes durant leur séjour.

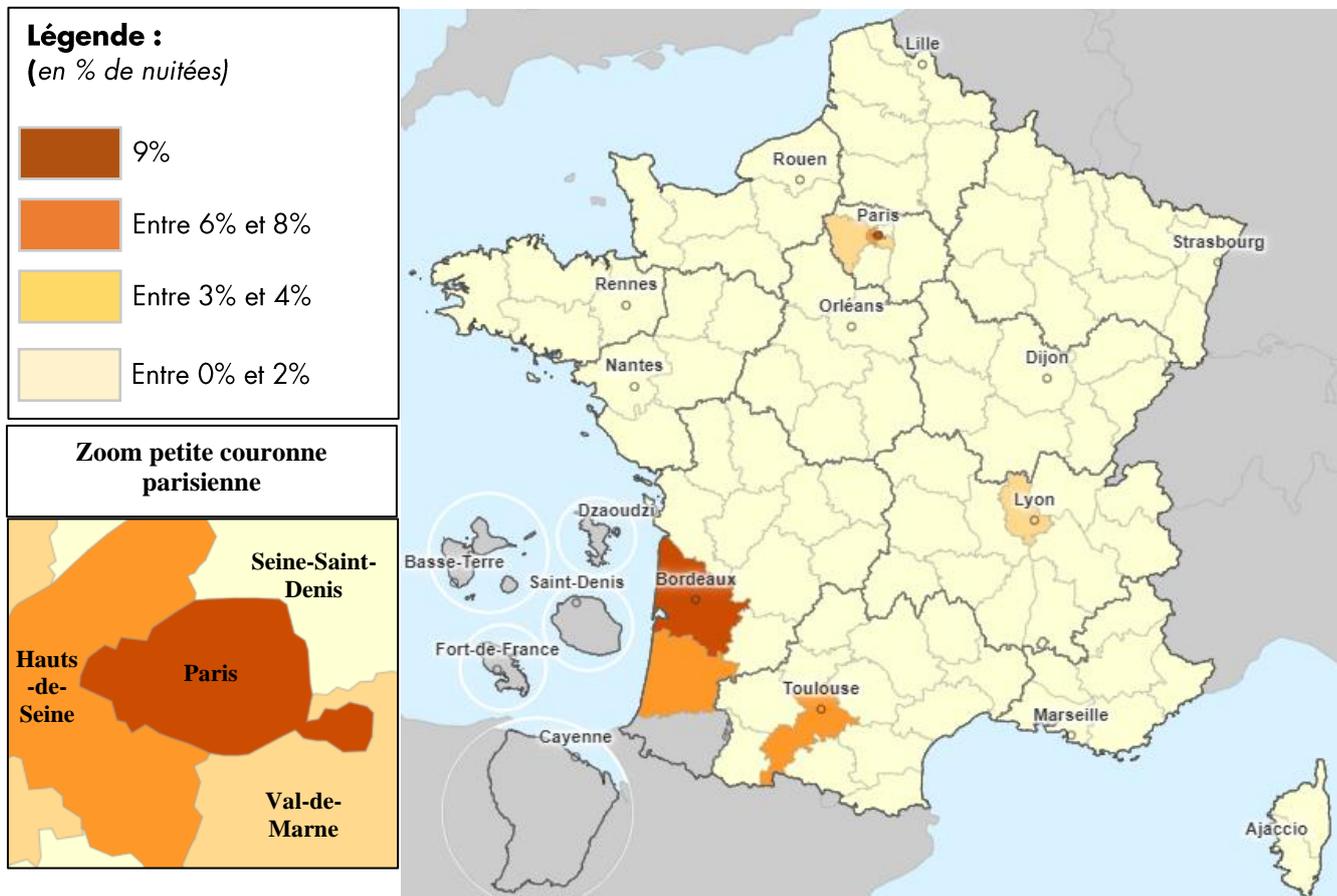
4.3 Un marché français principalement de proximité

De qui parle-t-on ?
Touristes français

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

Méthode d'analyse
Part du nombre de nuitées françaises

Origine des nuitées françaises de la zone d'étude



Classement régional				
Région	Nuitées		Touristes	
	Part	Variation	Part	Variation
Ile-de-France	30%	14%	27%	17%
Nouvelle Aquitaine	21%	17%	38%	20%
Occitanie	17%	16%	22%	17%
Auvergne-Rhône-Alpes	9%	35%	5%	35%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	5%	19%	3%	21%
Hauts-de-France	4%	22%	1%	20%
Pays de la Loire	4%	38%	2%	19%
Bretagne	3%	30%	1%	22%
Grand Est	3%	9%	0%	13%
Centre-Val de Loire	2%	32%	1%	10%
Normandie	2%	26%	0%	29%
Bourgogne-Franche-Comté	1%	-	0%	-
Corse	0%	-	0%	-

Top 10 départemental				
Département	Nuitées		Touristes	
	Part	Variation	Part	Variation
Gironde	10%	14%	23%	22%
Paris	10%	11%	11%	11%
Haute-Garonne	8%	14%	15%	12%
Hauts-de-Seine	7%	16%	6%	15%
Landes	4%	8%	11%	21%
Yvelines	3%	31%	2%	36%
Val-de-Marne	3%	9%	2%	22%
Rhône	3%	26%	3%	30%
Bouches-du-Rhône	2%	25%	3%	25%
Essonne	2%	36%	2%	46%

Ce qu'il faut retenir

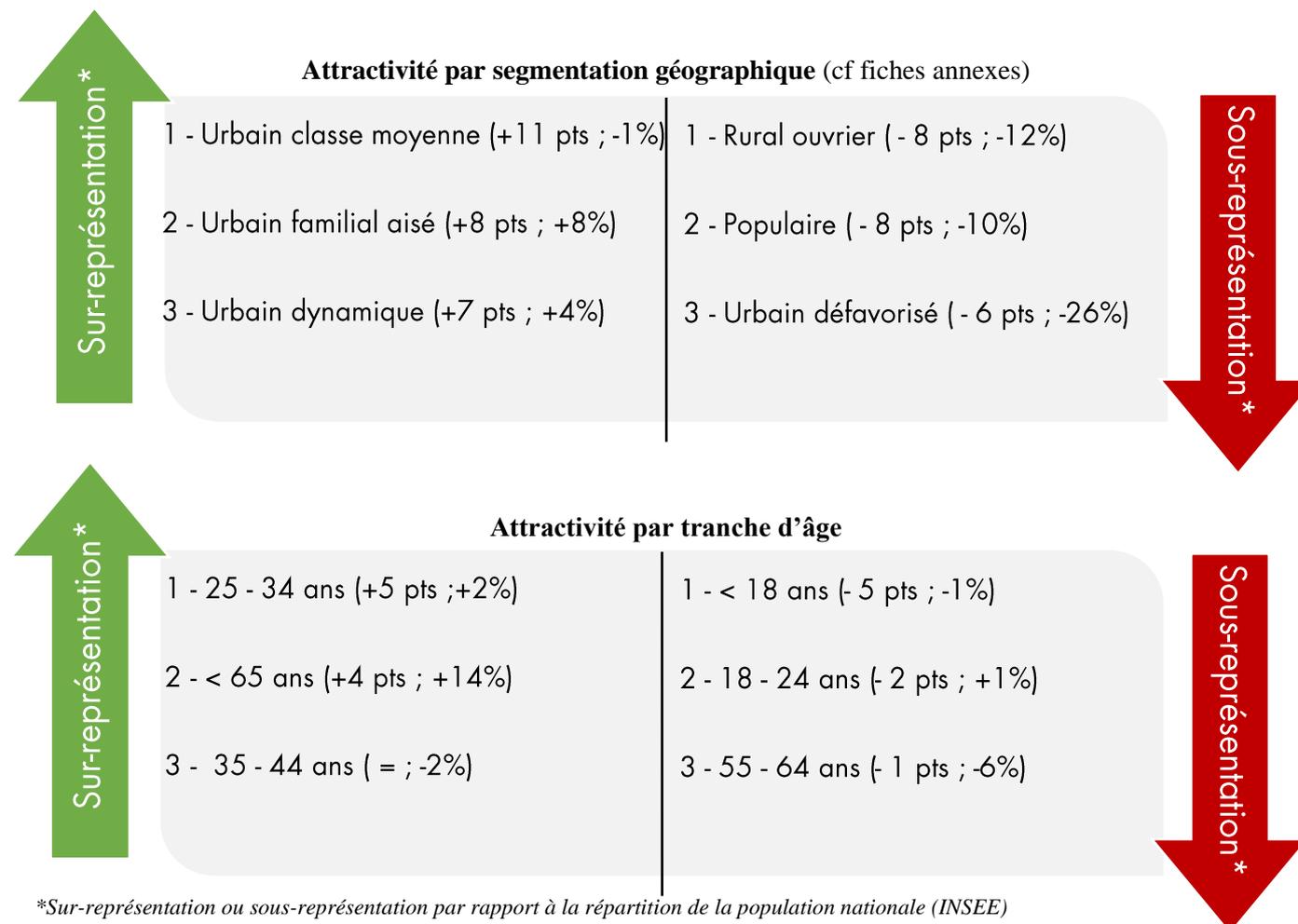
D'après la répartition et l'évolution des marchés, 3 éléments à noter :

- Un podium (Paris-Hauts-de-Seine, Gironde, Haute-Garonne) qui reste inchangé année après année.
- Une meilleure répartition des nuitées (et donc attractivité) avec le premier département à seulement 10%.
- Des bassins secondaires en forte hausse notamment les Yvelines, le Rhône, les Bouches-du-Rhône, l'Essonne, l'Hérault (2% ; +24%) et la Charente-Maritime (2% ; +15%).

Par rapport aux périodes à fort potentiel (cf page 15), le mois de juillet est dopé par les bassins secondaires suivants : Yvelines (4% ; +21%), Val-de-Marne (3% ; +12%), Seine-Saint-Denis (3% ; +27%), Bouches-du-Rhône (3% ; +19%) et Rhône (3% ; +12%). Les bassins principaux comme Paris (9% ; -5%), Gironde (8% ; -6%) et la Haute-Garonne (7% ; -11%) sont eux en légère baisse. Par rapport à 2019, l'ensemble des marchés Français en hausse, motivé par le contexte sanitaire. Cet élément peut devenir un point de vigilance, si les Français repartent massivement vers l'international avant que les étrangers ne reviennent. En effet, la zone d'étude reste très dépendante de sa clientèle française.

Sur l'arrière-saison, Anglet a gagné en attractivité par rapport à 2019. Durant la période 1^{er} octobre - 30 novembre, les principaux marchés sont en forte hausse : Gironde (14% ; +31%), Haute-Garonne (9% ; +32%), Paris (8% ; +42%) et Hauts-de-Seine (5% ; +39%). Ces bassins de clientèles semblent les plus intéressants à travailler pour les fidéliser en vue des arrière-saisons post-COVID.

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

Comme en 2020, Anglet est attractive chez les Urbains qui augmentent encore leur présence. Il n'est pas surprenant de voir ressortir les « urbain familial aisé » et « urbain dynamique » (voir caractéristiques en annexe) au pouvoir d'achat élevé. La surreprésentation des « Urbain classe moyenne », aux dépenses plus limitées, montre qu'ils économisent toute l'année pour profiter de leurs vacances annuelles au sein d'une destination littorale où l'hébergement est en moyenne plus cher qu'à l'intérieur.

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. Leur baisse de fréquentation montre une zone d'étude qui ne semble plus accessible par 31% de la population française en matière de « pouvoir d'achat ».

Les tranches d'âge indiquent qu'Anglet a gagné en attractivité chez les touristes retraités. Les jeunes de 25-34ans restent les plus attirés par le territoire (surf, animations, sorties nocturnes...).

A l'inverse, les classes 18-24 ans et les 55-64 ans sont en légère sous-représentation, cette dernière connaissant la plus forte baisse. Les mineurs (et indirectement les familles) restent les moins attirés par la zone d'étude, un élément à prendre en compte dans le positionnement et la conquête de nouvelles clientèles. A l'échelle du Pays basque, les mineurs sont en sous-représentation de 2 points.

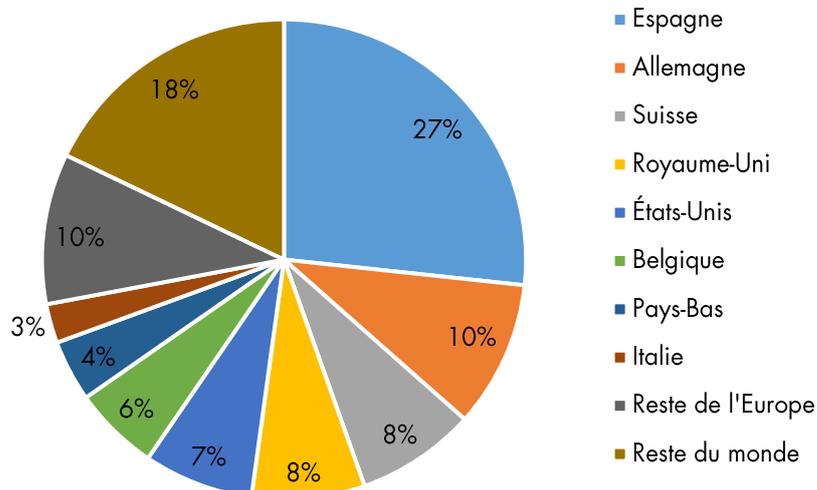
4.5 Seulement ¼ des nuitées étrangères sont espagnoles

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 nuitées étrangères



Pays	Nuitées		Touristes	
	Part	Variation	Part	Variation
Espagne	27%	39%	50%	64%
Allemagne	10%	11%	9%	63%
Suisse	8%	57%	3%	108%
Royaume-Uni	8%	3%	2%	-19%
États-Unis	7%	64%	2%	42%
Belgique	6%	35%	2%	68%
Pays-Bas	4%	23%	1%	28%
Italie	3%	41%	1%	-4%
Reste de l'Europe	10%		3%	
Reste du monde	18%		26%	

Ce qu'il faut retenir

Les nuitées étrangères sont minoritaires dans la zone d'étude (19% en 2019, 15% en 2020, 16% en 2021) même si la durée moyenne de séjour est plus élevée (4,1 contre 3,3 pour les Français). La crise sanitaire a d'autant plus limité leur impact économique. L'Espagne avec 27% des nuitées reste la première nationalité étrangère la plus présente. A noter, l'intérêt grandissant des Suisses (+57%, notamment l'été) devenu 3^{ème} pays générateur de nuitées et le retour des Etats-Unis (+64%). Les Britanniques se stabilisent au niveau de 2020, soit leur niveau le plus bas en Pays basque sur les 10 dernières années (en hôtellerie et hôtellerie de plein air).

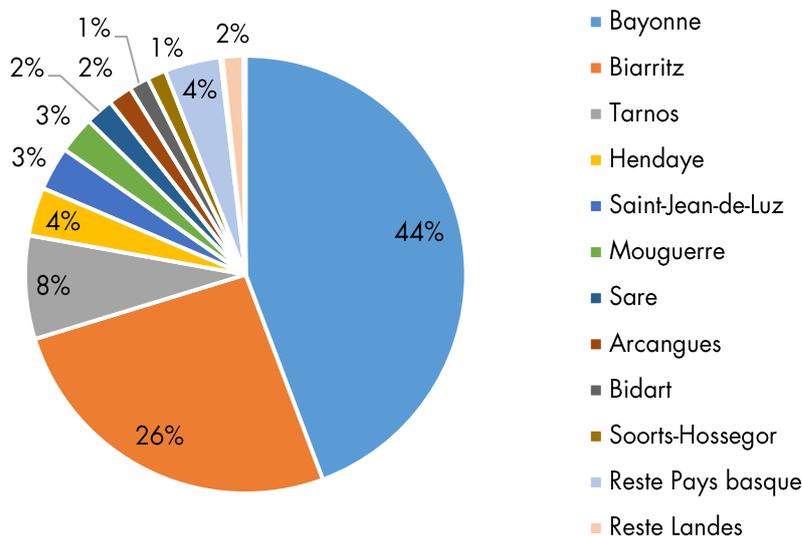
4.6 Des touristes au rayonnement limité

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

De quoi parle-t-on ?
Commune (hors Anglet) 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.

Présence majoritaire des touristes en journée



Commune	Destination	Part en %	Variation
Bayonne	Pays basque	44%	17%
Biarritz	Pays basque	26%	25%
Tarnos	Landes	8%	39%
Hendaye	Pays basque	4%	30%
Saint-Jean-de-Luz	Pays basque	3%	18%
Mouguerre	Pays basque	3%	85%
Sare	Pays basque	2%	75%
Arcangues	Pays basque	2%	26%
Bidart	Pays basque	1%	24%
Soorts-Hossegor	Landes	1%	1%
Reste Pays basque	Pays basque	4%	24%
Reste Landes	Landes	2%	19%

Ce qu'il faut retenir

En 2021, 77% des touristes ont passé la majorité de leur journée (6h-00h) au sein de la commune, une donnée masquant les déplacements courts. En effet, les touristes par définition passent une partie de leur matinée et de leur soirée au sein de leur hébergement, devenant facilement leur lieu de présence majoritaire en journée.

Parmi les 23% restant, le graphique ci-dessus montre que les touristes de la zone d'étude ont un rayonnement limité, 70% passant leur journée au sein des communes voisines de Bayonne et Biarritz.

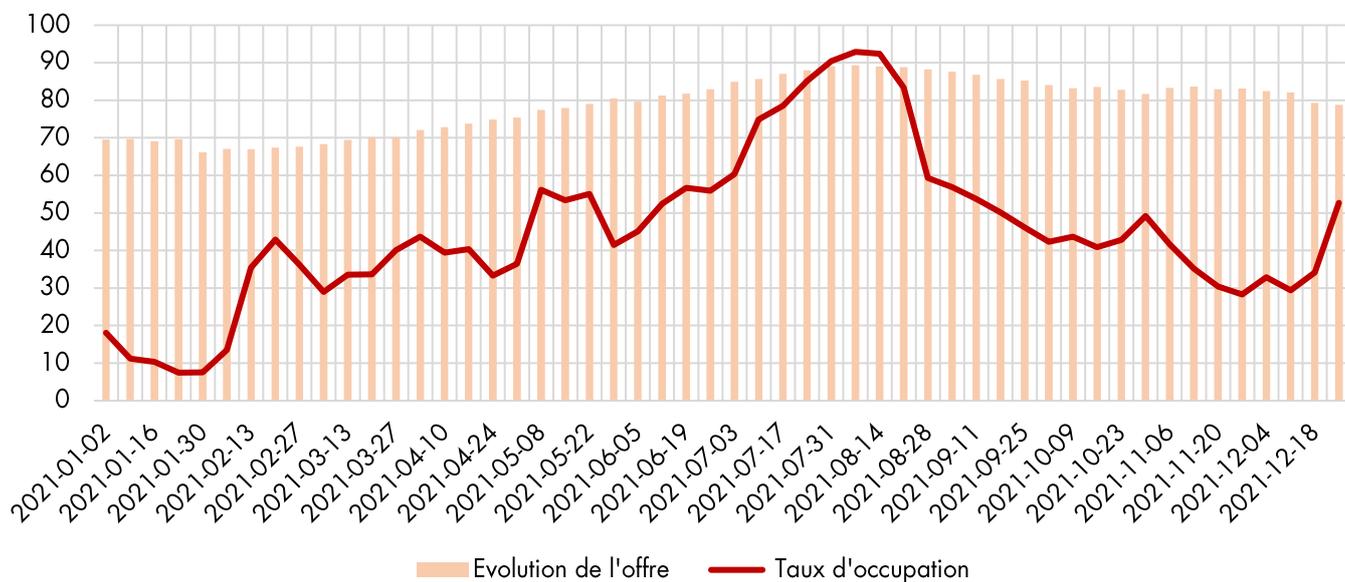
4.7 Zoom sur la fréquentation des meublés des plateformes

De qui parle-t-on ?
Touristes séjournant dans des meublés de la zone d'étude.

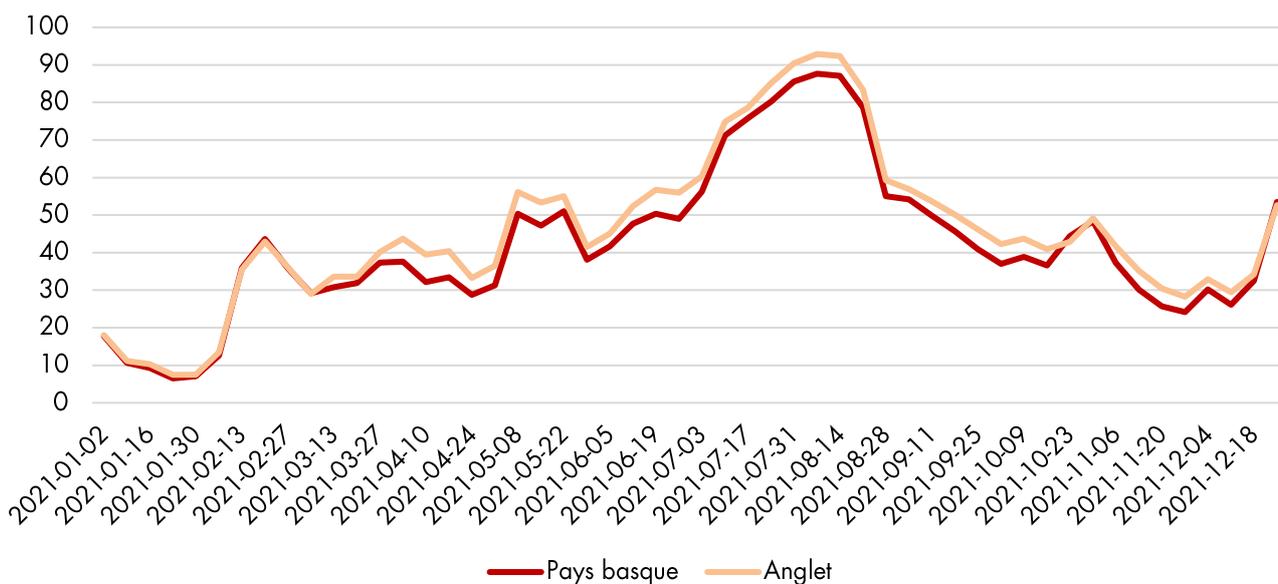
De quoi parle-t-on ?
Meublés de tourisme commercialisés sur les plateformes AirBNB et Abrisel

Méthode d'analyse
Outil Liwango

Evolution hebdomadaire de l'offre et du taux d'occupation



Comparaison hebdomadaire du taux d'occupation



Durée de séjour	Répartition
1	9%
2	21%
3	19%
4	14%
5	8%
6	6%
7	10%
8	3%
9	2%
10	1%
11	1%
12	1%
13 et plus	5%

Ce qu'il faut retenir

Les meublés commercialisés sur les plateformes représentent la majorité de l'offre de la zone d'étude. L'évolution de l'offre montre que ces logements sont commercialisés sur la majorité de l'année même durant les périodes où le taux d'occupation est plutôt bas.

L'évolution du taux d'occupation est similaire à la fréquentation globale avec une véritable montée en charge hebdomadaire dès le mois de février, un élément spécifique à 2021 avec la fermeture des remontées mécaniques. On peut penser que les week-ends dopent le taux d'occupation en hors saison (données journalières non disponible).

Par rapport au Pays basque, le taux d'occupation est très proche mais Anglet tire globalement vers le haut la destination.

Les durées de séjour, par rapport à la fréquentation globale, sont plus élevées dans ce type de logement mais sont majoritairement de 4 nuitées ou moins. Cette tendance est plus marquée à Anglet qu'à l'échelle du Pays basque.

Ce qu'il faut retenir

En excluant les touristes passant la majorité de leur journée à Anglet (77%), le rayonnement des touristes reste limité aux communes limitrophes. Biarritz et Bayonne accueillent 70% des excursions générées par les touristes de la zone d'étude. Avec un nombre de touristes supérieur à 2020, les flux sont tous logiquement en hausse. A noter le renforcement/développement de flux à destination de Sare (Train de la Rhune, Grottes de Sare, village). La hausse à destination de Mouguerre est plus difficile à expliquer, potentiellement dû à l'Ametzondo. A l'inverse, après une forte hausse en 2020, les flux à destination de Soorts-Hossegor se stabilisent.

Zone Bayonne : communes de Bayonne et Boucau

Zone Biarritz : Biarritz

Zone Tarnos : Tarnos

Zone Hendaye : Hendaye

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

Zone Mouguerre : Lahonce et Mouguerre

Zone Sare : Sare

Zone Arcangues : Arbonne et Arcangues

Zone Bidart : Bidart

Zone Soorts-Hossegor : Soorts-Hossegor

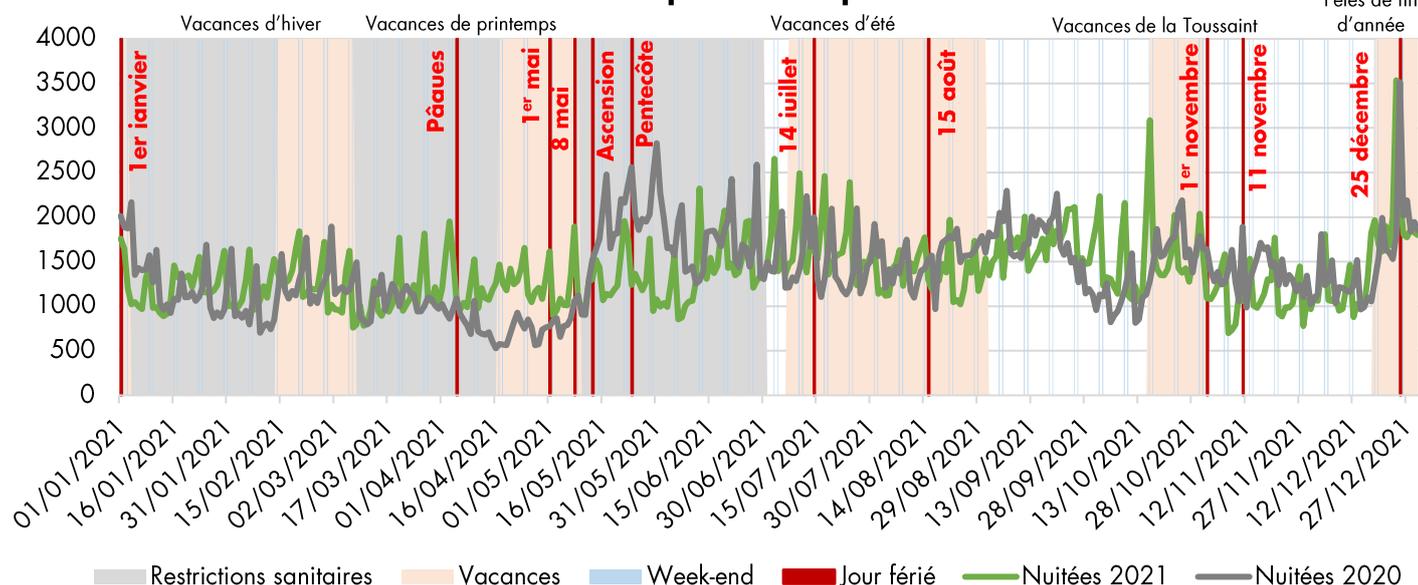
4.8 Des touristes intra-départementaux ciblant les samedis

De qui parle-t-on ?
Touristes français originaires 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

Nuitées touristiques intradépartementales



Mois	Touristes		Nuitées	
	Touristes	Variation	Nuitées	Variation
Janvier	13 000	-13%	38 000	-5%
Février	13 000	-7%	35 000	6%
Mars	14 000	40%	34 000	0%
Avril	14 000	133%	38 000	65%
Mai	17 000	0%	40 000	-23%
Juin	16 000	-16%	42 000	-16%
Juillet	20 000	11%	52 000	13%
Août	16 000	-6%	43 000	-9%
Septembre	17 000	6%	50 000	0%
Octobre	18 000	20%	48 000	9%
Novembre	12 000	20%	34 000	-17%
Décembre	18 000	13%	46 000	5%
Total	188 000	8%	500 000	-1%

Ce qu'il faut retenir

Le tourisme intra-départemental reste très différent du tourisme extra-départemental étudié à Anglet. Très météo réactif, les touristes des Pyrénées-Atlantiques sont peu saisonnalisés. Avec 50% des résidences secondaires de la commune ayant pour propriétaire un résident en Pyrénées-Atlantiques, le poids du non marchand est très élevé chez cette clientèle. De plus, ces touristes ont évité de venir à Anglet du 25 juillet au 15 septembre. Les 2 pics ont eu lieu à Noël (3 500 nuitées) et le samedi soir de la Foire au Jambon (3 100 nuitées).

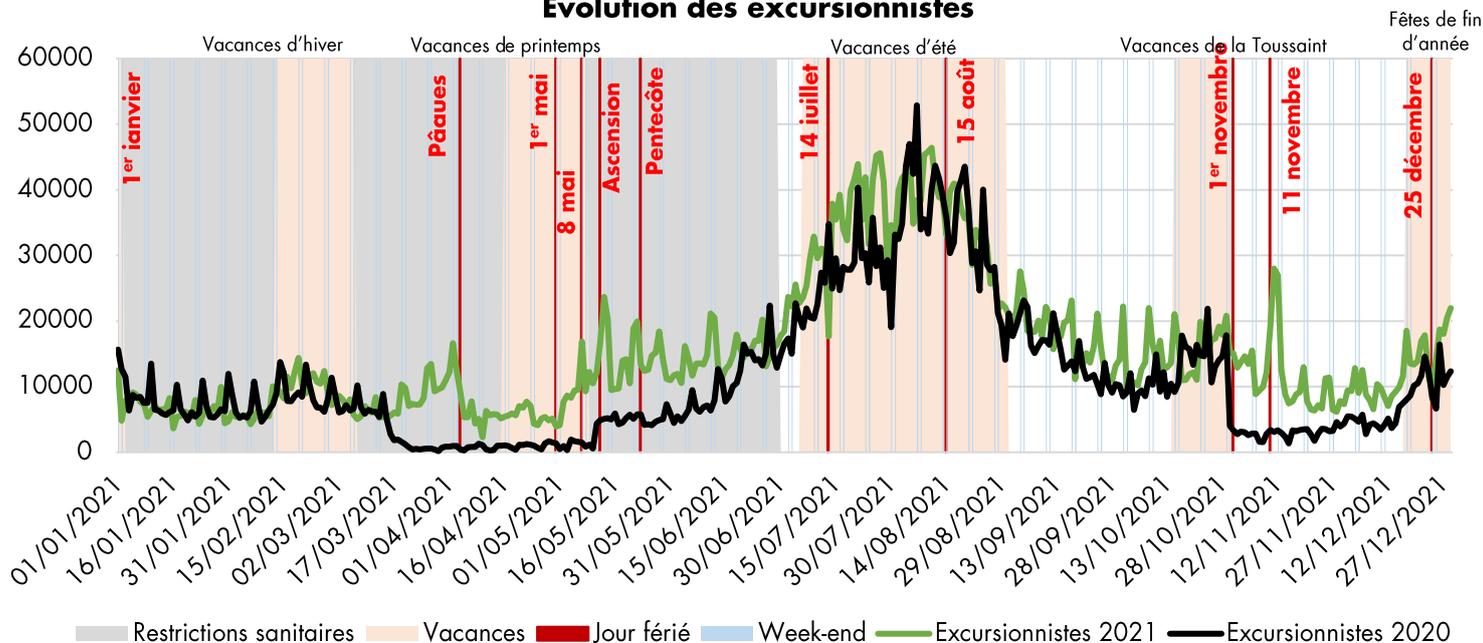
5 Excursionnistes

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

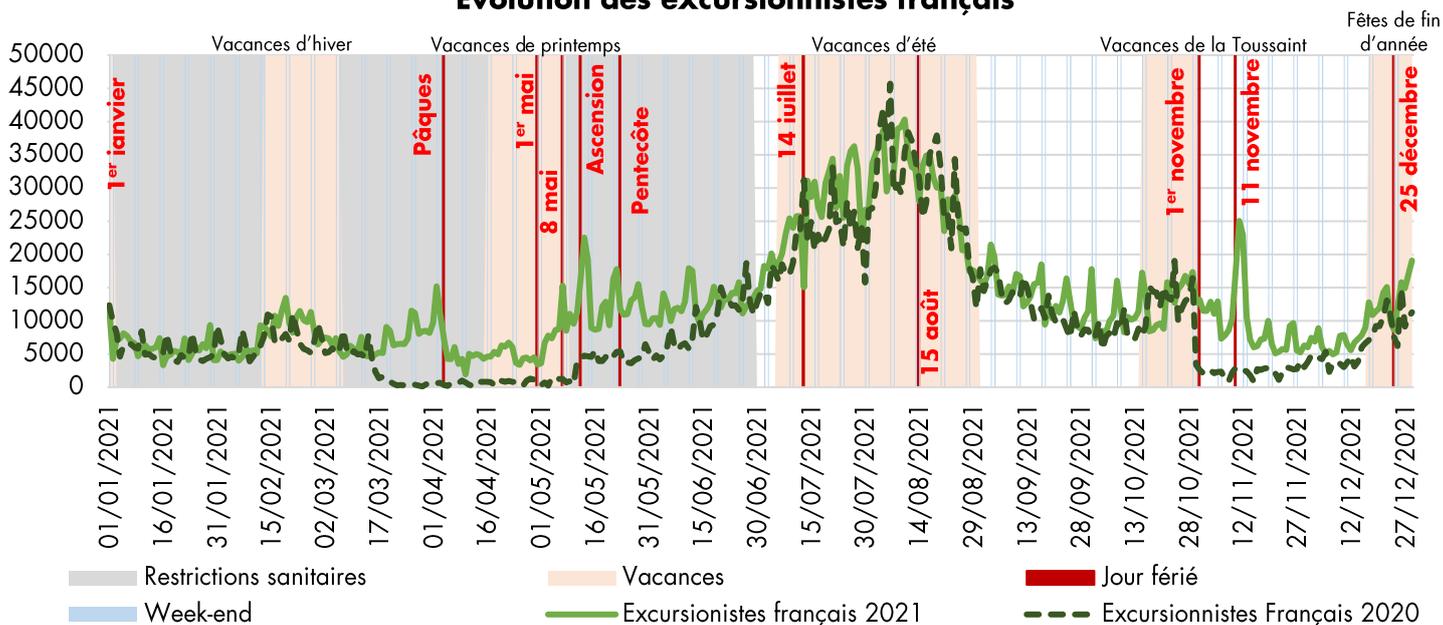
Evolution des excursionnistes



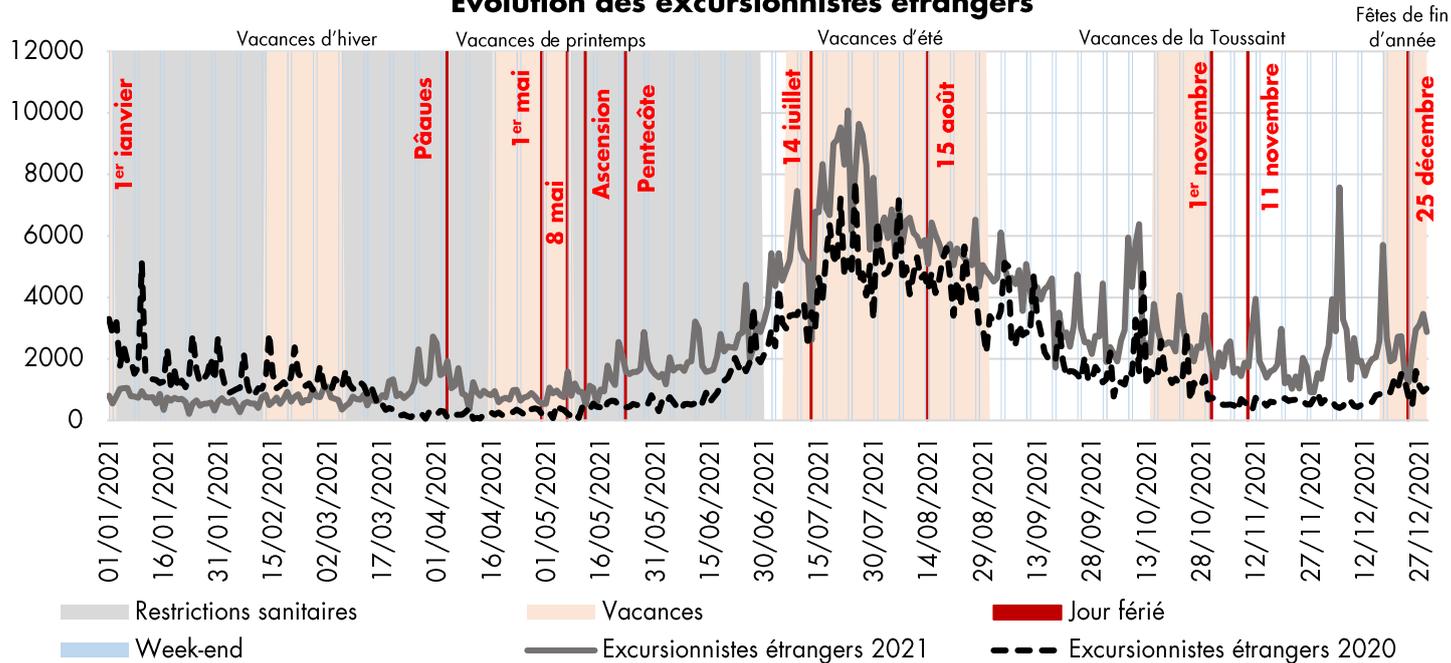
Mois	Excursionnistes		Excursionnistes français		Excursionnistes étrangers	
	Nombre	Variation	Nombre	Variation	Nombre	Variation
Janvier	209 000	-13%	188 000	2%	21 000	-63%
Février	237 000	0%	219 000	10%	18 000	-54%
Mars	237 000	102%	210 000	117%	28 000	35%
Avril	200 000	642%	168 000	730%	32 000	377%
Mai	392 000	231%	352 000	234%	40 000	207%
Juin	443 000	39%	377 000	33%	66 000	91%
Juillet	1 000 000	24%	795 000	18%	206 000	54%
Août	1 114 000	5%	935 000	1%	178 000	26%
Septembre	534 000	20%	419 000	13%	115 000	51%
Octobre	467 000	27%	373 000	17%	94 000	94%
Novembre	345 000	281%	291 000	299%	54 000	207%
Décembre	367 000	68%	288 000	47%	79 000	243%
Total	5 545 000	37%	4 615 000	34%	931 000	52%

Répartition	
Français	Etrangers
83%	17%
Variation en %	
33%	52%

Evolution des excursionnistes français



Evolution des excursionnistes étrangers



Ce qu'il faut retenir

En raison du contexte sanitaire, les excursionnistes présentent une saisonnalité similaire aux touristes (ce qui n'était pas le cas en 2019).

La fréquentation globale est supérieure à 2020 et 2019, malgré un premier semestre incertain.

Au printemps suivant le confinement, les Landais et Girondins ont été les premiers à revenir sur Anglet en journée, malgré le couvre-feu. Les chiffres sont même supérieurs à 2019, sur la période 1^{er} mai – 30 juin.

La fréquentation est également mieux répartie sur la saison 2021 qui ne dépasse pas les 45 000 excursionnistes journaliers contre 53 000 le 6 août 2020. Ainsi les mois de juillet, septembre et octobre sont en forte hausse tandis que le mois d'août se stabilise : un élément important dans une logique économique et de répartition des flux dans le temps. Cette évolution provient des observations suivantes :

- Juillet : bassins secondaires en hausse (Yvelines +32% ; Bouches-du-Rhône +33% ; Rhône +41% ; Nord +37%) et le retour de la clientèle sénior (+19%)
- Arrière-saison : retour de la clientèle sénior (+28%), bassins clés en hausse (Landes +16%, Gironde +14%, Haute-Garonne +12%, Ile-de-France +14% et Espagne +49%).

Les excursionnistes étrangers reviennent progressivement sur le territoire mais restent moins nombreux qu'en 2019 (-14%). Les Espagnols (-18%/2019), les Britanniques (-52%) et les Américains (-16%) sont les principaux responsables de ce retard, à l'inverse des Allemands (-1%), des Suisses (+17%), des Belges (+15%) et Hollandais (+21%) qui limitent la baisse. Le mois de juillet est atypique, meilleur que le mois d'août, avec des origines très variées :

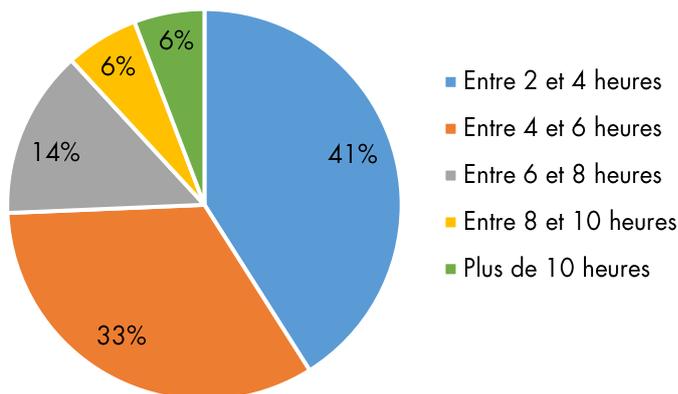
- Espagne 19%
- Suisse 15%
- Allemagne 12%
- Etats-Unis 10%
- Belgique 10%
- Royaume-Uni 9%

5.2 Une durée de présence influencée 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



Variation	
Durée	Variation
Entre 2 et 4 heures	33%
Entre 4 et 6 heures	37%
Entre 6 et 8 heures	36%
Entre 8 et 10 heures	30%
Plus de 10 heures	32%

Ce qu'il faut retenir

Les excursionnistes restent majoritairement moins de 6h dans la zone d'étude (74%), un niveau égal à 2020. Ce taux est proche des autres zones d'étude centrées sur une seule commune.

Si les volumes et marchés évoluent avec de nouveaux arrivants de bassins secondaires, les comportements ne changent pas : présence forte de 10h à 18h, notamment à l'heure du repas (12h-14h) et en fin d'après-midi (16h-18h).

5.3 Des excursionnistes essentiellement de proximité

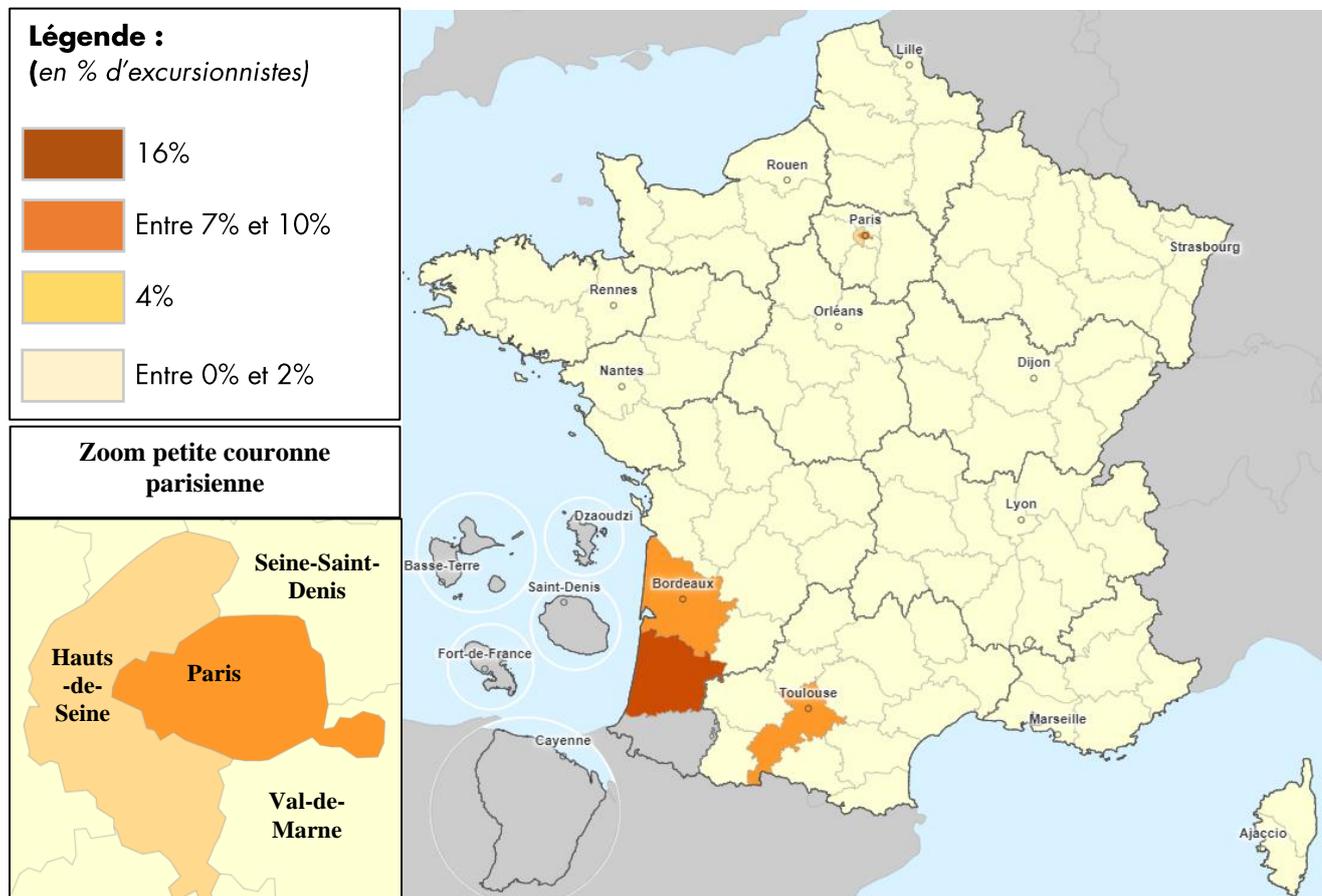
De qui parle-t-on ?

Excursionnistes français et étrangers

De quoi parle-t-on ?

Origines des excursionnistes français sur l'ensemble de la période

Origine des excursionnistes français de la zone d'étude



Classement régional		
Région	Part	Variation
Nouvelle Aquitaine	37%	13%
Ile-de-France	20%	24%
Occitanie	16%	21%
Auvergne-Rhône-Alpes	7%	38%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4%	35%
Pays de la Loire	3%	37%
Hauts-de-France	3%	33%
Bretagne	2%	37%
Grand Est	2%	43%
Centre-Val de Loire	2%	32%
Normandie	2%	41%
Bourgogne-Franche-Comté	1%	41%
Corse	0%	115%

Top 10 départemental		
Département	Part	Var
Landes	16%	9%
Gironde	10%	19%
Haute-Garonne	7%	20%
Paris	7%	18%
Hauts-de-Seine	4%	23%
Yvelines	2%	24%
Rhône	2%	31%
Hautes-Pyrénées	2%	15%
Bouches-du-Rhône	2%	26%
Val-de-Marne	2%	28%

Ce qu'il faut retenir

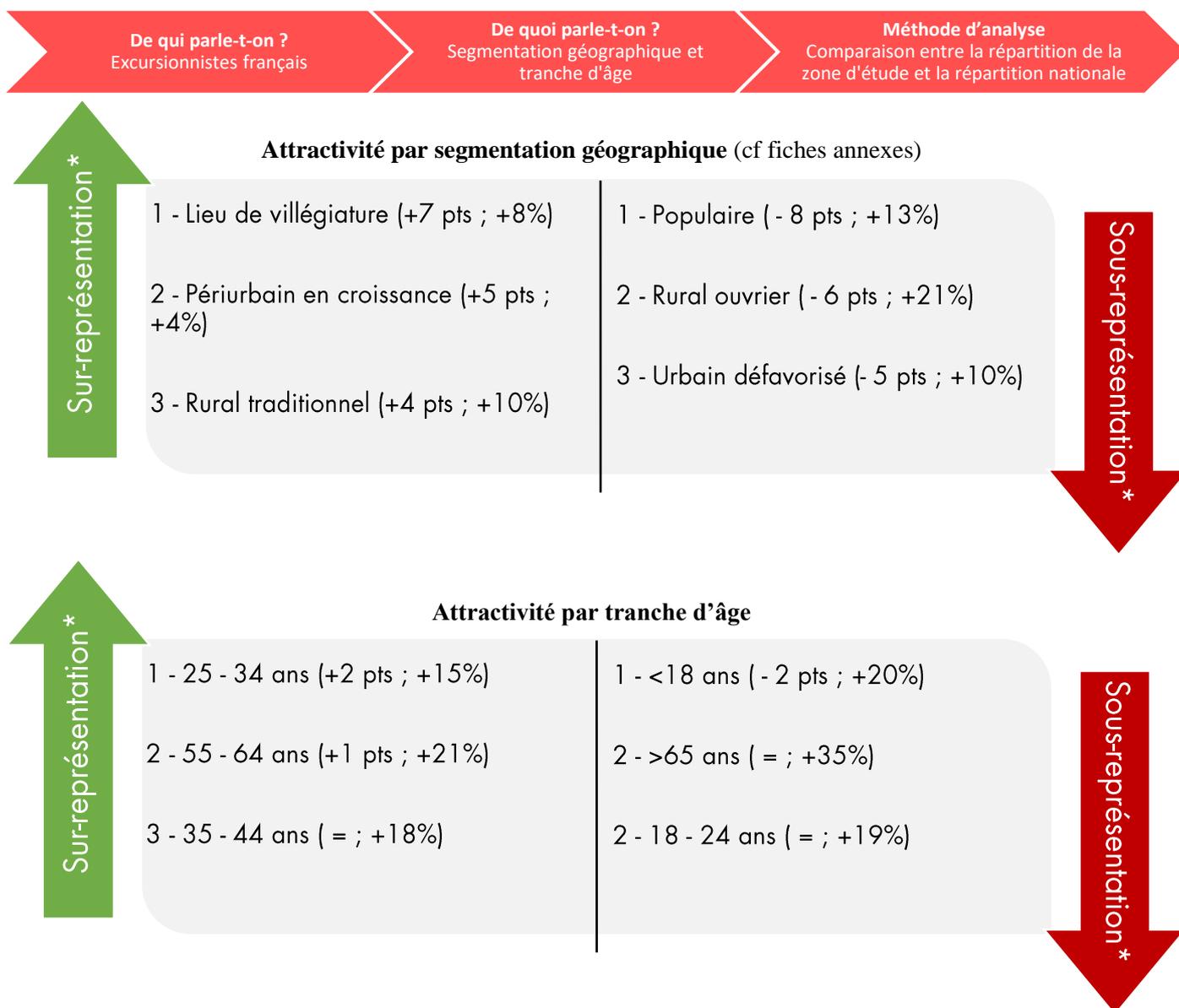
Plus d'un tiers des excursionnistes français sont de proximité. Si cette tendance est identique aux années précédentes, l'évolution des marchés montre un renforcement plus marqué des bassins secondaires, avec des hausses supérieures à 30%. Cette tendance s'applique également sur la comparaison avec 2019, où l'Île-de-France est aussi en forte hausse (+39%).

Le potentiel d'attractivité et de changement de consommation (passer d'excursionnistes à touristes) en hors-saison se situe dans les bassins suivants :

- Île-de-France (+19%/2019)
- Auvergne-Rhône-Alpes (+30%/2019)
- Pays de la Loire (+25%/2019)
- Bretagne (+29%/2019)

La clientèle de Nouvelle-Aquitaine (notamment Landes et Gironde) modifie très peu son comportement de visite en haute/basse saison, en incertitude sanitaire ou non (hors confinement).

5.4 Des excursionnistes français aux moyens plus limités.



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

Ce qu'il faut retenir

Alors qu'Anglet attire des touristes français urbains CSP+, les excursionnistes français ont des moyens plus limités et préfèrent séjourner majoritairement dans les Landes. Ils ont également un profil plus « périurbain ». Le prix du logement peut être un facteur discriminant dans le choix de destination de séjour. Par rapport à 2019, les « lieux de villégiature » (-11%) et les ruraux traditionnels (-29%) ne sont pas encore tous revenus en excursion sur le territoire.

Les catégories d'âges sont équilibrées chez les excursionnistes français. Si toutes les catégories sont à la hausse, les seniors affichent la plus forte hausse avec un contexte plus favorable au second semestre.

5.5 L'Espagne, pays prédominant des excursionnistes étrangers

De qui parle-t-on ?

Excursionnistes étrangers

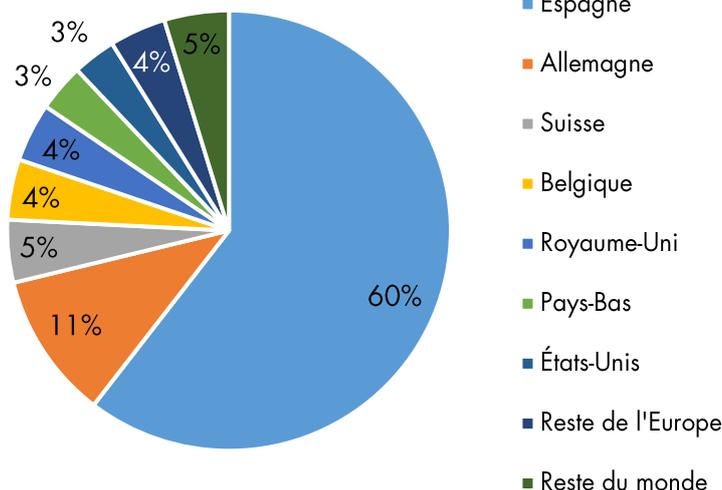
De quoi parle-t-on ?

Origine des excursions étrangères sur l'ensemble de la période.

Méthode d'analyse

Part du nombre total d'excursions étrangères

Origine des excursionnistes étrangers



Pays	Part	Variation
Espagne	60%	45%
Allemagne	11%	53%
Suisse	5%	90%
Belgique	4%	73%
Royaume-Uni	4%	17%
Pays-Bas	3%	45%
États-Unis	3%	162%
Reste de l'Europe	4%	
Reste du monde	5%	

Ce qu'il faut retenir

Les excursionnistes étrangers sont minoritaires à Anglet (17%) mais plus nombreux qu'en 2019 (+18%). L'ensemble des nationalités est à la hausse grâce à des flux importants en Pays basque et dans les Landes, ainsi qu'une attractivité toujours plus importante sur de l'excursion.

Les Espagnols sont logiquement les plus présents du fait de la facilité d'accès depuis leur pays et en légère progression par rapport à 2019 (+8%). Les Allemands répondent aussi présent avec une forte hausse par rapport à 2020 (+53%) et même 2019, une clientèle très présente à Bidart et dans les Landes.

A noter, la clientèle Américaine de retour au niveau de 2019 tandis que les Britanniques se font attendre (-40%).

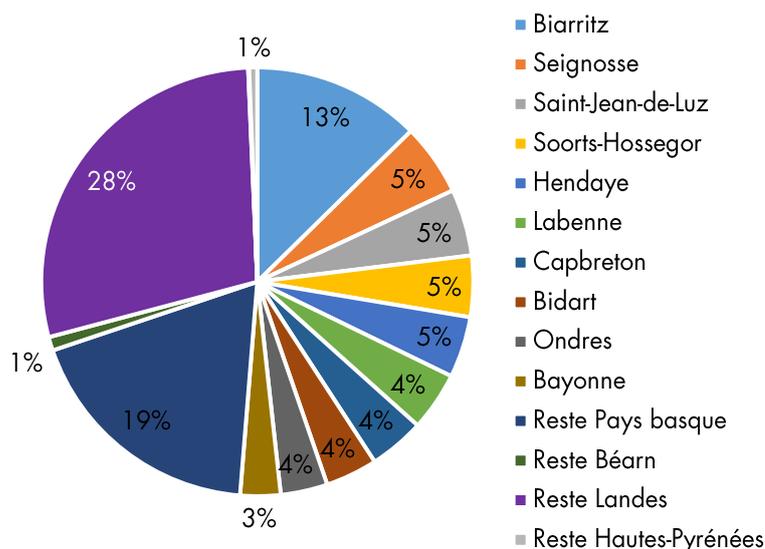
5.6 Des excursionnistes séjournant sur les littoraux basque et landais

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

De quoi parle-t-on ?
Lieu de nuitée des excursionnistes de la zone d'étude

Méthode d'analyse
Chaque excursionniste est comptabilisé dans la zone où il a dormi après avoir passé la journée dans la zone d'étude

Lieu de nuitée des excursionnistes



Commune	Variation
Biarritz	47%
Seignosse	42%
Saint-Jean-de-Luz	53%
Soorts-Hossegor	29%
Hendaye	70%
Labenne	4%
Capbreton	28%
Bidart	27%
Ondres	19%
Bayonne	24%
Reste Pays basque	28%
Reste Béarn	53%
Reste Landes	20%
Reste Hautes-Pyrénées	15%

Ce qu'il faut retenir

Avec 51% des nuitées, les Landes sont le principal émetteur d'excursionnistes (résidents ou touristes). Les communes de Seignosse, Hossegor, Labenne ou Capbreton possèdent d'importantes capacités d'accueil en hôtellerie de plein air. Ensuite viennent les stations du littoral basque : Biarritz, Saint-Jean-de-Luz, Hendaye ou Bidart également aux capacités d'accueil importantes.

Si ces chiffres montrent qu'Anglet arrive à se distinguer sur de l'activité en journée par rapport à ces autres territoires, les volumes observés montrent une part de captation très faible par rapport au volume de touristes observé dans les stations basques.

A noter une relation Bayonne-Anglet pas forcément évidente à l'inverse de Biarritz-Anglet (3^{ème} destination d'excursions des touristes de Biarritz). Le volume de l'offre observé à Biarritz permet de rayonner plus facilement sur les communes du littoral basque.

5.7 Des pics d'excursionnistes intra-départementaux ciblant le hors saison.

De qui parle-t-on ?

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

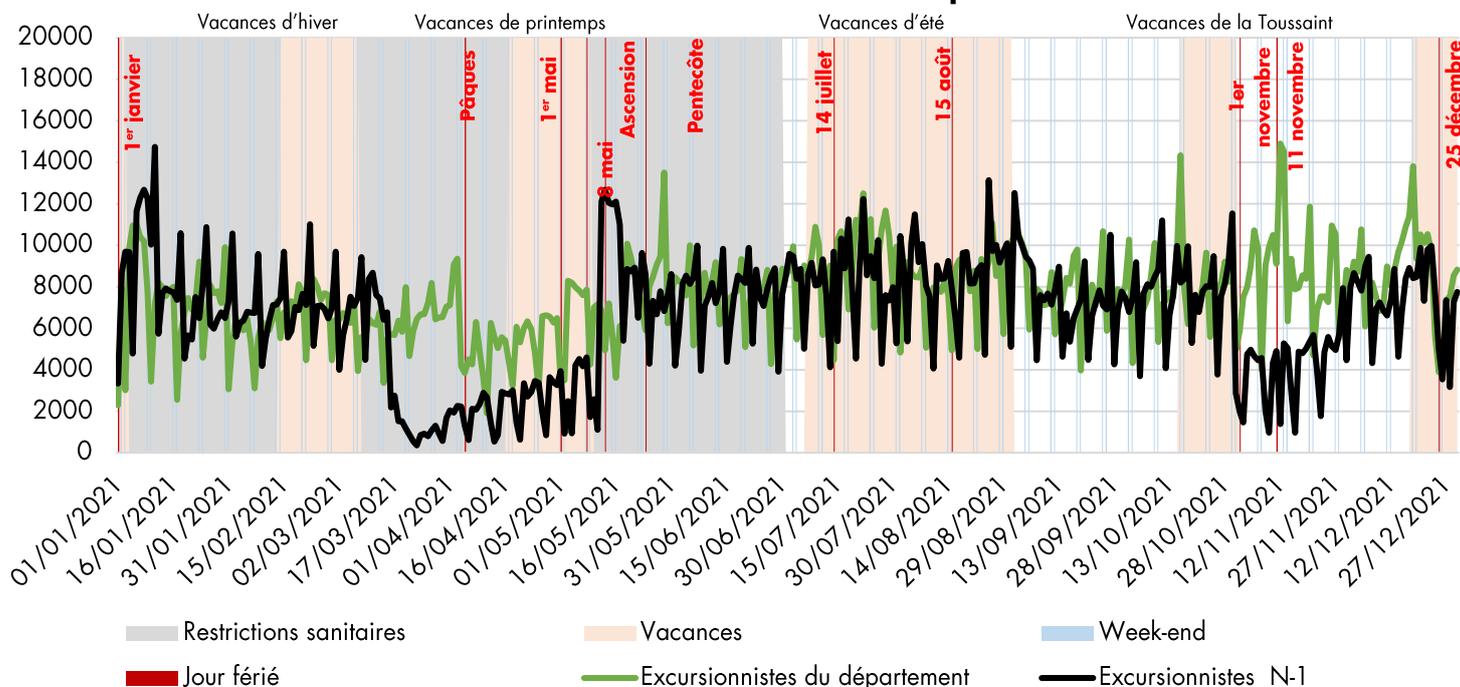
De quoi parle-t-on ?

Nombre d'excursionnistes originaire des Pyrénées-Atlantiques

Méthode d'analyse

Distinction entre les excursionnistes intra-départementaux et extra-départementaux

Evolution des excursionnistes du département



Mois	Excursionnistes	
	Excursionnistes	Variation
Janvier	224 000	-11%
Février	180 000	-13%
Mars	193 000	63%
Avril	165 000	136%
Mai	225 000	8%
Juin	230 000	1%
Juillet	285 000	12%
Août	252 000	-5%
Septembre	236 000	6%
Octobre	242 000	4%
Novembre	260 000	99%
Décembre	258 000	20%
Total	2 750 000	14%

Ce qu'il faut retenir

A l'image des touristes des Pyrénées-Atlantiques, les excursionnistes sont très peu saisonnalisés. En dehors des 2 confinements, ils présentent un comportement très similaire à 2020 et 2019. Les pics sont enregistrés lors de la Foire au Jambon à Bayonne et le week-end du 11 novembre. Seuls les pics du 29 mai (temps mitigé) et du 18 décembre (Beau temps - Puces de Quintauou ?) n'ont pas d'explication.

ANNEXE

| segments

geLife^{2D}

 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

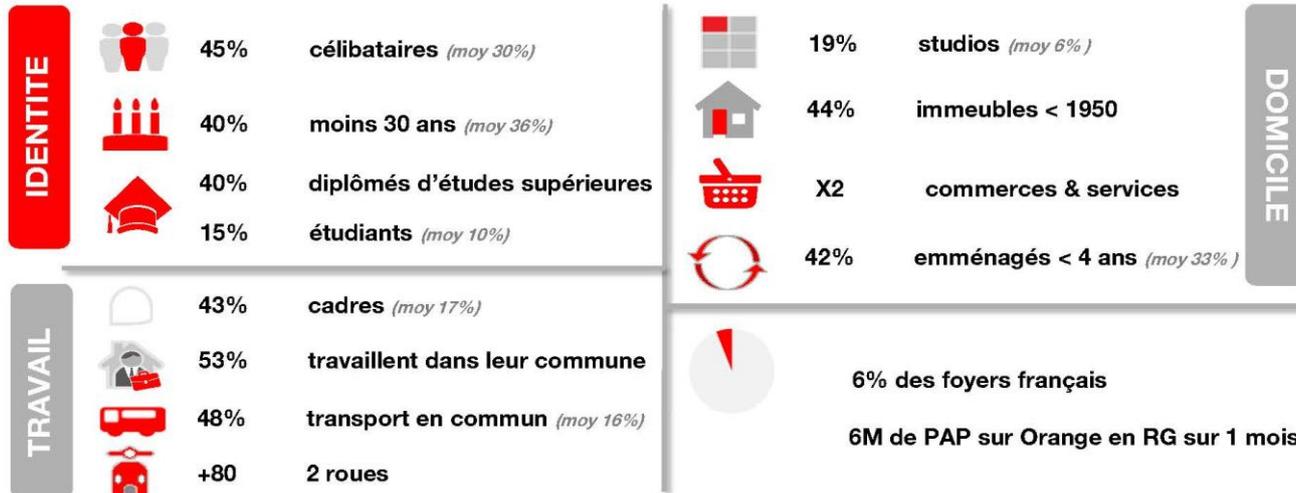
urbain

péri

rural



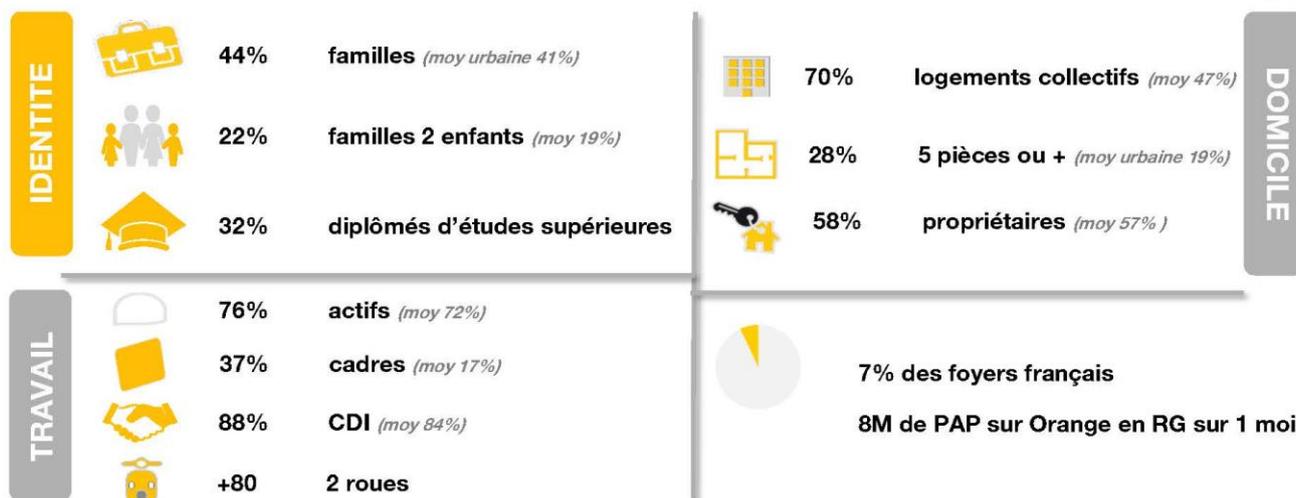
Urbain dynamique



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%)

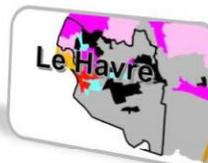
DOMICILE

- 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)

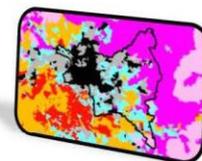
DOMICILE

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

DOMICILE		-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>
		6% des foyers français	
		5M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois	

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

SOCIOSTYLES		25%	possèdent un monospace <i>(moy 22%)</i>
			14% des foyers français
		31M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois	

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

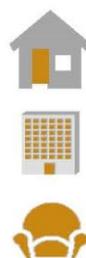


IDENTITE

- 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%)



- 85% **pavillons** (moy 53%)
- 37% **antérieurs à 1950** (moy 28%)
- 8% **HLM** (moy rurale 5%)
- 18 ans **ancienneté d'emménagement** (moy 15 ans)

SOCIOSTYLES

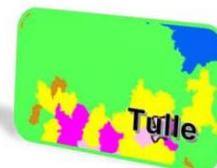


10% des foyers français
29M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

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%)



- 28% **possèdent un monospace** (moy 22%)

SOCIOSTYLES



10% des foyers français
30M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

17 Orange Advertising 2016