

BÉARN
Pyrénées



Pays
BASQUE

Agence Départementale
Tourisme 64

Étude de fréquentation **Bidart**

Année 2023

Agence Départementale du Tourisme 64
2 allée des Platanes - 64100 BAYONNE

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

www.tourisme64.com

pro.tourisme64.com

Sommaire

1	Délimitation de la zone d'Étude	7
2	Contexte économique	8
2.1	RETOMBÉES ECONOMIQUES DU TOURISME	8
3	Contexte touristique	9
3.1	ÉTAT DES LIEUX DE L'OFFRE (OFFRE PLATEFORMES INCLUSE).....	9
3.2	FREQUENTATION PAR TYPE D'HEBERGEMENT	11
3.3	IMPACT METEO.....	12
4	Fréquentation diurne	13
4.1	ÉVOLUTION FREQUENTATION EN JOURNÉE	13
5	Touristes	14
5.1	ÉVOLUTION DES NUITÉES.....	14
5.2	DURÉES DE SEJOURS.....	15
5.3	TOURISTES FRANÇAIS	16
5.4	PROFILS DES TOURISTES FRANÇAIS	18
5.5	TOURISTES ÉTRANGERS	19
5.6	ZOOM SUR LA FREQUENTATION DES MEUBLES DES PLATEFORMES.....	20
5.7	TOURISTES INTRA-DEPARTEMENTAUX	21
6	Excursionnistes	22
6.1	PRÉSENCE JOURNALIÈRE	22
6.2	DURÉE DE PRÉSENCE	23
6.3	EXCURSIONNISTES FRANÇAIS	24
6.4	PROFILS EXCURSIONNISTES FRANÇAIS.....	25
6.5	EXCURSIONNISTES ÉTRANGERS	26
6.6	LIEU DE NUITÉES DES EXCURSIONNISTES EN SEJOURS.....	27
6.7	LIEU DE NUITÉES DES EXCURSIONNISTES DEPUIS LEUR DOMICILE	28
6.8	EXCURSIONNISTES INTRA-DEPARTEMENTAUX.....	29
ANNEXE.....	31

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 22 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 22 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 22 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 22 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.

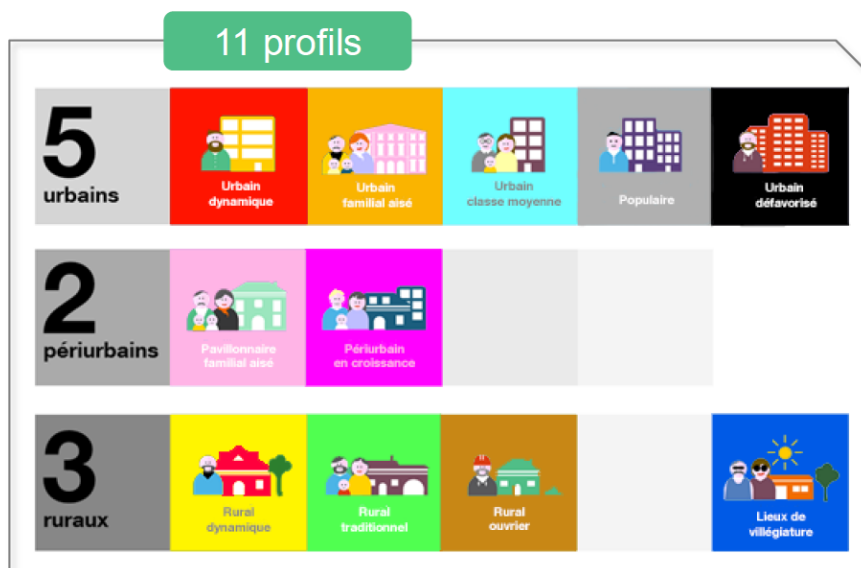
Les touristes de la zone d'étude.

Glossaire

Zone d'étude : ensemble du périmètre observé.

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

GéoLife : Segmentation géographique

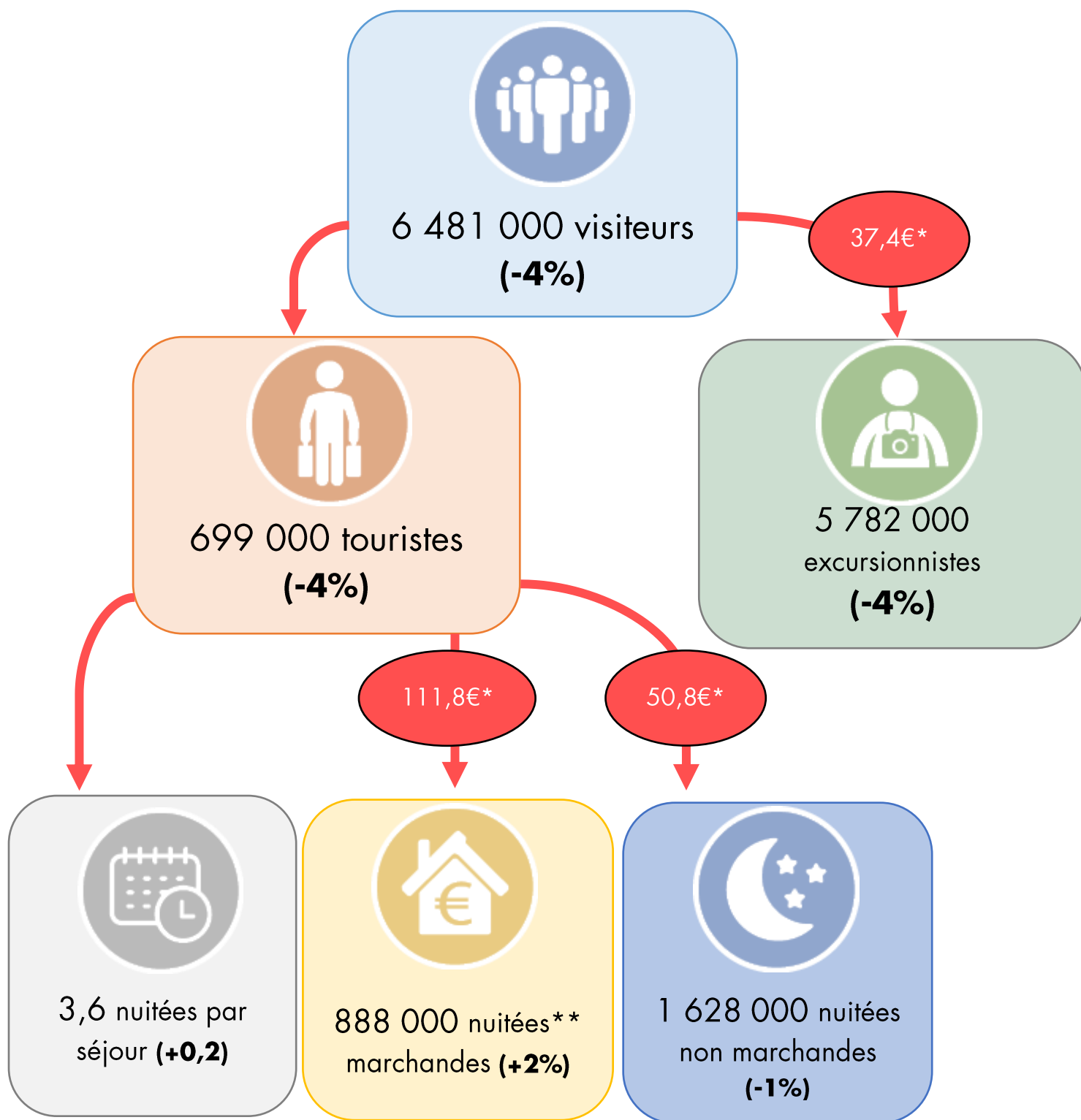


Dépenses touristiques : panier moyen en Pays basque 2019 ajusté au déflateur des prix de la consommation INSEE 2023

Dépense moyenne par jour						
Types de dépenses	Marchand N	Marchand N-1	Non marchand N	Non marchand N-1	Excursionnistes N	Excursionnistes N-1
Hébergement	53,3 €	50,8 €	0,0 €	0,0 €	-	-
Achats alimentaires	14,1 €	13,4 €	16,0 €	15,3 €	4,1 €	3,9 €
Restauration	21,2 €	20,2 €	15,2 €	14,5 €	15,7 €	14,9 €
Loisirs	6,4 €	6,1 €	4,6 €	4,4 €	6,2 €	5,9 €
Achats de biens durables	8,0 €	7,6 €	8,9 €	8,5 €	5,2 €	4,9 €
Transport au sein de la région	8,8 €	8,4 €	6,0 €	5,7 €	3,8 €	3,7 €
Total	111,8 €	106,6 €	50,8 €	48,5 €	37,4 €	35,7 €

Sources : enquête de clientèle régionale 2019, enquête excursionnistes 2022, Déflateur INSEE

Chiffres clés de l'étude : année 2023



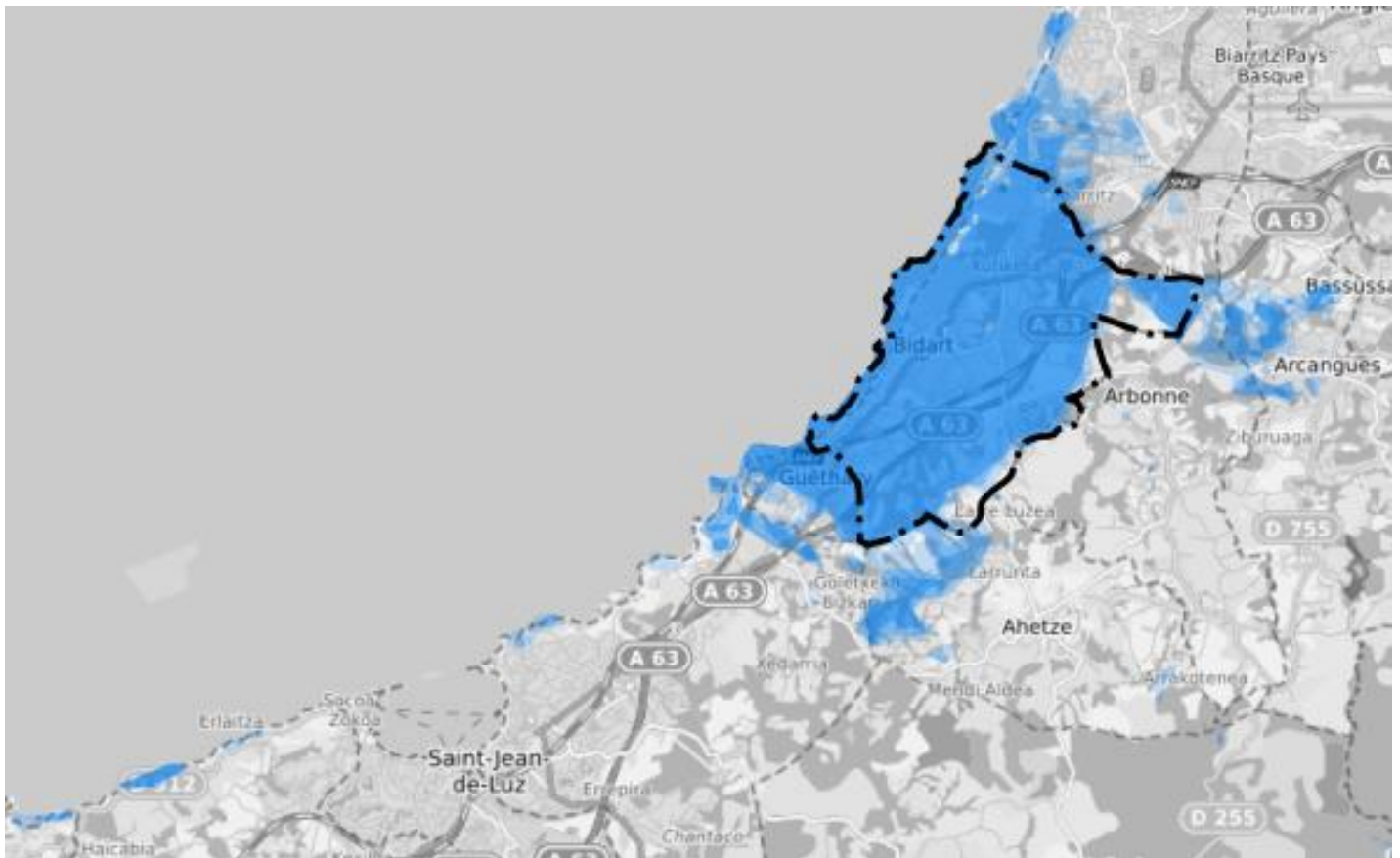
Retombées économiques touristiques extra départementales estimées :



398 403 000 €**(+11 000 000€ par rapport à 2022)**

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

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

1 Délimitation de la zone d'Étude

**Légende :**

-  Zone de captation Bidart
-  Limite administrative

Source : Orange – Flux vision tourisme

2 Contexte économique

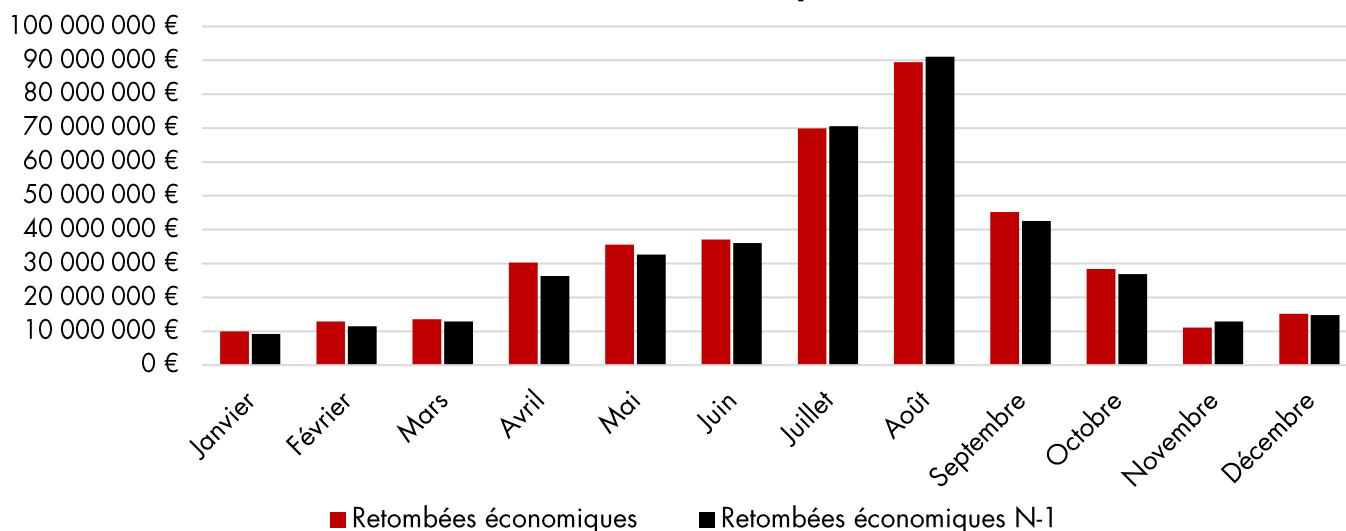
2.1 Retombées économiques du tourisme

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

De quoi parle-t-on ?
Ensemble des dépenses
générées par les visiteurs

Méthode d'analyse
Les visiteurs dépensent dans tout type d'entreprises
qui ne sont pas forcément à vocation touristiques

Evolution des retombées économiques sur le territoire



Mois	Retombées économiques N	Gains/pertes par rapport à N-1	Variation	% retombées touristes	% retombées excursionnistes
Janvier	9 950 000 €	774 000 €	8%	35%	65%
Février	12 850 000 €	1 331 000 €	12%	33%	67%
Mars	13 530 000 €	597 000 €	5%	34%	66%
Avril	30 290 000 €	3 937 000 €	15%	41%	59%
Mai	35 530 000 €	2 935 000 €	9%	41%	59%
Juin	37 110 000 €	1 073 000 €	3%	50%	50%
Juillet	69 920 000 €	-653 000 €	-1%	54%	46%
Août	89 450 000 €	-1 605 000 €	-2%	52%	48%
Septembre	45 200 000 €	2 599 000 €	6%	46%	54%
Octobre	28 350 000 €	1 429 000 €	5%	38%	62%
Novembre	11 070 000 €	-1 842 000 €	-14%	32%	68%
Décembre	15 140 000 €	392 000 €	3%	35%	65%
Année	398 390 000 €	10 967 000 €	3%	46%	54%

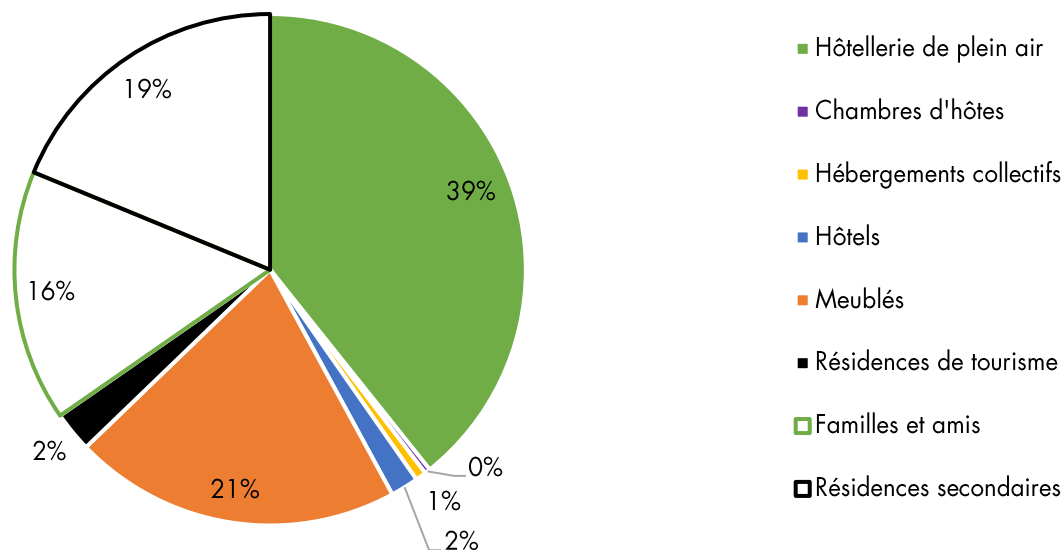
3 Contexte touristique

3.1 Etat des lieux de l'offre (offre plateformes incluse)

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

Méthode d'analyse
Nombre total de lits en hébergement marchand

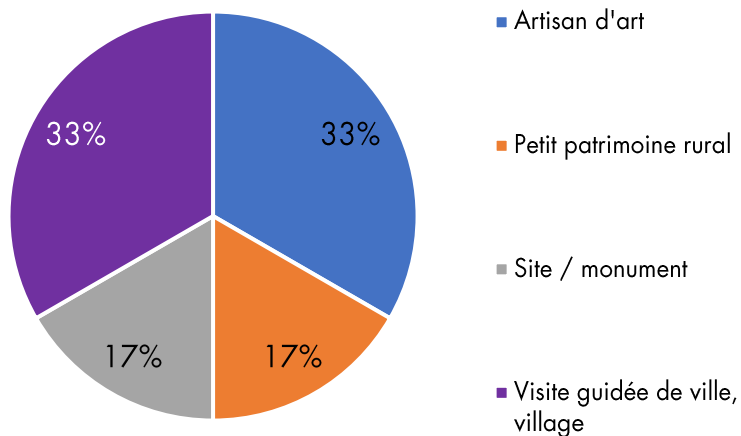
Répartition de l'offre en hébergements



HEBERGEMENTS				
Marchands				
	Nombre de structures	Nombre de lits	Répartition lits	Variation lits
Hôtellerie de plein air	9	8 489	39%	-8%
Chambres d'hôtes	10	76	0%	-14%
Hébergements collectifs	2	146	1%	0%
Hôtels	12	382	2%	-1%
Meublés	862	4 480	21%	-13%
Résidences de tourisme	3	550	3%	0%
Total marchand	898	14 123	65%	-9%
Non marchands				
Familles et amis	3 433	3 433	16%	0%
Résidences secondaires	812	4 059	19%	13%
Total non marchands	4 245	7 492	35%	7%
TOTAL	5 143	21 615	100%	-4%

Sources : SIRTAQUI, AirDNA-Liwango, INSEE

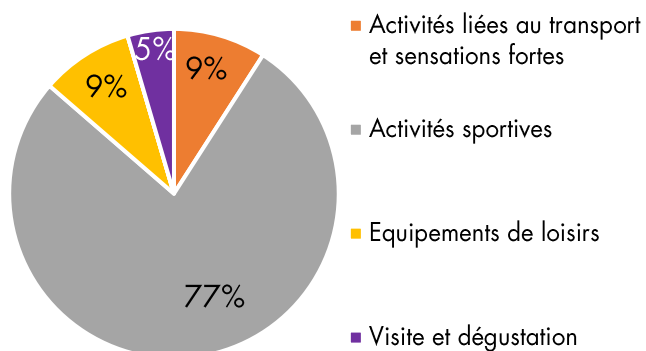
Répartition sites et musées



SITES ET MUSEES			
Secteur d'activités	Nombre de structures	Part	Variation
Artisan d'art	2	33%	0%
Petit patrimoine rural	1	17%	0%
Site / monument	1	17%	0%
Visite guidée de ville, village	2	33%	0%
Total	6	100%	0%

Source : SIRTAQUI

Répartition activités de loisirs



ACTIVITES DE LOISIRS*			
Secteurs d'activités	Nombre de structures	Part	Variation
Activités liées au transport et sensations fortes	2	9%	0%
Activités sportives	17	77%	6%
Equipements de loisirs	2	9%	-33%
Visite et dégustation	1	5%	0%
Total	22	100%	0%

Source : SIRTAQUI

*Détail des secteurs d'activités en annexes

RESTAURANTS	
	Nombre de structures
Restaurants	114

Sources : INSEE, Base des équipements 2021

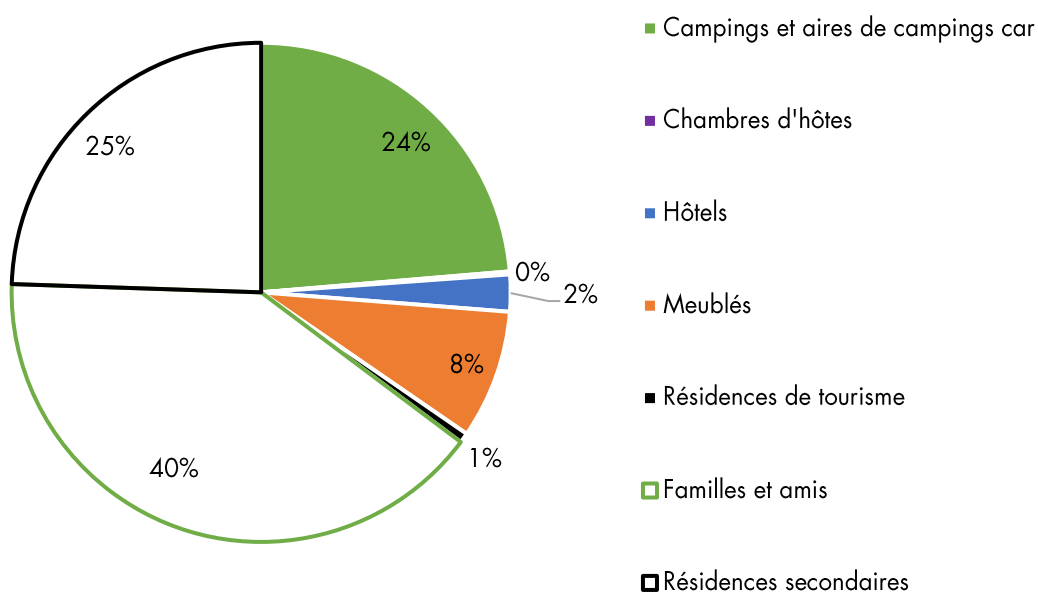
3.2 Fréquentation par type d'hébergement

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

De quoi parle-t-on ?
Nombre de nuitées par type d'hébergement

Méthode d'analyse
Par exemple, 1 touriste séjournant 7 nuits génère 7 nuitées dans la zone d'étude

Fréquentation par type d'hébergement



FREQUENTATION PAR TYPE D'HEBERGEMENT			
Type	Nuitées	Part en %	Variation en %
Marchands			
Campings et aires de campings car	594 838	24%	6%
Chambres d'hôtes	4 774	0%	-6%
Hôtels	60 157	2%	7%
Meublés	209 938	8%	-8%
Résidences de tourisme	16 207	1%	-2%
Total marchand	888 454	35%	2%
Non marchands			
Familles et amis	1 012 817	40%	-5%
Résidences secondaires	615 183	24%	7%
Total non marchand	1 628 000	65%	-1%
Total	2 516 454	100%	0%

Sources : Flux vision tourisme, taxe de séjour, SDT, AirDNA-Liwango, INSEE

3.3 Impact météo

De quoi parle-t-on ?

Données météorologiques de la station Anglet-Bayonne-Biarritz pour le Pays basque ou Pau-Uzein pour le Béarn

Méthode d'analyse

Données de précipitations et d'ensoleillement catégorisées en météo score. Les températures ne sont pas prises en compte :

A : Météo très favorable B : Météo favorable
C : Météo mitigé D : météo défavorable
E : Météo très défavorable

Contexte						
Mois	Météo du mois		Vacances scolaires		Jours fériés	
	Score N	Score N-1	Jours de vacances N	Jours de vacances en plus/en moins par rapport à N-1	Jours férié N	Jours fériés en plus/en moins par rapport à N-1
Janvier	C	B	2	0	1	0
Février	A	C	25	1	0	0
Mars	B	C	5	-1	0	0
Avril	B	C	23	1	1	0
Mai	B	B	8	0	4	1
Juin	B	C	0	0	0	0
Juillet	B	A	24	-1	1	0
Août	B	A	31	0	1	0
Septembre	B	B	3	3	0	0
Octobre	B	B	11	1	0	0
Novembre	D	D	5	-1	2	0
Décembre	D	C	9	-6	1	0

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

Variation du nombre de visiteurs selon les conditions de présence			
Temps	Semaine	Week-end	Vacances scolaires
Beau temps	1%	-10%	-25%
Mitigé	1%	59%	84%
Mauvais temps	-19%	-1%	69%

4 Fréquentation diurne

4.1 Evolution fréquentation en journée

De qui parle-t-on ?

Visiteurs de la zone d'étude

De quoi parle-t-on ?

Nombre de journées de présences sur la zone d'étude

Méthode d'analyse

Nombre de journées de présences générées par les visiteurs

Fréquentation en journée de la zone d'étude



Mois	Journées de présences	
	Nombre	Variation
Janvier	230 000	1%
Février	292 000	6%
Mars	306 000	-3%
Avril	667 000	8%
Mai	797 000	1%
Juin	788 000	-6%
Juillet	1 469 000	-8%
Août	1 929 000	-8%
Septembre	1 002 000	0%
Octobre	648 000	4%
Novembre	260 000	-16%
Décembre	341 000	3%
Total	8 729 000	-3%

Français	Etrangers
71%	29%
Variation en %	
-4%	-2%
Touristes	Excursionnistes
34%	66%
Variation en %	
-2%	-4%

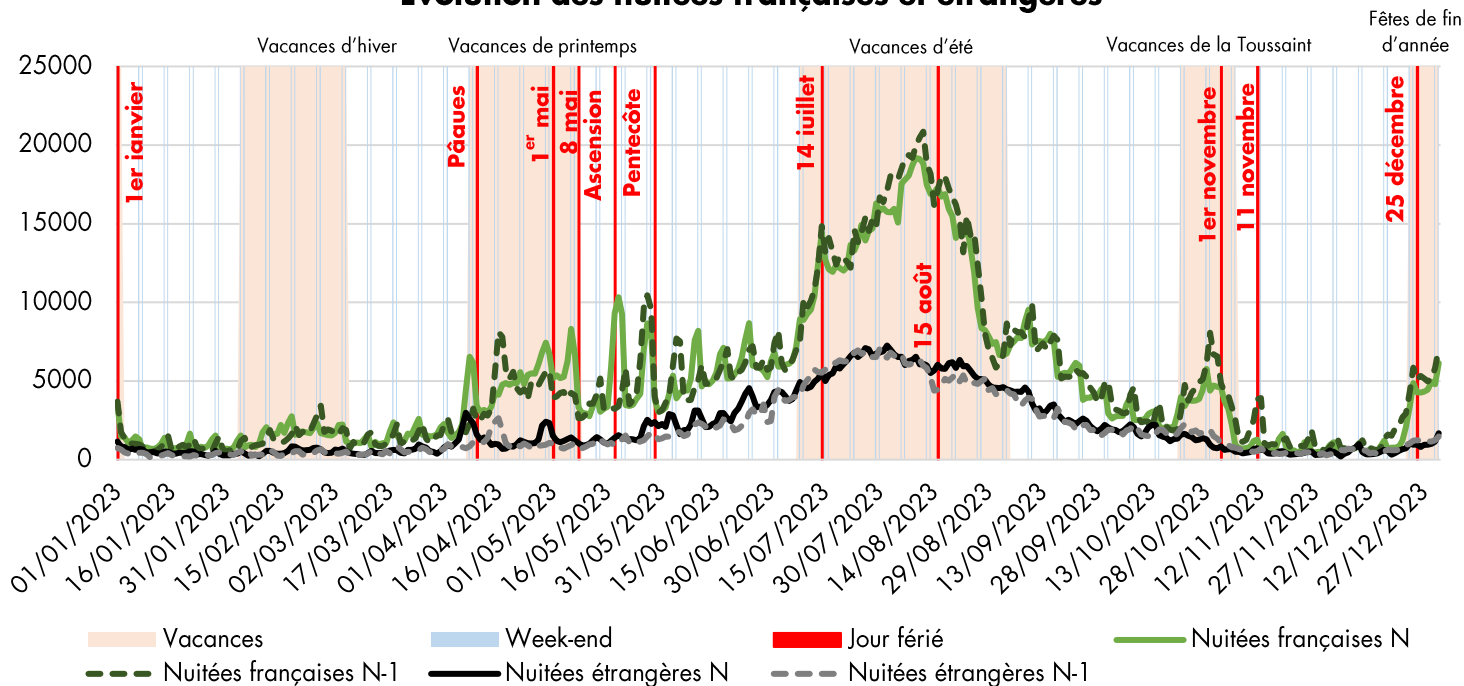
5 Touristes

5.1 Evolution des nuitées

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	18 000	6%	48 000	17%	2,7	0,3
Février	21 000	7%	58 000	9%	2,8	0,1
Mars	22 000	1%	63 000	9%	2,9	0,2
Avril	53 000	4%	171 000	13%	3,2	0,2
Mai	68 000	18%	203 000	18%	3,0	0,0
Juin	73 000	8%	255 000	10%	3,5	0,1
Juillet	122 000	-6%	522 000	-3%	4,3	0,2
Août	154 000	-7%	640 000	-2%	4,2	0,2
Septembre	83 000	-4%	286 000	1%	3,4	0,2
Octobre	45 000	-20%	149 000	-12%	3,3	0,3
Novembre	19 000	-31%	49 000	-29%	2,6	0,1
Décembre	21 000	-21%	72 000	-20%	3,4	0,1
Total	699 000	-4%	2 516 000	0%	3,6	0,2

Répartition des nuitées	
Français	Etrangers
70%	30%
Variation en %	
-3%	8%

Durées moyennes de séjour	
Français	Etrangers
3,6	3,5
Variation	
0,2	0,0

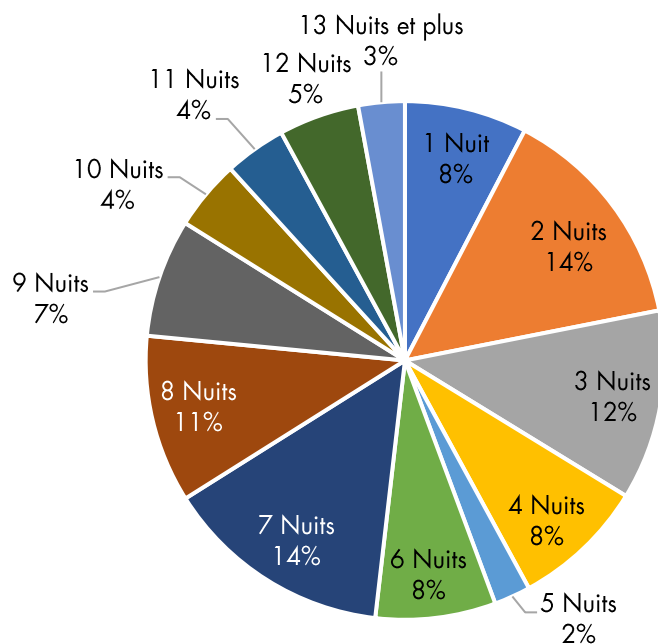
5.2 Durées de séjours

De qui parle-t-on ?
Touristes

De quoi parle-t-on ?
Répartition des nuitées par
durée de séjour

Méthode d'analyse
Exemples : un séjour de 1 nuitée vaut 1 tandis
qu'un séjour de 7 nuitées vaut 7.

Volume de nuitées par durée de séjour en hébergements marchands et non marchands



Séjours	Part	Variation
1 Nuit	8%	-12%
2 Nuits	14%	-2%
3 Nuits	12%	1%
4 Nuits	8%	-9%
5 Nuits	2%	10%
6 Nuits	7%	-5%
7 Nuits	14%	7%
8 Nuits	10%	-7%
9 Nuits	7%	3%
10 Nuits	4%	2%
11 Nuits	4%	-2%
12 Nuits	5%	15%
13 Nuits et plus	3%	23%

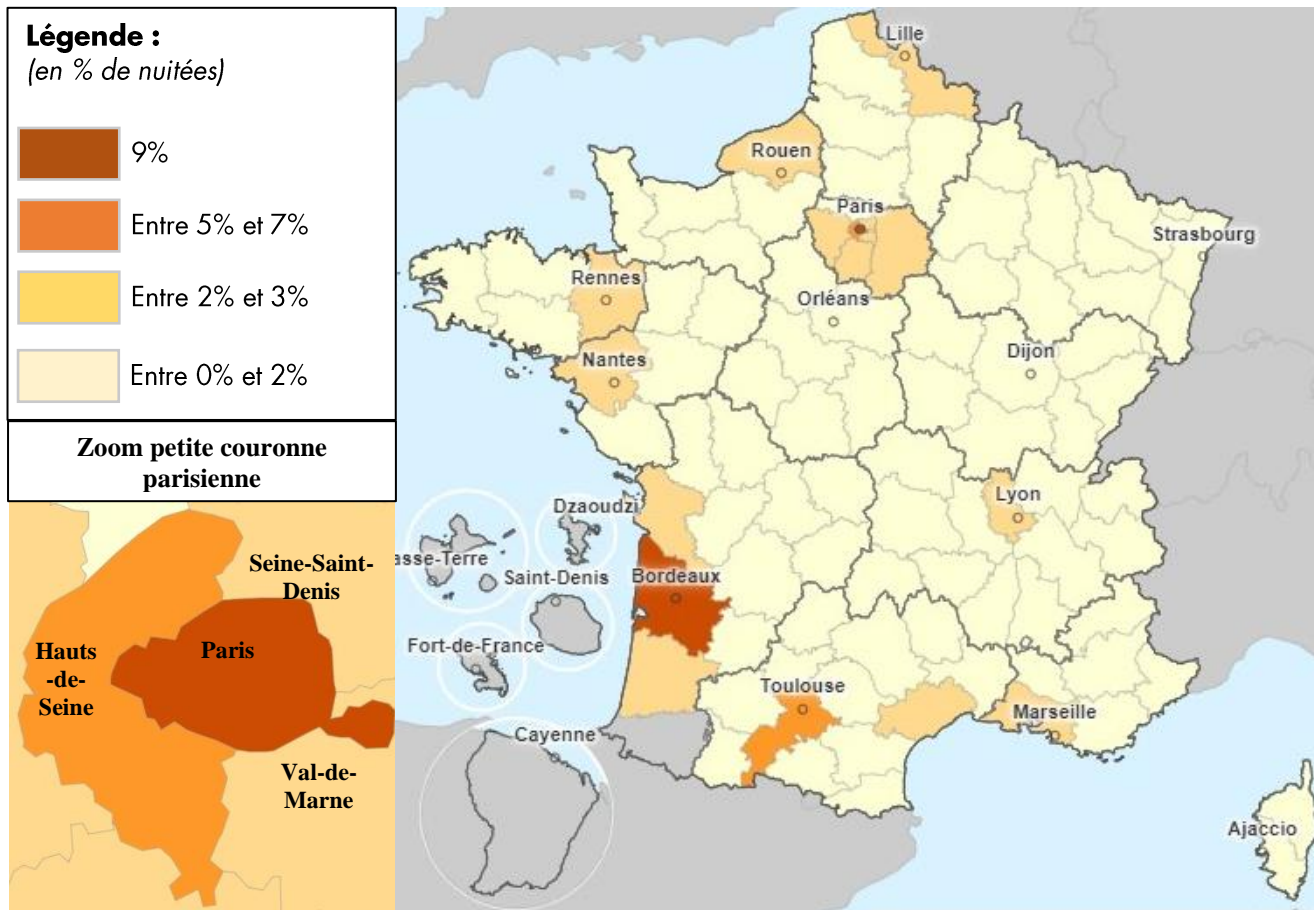
5.3 Touristes français

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	25%	-4%	28%	-9%
Nouvelle Aquitaine	18%	-5%	31%	-10%
Occitanie	15%	-3%	21%	-6%
Auvergne-Rhône-Alpes	10%	-3%	6%	-5%
Pays de la Loire	7%	5%	5%	14%
Bretagne	5%	0%	2%	-6%
Hauts-de-France	5%	-2%	2%	-13%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	5%	-4%	4%	-10%
Normandie	3%	-4%	1%	-6%
Grand Est	3%	8%	1%	17%
Centre-Val de Loire	3%	-10%	1%	-3%
Bourgogne-Franche-Comté	2%	-11%	0%	-
Corse	0%	-	0%	-

Top 10 départemental				
Département	Nuitées		Touristes	
	Part	Variation	Part	Variation
Paris	9%	-9%	14%	-12%
Gironde	9%	-3%	23%	-9%
Haute-Garonne	7%	0%	15%	-4%
Hauts-de-Seine	5%	-1%	6%	-6%
Loire-Atlantique	3%	15%	3%	21%
Rhône	3%	-3%	3%	-15%
Nord	3%	3%	1%	-
Yvelines	3%	-5%	2%	-6%
Bouches-du-Rhône	2%	-6%	3%	-13%
Val-de-Marne	2%	0%	2%	2%

5.4 Profils des touristes français

De qui parle-t-on ?
Touristes français

De quoi parle-t-on ?
Segmentation géographique,
socio-professionnelle et tranche
d'âge

Méthode d'analyse
Sur/sous représentation : comparaison
entre la répartition de la zone d'étude
et la répartition nationale

Typologie de clientèle			
Typologie	Part	Sur/sous représentation	Variation
Catégories socio professionnelles			
CSP+	64%	28 point(s)	-8%
Classe moyenne	24%	-9 point(s)	-12%
CSP-	12%	-18 point(s)	-16%
Milieux de résidence			
Urbain	51%	13 point(s)	-12%
Périurbain	34%	-5 point(s)	-9%
Rural	15%	-8 point(s)	-7%
Tranches d'âge			
<18	14%	-8 point(s)	-12%
18-24	5%	-3 point(s)	-14%
25-34	17%	5 point(s)	-15%
35-44	14%	1 point(s)	-7%
45-54	12%	-1 point(s)	-9%
55-64	11%	-2 point(s)	-4%
>65	28%	8 point(s)	-8%

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

Attractivité par segmentation géographique (cf fiches annexes)

Segmentation	Surreprésentation	Variation
urbain dynamique	13 point(s)	-12%
urbain familial aisé	12 point(s)	-8%
pavillonnaire familial aisé	6 point(s)	-5%
Segmentation	Sous-représentation	Variation
urbain classe moyenne	-6 point(s)	-17%
urbain défavorisé	-5 point(s)	-42%
rural ouvrier	-5 point(s)	-9%

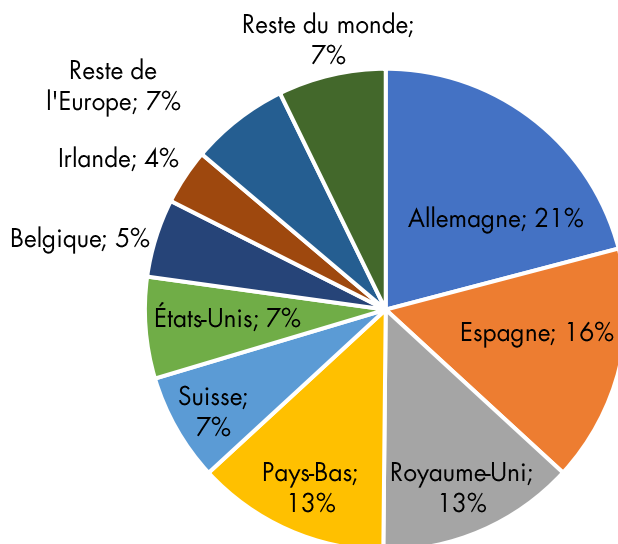
5.5 Touristes étrangers

De qui parle-t-on ?
Touristes étrangers

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

Méthode d'analyse
Part du nombre total de nuitées
étrangères

Origine des touristes étrangers



Pays	Nuitées		Touristes	
	Part	Variation	Part	Variation
Allemagne	21%	12%	28%	16%
Espagne	16%	17%	27%	18%
Royaume-Uni	13%	1%	13%	3%
Pays-Bas	13%	4%	11%	12%
Suisse	7%	5%	4%	9%
États-Unis	7%	8%	5%	14%
Belgique	5%	6%	3%	0%
Irlande	4%	97%	1%	-
Reste de l'Europe	7%		2%	
Reste du monde	7%		5%	

5.6 Zoom sur la fréquentation des meublés des plateformes

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

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

Méthode d'analyse
Outil Liwango

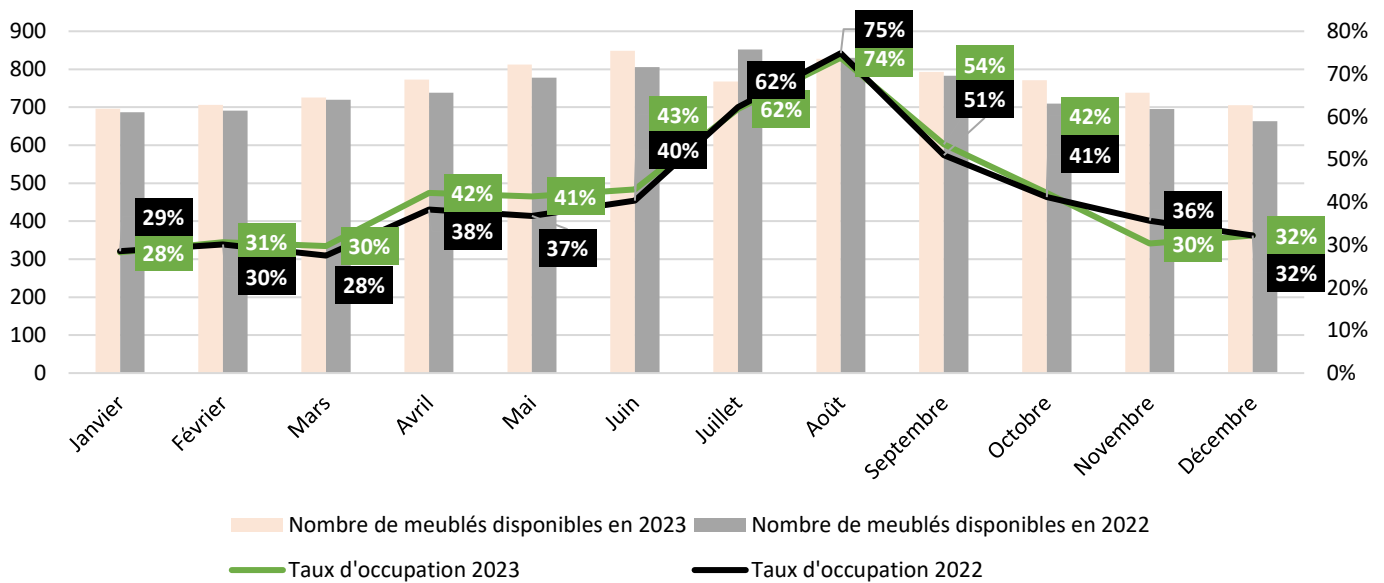
Chiffres clés

Nombre d'offres réservables 2023
1 094 (-4%)

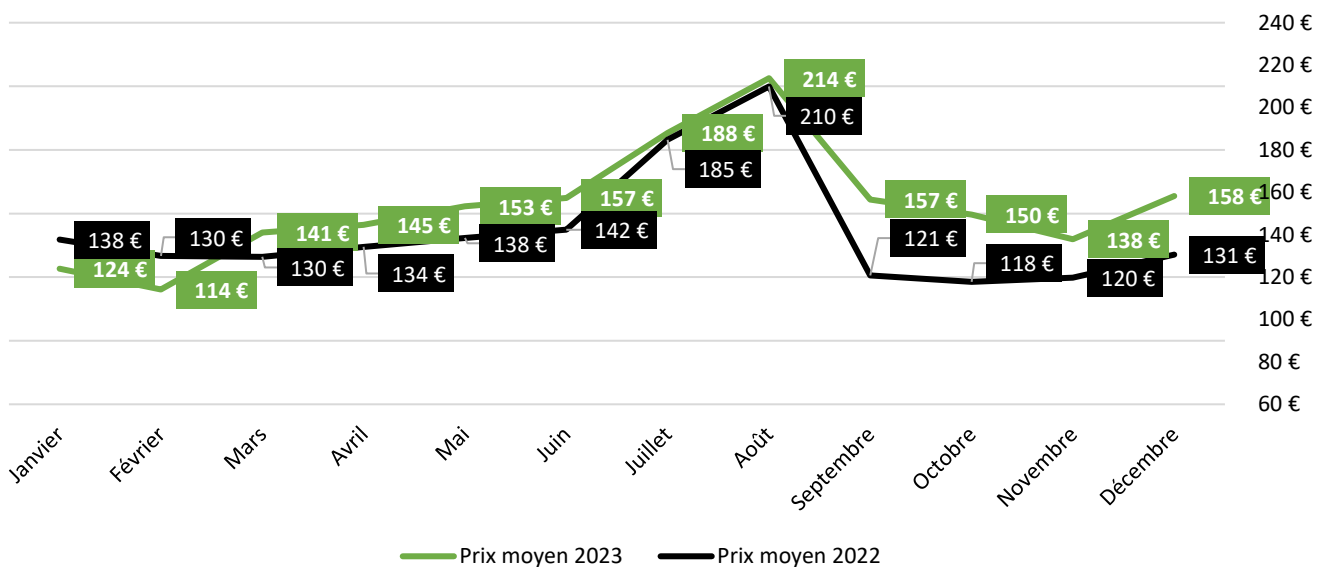
Taux d'occupation moyen en 2023
44% (=)

Prix moyen d'un logement à la nuit
165€ (+11€)

Nombre de meublés et taux d'occupation mensuel



Prix moyen mensuel



5.7 Touristes intra-départementaux

De qui parle-t-on ?

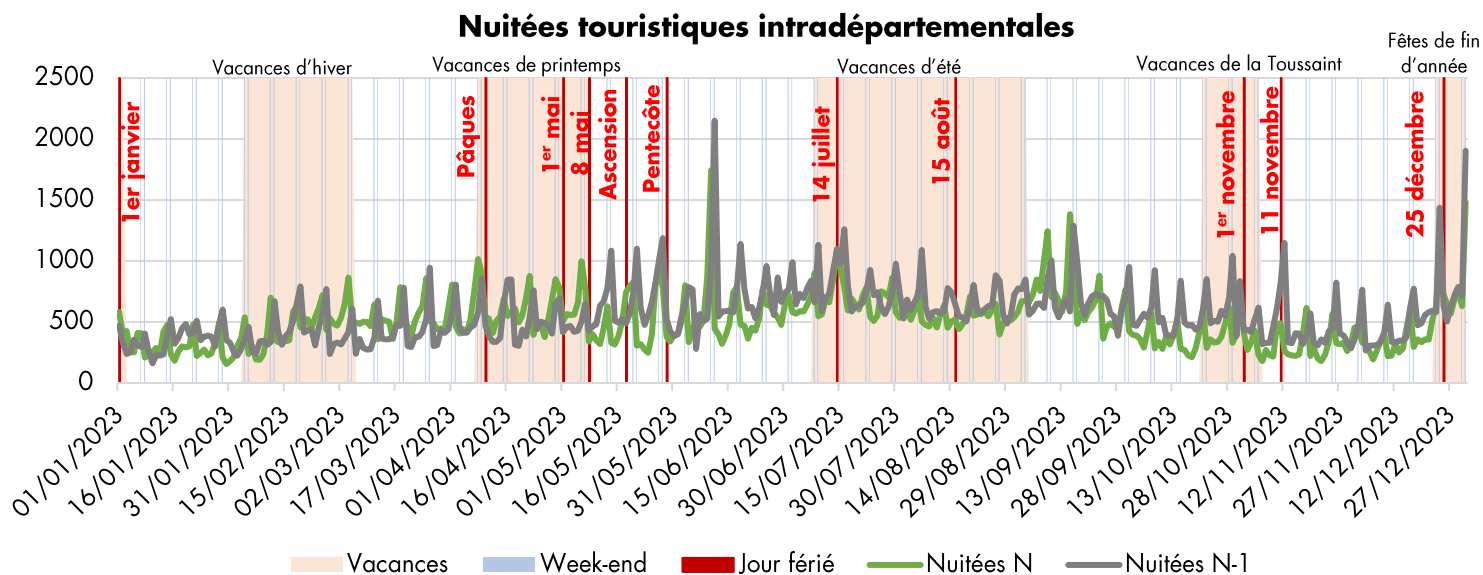
Touristes français originaires du département et résidant à l'extérieur de la zone d'étude

De quoi parle-t-on ?

Nombre de nuitées

Méthode d'analyse

Distinction entre les touristes intra-départementaux et extra-départementaux



Mois	Touristes		Nuitées	
	Nombre	Variation	Nombre	Variation
Janvier	4 000	0%	10 000	-9%
Février	5 000	0%	12 000	0%
Mars	5 000	0%	16 000	23%
Avril	6 000	-25%	18 000	13%
Mai	6 000	0%	16 000	-16%
Juin	7 000	-22%	17 000	-19%
Juillet	7 000	-13%	21 000	-13%
Août	5 000	-29%	17 000	-15%
Septembre	7 000	0%	21 000	0%
Octobre	5 000	-17%	12 000	-33%
Novembre	4 000	-33%	9 000	-36%
Décembre	5 000	-17%	13 000	-19%
Total	66 000	-15%	182 000	-11%

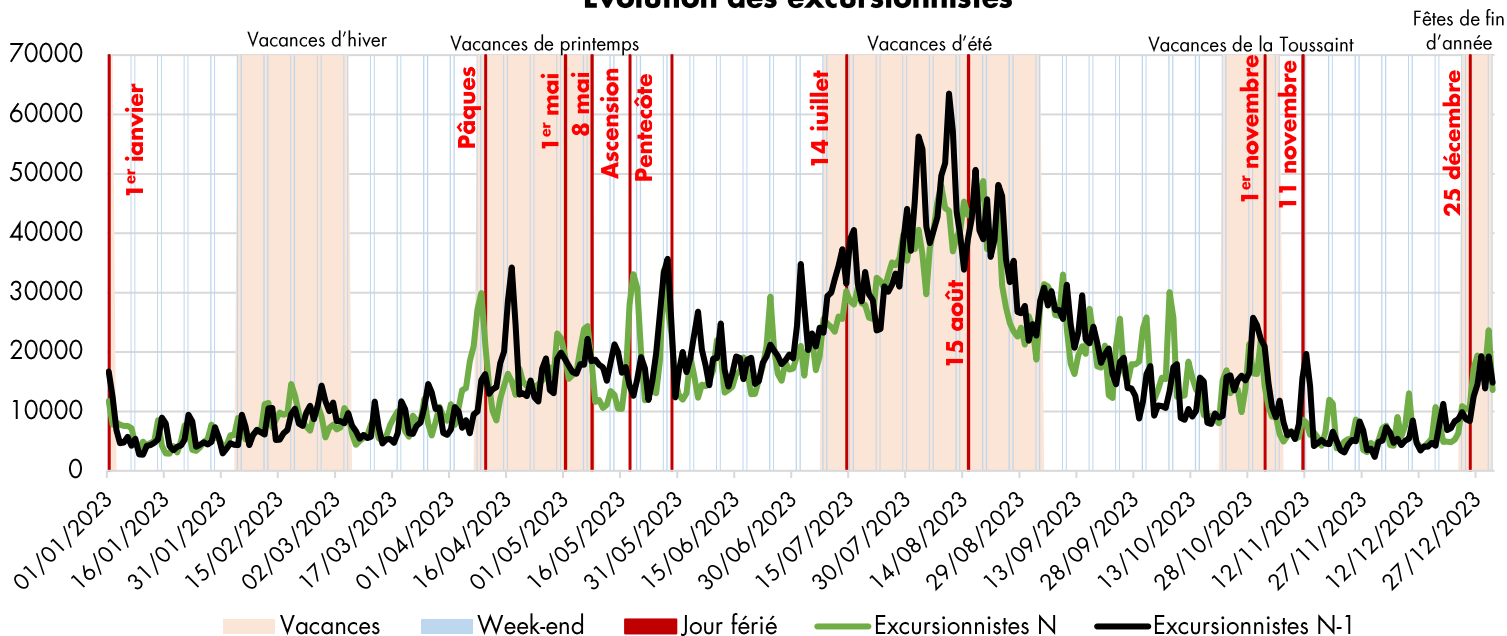
6 Excursionnistes

6.1 Présence journalière

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	174 000	-3%	133 000	-1%	41 000	-9%
Février	231 000	5%	187 000	6%	44 000	0%
Mars	239 000	-5%	183 000	-1%	57 000	-12%
Avril	479 000	7%	360 000	8%	119 000	6%
Mai	557 000	-5%	429 000	-4%	129 000	-7%
Juin	499 000	-11%	339 000	-11%	160 000	-11%
Juillet	860 000	-9%	581 000	-7%	279 000	-15%
Août	1 152 000	-11%	834 000	-11%	318 000	-11%
Septembre	655 000	1%	422 000	-1%	233 000	4%
Octobre	469 000	10%	326 000	7%	143 000	16%
Novembre	202 000	-13%	155 000	-16%	47 000	-1%
Décembre	265 000	11%	198 000	11%	67 000	11%
Total	5 782 000	-4%	4 147 000	-4%	1 637 000	-5%

6.2 Durée de présence

De qui parle-t-on ?

Excursionnistes français et étrangers

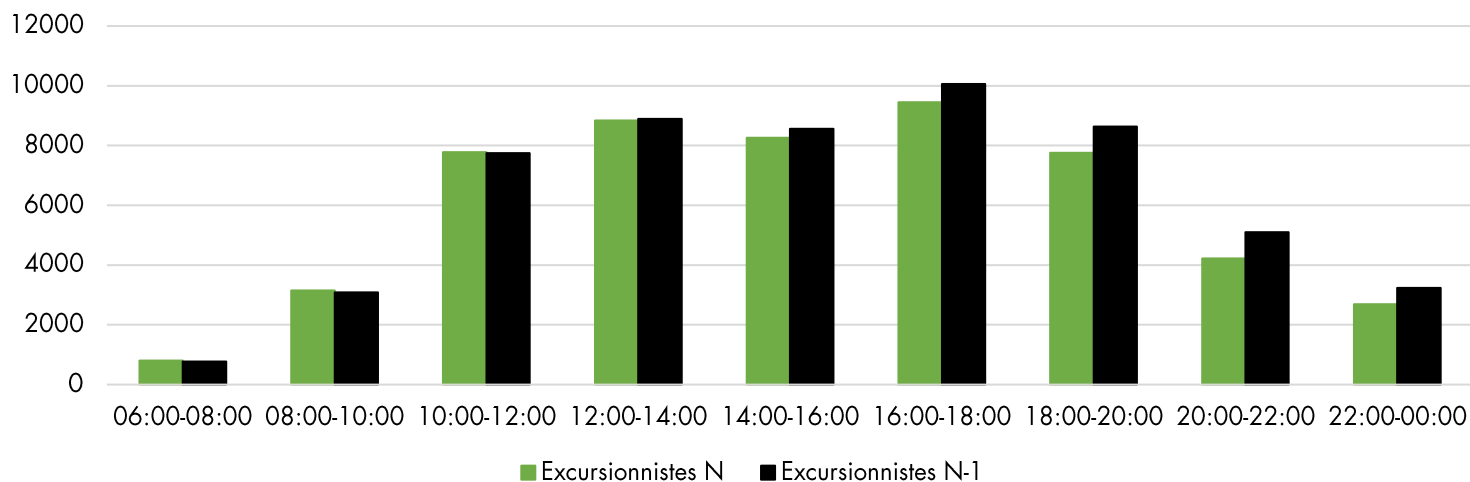
De quoi parle-t-on ?

Temps de présence des excursionnistes dans la zone d'étude entre 06h et 00h

Méthode d'analyse

Un excursionniste présent de 11h30 à 14h15 sera comptabilisé dans chaque créneau de 10h à 16h

Présence des excursionnistes par pas de 2h



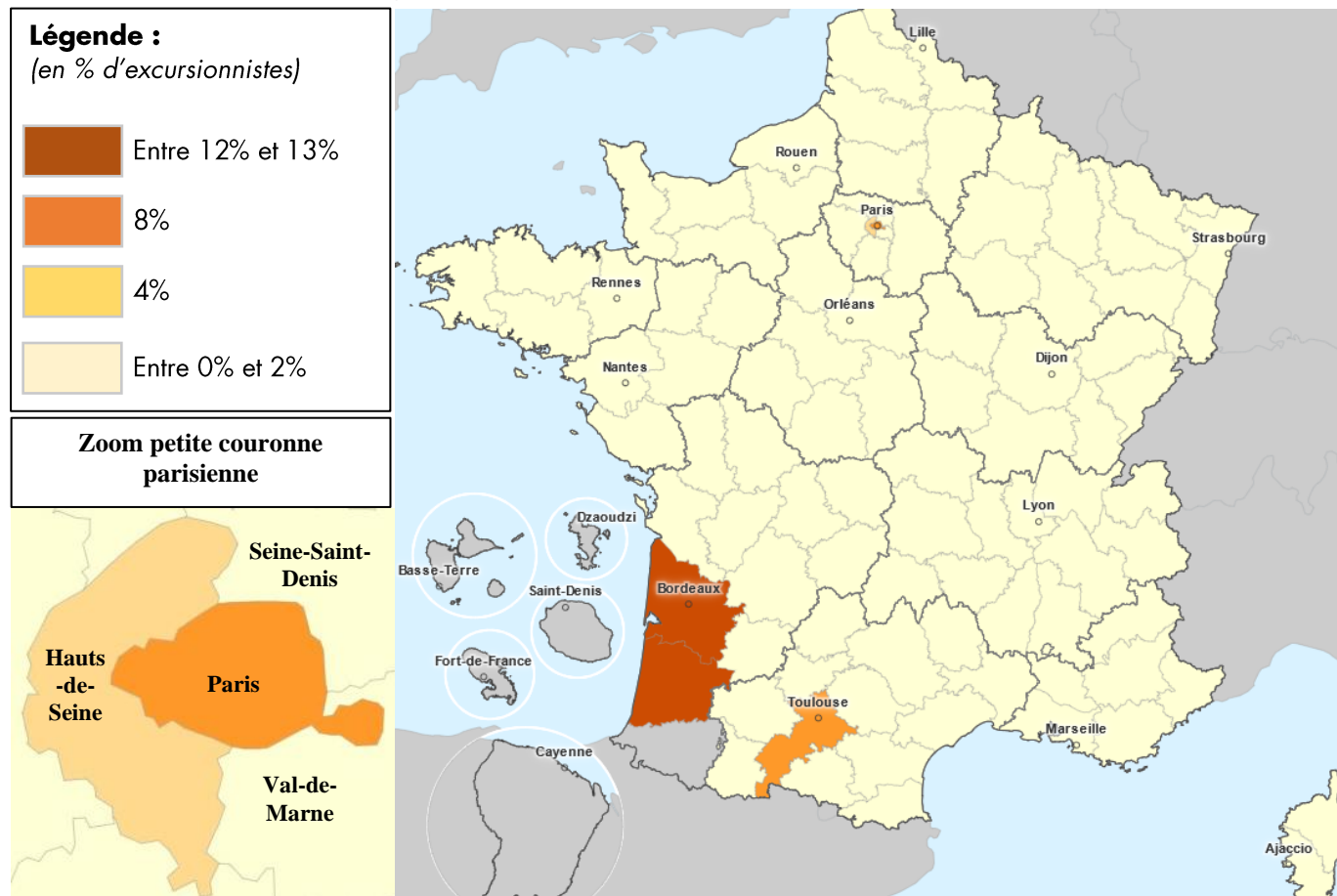
Durée de présence des excursionnistes		
Durée	Part	Variation
Entre 2 et 4 heures	39%	-2%
Entre 4 et 6 heures	34%	-2%
Entre 6 et 8 heures	14%	-9%
Entre 8 et 10 heures	6%	-14%
Plus de 10 heures	6%	-10%

6.3 Excursionnistes français

De qui parle-t-on ?
Excursionnistes français

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	34%	-1%
Ile-de-France	21%	-3%
Occitanie	16%	-5%
Auvergne-Rhône-Alpes	7%	-7%
Pays de la Loire	5%	-4%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4%	-5%
Bretagne	3%	-8%
Hauts-de-France	3%	-8%
Centre-Val de Loire	2%	-5%
Grand Est	2%	-11%
Normandie	2%	-5%
Bourgogne-Franche-Comté	1%	-12%
Corse	0%	-

Top 10 départemental		
Département	Part	Variation
Gironde	13%	-1%
Landes	12%	1%
Paris	8%	-1%
Haute-Garonne	8%	-5%
Hauts-de-Seine	4%	-3%
Yvelines	2%	-1%
Loire-Atlantique	2%	-1%
Hautes-Pyrénées	2%	-5%
Rhône	2%	-6%
Val-de-Marne	2%	-2%

6.4 Profils excursionnistes français

De qui parle-t-on ?
Excursionnistes français

De quoi parle-t-on ?
Segmentation géographique,
socio-professionnelle et tranche
d'âge

Méthode d'analyse
Sur/sous représentation : comparaison
entre la répartition de la zone d'étude
et la répartition nationale

Typologie de clientèle			
Typologie	Part	Sur/sous représentation*	Variation
Catégories socio professionnelles			
CSP+	52%	16 point(s)	-4%
Classe moyenne	30%	-3 point(s)	-5%
CSP-	18%	-12 point(s)	-6%
Milieux de résidence			
Urbain	40%	2 point(s)	-4%
Périurbain	31%	-4 point(s)	-7%
Rural	29%	2 point(s)	-4%
Tranches d'âge			
<18	18%	-3 point(s)	-7%
18-24	8%	-1 point(s)	-4%
25-34	14%	3 point(s)	-3%
35-44	13%	1 point(s)	-3%
45-54	12%	-1 point(s)	-8%
55-64	13%	1 point(s)	-3%
>65	21%	2 point(s)	-5%

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

Attractivité par segmentation géographique (cf fiches annexes)

Segmentation	Surreprésentation	Variation
urbain familial aisé	6 point(s)	-8%
urbain dynamique	6 point(s)	-5%
rural traditionnel	4 point(s)	-11%
Segmentation	Sous-représentation	Variation
populaire	-7 point(s)	-7%
urbain défavorisé	-5 point(s)	-7%
urbain classe moyenne	-5 point(s)	-7%

6.5 Excursionnistes étrangers

De qui parle-t-on ?

Excursionnistes étrangers

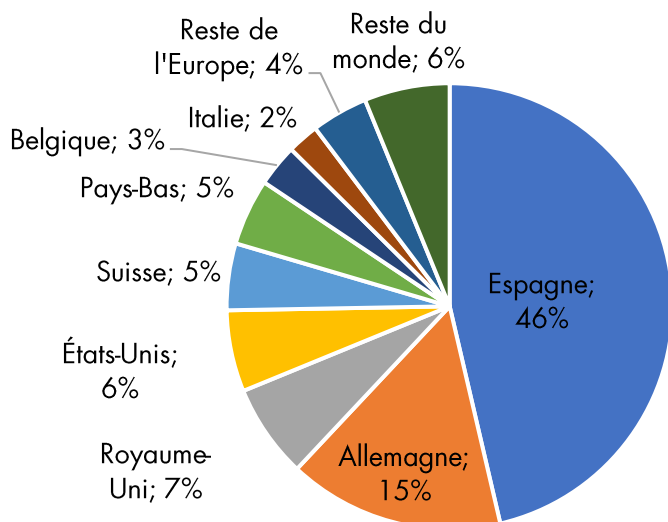
De quoi parle-t-on ?

Origine des excursionnistes étrangers sur l'ensemble de la période

Méthode d'analyse

Part du nombre total d'excursionnistes étrangers

Origine des excursionnistes étrangers



Pays	Part	Variation
Espagne	46%	-9%
Allemagne	15%	1%
Royaume-Uni	7%	-13%
États-Unis	6%	7%
Suisse	5%	-5%
Pays-Bas	5%	-14%
Belgique	3%	-19%
Italie	2%	-8%
Reste de l'Europe	4%	
Reste du monde	6%	

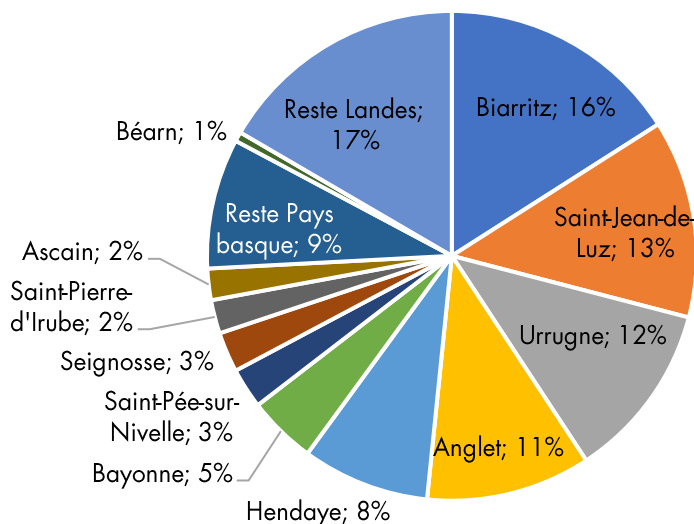
6.6 Lieu de nuitées des excursionnistes en séjours

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

De quoi parle-t-on ?
Lieu de nuitée des excursionnistes en dehors de la zone d'étude à condition qu'ils y soient en séjours

Méthode d'analyse
Part du nombre total de nuitées générées par les excursionnistes en séjours

Lieu de séjours des excursionnistes en séjours



Zone	Commune(s) concernée(s)	Destination	Part
Biarritz	Biarritz	Pays basque	16%
Saint-Jean-de-Luz	Saint-Jean-de-Luz	Pays basque	13%
Urrugne	Ciboure, Urrugne	Pays basque	12%
Anglet	Anglet	Pays basque	11%
Hendaye	Hendaye	Pays basque	8%
Bayonne	Bayonne	Pays basque	5%
Saint-Pée-sur-Nivelle	Saint-Pée-sur-Nivelle	Pays basque	3%
Seignosse	Seignosse	Landes	3%
Saint-Pierre-d'Irube	Bassussarry, Saint-Pierre-d'Irube, Villefranque	Pays basque	2%
Ascaïn	Ascaïn	Pays basque	2%
Reste Pays basque		Pays basque	9%
Béarn		Béarn	1%
Reste Landes		Landes	17%

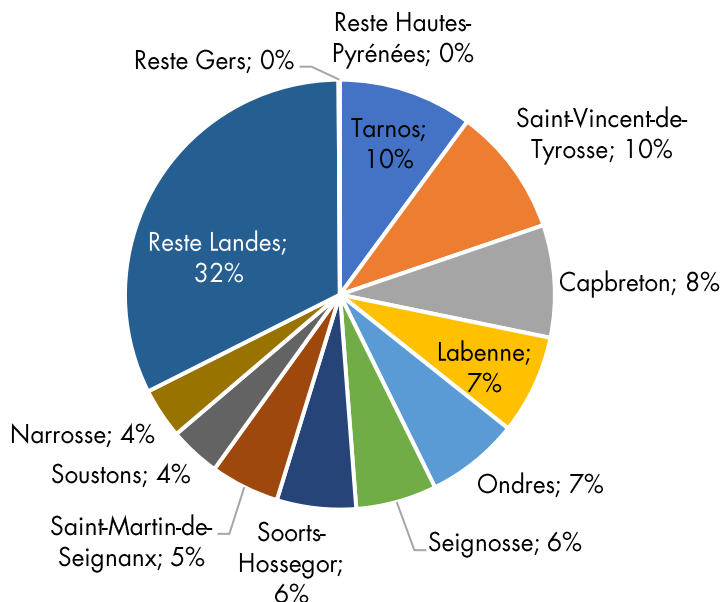
6.7 Lieu de nuitées des excursionnistes depuis leur domicile

De qui parle-t-on ?
Excursionnistes français et étrangers (hors 64)

De quoi parle-t-on ?
Lieu de nuitée des excursionnistes en dehors de la zone d'étude à condition qu'ils y résident (hors 64)

Méthode d'analyse
Part du nombre total de nuitées générées par les excursionnistes dans leur lieu de résidence (hors 64)

Lieu de résidence des excursionnistes



Zone	Commune(s) concernée(s)	Destination	Part
Tarnos	Tarnos	Landes	10%
Saint-Vincent-de-Tyrosse	Angresse, Saint-Vincent-de-Tyrosse, Saubion, Tosse	Landes	10%
Capbreton	Capbreton	Landes	8%
Labenne	Labenne, Orx	Landes	7%
Ondres	Ondres	Landes	7%
Seignosse	Seignosse	Landes	6%
Soorts-Hossegor	Soorts-Hossegor	Landes	6%
Saint-Martin-de-Seignanx	Saint-Barthélemy, Saint-Martin-de-Seignanx	Landes	5%
Soustons	Soustons	Landes	4%
Narrosse	Bénesse-lès-Dax, Narrosse, Oeyreluy, Saint-Pandelon, Saugnac-et-Cambran, Seyresse	Landes	4%
Reste Landes		Landes	32%

6.8 Excursionnistes intra-départementaux

De qui parle-t-on ?

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

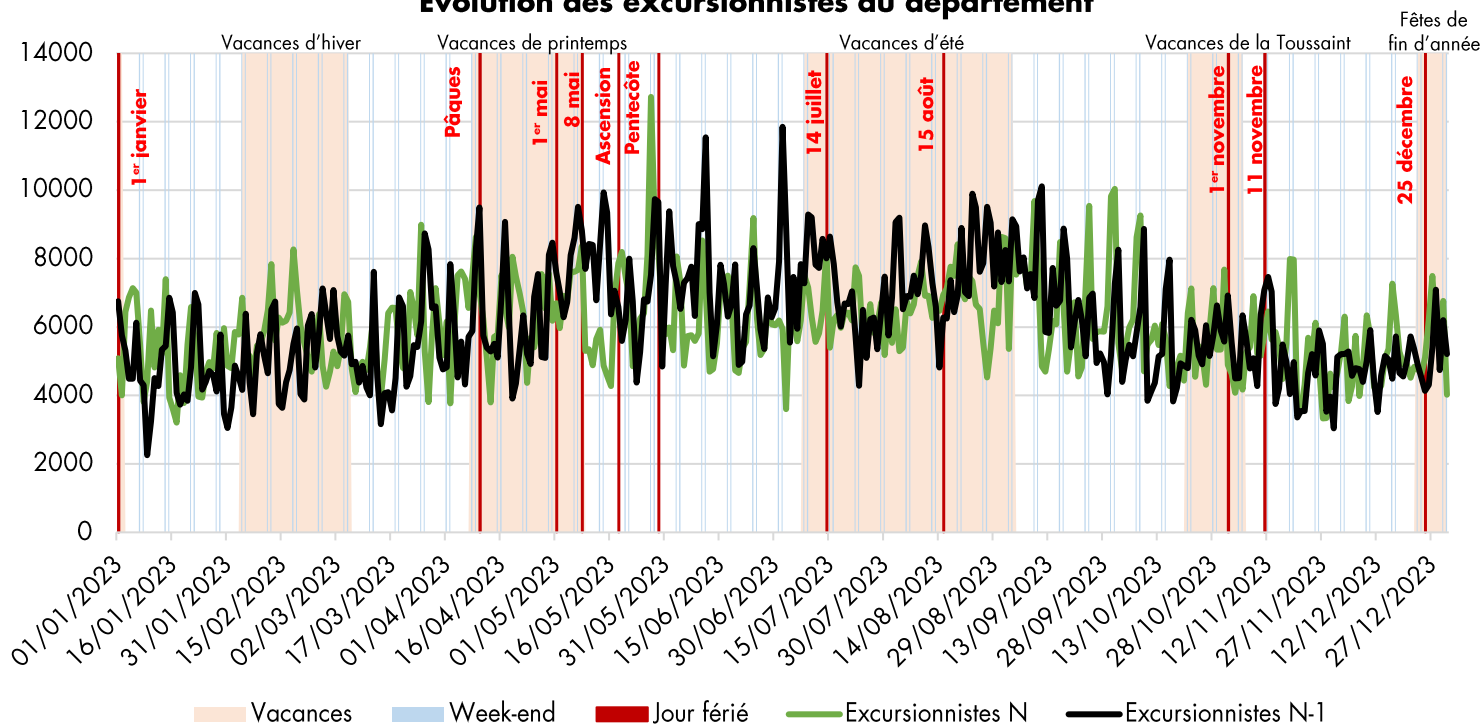
De quoi parle-t-on ?

Nombre d'excursionnistes originaires des Pyrénées-Atlantiques

Méthode d'analyse

Distinction entre les excursionnistes intra-départementaux et extra-départementaux

Evolution des excursionnistes du département



Mois	Excursionnistes du département	
	Nombre	Variation
Janvier	160 000	8%
Février	163 000	13%
Mars	174 000	4%
Avril	193 000	5%
Mai	209 000	-9%
Juin	186 000	-13%
Juillet	194 000	-13%
Août	207 000	-12%
Septembre	203 000	-3%
Octobre	183 000	5%
Novembre	155 000	3%
Décembre	159 000	6%
Total	2 186 000	-2%

Zone de résidence des excursionnistes du département			
Zone	Commune(s) concernée(s)	Destination	Part
Anglet	Anglet	Pays basque	20%
Bayonne	Bayonne	Pays basque	11%
Urrugne	Ciboure, Urrugne	Pays basque	9%
Saint-Pierre-d'Irube	Bassussarry, Saint-Pierre-d'Irube, Villefranque	Pays basque	7%
Mouguerre	Lahonce, Mouguerre, Urcoit	Pays basque	6%
Hendaye	Hendaye	Pays basque	6%
Saint-Jean-de-Luz	Saint-Jean-de-Luz	Pays basque	5%
Biarritz	Biarritz	Pays basque	5%
Saint-Pée-sur-Nivelle	Saint-Pée-sur-Nivelle	Pays basque	5%
Ascaïn	Ascaïn	Pays basque	4%
Reste Pays basque		Pays basque	15%
Béarn		Béarn	5%

ANNEXE

Détail des secteurs d'activités

Activités et parc animalier		
Balade à poney	Pêche	Randonnée équestre
Calèche promenade	Pêche en mer	Zoo - parc animalier
Equitation	Randonnée avec âne porteur	Attelage

Activités liées au transport et sensations fortes		
4 x 4	Montgolfière	Téléphérique touristique
Automobile	Motonautisme (bateau à moteur)	Trains touristiques
Avion de tourisme	Parachutisme	Trottinette
Bateaux promenade	Parapente	Tyrolienne
Conduite sur glace	Planeur	ULM
Gyropode	Quad	Vélo électrique
Hélicoptère	Scooter de mer	VTT électrique
Karting	Saut à l'élastique	Moto
Bus ou train touristique		

Activités sportives		
Alpinisme	Marche nordique	Rugby
Beach-volley	Multisport	Ski alpin
Canoë kayak	Natation	Ski nautique
Canyoning	Orientation	Spéléologie
Chiens de traîneau	Paint-ball	Squash
Cyclotourisme	Pelote basque	Stand-up-paddle-board
Escalade	Ping-pong	Surf
Golf	Pirogue	Tir
Grimpe d'arbre	Plongée	Tir à l'arc
Guide de haute montagne	Rafting	Vélo électrique
Jet-ski	Randonnée pédestre	Voile
Kayak de mer	Raquettes	VTT
Sport de glisse	Trail	Sport insolite
Wake board	Sport à voile	Sauvetage côtier
Trekking	Ski de randonnée	Padel

Equipements de loisirs

Bar à thème	Hotspot wifi	Piste de ski de fond
Bowling	Jeu de laser	Quille
Calèche promenade	Jeux pour enfants	Salle à louer
Casino	Lac/Site de pêche	Salle de squash
Chasse	Mur à gauche	Site d'escalade conventionné
Club de plage	Mur d'escalade	Stade
Club enfants	Patinoire	Tennis
Fronton	Piscine	Via cordata
Gymnase	Piste de luge / bobsleigh	Via ferrata
Hot dog	Piste de ski alpin	Yoga
Tremplin		

Parcs et bases de loisirs

Accrobranches	Base de loisirs	Parc à thèmes
Aire de pique-nique	Bouées tractées	Parc Aquatique

Soin et bien-être

Balnéothérapie	Bien-être	Remise en forme
----------------	-----------	-----------------

Visite et dégustation

Ferme de découverte	Visite et dégustation	
---------------------	-----------------------	--



Urbain dynamique



IDENTITE

- 45% **célibataires** (moy 30%)
- 40% **moins 30 ans** (moy 36%)
- 40% **diplômés d'études supérieures**
- 15% **étudiants** (moy 10%)

TRAVAIL

- 43% **cadres** (moy 17%)
- 53% **travaillent dans leur commune**
- 48% **transport en commun** (moy 16%)
- +80 **2 roues**

DOMICILE

- 19% **studios** (moy 6%)
- 44% **immeubles < 1950**
- X2 **commerces & services**
- 42% **emménagés < 4 ans** (moy 33%)



6% des foyers français

6M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

8 Orange Advertising 2016



Urbain familial aisé



IDENTITE

- 44% **familles** (moy urbaine 41%)
- 22% **familles 2 enfants** (moy 19%)
- 32% **diplômés d'études supérieures**

TRAVAIL

- 76% **actifs** (moy 72%)
- 37% **cadres** (moy 17%)
- 88% **CDI** (moy 84%)
- +80 **2 roues**

DOMICILE

- 70% **logements collectifs** (moy 47%)
- 28% **5 pièces ou +** (moy urbaine 19%)
- 58% **propriétaires** (moy 57%)



7% des foyers français

8M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

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%)

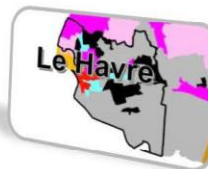
DOMICILE

- 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% **JOB** **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)

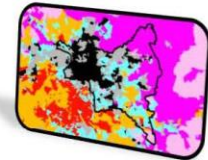
DOMICILE

- 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

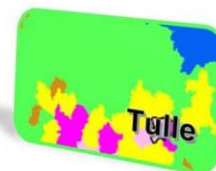
29M de PAP sur Orange en RG sur 1 mois

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