
Vendredi 19 juin 2026

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Ordinaire



ORDRE DU JOUR DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE



Regroupement
OT Pays Basque

1

Rapport
Moral du
Président

2

Rapport
d'activité 2025

3

Rapport
financier 2025

4

Rapport
du commissaire
aux comptes

5

6

Questions
diverses



Vendredi 19 juin 2026



REGROUPEMENT

avec l'OT Pays Basque

OBJECTIFS

- 1 **Commencer à harmoniser** l'organisation du tourisme institutionnel sur le territoire
- 2 **Gagner en lisibilité** pour les acteurs du tourisme et les visiteurs
- 3 **Mutualiser** les moyens pour plus d'efficacité

ENJEUX CLÉS

1

Faire évoluer **la gouvernance**

2

Préserver les **équilibres financiers**

3

Garantir la **continuité des missions**

4

Réussir **l'intégration du personnel**

5

Définir **le devenir de l'association**

Vendredi 19 juin 2026



RAPPORT

Moral

DE M. NICOLAS ALQUIE, PRÉSIDENT

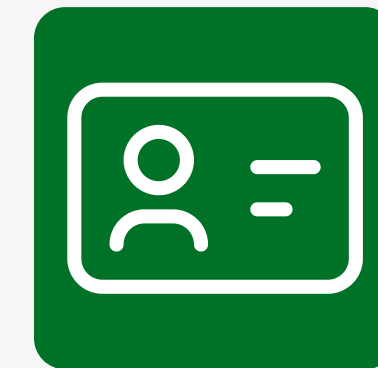
POINTS CLÉS



CHIFFRES DU
TOURISME À
BAYONNE



CARTE D'IDENTITÉ



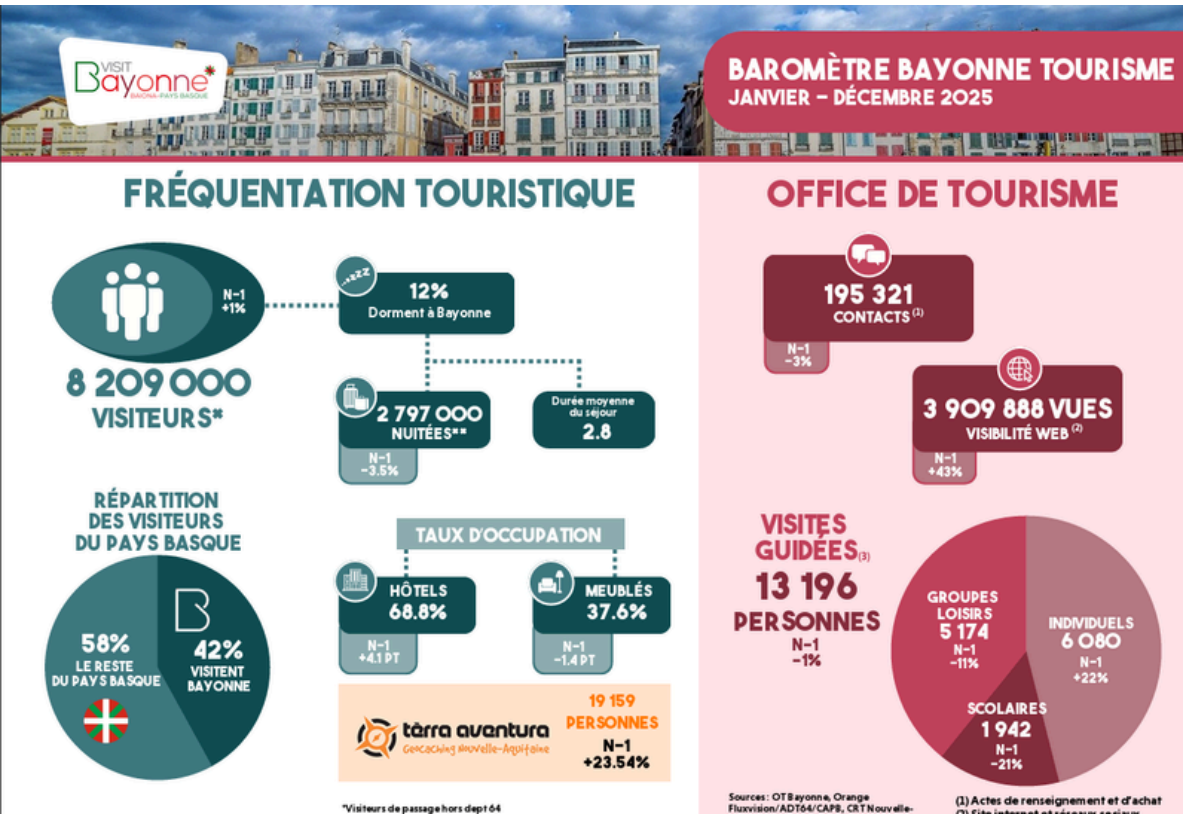
ENGAGÉS POUR UN
TOURISME SOUTENABLE
ET DE QUALITÉ



OBSERVATION TOURISTIQUE



- BAROMÈTRE
- CHIFFRES CLÉS
- ENQUÊTE RÉGIONALE



LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LE PAYS
BASQUE





ENQUÊTE DE CLIENTÈLE RÉGIONALE 2025 PAYS BASQUE

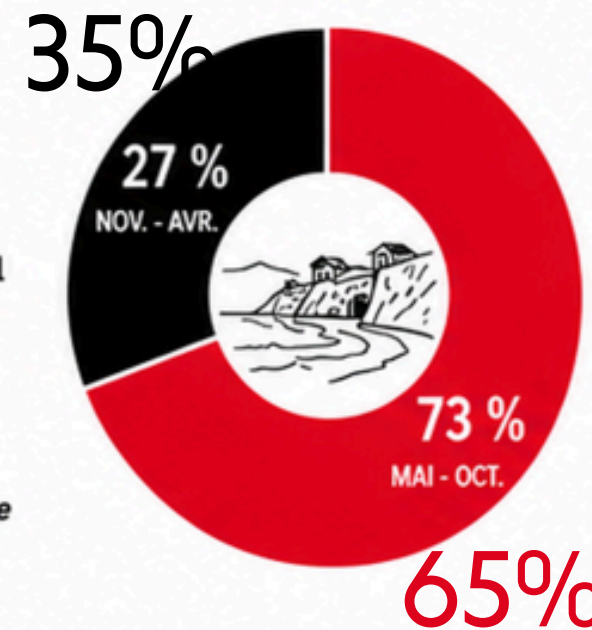
1. SAISONNALITÉ

27 %

des nuitées ont lieu
entre novembre et avril

contre 24 % en 2019

Le poids de la période
novembre-avril progresse
en Pays basque



2. FRÉQUENTATION & MOTIVATIONS



Le Pays basque fait partie des rares
territoires en recul de fréquentation
par rapport à 2019



Le recul provient principalement
du littoral



Le littoral reste la 1^{re} motivation
de séjour
mais son poids recule par rapport à 2019



Le climat, la gastronomie,
la douceur de vivre et le patrimoine
gagnent en attractivité

Une destination perçue comme plus équilibrée,
riche et attractive qu'en 2019

3. HÉBERGEMENT & CLIENTÈLE

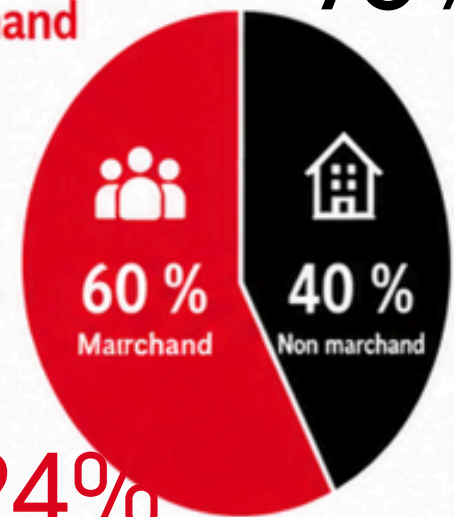
Hébergement marchand
majoritaire
au-dessus de la
moyenne régionale



Le mode d'hébergement marchand
ressort davantage qu'en
moyenne régionale



Une clientèle plus aisée
que la moyenne régionale



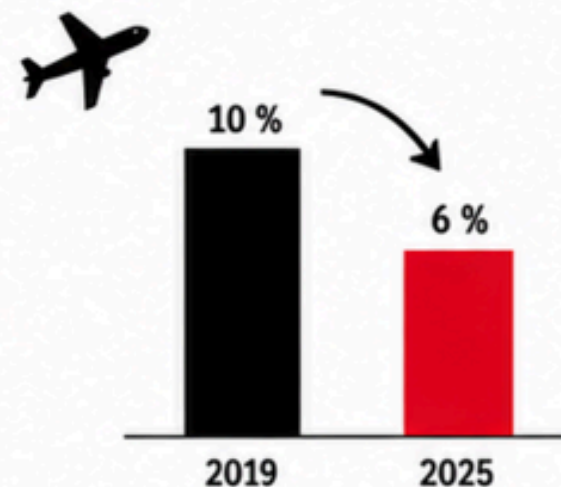
4. MOBILITÉS

6 %

des arrivées se font
en avion

contre 10 % en 2019

Le poids de l'avion
recule nettement



5. DÉPENSES

Le Pays basque maintient ses retombées
économiques grâce à la hausse
du panier moyen de dépenses



80€ → **près de 90€**

par jour et par touriste

Le panier moyen observé est le plus élevé
de toute la Nouvelle-Aquitaine



Les hausses les plus fortes
concernent d'abord
l'hébergement



La restauration, les achats
alimentaires et les visites
augmentent aussi



Paniers les plus élevés
observés : clientèles
espagnole et belge

6. FIDÉLITÉ & SATISFACTION



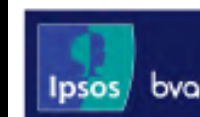
près de **80 %**
des séjours sont le fait
de clientèles qui reviennent
régulièrement
Légèrement supérieur
à la moyenne régionale



98 % de satisfaction
Un des meilleurs niveaux de la région



Le Pays basque combine une forte fidélité, un panier de dépenses record et une offre plus diversifiée qu'en 2019, malgré un recul de fréquentation principalement lié au littoral.





ENQUÊTE DE CLIENTÈLE RÉGIONALE 2025

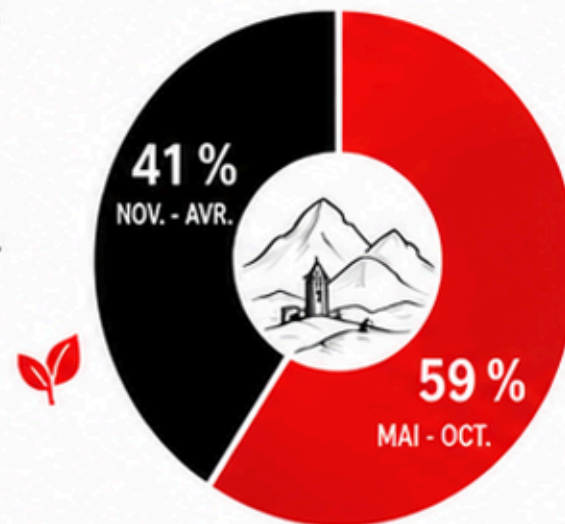
BÉARN

1. SAISONNALITÉ

41 %

des nuitées ont lieu entre novembre et avril

L'une des saisonnalités les plus équilibrées de Nouvelle-Aquitaine



2. PORTES D'ENTRÉE & MOTIVATIONS



PAU reste très largement la porte d'entrée du territoire



Pau diffuse ensuite les flux vers l'ensemble du Béarn, y compris vers la montagne



La montagne est la 1^{re} motivation de séjour



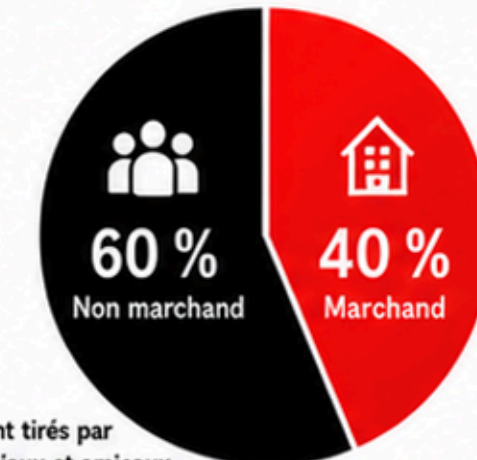
Une partie de cette clientèle de montagne séjourne pourtant à Pau

3. HÉBERGEMENT & MOTIFS DE SÉJOUR

60 %

des nuitées ont lieu en hébergement non marchand

Le Béarn se situe à l'opposé de la moyenne régionale



Les séjours sont fortement tirés par les rapprochements familiaux et amicaux



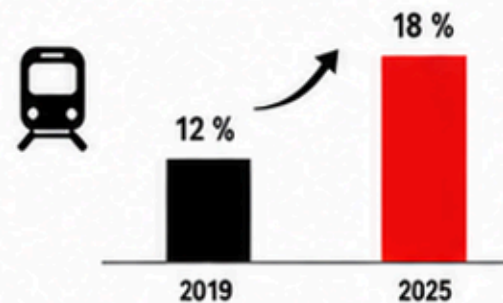
Résidences secondaires de proches également importantes

4. MOBILITÉS

18 %

des arrivées se font en train

contre 12 % en 2019



À SURVEILLER – POINT NOIR

- Qualité des transports en commun
- Qualité des trains régionaux
- Accueil dans les gares



5. DÉPENSES



Le Béarn est le seul territoire de Nouvelle-Aquitaine où le panier de dépenses recule par rapport à 2019



Avec l'inflation, la baisse de performance économique est encore plus marquée



Les plus fortes baisses concernent la restauration et le shopping



Paniers les plus élevés observés : clientèles espagnole et belge

6. FIDÉLITÉ & SATISFACTION



80 %

des séjours sont le fait de clientèles qui reviennent régulièrement en Béarn



Satisfaction globale excellente



Légèrement supérieure à la moyenne régionale



Le Béarn s'affirme comme une destination fidèle, équilibrée sur l'année, structurée par Pau et la montagne, mais fragilisée par le recul des dépenses et les enjeux de transport.



ACTIVITES PRATIQUEES AU PAYS BASQUE

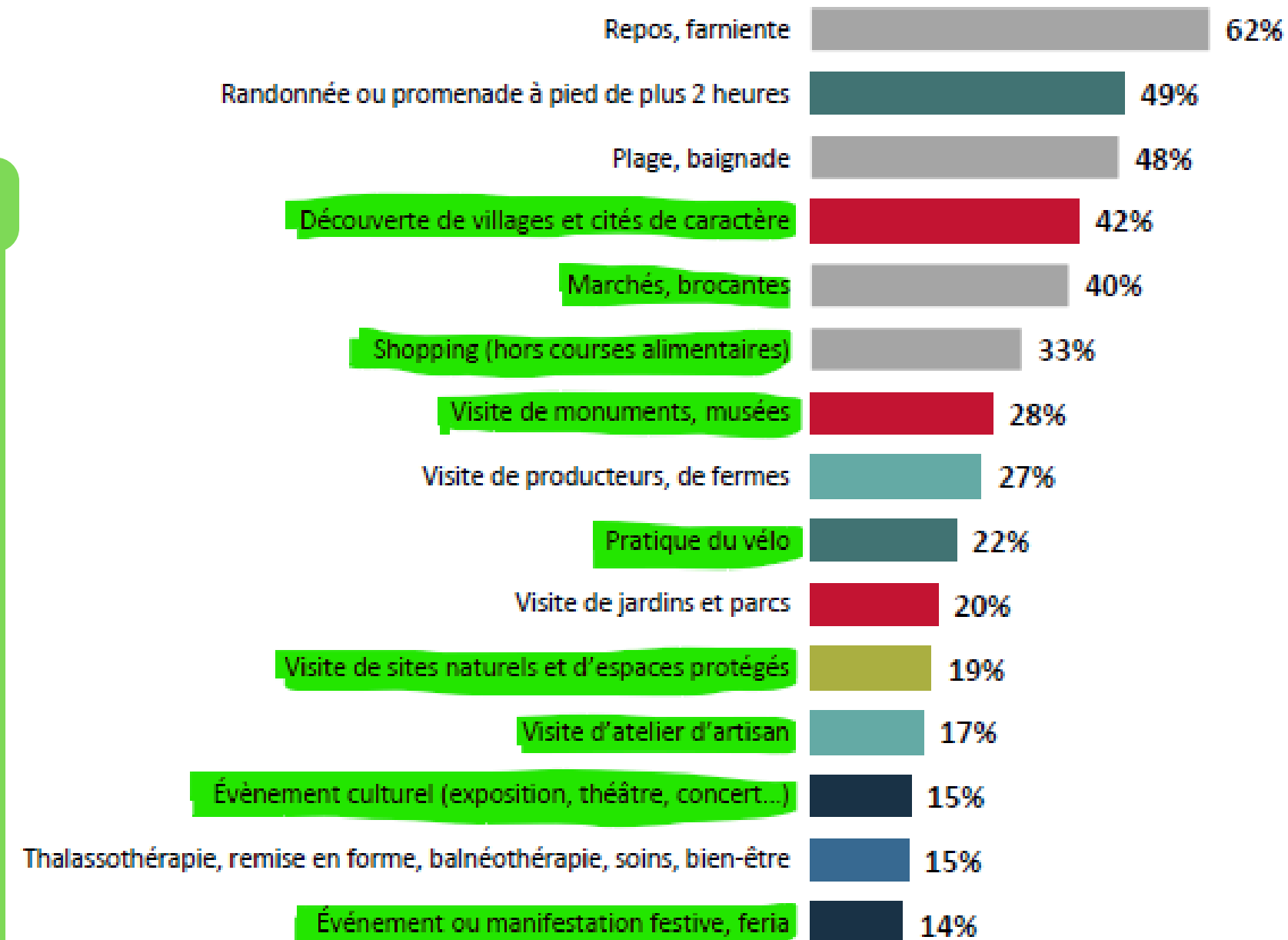
Les activités pratiquées

MP4. Quelles activités avez-vous pratiquées au cours de votre séjour ?

Base globale 5 169

Base
séjours

Top 15 des activités pratiquées



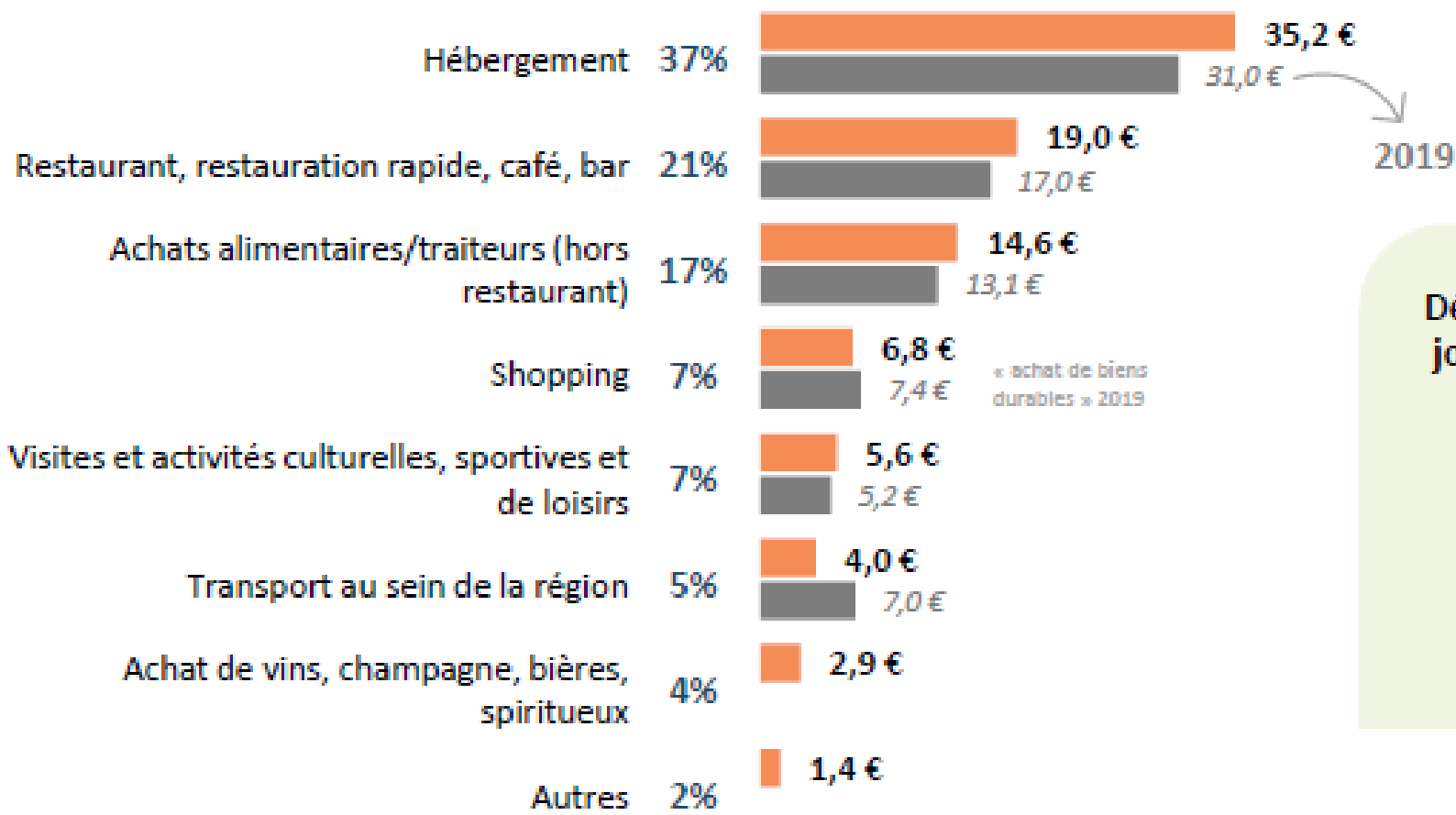
9 activités proposées
à Bayonne

DEPENSE TOURISTIQUE 2025 AU PAYS BASQUE

Les dépenses par poste

D4a. Combien aurez-vous dépensé à la fin de votre séjour en Nouvelle-Aquitaine (hors frais de transport pour venir et repartir de la région) ?

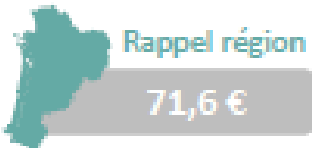
Base globale : 5 169



« achat de biens durables » 2019



Rappel 2019
80,6 €



Base
séjours

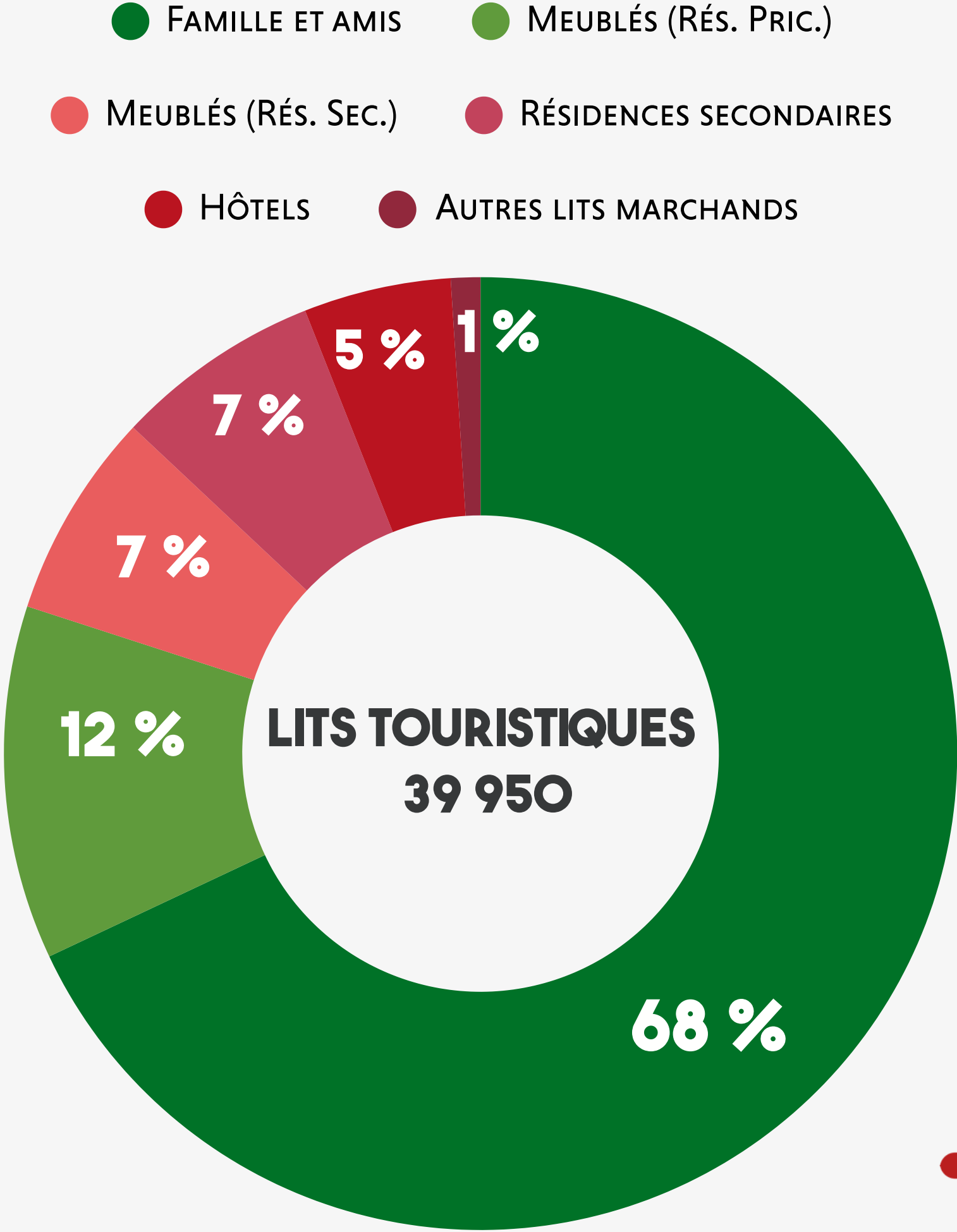


Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble
© Ipsos bva | Fréquentation touristique en Nouvelle-Aquitaine 2025

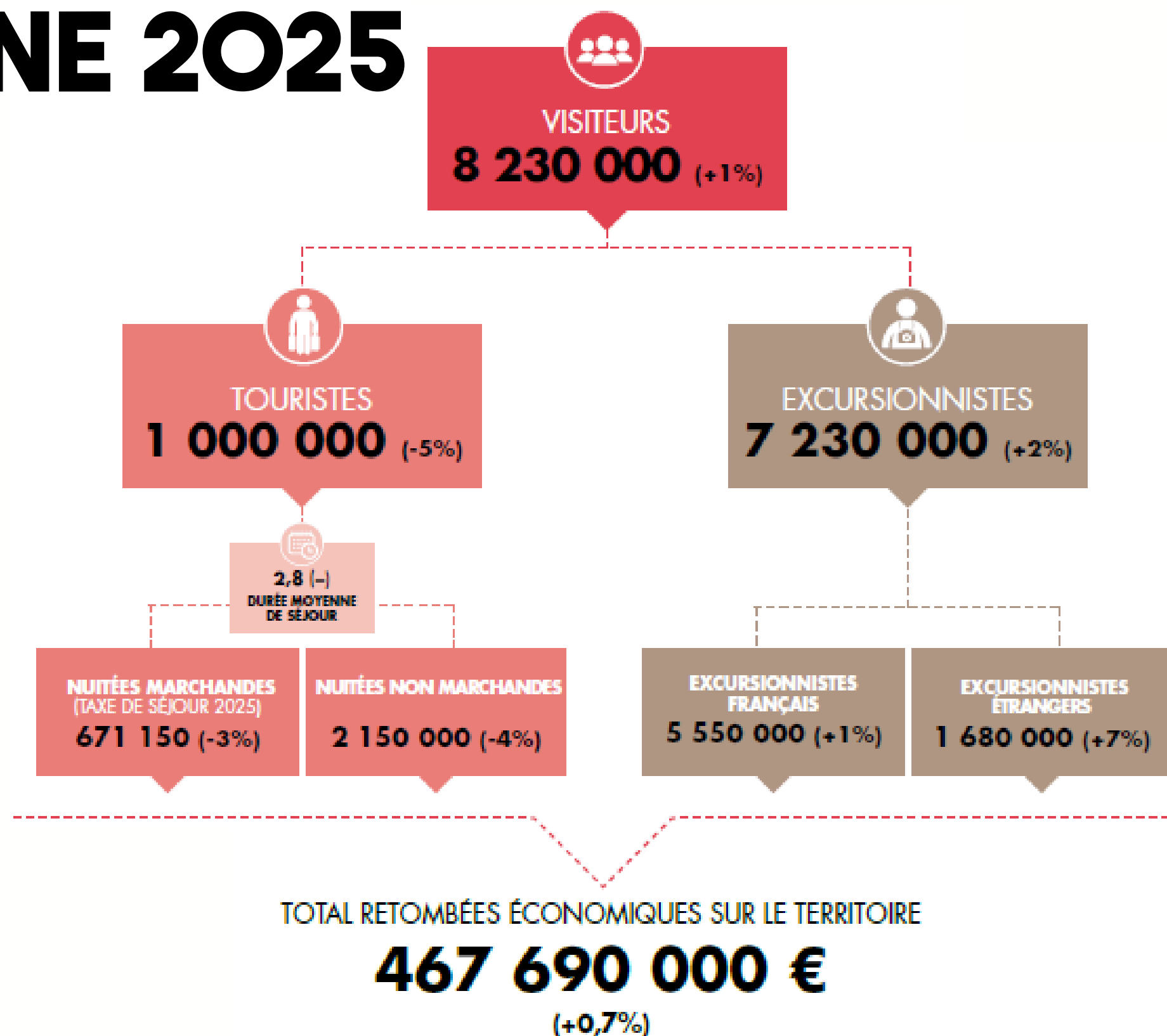


L'OFFRE D'HÉBERGEMENT EN 2025 SUR BAYONNE

HÉBERGEMENTS					
	Nature	Unités	Lits	Part	
Marchand	Meublés	1 905	7 498	19%	23%
	Hôtels	19	1 976	5%	
	Autres lits marchands	19	309	1%	
Non marchand	Résidences secondaires	723	2 716	7%	77%
	Famille et amis	24 958	27 454	68%	
Total		27 624	39 953	100%	



FRÉQUENTATION TOURISTIQUE A BAYONNE 2025

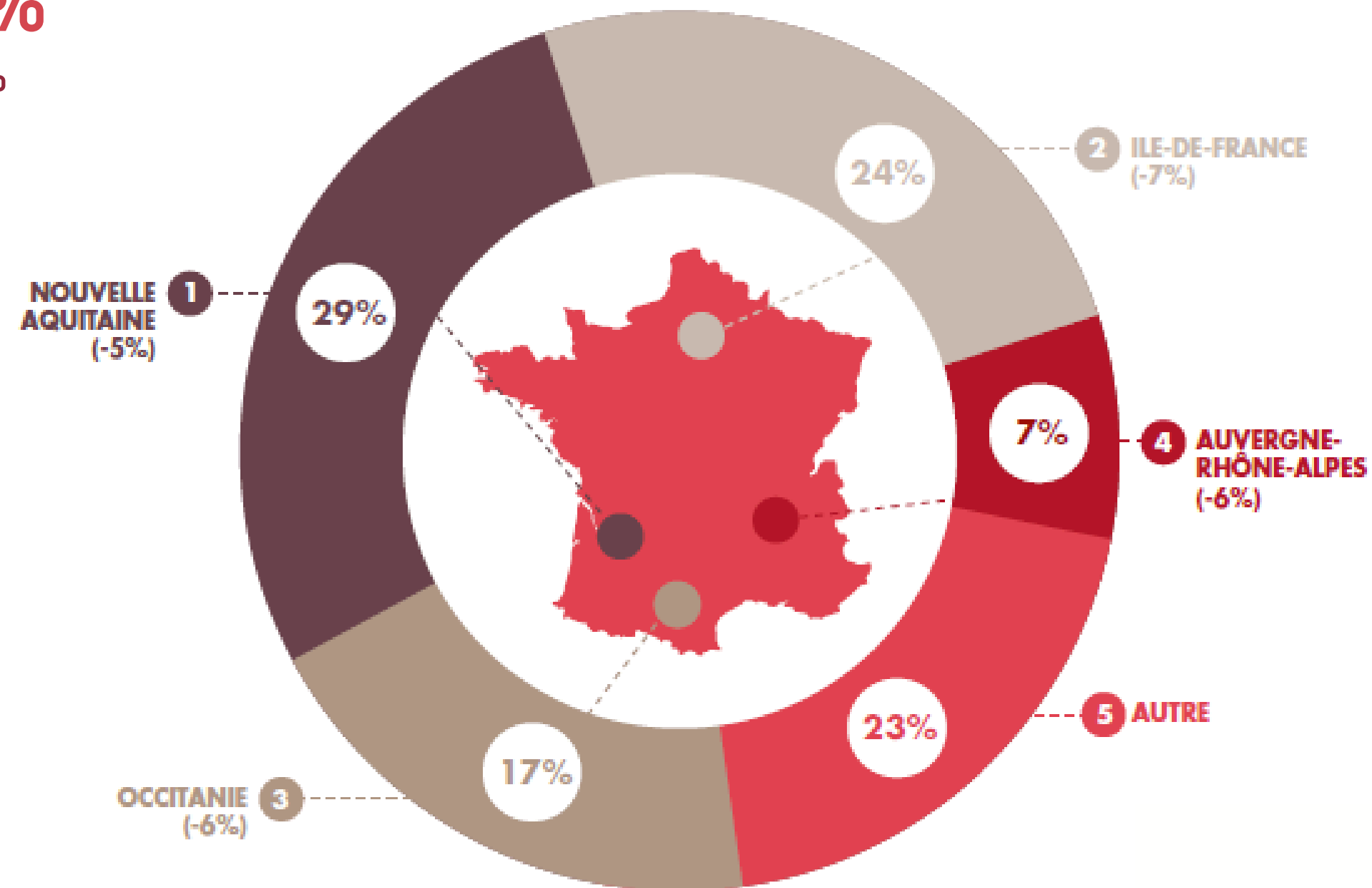


ORIGINE DES TOURISTES EN 2025

ORIGINES DES **TOURISTES FRANÇAIS**

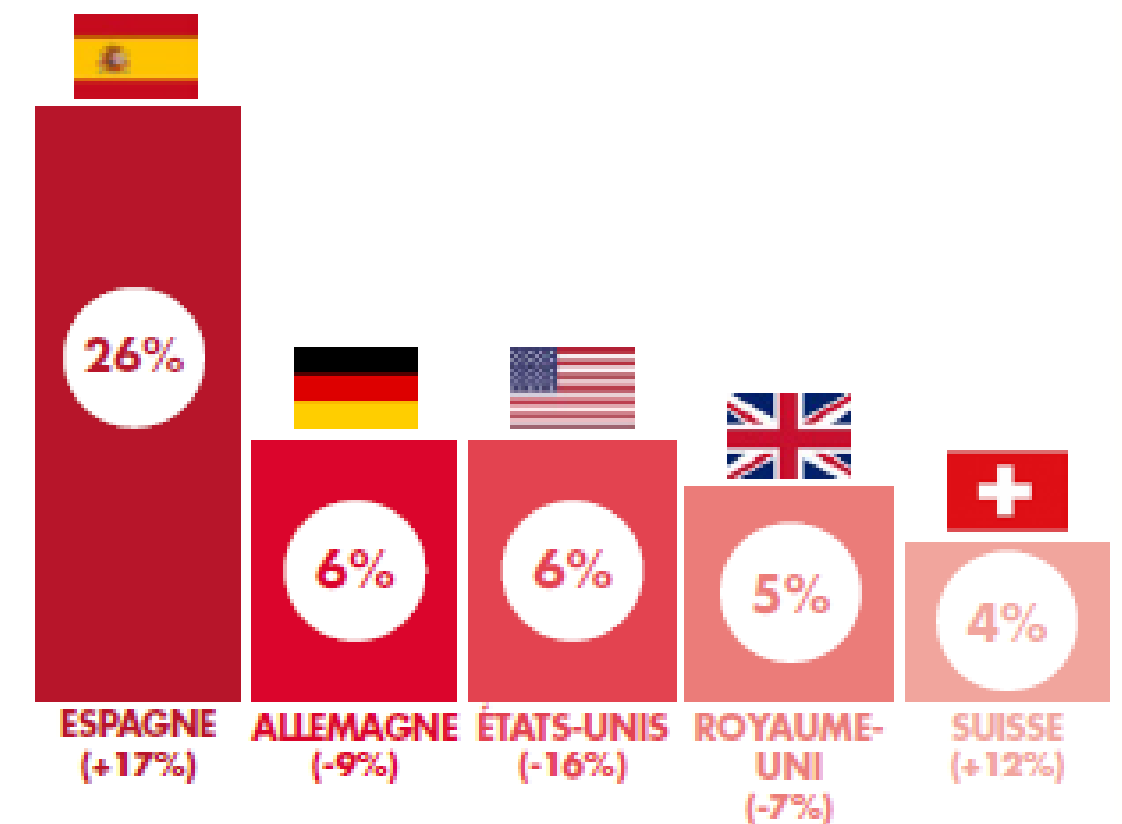
76%

-6%



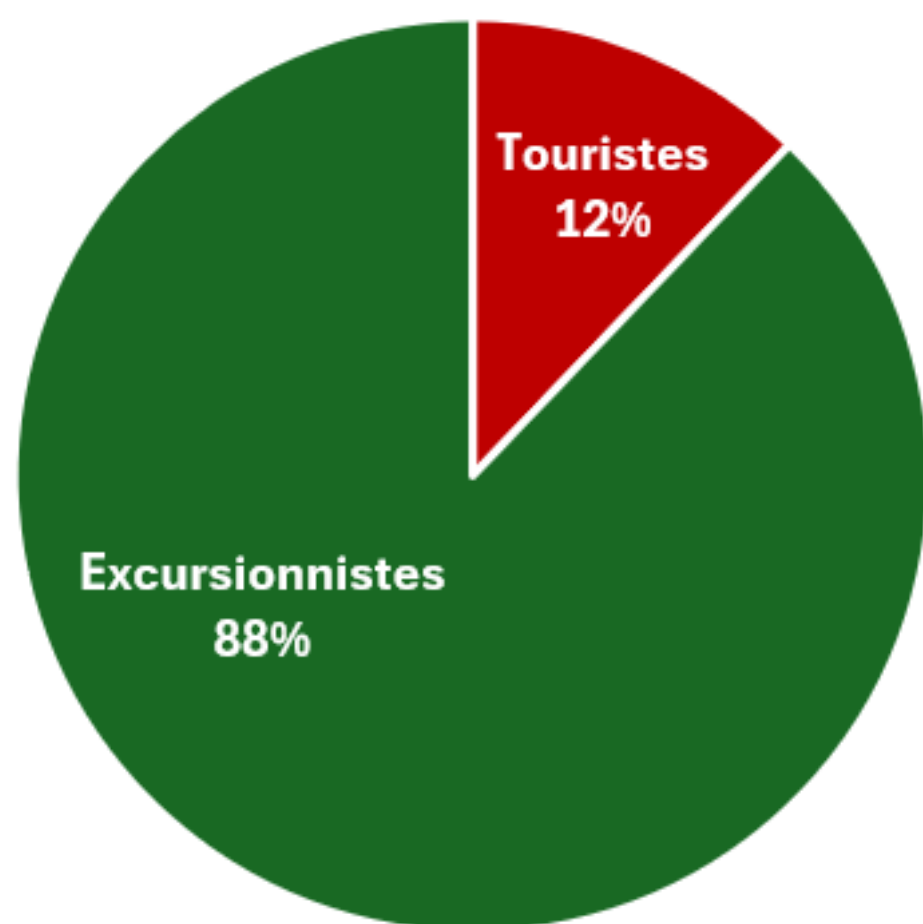
ORIGINES DES **24% TOURISTES ÉTRANGERS**

+2%



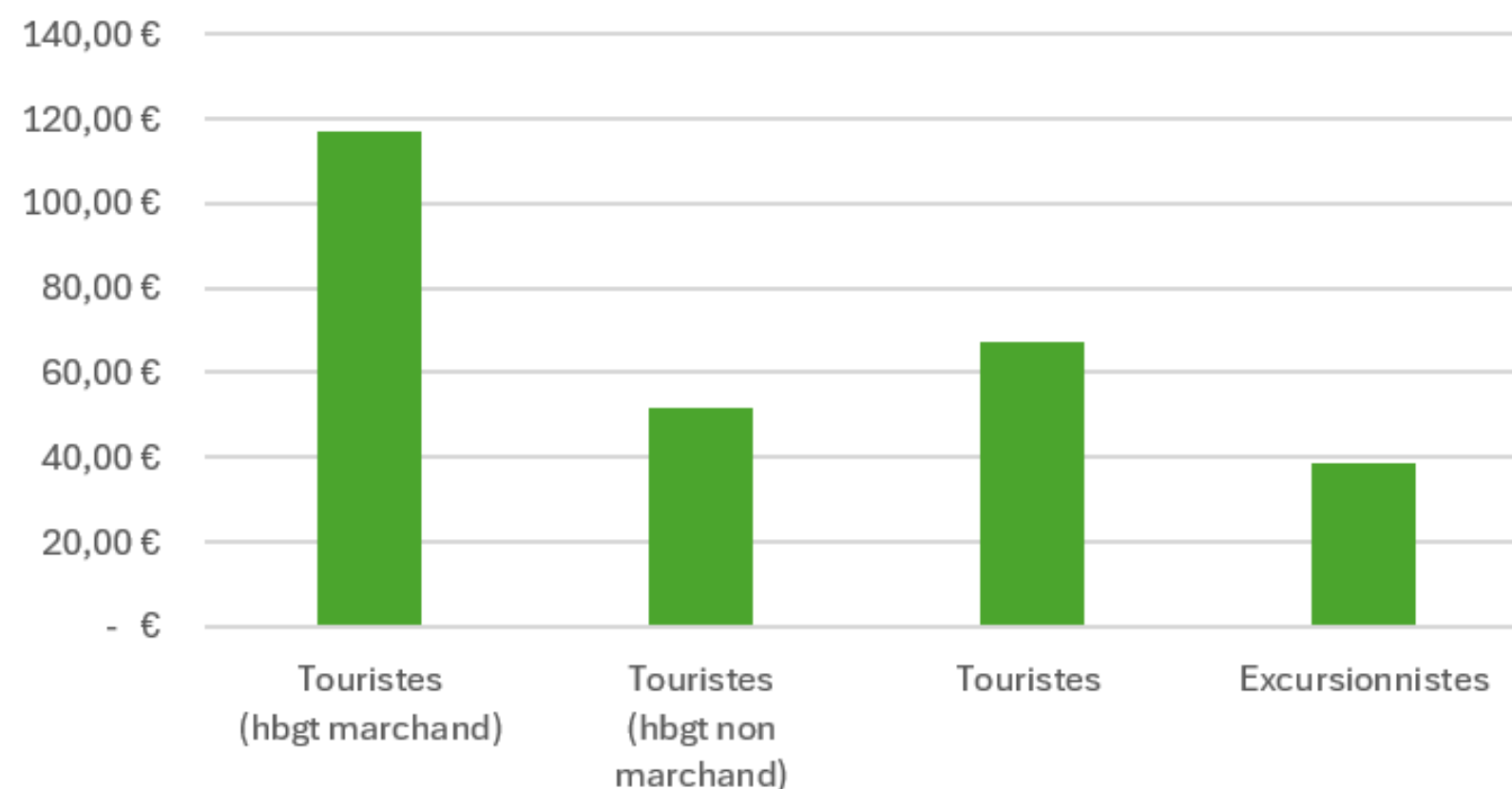
DEPENSE TOURISTIQUE 2025 A BAYONNE

Visiteurs

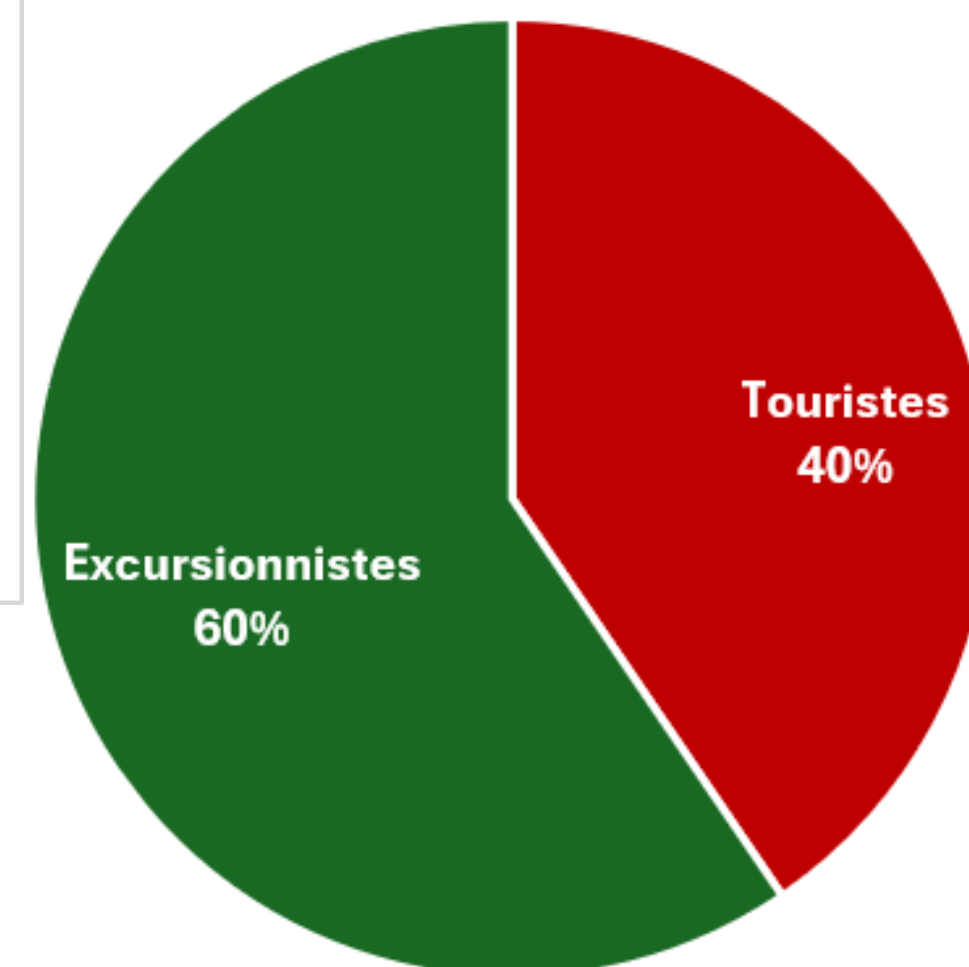


Séjour moyen
2,8 jours

Panier moyen



Dépense



TOTAL RETOMBÉES ÉCONOMIQUES SUR LE TERRITOIRE

467 690 000 €
(+0,7%)

CARTE D'IDENTITÉ DE L'OFFICE DE TOURISME



STATUT : ASSOCIATION

OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE A PERIMETRE MUNICIPAL

TUTELLE : COMMUNAUTÉ PAYS BASQUE

PÉRIMÈTRE : BAYONNE, STATION CLASSÉE DE TOURISME



255 ADHÉRENTS (+16%)



1,6 M€ BUDGET



51% D'AUTOFINANCEMENT

20 EMPLOIS **16,4 ETP**

15 SALARIÉS PERMANENTS

- **72% DE FEMMES**
- **AGE MOYEN : 44 ANS**

5 CDDs

OFFICE DE TOURISME



195 000

Actes de vente ou de renseignement



132 000

Personnes accueillies à l'office de tourisme



19 000

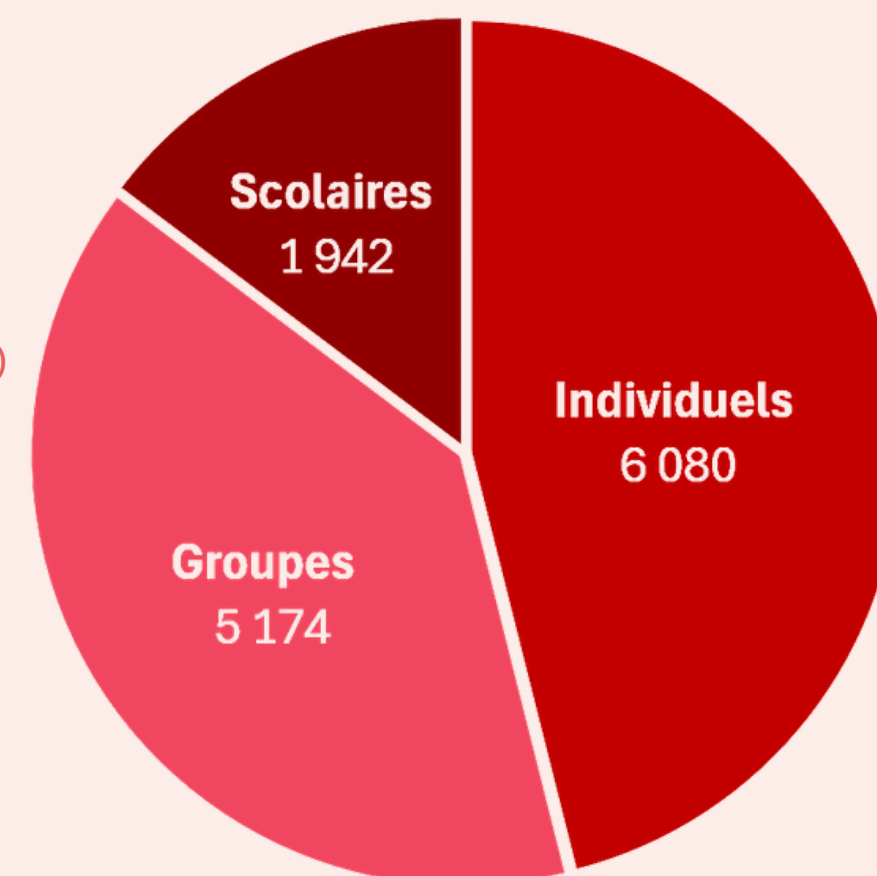
équipes ont joué sur les parcours de géocaching
#Terra aventura



3,9 MILLIONS DE VUES ⁽¹⁾
VISIBILITÉ WEB

N-1
+43%

**VISITES
GUIDÉES** ⁽²⁾
13 200
VISITEURS
N-1
-1%



L'ÉQUIPE VISITBAYONNE



Sandrine HIPPOLYTE
Adjointe de Direction
Responsable Pôle Hospitalité
sandrine@visitbayonne.com

Hospitalité
05 59 46 09 00



Maylis BRILLAXIS
Conseillère en séjour
maylis@visitbayonne.com



Laure DAUVISSAT
Conseillère en séjour
laure@visitbayonne.com



Émilie LAHARGOU
Conseillère en séjour
emilie@visitbayonne.com



Maïa BOURDÈRES
Conseillère en séjour
maia@visitbayonne.com



Baptiste VIGEON
Conseiller en séjour
baptiste@visitbayonne.com



Bouahlem REKKAS
Directeur

Direction
05 59 46 01 48
direction@visitbayonne.com

Développement
05 59 46 01 42

Commercialisation
05 59 46 01 47 / 05 59 46 01 41



Marie PRÉVOT
Chargée de commercialisation
et relation partenaires
marie@visitbayonne.com



Olivier DELBOS
Chargé de commercialisation
olivier@visitbayonne.com



Marjorie HIGOA
Chargée de communication digitale
marjorie@visitbayonne.com



Chloé DUCOULOUX
Chargée de communication digitale
(Alternance)
communication@visitbayonne.com



Xabi BELAIN
Responsable Pôle Développement
xabi@visitbayonne.com

Guides conférencières



Joana BARACE
joana@visitbayonne.com



Isabelle DUPONT
isabelle@visitbayonne.com



Ana GOMEZ BOUYDRON
ana@visitbayonne.com

L'équipe saisonnière Visitbayonne 2026

Hospitalité

Conseillers en séjour
05 59 46 09 00



Vanessa HOUADEC



Zoé AGUERRE



Lise FORCAMIDAN



Mia REYNAULT



Nils HALMAERT

ENGAGÉS POUR UN TOURISME SOUTENABLE ET DE QUALITÉ



SOUTENABLE



INCLUSIF



DE QUALITÉ



Vendredi 19 juin 2026



RAPPORT

d'Activité

M. BOUAHLEM REKKAS, DIRECTEUR



SOMMAIRE

MISSIONS



MISE EN ŒUVRE DE LA FEUILLE DE ROUTE



PROJETS 2026

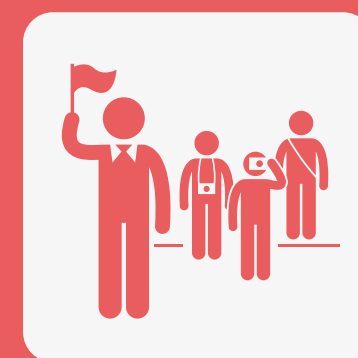
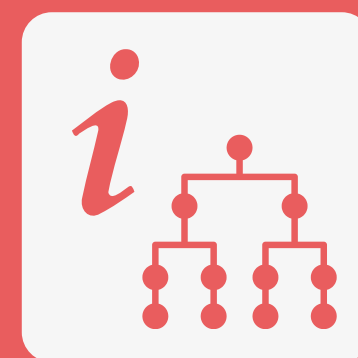


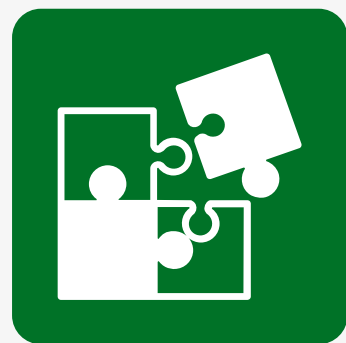
MISSIONS CONFIEES PAR :

**LA COMMUNAUTE
D'AGGLOMERATION
DU PAYS BASQUE**



LA VILLE DE BAYONNE





Axe 1

RENFORCER LE JEU COLLECTIF



- FIXER LES OBJECTIFS ET MOYENS
- TIRER PARTI DES POLITIQUES TERRITORIALES
- METTRE EN RÉSEAU LES ACTEURS
- PILOTER & ÉVALUER

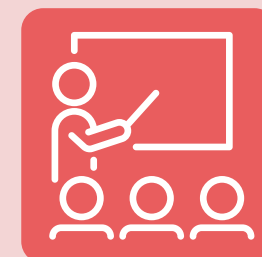


REALISATIONS 2025

**MISE EN OEUVRE DE LA
CONVENTION VILLE/OT
RÉVISÉE**



PROFESSIONNALISATION
FSE/AFDAS/MONA/
OTPB/CAPB/Ville



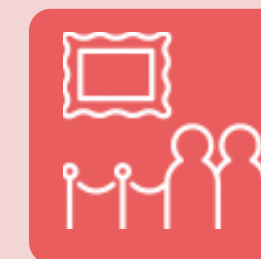
**OBSERVATION ET
PROMOTION**
ADT/CRT/CAPB / OTPB



**ANIMATION DU RESEAU DES
PARTENAIRES ET ATELIERS
NUMÉRIQUES**



**INTÉGRATION DU MBH
À L'OFFRE DE L'OT**



**CONCEPTION MICRO-LEARNING
TOURISME DURABLE**



TOURISME RESPONSABLE EN PAYS BASQUE

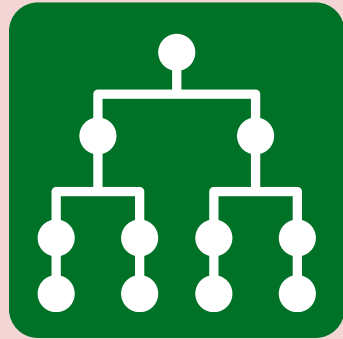
E-LEARNING DÉDIÉ AUX PROFESSIONNELS DU TOURISME

**OBJECTIFS : MAITRISER LES ENJEUX LOCAUX LIÉS AUX RESSOURCES
ET S'INFORMER SUR LES OUTILS A DISPOSITION CONCERNANT :**



1. La mobilité douce
2. L'eau
3. La biodiversité
4. La consommation locale
5. La culture basque et gasconne





Axe 2

STRUCTURER L'OFFRE POUR UN TOURISME CHOISI

- QUALIFIER L'OFFRE ET L'ADAPTER A NOS CIBLES
- FAVORISER LES COMPORTEMENTS VERTUEUX
- AMÉLIORER LA GESTION DES FLUX
- ADAPTER LES SERVICES DE L'OT



REALISATIONS 2025

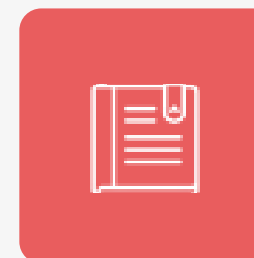
**LANCEMENT DU CLUB
BAYONNE GOURMAND**



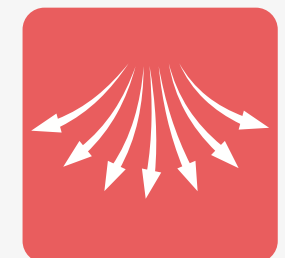
CIRCUITS SANS VOITURE



**DIFFUSION DU GUIDE TXIK
TXAK / HÉBERGEURS**



**GESTION DES FLUX
OREKA**

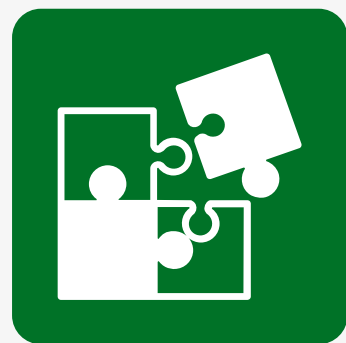


**INITATION A LA PELOTE BASQUE
ET VISITES À VÉLO**



VISITES GUIDEES





Axe 3

AMÉLIORER L'ACCUEIL

- REPENSER L'ACCUEIL TOURISTIQUE
- REVOIR LA STRATÉGIE DIGITALE
- RENFORCER LA DÉMARCHE QUALITÉ
- VALORISER NOS MARQUEURS CULTURELS



REALISATIONS 2025



PRÉPARATION À
DESTINATION D'EXCELLENCE



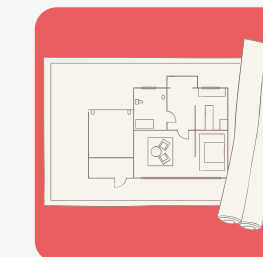
RENOUVELLEMENT DU LABEL
TOURISME & HANDICAP



CONFORTER
L'ACCUEIL NUMERIQUE



REAGENCEMENT DE
L'ESPACE D'ACCUEIL



DEVELOPPER
L'OFFRE DE BILLETTERIE



OFFRIR UNE EXPÉRIENCE PLUS ACCUEILLANTE ET FONCTIONNELLE



OBJECTIFS : AMÉLIORER

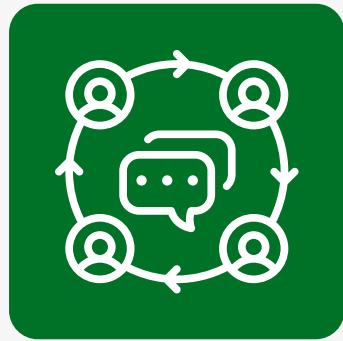
- la lisibilité extérieure et intérieure
- l'expérience d'accueil de tous
- la valorisation de nos partenaires
- la visibilité de notre boutique et de l'artisanat local
- les conditions de travail

LA BOUTIQUE



INFOS, PROSPECTUS BAYONNE / PAYS BASQUE





PROMOTION ET COMMUNICATION



- POURSUIVRE LA COMMUNICATION EN SÉJOUR ET LA COMMERCIALISATION DE NOS PRODUITS
- DÉVELOPPER NOTRE AUTO-FINANCEMENT
- CAPITALISER SUR NOTRE NOTORIÉTÉ TOURISTIQUE ET L'OUVERTURE DU MUSÉE BONNAT-HELLEU
- RENFORCER LES RELATIONS AVEC NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



REALISATIONS 2025

**GESTION QUOTIDIENNE DE NOS
OUTILS WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX**



**GRC / NEWSLETTERS CIBLÉES
CHAQUE MOIS**



**NOUVEAU SITE
BAYONNE SEMINAIRES**



**CAMPAGNE PUBLICITAIRE
VISITES GUIDÉES**



**EDITIONS
VISIT BAYONNE 2025**



PACKS COMMUNICATION ADT



PARTENARIAT ADT 64

PACKS ACTIONS 2025



Focus : OPORRAK ETXEAN

OBJECTIF : PROPOSER AUX HABITANTS DES PYRÉNÉES-ATLANTIQUES (64) DES OFFRES EXCLUSIVES* POUR (RE)DÉCOUVRIR LE PAYS BASQUE AUTREMENT

*Hébergements, visites et activités avec au minimum -15 % de réduction.



Vendredi 19 juin 2026



PROJETS

2026



PROJETS 2026



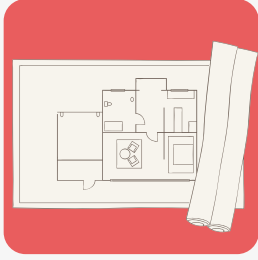
REGROUPEMENT
OTPB



TOKIKOA



TERMINER LE RÉAGENCEMENT
DE L'ESPACE D'ACCUEIL



OREKA



LABÉLISATION
DESTINATION D'EXCELLENCE



POLITIQUE RSE



MUSÉE BONNAT-HELLEU



PROMOTION
COMMUNICATION



PARTENARIAT RENFORCE
AVEC TXIK TXAK



ANIMATION DU RÉSEAU
DES PARTENAIRES



Vendredi 19 juin 2026



RAPPORT

Financier

PAR M. MICHAEL CLAIRAC - CABINET SERS WALTER FRANCE

APPROBATION DES COMPTES ANNUELS 2025 ET AFFECTATION DU RÉSULTAT



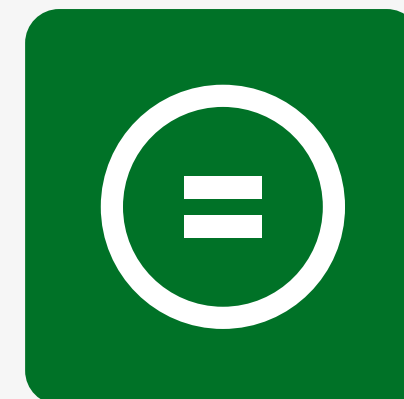
Les produits



Les charges



Le résultat



LES PRODUITS



TOTAL : 1 586 964 €
(-5%)



Subventions d'exploitation
770 250 €

Subvention CAPB

530 000 €

Subvention Ville de Bayonne

235 000 €

Aides apprentissage

5 250 €)

LES PRODUITS



RECETTES COMMERCIALES
781 000 €
-7%

BOUTIQUE ET PRODUITS DÉRIVÉS :	324 000 EUROS	(+32%)
JOURNÉES GROUPES ET ESCAPADES :	238 500 EUROS	(-43%)
VISITES GUIDÉES :	116 200 EUROS	(+36%)
BILLETTERIE :	31 600 EUROS	(+27%)
PARTENARIAT ET PRESTATIONS :	70 500 EUROS	(+ 9%)



AUTRES RECETTES
31 500 €

COTISATIONS ET DIVERS :	31 500 EUROS	(-6%)
-------------------------	--------------	-------



LES CHARGES

TOTAL : 1 590 997 € (-6%)



Achat de marchandises
111 100 euros (+28%)



Charges externes
526 800 euros (-22%)



Impôts et taxes
18 700 euros (-27%)



Salaires traitements
621 700 euros (-2%)



Charges sociales
214 340 euros (-10%)



Dotations amortissement et
provisions
30 800 euros (-16%)

LE RÉSULTAT



LE RÉSULTAT FAIT APPARAÎTRE UN BÉNÉFICE DE
3 557 €

AFFECTATION DU RESULTAT
AUX RESERVES ASSOCIATIVES

CE RÉSULTAT PORTE LES FONDS PROPRES À
202 480 €



Vendredi 19 juin 2026

RAPPORT DU COMMISSAIRE

Aux comptes

MICHAEL CLAIRAC - CABINET SERS WALTER FRANCE



Vendredi 19 juin 2026



QUESTIONS

Diverses

MERCI!

