

Fréquentation touristique sur la Vallée du Kiwi

LANDES
Terre des possibles

**Analyse des données
Flux Vision Tourisme
Septembre- Octobre 2025**

LANDES
Attractivité

la VALLÉE
du KIWI
Projet d'Office de tourisme





Bilan de fréquentation – Vallée du Kiwi – Septembre-Octobre 2025



Clientèle française



65 251

nuitées touristiques françaises

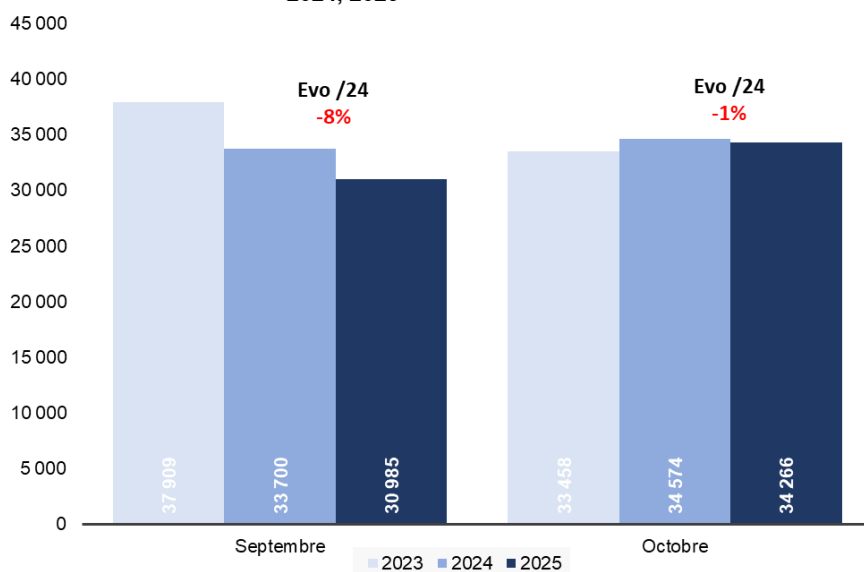
↘ -4,4%/2024

2,4%

des nuitées
du département

Répartition mensuelle des nuitées

Vallée du Kiwi : nuitées françaises septembre et octobre 2025 - 2024, 2023



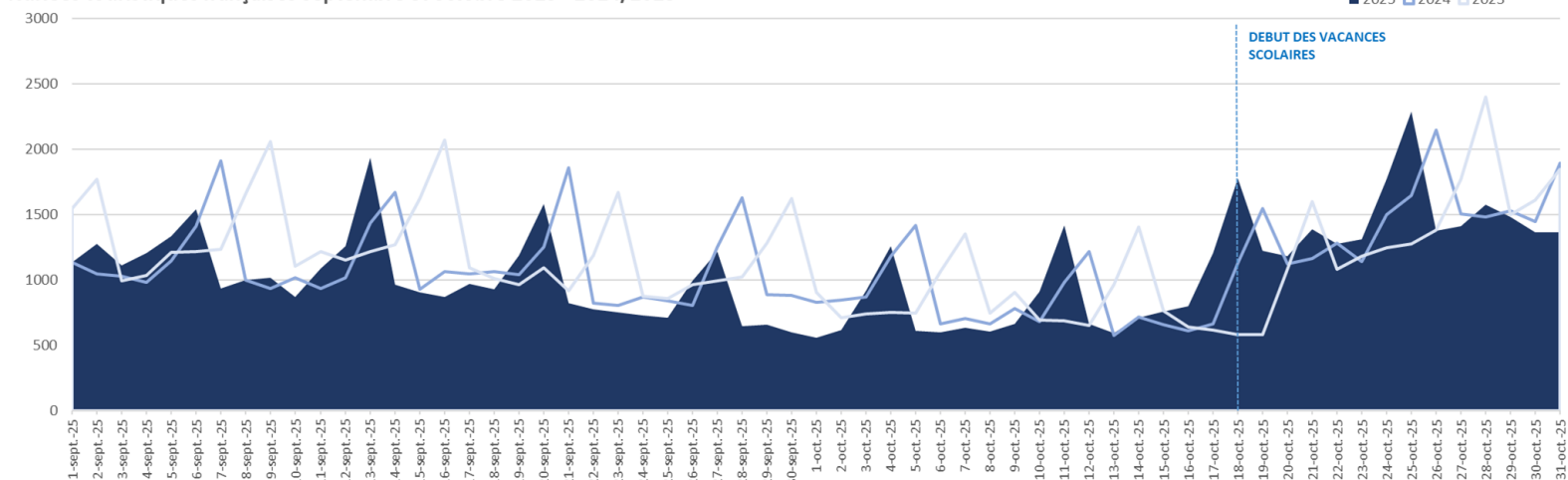
Commentaires :

Le bilan de la période est inférieur à celui de 2024.

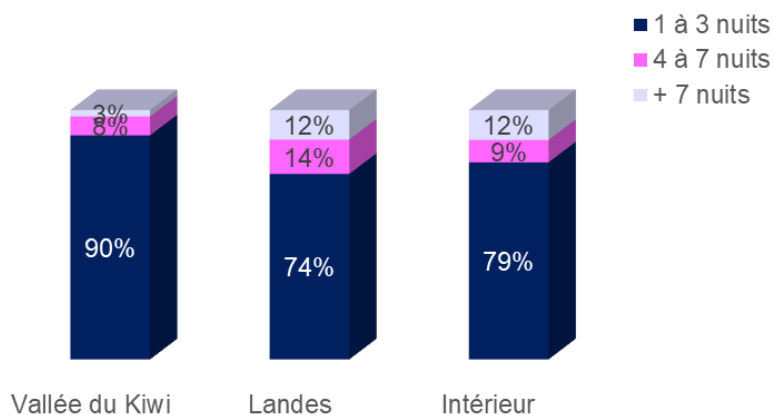
Le mois de septembre connaît une baisse de fréquentation (-8%). Cependant, le mois d'octobre connaît lui une stabilité (-1%) et un niveau de fréquentation supérieur à celui du mois de septembre (3 281 nuitées supplémentaires).

Courbe des nuitées touristiques

Nuitées touristiques françaises septembre et octobre 2025 - 2024/2023



Durée de séjour des clientèles françaises



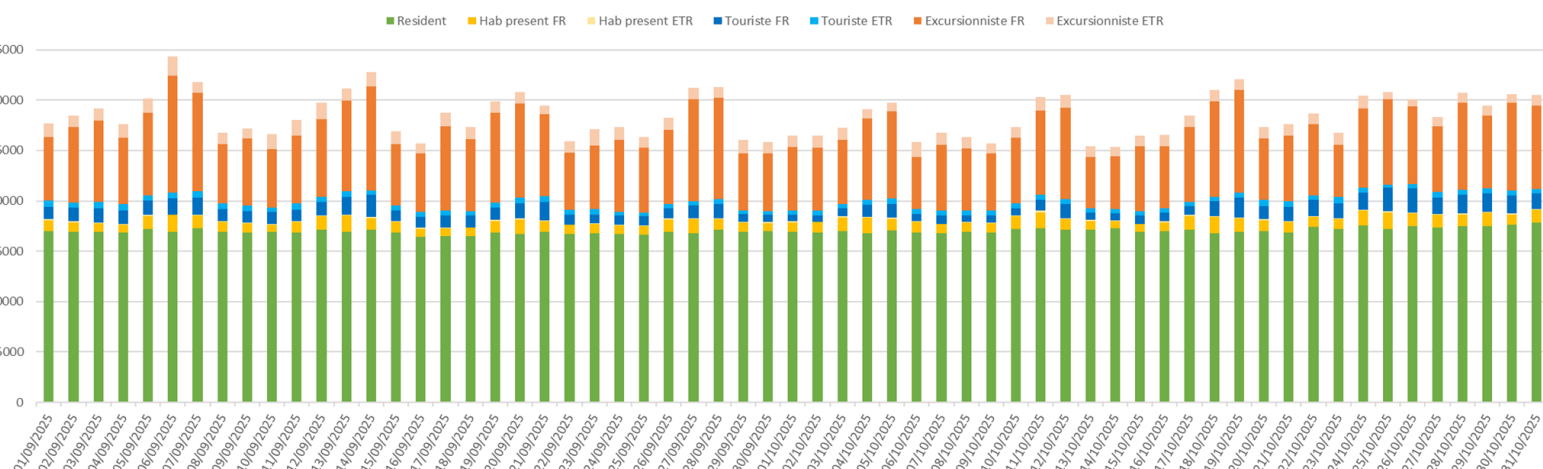
IMPORTANT

Pour tous les indicateurs liés au profil du touriste, ce segment inclut toute personne, facturée hors du département, présente sur le territoire entre minuit et 6h.

Sont comptabilisés dans cette catégorie les profils saisonnier/nuitée professionnelle/routier...

Fréquentation diurne (tous segments confondus)

Vallée du Kiwi : fréquentation diurne du 1er septembre au 31 octobre 2025



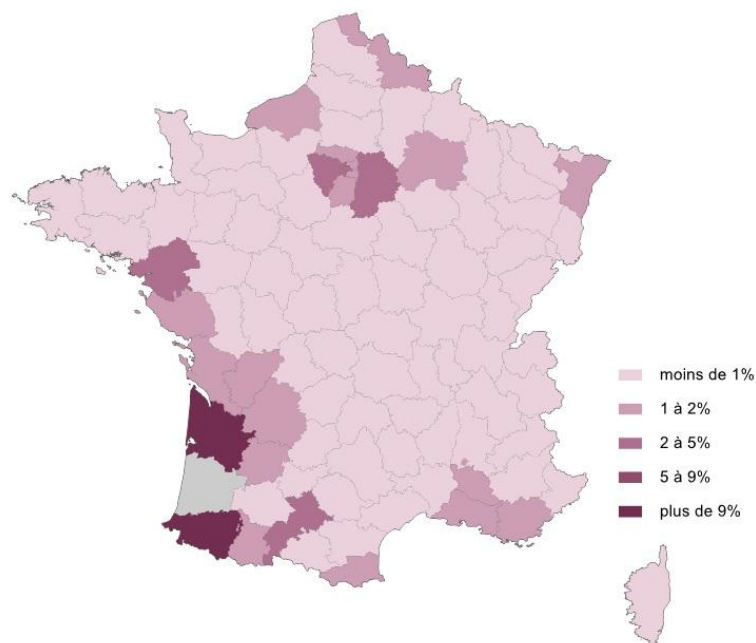
Présence cumulée des segments de clientèle vus sur le territoire

Origine géographique de la fréquentation

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

		/2024
Aquitaine	31%	→ =
Ile-de-France	17%	→ -17%
Midi-Pyrénées	9%	→ -13%
Pays-de-la-Loire	5%	→ -4%
PACA	5%	→ -4%

Vallée du kiwi : origine de la clientèle venue en arrière-saison 2025

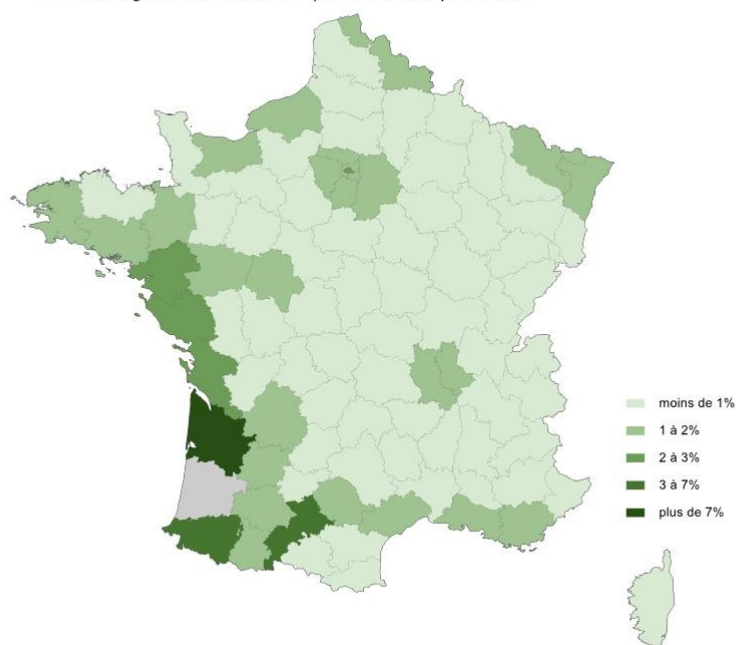


A l'échelle de l'intérieur

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

		/2024
Aquitaine	23%	→ -1%
Ile-de-France	20%	→ -7%
Midi-Pyrénées	9%	→ +2%
Pays-de-la-Loire	7%	→ -3%
Rhône-Alpes	6%	→ +2%

Intérieur: origine de la clientèle française venue en sept-oct 2025

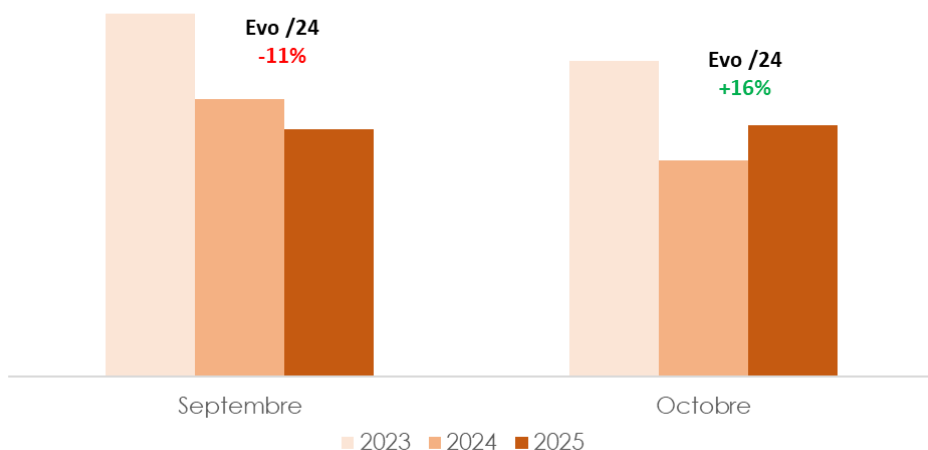




Clientèle étrangère (toutes activités confondues)

 +1%/2024

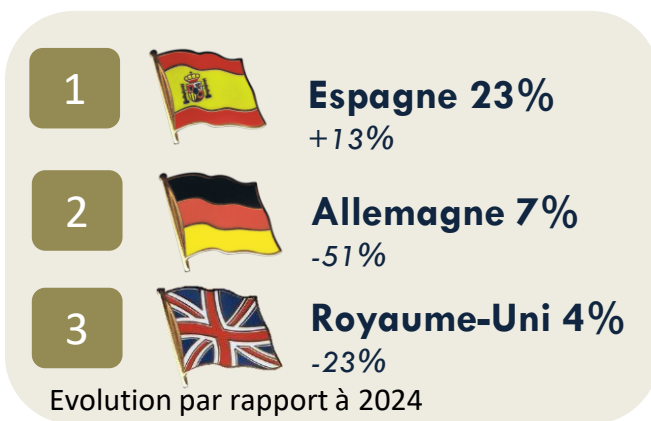
Répartition mensuelle des nuitées



Commentaires :

La clientèle étrangère est stable sur la période mais avec un déséquilibre entre septembre (-11%/2024) et octobre (+16%/2024).

Principales origines des clientèles étrangères



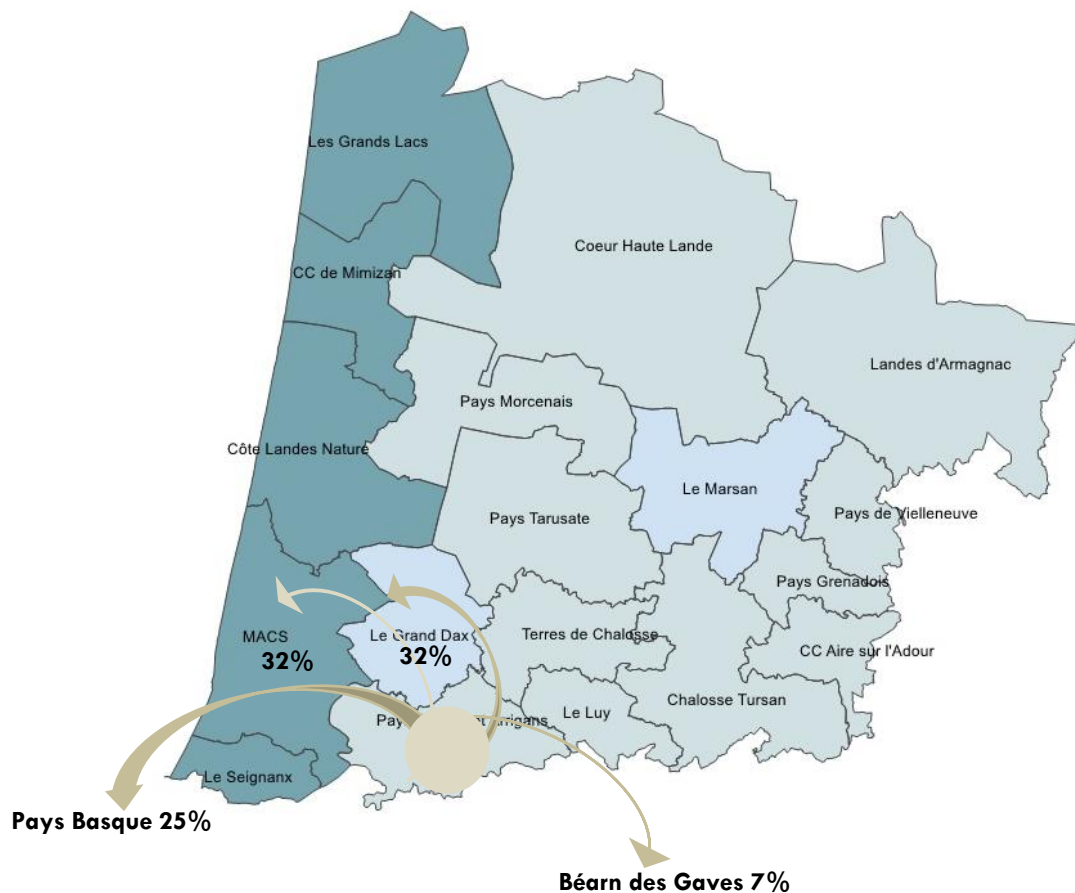
Intérieur :

Espagne	19%	-7%
Allemagne	6%	-1%
Pays-Bas	4%	-3%

Mobilité (toutes activités confondues)

Où partent en excursion les touristes séjournant sur la Vallée du kiwi?

Hors excursions sur la zone de la Vallée du kiwi

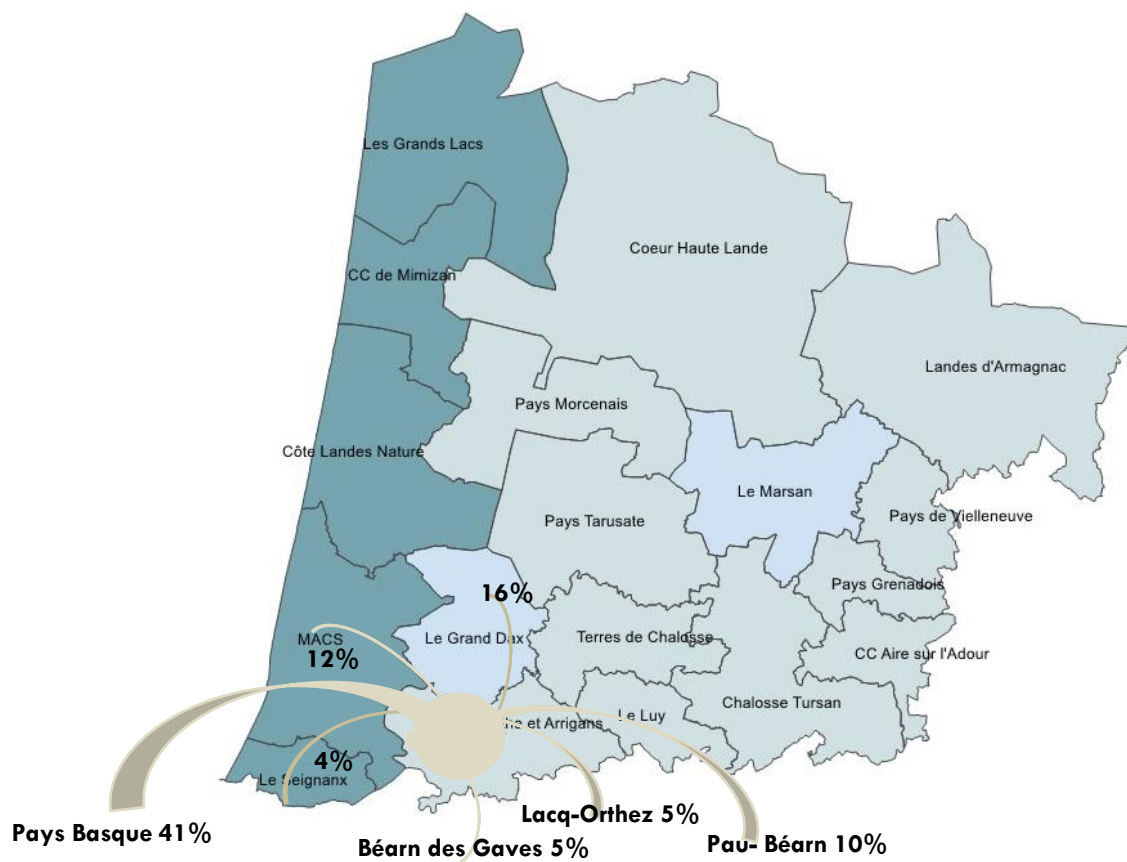


TOP 10 des lieux d'excursions (communes ou ensemble de communes) des touristes de la zone en dehors de la Vallée du Kiwi

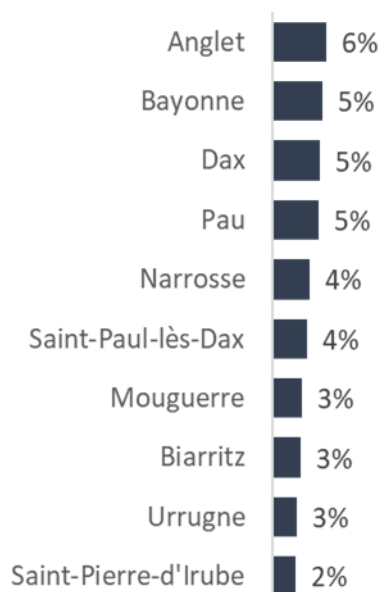
Saint-Geours-de-Maremne, Saubusse	11%
Bayonne	10%
Dax	9%
Saint-Paul-lès-Dax	9%
Soorts-Hossegor	8%
Bénesse-lès-Dax, Narrosse, Oeyreluy, Saint...	7%
Josse, Saint-Jean-de-Marsacq	7%
Salies-de-Béarn	6%
Capbreton	4%
Angoumé, Mées, Rivière-Saas-et-Gourby	3%

Mobilité (toutes activités confondues)

Où séjournent les touristes venus en excursion sur la Vallée du kiwi?



TOP 10 des lieux de nuitées (communes ou ensemble de communes) des excursionnistes



Le dispositif Flux Vision Tourisme (FVT)



QU'EST CE QUE « FLUX VISION TOURISME » ?

« **Flux Vision Tourisme** » est une solution développée par Orange, coconstruite avec ADN Tourisme (réseau national des CDT/ADT, CRT, OT), aujourd'hui utilisée par la moitié des départements français.

Cette solution permet de convertir des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation des territoires et le déplacement des populations.

Développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données, elle fait l'objet de nombreux travaux de recherches et développements depuis 2012 où une expérimentation pilote a été menée par Bouches-du Rhône Tourisme pour Marseille Provence 2013.

Une segmentation (qualification d'un mobile en « touriste », « résident »...) est effectuée en tenant compte de l'adresse de facturation, des durées et des fréquences de séjours.

Un redressement est effectué pour passer de X mobiles à Y personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme le taux d'équipement mobile et la part de marché d'Orange.

Note d'utilisation :

« Flux Vision Tourisme » fait l'objet de travaux permanents d'optimisation tant dans ses méthodes de production que de traitement. Cette solution a été acquise par Landes Attractivité en partenariat avec les territoires landais engagés afin de récolter des résultats à leur échelle.



GUIDE DE LECTURE

Définitions

Un touriste

Il s'agit d'une personne facturée (abonnement mobile) hors département, séjournant sur le territoire et sur de courtes durées pour tout motif (personnel, professionnel...) et dans toute forme d'hébergement (marchands, résidences secondaires, familles).

Un excursionniste

Il effectue une excursion (supérieure à 1h) en journée dans le département, en dehors de sa zone d'hébergement le jour de l'évaluation.

Un habituellement présent

Il n'habite pas sur le territoire mais il y séjourne longtemps ou souvent.

Exemple : étudiants ou travailleurs venant pour la semaine et retournant chez eux le week-end. Ou bien les résidents secondaires avec de fréquents séjours.

IMPORTANT :

La segmentation est dite « glissante » ; elle fonctionne par fenêtre de 90 jours. Des personnes peuvent, au cours du temps, basculer d'un segment à un autre et avoir un impact sur les courbes.

Exemple : arrivée massive d'étudiants facturés en dehors du département en septembre, considérés comme « touristes » pendant 30 nuitées, puis comme « habituellement présents », puis comme « résidents ».

LANDES ATTRACTIVITÉ
Observatoire et études
observatoire@landesattractivite.com