

Fréquentation touristique de la Vallée du Kiwi en 2025

LANDES
Terre des possibles

Analyse des données Flux Vision Tourisme

LANDES
Attractivité

la VALLÉE
du KIWI
Pays d'Orthe et Nérone



Bilan de fréquentation – Vallée du Kiwi en 2025



530 000

de nuitées touristiques
françaises et étrangères
↓ -2,7%/2024



Clientèle française

493 000 nuitées
soit 93% des nuitées totales
-2,8%/24



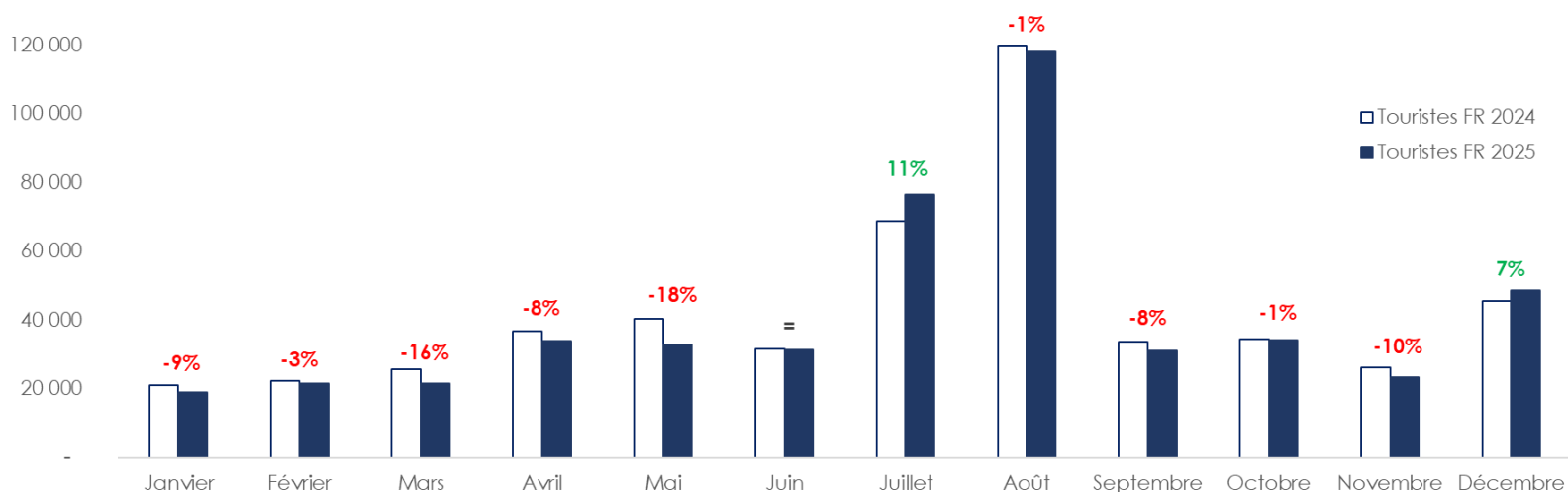
Clientèle étrangère

37 000 nuitées estimées
-1,4%/24

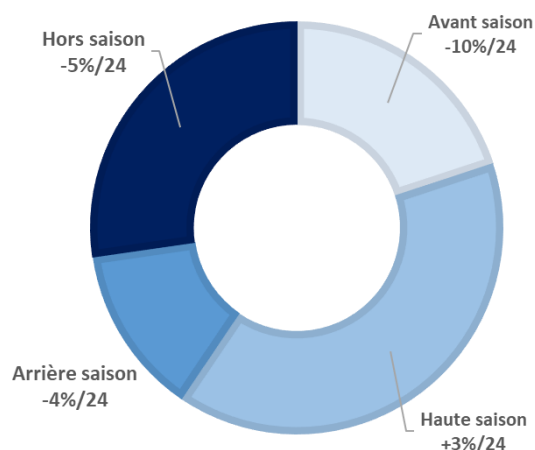


La clientèle française

Evolution mensuelle des nuitées



Répartition par saison



Avant-saison : avril, mai, juin

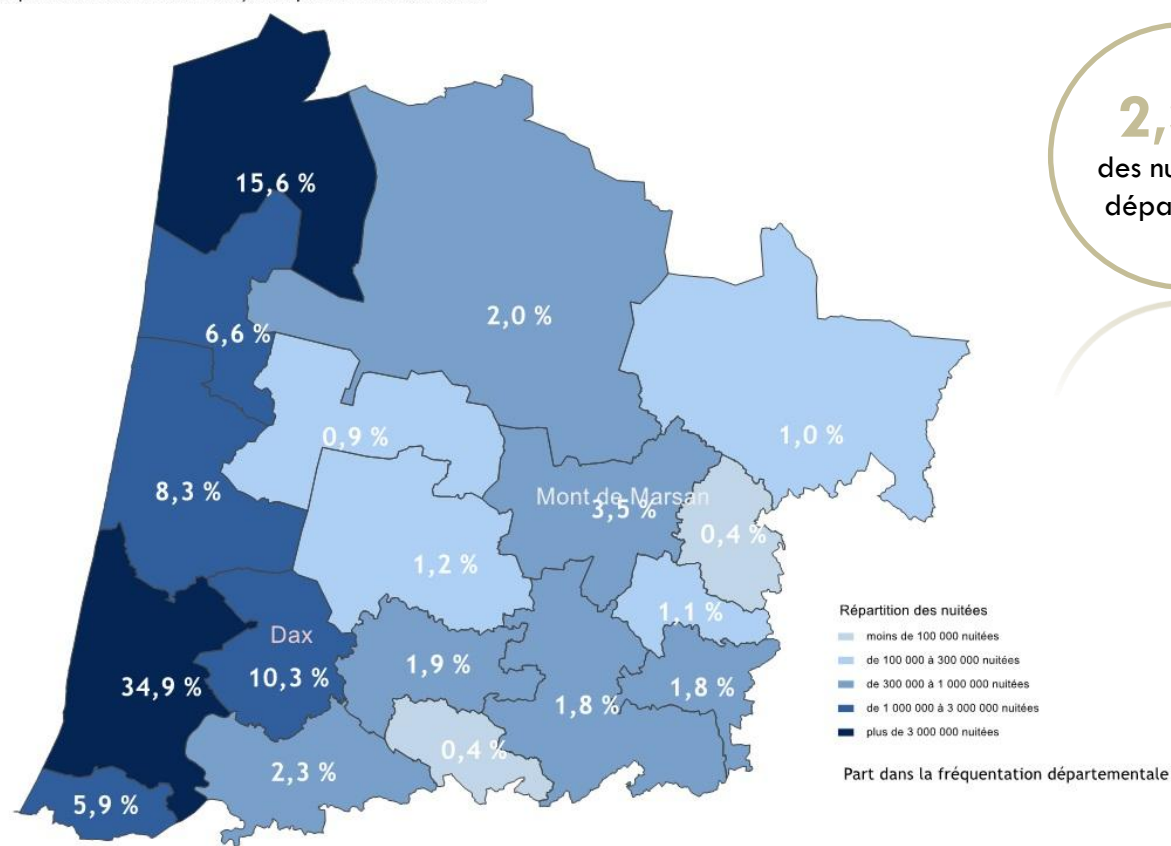
Haute-saison : juillet, août

Arrière-saison : septembre, octobre

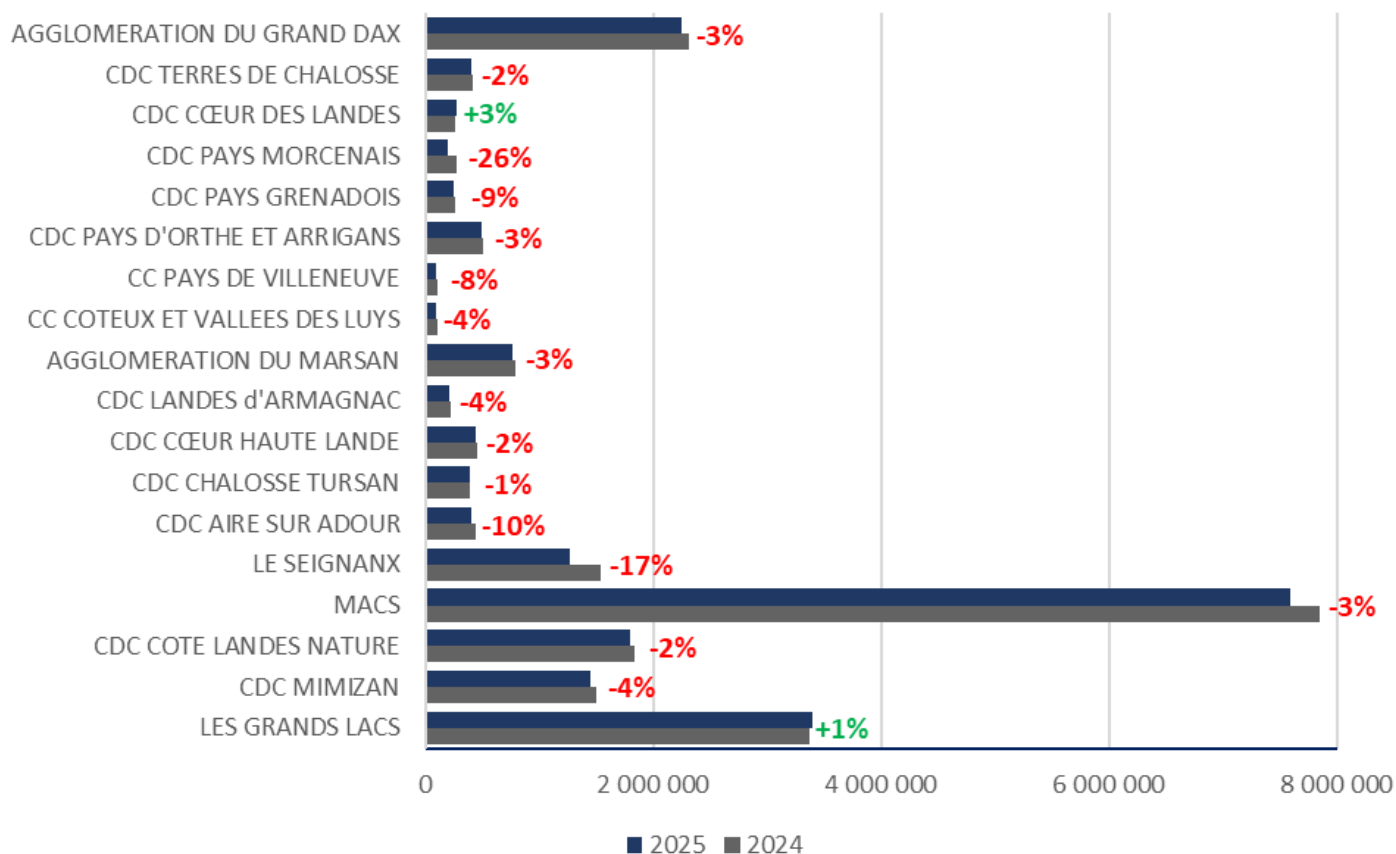
Hors-saison : janvier, février, mars, novembre, décembre

Dynamique territoriale

Répartition des nuitées françaises par territoire en 2025



Evolution par territoire



Origine géographique de la fréquentation

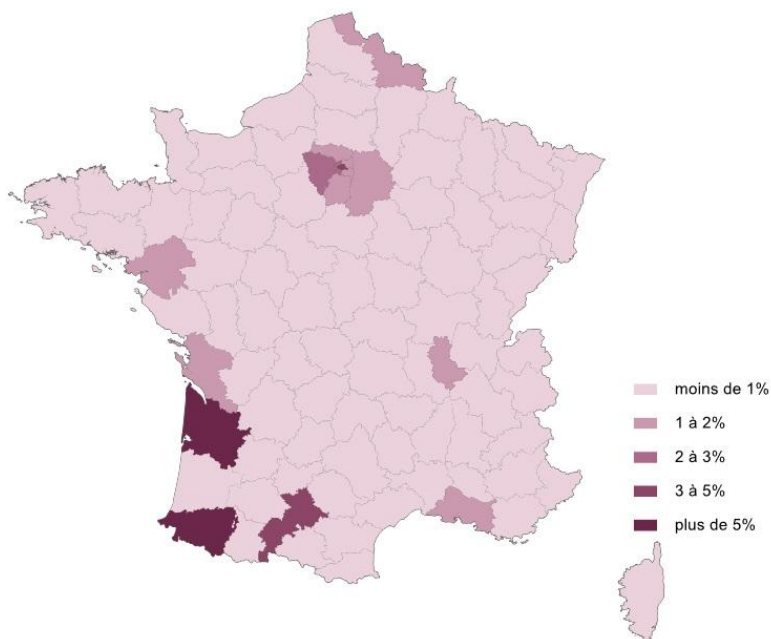
PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

Vallée du kiwi : origine de la clientèle venue en 2025

		/2024
Aquitaine	29%	➡ -1%
Ile-de-France	23%	➡ -6%
Midi-Pyrénées	9%	➡ -4%
Rhône-Alpes	5%	➡ +4%
PACA	4%	➡ =

Pyrénées-Atlantiques

1^{er} département
16%
-7%/24



Saisonnalité : répartition des nuitées françaises



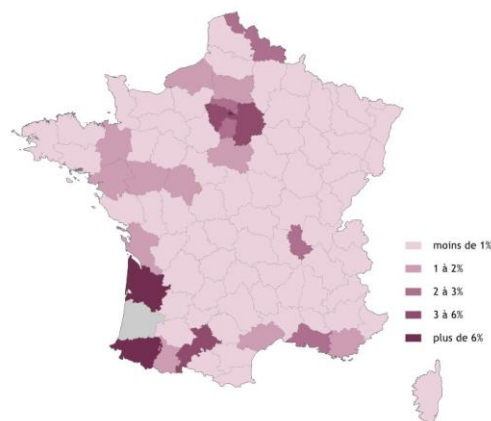
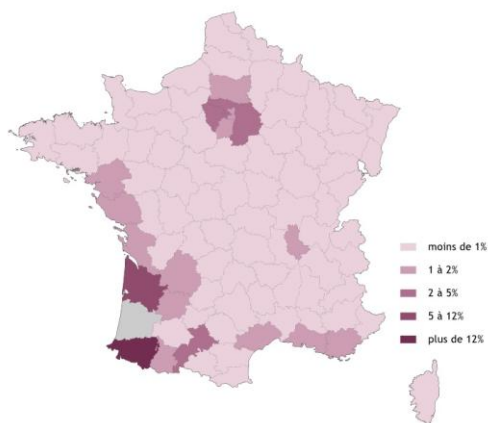
Avant-saison
20% des nuitées
-10%/24

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



Haute-saison
40% des nuitées
+3%/24

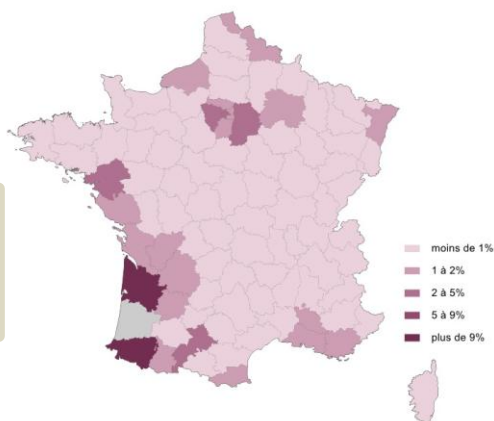
Vallée du kiwi : origine de la clientèle venue en haute-saison 2025



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



Après-saison
13% des nuitées
-4%/24





La clientèle étrangère



37 000

nuitées touristiques estimées

↘ -1,4%/2024

Saisonnalité : répartition des nuitées étrangères



23% des nuitées

-4%/24



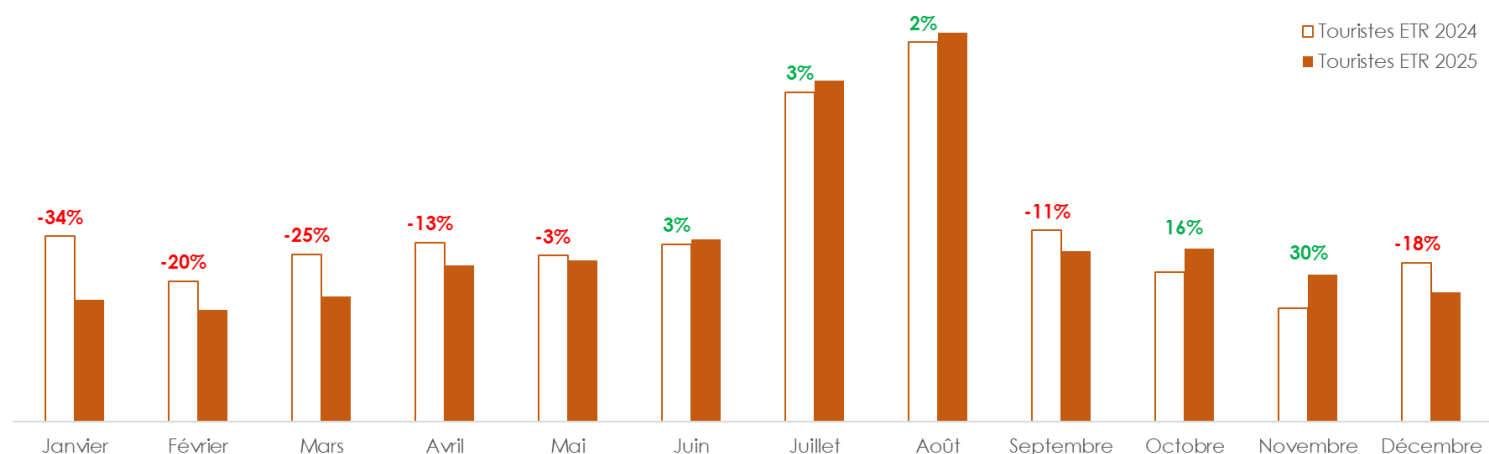
33% des nuitées

+3%/24



16% des nuitées

+1%/24



Principales origines des clientèles étrangères

1



Espagne 24%

-5%

2



Allemagne 8%

-20%

3



Royaume-Uni 6%

+8%

Evolution par rapport à 2024

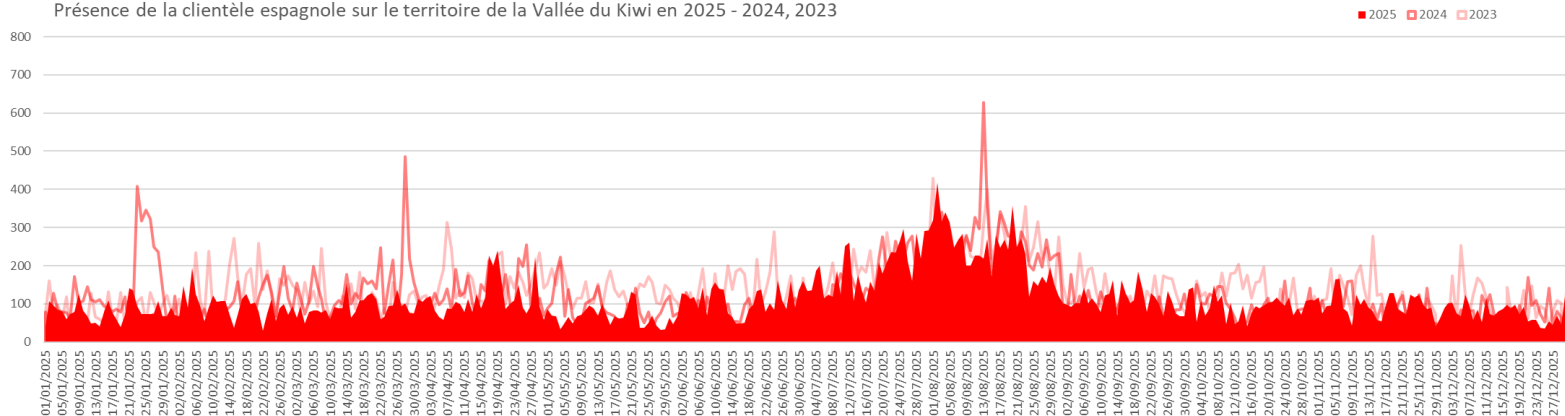
Note méthodologique : en 2024, une anomalie avait été constatée sur la captation des mobiles de la clientèle en provenance d'Espagne entre le 1^{er} janvier 2024 et le 30 avril 2024. Les données ont été recalculées pour corriger cette anomalie.

Fréquentation touristique

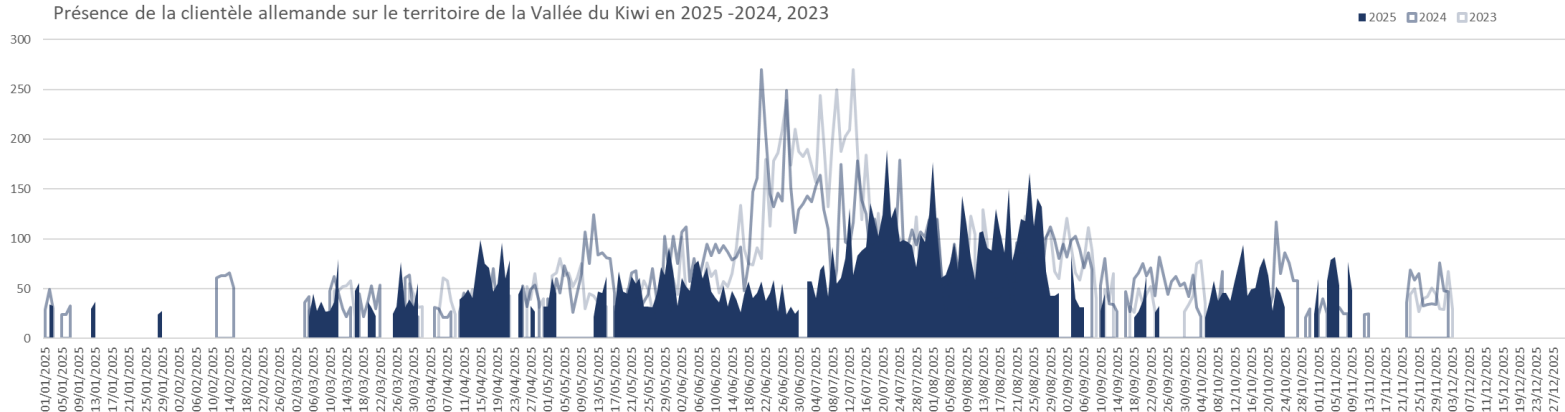
Zoom sur la clientèle étrangère



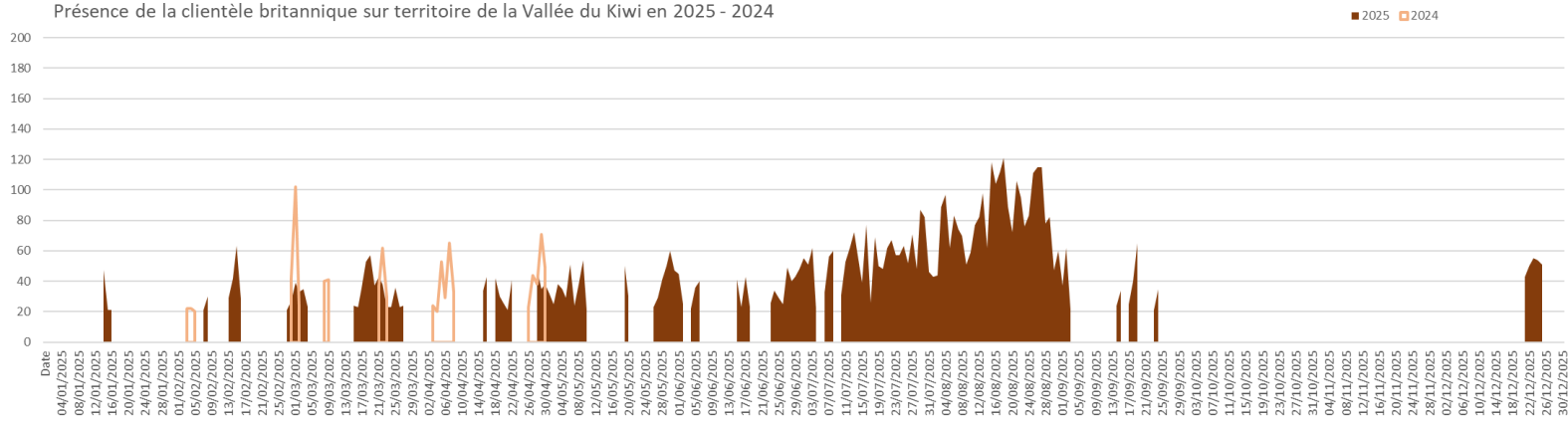
Présence de la clientèle espagnole sur le territoire de la Vallée du Kiwi en 2025 - 2024, 2023



Présence de la clientèle allemande sur le territoire de la Vallée du Kiwi en 2025 - 2024, 2023



Présence de la clientèle britannique sur territoire de la Vallée du Kiwi en 2025 - 2024



Les excursionnistes*



4,1 millions

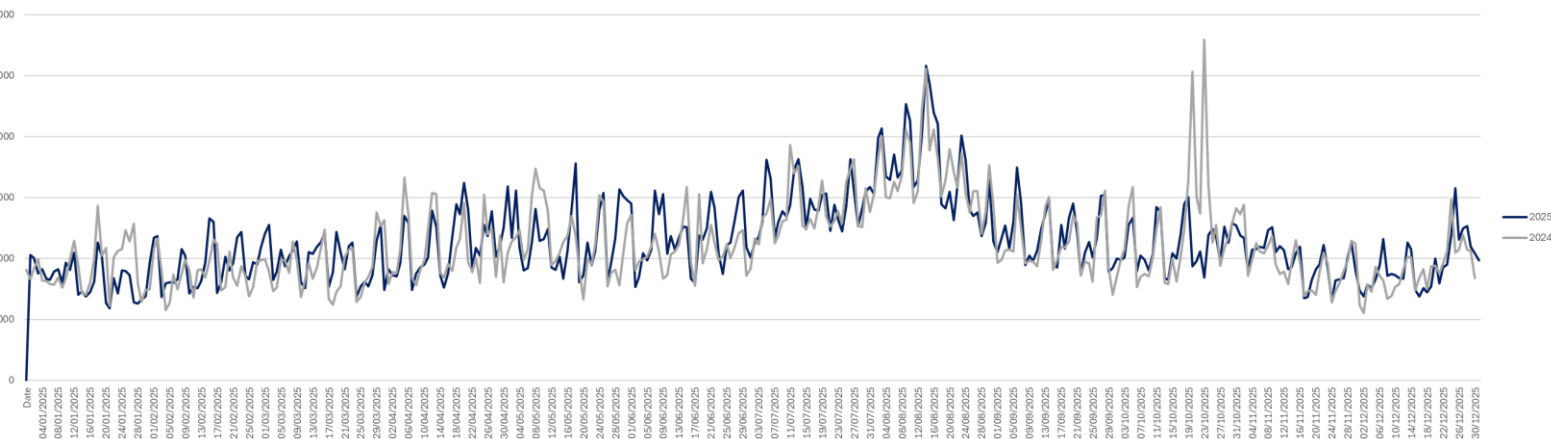
d'excursions en 2025

↗ +1,8%/2024

**Excursionniste : personne présente de façon ponctuelle plus de 2h en journée sur le territoire et qui n'y dort ni la veille ni le lendemain (ex : touriste ou habitant d'un autre département limitrophe).*

Une excursion correspond à un flux de déplacement à motivations diverses (loisirs, touristique, professionnel).

Excursions sur la vallée du kiwi (clientèles françaises et étrangères)



90% des excursions sont
réalisées par des français



37% séjournent dans
des territoires ou
départements limitrophes



1. Anglet
2. Bayonne
3. Pau
4. Dax
5. Narrosse

63% sont résidents des
territoires ou
départements limitrophes



1. Anglet
2. Saint-Vincent-de-Tyrosse
3. Dax
4. Orthez
5. Narrosse

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