

Fréquentation touristique sur la Vallée du Kiwi

LANDES
Terre des possibles

**Analyse des données
Flux Vision Tourisme
Avril-Juin 2025**

LANDES
Attractivité

la VALLÉE
du KIWI
Page d'Orthe et Angosse





Bilan de fréquentation sur la Vallée du Kiwi Avril-Juin 2025

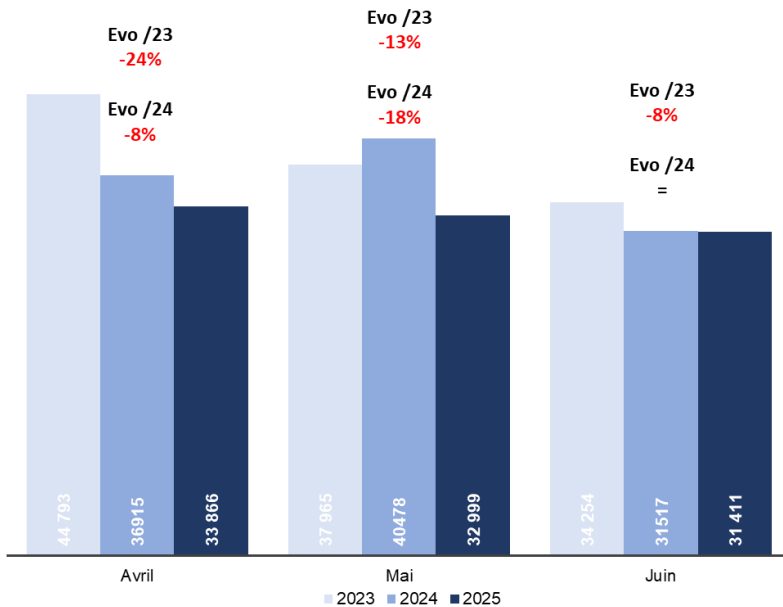


Clientèle française



Répartition mensuelle des nuitées

Vallée du Kiwi : nuitées françaises avril à juin 2025 - 2024, 2023



Commentaires:

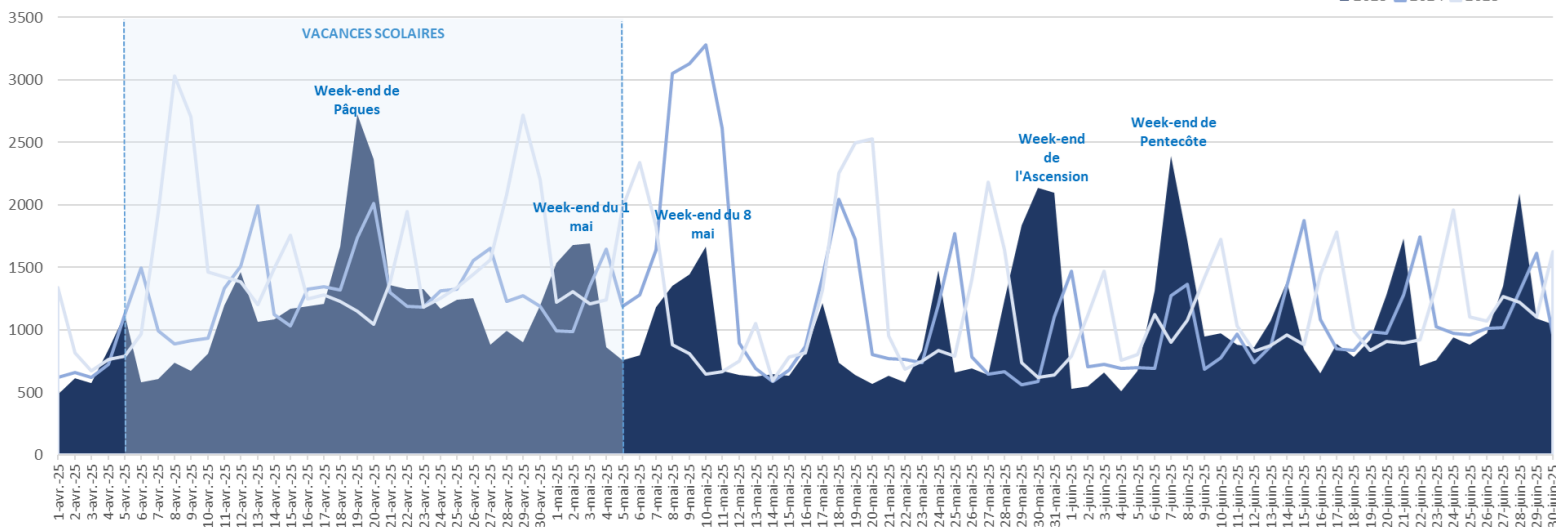
Le bilan de la période est en baisse en comparaison à ceux des deux années précédentes.

Seul le mois de juin connaît une fréquentation stable par rapport à l'année 2024. Cela est imputable au week-end de Pentecôte (+10%/2024).

Courbe des nuitées touristiques

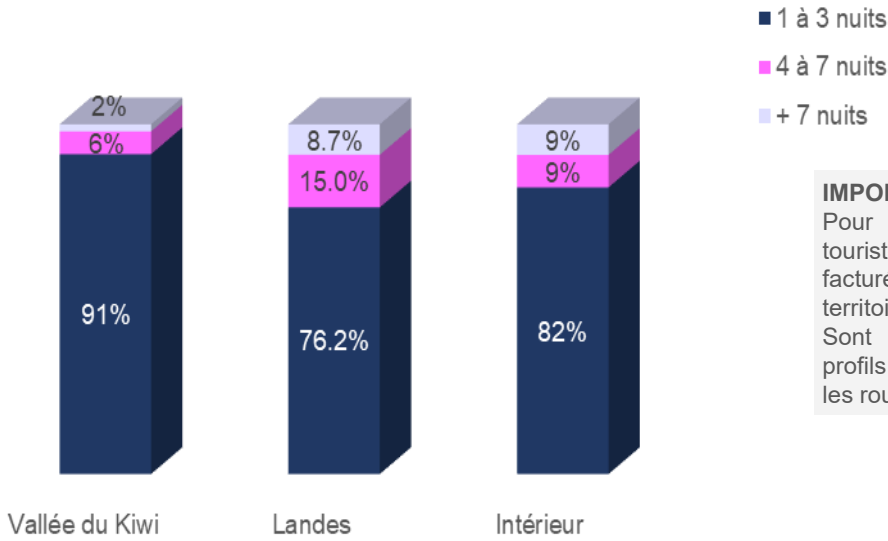
Nuitées touristiques françaises avril à juin 2025 - 2024/2023

■ 2025 ■ 2024 ■ 2023



Fréquentation touristique

Durée de séjour des clientèles françaises

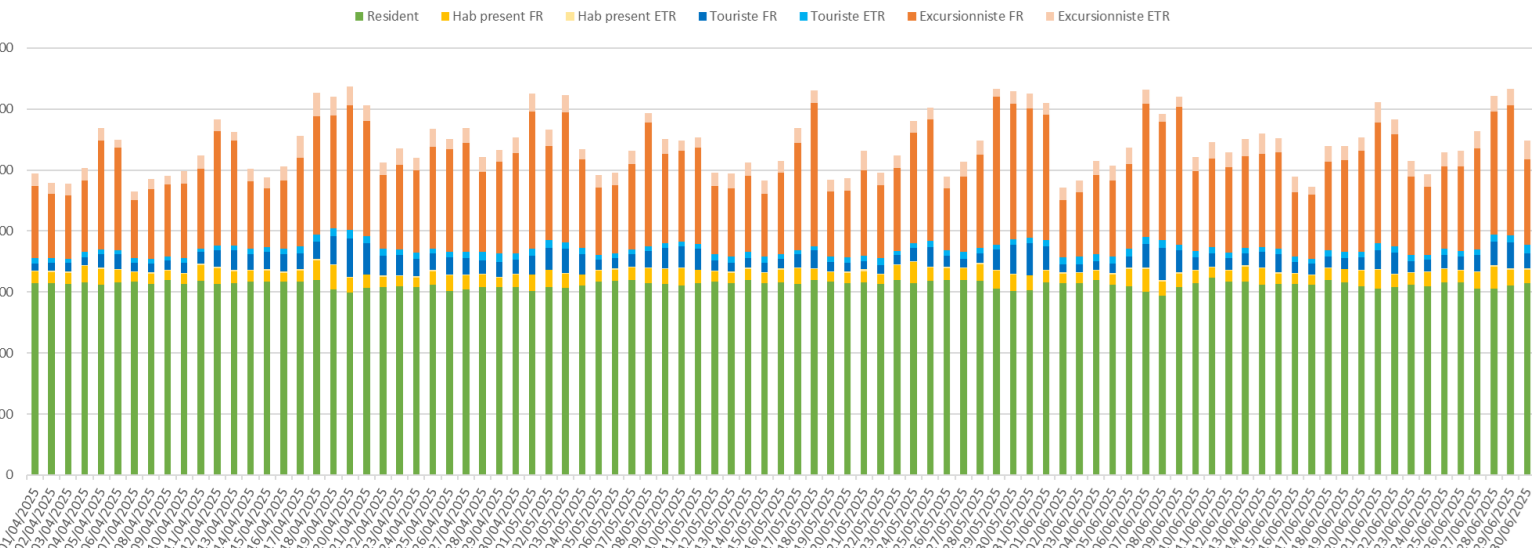


IMPORTANT

Pour tous les indicateurs liés au profil du touriste, ce segment inclut toute personne, facturée hors du département, présente sur le territoire entre 00h et 06h. Sont comptabilisés dans cette catégorie les profils saisonniers, les nuitées professionnelles, les routiers...

Fréquentation diurne (tous segments confondus)

Vallée du Kiwi : fréquentation diurne du 1er avril au 30 juin 2025



Présence cumulée des segments de clientèle vus sur le territoire

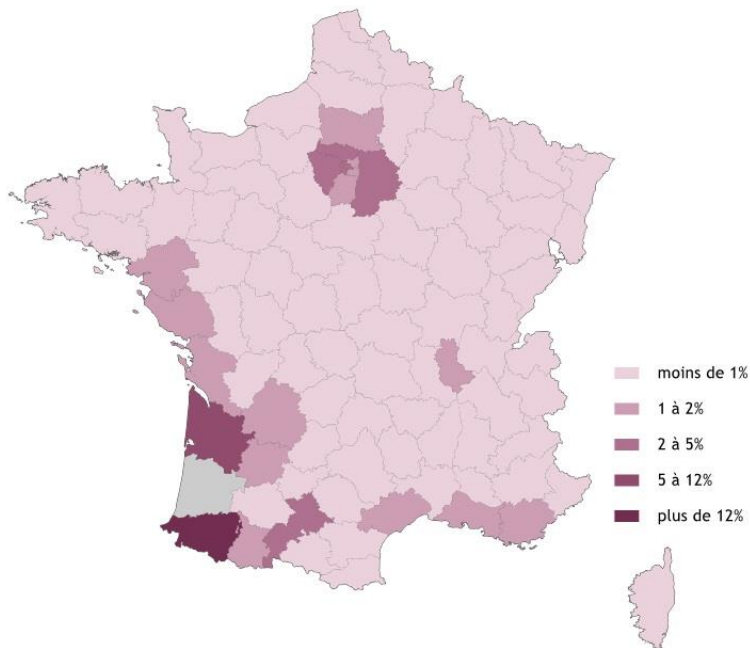
Fréquentation touristique

Origine géographique de la fréquentation

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

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

		/2024
Aquitaine	32%	➔ -7%
Ile-de-France	20%	➔ -9%
Midi-Pyrénées	10%	➔ -15%
Rhône-Alpes	4%	➔ -1%
Languedoc-Roussillon	4%	➔ -8%



Pyrénées-Atlantiques

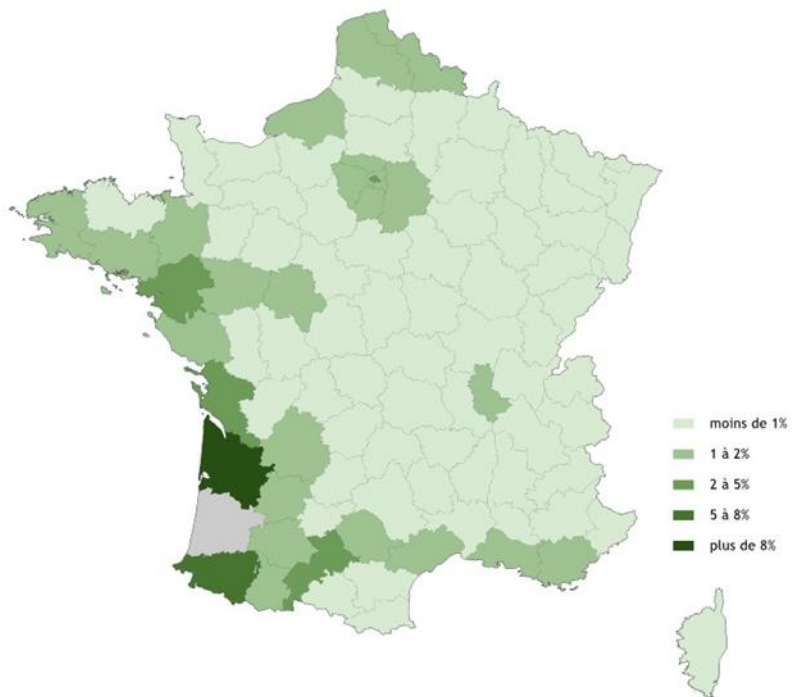
1^{er} département représenté
18%

A l'échelle de l'intérieur

Intérieur: origine de la clientèle française venue en 2025

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

		/2024
Aquitaine	22%	➔ -8%
Ile-de-France	16%	➔ -5%
Midi-Pyrénées	11%	➔ -4%
Pays-de-la-Loire	6%	➔ -8%
PACA	5%	➔ -10%





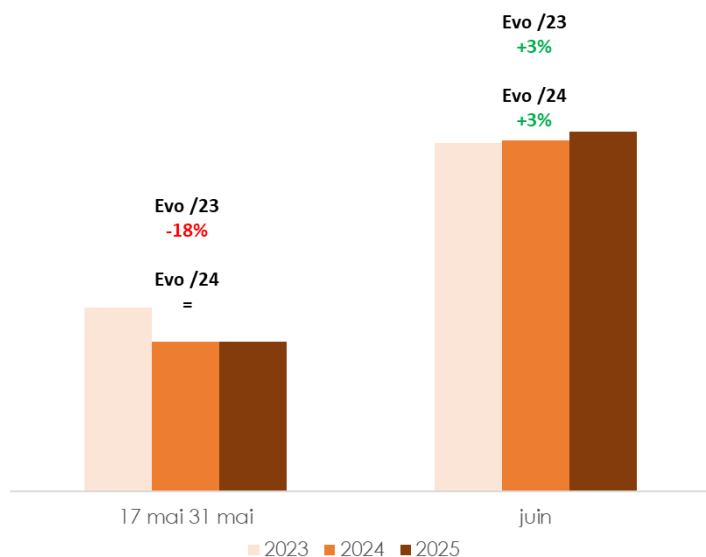
Clientèle étrangère du 17 mai au 30 juin* (toutes activités confondues)



+2%/2024

-4%/2023

Répartition mensuelle des nuitées

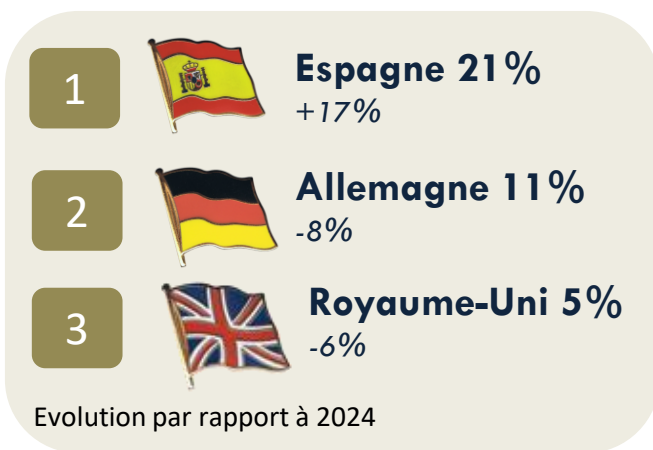


Commentaires :

La présence de la clientèle étrangère est en légère hausse par rapport à 2024 entre mi-mai et fin juin.

C'est grâce au mois de juin qui est bon comparativement aux deux années précédentes.

Principales origines des clientèles étrangères



Intérieur : /24

Espagne	23%	-13%
Allemagne	5%	-15%
Royaume-Uni	4%	+2%

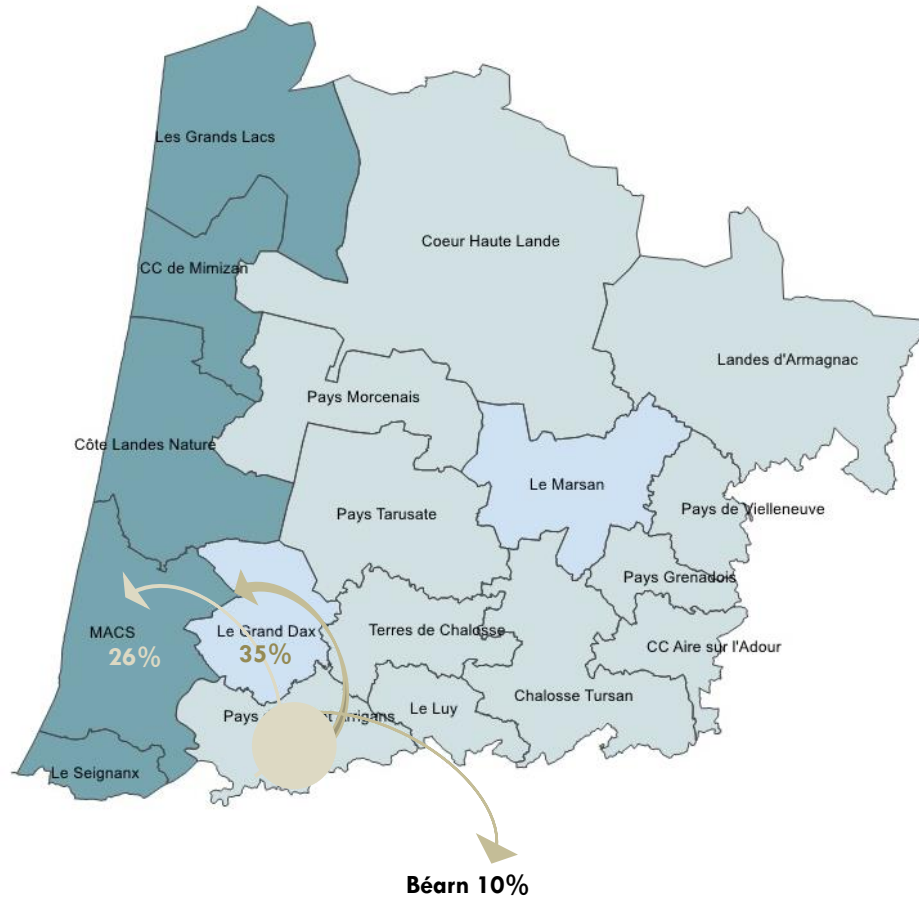
*En raison d'une anomalie constatée sur la captation des mobiles de la clientèle en provenance d'Espagne entre le 1er janvier et mi mai, l'analyse des données étrangères est concentrée sur la période 17 mai / 30 juin.

Mobilité (toutes activités confondues)

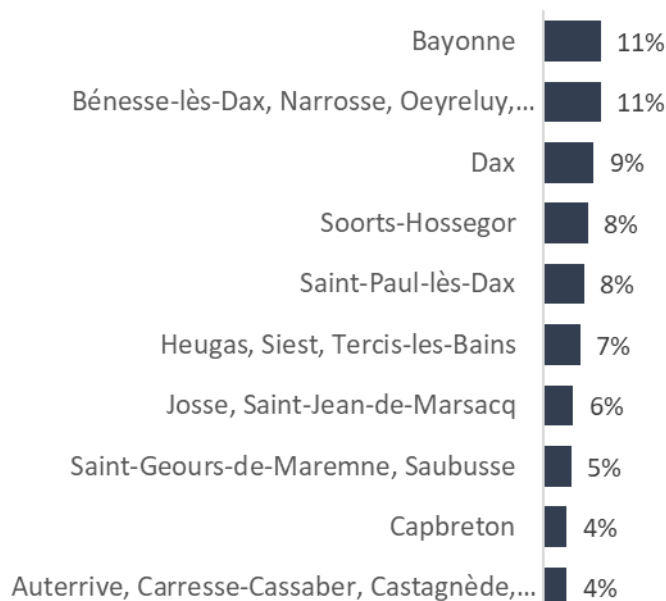
Où partent en excursion les touristes séjournant sur la Vallée du Kiwi ?

Hors excursions sur la zone de la Vallée du Kiwi

Excursion > 1 heure

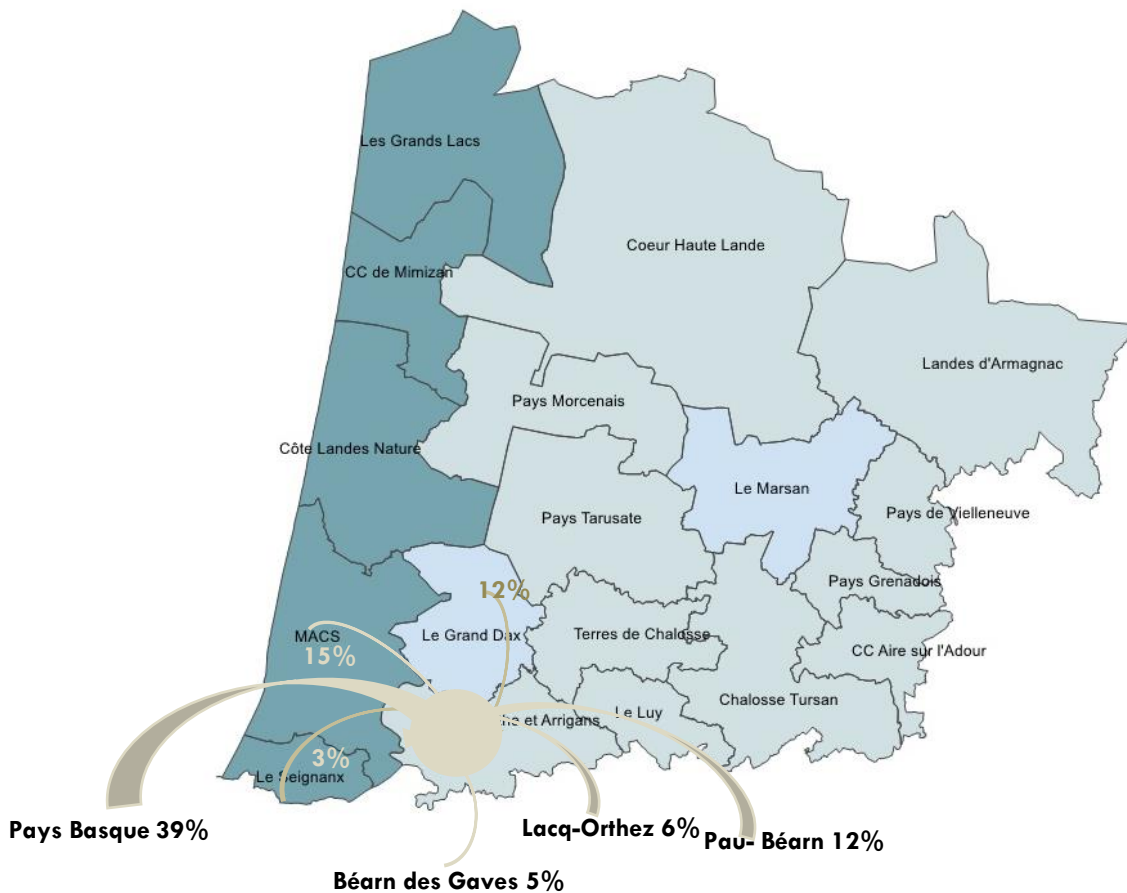


TOP 10 des lieux d'excursions (communes ou ensemble de communes) des touristes de la zone en dehors de la Vallée du Kiwi

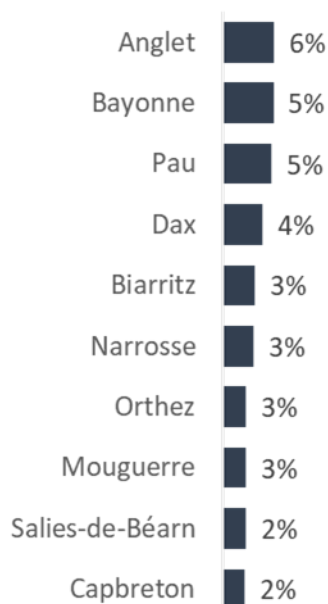


Mobilité (toutes activités confondues)

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 et des durées et 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

Personne n'habitant pas sur le territoire mais y séjournant longtemps ou souvent.

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

IMPORTANT :

La segmentation est dite « glissante » et 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 « assimilés résidents ».

LANDES ATTRACTIVITÉ
Observatoire et études
observatoire@landesattractivite.com