

Fréquentation touristique sur la Vallée du Kiwi

LANDES
Terre des possibles

Analyse des données Flux Vision Tourisme Juillet-Août 2025

LANDES
Attractivité

la VALLÉE
du KIWI
Page d'Orthe et Nérone





Bilan de fréquentation sur la Vallée du Kiwi Juillet-Août 2025



Clientèle française



194 718

nuitées touristiques françaises

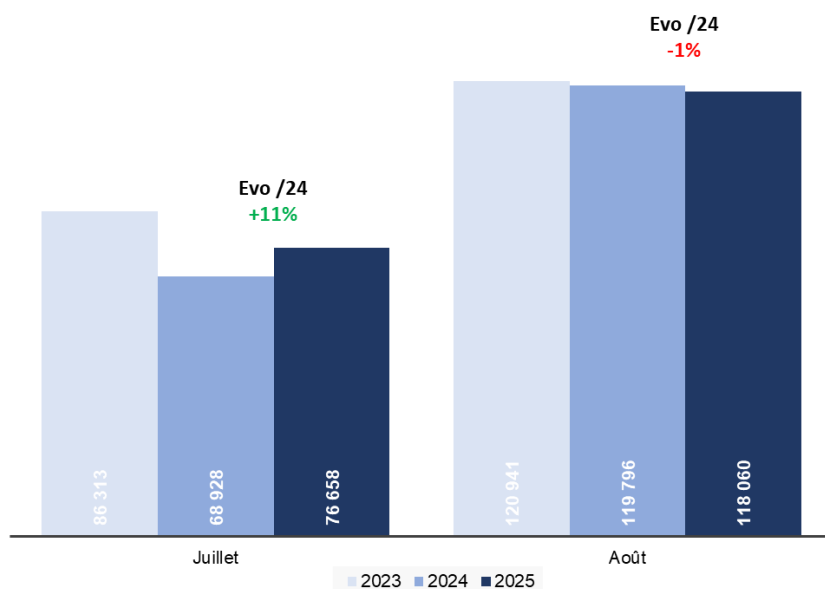
↑ +3,2%/2024

1,8%

des nuitées
du département

Répartition mensuelle des nuitées

Vallée du Kiwi : nuitées françaises juillet et août 2025 - 2024, 2023



Commentaires:

Le bilan de la période est en hausse en comparaison à celui de l'année précédente.

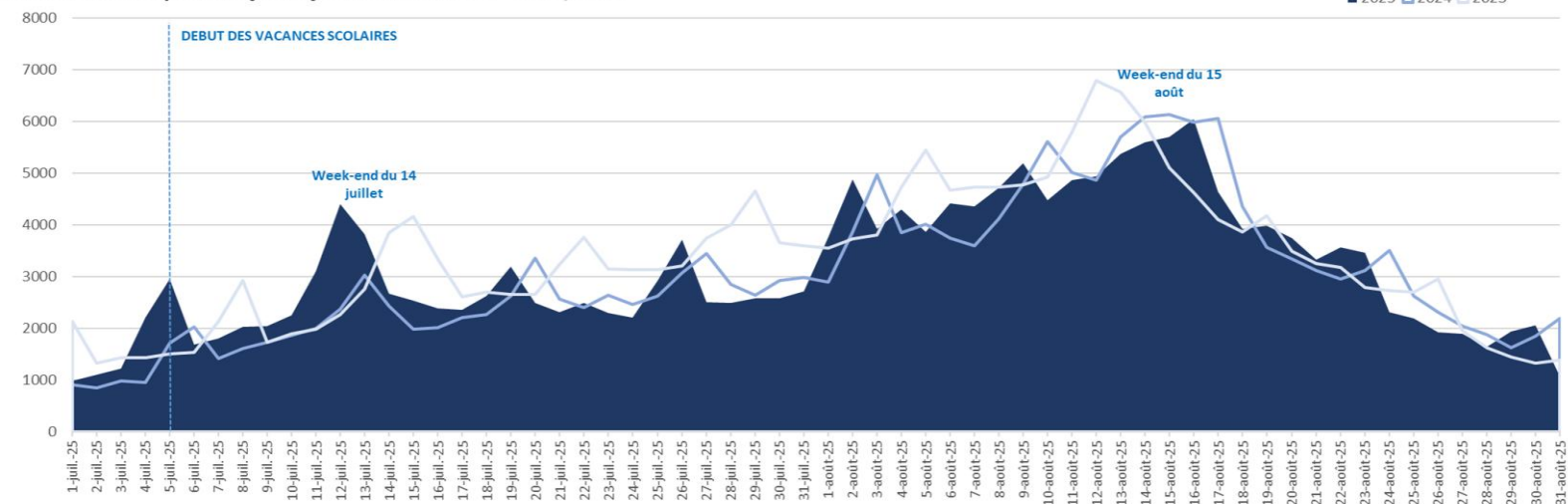
Le mois d'août est à peine en deçà (-1%/2024).

Les clientèles de proximité sont en hausse :

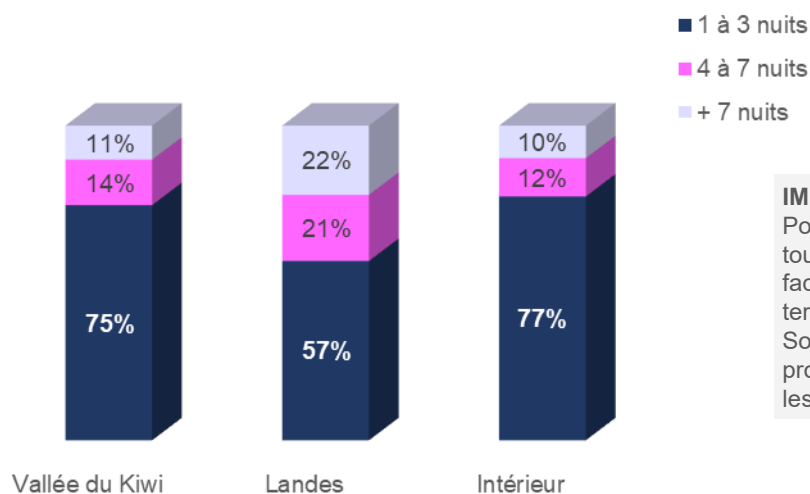
- Haute-Garonne +21% ;
- Gironde +19% ;
- Pyrénées-Atlantiques +14%.

Courbe des nuitées touristiques

Nuitées touristiques françaises juillet et août 2025 - 2024/2023



Durée de séjour des clientèles françaises



IMPORTANT

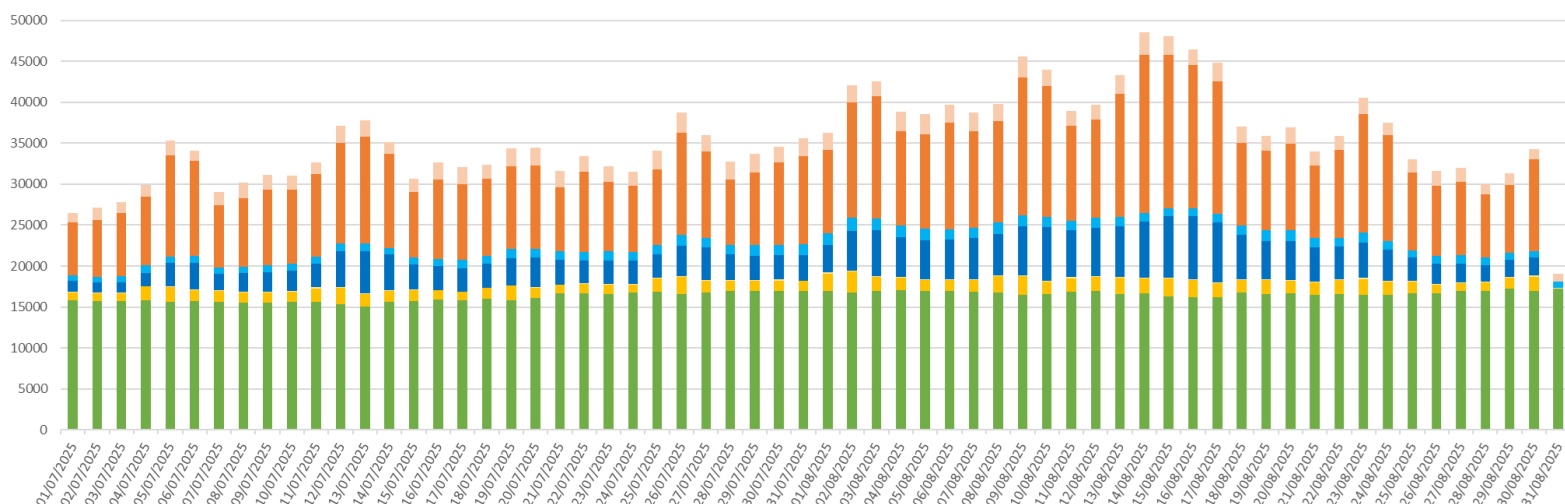
Pour tous les indicateurs liés au profil du touriste, ce segment inclut toute personne, facturée hors du département, présente sur le territoire entre 00h et 06h.

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 juillet au 31 août 2025

Resident Hab present FR Hab present ETR Touriste FR Touriste ETR Excursionniste FR Excursionniste ETR



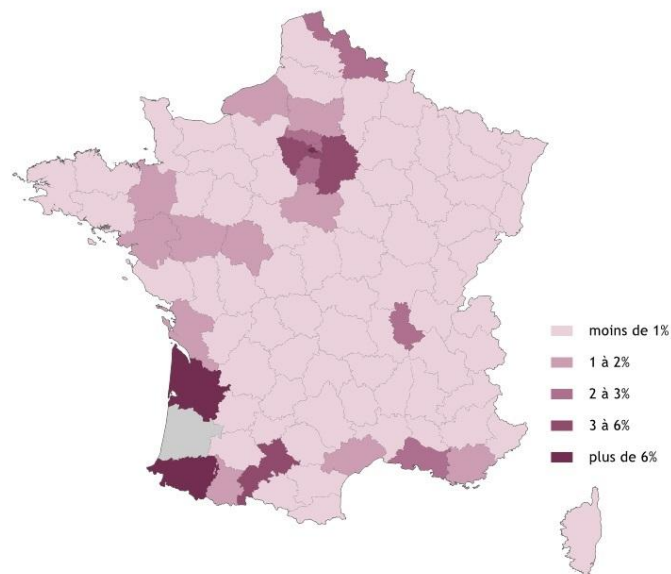
Présence cumulée des segments de clientèle vus sur le territoire

Origine géographique de la fréquentation

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

<i>Ile-de-France</i>	28%	/2024
<i>Aquitaine</i>	21%	↗ +15%
<i>Midi-Pyrénées</i>	8%	↗ +11%
<i>Rhône-Alpes</i>	5%	↘ -1%
<i>PACA</i>	5%	↗ +15%

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



Pyrénées-Atlantiques

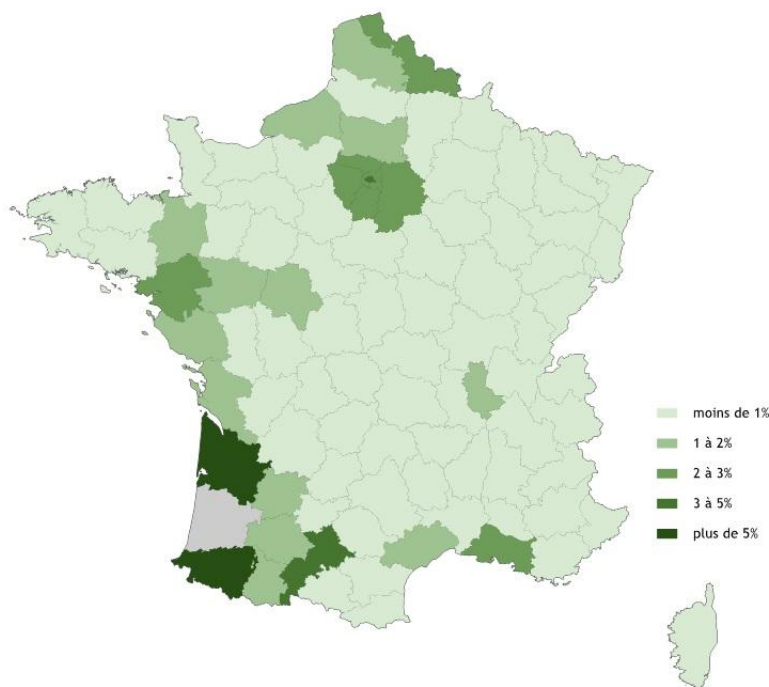
1^{er} département
représenté | 10%
+14%/2024

A l'échelle de l'intérieur

Intérieur: origine de la clientèle française venue en haute-saison 2025

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

<i>Ile-de-France</i>	23%	/2024
<i>Aquitaine</i>	20%	↗ +4%
<i>Midi-Pyrénées</i>	9%	↘ -3%
<i>Rhône-Alpes</i>	5%	↘ -11%
<i>Pays-de-la-Loire</i>	5%	↗ +4%



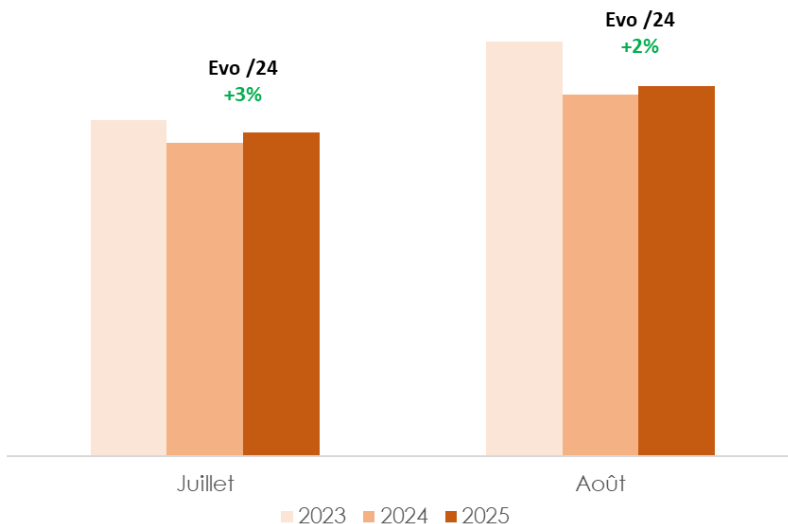


Clientèle étrangère (toutes activités confondues)



+3%/2024

Répartition mensuelle des nuitées



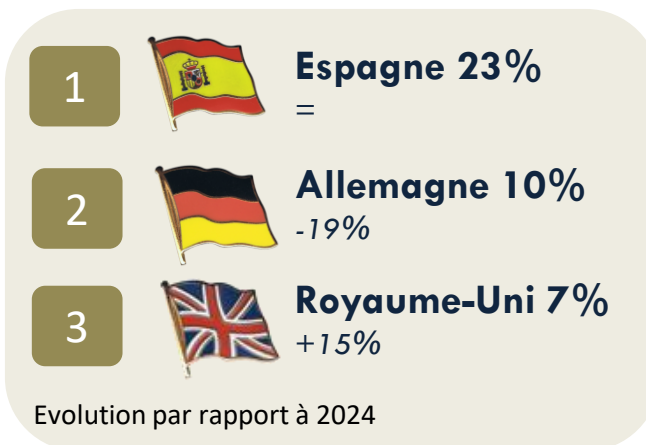
Commentaires :

La présence de la clientèle étrangère est en légère hausse par rapport à 2024 sur la période.

Même si la clientèle allemande est en baisse, les clientèles espagnole (= /2024) et anglaise (+15%/2024) permettent d'avoir une augmentation de fréquentation étrangère.

Il faut noter que comparativement à l'ensemble de la zone intérieure du département, cette situation est tout à fait positive.

Principales origines des clientèles étrangères



Intérieur : /24

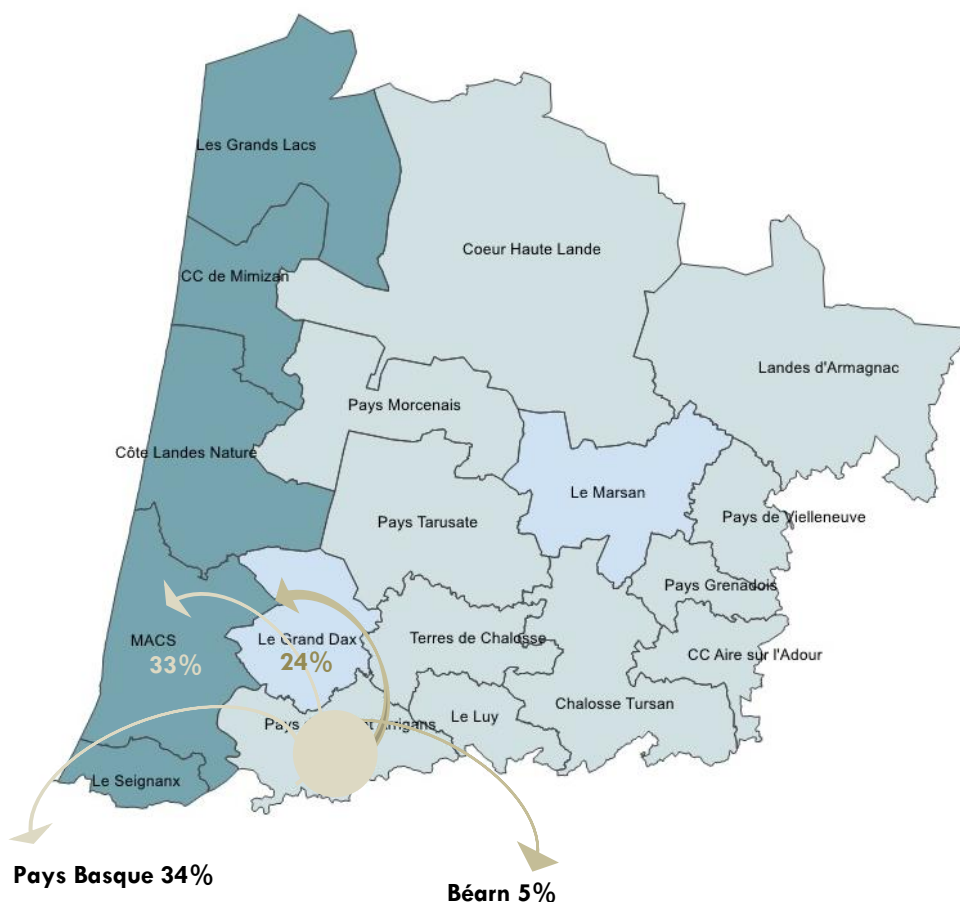
Espagne	21%	-6%
Allemagne	7%	-10%
Royaume-Uni	6%	-5%

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

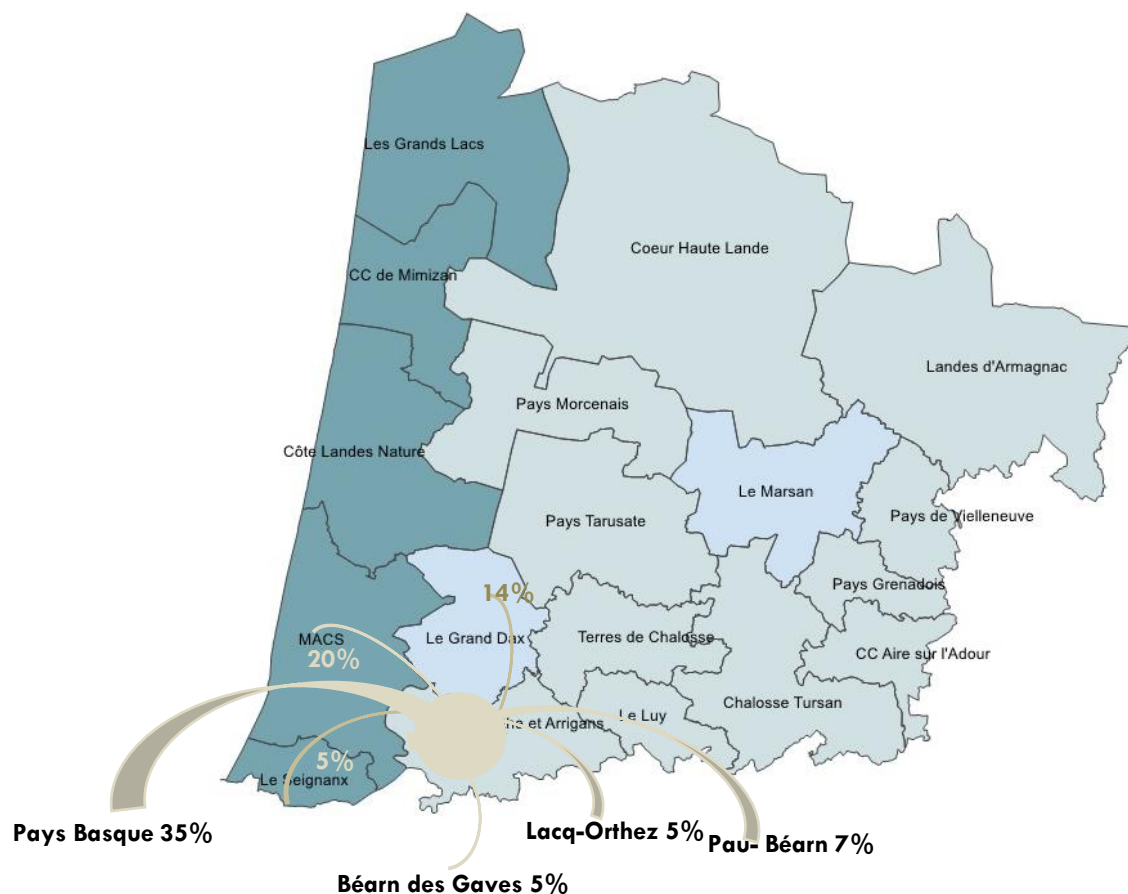


TOP 10 des lieux d'excursions (communes ou ensemble de communes)
des touristes de la zone en dehors de la Vallée du Kiwi

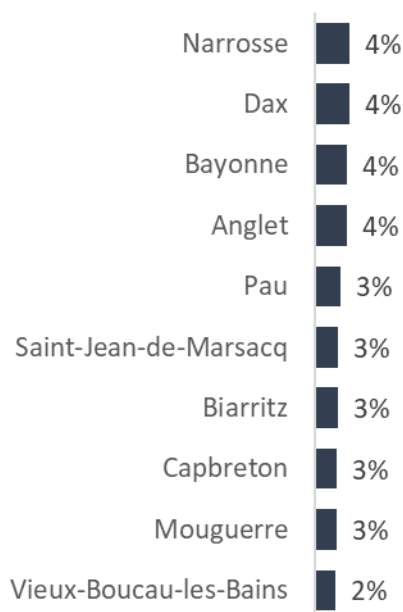
Soorts-Hossegor	9%
Dax	8%
Bayonne	7%
Capbreton	6%
Bénèsse-lès-Dax, Narrosse, Oeyreluy,...	6%
Saint-Paul-lès-Dax	5%
Josse, Saint-Jean-de-Marsacq	4%
Saint-Geours-de-Maremne, Saubusse	4%
Heugas, Siest, Tercis-les-Bains	4%
Hendaye	4%

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