

Fréquentation touristique sur la Vallée du Kiwi

**Analyse des données
Flux Vision Tourisme
Avril-Juin 2026**



Bilan de fréquentation – Vallée du Kiwi – Avril-Juin 2026



Clientèle française



116 471

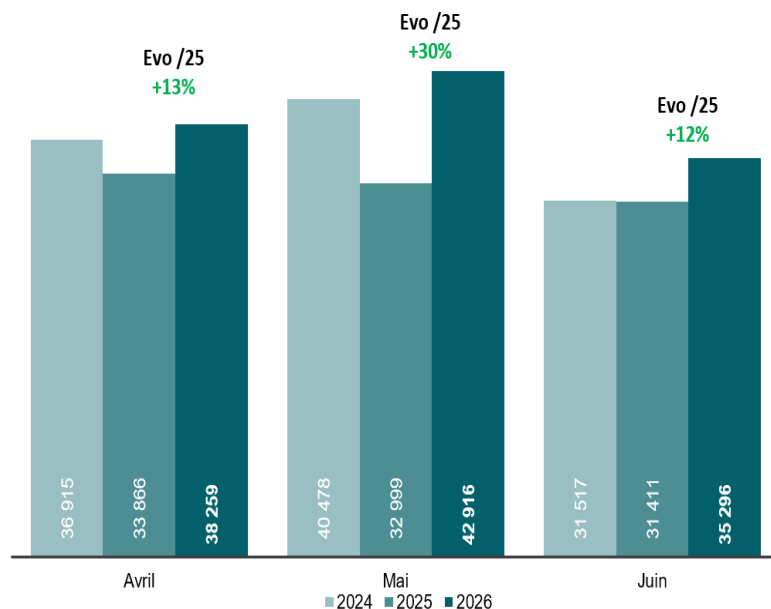
de nuitées touristiques françaises
+19%/2025

2,9%

des nuitées
du département

Répartition mensuelle des nuitées

Vallée du Kiwi : nuitées françaises avril à juin 2026 - 2025, 2024



Commentaires :

Sur l'ensemble de la période, le niveau de fréquentation est à la hausse (+19%/2025).

En **avril**, malgré un recul de la fréquentation durant le week-end de Pâques (-23%) le mois connaît une évolution positive (+13%).

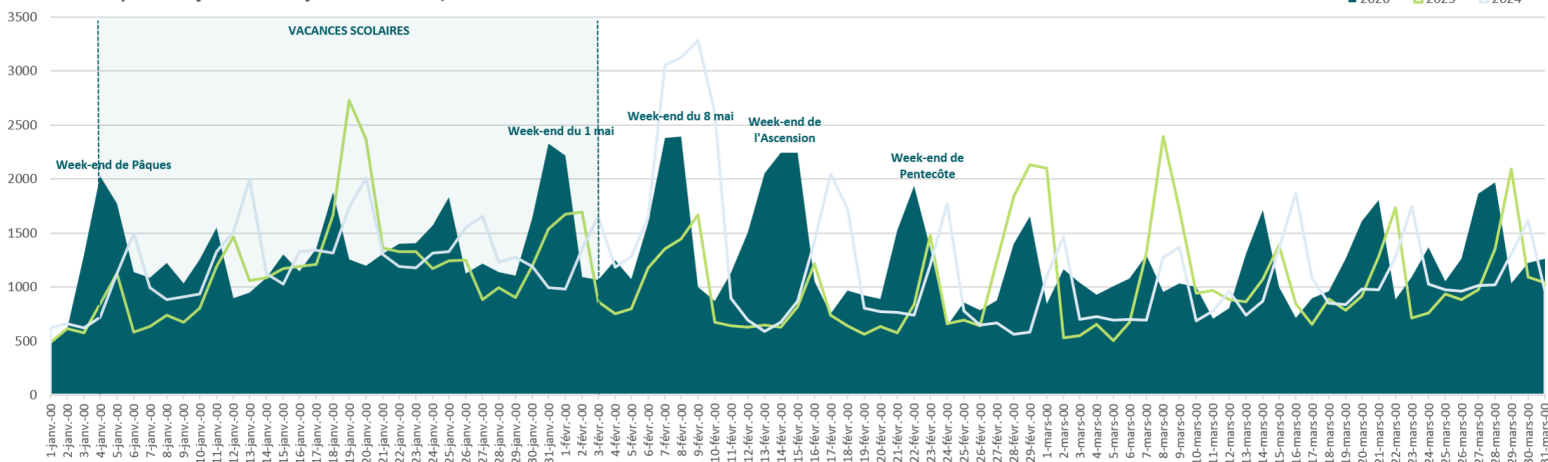
En **mai et juin**, les week-ends prolongés connaissent des évolutions de fréquentation distinctes.

Ascension : +15%

Pentecôte : -22%

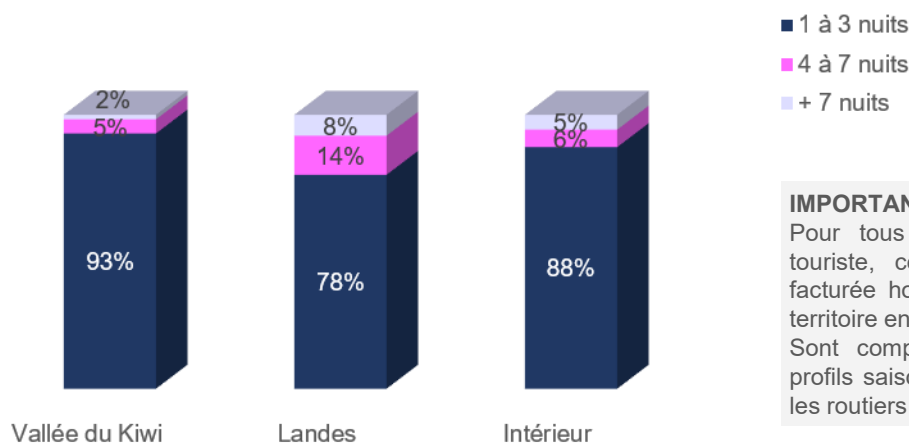
Courbe des nuitées touristiques

Nuitées touristiques françaises avril à juin 2026 - 2025/2024



Fréquentation touristique

Durée de séjour des clientèles françaises



IMPORTANT

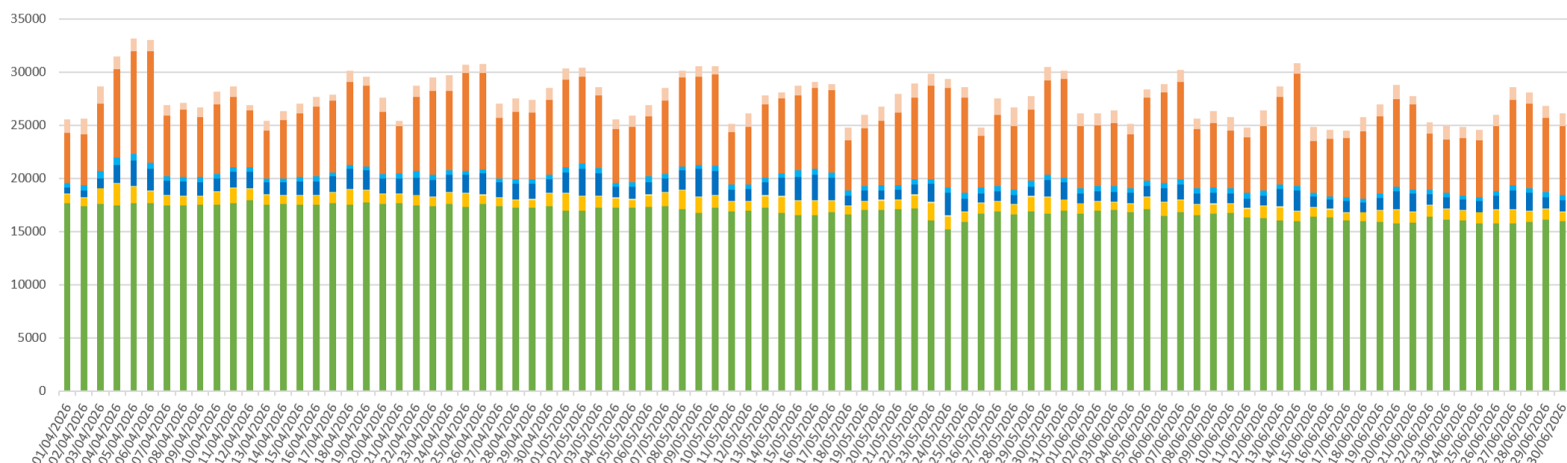
Pour tous les indicateurs liés au profil du touriste, ce segment inclut toute personne, facturée hors du département, présente sur le territoire entre 00h et 06h.

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 2026

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

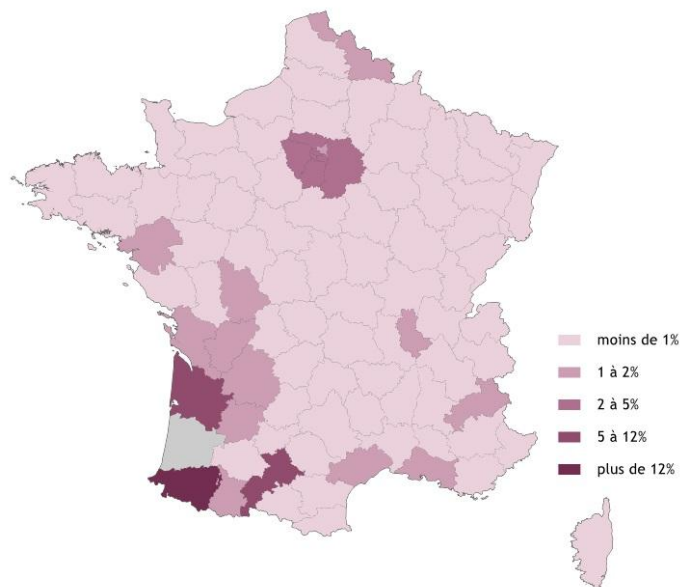
PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

		/2025
Aquitaine	30%	↗ +9%
Ile-de-France	20%	↗ +14%
Midi-Pyrénées	10%	↗ +29%
Poitou-Charentes	5%	↗ +51%
PACA	5%	↗ +65%

Pyrénées-Atlantiques

1^{er} département
représenté
16%
+4%/2025

Vallée du kiwi : origine de la clientèle venue en avril-juin 2026

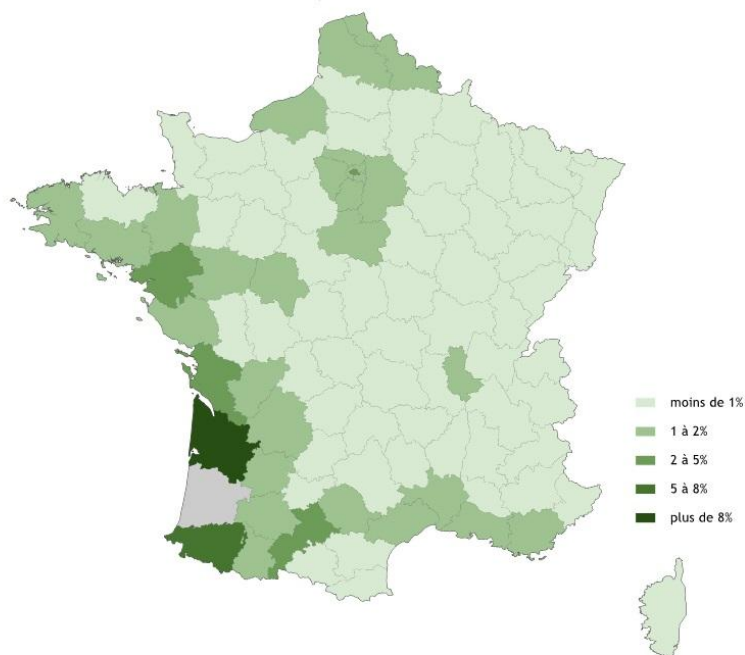


A l'échelle de l'intérieur

PALMARES DES REGIONS FRANCAISES

		/2025
Aquitaine	22%	↘ -5%
Ile-de-France	15%	↘ -7%
Midi-Pyrénées	11%	↘ -1%
Rhône-Alpes	5%	↗ +3%
Pays-de-la-Loire	5%	↘ -11%

Intérieur: origine de la clientèle française venue en avril-juin 2026



Les excursionnistes d'origine française*



852 577

d'excursions sur la période

↘ -10%/2025

**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)



**parmi les excursions
réalisées par des français**



36% séjournent dans
des territoires ou
départements limitrophes



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



64% sont résidents des
territoires ou
départements limitrophes



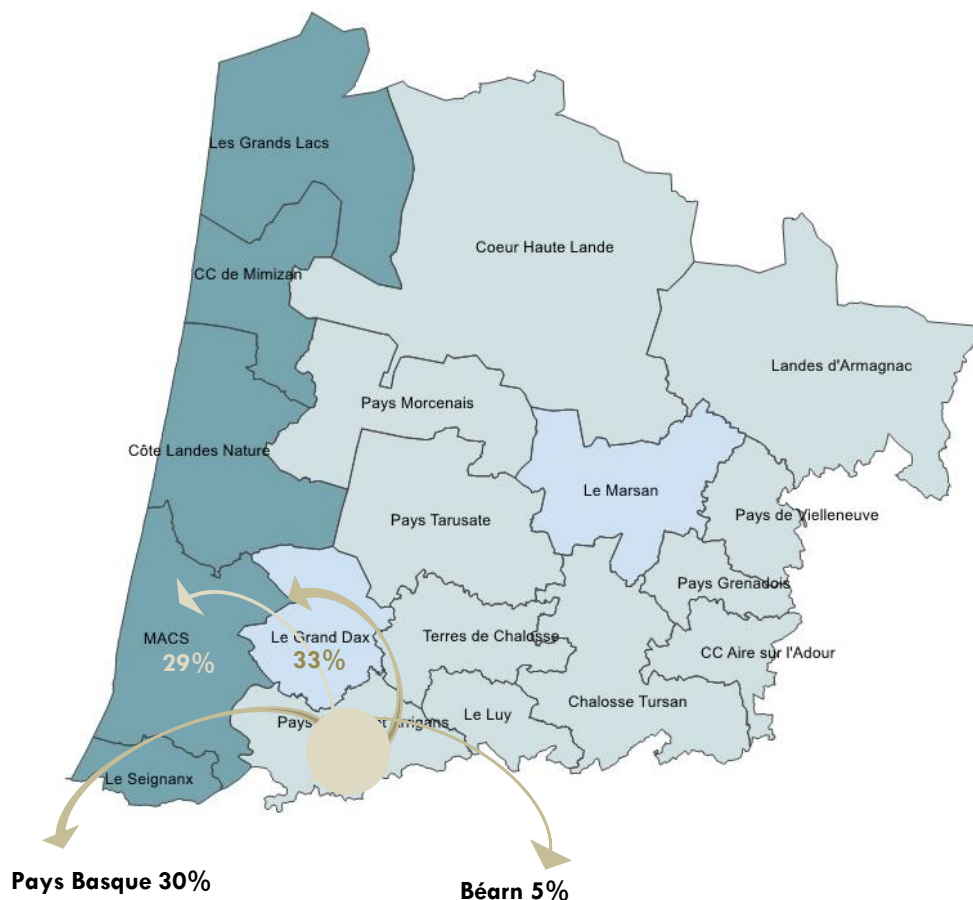
1. Saint-Vincent-de-Tyrosse
2. Dax
3. Orthez
4. Mouguerre
5. Anglet

Mobilité (toutes activités confondues)

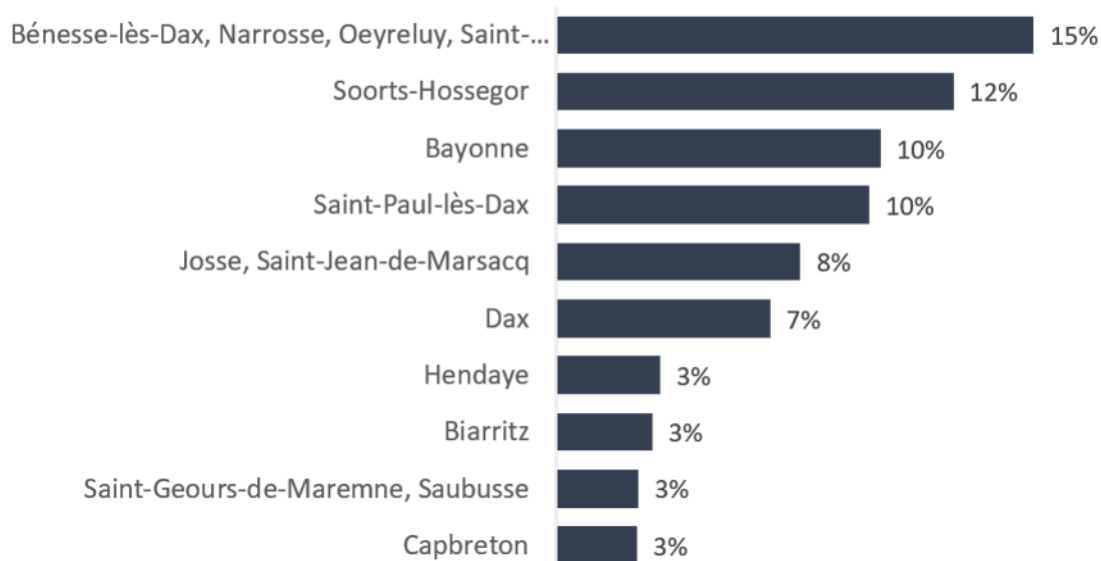
Où partent en excursion les touristes séjournant sur la Vallée du Kiwi ?

Hors excursions sur la zone de la Vallée du Kiwi

Excursion > 1 heure

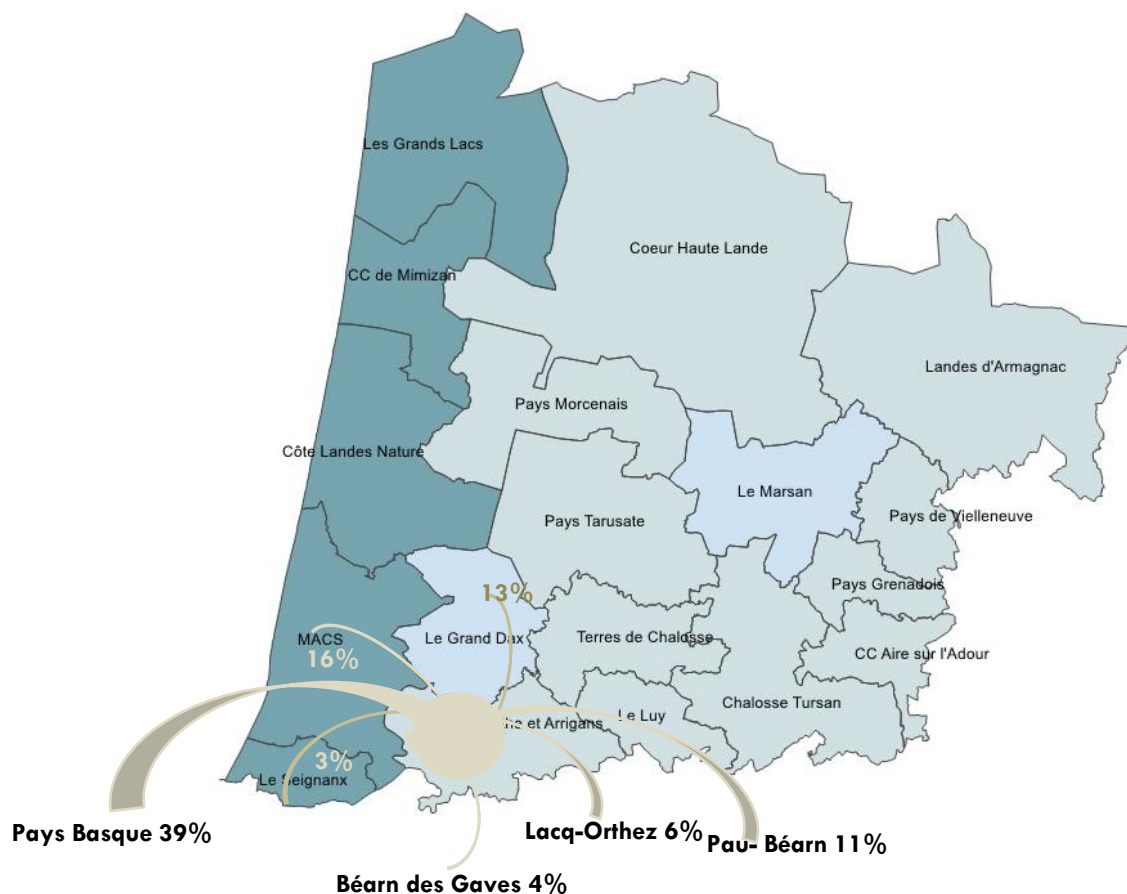


TOP 10 des lieux d'excursions (communes ou ensemble de communes) des touristes de la zone en dehors de la Vallée du Kiwi

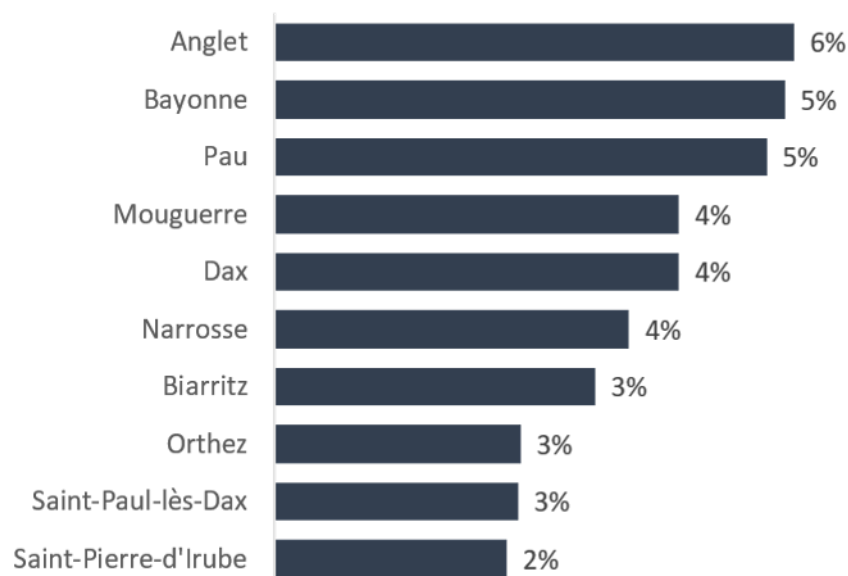


Mobilité (toutes activités confondues)

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