



Espagne

Un marché fidèle et solide où la France maintient sa position de destination internationale leader.

En 2023, les Espagnols ont repris leurs habitudes du goût pour le voyage avec un total de 171,3 millions de voyages dont 16,1 millions effectués hors d'Espagne dont 7,3 M en France (chiffres Oxford Economics, FTO).

La France est la 1^{ère} destination des Espagnols avec plus de 29% de part de marché.

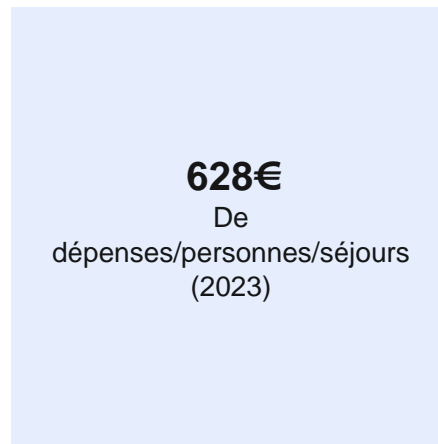
La connectivité entre les deux pays facilite également l'attractivité notamment grâce aux nombreuses liaisons aériennes, ferroviaires et routières. Voyager entre l'Espagne et la France s'améliore durablement ce qui encourage un flux touristique régulier toute l'année.

Pour comprendre l'intérêt de ce marché local, l'authenticité est un facteur clé, car les touristes espagnols recherchent souvent des expériences immersives, qu'il s'agisse de goûter des produits locaux, de participer à des festivals ou de découvrir des lieux moins touristiques.

Marchés d'intervention d'Atout France



Chiffres clés



En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

L'Espagne connaît une phase dynamique avec des indicateurs économiques favorables portés par la forte reprise du tourisme, les exportations ainsi que par les investissements internationaux. La croissance du PIB devrait donc afficher 2,8% en 2024 et se poursuivre en 2025 avec 2,2% ; bien supérieure à la moyenne des taux de l'Union Européenne. Grâce à la bonne tenue du marché du travail, la demande intérieure sera également l'un des moteurs de la croissance dans les prochains mois, permettant au gouvernement espagnol de se réjouir d'une économie ibérique traversant l'un de ses meilleurs moments et de servir de "locomotive" à l'UE

S'agissant du marché du travail, l'Espagne continue sa dynamique de baisse significative du chômage revenu à des niveaux pré-crise de 2008 notamment en Andalousie.

- **Population : 47,6 millions d'habitants**
- **Croissance en 2024 : + 2,8 %**
- **Prévision du taux de croissance 2025 : +2,2% (Banque d'Espagne)**
- **PIB par habitant en euros : 27 870€**

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Durée moyenne de temps passé en voyage à l'étranger tous pays confondus : 5,4 jours ; (2023)

La France est en tête du Top 3 des destinations européennes privilégiées (Nielsen 2022) par les Espagnols : France (28%), Portugal (23%), Italie (22%). Sa part de marché reste stable.

- **7,3 millions de voyages en France** (Oxford economics Atout France - 2023)
- **4,4 Mds d'euros de recettes** touristiques enregistrés (6ème marché en France)

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

En général, le voyage en France est un voyage de loisir (sans ski) et a lieu en été ou au printemps (hors Montagne hiver).

Les principales caractéristiques :

- Types d'hébergement en hôtels 4 étoiles ou 3 étoiles.
- 56% sont arrivées par avion dans les 16 aéroports réguliers en France (Paris -Orly et Charles-de-Gaulle), Lyon, Marseille, Toulouse, Nice, Nantes, Bordeaux, Lille, Montpellier, Strasbourg, Rennes, Biarritz, Perpignan, Pau, Brest, Lourdes) avec le même poids de vols traditionnels (29%) et de vols low cost(28%). Vient ensuite la voiture (33%), dans la plupart des cas leur propre voiture.
- Le coût moyen du voyage reste inchangé à 567€ par personne.
- Le tourisme urbain, la gastronomie et les visites culturelles sont les principales activités pratiquées, comme les années précédentes, bien que l'importance de la gastronomie et l'oénotourisme augmente.
- Parmi les régions les plus visitées, Paris Ile de France se situe à la première place suivie de l'Occitanie et Provence Alpes Côte d'Azur.

Depuis la crise sanitaire, les Espagnols commencent à s'interroger sur l'impact environnemental de leurs vacances : de l'usage du transport jusqu'à la visite de site protégé, ils deviennent vigilants sur l'aspect durable de leurs voyages (30%). Un bon indice pour la destination France sachant que 9 espagnols sur 10 considèrent la France comme une destination durable selon notre étude NIELSEN réalisée en 2022.

Les fondamentaux restent cependant une recherche touristique pour un tourisme culturel/urbain avec une offre complète "Culture/Gastronomie/Musique/Architecture & Arts" (à l'image de l'Espagne mais en dehors des frontières). De nouvelles pratiques touristiques comme le caravanning, le voyage solitaire émergent.

On notera l'importance du train qui se renforce dans le mode de déplacement grâce à l'ouverture du marché à la concurrence ; les lignes France-Espagne sont opérées par les transporteurs RENFE et SNCF qui multiplient leur offres.

Nos recommandations pour aborder ce marché

Nos recommandations pour aborder ce marché

Un marché fidèle et solide ou la France maintient sa position de destination internationale leader

Grâce à la bonne santé économique du pays et à une reprise de la consommation, les Espagnols retrouvent de l'appétence pour les voyages (en grande majorité domestiques) et sont bien décidés à sanctuariser ce poste dans leurs dépenses (les voyages sont en première position des intentions d'achat devant l'habillement, la décoration/ameublement, les articles technologiques et ménagers - étude Cetelem).

La France de part sa proximité géographique, son excellente connectivité tant aérienne (huit villes desservies au départ des grandes villes espagnoles : Bordeaux, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Paris, Strasbourg et Toulouse) que ferroviaire (lignes au départ de Barcelone sur Marseille et Lyon) mais aussi de son offre touristique patrimoniale et culturelle, reste la destination internationale préférée des touristes espagnols avec 7,3 millions de séjours.

Le bureau de Atout France à Madrid s'attachera en 2025 à consolider cette position de leader en s'appuyant notamment sur :

- Un renouvellement de l'offre des destinations grâce à de **nouveaux itinéraires** et des **thématiques de plus en plus recherchées** comme l'oenotourisme ou le cyclotourisme
- Un **tourisme durable affirmé** (pour mémoire, 70% des Espagnols ont l'intention de voyager dans le futur de manière plus durable et 30% souhaitent intégrer davantage de durabilité dans le choix des logements et des transports)
- Une valorisation de notre **savoir-faire en matière d'accueil et d'événementiels** capitalisant ainsi sur le succès de l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques.

Dans le plan d'actions que nous vous proposons, outre les actions incontournables comme nos campagnes numériques de notoriété/conversion pour le grand-public, notre tournée médiatique (Madrid, Barcelone, Lisbonne et Porto en nouveauté) ou bien encore le salon IBTM et la 10ème édition de notre workshop France Méditerranée pour les prescripteurs, nous souhaitons attirer toute votre attention sur ces deux actions innovantes :

Une présence France au **salon Sports & Events** pour valoriser notre expertise française en matière d'hospitalité et de préparation sportive qualifiée Un événement mutualisé Espagne / Italie sur la thématique des savoir-faire et de la gastronomie à Madrid et Milan (cible haute contribution) pour renforcer les points forts identitaires de la destination sur ces deux marchés à savoir le patrimoine, la culture et la gastronomie

Toute l'équipe de Atout France reste à votre écoute pour mieux vous orienter sur vos projets de communication / promotion en Espagne et au Portugal.

Le marché Espagne en un clin d'oeil

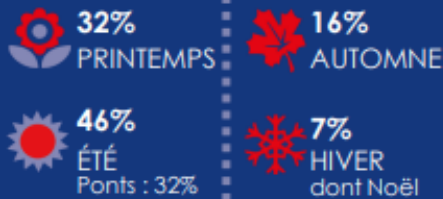
Chiffres clés | Marché

ESPAGNE



Quelques données économiques

- 47,6 MILLIONS d'habitants
- 27 870€ PIB / habitant
- 2,8% CROISSANCE du PIB (2024)
+2,2% Prévion 2025 du Taux de croissance



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



Fiche 2024



Données touristiques en 2023

- 16,1 MILLIONS de voyages à l'étranger
- 5,4 JOURS = Durée moyenne de séjour
- 7,3 MILLIONS d'arrivées d'Espagnols en France
- 4,4 MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme espagnol
- 628€ Dépense moyenne par personne à l'étranger

Principaux bassins émetteurs

-
- Catalogne (23%)
 - Madrid (17%)
 - Andalousie (16%)
 - Valence (11%)
 - Pays Basque (6%)

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 1ère destination des Espagnols à l'étranger ;
- Ils voyagent en couple à 72% et sont relativement jeunes, autour de 40 ans ;
- Ils privilégient les voyages en avion (56%), puis en voiture 33%, et 7% en train (essor des lignes FR->ES)
- Importance du digital dans l'expérience voyage

TOP 3 des motivations de voyages en France



DISTRIBUTION

- 8 900 agences de voyages (2023)
- Renforcement et concentration de Tour-Opérateurs
- 62% des réservations en ligne

Contact marché Espagne | emmanuel.marcinkowski@atout-france.fr