



## Espagne

Un marché fidèle et solide

En 2022, 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.

### Marchés d'intervention d'Atout France



Espagne  
Portugal

### Chiffres clés

<b>7,2</b> millions de voyages à l'étranger	<b>5,9</b> millions d'arrivées en France	<b>3,3</b> milliards de recettes touristiques en France
--	---	--

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

#### Principales données économiques du marché

L'Espagne connaît une phase de reprise avec des indicateurs favorables en 2023. Le pays a su contrôler l'inflation due à l'invasion de l'Ukraine par la Russie, en affichant 1,9% de croissance à la fin du 1er semestre 2023.

Les défis majeurs pour les prochaines années concernent la poursuite du plan national de relance et de résilience, la maîtrise de l'inflation et l'absorption par l'économie du revirement de la politique monétaire de la BCE. Face à cet enjeu, l'Espagne devrait tout de même connaître une croissance dynamique en 2023 (3,9%) et 2024 (prévision de croissance à 1,9% en 2024) porté notamment par le tourisme dépassant les principaux indicateurs de 2019. On annonce une année 2023 de tous les records.

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

- Population : 47,6 millions d'habitants
- Croissance en 2023 : + 2,2 %
- Prévision du taux de croissance 2024 : +1,9% (Banque d'Espagne)
- PIB par habitant en euros : 27 870€

### Positionnement de la destination France

#### Positionnement de la destination France

Les Espagnols ont repris leur habitude de voyage avec un total de 171,3 M de voyages dont 16,1 M de effectués hors d'Espagne en 2022.

Ils ont dépensés plus de 50 millions d'euros durant leur voyages à l'étranger en 2022. C'est une hausse de 4% par rapport à 2019. (Chiffre INE Espagne).

Durée moyenne de temps passé en voyage à l'étranger tous pays confondus : 5,4 jours ; (2022)

**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.

- **5,9 millions de voyages en France** (Oxford economics Atout France - 2022)
- **3,3 Mds d'euros de recettes** touristiques enregistrés

### 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.

### Les principales caractéristiques :

- Types d'hébergement en hôtels 4 étoiles ou 3 étoiles.
- 56% sont arrivés en France par avion, avec le même poids de vols traditionnels et de vols low cost. 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 augmente.
- Parmi les régions de France, Paris et sa région sont les plus connues des touristes espagnols qui ont visité la France.

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, les espagnols deviennent vigilants tout en gardant une recherche touristique vers les villes 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 caravaning, le voyage solitaire ont également émergé chez les espagnols.

Par ailleurs, 9 espagnols sur 10 considèrent la France comme une destination durable selon notre étude NIELSEN réalisée en 2022.

La place du train se renforce également avec une hausse de l'usage du marché intérieur et des lignes France-Espagne notamment par les opérateurs RENFE et SNCF qui multiplient leur offres.

## Nos recommandations pour aborder ce marché

### Nos recommandations pour aborder ce marché

Depuis la reprise économique, les espagnols ont définitivement repris le goût du voyage dans leurs priorités. Même si le tourisme s'est concentré sur le territoire national encore cette année, le touriste espagnol apprécie la destination ; France.

62% des espagnols ont acheté online en 2022, notamment avec des critères de flexibilité et d'assurance exigeants du fait du contexte instable. Par ailleurs, ils partagent leurs expériences sur les réseaux sociaux (avec plus de 3 heures par jour sur leurs smartphones et suivent activement les youtubers).

Dès lors, pour être en phase avec le marché ibérique, notre stratégie s'articule autour de la communication online par la création d'actions dédiées.

Tout au long de l'année, les actions marketing adresseront des contenus alliant toute l'authenticité, la finesse et la durabilité qui caractérisent la France auprès des espagnols. La presse quotidienne complète les opérations online et consolide une stratégie de marque avec des actions de plus en plus sur mesure.

En 2024, notre présence sera renforcée auprès de la presse spécialisée en organisant le MEDIATOUR Ibérique à Madrid, Barcelone, Séville et Lisbonne.

Nous renforçons notre programmation pour les professionnels du MICE avec une nouvelle opération : le M&I à Lisbonne. Ce workshop sera complété avec notre présence France au Salon IBTM World pour les marques de destination.

Le bureau de Madrid se positionne également sur l'innovation touristique où nous proposons via un programme d'accompagnement sous la forme d'une "Learning Expedition" afin de comprendre les outils, les produits et offres du marché espagnol en matière de secteur touristique.

En 2024, le fil rouge de nos actions se focalisera sur le tourisme lié au caractère durable et sportif dans l'expérience du voyage. 2024 sera une année historique avec l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques au sein du territoire national. Nous souhaitons mettre en lumière l'ensemble des destinations hôtes pour contribuer à la hausse et au maintien de la fréquentation durant les grands événements sportifs.

Par ailleurs, l'accent sera mis sur les forces de notre territoire, de la Gastronomie dans l'art de vivre français, en passant par les bienfaits du patrimoine culturel vivant, le savoir faire et l'artisanat sont autant de facteurs touristiques à valoriser pour attirer une nouvelle clientèle.

# Le marché Espagne en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### ESPAGNE

#### Quelques données économiques

-  47,3 MILLIONS d'habitants
-  25 440€ PIB / habitant
-  5,1% CROISSANCE de l'économie en 2021



#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France



#### Taux de change



#### Données touristiques en 2022

- 7,2** MILLIONS de voyages à l'étranger des Espagnols
- 5,4** JOURS = Durée moyenne de séjour
-  **1,6** MILLIONS d'arrivées d'Espagnols en France
- 1,2** MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme espagnol
- 567€** Dépense moyenne par personne à l'étranger

#### Principaux bassins émetteurs



#### Profil voyageurs

-  LA FRANCE est la 1<sup>re</sup> destination des Espagnols à l'étranger ;
-  Ils voyagent en couple à 80% et sont jeunes, autour de 40 ans ;
-  Ils privilégient les voyages en avion. 56%, voiture 33%, le train
-  Slow Tourisme et Tourisme durable se renforcent

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Espagne | dominique.maulin@atout-france.fr