



En savoir plus

Les professionnels espagnols : recentrage et développement on line

Grands indépendants, à l'heure d'organiser leurs vacances, les Espagnols ont un taux d'intermédiation assez faible [26%]^[4]. 130 tour-opérateurs programment l'Hexagone et distribuent leurs produits soit au travers du réseau d'agences de voyages (environ 11 000 entreprises) soit directement, alors que la concentration, débutée avec la crise, se poursuit^[4].

Les grands tour-opérateurs s'orientent de plus en plus vers un produit exclusif et différencié en abandonnant les produits standards. Ces TO mettent fin à leur dépendance des chaînes hôtelières, car celles-ci ne sont pas en mesure de leur fournir un produit exclusif. Parallèlement, la présence d'agences online augmente sur le marché [+12,5% en 2013], avec deux grands groupes qui se démarquent : Odigeo-eDreams et Bravofly-Rumbo^[4].

Explosion des téléphones portables

55% des Espagnols possèdent un Smartphone, 72% consultent Internet tous les jours en mobilité et ne sortent jamais de chez eux sans leur portable^[6]. Parmi les Espagnols venus en France en 2012, 62% ont utilisé Internet pour collecter des informations sur le voyage alors qu'ils n'étaient que 44% en 2009^[6]. Un tiers ont utilisé leur portable pour s'informer ou réserver^[6]. «Sur Internet, ce sont les pages des hôtels [53%], des offices de tourisme [48%], des agences de voyage [37%] mais également celles de calculs d'itinéraires [39%], qui sont les plus visitées»^[6]. Dans la plupart des cas, les Espagnols achètent des produits «secs» [transport, hébergement] et sont surtout à la recherche d'offres promotionnelles, de «bons plans». Parmi ceux ayant réservé un package complet, Atrápalo [19%], eDreams [16%] et Halconviajes [16%] sont les principaux portails utilisés. Pour la réservation d'hébergements secs, Booking arrive en tête^[6].

Poussée des réseaux sociaux

Sur la toile, l'Espagne est le pays le plus réactif en Europe. Blogs et réseaux sociaux sont consultés à l'heure d'organiser les vacances [15%], mais aussi pour publier commentaires et photos pendant et après le voyage, un phénomène à prendre en compte lorsque l'on sait que 63% des Espagnols suivent les recommandations d'amis pour partir en vacances [56% pour l'ensemble des Européens]^[9].

MARCHÉ ESPAGNOL

ÉDITION 2014

ES

Première clientèle hors saison en Aquitaine

L'Espagne, qui avait accompli un bond économique sans précédent au cours des deux dernières décennies, sort aujourd'hui timidement de la récession. Avec la crise, ses ressortissants ont intégré de nouvelles habitudes de consommation touristique (report des départs, réservations de dernière minute, recherche de bons plans, baisse des durées de séjour, préférence pour un tourisme de proximité), mais la France reste néanmoins leur destination touristique étrangère préférée et l'Aquitaine la première région visitée en 2012 après Paris⁽¹⁾. Dans la région, les Espagnols sont au premier rang des clientèles hors saison et séjournent surtout en hôtel pour découvrir nos destinations d'intérieur. Leur fréquentation repart dans l'hôtellerie en 2013 et poursuit sa hausse, commencée depuis 5 ans, dans les campings.

Une reprise encore fragile et pas pour tout le monde

Durement atteinte par une crise qui s'éternise, l'Espagne est sortie timidement en 2013 de sa deuxième récession en cinq ans. Son PIB a progressé de 0,4% au premier trimestre 2014. La consommation des ménages a augmenté de 1,6% sur un an et le gouvernement attend une hausse du PIB de 1% en 2014^[2]. La persistance d'une grave crise économique et sociale (taux de chômage 24,4%), malgré les bons résultats macroéconomiques, incite encore beaucoup d'Espagnols à renoncer à leurs vacances. Ainsi «la demande des Espagnols est descendue en 2013 à des niveaux inférieurs à ceux de 2004, même si au dernier trimestre de l'année, elle a montré des signes de reprise»^[3]. 45,8% des ménages n'ont pu s'offrir ne serait-ce qu'une semaine de vacances en 2013, pourcentage qui n'a cessé d'augmenter depuis le début de la crise [35% en 2008]^[4].

Pour ceux qui partent, au repli sur les destinations d'intérieur en été s'ajoute une tendance au raccourcissement des séjours, à la baisse des dépenses, au recours au non marchand et au tourisme de proximité. Mais malgré tout, la reprise du marché émetteur espagnol se profile et les touristes espagnols ont dépensé 12,2 milliards d'euros à l'étranger en 2013, soit une hausse de 2,8% par rapport à 2012^[4], une relance qui permet l'optimisme même si elle reste fragile et ne touche encore qu'une minorité en volume.

Contacts :

Presse/Marketing : Catherine Lamazerolles
catherine.lamazerolles@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 72

Observatoire : Philippe TARRICQ
philippe.tarricq@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 81

Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine

www.tourisme-aquitaine.fr

4 place Jean Jaurès - CS 31759 - 33074 Bordeaux Cedex - France
Tél. 05 56 01 70 00 Fax : 05 56 01 70 07
tourisme@tourisme-aquitaine.fr



Les touristes espagnols : une proximité qui profite à l'Aquitaine

De gros bassins de population aux portes de notre région

L'Espagne est un pays très contrasté tant au plan culturel, linguistique que géographique. Avec 17 communautés autonomes et 5 langues nationales, la variété des climats, des peuples, des histoires et des paysages fait que le caractère et la façon de travailler sont différents de l'Andalousie à la Galice, de la Castille à la Catalogne. Avec une population de 46 235 000 habitants et une densité de 92 habitants/km², des espaces pratiquement désertiques côtoient de très grandes zones urbanisées à proximité de la frontière (Madrid et sa province > 6 millions d'habitants ; région urbaine de Barcelone > de 5 millions de personnes).

Des déplacements en baisse mais pas de remise en cause de l'attractivité touristique de la France

En 2013, les Espagnols ont réalisé 80,5 millions de voyages de tourisme et loisirs (Familitur - source Turespaña), soit une baisse de 5,1% par rapport à 2012. 93% ont été réalisés en Espagne alors que parallèlement, les voyages à l'étranger (5,4 millions) ont également baissé de 11,4%. Dans ce contexte morose, la France s'en sort plutôt bien. En 2012, dans cette conjoncture difficile, c'était la seule destination étrangère à avoir accru sa part de marché (19,6%) par rapport à celle de 2011 (+1,5%)^[6]. En 2013, les arrivées en provenance d'Espagne reculent fortement sur l'Hexagone (-12%), mais les durées de séjours augmentent de plus de 10%^[6]. La France reste sans conteste la destination étrangère préférée des Espagnols, pour ceux qui ont le privilège de pouvoir voyager à l'étranger.

L'Aquitaine : une destination de choix

Paris reste évidemment la destination la plus prisée des Espagnols en France puisque plus d'un touriste sur deux séjournant dans l'Hexagone s'y est rendu en 2012^[6]. Au deuxième rang arrive l'Aquitaine (13% de part de marché) à égalité avec le Languedoc-Roussillon, score d'autant plus important que 73% des Espagnols venus en France en 2012 n'ont visité qu'une seule région^[6]. La proximité géographique représente indéniablement un facteur poussant les Espagnols à passer de l'autre côté des Pyrénées. Ainsi, on note, en France, un grand nombre de visiteurs venant de Catalogne (24%) et du Pays Basque (13%). Parmi les principaux bassins émetteurs, Navarre, Rioja et Aragon représentent à elles trois autant que Madrid (11%), devancée par l'Andalousie (12%).

Des clientèles plus variées qu'il n'y paraît, à la recherche de culture et de divertissement

Des séjours un peu moins courts⁽⁶⁾

Si 70% des clientèles sont des habitués (30%) ou des connaisseurs fidèles déjà venus en France plus de 4 fois dans leur vie (40%), un quart des touristes espagnols accueillis dans notre pays en 2012 étaient des primo-visiteurs. Par rapport à 2009, et compte tenu de la crise, ce pourcentage est en baisse (-11%).

67% des Espagnols sont venus en couple, mais 37% en famille et 27% avec des amis. Champions des courts séjours, 44% des voyages espagnols en France font moins de 4 jours et 82% ne dépassent pas 7 jours. Par contre, les longs séjours augmentent et les courts séjours tendent à diminuer.

Les nombreux ponts et jours fériés sont l'occasion pour les Espagnols de franchir les Pyrénées (19% des voyages), notamment au printemps (26%), mais 41% des séjours se déroulent quand même en été. Seulement un quart de ceux qui sont venus en France en 2012 ont acheté un package complet. Pour 65% d'entre eux, la réservation s'est faite à moins d'un mois du voyage.

Le « bon plan type » : culture et divertissement dans un environnement de qualité, en promotion sur internet

En vacances à l'étranger, les Espagnols veulent vivre une expérience de qualité. En France, ils ont une préférence pour les hôtels (65%), plutôt 3 ou 4 étoiles et l'hébergement non marchand ne concerne que 16% des voyages^[6]. Ils sont consommateurs de parcs de loisirs (en groupe ou en famille), mais aussi de produits culturels, art de vivre. Ils se laisseraient tenter par l'oénotourisme qu'ils pratiquent de plus en plus chez eux, sous réserve qu'on leur propose une offre de produits dans leur langue. Ils s'adonnent, pour la plupart, au shopping et au tourisme urbain.

A la recherche des offres et des bons plans, le rapport qualité-prix (47%), la mise en place de nouvelles attractions touristiques (35%) et les offres publiées sur Internet (34%) sont les principaux facteurs influençant leur choix de destination.

Les Espagnols et l'Aquitaine : une clientèle de proximité en visite toute l'année

Sauf mention contraire, les données touristiques en Aquitaine proviennent du dispositif d'enquête du CRTA et de ses partenaires (INSEE - DGCIS - CDT ; 2004 mise à jour en 2009).

Un Espagnol sur quatre connaît l'Aquitaine⁽⁷⁾

Proximité géographique et culturelle oblige, 24% des ressortissants espagnols identifient l'Aquitaine, ne serait-ce que de nom, sur la liste des 22 régions françaises. Cette proportion atteint 44% pour ceux qui ont déjà séjourné en France. Certaines destinations, bénéficient d'une notoriété plus importante, en particulier la chaîne pyrénéenne (70%), Bordeaux (58%) et le Pays Basque (51%).

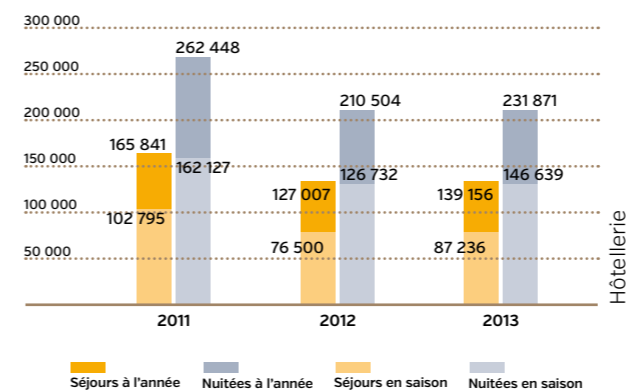
Une présence soutenue tout au long de l'année

Si 18 % des touristes étrangers en Aquitaine sont espagnols en 2009, ils représentent la première clientèle étrangère hors saison (36% des nuitées hors saison) et la quatrième clientèle étrangère en saison (10% des nuitées de mai à septembre). Sur l'ensemble de l'année, l'Espagne occupe la troisième place des marchés émetteurs en Aquitaine, après le Royaume-Uni et les Pays-Bas, avec 385 000 séjours réalisés en 2009 et 2 131 000 nuitées.

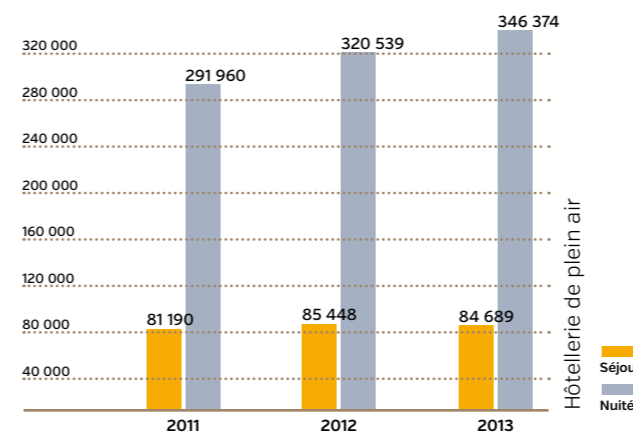
En hébergement non marchand avant tout, sinon à l'hôtel

Avec plus de la moitié des nuitées réalisées dans des hébergements non marchands (53%) en 2009, les Espagnols sont la seule clientèle étrangère à privilégier, en Aquitaine, l'accueil dans la famille ou chez des amis, sans doute du fait de la présence d'une importante communauté hispanique en région.

Lorsqu'ils séjournent dans des hébergements marchands, l'hôtel a sans conteste leur préférence. De fait, ils sont, derrière les Britanniques, la deuxième clientèle étrangère de l'hôtellerie aquitaine. Après une forte baisse en 2012, leur fréquentation repart à la hausse en 2013 sans retrouver toutefois les niveaux d'avant la crise.



A l'inverse, le camping n'est pas une pratique habituelle des Espagnols (ni chez eux, ni à l'étranger), même s'ils en découvrent un peu plus les vertus ces dernières années. De fait, ils occupent une place très modeste parmi les clientèles de l'hôtellerie de plein air en Aquitaine (5^e rang), mais leur fréquentation est en hausse constante depuis 2008, notamment en termes de nuitées (+16% en 3 ans).



En voiture pour du tourisme d'intérieur aux motivations très variées

Automobilistes convaincus, les Espagnols viennent quasiment exclusivement en voiture en Aquitaine (97% contre 79% pour la moyenne des étrangers) et séjournent moins longtemps chez nous (5,7 jours) que les autres clients étrangers (7,2 jours en moyenne). Même si 37% de leurs séjours se déroulent sur le littoral, ils viennent surtout pour découvrir l'intérieur de notre région lors de petites escapades et pratiquent davantage l'itinérance que les autres clientèles étrangères. Pour séjournier, ils privilégient les deux départements les plus proches de chez eux : les Pyrénées-Atlantiques et les Landes.

	Espagnols		Etrangers	
	Séjours	Nuitées	Séjours	Nuitées
Dordogne	7 %	7 %	20 %	19 %
Gironde	15 %	13 %	21 %	21 %
Landes	29 %	26 %	16 %	18 %
Lot-et-Garonne	9 %	12 %	9 %	7 %
Pyrénées-Atlantiques	26 %	23 %	21 %	14 %
Itinérant	14 %	19 %	13 %	20 %
Littoral	37 %	37 %	37 %	37 %
Intérieur	49 %	44 %	50 %	43 %

La présence de la mer et la découverte des villes motivent leur venue. Notre vignoble, notre gastronomie, notre patrimoine et notre climat n'ont qu'un très faible impact sur leur motivation, en déclaratif tout au moins.

Motif "vacances et loisirs" de mai à septembre	Espagnols	Etrangers
	Séjours	Séjours
Mer	27 %	35 %
Découverte d'une ville	24 %	31 %
Se reposer, ne rien faire	19 %	34 %
Pratique de la randonnée pédestre, de la promenade	16 %	20 %
Visite de la famille, des amis	14 %	16 %
Pratique de VTT ou de cyclotourisme	14 %	13 %
Gastronomie, restauration	11 %	21 %
Soleil, climat	10 %	35 %
Visite d'un monument, d'un musée, d'un château	9 %	14 %
Campagne	4 %	11 %
Marchés, brocantes, visite d'artisans, shopping	4 %	13 %
Pratique d'une activité de glisse	4 %	13 %
Découverte des vignobles et du vin	3 %	11 %
Montagne	3 %	5 %

Peu de dépenses, mais beaucoup pour les loisirs

Avec 55€ de dépense quotidienne moyenne entre mai et septembre, les Espagnols se situent en dessous de la moyenne de dépenses des touristes étrangers (60€), notamment du fait d'un recours plus fréquent à l'hébergement non marchand. Néanmoins, 18 % de leur budget est réservé aux loisirs, quand l'ensemble des clientèles étrangères accueillies en région ne leur accorde que 12 %.