

## Espagne

**A retenir :** La France est le pays préféré des Espagnols qui se rendent à l'étranger

### LEXIQUE

**Bonjour :** Buenos días  
**Bienvenue :** Bienvenido  
**Bon séjour :** Feliz estancia  
**Merci :** Gracias  
**Au revoir :** Adiós  
**A bientôt :** Hasta pronto

### CARTE D'IDENTITÉ (2016)

Superficie : 505 911 km<sup>2</sup>  
 Population : 46,7 millions d'habitants  
**L'économie espagnole :**  
 Croissance économique : + 3,2%  
 Prévision 2017 : + 2,8 %  
 Taux d'inflation : + 2 %  
 Taux de chômage : 17,2 %  
 PIB/Hab (\$US) : 34 488



### DONNÉES FRANCE

Les **liaisons aériennes et ferroviaires se multiplient** depuis **2015**, année où la France a accueilli 6,1 millions de touristes espagnols, soit +3,2% par rapport à 2014

**5,8 millions de touristes** en 2016 (- 5,1% par rapport à 2015),  
**9,9 millions d'excursionnistes** en 2016 (- 3,3% par rapport à 2015),  
**29,6 millions de nuitées** (- 8% par rapport à 2015),  
**2,1 milliards d'euros de recettes** touristiques.

### DONNÉES OCCITANIE

**INSEE Hôtel et Camping :** 5<sup>ème</sup> position, 8% des nuitées étrangères totales (1 003 700 nuitées).  
 L'Espagne représente 16% des nuitées en hôtellerie et 4% en hôtellerie de plein air.  
 Trafic passagers lignes régulières **Aéroport de Bagnac Espagne** en 2017 : **+ 58%**,  
**Barcelone** : 25 426 (+ 4%),  
**Madrid** : 364 822 (+ 83%).

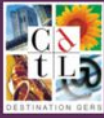
### DONNÉES GERS



**Offices de Tourisme\*** : 5<sup>ème</sup> position, 11% des contacts « étrangers »,  
 Chemins de Saint-Jacques\* : N.S.,  
**Centrale de Réservation Gers Réservation Tourisme** : 4<sup>ème</sup> position,  
 13,2% de la clientèle étrangère,  
**Fluvial : Enquête Baïse CDT 32/47** : 5<sup>ème</sup> position, 8% de la clientèle étrangère,  
**INSEE Hôtel** : 2<sup>ème</sup> position, 16% de la clientèle étrangère (5 368 nuitées),  
**INSEE Camping** : 4<sup>ème</sup> position, 6% de la clientèle étrangère (7 289 nuitées),  
**Flux Touristiques (Flux Vision Tourisme)** : 5<sup>ème</sup> position, 6,2% de la clientèle étrangère.

\*Outil comptage / GRC Destination Gers

N.S. : non significatif



## Espagne

### DONNÉES COMPLÉMENTAIRES

#### COMPORTEMENT

- **Accessibilité vers la France grâce à de nouvelles lignes TGV et des connexions aériennes**

Si en juillet 2014 la clientèle espagnole est en 5ème position dans l'hôtellerie francilienne ; d'autres destinations sont de plus en plus prisées, grâce aux nouvelles lignes TGV desservant 13 destinations françaises. Les connexions aériennes directes avec l'Espagne permettent de renouveler les propositions à une clientèle fidèle à la France.

- **Des départs fréquents pour les week-ends et jours fériés**

Les Espagnols apprécient les escapades urbaines pour profiter du patrimoine, de l'offre culturelle mais aussi de la gastronomie ou du shopping. Les autres intérêts en France sont les parcs d'attractions, le ski ou des niches avec le vent en poupe : **croisières fluviales, cyclotourisme...**

- **Développement rapide des réservations de dernière minute**

Du fait d'un recours grandissant aux **achats en ligne**. Principales régions émettrices : la Catalogne, la région de Madrid, l'Andalousie et la communauté Valencienne.

- **La programmation des tour-opérateurs : atout auprès des clientèles d'Amérique Latine**

1 333 produits pour l'été 2014, avec une spécialisation croissante des circuits combinés en Europe.

- **Un marché féru de nouvelles technologies**

Une **présence en ligne en espagnol** et des campagnes sur les réseaux sociaux sont nécessaires pour des Espagnols à l'écoute des recommandations (influence des blogueurs).

- **Les conférences en ligne (webinars) pour toucher les professionnels**

### COMMENTAIRES

#### Orientations stratégiques :

- Développer des campagnes de social media,
- Renforcer les liens avec les professionnels ( actions spécifiques et une communication en ligne),
- Sensibiliser le grand public, la presse et les professionnels grâce à de grands événements,
- Les cibles : les familles, les jeunes, les seniors, le Village mondial, le Tourisme d'Affaires,
- Valoriser le tourisme en ville, le shopping, la **gastronomie**, la **culture** et le **patrimoine**, les parcs d'attractions, le ski.

Sources : Atout France ; Memento du Tourisme - DGE ; INSEE ; CRT Occitanie ; CDT Destination Gers ; FVT Orange Visit Data ; Aéroport Toulouse Blagnac ; Eurostat ; Enquêtes Insee 2017 dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air (Campings d'avril à septembre; Hôtels de janvier à décembre), <http://atout-france.fr/notre-reseau/espagne>