



> **Population totale :**
46,4 millions d'habitants

> **Taux de croissance économique :** +3,2%

> **Taux de chômage :** 19,6%

> **Taux d'inflation :** -0,2%

Les Espagnols

QUEL PROFIL ?

➤ Les visiteurs espagnols ont un âge moyen égal à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont issus des PCS+⁽¹⁾ pour 39,3 % (+3,7 points) et sont employés pour 28,5 % (+2,4 points). Ils proviennent en majorité de la Communauté autonome de Madrid (34,3 %), de la province de Barcelone (21,3 %) et de celle de Valence (6,5 %).

(1) Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

➤ Plus de 7 Espagnols sur 10 (70,5 %, -0,6 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en famille (33,9 %, +9,7 points), en couple (26,0 %, +0,9 point) ou seuls (23,5 %, -4,2 points). Ils voyagent en majorité en individuel non organisé (73,6 %, -5,6 points). Près d'1 sur 6 (15,8 %, +7,4 points) opte pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 7,3 % (+0,5 point) effectuent un voyage individuel organisé par leur entreprise, tandis qu'ils sont assez peu (3,3 %, -2,2 points) à préférer les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

➤ Près de 9 séjours sur 10 (88,5 %, +5,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 75,2 % (moyen de gamme pour 53,5 % et haut de gamme pour 40,4 %), les meublés et locations saisonnières (6,6 %) ainsi que les résidences hôtelières (4,2 %). Les résidences principales d'amis (5,3 %) et de parents (3,7 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

➤ Les principales activités pratiquées par les touristes espagnols sont les visites de musées et monuments (80,7 %), les promenades en ville (50,1 %) et les visites de parcs et jardins (41,2 %). Par rapport aux autres clientèles internationales, les Espagnols se consacrent moins aux promenades en ville (-20,8 points), au shopping (30,5 %, -17,1 points), aux visites de parcs et jardins (-8,5 points), à la découverte de la gastronomie française (33,0 %, -6,9 points), aux marchés et brocantes (11,6 %, -5,8 points), aux sorties nocturnes (17,1 %, -4,6 points),

aux événements et expositions (8,7 %, -4,4 points) ainsi qu'aux visites guidées de quartiers (7,7 %, -3,2 points). En revanche, ils sont plus nombreux à fréquenter des parcs d'attractions (37,4 %, +14,6 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

➤ "Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (66,0 %), l'Arc de triomphe (55,8 %), le musée du Louvre (50,4 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (47,6 %) et Notre-Dame de Paris (42,9 %). Les Espagnols sont plus nombreux à visiter Disneyland® Paris (31,9 %, +14,7 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (+10,2 points), l'Arc de triomphe (+6,7 points), le musée de l'Armée (13,3 %, +6,6 points), le centre Pompidou (19,9 %, +3,8 points) et la tour Eiffel (+3,3 points). En revanche, ils se rendent moins à Notre-Dame de Paris (-7,3 points) et au château de Versailles (8,5 %, -4,0 points).



84,1%
des touristes sont venus en avion



5,1%
des touristes sont venus en train



10,8%
des touristes sont venus par la route

54,6%
REPEATERS



45,4%
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 60,1% de repeaters et de 39,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



46,4%

Sites Internet



38,5%

Agences de voyages, tour-opérateurs



9,9%

Directement auprès des hébergeurs



9,6%

Entreprises



8,9%

Plateformes de réservation entre particuliers



0,5%

OTSI, CDT, CRT



3,3%

Autres



0,1%

Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Espagnols favorisent également Internet (49,8%, -7,0 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (32,7%, +13,2 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ⁽¹⁾



93,8%

Ensemble du séjour



94,3%

Sorties et offre culturelle



92,1%

Accueil et information



89,7%

Hébergement



84,9%

Accessibilité et transports



75,7%

Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,7%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PRÈS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES ESPAGNOLS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



45,7%

Hébergement

25,9%

Alimentation, restauration

10,8%

Loisirs, spectacles, musées

10,7%

Shopping

6,8%

Transports au sein de la région

Les Espagnols, dont la dépense moyenne par jour et par personne (132 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (146 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+5,1 points) et moins importante au shopping (-7,9 points).

À RETENIR

- **1 358 000 séjours** soit 7,4% des séjours de la clientèle internationale
- **5 359 000 nuitées** soit 6,4% des nuitées de la clientèle internationale
- **3,9 nuits** en moyenne
- **54,6%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **73,6%** voyagent en individuel non organisé
- **70,5%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **132 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **519 €** de budget moyen du séjour par personne
- **93,8%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **47,4%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS

- Proposer des produits touristiques adaptés aux familles notamment en matière d'hébergement, de restauration et d'activités
- Promouvoir des offres touristiques promotionnelles incluant visites de parcs d'attractions et visites culturelles
- Développer les supports de communication et l'accueil en espagnol

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, QUIBUS (BVA) - résultats 2016 ; Banque mondiale, FMI.