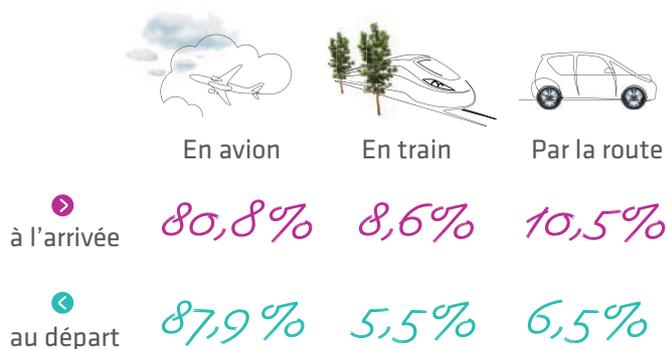


Les Espagnols



- › Population totale : 46,7 millions d'habitants
- › Taux de croissance économique : +2,0%
- › PIB/habitant : 30 371 USD
- › Taux de chômage : 14,1%

MODE DE TRANSPORT



57,5%
REPEATERS

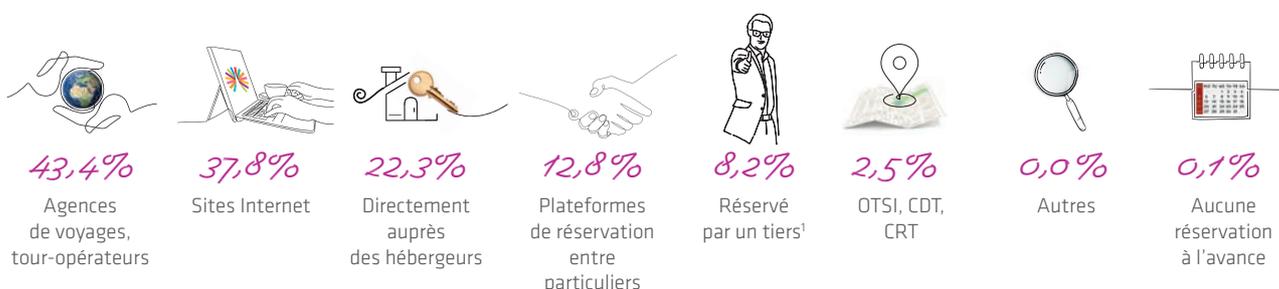
42,5%
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,9% de repeaters et de 40,1% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES SONT PRÉDOMINANTES



Quel profil ?

Les visiteurs espagnols ont un âge moyen (39 ans) légèrement inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Les principales catégories socio-professionnelles sont les CSP+¹ (42,5%, +8,9 points), les employés (27,3%, -1,0 point) et les professions intermédiaires (12,1%, +3,3 points). Ils proviennent principalement de la Communauté autonome de Madrid (21,0%), de la province de Barcelone (15,0%), de Malaga (13,9%) et de Cadix (12,1%).

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

Quel type de voyage ?

Les trois quarts des visiteurs espagnols (75,2%, +0,4 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en famille (40,9%, +14,7 points), seuls (20,6%, -6,7 points) ou en couple (20,5%, -3,7 points). Ils voyagent en majorité en individuel non organisé (67,9%, -9,2 points). Ils sont 18,1% (+9,9 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 9,0% (+0,3 point) effectuent un voyage organisé par leur entreprise et 5,0% (-0,9 point) à préférer les groupes organisés.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (86,9%, +5,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 70,7% (45,6% en haut de gamme et 37,7% en 3 étoiles), les meublés et locations saisonnières (8,6%) ainsi que les résidences hôtelières (4,8%). Les résidences principales d'amis (6,3%) et de parents (4,1%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

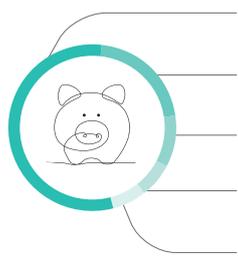
Les principales activités pratiquées par les touristes espagnols sont les visites de musées et monuments (75,0%), les promenades en ville (55,5%) et les visites de parcs d'attractions (45,2%). Par rapport aux autres clientèles internationales, les Espagnols se consacrent moins au shopping (28,0%, -18,1 points), aux promenades en ville (-15,9 points), aux visites de musées et monuments (-8,0 points), aux visites de parcs et jardins (44,7%, -5,5 points), à la découverte de la gastronomie française (33,8%, -5,2 points), aux marchés et brocantes (13,0%, -4,9 points) et aux sorties nocturnes (17,3%, -3,0 points).

En revanche, ils sont beaucoup plus nombreux à fréquenter les parcs d'attractions (+19,7 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (64,3%), l'Arc de triomphe (53,3%), le musée du Louvre (48,9%), le Sacré-Cœur de Montmartre (48,9%) et Disneyland® Paris (34,8%). Les Espagnols sont plus nombreux à visiter Disneyland® Paris (+16,5 points), le Sacré-Cœur de Montmartre (+10,6 points), l'Arc de triomphe (+4,9 points) et le musée de l'Armée (9,7%, +3,7 points). En revanche, ils se rendent moins à Notre-Dame de Paris (31,2%, -12,7 points), au château de Versailles (8,0%, -6,1 points) et au musée d'Orsay (15,4%, -4,5 points).

PLUS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



56,0%	Hébergement
21,0%	Alimentation, restauration
9,8%	Loisirs, spectacles, musées
6,7%	Transports au sein de la région
6,6%	Shopping

Les Espagnols, dont la dépense moyenne par jour et par personne (131 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+8,1 points) et moins importante au shopping (-8,2 points).

À retenir

- **1 546 000 séjours**, soit 7,0% des séjours de la clientèle internationale
- **6 531 000 nuitées**, soit 6,2% des nuitées de la clientèle internationale
- **853 millions d'euros** de consommation touristique, soit 5,9% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **4,2 nuits** en moyenne
- **57,5%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **67,9%** voyagent en individuel non organisé
- **75,2%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **552 €** de budget de séjour par personne
- **91,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **40,1%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Continuer à travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs en mettant en avant l'offre touristique adaptée aux familles
- Promouvoir des offres touristiques incluant visites de quartiers et parcs d'attractions
- Travailler sur le rapport qualité/prix de l'hébergement, de la restauration et de l'offre culturelle

DES TOURISTES MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE RESTAURATION



91,6%

Ensemble du séjour



94,5%

Sorties et offre culturelle



89,0%

Accueil et information



85,5%

Hébergement



81,4%

Accessibilité et transports



78,0%

Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 92,9%

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, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.