



Espagne

Un marché fidèle et solide où la France maintient sa position de destination internationale leader.

En 2025, les Espagnols ont repris leurs habitudes du goût pour le voyage avec un total de 26,1 millions de voyages hors d'Espagne dont 8,6 M en France (chiffres INE).

L'année 2025 a atteint la barre symbolique des 5 Milliards d'euros de recettes touristiques soit +3,9% vs 2024 et 7,9% vs 2019. La France est la 1ère destination des Espagnols en nombre de nuitées (30 millions réalisées).

La connectivité entre les deux pays facilite également l'attractivité notamment grâce aux nombreuses liaisons aériennes, ferroviaires et routières. Voyager entre l'Espagne et la France s'améliore durablement ce qui encourage un flux touristique régulier toute l'année.

Pour comprendre l'intérêt de ce marché local, l'authenticité est un facteur clé, car les touristes espagnols recherchent souvent des expériences immersives, qu'il s'agisse de goûter des produits locaux, de participer à des festivals ou de découvrir des lieux moins touristiques.

Marchés d'intervention d'Atout France



Chiffres clés



En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

Début 2026, l'Espagne est régulièrement citée comme le "miracle européen" porté par des indicateurs économiques favorables. Forte reprise du tourisme, renforcement industriel et des exportations en hausse ainsi qu'une attractivité croissante pour les investissements internationaux illustrent sa dynamique économique actuelle.

Le pays a des prévisions positives et favorables à son économie. **La croissance du PIB a affiché 2,8% en 2025 et devrait poursuivre en 2026 avec 2,2% ; bien supérieure à la moyenne des taux de l'Union Européenne.**

Grâce à la bonne tenue du marché du travail, la demande intérieure sera également l'un des moteurs de la croissance dans les prochains mois, permettant au gouvernement espagnol de se réjouir d'une économie ibérique traversant l'un de ses meilleurs moments et de servir de "locomotive" à l'UE.

Avec un taux de chômage historiquement bas (10,6%) depuis 2008, les Espagnols reviennent progressivement à une stabilité financière et permettent une hausse de la consommation des ménages notamment par un contrôle de son inflation.

PRINCIPAUX INDICATEURS

- **Population : 49 millions d'habitants**

- **Croissance en 2025 : + 2,8 %**
- **Prévision du taux de croissance 2026 : +2,2% (Banque d'Espagne)**
- **PIB par habitant en euros : 34 050€**

Les postes de dépenses en lien avec l'univers du voyage sont en hausse :

+7,1% de dépenses dans les hébergements hôteliers

+8% de dépenses dédiées aux voyages à l'étranger

Signe de la bonne dynamique du marché, le début d'année 2026 a enregistré **++13,2% d'augmentation de la clientèle espagnole dans les massifs montagneux** pour la saison d'hiver 2025/2026 soit la 1ère clientèle en terme d'augmentation par rapport à la précédente saison.

La vente online liés au voyage (hébergement, transports ...) reste le premier poste d'achat sur le canal e-commerce avec une hausse des ventes de +16% sur ce segment soit 493 M de transactions sur le 1er semestre 2025.

Dans le secteur de la distribution touristique, le chiffre d'affaires des agences de voyages en 2025 a augmenté de 3% par rapport à 2024.

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Durée moyenne de temps passé en voyage à l'étranger tous pays confondus : 4,3 jours ; (2025)

La France est en tête du Top 3 des destinations européennes privilégiées (DATASTUR 2025) par les Espagnols.

CHIFFRES 2025

- **8,6 millions de voyages en France** (INE - DATASTUR Atout France)
- **5 Mds d'euros de recettes** touristiques enregistrés (6ème marché en France selon la Banque de France).

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 (hors Montagne hiver).

Les principales caractéristiques :

- Types d'hébergement en hôtels 4 étoiles ou 3 étoiles.
- 56% sont arrivées par avion dans les 16 aéroports réguliers en France (Paris -Orly et Charles-de-Gaulle), Lyon, Marseille, Toulouse, Nice, Nantes, Bordeaux, Lille, Montpellier, Strasbourg, Rennes, Biarritz, Perpignan, Pau, Brest, Lourdes) avec le même poids de vols traditionnels (29%) et de vols low cost(28%). 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 et l'oénotourisme augmente.
- Parmi les régions les plus visitées, Paris Ile de France se situe à la première place suivie de l'Occitanie et Provence Alpes Côte d'Azur.

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, ils deviennent vigilants sur l'aspect durable de leurs voyages (30%). Un bon indice pour la destination France sachant que 9 espagnols sur 10 considèrent la France comme une destination durable selon notre étude MCKINSEY réalisée en 2024.

Les fondamentaux restent cependant une recherche touristique pour un tourisme culturel/urbain 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 caravanning, le voyage solitaire émergent.

On notera l'importance du train qui se renforce dans le mode de déplacement grâce à l'ouverture du marché à la concurrence ; les lignes France-Espagne sont opérées par les transporteurs RENFE et SNCF qui multiplient leur offres.

Nos recommandations pour aborder ce marché

Un marché fidèle et solide ou la France maintient sa position de destination internationale leader

Grâce à la bonne santé économique du pays et à une reprise de la consommation, les Espagnols retrouvent de l'appétence pour les voyages (en grande majorité domestiques) et sont bien décidés à sanctuariser ce poste dans leurs dépenses (les voyages sont en première position des intentions d'achat devant l'habillement, la décoration/ameublement, les articles technologiques et ménagers - étude Cetelem).

La France de part sa proximité géographique, son excellente connectivité tant aérienne (huit villes desservies au départ des grandes villes espagnoles : Bordeaux, Lyon, Marseille, Nantes, Nice, Paris, Strasbourg et Toulouse) que ferroviaire (lignes au départ de Barcelone sur Marseille et Lyon) mais aussi de son offre touristique patrimoniale et culturelle, reste la destination internationale préférée des touristes espagnols avec 7,3 millions de séjours.

Le bureau de Atout France à Madrid s'attachera en 2026 à consolider cette position de leader en s'appuyant notamment sur :

- Un renouvellement de l'offre des destinations grâce à de **nouveaux itinéraires** et des **thématiques de plus en plus recherchées** comme l'oenotourisme ou le cyclotourisme
- Un **tourisme durable affirmé** (pour mémoire, 70% des Espagnols ont l'intention de voyager dans le futur de manière plus durable et 30% souhaitent intégrer davantage de durabilité dans le choix des logements et des transports)
- Une valorisation de notre **savoir-faire en matière d'accueil et d'événementiels** capitalisant ainsi sur le succès de l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques.

Dans le plan d'actions que nous vous proposons, outre les actions incontournables comme nos campagnes numériques de notoriété/conversion pour le grand-public, notre tournée médiatique ou bien encore le salon IBTM et notre rendez-vous annuel du Workshop Francia pour rencontrer les prescripteurs ibériques.

Toute l'équipe de Atout France reste à votre écoute pour mieux vous orienter sur vos projets de communication / promotion en Espagne et au Portugal.

Webinaires Atout France Live !

Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires. En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[Retrouver le webinaire dédié à la Région latine](#)

Le marché Espagne en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ESPAGNE



Quelques données économiques



49 MILLIONS d'habitants



34 050 € PIB / habitant (2025)



2,8% CROISSANCE du PIB (2025)

+2,2% Prévission en 2026



32% PRINTEMPS



16% AUTOMNE



46% ÉTÉ
Ponts : 32%



7% HIVER
dont Noël

Période de réservation



Principales destinations visitées en France



FICHE ESPAGNE
Plan d'action 2025/26

Fiche 2026



Données touristiques en 2025



8,6 Millions d'arrivées
d'Espagnols en France



5 Milliards de recettes
touristiques en France

628 € Dépenses/ Personne/ Séjour

4,3 JOURS *Durée Moyenne de séjour*

Principaux bassins émetteurs



Catalogne (23%)
Madrid (17%)
Andalousie (16%)
Valence (11%)

Profil voyageurs



- LA FRANCE est la 1ère destination des Espagnols à l'étranger ;
- Ils voyagent en couple à 72% et sont relativement jeunes, autour de 40 ans ;
- Ils privilégient les voyages en avion (56%), puis en voiture 33%, et 7% en train (essor des lignes FR<->ES)



- Importance du digital dans l'expérience voyage



TOP 3 des motivations de voyages en France

2

Gastronomie



1

Tourisme urbain



3

Visites culturelles



DISTRIBUTION

- 8 900 agences de voyages (2025)
- Renforcement et concentration des TO
- Environ 20 % d'intermédiation

Contact marché Espagne |
emmanuel.marcinkowski@atout-france.fr