

# NOTE DE VEILLE INTERNATIONALE

 **Bureau : Madrid**  
**Rédacteurs : Maxime  
Morin & Ségolène  
Noual**  
**Date : 18/05/26**

**!/| LES CONSIGNES MATERIALISÉES EN ROUGE DEVRONT ETRE SUPPRIMÉES DU  
DOCUMENT AVANT ENVOI**

## CONSEILS AUX REDACTEURS

Le contenu des notes doit alimenter la vision stratégique d'Atout France sur les thématiques identifiées et donc s'inscrire dans une **temporalité de 6 mois à 3 ans**. En cela la veille ne doit pas être confondue avec la conjoncture.

**L'objectif est de mettre particulièrement l'accent sur les innovations touristiques, les initiatives de start-ups et les nouvelles offres de services.**

Chaque fois que c'est possible, faire un renvoi vers la **source de l'information** en note de bas de page.

Pour chaque sujet, avoir en tête les différentes approches possibles :

- **macro** (stratégie du pays, connaissances des clientèles dans leur ensemble, actions propres au pays),
- **thématique** (stratégie en termes de filière, comme le vélo, la randonnée, l'appétence pour la montagne, la campagne, la mer... et études, actions, innovations associées),
- **territoriale** (spécificités, stratégies mises en place par une région, un territoire...)

## A RETENIR

**Tendance marché #1** | L'Espagne a accueilli 96,8 millions de touristes étrangers en 2025, soit une augmentation de 3,2 % par rapport aux chiffres de 2024. Les dépenses des visiteurs internationaux ont atteint 134,712 milliards d'euros, soit une augmentation de 6,8 % par rapport à l'année précédente VS 2024.

**Tendance marché #2** | Selon l'étude Google, Power of Travel, l'Espagne devrait accueillir 130 millions de touristes et devenir ainsi la 1<sup>ère</sup> destination touristique mondiale à horizon 2050.

**Fun fact / signal  
faible #1**

**Fun fact / signal  
faible #2**

## TONALITE DES MESSAGES LORSQU'IL EST FAIT MENTION DE LA FRANCE

La destination France reste une référence pour les Espagnols, de nombreuses retombées ont souligné son record de fréquentation pour l'année 2025. Nous n'avons pas reçu de mention ou d'article néfaste à la notoriété de la destination France ces derniers mois. Paris reste une destination du Top 3 européen préférée des Espagnols pour voyager notamment pendant la Semaine Sainte.

## PROPENSION À VOYAGER

- Forte épargne des ménages espagnols et hausse du SMIC de + 4,4% en 2025
- Consommation des ménages dynamique et sanctuarisation du budget des vacances : en hausse de 40% depuis 2021
- Augmentation du budget moyen de vacances en familles à hauteur de 2006€ et hausse du budget des seniors de +24% soit 2489€.
- Pour contrer le recul démographique de l'Espagne et soutenir la demande de la main d'œuvre intérieure, le gouvernement Sanchez a autorisé la naturalisation de 500 000 étrangers.
- Concernant l'immobilier en Espagne, le volume des transactions atteint son plus haut niveau depuis 2008. Les notaires, qui estiment que cette tendance « n'est pas viable », soulignent que 30 % des acheteurs ont payé leur appartement comptant. L'Espagne a atteint son plus haut niveau historique en 2025 après avoir augmenté de 9,6 %. Cette hausse a été favorisée par un boom des ventes : au total, 705 357 transactions ont été enregistrées.

## INNOVATION TOURISTIQUE

### Analyse générale

Globalement, l'année 2025 a été riche en développement de la travel tech espagnole. Les startups de ce segment ont levé près de 300 M d'EUR pour 13 levées de fond pour des startups tels que TravelPerk, Exoticca, Amenetiz...). Plusieurs acteurs touristiques ont lancé des nouvelles solutions touristiques au cours du Mobile World Congress (MWC) en mars dernier. A titre d'exemple, la compagnie VUELING a lancé son propre moteur de recherche vocal permettant de concevoir et de réserver des voyages.

**La société World2Meet (W2M) a participé au salon Talent Arena, dans le cadre du Mobile World Congress 2026, avec sa nouvelle stratégie « The New Travel Project », axée**

sur l'innovation, le talent et la transformation du voyage afin de générer une expérience à plus forte valeur ajoutée.

Le principal levier de cette vision est l'innovation, comprise comme « une culture qui fait partie de l'ADN du groupe.

Dans ce cadre, la société a développé une forte orientation vers l'expérience numérique, mettant la technologie au service d'une vision globale de l'expérience de voyage et de l'efficacité de tous les acteurs impliqués.

#### Trois grandes étapes:

Concrètement, la participation de W2M à Talent Arena s'articule autour de trois grandes étapes. La première, hier 2 mars, lorsque le PDG du groupe, Gabriel Subías, a animé une session pour partager la vision du « New Travel Project » et expliquer comment, grâce à l'innovation et à l'expérience numérique, l'entreprise est en train de façonner le voyage du futur.

Deuxièmement, W2M participera à la table ronde « Une chaîne de valeur au service d'un nouveau concept d'expérience de voyage », qui analysera comment l'expérience numérique relie de manière transversale tous les domaines d'activité et comment elle influe sur la distribution, la technologie et le marketing, en construisant une chaîne de valeur plus intégrée, plus efficace et plus orientée vers le client.

Enfin, le troisième axe sera le lancement du premier Open Innovation Challenge de W2M, une initiative visant à attirer les talents émergents et à générer des solutions pour l'avenir du voyage, avec la participation de 30 étudiants de quatre universités : ESADE, Tecnocampus, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) et ESIC Business & Marketing School.

[Agenttravel.ES - Noticias para el profesional del turismo - W2M participa en el MWC 2026 con su nueva estrategia 'The New Travel Project'](#)

Selon le média TUBOT, **20 % des voyageurs espagnols utilisant déjà des outils d'IA pour planifier leurs voyages. Conclusion : l'avenir du tourisme est intelligent**

L'intelligence artificielle est le grand allié du secteur touristique en Espagne. Les agents IA offrent une occasion unique de créer des expériences de voyage inoubliables, d'optimiser la gestion et d'accroître la rentabilité. La transformation numérique n'est plus une option, c'est une nécessité pour rester compétitif.

<https://www.tubot.es/post/agentes-ia-turismo-guia-completa-sector-turistico-espana-2025>

#### **Innovations par thématiques**

**Data**

**Lancement de l'Espace de données touristiques pour promouvoir une gestion touristique plus intelligente.**

L'Espace de données touristiques, premier espace de données sectoriel en Espagne, a été mis en place. Grâce à cette infrastructure, la collaboration public-privé est encouragée, l'accès à des données fiables et actualisées est facilité et une gestion touristique plus intelligente, durable et axée sur les résultats est favorisée. L'espace de données démarre avec des entreprises pilotes et des early adopters afin de commencer à consolider le catalogue de données qui servira de référence pour le secteur de l'économie des données dans le tourisme.

<https://www.esmartcity.es/2025/12/22/en-marcha-espacio-de-datos-turismo-impulsar-gestion-turistica-mas-inteligente>

**Les 30 premiers hôtels rejoignent la phase initiale de Smart Data Canarias, la plateforme d'intelligence touristique du secteur.**

un outil technologique innovant qui permet d'analyser en temps réel certains indicateurs de durabilité et de compétitivité du secteur de l'hébergement aux Canaries et de faire de l'archipel une référence en matière d'utilisation des données dans la prise de décision. un aperçu des premiers résultats obtenus dans le cadre de cette initiative **cofinancée par le ministère régional du Tourisme et de l'Emploi du gouvernement des Canaries à hauteur de 600 000 euros, provenant du Plan de relance, de transformation et de résilience et financée par les fonds Next Generation EU.**

Le projet développe un système d'intelligence touristique basé sur la collecte, la structuration et l'analyse de données opérationnelles, environnementales et comportementales des clients, dont **l'objectif est d'optimiser les processus, de réduire les impacts et de faciliter la prise de décision fondée sur des données factuelles.**

<https://gacetadelturismo.com/hoteles/los-primeros-30-hoteles-se-suman-a-la-fase-inicial-de-smart-data-canarias-la-plataforma-de-inteligencia-turistica-del-sector/>

**IA**

**Le projet ALIA (Intelligence artificielle souveraine pour l'espagnol), le modèle d'IA fondateur en espagnol et dans les langues qu'officielles lancé par le gouvernement espagnol début 2025, progresse et s'impose comme une infrastructure publique,** ouverte et multilingue conçue pour réduire la dépendance vis-à-vis des modèles internationaux d'IA. Présenté par le président Pedro Sánchez lors de l'événement « HispanIA 2040 » à Madrid. **Comment ALIA a été entraîné?**

ALIA a été développé à partir de zéro, sans utiliser de modèles pré-entraînés, et s'appuie sur l'architecture de Llama, le modèle open source de Meta. Son vocabulaire a été adapté à 35 langues de l'Union européenne, avec une attention particulière pour l'espagnol et ses variantes.

<https://algoritmosverdes.gob.es/es/noticias/espana-presenta-alia-el-modelo-de-ia-fundacional-en-espanol-y-lenguas-cooficiales#:~:text=El%20Gobierno%20de%20Espa%C3%Bl%20ha,%2C%20gall ego%2C%20valenciano%20y%20vasco.>

### **Les campings se forment également à l'utilisation de l'intelligence artificielle.**

La FEEC (Federación Española de Campings ) mise sur un modèle de camping plus compétitif, plus efficace et prêt pour l'ère numérique. La technologie est déjà présente dans des domaines tels que la réception, avec la personnalisation des réservations et le renforcement de la vente directe ; dans l'administration et la comptabilité, en rationalisant les processus financiers ; et dans le marketing numérique, en élargissant les possibilités créatives et en améliorant la segmentation. L'utilisation d'assistants virtuels et d'automatisations dans la gestion des réservations et des enregistrements est également en pleine expansion. Cette impulsion en matière de formation coïncide avec un contexte de développement entrepreneurial. **Les campings espagnols ont atteint en 2025 une croissance de 3 %, triplant la moyenne européenne de 1%**, selon la troisième édition du rapport The Open Air Property Telescope, élaboré par EY Parthenon.

[https://www.hosteltur.com/174445\\_los-campings-tambien-se-forman-en-el-uso-de-la-inteligencia-artificial.html?code=home-page%7b2026-02-26%7d&utm\\_source=newsletter-es&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=a-la-conquista-de-portugal-los-gigantes-espanoles-de-la-distribucion-turistica-buscan-el-dominio-iberico-hosteltur-26-02-2026&utm\\_term=20260226&utm\\_content=hoteles-12](https://www.hosteltur.com/174445_los-campings-tambien-se-forman-en-el-uso-de-la-inteligencia-artificial.html?code=home-page%7b2026-02-26%7d&utm_source=newsletter-es&utm_medium=email&utm_campaign=a-la-conquista-de-portugal-los-gigantes-espanoles-de-la-distribucion-turistica-buscan-el-dominio-iberico-hosteltur-26-02-2026&utm_term=20260226&utm_content=hoteles-12)

### **L'utilisation de l'IA générative dans le secteur du voyage double en Espagne et atteint 24 % en 2025**

**87% des personnes ayant utilisé des outils d'IA pour planifier leurs voyages affirment avoir obtenu des résultats positifs, selon Amadeus.**

le rapport indique que parmi ceux qui ont utilisé des outils d'IA pour planifier leurs voyages, 87 % affirment avoir obtenu des résultats positifs, tels que des gains de temps (36 %), des recommandations hautement personnalisées

(30 %) et la découverte de nouvelles destinations qu'ils n'auraient pas envisagées autrement.

De même, **l'analyse révèle également que les voyageurs espagnols recherchent la tranquillité d'esprit en utilisant l'IA lorsqu'ils voyagent, et 62 % d'entre eux affirment qu'ils seraient prêts à effectuer un paiement unique pour utiliser un assistant IA** afin d'obtenir des informations et de gérer leur voyage. En outre, 17 % de ces voyageurs seraient prêts à payer entre 2,6 % et 5 % du coût total du voyage pour bénéficier de ces services.

Quant aux voyageurs d'affaires espagnols, 84 % d'entre eux considèrent qu'il est « utile » de disposer d'un assistant de voyage basé sur l'IA.

[https://www.agenttravel.es/noticia-059950\\_El-uso-de-la-IA-generativa-en-el-sector-de-los-viajes-se-duplica-en-Espana-y-alcanza-el-24-en-2025.html](https://www.agenttravel.es/noticia-059950_El-uso-de-la-IA-generativa-en-el-sector-de-los-viajes-se-duplica-en-Espana-y-alcanza-el-24-en-2025.html)

L'intelligence artificielle a fait une entrée fracassante dans les entreprises espagnoles. Selon les données brutes extraites de la dernière enquête sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) et du commerce électronique dans les entreprises réalisée par l'Institut national de statistique (INE), **58,2 % des grandes entreprises espagnoles (celles qui comptent plus de 250 salariés) utilisent déjà activement cet outil**. Si l'on élargit le champ d'analyse à l'ensemble du tissu entrepreneurial national (entreprises de 10 salariés ou plus), l'adoption généralisée a explosé pour atteindre 21,1 %, soit une multiplication par 2,5 au cours des quatre dernières années selon les chiffres officiels.

<https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/bermatu/2026/03/02/58-empresas-espanol-utilizan-ia-10768224.html>

**Promotion**

**Ávoris lance le cours Next Gen Guides 2026 pour professionnaliser les guides touristiques.** Cette initiative répond à un besoin structurel du secteur : intégrer des jeunes profils dotés d'une solide formation technique et d'un sens pratique à un poste clé dans l'expérience du voyageur organisé.

Le programme comprend 300 heures de cours en présentiel.

Le cours se termine par un stage à destination, un élément différenciateur qui permet à l'étudiant d'être confronté à des situations réelles avant d'entrer sur le marché du travail.

**Conditions requises**

La formation s'adresse aux diplômés en tourisme, sciences humaines, histoire ou disciplines connexes, de préférence résidant dans la Communauté de Madrid.

Une maîtrise courante de l'anglais est requise ; la connaissance du portugais est particulièrement appréciée, conformément à l'orientation internationale de l'opérateur. Il ne s'agit pas d'un programme généraliste : il recherche des profils ayant une vocation sectorielle, une disposition à la collaboration et la volonté de se développer dans un environnement professionnel réel.

[Agenttravel.ES - Noticias para el profesional del turismo - Ávoris lanza el curso Next Gen Guides 2026 para profesionalizar los guías turísticos](#)

## **Mobilité**

### **Smart Tourism améliore l'expérience touristique et encourage l'utilisation des transports publics**

Cette nouvelle initiative intègre un planificateur d'itinéraires de transports publics en fonction des intérêts touristiques personnalisés.

Grâce à la collaboration du département délégué au tourisme, la plateforme donne accès à des fiches sur les ressources touristiques contenant toutes les informations utiles aux visiteurs.

**L'outil est disponible gratuitement en 95 langues et garantit une excellente expérience utilisateur depuis n'importe quel appareil.** L'année dernière, l'initiative a remporté le prix de l'innovation dans la gestion des flux touristiques Digital Tourist 2025.

Grâce à l'intelligence artificielle, les visiteurs pourront planifier des itinéraires personnalisés en fonction de leurs intérêts, accéder à des informations pertinentes en temps réel et profiter de Madrid de manière accessible, durable et adaptée à leurs goûts. Smart Tourism intègre les transports publics dans les différents itinéraires et offre la possibilité de payer directement dans les bus municipaux et dans les vélos Bicimad grâce à un code QR.

**Cette plateforme bénéficie de la collaboration du département délégué au tourisme, qui a fourni l'accès aux fiches des ressources touristiques mises à jour avec toutes les informations utiles pour les visiteurs.**

<https://diario.madrid.es/blog/notas-de-prensa/carabante-presenta-la-nueva-herramienta-de-emt-madrid-que-integra-movilidad-y-turismo/#:~:text=El%20delegado%20de%20Urbanismo%2C%20Medio%20Ambiente%20y,%20pagar%20en%20bus%20o%20bicimad%20con>

**Renfe s'associe à KPMG, PwC, NTT et Mazars pour concurrencer en France**

La mission confiée aux cabinets de conseil comprend la préparation des offres économiques en France, l'élaboration de modèles financiers et l'analyse des documents exigés par les autorités françaises. Ils devront également fournir des conseils en matière fiscale, dans la structuration de la dette des projets, dans les procédures internes d'approbation et dans la négociation avec les organismes organisateurs des appels d'offres.

**Cette décision s'explique par le fait que la France est l'un des marchés prioritaires pour l'entreprise espagnole.** Actuellement, elle exploite 28 trains AVE quotidiens qui relient Barcelone à Lyon et Madrid à Marseille, avec des arrêts intermédiaires.

Cependant, ses projets de croissance ont connu des revers, tels que l'arrêt de la liaison entre Barcelone et Toulouse ou la tentative infructueuse d'atteindre Paris à l'occasion des Jeux olympiques de 2024.

<https://www.preferente.com/noticias-de-agencias-de-viajes/renfe-se-arma-con-kpmg-pwc-ntt-y-mazars-para-competir-en-francia-348467.html>

**Enaire améliore ses données en matière de durabilité** en économisant 13 300 tonnes de CO2

L'efficacité des routes gérées a atteint 96,8 %, ce qui a permis aux compagnies aériennes d'économiser 4 200 tonnes de carburant.

**Ce chiffre équivaut aux émissions annuelles de 2 700 voitures. De plus, cela a permis d'économiser 4 200 tonnes de carburant par rapport à l'année précédente 2024. Grâce à cette économie, en 2025, 711 000 kilomètres ont été économisés par rapport à 2024, soit l'équivalent de 18 tours de la Terre.**

La plus grande efficacité en vol, obtenue grâce à la conception d'itinéraires de plus en plus directs et efficaces, et la plus grande flexibilité de l'espace aérien, obtenue grâce à la coordination civile-militaire, sont des aspects très déterminants pour obtenir ces bons résultats du point de vue environnemental. Plus précisément, l'efficacité des vols du réseau espagnol s'élève à 96,8 % en 2025, le meilleur chiffre des dix dernières années, à l'exception de l'année 2020 marquée par la pandémie, alors que le trafic a atteint un niveau record historique.

**Durabilité**

Agenttravel.ES - Noticias para el profesional del turismo - Enaire mejora los datos de sostenibilidad ahorrando 13.300 toneladas de CO2

**Castille-La Manche débloque cinq millions d'euros d'aides pour moderniser et rendre le tourisme plus durable provenant des fonds de**

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | <p><b>relance et de résilience.</b> Les établissements d'hébergement hôtelier et rural, les appartements touristiques, les campings, les auberges, les entreprises de restauration, de tourisme actif, d'écotourisme et les centres de loisirs touristiques peuvent bénéficier de ces aides et pourront moderniser leurs installations grâce au plan d'aides régional.<br/> <a href="https://www.abc.es/espana/castilla-la-mancha/castillala-mancha-activa-cinco-millones-ayudas-modernizar-20260125105233-nt.html">https://www.abc.es/espana/castilla-la-mancha/castillala-mancha-activa-cinco-millones-ayudas-modernizar-20260125105233-nt.html</a></p>                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Techno<br/>logie<br/>immer<br/>sive</b></p> | <p>La région des Cinco Villas en Aragon, compte 30 622 habitants. Elle abrite l'église San Miguel, qui a perdu son patrimoine en 1920. La mairie nous a demandé de recréer le patrimoine de la porte et d'organiser une visite guidée en réalité augmentée.<br/> <b>Créer une expérience touristique plus immersive</b>, interactive et ludique, et permettre de mieux connaître le patrimoine de la région. Existe en 3 langues (anglais, espagnol, italien)<br/> <a href="https://deusens.com/es/portfolio/turismo-inmersivo-realidad-aumentada-cinco-villas#:~:text=Reconstrucci%C3%B3n%20de%20patrimonio%20con%20Realidad,el%20port%C3%B3n%20original%20en%203D">https://deusens.com/es/portfolio/turismo-inmersivo-realidad-aumentada-cinco-villas#:~:text=Reconstrucci%C3%B3n%20de%20patrimonio%20con%20Realidad,el%20port%C3%B3n%20original%20en%203D</a>.</p> |
| <p><b>Autre</b></p>                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## ATTENTES DES CLIENTELES LOCALES

### Analyse générale

Selon l'étude Avoris Travel Insight, 51% des Espagnols interrogés sont surs de voyager en 2026. Le nombre de voyage de loisir est en légère hausse de 1% vs l'année dernière et les dépenses moyennes par voyage sont en hausse de 2%. Les Espagnols prévoient de réaliser une moyenne de 3 voyages dans l'année pour environ 3 090€ de budget par famille et par voyage.

Ce sont d'abord les destinations culturelles (54%) puis les villes urbaines (53%) suivies des destinations côtières/littoraux (41%) que les Espagnols aspirent à profiter pour leur prochain séjour. La France se positionne troisième destination prévue de visiter (31%) derrière l'Italie (49%) et le Portugal (33%).

Les activités des Espagnols restent pour 41% les visites de musées et expositions, suivi des expériences de la vie locale (visite de marchés locaux) ainsi que des expériences gastronomiques (40%).

## Éléments de tendances par segment de clientèle

### **Famille** **Le voyage multigénérationnel s'impose comme l'une des grandes tendances du tourisme.**

En 2025, 33 % des voyageurs choisiront leur destination parce qu'il s'agit d'un « voyage attendu depuis longtemps », selon le dernier rapport d'Observatur. Cette recherche d'expériences uniques et mémorables s'inscrit parfaitement dans l'esprit du voyage multigénérationnel », ajoute Marcos Franco.

À cet égard, il souligne que « **les voyages multigénérationnels ne reflètent pas seulement les changements dans le comportement des voyageurs, mais condensent également certaines des grandes tendances qui définissent l'avenir du tourisme : plus d'émotion, de valeur ajoutée, de personnalisation et de connexion humaine** ».

Ce phénomène est également étroitement lié au rôle croissant des voyageurs seniors, qui sont devenus des acteurs clés tant dans l'organisation que dans le financement de ces voyages.

[Agenttravel.ES - Noticias para el profesional del turismo - Viajar juntos para reconectar. el auge de los viajes multigeneracionales](#)

*El viaje multigeneracional se afianza como una de las grandes tendencias del turismo.*

### **Les voyages familiaux longue distance ont augmenté de 30 % au cours de l'année dernière (2025)**

**Ces voyages sont devenus une priorité pour les ménages espagnols, selon Pangea.**

Les familles recherchent des expériences mémorables dans des destinations qui leur permettent de profiter ensemble, de se connecter avec la nature, de découvrir différentes cultures et, surtout, de voyager avec la tranquillité d'esprit que procure une organisation minutieuse.

[Agenttravel.ES - Noticias para el profesional del turismo - Los viajes familiares de larga distancia crecen un 30% en el último año](#)

### **Jeu ne**

**La beauté s'impose comme tendance.** Le tourisme de beauté devient un facteur clé dans la prise de décision. Parmi la génération Z, 75 % des Espagnols prévoient d'acheter des cosmétiques ou de se rendre dans des centres de beauté pendant leurs voyages, contre 25 % des baby-boomers. **En général, 31 % des citoyens interrogés en Espagne incluent des expériences de beauté dans leurs projets de vacances.**

Leur objectif n'est pas seulement de se détendre : 25 % recherchent des produits locaux uniques, 22 % profitent des zones hors taxes et 20 % visitent des établissements emblématiques. Cette tendance se reflète également dans le monde numérique, où les conversations sur les voyages dans les forums consacrés à la beauté ont augmenté de 215 % d'une année sur l'autre.

[https://www.hosteltur.com/172267\\_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html](https://www.hosteltur.com/172267_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html)

### **Voyager seul est à la mode**

Le voyage en solo se réinvente comme une occasion de rencontrer des gens. 53 % des personnes ont voyagé ou envisagent de voyager à l'étranger dans ce but, un pourcentage qui atteint 81 % dans le cas de la génération Z. **Les réservations avec le filtre « voyages en solo » ont augmenté de 83 % d'une année sur l'autre.** Les motivations sont variées : rencontrer des personnes d'autres cultures (33 %), explorer avec des habitants locaux (16 %) ou nouer de véritables amitiés (12 %). Sur Internet, les conversations sur les rencontres pendant les voyages ont augmenté de 492 %.

[https://www.hosteltur.com/172267\\_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html](https://www.hosteltur.com/172267_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html)

## **Senior**

Le tourisme senior en Espagne n'est plus une tendance, mais une réalité bien établie. Avec une meilleure santé, plus de temps libre et une meilleure capacité économique, **les personnes âgées de plus de 55 ans représentent un segment stratégique pour le secteur touristique.** La clé réside dans l'adaptation de l'offre à leurs besoins : voyages organisés, hébergements confortables, services médicaux disponibles et expériences enrichissantes. Si l'industrie parvient à relever ces défis, le tourisme senior ne fera pas que croître, il redéfinira la manière de voyager au cours des prochaines décennies. **La plupart voyagent en Espagne (68 %), mais ils sont de plus en plus nombreux à choisir des destinations internationales (32 %).**

<https://dependenciapad.org/blog/turismo-senior-en-espana-el-auge-de-los-viajes-de-mayores-de-55-anos>

Le budget moyen des Seniors a augmenté de 24% pour leurs vacances en 2026 soit pour atteindre 2489€.

**Gro  
upe  
s** | *Ex : développement des offres pour des groupes de femmes, petits groupes haut-de-gamme...*

**Affa  
ires  
/  
MIC  
E** | **L'association des professionnels du secteur des salons professionnels (UFI) analyse les tendances qui définiront cette nouvelle année, en soulignant notamment l'importance des relations humaines.**

L'UFI estime que, malgré les progrès technologiques, les liens et la confiance établis entre les personnes restent le principal moteur de l'industrie.

En ce sens, elle défend l'idée que les **interactions en face à face sont irremplaçables lorsqu'il s'agit de construire des relations solides, de partager des connaissances ou de faire des affaires.**

Les tensions géopolitiques, les changements économiques rapides ou la fragilité de la chaîne d'approvisionnement ont rendu le quotidien des organisateurs de salons et d'opérations MICE particulièrement instable.

Face à ce scénario, l'association affirme que les organisateurs de réunions et d'événements doivent développer une plus grande résilience et une meilleure capacité d'adaptation.

<https://puntomice.com/incertidumbre-la-nueva-normalidad-ufi/>

**Valence devient une référence européenne en matière d'innovation et de tourisme de congrès durable avec le projet Zentropy MICE.**

Cela fera de Valence une référence européenne en matière d'innovation et de tourisme de congrès durable. Cette initiative utilise les échanges de matière, d'énergie et d'informations pour générer des congrès à entropie zéro, c'est-à-dire qui ont un impact positif et laissent un héritage à la ville et aux habitants de Valence.

**Grâce à neuf programmes sur l'énergie, la matière et l'information, mis en œuvre dans le centre pilote du Palais des congrès, choisi comme laboratoire d'essai, un nouveau modèle de congrès sera développé afin de minimiser l'impact environnemental et de maximiser la rentabilité économique, sociale et culturelle pour Valence et ses habitants.**

<https://gacetadelturismo.com/destinos/cdad-valenciana/valencia-se-convierte-en-referente-europeo-de-innovacion-y-turismo-de-congresos-sostenible-con-el-proyecto-zentropy-mice/>

**L'Espagne mise sur un tourisme d' « expériences uniques » dans sa lutte pour devenir leader du luxe.**

D'ici 2030, le secteur dans son ensemble devrait connaître une croissance de 30 %. Pour pouvoir prendre en charge les activités à fort impact, il faut d'abord « parler du tourisme en général ». Pour Carrington, **le secret pour attirer les voyageurs, quelle que soit leur situation économique, est de « préserver et mettre en valeur ce qui nous différencie des autres destinations, ce qui doit être une priorité. L'authenticité est la meilleure garantie d'une croissance durable du tourisme en Espagne ».**

**Hau  
te  
cont  
ribu  
tion**

[https://www.larazon.es/economia/espana-apuesta-turismo-experiencias-unicas-lucha-convertirse-lider-lujo\\_20251118691ca47139b3f1652bf7d73a.html](https://www.larazon.es/economia/espana-apuesta-turismo-experiencias-unicas-lucha-convertirse-lider-lujo_20251118691ca47139b3f1652bf7d73a.html)

**Le tourisme de luxe s'est imposé comme un segment stratégique pour le secteur touristique espagnol**, tant par sa contribution élevée aux dépenses que par son potentiel d'augmentation de la valeur ajoutée du secteur. Selon les données de paiement analysées par CaixaBank Research.

**En ce qui concerne les pays d'origine, le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne sont les principaux émetteurs de touristes vers l'Espagne, tant dans le segment du luxe que dans le segment conventionnel.** Toutefois, si au cours des 10 premiers mois de 2025, ces trois pays ont concentré 45,8 % du total des arrivées de touristes, selon les données de l'INE, leur poids combiné dans le tourisme de luxe, d'après les données internes de CaixaBank, est réduit à 34,7 % des cartes classées comme à dépenses élevées.

<https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/turismo/radiografia-del-turismo-lujo-internacional-espana#:~:text=El%20turismo%20de%20lujo%20se%20concentra%20en%20la%20costa%20y%20en%20Madrid&text=No%20obstante%2C%20otras%20provincias%20muestran,posici%C3%B3n%20en%20gasto%20de%20lujo.>

**L'Espagne dépasse la France et l'Italie en termes de croissance du luxe et les touristes ultra-riches font exploser leurs dépenses.**

Le tourisme de luxe reflète également les tendances générationnelles. **La génération Z, âgée de moins de 28 ans, représente déjà 20 % des dépenses en Espagne**, ce qui correspond à la moyenne européenne, et connaît une croissance deux fois supérieure à celle des autres groupes. Ce segment privilégie la personnalisation, la cohérence entre l'expérience physique et numérique et le sens de la communauté, mais se montre moins fidèle aux marques que les ultra-riches.

Lors de la 10e édition de la Journée Fortuny, organisée par le Cercle Fortuny à Madrid, des représentants d'entreprises et d'institutions du secteur se sont réunis pour analyser les opportunités du pays en matière de tourisme haut de gamme et de luxe. L'événement a mis l'accent sur la manière dont l'Espagne

peut se consolider en tant que destination stratégique pour les voyageurs à fort pouvoir d'achat, en combinant richesse culturelle, gastronomie, hospitalité et sécurité.

<https://www.eleconomista.es/transportes-turismo/noticias/13650664/11/25/espana-supera-a-francia-e-italia-en-crecimiento-del-lujo-y-los-turistas-ultrarricos-disparan-su-gasto.html>

**Autr  
e**



**TOURISME DURABLE**

### Analyse générale

**L'élaboration de la stratégie Espagne Tourisme 2030** était l'un des engagements inclus dans le Plan de modernisation et de compétitivité du secteur touristique, lancé après la pandémie et doté de 3,4 milliards d'euros provenant du Plan de relance, de transformation et de résilience, une injection de fonds publics destinés à la modernisation durable du secteur. La stratégie Espagne Tourisme 2030 s'aligne sur le consensus international actuel en matière de tourisme et s'inspire directement d'étapes importantes de l'histoire récente du secteur, telles que l'Agenda 2030 pour le développement durable des Nations unies. Le Secrétariat d'État au Tourisme a créé un site web <http://www.turismo2030.es/>

<https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2025/Paginas/El-Gobierno-aprueba-la-Estrategia-Espana-Turismo-2030.aspx>

**Mobilité  
décarbonées**  
(ferroviaire,  
cyclotourisme, etc.)

**La loi 9/2025 sur la mobilité durable**, adoptée fin 2025 et en vigueur depuis décembre, constitue un cadre réglementaire essentiel pour débloquer près de 10 milliards d'euros de fonds européens NextGenerationEU. **Cette réglementation vise la décarbonisation, la numérisation et reconnaît la mobilité comme un droit, en encourageant les transports publics, le vélo, le train et l'électrification, en obligeant les entreprises à adopter des plans de mobilité et en réorganisant les itinéraires.**

Concrètement, **la loi établit pour la première fois la nécessité d'atteindre la neutralité climatique dans le secteur des transports.** Elle introduit des mécanismes de décarbonisation progressive et, en ce qui concerne les véhicules légers destinés au transport routier, elle mise sur la nécessité de mettre à jour les labels

environnementaux de la DGT, en tenant compte de l'évolution technologique de ces véhicules.

De même, la norme mise sur un système numérique et innovant. Elle inclut la création de l'Espace de données intégré de mobilité (EDIM), qui permettra de disposer d'informations systématisées sur le fonctionnement du système de transport et de mobilité pour la conception solide des politiques publiques. De cette manière, la participation active de toutes les administrations compétentes en la matière est garantie, misant ainsi sur un système de cogouvernance.

Enfin, le quatrième pilier de la loi mise sur l'investissement au service des citoyens et l'amélioration de la qualité des décisions en matière de dépenses de transport et de mobilité, ainsi que sur une plus grande participation publique. Ainsi, il établit la nécessité d'analyses garantissant la rentabilité socio-environnementale de toutes les actions, et de mécanismes visant à renforcer la transparence et la responsabilité.

<https://www.transportes.gob.es/ministerio/comunicacion/sala-prensa/mie-08102025-2100#:~:text=De%20forma%20concreta%2C%20la%20ley,transparencia%20y%20rendici%C3%B3n%20de%20cuentas.>

**Les hôtels espagnols réduisent leurs émissions de plus de 7 % depuis 2022 tout en continuant à croître en termes d'activité et d'emploi.**

Le rapport « Indicateurs de la triple durabilité des hôtels espagnols 2025 » constate **des progrès soutenus en matière d'efficacité énergétique, de gestion de l'eau et de création d'emplois stables, et consolide la compétitivité économique du secteur.**

**Eau**

Le rapport « Indicateurs de la triple durabilité des hôtels espagnols » est élaboré chaque année depuis 2023 dans le but de fournir une analyse objective, basée sur des données officielles et des séries homogènes, des performances du secteur hôtelier dans les domaines environnementaux social et économique. Cette approche permet d'analyser l'évolution structurelle du secteur et de mesurer sa contribution réelle au développement durable, au-delà des conjonctures ponctuelles.

<https://cehat.com/notaprensa/los-hoteles-espanoles-reducen-mas-de-un-7-sus-emisiones-desde-2022-mientras-siguen-creciendo-en-actividad-y-empleo/>

La gestion responsable des ressources comme avantage concurrentiel

La gestion de l'eau, de l'énergie, de la mobilité et de l'économie circulaire s'impose comme un axe stratégique pour garantir la résilience des destinations et des entreprises touristiques.

La table ronde « Gestion optimale de l'eau : la clé d'un tourisme résilient et régénérateur » a mis en évidence comment l'innovation technologique appliquée aux ressources naturelles est non seulement une nécessité environnementale, mais aussi un avantage concurrentiel pour le tourisme de demain.

<https://www.thinktur.org/10-tendencias-que-marcaran-el-futuro-del-turismo-y-los-destinos-fitur-techy-2026/>

## Energie

### **L'île de Palma à la pointe de l'innovation urbaine : WhatsApp pour relever le défi des déchets et du tourisme**

Au cours de deux journées intensives, plus de 50 participants ont travaillé sur des prototypes fonctionnels en utilisant l'API officielle de WhatsApp, à la Chambre de commerce de Majorque, démontrant ainsi qu'il est possible de transformer un problème administratif concret en un prototype opérationnel en un temps record.

## Déchets

### **SmartWays Citizen, la solution lauréate pour la gestion des déchets**

Et si les citoyens devenaient des capteurs plutôt que de simples spectateurs ? L'équipe gagnante, SmartWays Citizen, a présenté une solution disruptive axée sur la gestion des déchets à Majorque, un défi majeur pour la ville dont le coût annuel de nettoyage dépasse 1,5 million d'euros.

**La proposition promeut un changement de paradigme : transformer le citoyen en un « capteur humain » actif plutôt qu'en un simple spectateur des déchets dans les rues.** Grâce à un

système intégré à WhatsApp et à des automatisations avec Make, la solution permet :

**1. Le signalement immédiat des incidents : en alimentant une carte thermique en temps réel.**

**2. L'optimisation dynamique des itinéraires : en détectant les conteneurs saturés afin que les services municipaux redéfinissent leurs itinéraires de collecte, améliorant ainsi l'efficacité logistique et la durabilité.**

<https://www.desdesoria.es/articulo/reportajes/palma-lidera-innovacion-urbana-whatsapp-resolver-reto-residuos-turismo/20260316215213900313.html>

**Tourisme pour  
tous**

**Le pays dispose de lois et de réglementations spécifiques et a adopté des normes d'accessibilité dans ses infrastructures touristiques**, telles que des transports publics adaptés, une signalisation inclusive et l'accessibilité numérique sur les plateformes de réservation. Parallèlement, les travailleurs du secteur reçoivent une formation spécifique sur la manière d'accueillir les personnes souffrant de différents types de handicaps.

Tous les aéroports espagnols offrent la possibilité de demander gratuitement un service d'assistance aux voyageurs à mobilité réduite ou souffrant d'un handicap intellectuel, auditif ou visuel. Les trains de moyenne et longue distance offrent également ce service. Dans le cas de Renfe, le principal opérateur ferroviaire du pays, cela se fait par le biais du programme Atendo.

**Des monuments emblématiques tels que l'Alhambra de Grenade et la Sagrada Familia à Barcelone ont mis en place des mesures d'accessibilité**, telles que des rampes, des ascenseurs et des guides tactiles. En outre, l'Espagne est leader en matière de plages accessibles, avec plus de 600 plages adaptées aux personnes à mobilité réduite, équipées de passerelles, de chaises amphibies et de services d'assistance.

<https://www.tourspain.es/es/b2b/espana-para-todos-accesibilidad/>

**Gestion des  
flux**

**RAS**

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Satisfaction des clientèles</b> | <i>RAS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Emploi/RSE</b>                  | <i>RAS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Biodiversité</b>                | <p><b>Près de 300 professionnels encouragent l'écotourisme en Espagne comme moteur de développement face au dépeuplement.</b></p> <p>L'objectif est de consolider la professionnalisation d'un secteur clé pour l'économie des zones rurales et des espaces protégés.</p> <p>Le projet, développé conjointement par Rusticae et l'Association d'écotourisme en Espagne (AEE) sous la marque « Soy Ecoturista » (Je suis écotouriste), a une portée nationale avec des actions dans des régions de neuf communautés autonomes. Une grande partie de ces zones font partie du réseau Natura 2000 ou sont menacées de dépeuplement, où l'écotourisme se positionne comme un levier de transformation pour générer des emplois verts et favoriser la cohésion territoriale.</p> <p><a href="#">Agenttravel.ES - Noticias para el profesional del turismo - Cerca de 300 profesionales impulsan el ecoturismo en España como motor de desarrollo frente a la despoblación</a></p>                                                                                  |
| <b>Empreinte carbone</b>           | <i>RAS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Investissement</b>              | <p><b>Cinq millions d'euros pour un projet commun de tourisme durable entre la Navarre et les Pyrénées-Atlantiques</b></p> <p><b>Plus de la moitié de l'investissement provient de fonds européens.</b></p> <p>Pampelune – Avec un investissement de cinq millions d'euros, dont plus de la moitié provient de l'Union européenne, le projet « Larra-La Pierre 360 » vise à promouvoir un tourisme durable et accessible tant dans la vallée de Roncal que dans la région française voisine des Pyrénées-Atlantiques, et rassemble des organismes publics des deux territoires.</p> <p>« Il s'agit d'un investissement visant à favoriser un développement touristique durable dans ces deux vallées, et à en faire un levier de croissance économique, mais aussi de maintien de la population et de création de nouvelles opportunités d'emploi ou d'entrepreneuriat ». Ce projet européen concentrera ses actions sur les vallées de Roncal et de la Piedra de San Martín.</p> <p>Améliorations des pistes de ski et des bâtiments à usage touristique</p> |

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   | <p>Le projet Larra-La Pierre 360 bénéficie d'un budget éligible à une subvention européenne de 3,25 millions d'euros, sur un total de 5 millions.</p> <p><a href="https://cadenaser.com/navarra/2026/03/06/cinco-millones-para-un-proyecto-comun-de-turismo-sostenible-de-navarra-y-pirineos-atlanticos-radio-pamplona/">https://cadenaser.com/navarra/2026/03/06/cinco-millones-para-un-proyecto-comun-de-turismo-sostenible-de-navarra-y-pirineos-atlanticos-radio-pamplona/</a></p> |
| <p><b>Autres<br/>(acceptabilité<br/>des<br/>habitants...)</b></p> | <p><b>RAS</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## **DISTRIBUTION** (à destination de la France et de ses principaux concurrents)

L'Espagne compte aujourd'hui un réseau de près de 8 250 entreprises dans l'intermédiation en 2025. Le chiffre d'affaires des agences de voyage et des tour-opérateurs a augmenté de +3,3 % en 2025 par rapport à la même période de l'année précédente, selon l'Institut national de la statistique (selon CEAV).

La vente online liée 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.

La prévision de facturation pour l'année 2026 s'oriente autour de +5% vs l'année dernière.

## **MARKETING / STRATEGIE DE DESTINATION**

Turespana poursuit la promotion de la destination Espagne notamment en renforçant le positionnement de l'intérieur du pays (tourisme rural, slow tourisme et patrimoine culturel/historique) et réduire l'image "Sol & Playa" qui caractérise tant la destination.

L'Agence utilise toujours le claim "Think you Know Spain" Son objectif est d'attirer de nouveaux visiteurs et de nouveaux segments de clientèle, ainsi que de promouvoir les voyages hors saison et les destinations moins fréquentées. Turespaña prévoit d'investir au total 30 millions d'euros dans le marketing et la publicité au cours des trois prochaines années.

Au début d'année 2026, Turepana a obtenu également une rallonge budgétaire de 11 M d'EUR (+7% dans son budget) pour travailler et capter la clientèle haute contribution notamment sur les marchés américain, latino-américain, Asie, Moyen-Orient.



## THEMATIQUES D'ACTUALITÉ

### Saisonnalité touristique

**Le tourisme silver (+ 65 ans) en Espagne : une opportunité pour désaisonnaliser et diversifier les destinations.** Il faut s'attendre à ce que les futures cohortes de seniors, qui ont voyagé davantage au cours de leur vie et sont plus familiarisées avec le tourisme, soient davantage enclines à voyager. Nous sommes donc face à un segment stratégique à fort potentiel : si l'offre s'adapte à leurs préférences et à leurs besoins et si les nouveaux retraités deviennent fidèles, le tourisme silver peut devenir un moteur clé pour le secteur. **Selon les données des cartes bancaires de CaixaBank Les personnes âgées de plus de 65 ans occupent une place de plus en plus importante dans la pyramide des âges espagnole, ils représentent 21,1 % de la population en 2025.**

<https://www.caixabankresearch.com/es/analisis-sectorial/turismo/turismo-silver-espana-oportunidad-desestacionalizar-y-diversificar#:~:text=El%20turismo%20silver%20en%20Espa%C3%B1a:%20una%20oportunidad,de%20este%20grupo%20ha%20crecido%20de%20forma>

### Nouvelles stratégies des destinations à (très) forte fréquentation

**La stratégie prévoit de réduire le nombre de logements touristiques, de restreindre les nouvelles licences hôtelières et d'instaurer une taxe touristique.**

Le nouveau modèle s'inscrit dans le cadre des travaux menés dans le cadre du Plan de tourisme durable de Donostia / Saint-Sébastien 2023-2027 et marque une évolution vers une approche axée sur la promotion d'une gestion intégrée du tourisme.

**Afin d'améliorer la cohabitation et le bien-être, les mesures suivantes sont proposées:**

Réduction du nombre de logements touristiques

Restriction des nouvelles licences hôtelières

Limitation de la taille des groupes lors des visites guidées

Mise en place d'une taxe touristique, dont les recettes bénéficieront aux citoyens

Les parkings relais et la zone à faibles émissions seront encouragés afin de promouvoir la mobilité durable.

[Claves del nuevo modelo de gestión turística de San Sebastián.](#)

|                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Espace<br/>s<br/>touristi<br/>ques-<br/>Focus<br/>sur les<br/>espac<br/>es<br/>villes,<br/>Littora<br/>ux,<br/>Camp<br/>agnes</b></p> | <p><b>Le Marketing touristique intelligent et axé sur les résultats</b></p> <p>Le marketing touristique évolue vers des modèles de plus en plus précis, basés sur les données, l'automatisation et la personnalisation avancée. L'objectif est d'optimiser l'investissement, d'améliorer la conversion et de communiquer plus efficacement avec un voyageur numérique, informé et exigeant.</p> <p>Les stratégies partagées lors du salon FITUR TechY 2026 témoignent d'une évolution vers un marketing plus mesurable, intégré et aligné sur les objectifs de l'entreprise et de la destination.</p> <p><a href="https://www.thinktutur.org/10-tendencias-que-marcaran-el-futuro-del-turismo-y-los-destinos-fitur-techy-2026/">https://www.thinktutur.org/10-tendencias-que-marcaran-el-futuro-del-turismo-y-los-destinos-fitur-techy-2026/</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Touris<br/>me<br/>expéri<br/>entiel</b></p>                                                                                           | <p><b>Le tourisme gastronomique s'éloigne des restaurants étoilés et s'aventure dans les rayons des supermarchés locaux.</b> 63 % des Espagnols affirment s'y rendre toujours ou souvent pour découvrir des saveurs authentiques et abordables. Les raisons sont claires : découvrir des aliments et des boissons typiques (36 %), goûter des versions locales de produits connus (31 %) et observer la vie quotidienne du pays (29 %).</p> <p>L'intérêt pour ce type d'expériences a augmenté de 78 % dans les communautés en ligne, et 45 % des voyageurs le considèrent comme l'un des meilleurs moyens de découvrir la culture locale.</p> <p><a href="https://www.hosteltur.com/172267_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html">https://www.hosteltur.com/172267_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html</a></p> <p><b>Escapade romanesque</b></p> <p><b>La littérature inspire également les voyages.</b> 55 % des voyageurs ont déjà réservé ou envisagent de réserver une escapade littéraire : visiter des librairies légendaires (29 %), parcourir les lieux de romans (29 %) ou séjourner dans des hôtels à thème littéraire (25 %). Les réservations d'hôtels avec bibliothèque ont augmenté de 70 % et 62 % des Espagnols souhaitent consacrer du temps à la lecture pendant leurs vacances. Dans le monde numérique, l'intérêt pour les retraites littéraires a augmenté de 60 % et les consultations sur les visites de bibliothèques de 37 %.</p> <p><a href="https://www.hosteltur.com/172267_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html">https://www.hosteltur.com/172267_las-siete-tendencias-que-marcaran-los-viajes-en-2026.html</a></p> |

**Outre-  
mer**

**Cultur  
e,  
patrim  
oine,  
œnoto  
urisme**

**La numérisation comme axe transversal** : 63 % des réservations sont effectuées en ligne. Le voyageur recherche, compare et décide dans des environnements numériques. Ceux qui n'ont pas de stratégie solide en matière de présence et de réservation en ligne sont hors jeu.

**Le pouvoir de la marque** : les œnotouristes qui connaissaient déjà la marque « Rutas del Vino de España » dépensent 25 % de plus et participent à un plus grand nombre d'activités. Une marque de destination forte et bien communiquée n'est pas une dépense, mais un investissement avec un retour direct.

**L'expérience comme produit principal** : le touriste n'achète plus seulement une visite ou une bouteille de vin, il achète une expérience. La croissance des activités spécialisées (vignobles, dégustations) exige d'innover et de personnaliser l'offre.

Touriste vs excursionniste : le pourcentage d'œnotouristes qui passent la nuit sur place a atteint un record de 70,38 %. Le « touriste » (qui passe la nuit) dépense beaucoup plus et affiche une satisfaction globale plus élevée que l'« excursionniste ». La stratégie doit viser à transformer la visite d'une journée en un séjour d'au moins une nuit.

[https://www.moncayomarketing.com/enoturismo-en-espana/#:~:text=El%20enoturismo%20es%2C%20con%20diferencia,de%20catas%20\(13%2C7%25\)](https://www.moncayomarketing.com/enoturismo-en-espana/#:~:text=El%20enoturismo%20es%2C%20con%20diferencia,de%20catas%20(13%2C7%25))

**« Œnotourisme pour tous » est de retour : une formation inclusive pour les jeunes en situation de handicap à Jerez (Andalousie)**

Ce cours gratuit et adapté propose des modules théoriques et pratiques sur l'univers du vin du Marco de Jerez et s'adresse aux jeunes atteints du syndrome de Down et présentant un handicap intellectuel.

**Pendant cinq jours, les participants suivront 25 heures de formation** couvrant aussi bien l'histoire et la culture du vin de Xérès que le processus de production, la dégustation, le service du vin et le fonctionnement des entreprises œnotouristiques. L'utilisation de la « venencia », une technique traditionnelle de service du vin, sera également enseignée, adaptée de manière à ce que tous les participants puissent l'apprendre et en profiter.

[https://www.lavozdelsur.es/ediciones/jerez/vuelve-enoturismo-todats-formacion-inclusiva-jovenes-con-discapacidad-en-jerez\\_353853\\_102.html](https://www.lavozdelsur.es/ediciones/jerez/vuelve-enoturismo-todats-formacion-inclusiva-jovenes-con-discapacidad-en-jerez_353853_102.html)