

M'ADAPTER A LA CLIENTELE INTERNATIONALE

Connaître la clientèle touristique espagnole

La clientèle espagnole, bien que culturellement proche de la clientèle française, présente des particularités auxquelles il est important de pouvoir s'adapter. Cette fiche va vous aider à mieux appréhender et comprendre les spécificités, comportements et attentes des touristes espagnols et donc, à mieux les accueillir.

Le marché touristique espagnol

Comme chacun sait, l'Espagne a été durement touchée par la crise économique de 2008. Mais aujourd'hui, le pays sort la tête de l'eau avec un taux de croissance de son PIB de 3.3% en 2016. Ce succès économique a cependant été rendu possible par des politiques très libérales (baisse des salaires, des charges et des prestations sociales). Mais l'augmentation de 10% des visiteurs étrangers par rapport à 2015 (71.5 millions de visiteurs) n'y est pas étrangère non plus!

Malgré la baisse des salaires, les Espagnols partent plus et dépensent plus depuis que les voyants économiques sont au vert. Les Espagnols ont ainsi effectué 15.1 millions de voyages à l'étranger en 2015 et ont dépensé 15.65 milliards d'euros soit des augmentations de respectivement 28 et 15% par rapport à 2014 (source Atout France Espagne). **Le poids du marché espagnol est conséquent pour la France dans la mesure où il est notre 5ème pourvoyeur de clientèle étrangère.**

BON A SAVOIR

“ *Chez la clientèle espagnole, les réservations de dernière minute ainsi que les achats en ligne sont en plein boom.* ”



L'image de la France

Les plus : La France et l'Espagne, fortes de leurs similitudes culturelles latines, entretiennent de très bonnes relations. La France jouit en effet d'une très bonne image auprès des touristes espagnols notamment grâce à sa réputation d'experte dans les domaines de la mode et de la gastronomie. Le savoir-vivre, la sophistication et le « bon goût » qui caractérisent les Français selon eux, ne les laissent pas indifférents.

Les moins : Le rapport qualité-prix et les possibilités de sorties nocturnes pour les jeunes laissent à désirer selon la clientèle espagnole. Et une fois encore, la qualité de l'accueil vient noircir le tableau avec un personnel rarement apte à répondre dans la langue de Cervantès et des horaires (notamment dans la restauration) peu adaptés à leur rythme de vie.

La place de la France

La France est sans conteste le pays préféré des Espagnols lors de leurs séjours à l'étranger, et ils nous sont fidèles : 70% des visiteurs sont déjà venus au moins une fois dans l'Hexagone.

L'accessibilité du pays pour nos voisins favorise les déplacements de ces derniers car ce ne sont pas moins de 14 lignes aériennes et 13 lignes ferroviaires directes qui relient nos deux pays (sans compter les routes!).

En 2015, le nombre de visiteurs espagnols en France a dépassé la barre des 6 millions, avec quelques 33 millions de nuitées consommées (source DGE). Leurs zones préférées sont, l'Île-de-France, la région PACA, la Nouvelle-Aquitaine et l'Occitanie.

Profil-type

Segments : Les Espagnols voyagent généralement en couple ou en famille et, dans des proportions bien moindres, entre amis. Agée en moyenne d'une quarantaine d'années, la clientèle espagnole se compose d'à peu près autant d'hommes que de femmes (respectivement 52 et 48%) et dispose d'un budget somme toute modéré. A noter que 89% des Espagnols utilisent leurs Smartphones durant leur voyage.

Types d'hébergement : Les voyageurs espagnols en France plébiscitent largement (65% des nuitées) les hébergements marchands. Les hôtels 3 et 4 étoiles comptent pour plus des deux tiers des nuitées en hôtellerie de tourisme en 2014 (source Atout France). Les locations quant à elles ne captent que 5% des nuitées.

Bassins émetteurs : Les touristes espagnols viennent principalement de Catalogne (Barcelone), d'Andalousie (Sud), de la région de Madrid, de la région de Valence (Est) et du Pays-Basque.

Période et durée de séjour

La durée moyenne des séjours de la clientèle espagnole est de 5.2 nuitées en 2015 (source DGE) ce qui la place en dessous de la moyenne des clientèles européennes (6.3 nuitées).

Près de 40% des séjours ont lieu en été, suivent les ponts (22%) et le printemps (21%). En effet, grâce notamment à la proximité géographique de la France et aux nombreux jours fériés et ponts dont ils disposent, les Espagnols peuvent à loisir traverser les Pyrénées pour des courts séjours, notamment au printemps. Les trois principaux ponts sont ceux des vacances de Pacques, les ponts de mai et la fête nationale (12 octobre).

Modèle de séjour

Mode de réservation et d'information: 74% des foyers espagnols disposent d'un accès à internet, accès dont ils se servent de plus en plus pour se renseigner, et acheter. Ils n'ont en effet que peu de réticences à l'idée d'acheter en ligne, pour leurs vacances ou pour toute autre dépense. Les guides touristiques et OT sont toujours appréciés et les recommandations de l'entourage pèsent dans la prise de décision. En règle générale, les touristes espagnols réservent leurs séjours entre 2 semaines et 2 mois avant le départ. Le last minute augmente et ils sont même 63% à réserver moins d'un mois à l'avance!

Thématiques privilégiées: Les thématiques de la culture, du tourisme urbain ainsi que des parcs d'attractions sont très prisées par cette clientèle (Paris, Disneyland et le Futuroscope en tête). Les escapades urbaines sont pour eux l'occasion de profiter de l'offre culturelle très riche, de la gastronomie, du shopping et de l'art de vivre en France. Le tourisme religieux est également important pour eux et ils sont de plus en plus enclins à se laisser tenter par l'oénotourisme. Enfin, leur conscience écologique est de plus en plus marquée, ce qui les pousse à se diriger naturellement vers des formes d'écotourisme (randonnée, haute-montagne, cyclotourisme...). A noter que Paris est la deuxième destination des Espagnols pour le tourisme d'affaires (derrière Londres), un secteur qui concerne 11% des voyageurs. Enfin, la clientèle espagnole voyageant souvent en famille, les activités pouvant convenir aux petits comme aux grands sont appréciées.

Particularités culturelles

- 70% des Espagnols se revendiquent de confession catholique.
- Le « paseo » est un rituel quasi incontournable des Espagnols qui consiste en une promenade avant le dîner (vers 19h -20h).
- L'Espagne est connue pour offrir une vie nocturne parmi les plus développées d'Europe.
- On y compte une langue officielle (l'espagnol) et quatre langues régionales (le catalan, le basque, la galicien et le valencien). La maîtrise de l'anglais n'est pas généralisée.
- Bien que leur langue le permette, le vouvoiement n'est que très peu usité par les Espagnols.
- La bise, même dans le cadre professionnel, est très répandue.
- Séparer la salle de bain des toilettes est, paraît-il, une bizarrerie pour les Espagnols.
- Le « topless » sur les plages est très banal pour eux.
- La corrida, très critiquée chez nous, fait partie intégrante du patrimoine culturel espagnol, au même titre que le flamenco ou le peintre Gaudi.

Accueil de la clientèle espagnole

Comme nous l'avons d'ores et déjà évoqué, les Espagnols sont d'un naturel chaleureux, enthousiaste et amical, alors réservez-leur un accueil généreux et personnalisé.

Cette clientèle est particulièrement sensible aux bons plans. Les touristes espagnols cherchent en effet à s'informer pour trouver ces offres spéciales. Ainsi, il est important de bien mettre en avant ces promotions sur place ainsi qu'au travers de votre communication web. Les Espagnols étant très friands de sorties nocturnes, il ne faudra pas hésiter non plus à les informer sur les événements à venir dans la région.

Comme nous l'avons vu, l'oénotourisme fait des plus en plus d'émules parmi nos voisins ibériques. Cependant, ils ne sautent généralement le pas que lorsque la propriété visitée propose des tours en espagnol!

Accueil au restaurant

- Les horaires des repas étant sensiblement différents en Espagne (ils mangent en général deux heures plus tard que nous), il faut, dans la mesure du possible, flexibiliser les horaires d'ouverture et de service de votre établissement.
- Les Espagnols privilégient la viande bien cuite.
- Les fromages forts (Roquefort, Munster voire chèvre) ne font pas l'unanimité auprès de la clientèle espagnole.
- Le manque de plats à base de produits de la mer est un regret souvent évoqué par les touristes espagnols.
- Ne sous-estimez pas l'attrait de la clientèle espagnole pour le vin. L'Espagne est une terre viticole de premier ordre!
- Ils conviennent parfaitement que l'attente est inévitable mais apprécient d'en être prévenus.

Accueil à l'hôtel

- Soyez prêts à proposer un accueil de qualité en anglais (voire en espagnol si possible).
- Des informations de qualité (sur votre établissement ou sur la zone) seront très appréciées. Ils voyagent souvent en famille, alors orientez-les vers ce type d'activités.
- L'attention portée aux enfants sera très appréciée.
- Mettez ces informations à leur disposition mais laissez-les être autonomes dans leurs décisions et leurs démarches pour découvrir leur lieu de séjour.

Accueil dans les commerces

- Comme vu précédemment, les voyageurs espagnols attendent un accueil professionnel, mais aussi chaleureux et personnalisé. La conversation sera vraisemblablement menée en anglais et si possible en espagnol.
- Attention, chaleureux ne veut pas dire familier. Restez professionnels et attentifs à leurs besoins.
- Plus sensibles au prix que d'autres clientèles européennes, il conviendra de les rassurer quant à la qualité du produit et à la justification de son prix.

A RETENIR : JOURNÉE ALIMENTAIRE

- **Petit-déjeuner** (8h à 9h) : Il est léger et se compose d'un café ou d'un chocolat chaud et tartine de pain et confiture.
- **Déjeuner** (14h à 16h) : Le repas principal comprend une entrée copieuse (riz, salade, potage), un plat principal avec peu de garniture et se termine avec un fruit. Pour les repas sur le pouce, les Espagnols apprécient les tapas, une forme de restauration rapide et conviviale.
- **Dîner** (21h à 23h) : Plus léger que le déjeuner (soupe, salade, fruit), le repas familial est habituellement consommé hors du foyer. Bière, vin et café très serré en fin de repas. Souvent des tapas.