



Le tourisme en Espagne

17 juillet 2006

© MINEFI – DGTPE

Prestation réalisée sous système de management de la qualité certifié AFAQ ISO 9001

INE, Cuenta Satélite del Turismo de España, <http://www.ine.es/inebase/cgi/um?M=%2Ft35%2Fp011&O=inebase&N=&>

L'industrie touristique est l'une des composantes majeures du secteur des services. En raison de son caractère transversal, mais aussi transfrontalier, il est difficile d'en comptabiliser précisément le poids économique. Le Compte Satellite du Tourisme en Espagne (CSTE) tente d'évaluer de la manière la plus fidèle possible son poids dans l'économie nationale.

Le tourisme est l'un des principaux moteurs de l'économie nationale. Néanmoins, le rythme de croissance de ce secteur semble ralentir. En effet, les résultats des trois dernières années confirment que la période pendant laquelle le tourisme avait pris la première place de l'économie nationale apparaît révolue. Le plan ministériel présenté en juin 2005 a ainsi pour objectif de donner un nouvel élan au secteur touristique.

L'industrie touristique

Un secteur traditionnellement créateur de richesses.

Enquête *Frontur*, sur les déplacements touristiques de l'Institut d'Etudes Touristiques (IET), <http://www.iet.tourspain.es/In dex.aspx>

L'Espagne avec 55,6 M de visiteurs (+6 %) est la 2^{ème} destination mondiale touristique en 2005, derrière la France. Selon l'OMT, l'Espagne enregistre une croissance du nombre de visiteurs inférieure à celle observée tant au niveau mondial (+ 6,9 %) qu'au niveau européen (+ 4 %). L'Espagne arrive également en 2^{ème} position derrière les Etats-Unis (12% du PIB) en termes de revenus, avec plus de 38 Mds d'€ en 2005, soit 7,3 % du PIB, devant la France avec 6,6% du PIB. L'estimation pour 2006 est de 57,9 M de visiteurs, soit + 4,1 %, avec une hausse de 3,4 % des revenus.

Croissance de la VAB touristique et du PIB national (en %)

	VAB t.	PIB
2003	1,6	2,9
2004	2,9	3,1
2005	2,6	3,3

Source : *Exceltur*

L'industrie touristique représente 2 345 515 emplois directs et indirects (+4,8% par rapport à 2004), soit près de 12 % de la population active salariée pour 250 000 entreprises en 2005. Avec une contribution au PIB de 11,2 % elle s'affiche clairement comme l'un des principaux moteurs de l'économie espagnole, avec le secteur de la construction.

Solde touristique (en Mds €) et variation interannuelle (en %)

	Solde	V.I
2003	27	4,51
2004	26	-1,6
2005	24	-0,9

Source : Banco de España

En 2005, les revenus du tourisme ont augmenté fortement, +4,5 %, résultant de la bonne compétitivité espagnole du secteur, pour totaliser 46 M d'€.

S'il reste encore élevé, le rythme de croissance du solde touristique est néanmoins en nette décélération depuis 2003 : le solde des échanges rapporté au PIB et la contribution du secteur touristique au PIB national sont en effet en diminution. Le solde touristique en 2005 n'a couvert que 38,2 % du déficit commercial contre 50,26 % en 2004.

Organisation Mondiale du Tourisme, OMT : www.worldtourism.org/francais/

Décélération de la croissance pour la période hivernale.

A noter la montée en puissance des **compagnies aériennes low cost**, qui ont contribué à l'arrivée de 15,3 millions touristes en 2005, soit 29,7% des 51,4 millions de passagers arrivés par voie aérienne, un chiffre en augmentation de 30,8% par rapport à 2004.

L'offre touristique espagnole est essentiellement structurée autour du concept « *sol y playa* » : le tourisme balnéaire, qui concentre effectivement 70 % de la demande touristique en Espagne, a longtemps bénéficié d'un positionnement prix compétitif. Cependant, le tourisme d'hiver perd progressivement de l'importance quant à la croissance du nombre de visiteurs enregistrés comparé à la période estivale : en 2005 les mois de janvier, février, et décembre ont enregistré des hausses et baisses respectives de + 4,9 %, -0,8 % et + 2,8 %, alors que les mois de juin, juillet et d'août ont connu une hausse de +7,8 %, +7,7 % et +5,5 %. L'émergence, ces dernières années, d'une réelle concurrence internationale d'autres destinations dont le coût a nettement diminué du fait de la consolidation du phénomène de globalisation (avec l'arrivée de nouvelles sociétés, le développement des compagnies aériennes *low cost* dont la fréquentation ne cesse d'augmenter - +29,6 % en avril 2005- et la baisse des prix connexes) constitue une nouvelle donne. La concurrence des destinations comme la Turquie, le Maroc, l'Égypte ou la Tunisie est de plus en plus forte : ces pays proposent en effet des produits similaires à l'offre espagnole mais pour un prix en moyenne inférieur de 30 %.

La demande étrangère

Revenus et paiements touristiques (en M d'€)

	Revenus (M d'€)	Paiements (M d'€)
2004	36 376	9 773
Janv. - Oct. 2005	33 031	10 131

Source : OMT

La contribution au secteur touristique est fluctuante...

La croissance du nombre de visiteurs étrangers est très fluctuante. En 2005, on compte 53,84 M de touristes étrangers non résidents (+6,4%). En outre, le secteur touristique espagnol est très dépendant de la demande européenne : les visiteurs britanniques (16,1 M, +3,1%) représentent 29% des visiteurs étrangers, les Allemands (9,9 M, +4,1%) 18% et les Français (8,8 M, +13,3%) 16 %. Ces trois marchés émetteurs représentent 61,6 % des arrivées. D'une manière générale, la décélération des principales économies de l'Union européenne et le retour à une certaine stabilité sociale et politique des pays méditerranéens concurrents ont eu des répercussions négatives sur le secteur touristique espagnol qui enregistre en 2005 une baisse des revenus touristiques (- 9,2%) associée à une augmentation des paiements (+3,7%). Le tourisme intérieur, s'il compense les résultats en termes de visiteurs, n'assure pas des rentrées de revenus équivalentes.

Les prix de l'hôtellerie en constante variation

Variation mensuelle de l'Indice des Prix Hôteliers (IPH) en %.

	2004	2005
J	1,9	0,5
F	0,8	0,7
M	1,2	1,4
A	1,4	-1
M	1,5	0,1
J	1,1	1,5
J	1,9	2,9
A	2,1	2,5

Le secteur touristique connaît une véritable révolution : les ventes par Internet, les offres promotionnelles de dernière minute des *discounteurs* et l'organisation de voyages à la carte ne cessent d'augmenter, au détriment des paquets touristiques (dont la consommation est plus élevée). D'une manière générale, l'introduction des hautes technologies dans le marché touristique a entraîné une forte baisse des prix et, par conséquent, la réduction des marges bénéficiaires pour les entreprises.

Le secteur hôtelier espagnol propose également des offres préférentielles pour les ventes anticipées et, plus globalement, des prix inférieurs aux tendances des années précédentes pour la saison hivernale. Les autorités s'inquiètent d'autant plus de cette diminution des prix qu'elles comptent sur une reprise du solde touristique pour améliorer les comptes extérieurs.

S	1,1	1,1
O	1,3	1,5
N	1,4	0,7
D	1,2	0,8

Source : INE

Pour la saison estivale, le rythme de croissance de l'indice des prix de l'hôtellerie (IPH) augmente largement, la variation interannuelle s'élevant à 1 % pour le mois de juillet 2005.

Les dépenses touristiques

Les touristes dépensent en moyenne de moins en moins et réduisent la durée de leurs séjours.

Les dépenses totales des touristes étrangers s'élèvent à 46 060 M d'€ (+4,3%), la dépense moyenne par touriste est de 855€ (-2%) et la dépense moyenne journalière 85€ (+4,6%). La durée moyenne du séjour est de 10 nuits (-6,2%).

On observe également une diminution des demandes de paquets touristiques : 61,5% du total des touristes n'ont pas utilisé de paquet touristique (soit une augmentation de ces personnes de 16,7%) et les entrées de touristes avec paquet touristique (21,1 M) ont diminué de 7,8%.

L'offre hôtelière

L'abondance de l'offre hôtelière s'accroît.

Etablissements hôteliers (de une à cinq étoiles) :
2004 : 6106 établissements.
2005 : 7800 établissements.

Les 2/3 du CA (**9,33 Mds d'€**) correspondent aux hôtels de vacances (tourisme de plage) et 1/3 aux hôtels urbains.

On observe une tendance à la concentration : les chaînes augmentent progressivement leur part de marché et la **franchise** occupe de plus en plus d'importance : on compte en 2005 quelques 115 enseignes qui gèrent plus de 6 700 établissements.

L'hôtel est le principal mode d'hébergement choisi par les touristes étrangers : en 2005, il accueille 35 millions de touristes, représentant 62,9% des arrivées. Viennent ensuite la location d'appartements et l'hébergement chez la famille. Selon la FEHR (Fédération Espagnole de l'Hôtellerie), les établissements hôteliers participent à hauteur de 1% au PIB national.

Les taux d'occupation hôtelière sont en baisse continue depuis 2002 mais les taux en 2005 sont optimistes : 57,64 % et 59,93 % respectivement pour juillet et août. Cette tendance est accentuée du fait de l'abondance de l'offre hôtelière et de l'augmentation de l'offre non hôtelière (auberges, pensions, résidences secondaires, au nombre de 120 000 en Espagne, soit 15 % du marché des résidences touristiques en Europe). Les réservations de dernière heure, liées au tourisme intérieur, vont néanmoins vraisemblablement modifier à la hausse ces estimations.

Le taux d'occupation des zones côtières dépasse légèrement les 80 % (seuil atteint en 2004).

Le plan gouvernemental

Redonner de nouvelles marges au secteur touristique.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, <http://www2.mityc.es/es-ES/>

Secretaria de Estado de Turismo y Comercio, <http://www.mcx.es/turismo/default.htm>

Secretaria General de Turismo, <http://www.mcx.es/turismo/dgtur/default.htm>

Les autorités gouvernementales, conscientes de la concurrence grandissante sur le marché, ont approuvé un plan d'action de relance du secteur du tourisme qui prévoit un ensemble de mesures pour un financement évalué à 136,4 M €. Ce plan prévoit quatre axes prioritaires :

1- La modernisation des infrastructures, un aspect fondamental pour relancer la compétitivité espagnole sur le marché. Le Conseil des Ministres a approuvé le lancement de l'initiative pour la modernisation des destinations touristiques les plus développées. Un Fonds de Modernisation des Infrastructures Touristiques (FOMIT) est créé avec un budget de 107 M € en 2005, dont 100 M € serviront à des crédits accordés aux entités locales, 5 M € pour le développement d'activités complémentaires d'études, de création et de promotion des destinations touristiques et 2 M € pour des crédits concessionnels aux entreprises. Les lignes de crédit seront administrées par l'Institut de Crédit Officiel (ICO).

Rapport du ministre de l'industrie, du tourisme et du commerce au conseil des ministres de juin 2005 sur le secteur touristique en Espagne et déclinaison du programme de promotion extérieure,
www2.mityc.es/.../B5661964-F1DA-457F-B328-0494BFBCEA4A/2680/TURISMOCONSEJODEMINISTROSco17Jun06.pdf

2- La commercialisation de l'Espagne comme une destination touristique de qualité et plus largement la promotion du tourisme en Espagne. Le programme opérationnel 2005 de promotion extérieure, doté d'un budget global de 70,8 M €, vise la consolidation et l'amélioration en termes de part de marché de l'offre touristique espagnole. L'analyse des marchés concurrentiels, du positionnement de la marque espagnole et de son image, le développement et la commercialisation des produits touristiques, le développement du *marketing on-line*, du contrôle de gestion et de la gestion de crise sont les 5 axes d'action proposés par les autorités gouvernementales. Une campagne publicitaire internationale renouvée, sur le thème de *Sonría, está en España* (« Souriez, vous êtes en Espagne »), a été définie et dotée d'un budget de 32 M € : elle pénètre pour la première fois des marchés émergents comme la Chine et l'Inde. L'obtention des visas touristiques et étudiants pour les ressortissants de ces pays ainsi que de la Russie sera, par exemple, facilitée.

3- La mise en valeur de la diversité de l'offre touristique espagnole. Le modèle touristique traditionnel de « soleil et plage » concentrera 50 % de l'investissement promotionnel en campagnes publicitaires de promotion du tourisme balnéaire. Néanmoins, la nouvelle campagne doit également corriger l'image de l'offre touristique espagnole et revaloriser le tourisme culturel, sportif (sports nautiques et golf), rural (l'Espagne verte et le Chemin de Saint Jacques de Compostelle) et le tourisme d'affaire en Espagne.

Associations entrepreneuriales

Feria Internacional del Turismo de Interior (INTUR), du 24 au 27 novembre 2005.
<http://www.feriavalladolid.com/intur/index.php>

Feria Internacional de Turismo (FITUR), à Madrid du 25 au 29 janvier 2006.
<http://www.ifema.es/ferias/fitur/default.html>

Contacts

Exceltur, Alianza para la Excelencia Turística
C/ Antonio Maura 16, 4º izq., 28014 MADRID
Tel: (0034) 91 5237600 - Fax: (0034) 91 522 77 81 info@exceltur.org

Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo (FEHT),
Av. García Barbón, 90, 36201 – VIGO PONTEVEDRA
Tel: (0034) 986 432 400 feht@feht.es, <http://www.feht.es/>

Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE),
Plaza de Castilla, 3-9º A, 28046 MADRID
Tel: (0034) 91 314.18.30 - Fax: (0034) 91 314.18.77
aedave@aedave.es, <http://www.aedave.es/>

Confederación de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)
Orense, 32 28020 – MADRID
Tel: (0034) 915 567 112 - Fax: (0034) 915 567 361 - cehat@cehat.com

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique de MADRID (adresser les demandes à madrid@missioneco.org).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Auteur :

Mission Économique
Adresse : Marqués de la Ensenada, 10
MADRID 28004
ESPAGNE
Rédigée par : Aurélie BERTRAND
Revue par : Sylvie MARTIN

Version originelle du 10/07/2006