

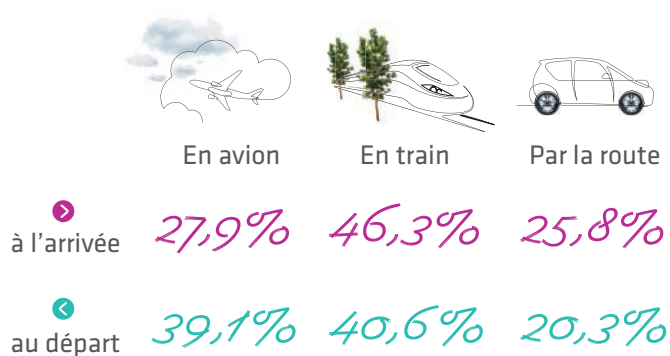
Les Britanniques



- > **Population totale :**
66,5 millions d'habitants
- > **Taux de croissance économique :** +1,4 %
- > **PIB/habitant :** 42 944 USD
- > **Taux de change moyen :**
1 EUR = 0,88 GBP ;
variation 2019/2018 : -0,8 %
- > **Taux de chômage :** 3,8 %

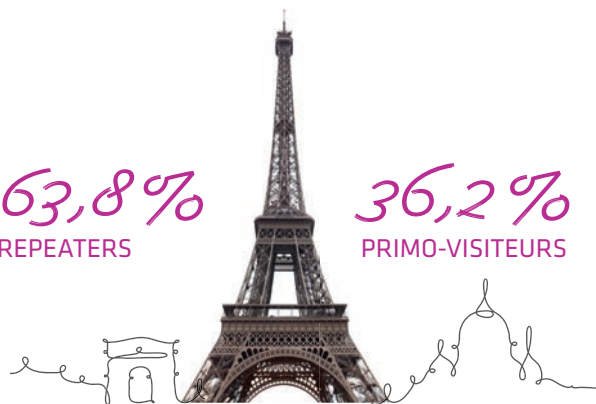


MODE DE TRANSPORT



63,8%
REPEATERS

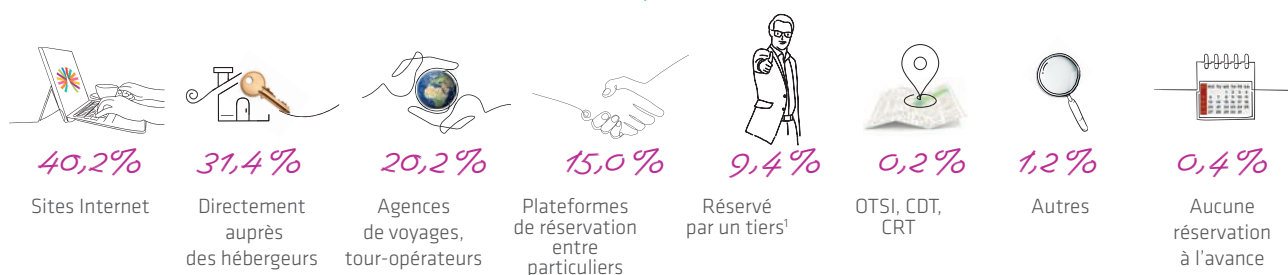
36,2%
PRIMO-VISITEURS



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

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



Quel profil ?

Les visiteurs britanniques ont un âge moyen (40 ans) identique à celui de l'ensemble de la clientèle internationale. Les principales catégories socioprofessionnelles sont les CSP+¹ pour plus d'un tiers (35,2%, +1,6 point), les employés pour 27,3% (-1,0 point) et les professions intermédiaires pour 13,4% (+4,7 points). Plus de 9 visiteurs sur 10 (90,8%) viennent d'Angleterre : parmi eux, 43,6% viennent du Grand Londres, 17,9% du Sud-Est (Southampton, Portsmouth), 9,9% de l'Est (Cambridge, Norwich), 7,4% du Nord-Ouest (Manchester, Liverpool) et 6,4% du Yorkshire et Humber (Leeds, Sheffield).

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

Quel type de voyage ?

Plus des trois quarts des Britanniques (79,6%, +4,8 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en famille (29,2%, +3,0 points), en couple (28,4%, +4,2 points) ou seuls (22,4%, -4,9 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 74,0% (-3,1 points). Ils sont 10,4% (+1,6 point) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 10,1% (+2,0 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 5,4% (-0,5 point) à préférer les groupes organisés.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (88,5%, +7,1 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 68,3% (48,0% en 3 étoiles et 38,0% en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (10,0%) ainsi que les résidences hôtelières (4,2%). Les résidences principales d'amis (5,9%) et de parents (4,1%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

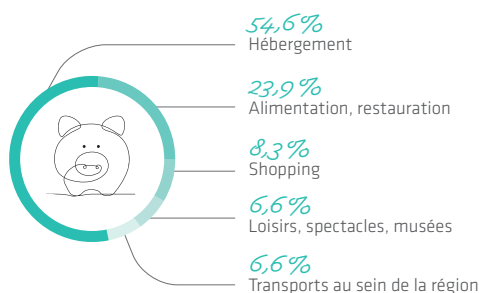
Quelles activités ?

Les principales activités pratiquées sont les promenades en ville (70,9%), les visites de musées et monuments (66,8%) ainsi que le shopping (41,8%). Les Britanniques réalisent globalement moins d'activités que les autres clientèles, excepté les parcs d'attractions (33,0%, +7,5 points) et les événements sportifs (6,5%, +2,7 points). Ils sont notamment moins intéressés par les visites de musées et monuments (-16,1 points), celles de parcs et jardins (41,0%, -9,2 points) et la découverte de la gastronomie française (31,9%, -7,1 points). Ils se consacrent également moins que les autres clientèles aux sorties nocturnes (14,7%, -5,6 points), aux marchés et brocantes (12,7%, -5,2 points) et au shopping (-4,4 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (45,2%), Notre-Dame de Paris (32,8%), le musée du Louvre (31,4%), l'Arc de triomphe (30,4%) et Disneyland® Paris (29,1%). Les Britanniques réalisent moins de visites que les autres clientèles. C'est notamment le cas pour la tour Eiffel (-19,0 points), le musée du Louvre (-18,6 points) et l'Arc de triomphe (-18,0 points). Ils se rendent également moins au Sacré-Coeur de Montmartre (21,4%, -16,9 points), à Notre-Dame de Paris (-11,0 points), au musée d'Orsay (11,6%, -8,2 points), au château de Versailles (6,6%, -7,6 points) ainsi qu'au centre Pompidou (10,3%, -5,3 points). En revanche, ils vont davantage à Disneyland® Paris (+10,8 points).

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



Les Britanniques, dont la dépense moyenne par jour et par personne (147 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+6,6 points) et moins importante au shopping (-6,4 points).

À retenir

- **1 848 000 séjours**, soit 8,3% des séjours de la clientèle internationale
- **5 553 000 nuitées**, soit 5,3% des nuitées de la clientèle internationale
- **817 millions d'euros** de consommation touristique, soit 5,6% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **3,0 nuits** en moyenne
- **63,8%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **74,0%** voyagent en individuel non organisé
- **79,6%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **442 €** de budget de séjour par personne
- **95,5%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **57,4%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Proposer des activités plus confidentielles ainsi que des hébergements insolites pour les repeaters
- Fidéliser grâce à des offres plus accessibles en termes de prix
- Accorder une attention particulière à la cible des familles ainsi qu'à celle des couples

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE ET DE LOISIRS



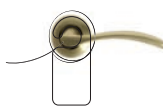
95,5%

Ensemble du séjour



98,0%

Sorties et offre culturelle



94,2%

Hébergement



92,5%

Accessibilité et transports



91,7%

Accueil et information



90,9%

Restauration

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

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale. Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : BCE, Banque mondiale, FMI.

