



Les Britanniques

- Population totale: **63,9 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+1,7%**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 0,85 GBP** ;
variation 2013/2012: **+4,7%**
- Taux de chômage: **7,5%**
- Taux d'inflation: **+2,6%**

Sources : Eurostat - Banque de France.

- 42,8%** des touristes sont venus en avion.
- 57,2%** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs britanniques ont un âge moyen (42 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent, pour près de la moitié (45,5 %, +3,2 points), aux PCS¹ et pour 17,2 % (-3,3 points) à la catégorie des employés. Plus de 8 visiteurs sur 10 (82,3 %) viennent d'Angleterre : parmi eux, 39,8 % viennent du sud de l'Angleterre (Southampton, Bristol), 28,0 % du Grand Londres, 18,7 % du Nord (Manchester, Leeds, Liverpool) et 13,5 % du Centre (Birmingham, Nottingham).

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

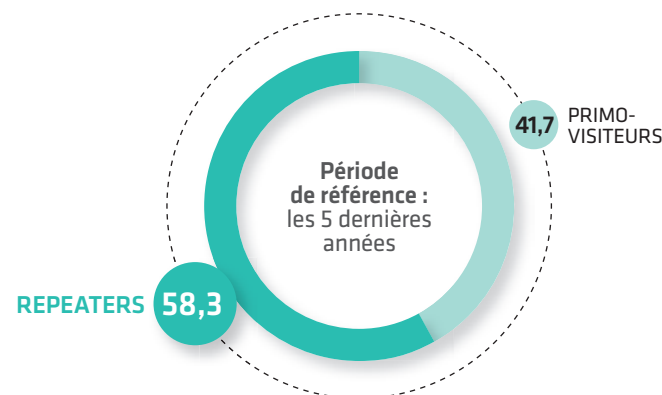
Quel type de voyage ?

Les trois quarts (74,9 %, +3,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (33,9 %, +6,3 points), seuls (25,2 %, -7,1 points) ou en famille (24,3 %, +2,3 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 79,3 % (-0,6 point). Ils sont 16,0 % (+2,3 points) à opter pour un séjour en individuel organisé et 4,6 % (-1,7 point) à préférer les groupes organisés.

Quel hébergement ?

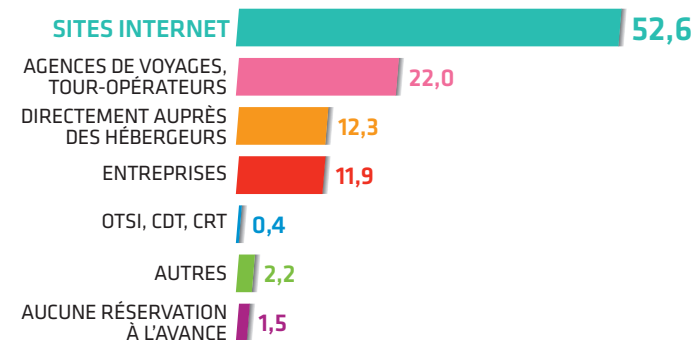
Près de 9 séjours sur 10 (89,9 %, +7,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 82,9 % (moyen de gamme pour 61,9 % et haut de gamme pour 33,6 %), les résidences hôtelières (3,7 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (2,0 %). Les résidences principales d'amis (3,8 %), de parents (2,5 %) et les résidences secondaires de parents ou d'amis (1,8 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE REPEATERS BRITANNIQUES À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1 % de repeaters et de 43,9 % de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Britanniques favorisent également Internet (53,0 %, +3,8 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (20,5 %, -5,5 points), les entreprises (10,8 %, +1,3 point) et les hébergeurs en direct (10,1 %, +0,2 point).

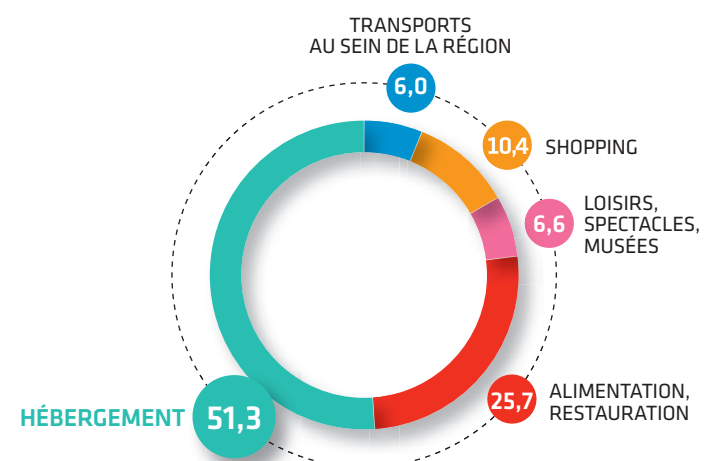
Quelles activités ?

Les Britanniques réalisent globalement moins d'activités que les autres clientèles, excepté les visites de parcs d'attractions (20,6 %, +3,6 points). Ils sont moins attirés par la visite de musées et monuments (75,9 %, -11,7 points), le shopping (37,4 %, -8,4 points), les sorties nocturnes (10,9 %, -7,4 points) ainsi que les parcs et jardins (28,3 %, -6,4 points). Ils se consacrent également moins aux marchés et brocantes (16,7 %, -5,5 points), à la découverte de la gastronomie (30,2 %, -5,3 points) et à celle des villes (65,1 %, -5,1 points).

Quels sites visités ?

« Top 5 » des lieux les plus visités : la tour Eiffel (52,7 %), Notre-Dame de Paris (50,2 %), l'Arc de triomphe (42,8 %), le musée du Louvre (39,7 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (31,8 %). Les Britanniques réalisent globalement moins de visites que les autres clientèles. C'est notamment le cas pour la tour Eiffel (-15,5 points), le musée du Louvre (-15,3 points), l'Arc de triomphe (-13,9 points) ou encore le Sacré-Cœur de Montmartre (-11,0 points) et le château de Versailles (6,0 %, -11,0 points). En revanche, ils se rendent davantage à Disneyland® Paris (19,8 %, +4,8 points).

PLUS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES BRITANNIQUES CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Britanniques, dont la dépense moyenne par jour et par personne, est équivalente à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+9,1 points) et moins important au shopping (-9,2 points).

DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DES SORTIES ET DE L'OFFRE CULTURELLE (EN %)*



*% satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues: 94,3%.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- Privilégier Internet, à la fois comme vecteur d'information et de réservation.
- Accorder une attention particulière à la cible que constituent les couples.
- Communiquer via le secteur de l'hébergement marchand, notamment hôtelier, auquel les Britanniques ont souvent recours.

L'essentiel

- 1 355 000 séjours** soit 9,0 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 4 456 000 nuitées** soit 5,4 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 3,3 nuits** en moyenne.
- 58,3%** sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 95,4%** voyagent en individuel.
- 74,9%** voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 154 €** de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 95,0%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 96,3%** recommanderaient la destination à leur entourage.
- 51,6%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.