



Présentation Marché Britannique 2019

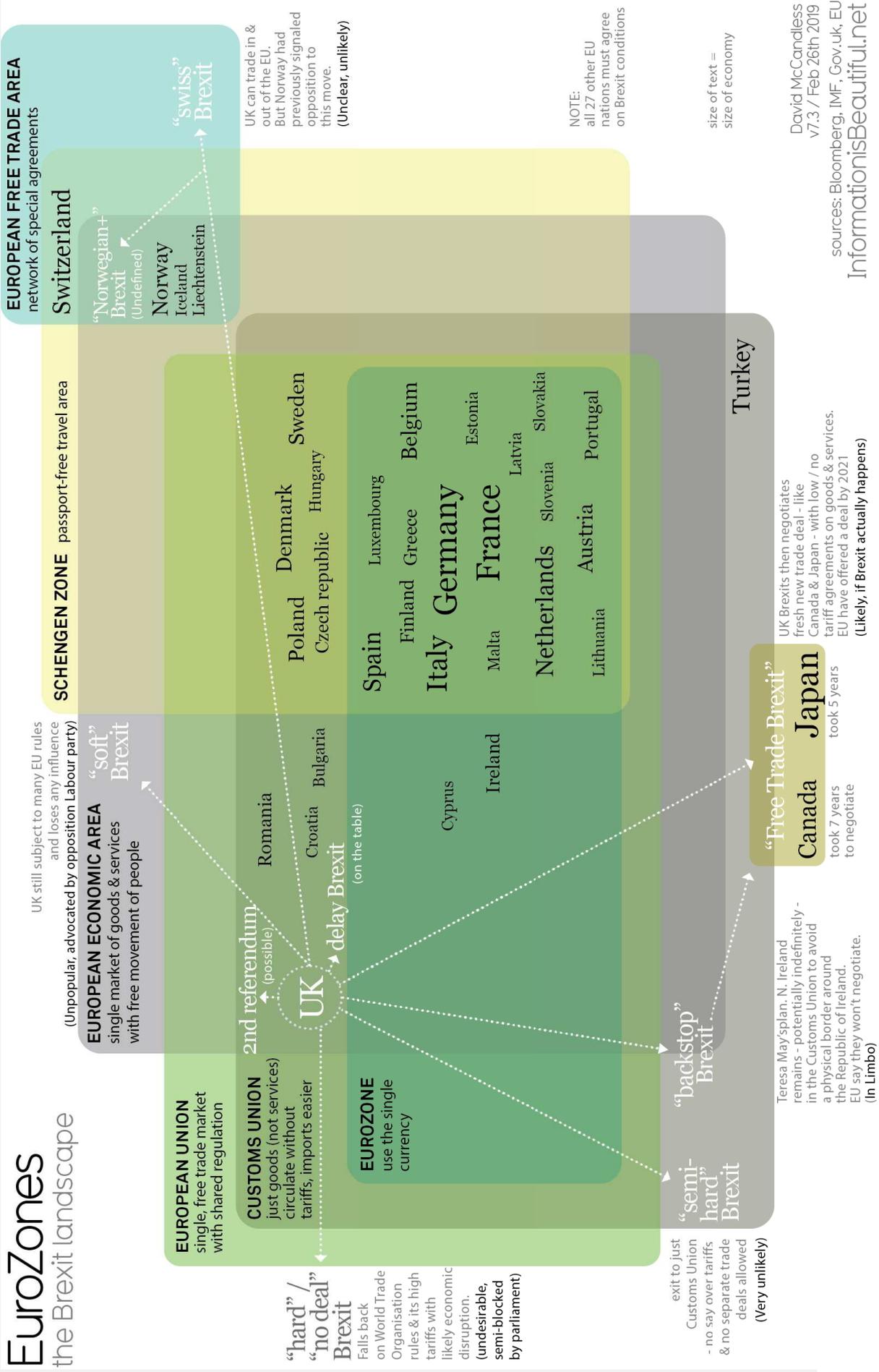
- Atout France
- CRT Paris Ile-de-France

Présentation Atout France



EuroZones

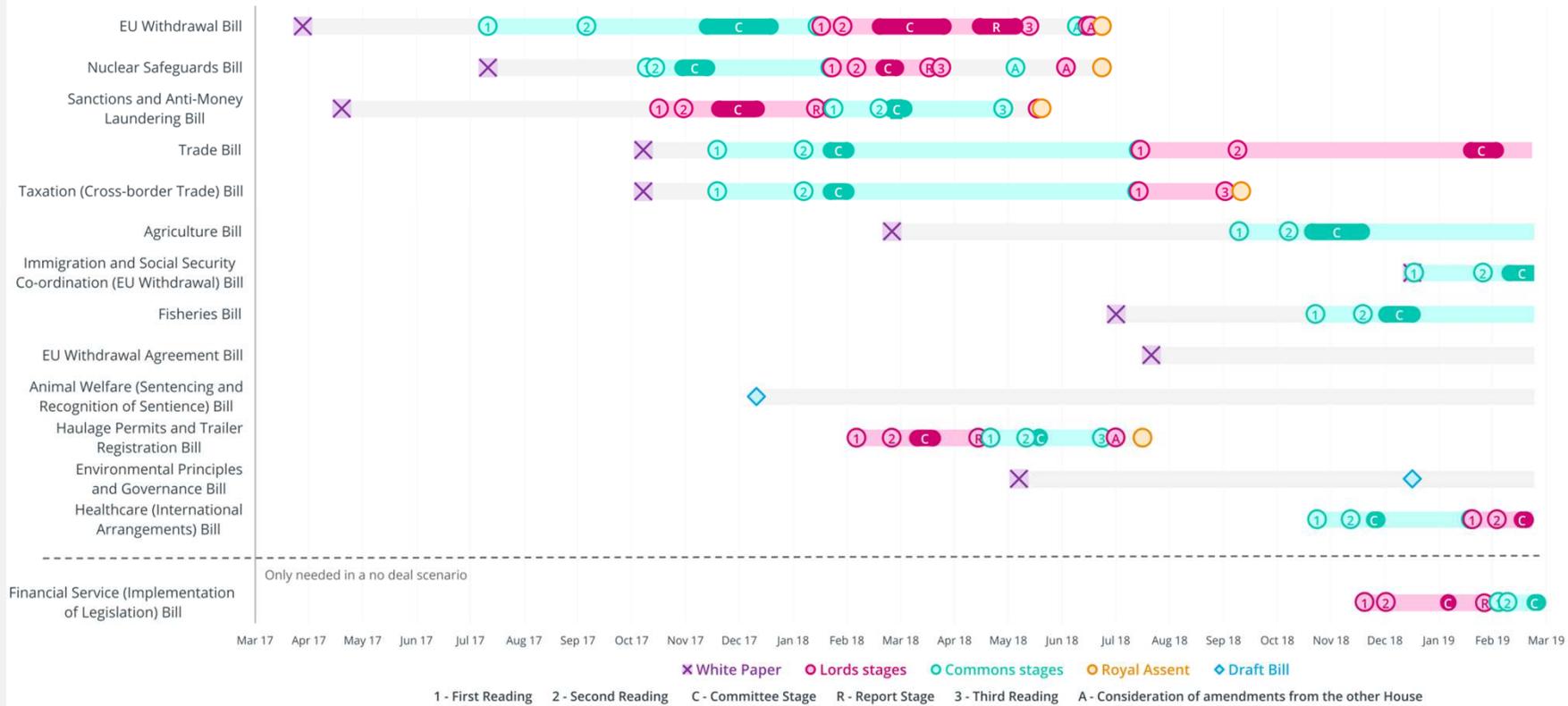
the Brexit landscape



Tout reste à faire pour un Brexit ...

Parliamentary progress of legislation introduced to implement Brexit

IfG



Source: Institute for Government analysis of parliament.uk.

CC BY-NC

01

Contexte économique du Royaume-Uni

Les indicateurs économiques du Royaume-Uni



1,4%

Croissance économique en 2018



1,8%

Inflation en janvier 2019



4%

Taux de chômage en octobre-décembre 2018



1.16€

pour 1 £ en février 2019

02

**Statistiques sur le tourisme des
Britanniques**

Le tourisme « outbound » des Britanniques



72 773 000

voyages effectués
en **2017**

(+3%)

⇒ **80%** En Europe
(**58 158 000** voyages)



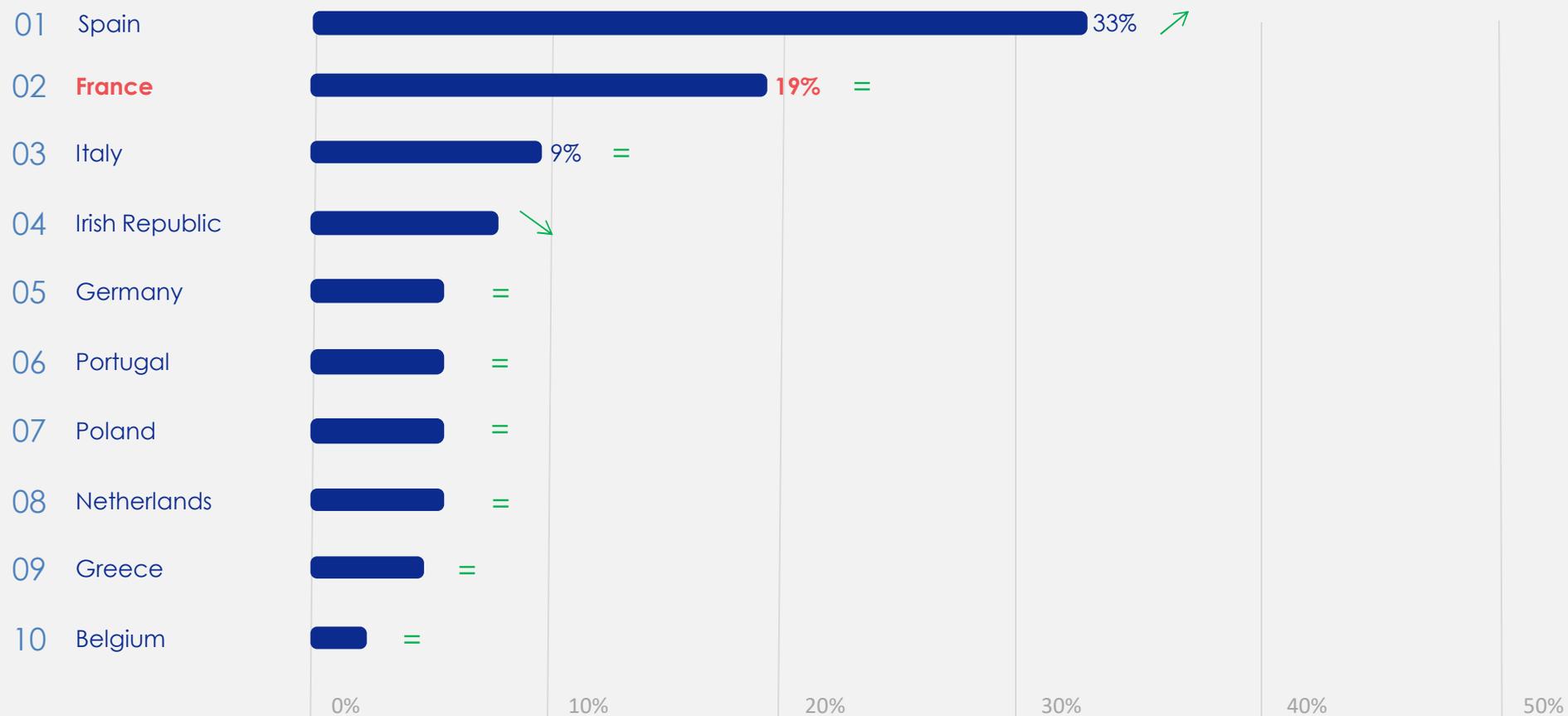
⇒ **20%** hors Europe
(**14 615 000** voyages)



Moyenne du **nombre de séjours par personne: 3.5 jours**

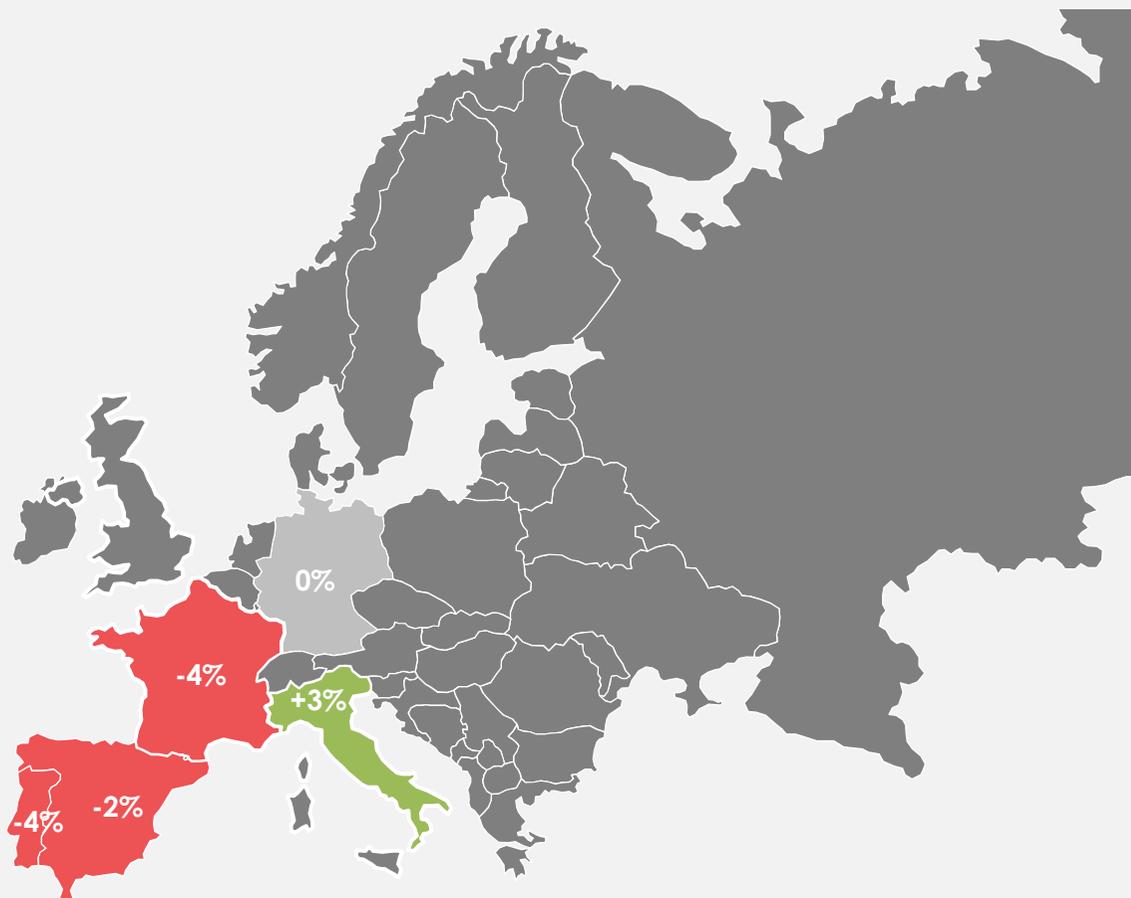
Sources: ONS, Expedia

Parts de marché du top 10 des destinations européennes – 2017



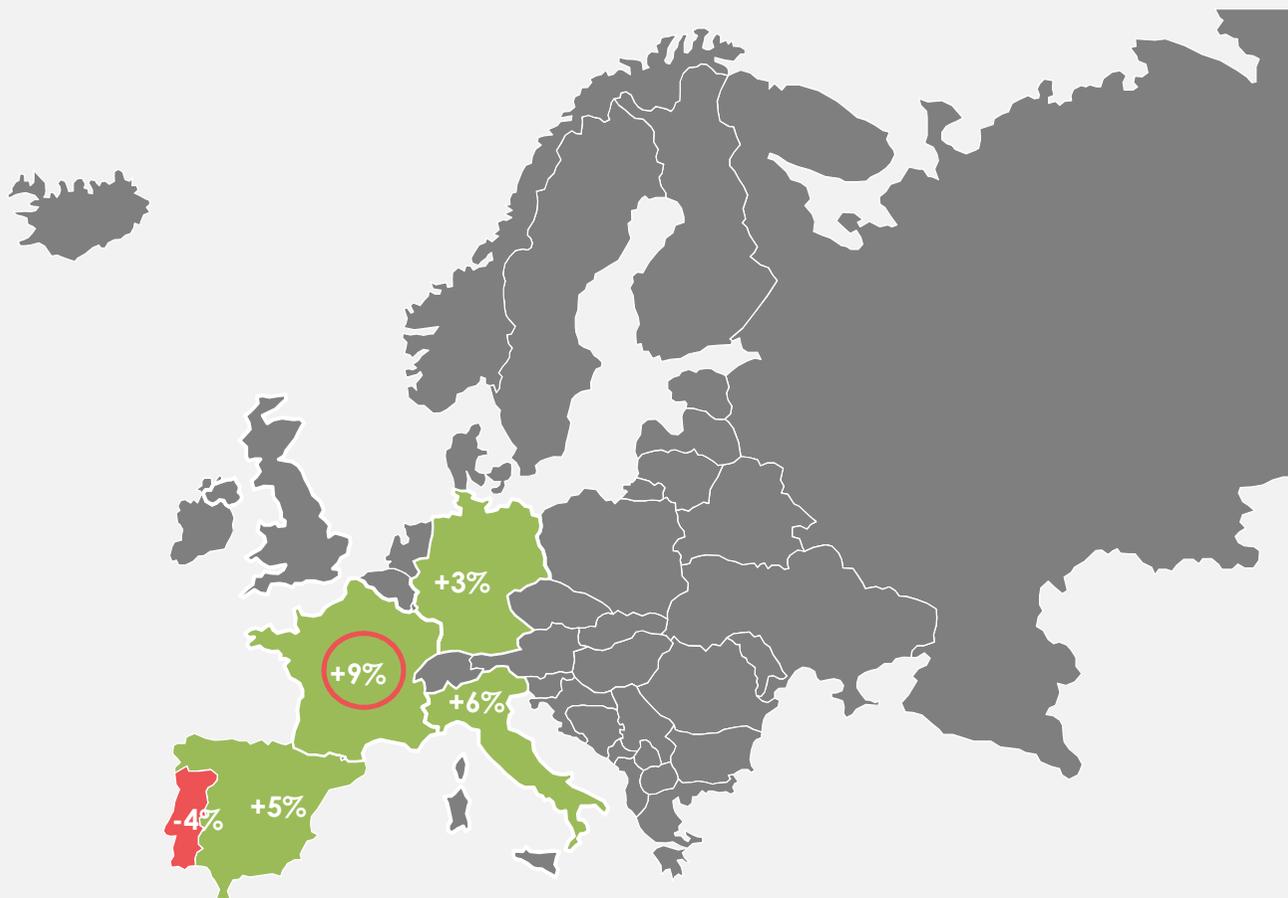
Source: © ONS International Passenger Survey (IPS) ©Crown Copyright 2018

Visites à l'étranger des Britanniques – 9 premiers mois – 2018



Source: ONS ©Crown Copyright 2018

Dépenses à l'étranger des Britanniques – 9 premiers mois 2018



Source: ONS ©Crown Copyright 2018

Le tourisme « outbound » des Britanniques vers la France



12.7 millions d'arrivées touristiques en 2017 (+6%)



1ère clientèle étrangère en France



5.8 milliards d'euros de recettes touristiques en 2017 (+3%)

Le tourisme « outbound » des Britanniques vers la France



68%

**pour un motif
loisirs**



9%

**pour un motif
affaires**



18%

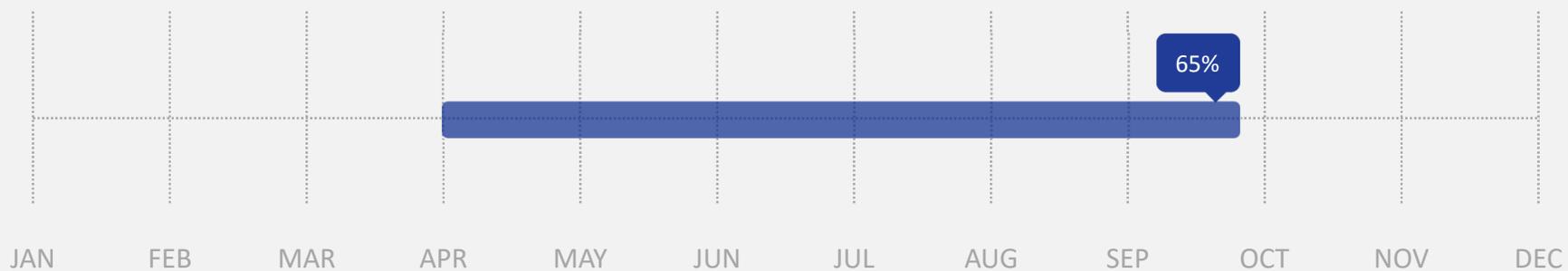
**pour rendre visite
à des amis/famille**



Et **5%** pour une autre raison

Source: ONS ©Crown Copyright 2018

Le tourisme « outbound » des Britanniques vers la France



⇒ **65%** des arrivées britanniques se font **entre avril et septembre**

⇒ **Période de réservation:** en moyenne **2 mois avant le départ**

Part de marché des modes de transport vers la France – 2017 (vs 2016)



43% (+2 pts)



31% (-2 pts)



26% (=)

Routes du Royaume-Uni/Irlande vers la France



- **307 routes aériennes directes:**
 - 110 estivales
 - 76 hivernales
 - 121 toute l'année
- **28 aéroports britanniques/irlandais**
- **Vers 41 villes françaises**
- **20 compagnies aériennes**



- **10 destinations françaises** desservies par **Eurostar**
- **Eurotunnel Le Shuttle** (voitures et cars)



- Plusieurs **routes maritimes:**
 - En **provenance de 10 villes** au Royaume-Uni et Irlande
 - **Desservant 11 villes françaises**
 - Par **7 compagnies maritimes**

03

Profil des touristes britanniques

La France c'est la...



1ère destination
pour les courts
séjours



1ère destination
pour les sports
d'hiver



2nde destination
pour les voyages
d'affaires



2nde destination
pour les voyages
en famille

Profil de la clientèle britannique – 2017 vs 2016)

 **45-54** ans (2016: 35-44)

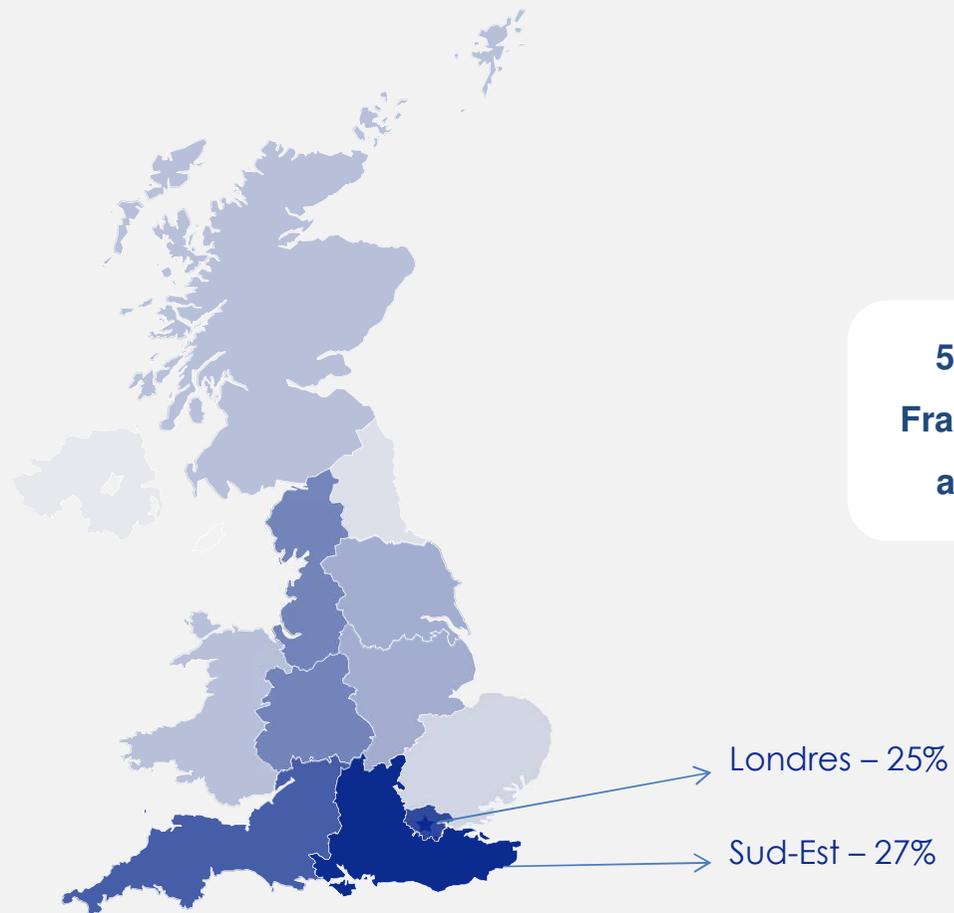
 **450 £** en moyenne par séjour (427 £ en 2016)

 **7 nuits** en moyenne (identique à 2016)


61% des Britanniques se sont déjà rendus
en France dans le passé.

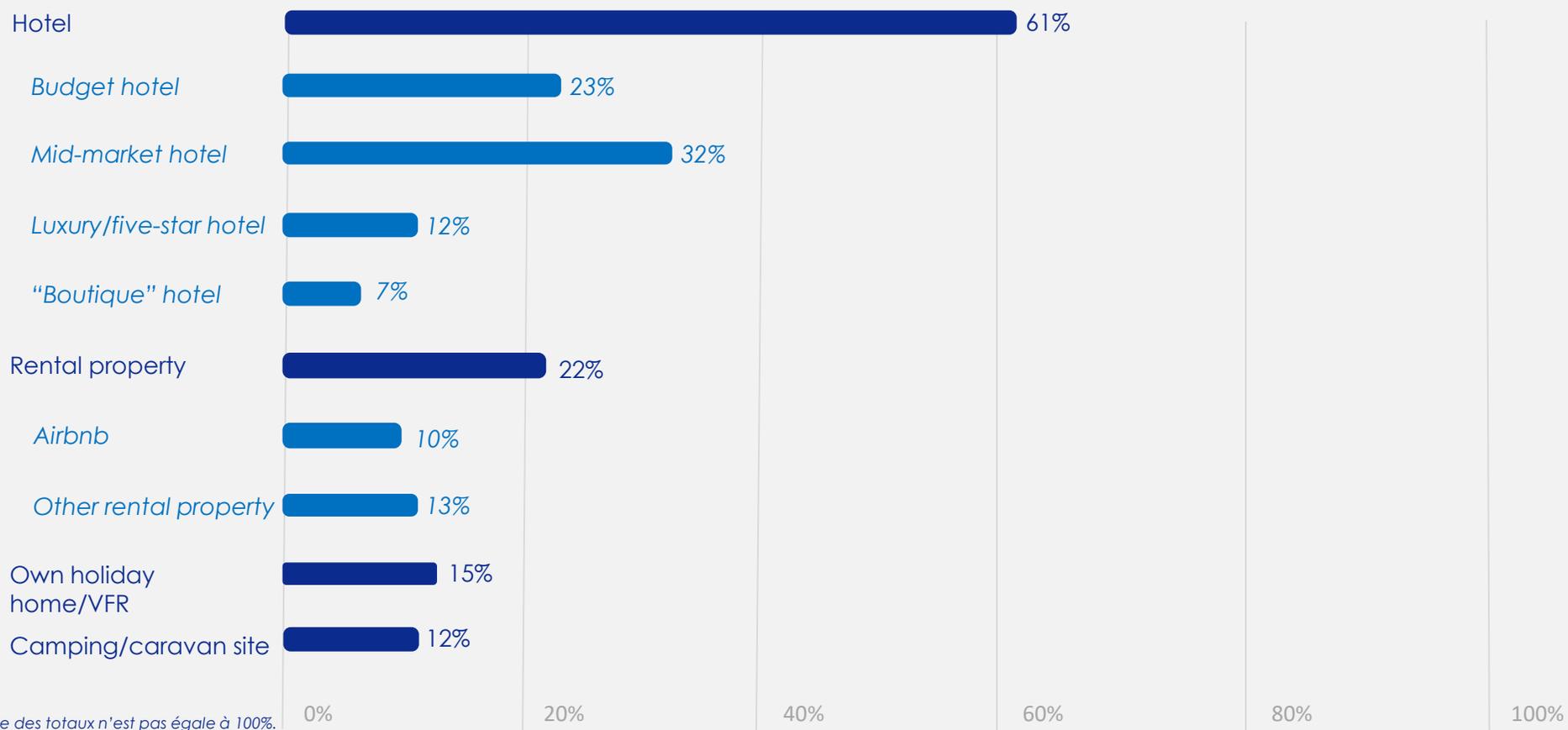

63% des Britanniques se disent attirés par la
France pour des vacances futures.

Bassins émetteurs au Royaume-Uni



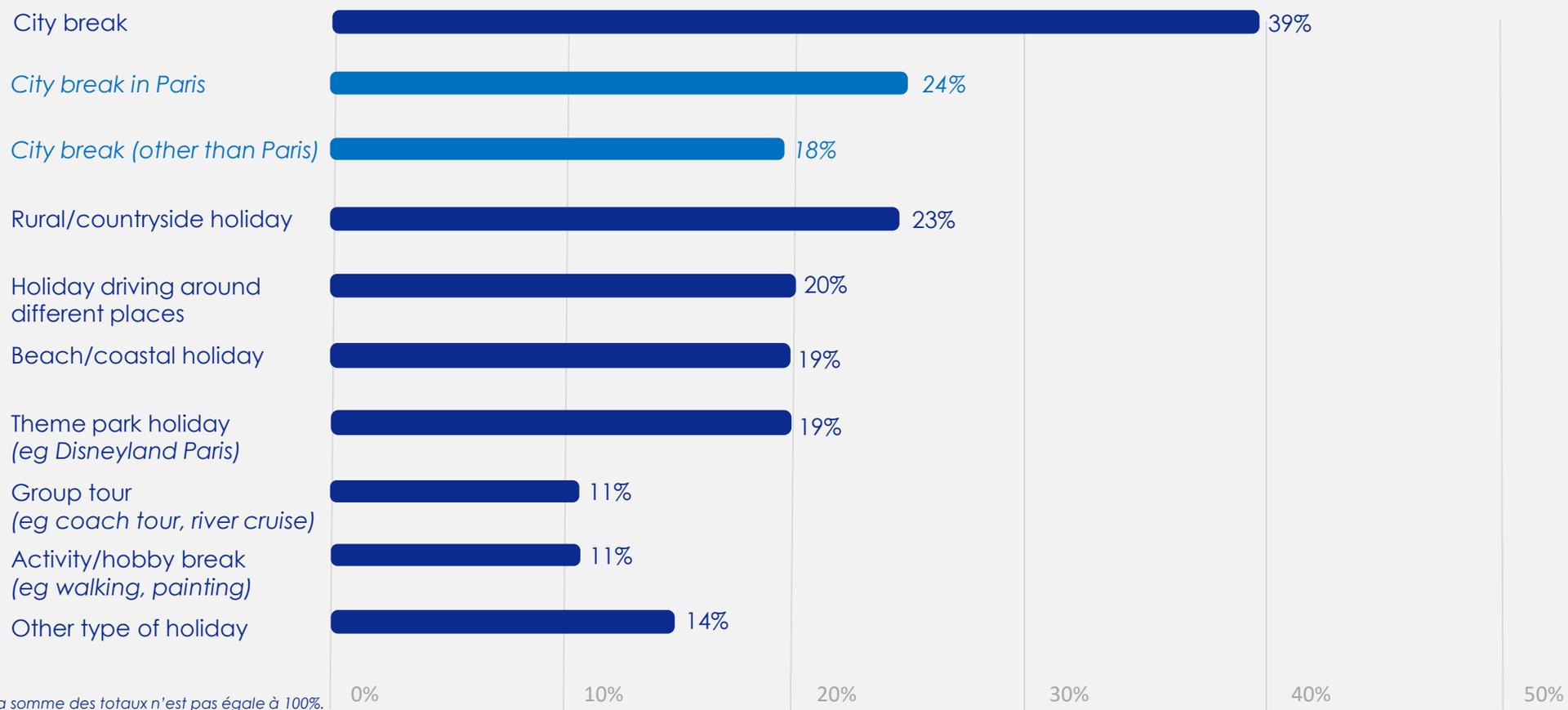
52% des Britanniques se rendant en France viennent de la région de Londres ainsi que du Sud-Est de l'Angleterre

Types d'hébergement privilégiés en France par les Britanniques



Source: © ONS International Passenger Survey (IPS) ©Crown Copyright 2018

Natures des vacances en France des Britanniques



Source: © ONS International Passenger Survey (IPS) ©Crown Copyright 2018

Quelles sont les principaux attraits de la France auprès des Britanniques ?



Gastronomie



Villes



Paysages/Nature



Accessibilité



Plages



Histoire/Culture

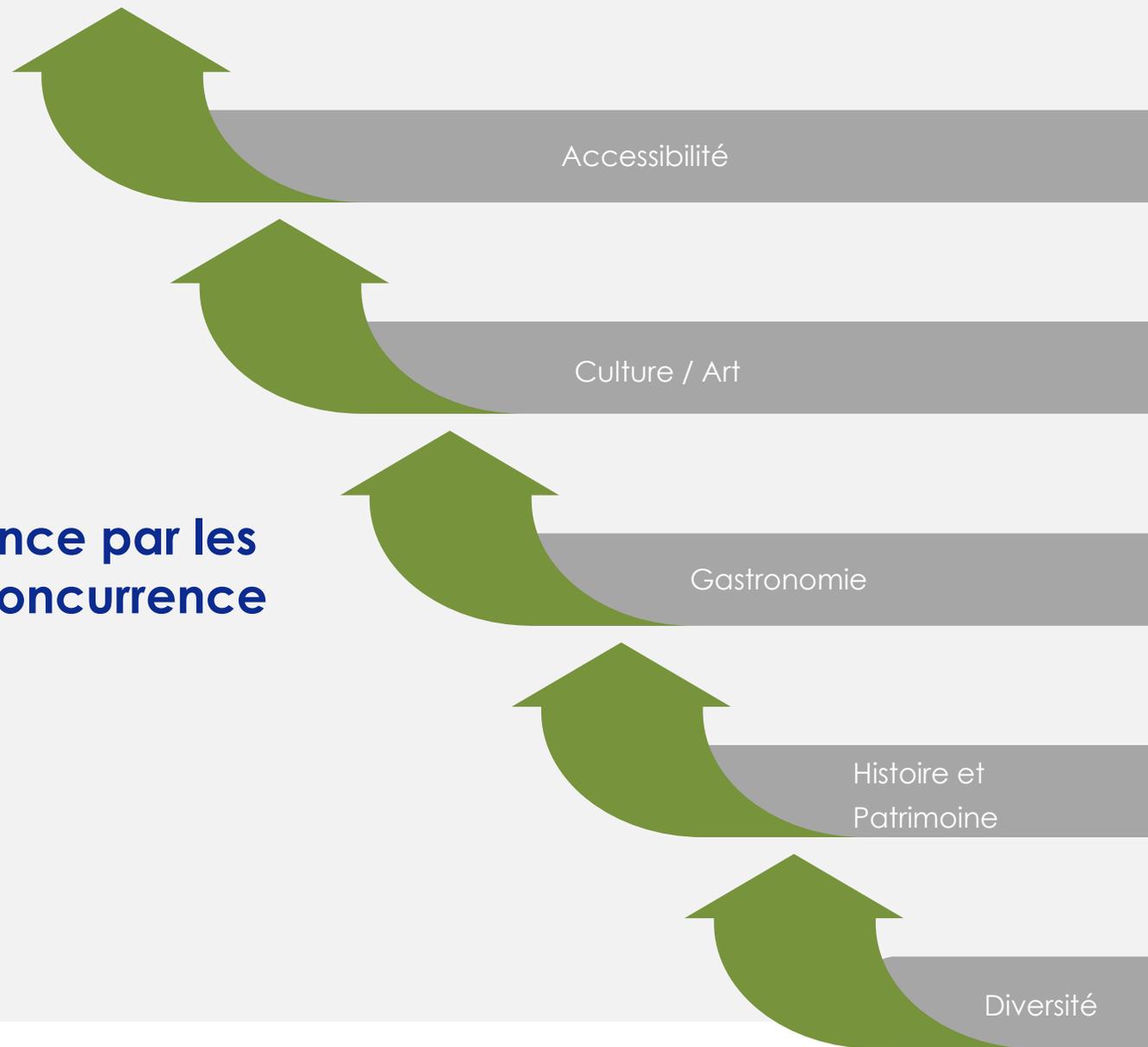


Shopping

Où se rendent les Britanniques ?



La perception de la France par les Britanniques face à la concurrence



Source: ©Lightspeed GMI/Mintel 2015

Rapport qualité/prix

Qualité de l'hébergement

Accueil / Sens du service

Amabilité des
locaux

Conditions
météorologiques

La perception de la France par les Britanniques face à la concurrence

Source: ©Lightspeed GMI/Mintel 2015

Les opportunités et menaces de la destination

OPPORTUNITES

- Destination attractive pour les familles
- Les grands évènements porteurs d'images
- Les Millénials qui aiment voyager toute l'année et vivre de nouvelles expériences
- Les seniors et les CSP+ qui connaissent bien la France et y retournent souvent
- La possibilité de combiner plusieurs thématiques -> offre variée

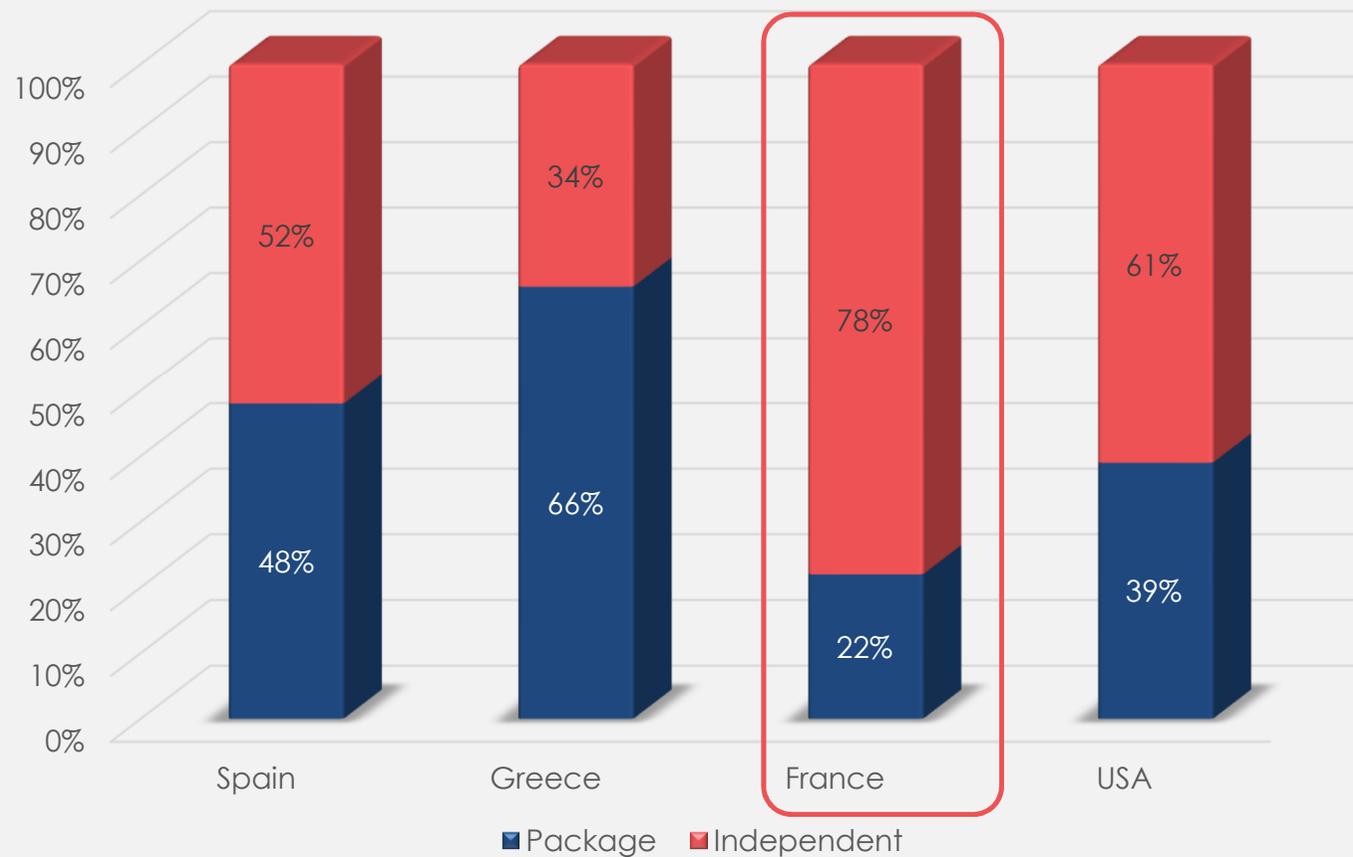
MENACES

- Forte concurrence des pays voisins, des destinations "de niche" et des destinations plus lointaines
- L'investissement important pour promouvoir le marché domestique
- L'évolution du taux de change

04

La distribution au Royaume-Uni

Vacances « packagées » vs indépendantes



Sources: © IRN Research: Data – International Passenger Survey, ONS ©Crown Copyright 2016, MINTEL 2016

Base de données « Trade » sur les niches (31/01/19)



« City breaks »

55 contacts



Culture

191 contacts



Croisières fluviales

164 contacts



Excellence

457 contacts



Gastronomie

48 contacts*

œnotourisme

39 contacts*



Cyclotourisme

108 contacts



Golf

114 contacts



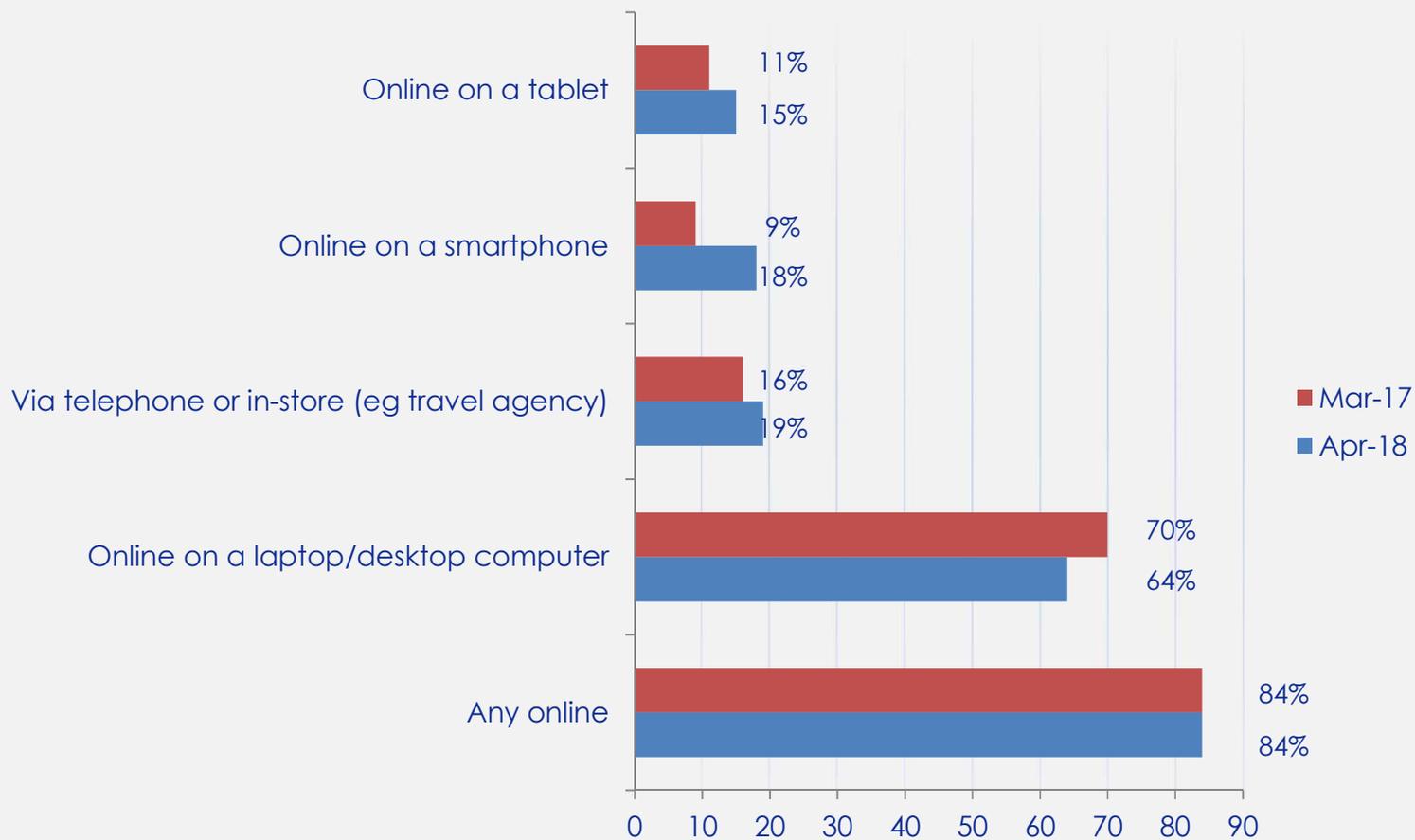
Nature

201 contacts

**A noter qu'une grande majorité de nos contacts propose un volet gastronomie ou œnotourisme*

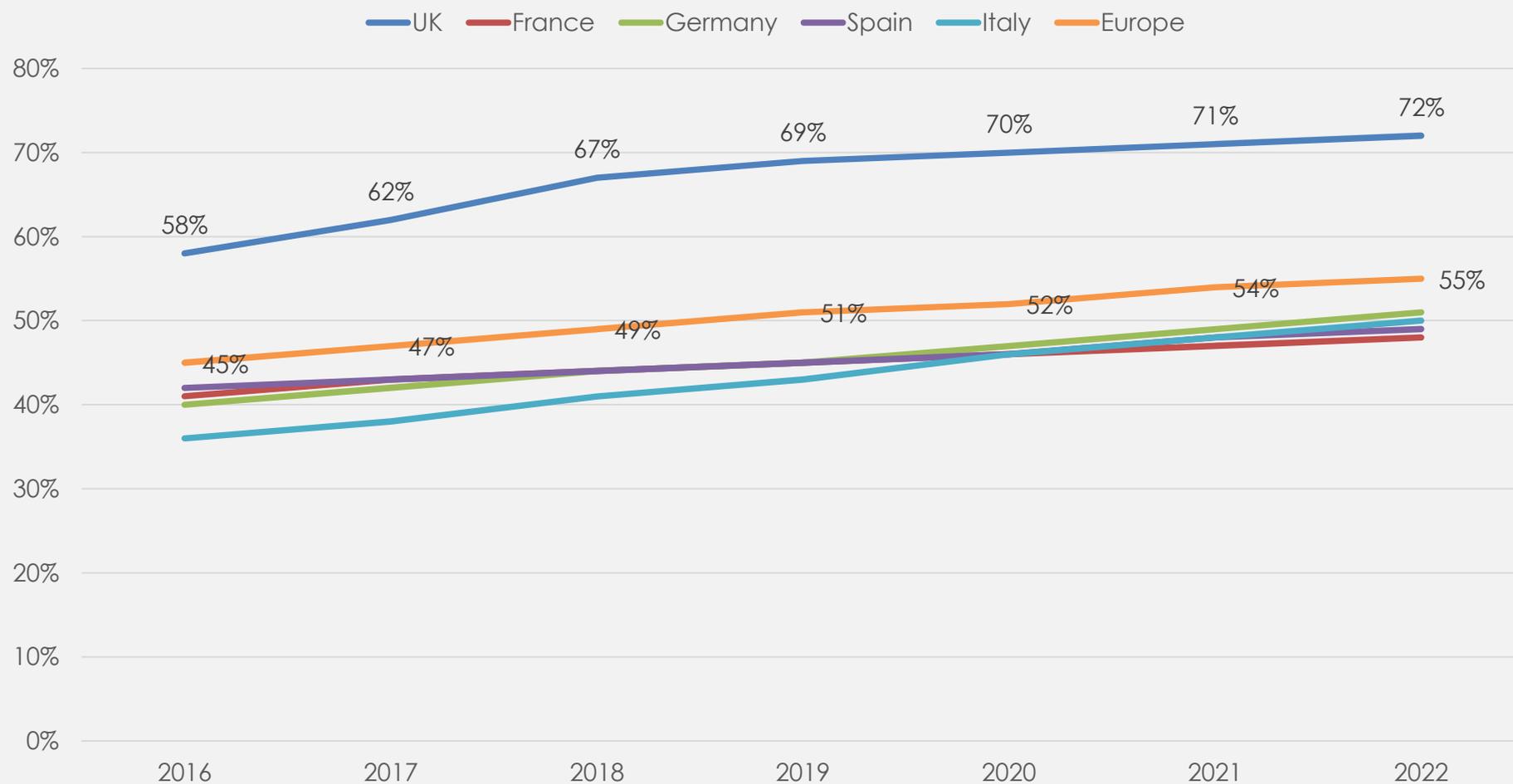
Source: Atout France

Méthodes de réservation utilisées par les Britanniques



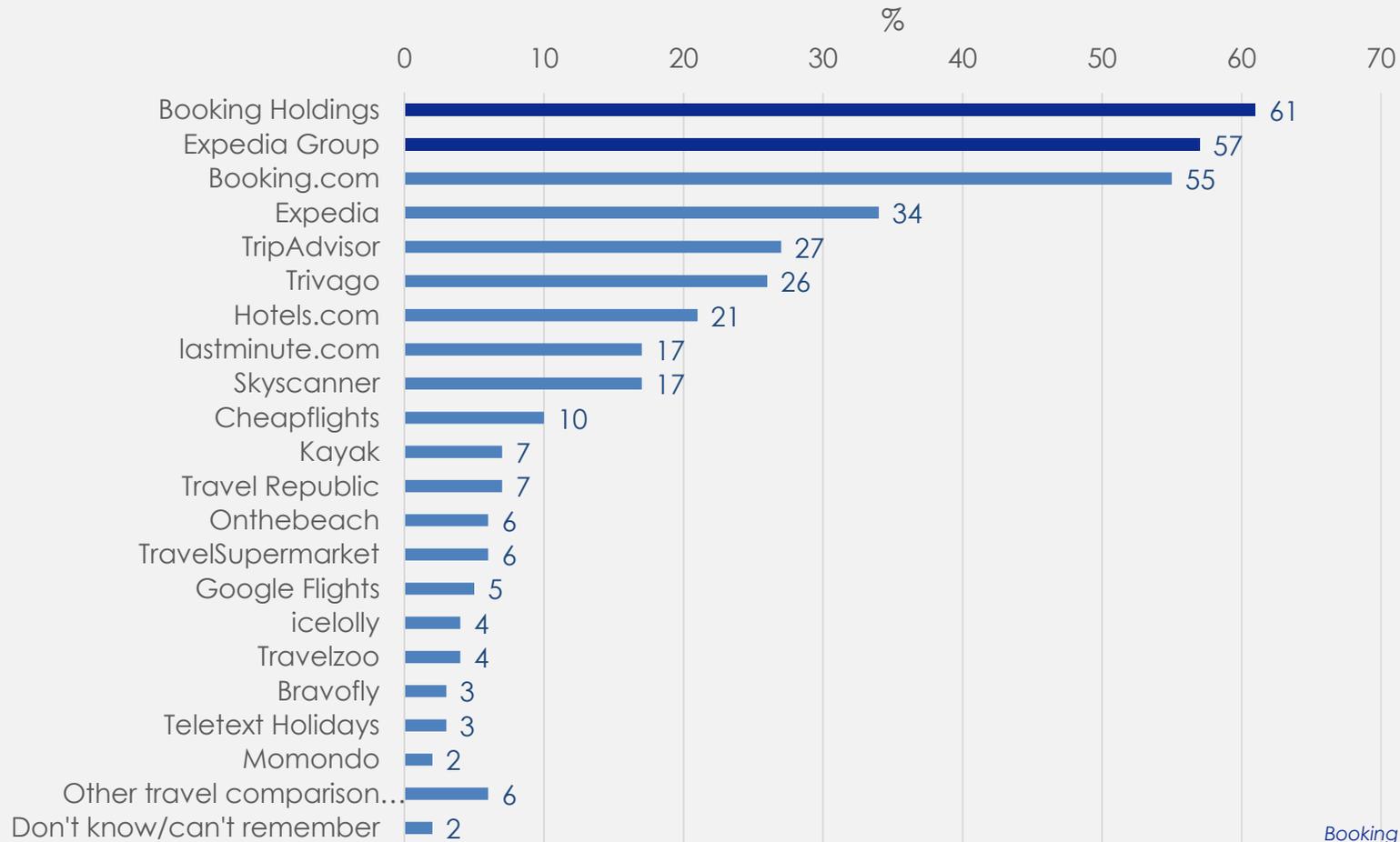
Source: Lightspeed/MINTEL

Taux de pénétration en ligne du marché des voyages



Source: Phocuswright – European Online Travel Overview 2018

Les agences de voyages en ligne – 2017



14.5 millions de personnes

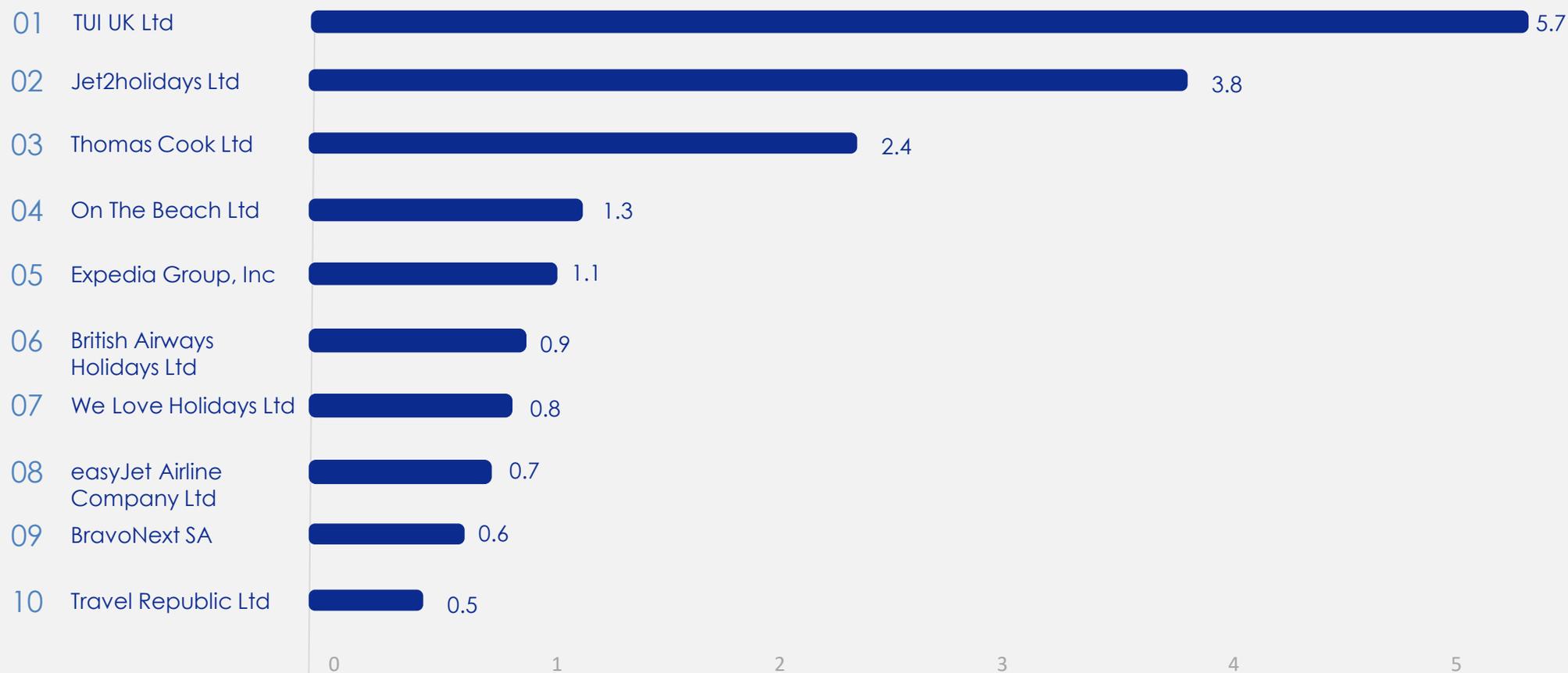
62% de 25-34 ans

4 nuits et +

Booking Holdings détient Booking.com et Kayak.
Expedia Group possède Expedia, Hotels.com et Trivago.

Source: Lightspeed/MINTEL

Top 10 des entreprises certifiées ATOL – en millions de passagers



Source: Civil Aviation Authority – Février 2019

Pour tous renseignements...

———— Nous restons à votre disposition:

Gwénaëlle Delos: gwenaelle.delos@atout-france.fr

⇒ Directrice

Stéphane Ballot: stephane.ballot@atout-france.fr

⇒ Adjoint à la Directrice

Hervé Le-Feuvre: herve.le-feuvre@atout-france.fr

⇒ Marketing

Anne Vestmar-Pedersen: anne.pedersen@atout-france.fr

⇒ Relations Publiques

Vanessa Renaud-Elliott: vanessa.renaud@atout-france.fr

⇒ Tourisme d'affaires & Promotion commerciale

Aurélia Baillon: aurelia.baillon@atout-france.fr

⇒ Veille et Stratégie



Clientèle Britannique à Paris Ile-de-France





1 965 568

touristes,
soit la 2^{ème} clientèle internationale

946

Millions d'euros de recette touristique,
soit la 2^{ème} clientèle internationale

6 603 312

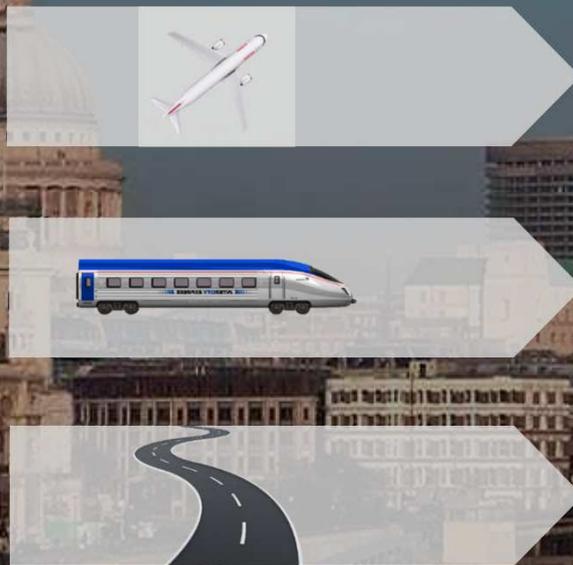
Nuitées
Soit la 2^{ème} clientèles internationale

61,5%

de repeaters



Mode de transport



Pour arriver
en Île-de-France

34,8%

39,9%

25,3%

Pour quitter
l'Île-de-France

43,0%

36,3%

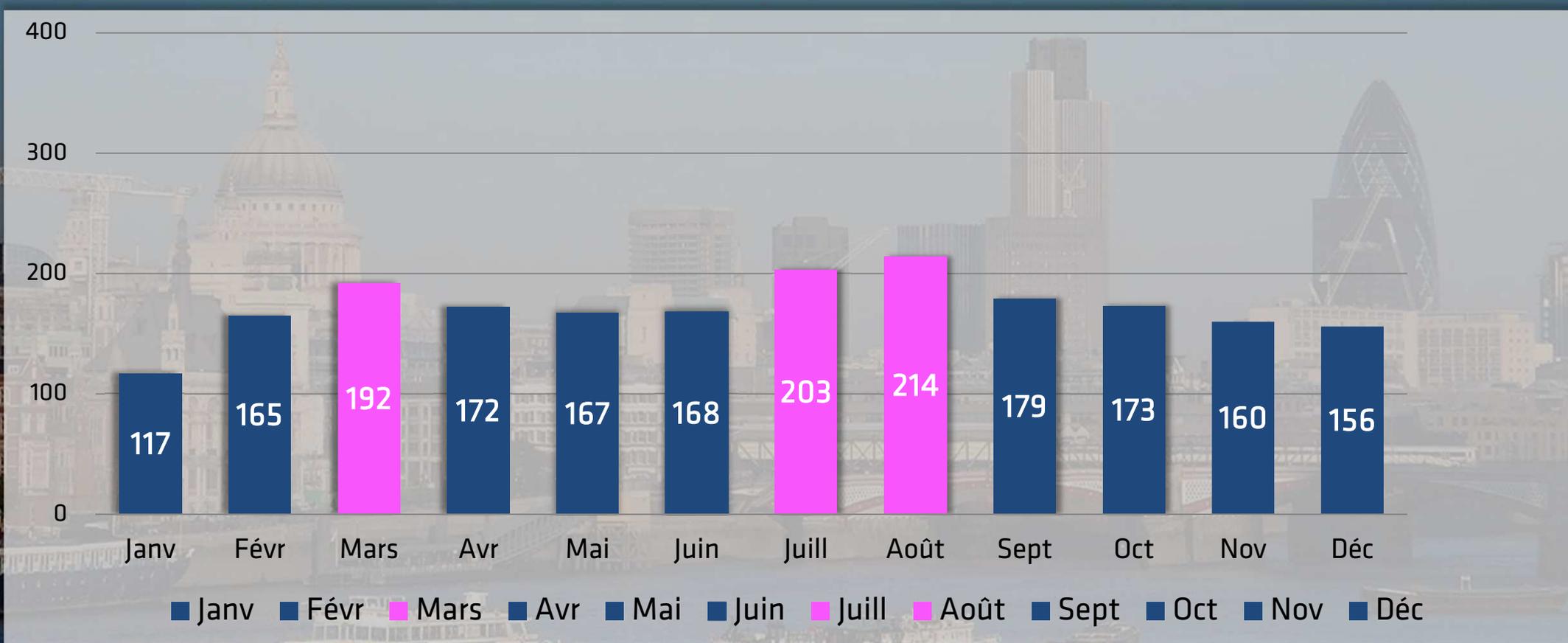
20,7%

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 - Résultats 2017



Arrivées hôtelières mensuelles UK à Paris Île-de-France

En milliers





Profils des clientèles Loisirs & Affaires

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 – Résultats 2017

Motif du séjour



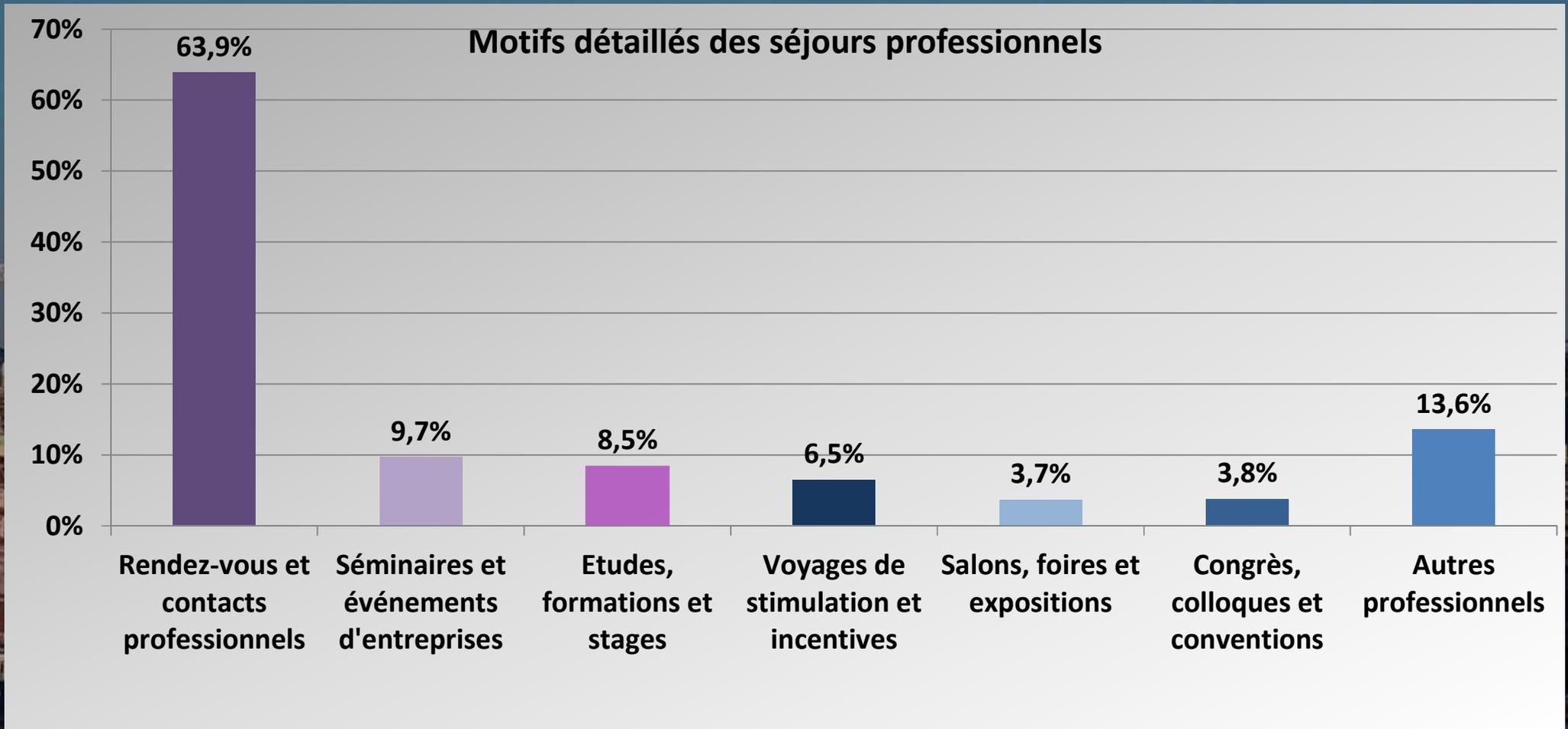
79,0%

séjours personnels



21,0%

séjours professionnels ou mixtes



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 - Résultats 2017



54,8%
Repeaters



86,6%
Repeaters

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 - Résultats 2017

Parts des séjours



79,0%



21,0%

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 - Résultats 2017

Parts des nuitées



77,6%



22,4%

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 – Résultats 2017

Durée du séjour



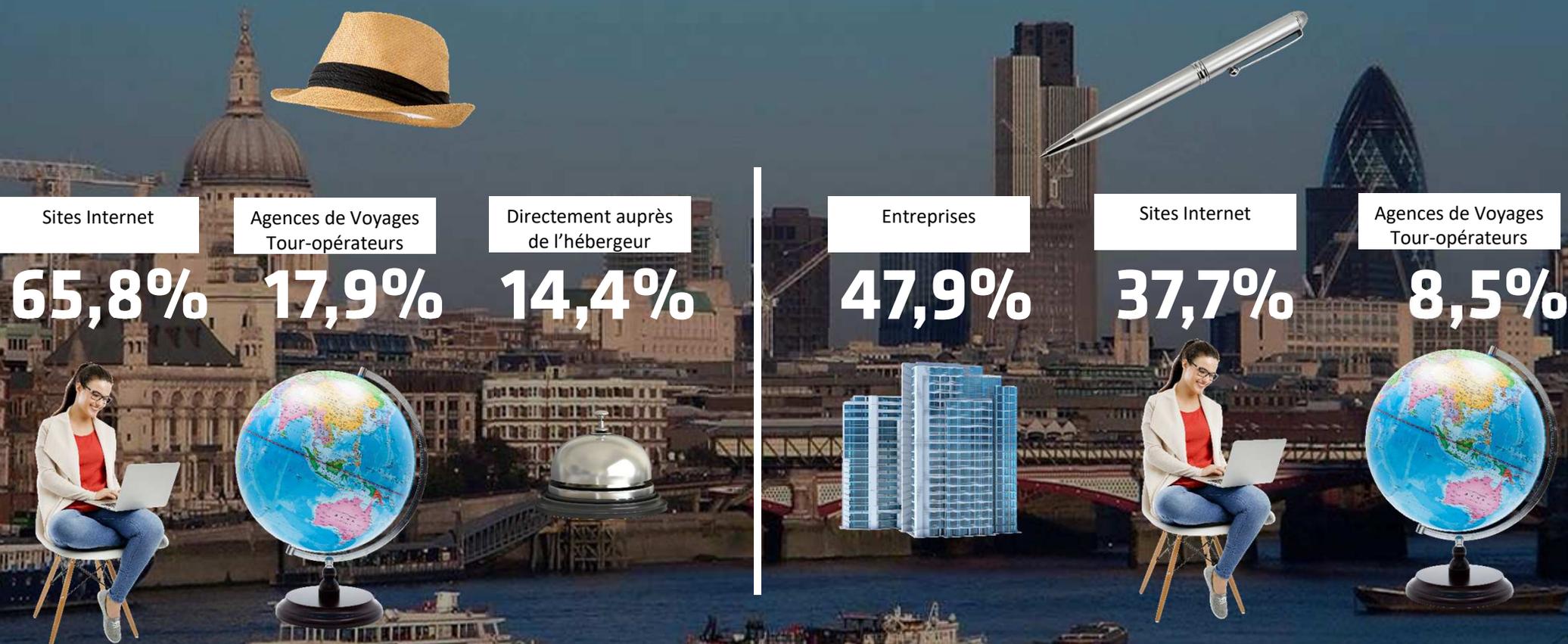
3,3
nuits



3,6
nuits

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 - Résultats 2017

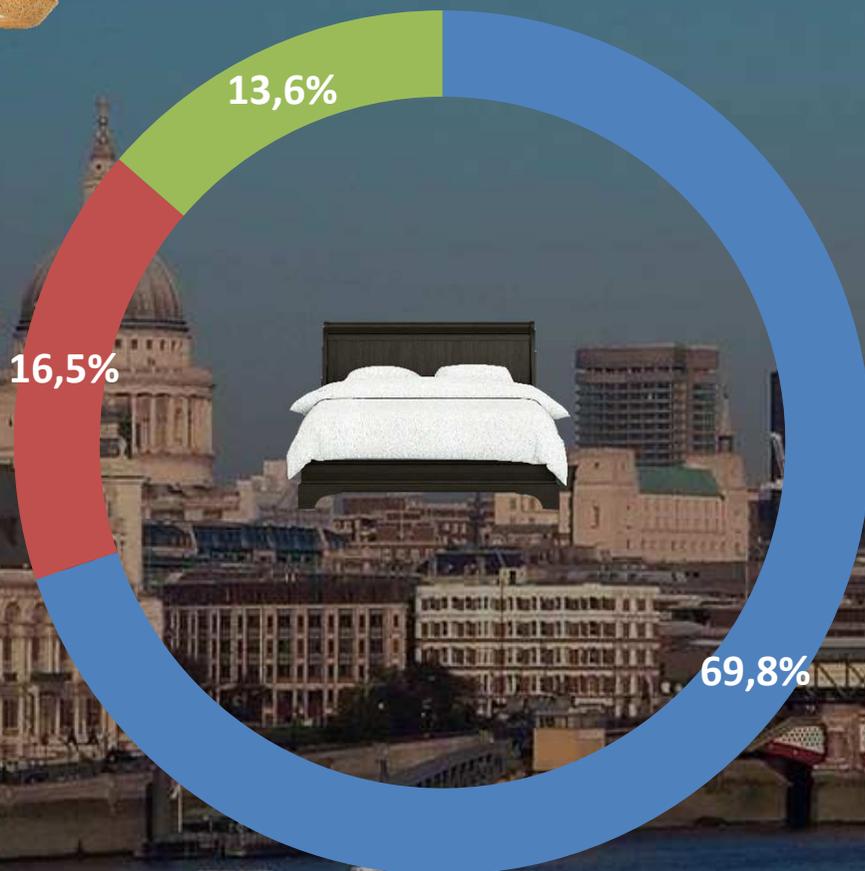
Moyens de réservation de l'hébergement



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 - Résultats 2017



Hébergement



■ Hôtellerie

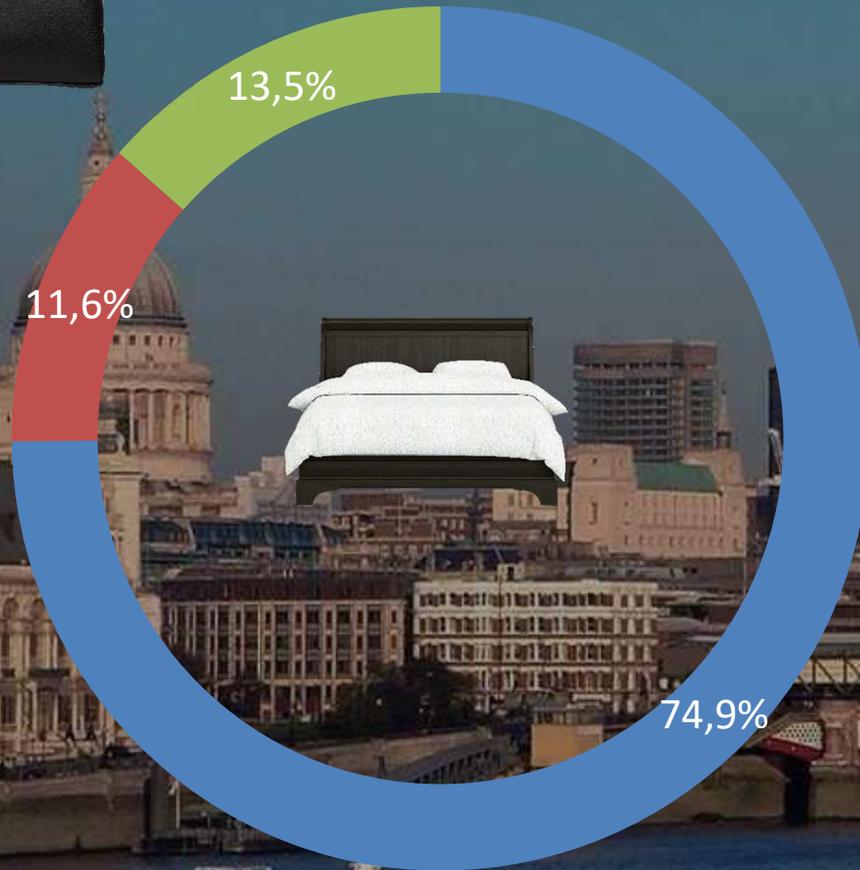
■ Reste Marchand

■ Non marchand

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 - Résultats 2017



Hébergement



■ Hôtellerie

■ Reste Marchand

■ Non marchand

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 - Résultats 2017

Consommation touristique



76,9%



23,1%

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 – Résultats 2017

Dépense moyenne

par personne et par jour



142 €



147 €

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 – Résultats 2017

Budget moyen du séjour



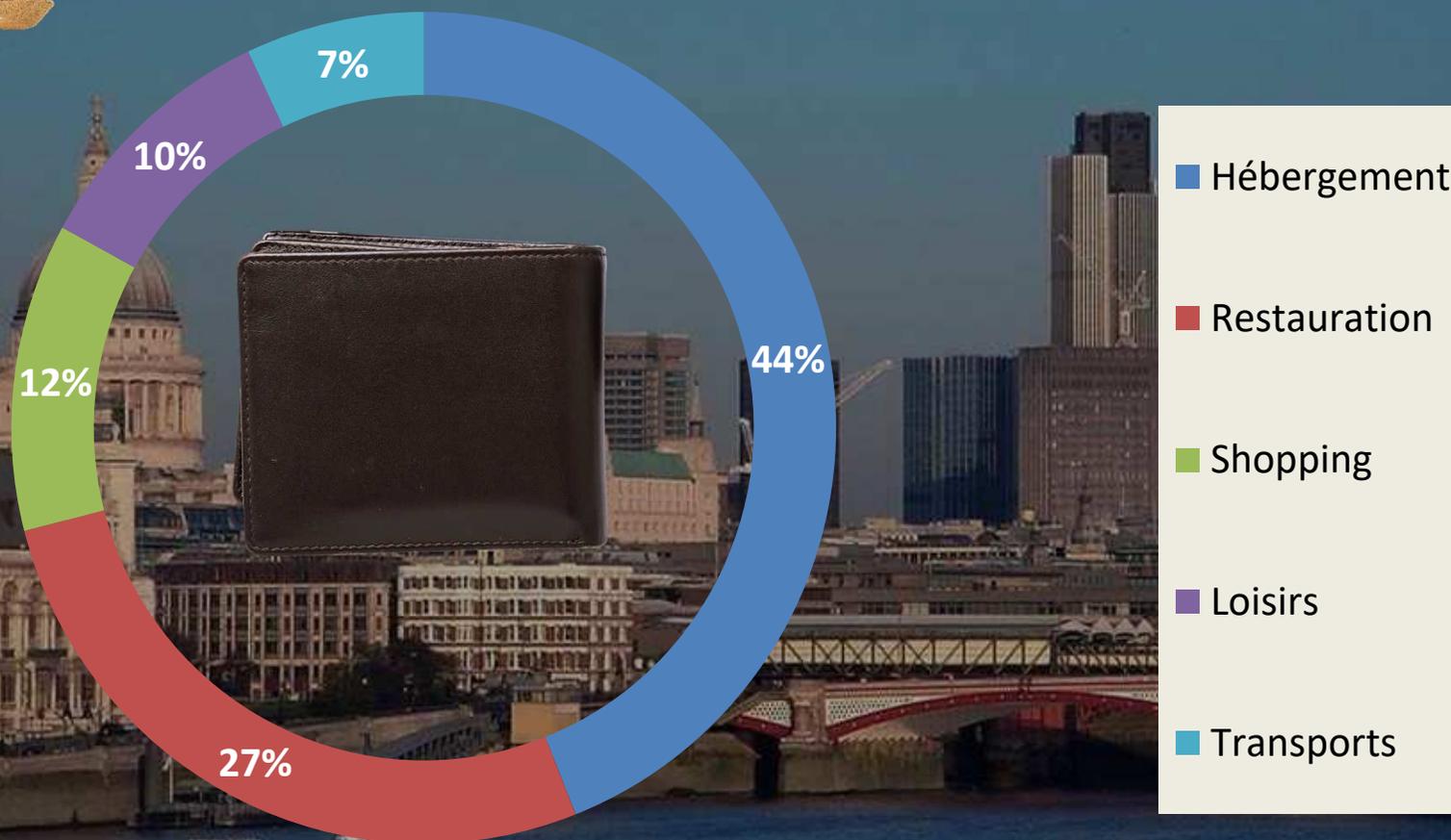
469 €



528 €

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 - Résultats 2017

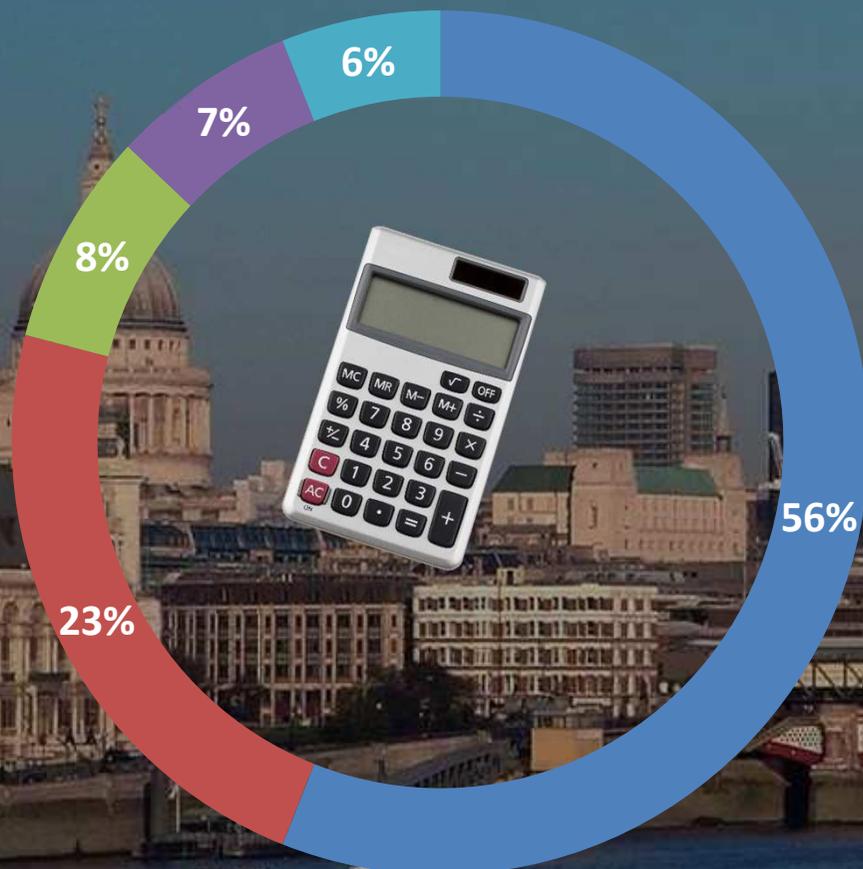
Répartition du budget du séjour



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 - Résultats 2017



Répartition du budget du séjour

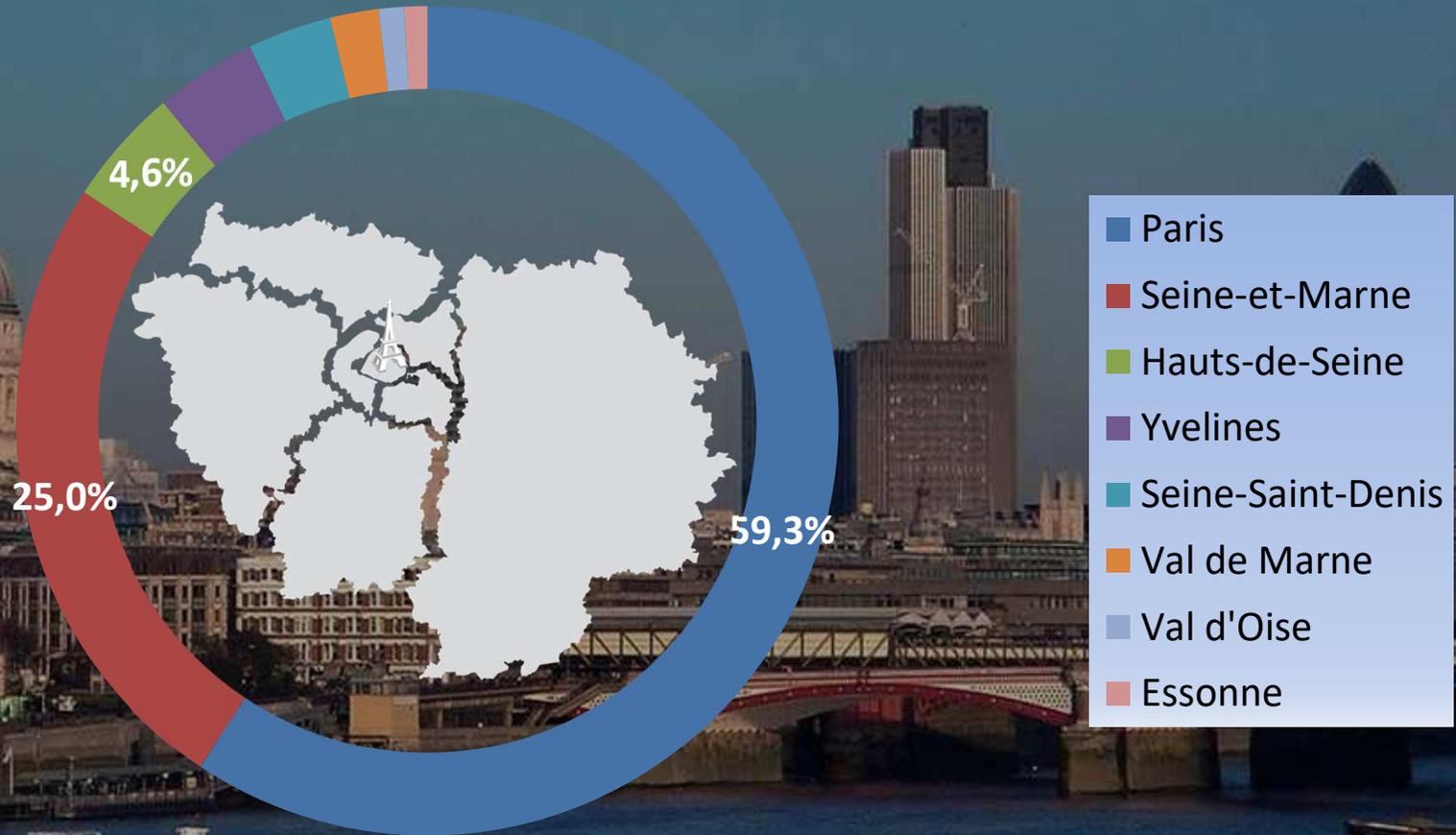


- Hébergement
- Restauration
- Transports
- Shopping
- Loisirs

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 - Résultats 2017



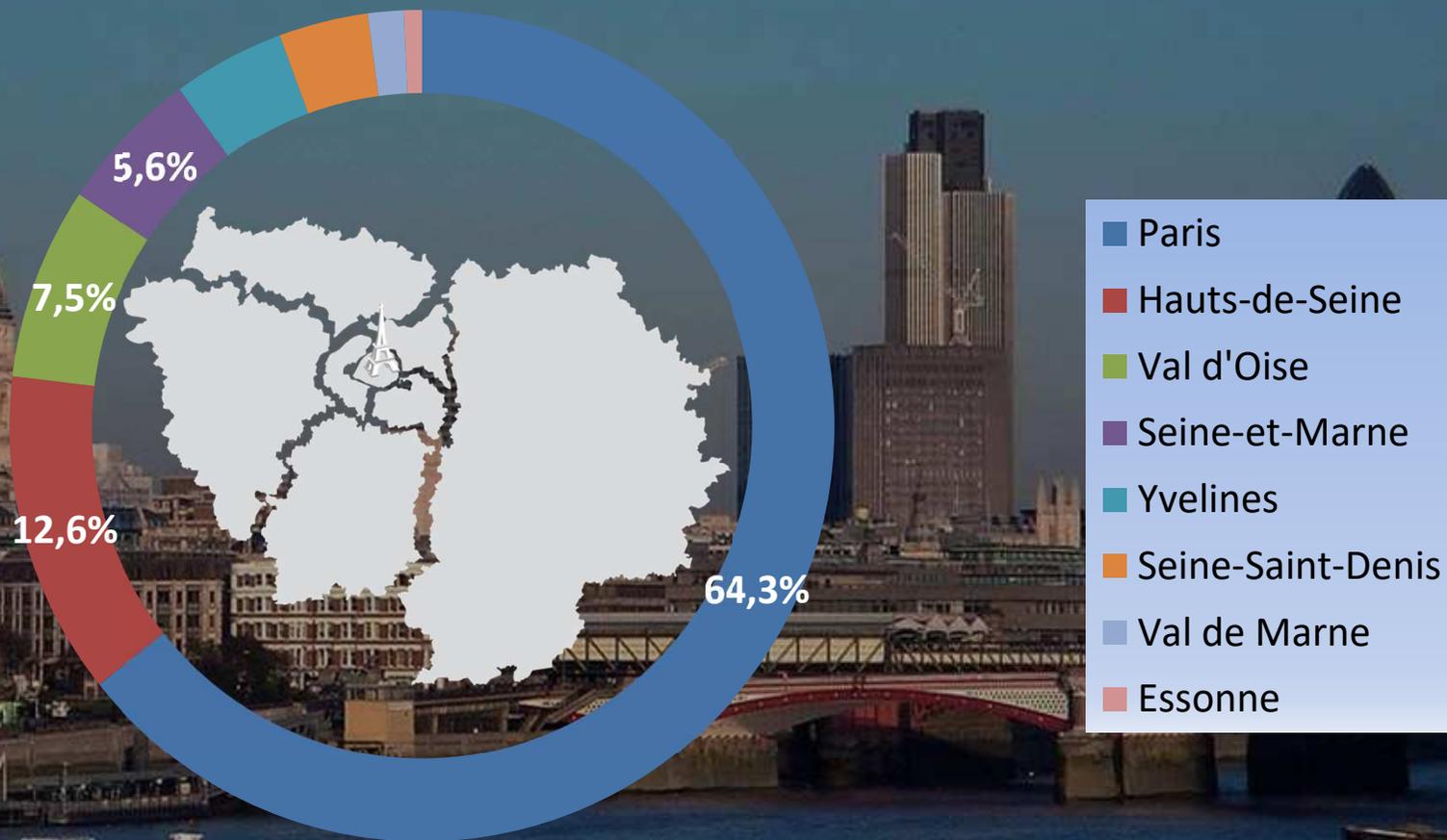
Département principal de séjour



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 - Résultats 2017



Département principal de séjour



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 - Résultats 2017



Satisfaction et intention de revisite



94,5%



51,1%



97,9%



57,8%



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 - Résultats 2017

A panoramic view of Paris, France, at sunset. The Eiffel Tower is the central focus, silhouetted against the bright orange and yellow sky. The city's dense architecture, including various domes and spires, is visible in the foreground and middle ground, all bathed in the warm light of the setting sun.

Actions et dispositifs de promotion B²B Clientèles Loisirs



19 au
20/03

RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Ville : Marseille

Type : Workshop avec rendez-vous préprogrammés

Cible : Tour-opérateurs en provenance de 68 pays

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France /
Office de Tourisme et des Congrès de Paris / Atout France



17/06

CITY FAIR

Ville : Londres

Type : Workshop

Cible : Tour-opérateurs internationaux, agences de voyages

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France / ETOA



SHOWCASE PARIS REGION

Ville : Paris Ile-de-France

Type : Workshop inversé, rendez-vous libres

Cible : Tour-opérateurs

Organisateur : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France



SALON WORLD TRAVEL MARKET

Ville : Londres

Type : Salon professionnel

Cible : Tour-opérateurs internationaux, agences de voyages

Organisateurs : Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France /
Atout France / Office de Tourisme et des Congrès de Paris

Actions et dispositifs de promotion B²B Clientèles d'Affaires

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2015.



Toute
l'année

PACK ACCUEIL SALONS ET CONGRES

Type : Dispositifs de services, navettes gratuites WiFi, aux aéroports et sur les sites et parcs d'exposition

- Cible : Visiteurs, exposants et congressistes
- Organismes : Comité Régional du Tourisme Paris Aéroport / Viparis
- 23 salons, 17 congrès et 2 événements corporate
 - 148 jours de déploiement



Juillet et
septembre

CHALLENGES AGENCES - CORPORATE

- Lieux : UK
- Type : Workshops
- Cible : Agences et entreprises britanniques
- Organisme : Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France M&IT / CAT MEDIA

Synthèse



- 1. 2^{ème} clientèle internationale de la destination**
- 2. Nombre d'arrivées stables mais progression du nombre de nuitées en raison d'un allongement des séjours**
- 3. Les dépenses et la consommation touristique diminuent depuis 3 ans**
- 4. Des clientèles loisirs et affaires qui réservent de plus en plus en direct et individuellement**
- 5. Brexit « Hard » ou Brexit « Soft » ? Wait & See !**



**RENDEZ-VOUS SUR
PRO.VISITPARISREGION.COM**