



Population totale
66,0 millions d'habitants

Taux de croissance économique
+1,4 %

PIB/habitant
39 720 USD

Taux de change moyen
1 EUR = 0,88 GBP
variation 2018/2017 : +0,9 %

Taux de chômage
4,1 %

LES BRITANNIQUES

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs britanniques ont un âge moyen (41 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP+¹ pour plus d'un tiers (35,4 %, +1,7 point), employés pour 29,3 % (+2,5 points) et professions intermédiaires pour 9,8 % (+0,4 point). Plus de 9 visiteurs sur 10 (90,8 %) viennent d'Angleterre : parmi eux, 38,4 % viennent du Grand Londres, 14,9 % du Sud-Est (Southampton, Portsmouth), 14,0 % de l'Est (Cambridge, Norwich), 9,8 % du Sud-Ouest (Bristol, Plymouth) et 7,8 % du Nord-Ouest (Manchester, Liverpool).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des trois quarts des Britanniques (73,6 %, -1,8 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en famille (29,2 %, +2,6 points), en couple (28,3 %, +1,7 point) ou seuls (20,4 %, -4,8 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 77,1 % (-3,0 points). Ils sont 12,6 % (+4,6 points) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 5,5 % (-1,3 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un

tour-opérateur et 4,8 % (-0,3 point) à préférer les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 9 séjours sur 10 (88,3 %, +6,2 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 71,8 % (48,4% en 3 étoiles et 41,3 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (7,6 %) ainsi que les résidences hôtelières (5,2 %). Les résidences principales d'amis (5,3 %) et de parents (4,6 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (67,2 %), les promenades en ville (64,6 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (38,1%). Les Britanniques réalisent globalement moins d'activités que les autres clientèles, excepté les parcs d'attractions (30,1%, +6,2 points) et les événements sportifs (10,1%, +5,6 points). Ils sont notamment moins intéressés par les visites de musées et monuments (-16,8 points), celles de parcs et jardins (-15,8 points) et la découverte de la gastronomie

française (32,8 %, -13,8 points). Ils se consacrent également moins que les autres clientèles au shopping (37,1 %, -11,5 points), aux promenades en ville (-10,2 points) ou aux sorties nocturnes (14,8 %, -7,6 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (43,6 %), Notre-Dame de Paris (36,4 %), le musée du Louvre (33,1%), l'Arc de triomphe (30,4%) et Disneyland® Paris (27,0 %). Les Britanniques réalisent moins de visites que les autres clientèles. C'est notamment le cas pour la tour Eiffel (-21,3 points), l'Arc de triomphe (-17,7 points) et le musée du Louvre (-17,2 points). Ils se rendent également moins au Sacré-Cœur de Montmartre (25,6 %, -14,4 points), à Notre-Dame de Paris (-14,2 points), au musée d'Orsay (9,8 %, -9,8 points), au centre Pompidou (7,9 %, -8,1 points) ou au château de Versailles (8,5 %, -6,3 points). En revanche, ils vont davantage à Disneyland® Paris (+8,6 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	33,3%	42,5%	24,2%
Départ	40,6%	40,9%	18,4%



63,4%
Repeaters

36,6%
Primo-visiteurs

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



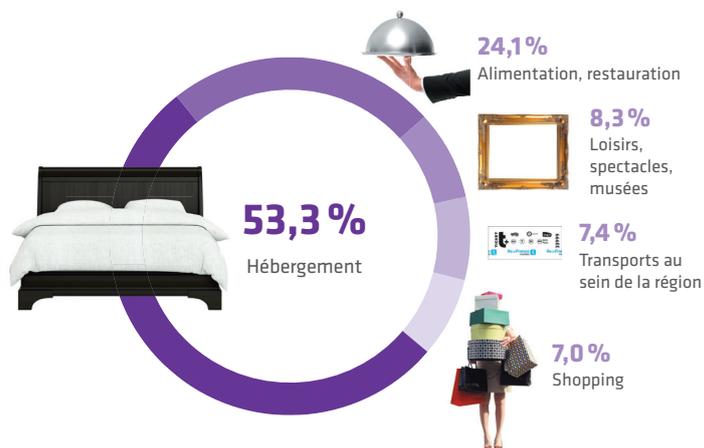
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
1 - Entreprises, parents, amis.

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



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0%.

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



Les Britanniques, dont la dépense moyenne par jour et par personne (138 €) est quasi identique à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+8,9 points) et moins importante au shopping (-9,2 points).

À retenir

- 1 984 000 séjours, soit 8,9% des séjours de la clientèle internationale
- 6 813 000 nuitées, soit 6,7% des nuitées de la clientèle internationale
- 943 millions d'euros de consommation touristique, soit 6,6% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 3,4 nuits en moyenne
- 63,4% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 77,1% voyagent en individuel non organisé
- 73,6% voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Faire des visiteurs britanniques des ambassadeurs de la destination
- Fidéliser grâce à des produits innovants
- Accorder une attention particulière à la cible des familles ainsi qu'à celle des couples
- 475 € de budget moyen de séjour par personne.
- 94,9% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 57,3% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans