

→ **Croissance économique :**

+4,0 % en 2022
-0,3 % en 2023*

→ **PIB par habitant :**

45 295 \$ en 2022
46 371 \$ en 2023*

→ **Taux d'inflation :**

+9,1 % en 2022
+6,8 % en 2023*

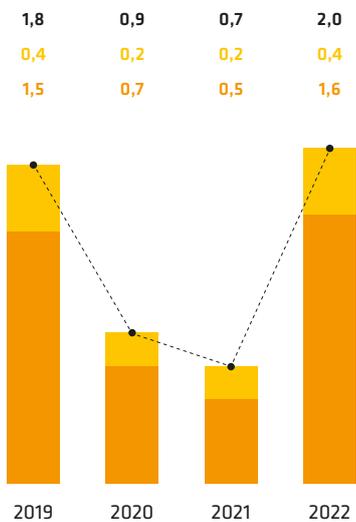
*Prévisions

Source : FMI – avril 2023.

LES BRITANNIQUES

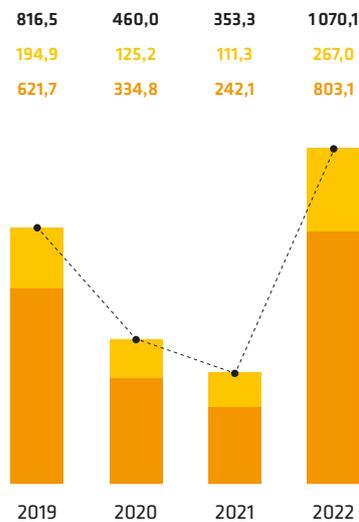
NOMBRE DE TOURISTES BRITANNIQUES (EN MILLIONS)

10,3 % de la fréquentation touristique internationale en 2022 (2^e rang)
8,3 % de la fréquentation touristique internationale en 2019 (2^e rang)



CONSOMMATION TOURISTIQUE BRITANNIQUE (EN MILLIONS D'€)

8,9 % de la consommation touristique internationale en 2022 (2^e rang)
5,6 % de la consommation touristique internationale en 2019 (4^e rang)



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

2,0

millions de touristes,
+202 % par rapport
à 2021 et +8 % par
rapport à 2019

6,7

millions de nuitées,
+154 % par rapport
à 2021 et +21 % par
rapport à 2019

1,1

milliard d'euros,
+203 % par rapport
à 2021 et +31 % par
rapport à 2019

PROFIL DES BRITANNIQUES VENUS EN 2022



53 % ↗
d'hommes

40 ans
en moyenne

38 %
en famille

79 %
pour motifs personnels

2,9
personnes en moyenne

31 % ↗
en couple

19 % ↘
seul



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

- 35 % en avion ↘
- 34 % en train ↘
- 32 % par la route ↗

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Plus de la moitié des touristes réservent moins d'un mois avant le départ (54 %, ↗). Pour 52 % d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA (↗). Sur place, plus de 7 touristes sur 10 (71 %, ↗) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 3,4 nuits et dépensent 536 € (↗) par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (94 %, ↘) et 55 % d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans (↘). Près de 6 d'entre eux sur 10 se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (56 %, ↘).

72 %
de repeaters ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 63 % à Paris ↗
- 16 % en Seine-et-Marne ↘
- 5 % dans les Hauts-de-Seine

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Communiquer sur les événements sportifs et notamment sur la Coupe du monde de Rugby afin de susciter l'intérêt de la clientèle britannique

→ Favoriser les offres shopping dans un contexte où de plus en plus de Britanniques se tournent vers les pays de l'Union européenne pour bénéficier de la détaxe

→ Mettre en avant la facilité d'accès de la destination ainsi que le coût de la vie