RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Irlande

Avec un PIB par habitant parmi les plus hauts d'Europe et un positionnement unique entre le Royaume Uni et l'Europe, l'Irlande est un marché d'avenir qui, certes sur de plus petits volumes, présente une capacité de développement importante.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Ce marché, certes au volume plus faible que le marché britannique, présentait un potentiel important pour les destinations de la France post Brexit, dû notamment à l'installation de plusieurs GAFAM.

En fort développement sur le secteur des rencontres professionnelles et sur la thématique historique du Rugby qui nous relie naturellement, ce marché revient petit à petit aux niveaux de 2019, avec, en 2022 8,8 millions de voyages à l'étranger par les Irlandais, soit -6 % vs 2019.

De nombreuses tendances et constats actuels sont communs au marché britannique. Cependant il y a moins de statistiques disponibles sur ce marché.

À noter une situation économique plus positive qu'au Royaume-Uni, mais des tensions politiques au sujet de l'Irlande du Nord post-Brexit.

Avec une population de 5,3 millions de personnes et une croissance très positive de 9,4% en 2022, la situation économique en Irlande est positive, avec un excèdent budgétaire (des tensions sur le logement demeurent et sont à noter).

Positionnement de la destination France

Nous manquons de statistiques granulaires précises post 2019 mais la France est la 3e destination des Irlandais (environ 520 000 se rendaient en France chaque année), derrière le Royaume-Uni et l'Espagne.

En 2023 l'effet Coupe du monde de Rugby a joué un rôle majeur dans les échanges et les visites. L'accessibilité maritime et aérienne est en amélioration avec de nouvelles ouvertures et de plus grandes fréquences.

Le marché se caractérise par un fort taux de départ en vacances à l'étranger, le 2ème d'Europe.

La France se positionne sur un marché de classes aisées voire supérieures (+50 000€/an).

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Art de vivre, « city breaks », locations de villas et de cottages sur le littoral, tourisme religieux et séjours liés aux évènements sportifs constituent les produits les mieux installés.

Avec près de 10 % des Irlandais jouant au **golf**, ce produit représente une réelle opportunité sur le marché.

Les Irlandais sont très friands de notre art de vivre et de notre gastronomie qu'ils connaissent encore mal. S'ils sont à la recherche de bonnes affaires pour partir, ils regardent beaucoup moins à la dépense une fois en vacances : ce sont des hédonistes. Très attachés à la **vie de famille,** ils emmènent leurs enfants partout et ce quel que soit la gamme du produit.

Si le marché traditionnel du tourisme religieux s'avère résistant, les évènements sportifs sont des vecteurs de déclenchement de séjours.

Marché restreint mais marché qualitatif, y compris à Belfast, le secteur du b2b gagne à être travaillé surtout pour une destination où la concurrence est moins forte.

La présence de grands groupes internationaux (GAFA et autres) et dans leur sillage de nombreux jeunes employés expatriés et la potentialité du développement à venir pour certaines entreprises, de par le positionnement unique de l'Irlande du nord après les accords du windsor framework, en font un marché qu'il faudra surveiller de près pour saisir les opportunités qui ne manqueront pas de se développer dans les années à venir.

Aucune étude à ce jour n'est disponible sur la sensibilité de la clientèle irlandaise en France au tourisme durable.

Recommandations pour aborder ce marché

Avec un pib/habitant étant l'un des plus hauts d'Europe et son positionnement unique entre le Royaume Uni et l'Europe, l'Irlande est un marché d'avenir qui, certes sur des plus petits volumes, mais qui présentera une capacité de développement important.

Sur certaines niches il sera nécessaire de maintenir une présence régulière afin de gagner des parts de marché aussi bien sur le b2b que sur le b2c et d capitaliser sur l'effet coupe du monde de rugby et JO2024.

Le marché Irlande en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

IRLANDE

Quelques données économiques

- 5,03 MILLIONS d'habitants
- 128 343$ PIB / habitant
- 9,4% CROISSANCE de l'économie en 2022

Données touristiques en 2022

- 8,8 MILLIONS de voyages à l'étranger des Irlandais
- -6% Par rapport à 2019
- NA Arrivées en France (550k en 2019)
- 4 JOURS = Durée moyenne de séjour

- 30% PRINTEMPS
- 20% AUTOMNE
- 40% ÉTÉ
- 10% HIVER dont Noël

Principaux bassins émetteurs

Dublin

Cork

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 3 destination des irlandais à l'étranger
- Clientele famille et tourisme d'affaire en croissance forte
- Viennent majoritairement en avion

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme urbain
2. Culture événements
3. Nature

Contact marché Irlande | gwenaelle.delos@atout-france.fr