



## Plan d'actions Royaume-Uni & Irlande

Le contexte politique au Royaume-Uni est marqué par une situation fragile malgré quelques améliorations. Avec une inflation au Royaume-Uni de 3,8% et un taux d'intérêt de la Banque d'Angleterre de 4,25% les indicateurs restent supérieurs aux la zone euro.

Les changements réglementaires incluant la mise en place de programmes d'autorisation de voyage européens tels que l'ETA, l'EES et l'ETIAS sont à surveiller de près.

Les tendances du tourisme britannique montrent une reprise et une croissance des vacances à l'étranger, avec une demande accrue pour des options de voyage flexibles et économiques, ainsi que pour des expériences de vacances plus riches et variées.

### Chiffres clés

**11%**

Part du Royaume Uni dans les  
Recettes internationales en  
France (%)

**12,9**

millions d'arrivées en France  
(2024)

**7,8**

milliards d'euros de recettes  
touristiques en France (2024)

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

L'impact du Covid concomitant au Brexit s'est fait durement ressentir et le marché est à la traîne sur la reprise économique.

En amont des élections générales en 2024, le contexte est impacté par l'inflation (9,1% en 2022) et les salaires non-indexés, le ralentissement de l'économie chinoise, la guerre en Ukraine et l'impact sur les coûts de l'énergie. Des facteurs qui ont pour conséquence un niveau élevé de manifestations au Royaume-Uni depuis septembre 2022 et en 2023 (le plus haut niveau depuis 40 ans).

### Positionnement de la destination France

**Le taux de départ à l'étranger reste fort** (75% des Britanniques partent en vacances, dont 51% à l'étranger en 2023). On comptabilise 71 millions de voyages à l'étranger effectués par les Britanniques.

**La France est la deuxième destination favorite après l'Espagne.** D'après Mintel, le marché outbound des Britanniques devraient revenir, en valeur, aux niveaux de 2019 en 2024 et un peu plus tôt s'agissant des marchés de proximités.

Les vacances à l'étranger ne sont pas nécessairement réservées à une classe aisée mais sont bien une habitude pour laquelle les consommateurs sont prêts à sacrifier d'autres dépenses, notamment dans le contexte politique, sanitaire et économique actuel. Par ailleurs, nous constatons aussi une **hausse de la durée de séjour à l'étranger** (69% des séjours à l'étranger de 1 à 2 semaines) ainsi qu'une hausse du segment premium (34% des babyboomers ont un budget supérieur à £1500, contre seulement 17% de la génération Z).

**Le marché britannique est en croissance et représente à nouveau le second poids lourd de la clientèle internationale en France.**

Pour rappel avec un peu **plus de 12 millions d'arrivées en 2019**, il pesait près de 15% des touristes internationaux en France. En 2023, selon Oxford Economics, le marché se rapproche des chiffres de prépandémie. 11,6 millions de visiteurs en provenance du Royaume Uni seraient attendus en France. Avec un peu de 6,1 milliards d'euros de dépenses les Britanniques jouent un rôle majeur dans l'économie touristique du territoire.

Si la France est plus en concurrence avec l'Italie, ceci est dû à un positionnement naturellement très différent de l'Espagne (destination soleil et package vs culture et gastronomie).

En 2022, la France était la **première destination ski des Britanniques** représentant environ 30% des journées skieurs étrangères et la seconde sur le tourisme d'affaires, avec 12% de part de marché derrière l'Allemagne (13%). En 2022, selon les chiffres d'Oxford Economics, 9,1 millions de Britanniques se sont rendus en France et ont dépensé près de 6,1 milliards d'Euros.

### Connectivité

La destination bénéficie d'une excellente connectivité qui retrouve peu à peu les fréquences de 2019. Les capacités aériennes affichent même un prévisionnel supérieure à 2019 sur les 3 derniers mois de 2023. Les ferrys affichent +45% en juillet 2023 vs juillet 2022 et l'Eurostar annonce être entre 15% et 20% des chiffres de 2019, avec, certes, moins de dessertes qu'avant.

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

La destination est naturellement attrayante par **son accessibilité et sa proximité** (surtout pour la clientèle du sud-est de l'Angleterre) malgré une réputation de destination moins abordable que l'Italie ou l'Espagne, ce qui nous place naturellement sur un segment plus haut de gamme.

Selon la saison, les **activités culturelles, short breaks et ski** sont plébiscités naturellement par les Britanniques. Si les Alpes du Nord sont la destination favorite pour les skieurs Britanniques, c'est le sud et la côte ouest qui attirent le plus

de visiteurs le reste du temps.

## **MICE**

Le secteur des rencontres professionnelles rebondit, lui, plus tardivement, avec un accent mis aussi sur la consommation responsable et durable (plus fort que le b2B loisirs). Des secteurs toujours en croissance : fintech, health tech, e-gaming. Des RFP encore très last minute, avec une prédominance d'un transport ferroviaire.

## **Distribution**

Du point de vue du BtoB, même si le taux d'intermédiation vers la France est relativement faible au Royaume-Uni (16% environ contre 48% sur l'Espagne), il reste élevé sur les niches (ski, golf, œnotourisme, cyclotourisme...). Il faut aussi noter le rôle de plateforme internationale que joue le Royaume Uni avec ses nombreuses sociétés ayant des clientèles d'autres continents (Amériques, Asie, Moyen-Orient etc.)

Le grand public britannique ne place pas l'aspect durable et responsable comme une des priorités dans son choix de destination de vacances. Cependant on peut noter que 43% des Britanniques indiquent que leurs préoccupations durables favorisent les destinations court-courrier et domestique (notamment sur la cible des 16-24 ans).

## **Nos recommandations pour aborder ce marché**

Le rebond du marché est enfin indéniable et s'il nous faut prêter une attention particulière au **coût de la vie** (inflation notamment alimentaire, coûts des logements, hausse des taux bancaires) et son impact sur la consommation ainsi que la **mise en place de l'ETIAS** et des contrôles biométriques pour ne pas impacter la fluidité des passages, nous pouvons entrevoir un retour aux niveaux de 2019 très prochainement.

En 2024 nous devons aussi garder un œil sur l'impact des prochaines élections générales et ses conséquences politiques et économiques ainsi que l'effet JO2024.

Ceci nous oblige à maintenir un positionnement stratégique vers une clientèle plutôt premium, avec l'accent mis sur « value for money » notamment pour le segment famille.

Il faudra aussi saisir les opportunités et aller à la rencontre du B2B dans un contexte de reprise concurrentiel et complexe.

Sources: ONS, World Bank, PwC, European Commission, MINTEL, DGE, INSEE, enquête EVE, Banque de France

## **Wine Festival week 2023 : VIP networking event**

### **Revoir les webinaires Atout France Live**

#### **Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.**

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

#### **En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :**

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[webinaires Atout France Live](#)

# Le marché Royaume-Uni & Irlande en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### ROYAUME UNI

#### Quelques données économiques

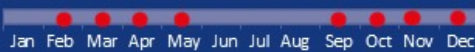
 68,27 MILLIONS d'habitants (2023)

 58 906 \$ PIB/habitant (PPA) (2023)

 +0,1% CROISSANCE en 2023  
 +1,1% en 2024 (est. FMI)  
 +1,5% en 2025 (est. FMI)



#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France




#### Taux de change

 = 0.83£

#### Données touristiques en 2023

**84,4** MILLIONS de départs vers l'étranger depuis le Royaume-Uni

-6% Par rapport à 2019

 **12,5** MILLIONS d'arrivées en France (12M en 2019)

**7,2** MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme des Britanniques


**6,5** JOURS = Durée moyenne de séjour

#### Principaux bassins émetteurs

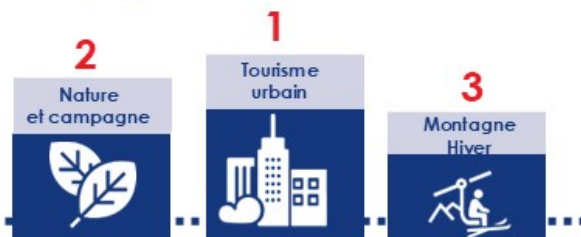


Londres      Sud-Est  
 Manchester      Édimbourg

#### Profil voyageurs

-  LA FRANCE est la 2 destination des Britanniques à l'étranger et la 1ère pour les court-séjours et le ski
- Clientèle diversifiée

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Royaume Uni | karim.mekachera@atout-france.fr

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)

## Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Royaume-Uni - Evénement haute contribution "Prestige France" -](#) : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux
- [World Travel Market London 2026](#) : Salons / Professionnels internationaux
- [Alternative France 2026 - Royaume-Uni](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [Destination Alliance Lunch Association 2026](#) : Communication B2B / Professionnels du secteur MICE
- [Communication digitale ciblée MICE et Loisir](#) : Communication B2B / Professionnels du secteur MICE, Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [Royaume-Uni - Corporate Hospitality Royal Ascot Palaces de France](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

# ROYAUME-UNI - EVÉNEMENT HAUTE CONTRIBUTION "PRESTIGE FRANCE" -

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Royaume-Uni

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Médias internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

Deuxieme édition de Prestige France. Evénement 100% dédié à l'offre Haut de Gamme en France qui aura lieu à Londres. Une demi-journée et soiree réservée aux professionnels du tourisme francais publics et privés offrant un produit d'exception et souhaitant se développer sur le marché Britannique. Possibilite en amont de participer a un dejeuner haut de gamme.

## OBJECTIFS

- Promouvoir son offre haut de gamme, exclusive sur le marché Britannique
- Rencontre de professionnels ayant une clientèle haut de gamme (agents de voyage, conciergeries, tours operateurs)
- Rencontre de médias et échange avec des clients VIP

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

Hébergeurs\*\*\*\*\*, destinations, DMC, prestataires d expériences haut-de gamme

### Nombre de partenaires souhaités :

15-20 partenaires

### Visibilité partenaire :

Invitation, signalétique lors de l'évènement, E-newsletter Atout France (BtoB 900 contacts, presse), e-book

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

14 Mars 2026

### Site d'inscription :

[https://drive.google.com/file/d/1bSI0I0ewVgpk0vPGUYXNXcA0Q\\_mCc04r/view?usp=shar...](https://drive.google.com/file/d/1bSI0I0ewVgpk0vPGUYXNXcA0Q_mCc04r/view?usp=shar...)

### Précisions tarifaires :

A partir de 3.675 GBP HT

## FORMAT

### Liste des sessions :

*"Prestige France"*

Date de début 2026 : 16 juin

Date de fin 2026 : 17 juin

Date limite d'inscription 2026 : 05 mars

### Lieu :

London- date a confirmer 16 au 17 juin

### Format de l'opération :

Networking-workshop après-midi auprès de la cible BtoB, suivi des rencontres des médias et VIP

### Indicateur de performance

:

Satisfaction des partenaires

### Edition précédente :

Nouveau format, pour cette deuxième édition

### Profil visiteur :

Agences de voyages, Tours operateurs, conciergeries internationaux haut-de-gamme. Media generalistes et locaux VIP clients

### Visiteur attendu :

40-60 pax

**Renaud-Elliott - Vanessa** [vanessa.renaud@atout-france.fr](mailto:vanessa.renaud@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Royaume-Uni

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

Rencontres des professionnels internationaux et Britanniques majeurs mondialement. Approx plus de 5.500 acheteurs

## OBJECTIFS

- Rencontres de professionnels afin d'accroître programmations et ventes
- Renforcement de notoriété
- Renforcer ses liens commerciaux

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Destinations, hébergeurs, DMC, musées, autres (privés et institutionnels))

**Nombre de partenaires souhaités :**

40

**Visibilité partenaire :**

Visibilité via un module mais aussi via la plateforme du salon ainsi que les supports de communication Atout France BtoB et Presse.

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

Juin 2026

**Précisions tarifaires :**

Entre approx 4345 GBP HT, 5450 GBP, 8349 GBP HT

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*World Travel Market London 2026*

Date de début : 03 novembre 2026

Date de fin : 05 novembre 2026

Date limite d'inscription : 30 juin 2026

**Lieu :**

London

**Format de l'opération :**

Salon qui se déroule sur 3 jours dans le centre de congrès ExCel. Zone identifiée France avec modules offrant de la visibilité et un espace de rencontres.

**Indicateur de performance :**

Nombre de visiteurs, nombre de rendez-vous, réservations, signature de contrat le cas-échéant.

**Profil visiteur :**

Agences de voyages, OTA, tour opérateurs, grossistes

**Renaud-Elliott - Vanessa** [vanessa.renaud@atout-france.fr](mailto:vanessa.renaud@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Royaume-Uni  
**Type de rendez-vous :**  
**Public attendu :** Médias internationaux  
**Espaces et filières :**

Alternative France est une initiative de Atout France Londres, renouvelée pour la troisième année en 2026, pour présenter les facettes de la France encore peu connues par la presse Britannique, ou bien connue mais a découvrir différemment.

## OBJECTIFS

- Promouvoir une offre encore peu connue par les Britanniques
- Supporter la stratégie nationale de gestion des flux touristiques
- Promouvoir les offres hors haute saison, loin des classiques

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**  
30 Mars 2026

**Précisions tarifaires :**  
985 GBP par entité pour 1 personne - si bon de commande signé avant le 28 Février 2026 - EARLY BIRD 1200 GBP par entité pour 1 personne - si bon de commande signé au delà du 28 Février 2026 +250 GBP pour une seconde personne de la même entité

## FORMAT

### Liste des sessions :

*Alternative France 2026*

Date de la session : 09 juin 2026  
Date limite d'inscription : 31 mars 2026

### Lieu :

Londres, UK

### Format de l'opération :

- Un espace dédié pour chaque partenaire
- Dégustation d'un produit de votre destination si souhaité
- Un temps de présentation prévu par partenaire

### Edition précédente :

[Photos de l'édition 2025](#)

### Profil visiteur :

Médias

### Visiteur attendu :

20-30

### Media / Support :

Tout type de médias (nationaux, régionaux, spécialisés, content creators)

**Teste - Marine** [marine.teste@atout-france.fr](mailto:marine.teste@atout-france.fr)  
**Stéphane Ballot** [stephane.ballot@atout-france.fr](mailto:stephane.ballot@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Royaume-Uni

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels du secteur MICE

**Espaces et filières :**

Destinations Alliance est un réseau de CVB, Office du tourisme (national et regional) représentant plusieurs villes au niveau international et ciblant le marché Britannique outbound.

Ses membres offrent aux acheteurs et professionnels de l'événementiel: associations, agences et clients corporate, une assistance dans la recherche et l'organisation d'événements de toutes tailles à leur destination.

Chaque année, Destination Alliance offre à ses membres la possibilité de se réunir autour d'un lunch et de bénéficier d'une option de networking, d'échanges et de tendances avec un groupe d'une vingtaine d'associations pré-sélectionnées.

Ce Lunch dure généralement 4h (12h-16h) et se déroule au centre de Londres. Il est modéré et offre un panel de discussion sur un thème du jour pour les associations. Date à confirmer

## OBJECTIFS

- Faire connaître ses offres MICE auprès d'acteurs clés associatifs
- Établir et entretenir des relations professionnelles, mettre en avant vos USP, rencontrer de nouvelles associations

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

CVB

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

Septembre 2026

**Précisions tarifaires :**

Approx 2000 GBP

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Destination Alliance Lunch Associations 2026*

Date de la session : 09 décembre 2026

Date limite d'inscription : 30 septembre 2026

**Lieu :**

Londres

**Format de l'opération :**

Lunch et Networking

**Profil visiteur :**

CVB

**Visiteur attendu :**

1 à 2

**Renaud-Elliott - Vanessa** [vanessa.renaud@atout-france.fr](mailto:vanessa.renaud@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Irlande, Royaume-Uni

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels du secteur MICE, Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

Promotion par le biais d'un article ou E-Newsletter dédiée et mise en valeur de votre destination/produit/service auprès de la base de données B2B Atout France soit

- Mice UK & Irlande : 2500 Contacts (agences événementielles, Venue Finders, Corporate, PAs et Associations) , approx taux d ouverture 24,5%

- Loisir 1300 professionnels contacts Mainstream, ou 900 contacts professionnels haut de gamme, ou 300 contacts spécialistes sport d hiver, taux d ouverture approx 34,5%

## OBJECTIFS

- Faire connaître votre destination/produit/service auprès d'une base de données très ciblées B2B Mice et Loisir (Mainstream, Haut-de-gamme, Sport d'hiver)
- Mettre en valeur vos USP et inspirer les contacts B2B à planifier, programmer votre destination /hôtel/venue
- Mettre en avant vos nouveautés

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Destinations, CVB, hébergeurs, DMC etc

**Visibilité partenaire :**

Visuels avec texte et image et pour le loisir article sur le blog

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

flexible

**Précisions tarifaires :**

250 GBP par article à 750 GBP E-newsletter dédiée par segment

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Communication digitale MICE et Loisir*

Date de début : 01 juillet 2025

Date de fin : 31 décembre 2026

Date limite d'inscription : 31 décembre 2026

**Lieu :**

Digital

**Format de l'opération :**

- Vous fournissez : Images H.D – Logos – texte pour le contenu (en anglais) – Liens
- Nous revoyons votre contenu avant envoi pour s'assurer qu'il fonctionne avec la cible
- Nous pré-sélectionnons vos cibles selon vos focus
- Nous partageons un rapport complet avec liste des contacts ayant interagi avec votre newsletter, taux d'ouverture, liens cliqués...

**Indicateur de performance :**

2025, le taux en moyenne d'ouverture entre 24,5% et 34,5% et plus

**Profil visiteur :**

MICE (associations, agences événementielles, PCO, corporates) Loisir (Agences, OTA, TO, conciergerie, spécialistes sports d'hivers, grossistes)

**Visiteur attendu :**

Entre 300 et 2500 contacts

**Media / Support :**

base de données Atout France

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Royaume-Uni

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

Networking exclusif après de la cible haut de gamme B2B, le jour de la course royal, Ladies Day, une des journées les plus prestigieuses et les plus médiatisées. Cette operation est entierement dediée aux Palaces de France.

## OBJECTIFS

- Promouvoir son offre haut de gamme exclusif
- Etablir et entretenir des relations professionnelles
- Mettre en valeur sa distinction Palaces de France

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Palaces de France

**Nombre de partenaires souhaités :**

8 établissements

**Visibilité partenaire :**

Invitation, E-newsletter

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

10 novembre (sous reserve de disponibilite)

**Site d'inscription :**

<https://drive.google.com/file/d/1Fobhx-13GCdqWGrpW9bpEqv4vk8utsN4/view?usp=shar...>

**Précisions tarifaires :**

approx 3900 GBP HT

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*Corporate Hospitality Royal Ascot Palaces de France*

Date de la session : 18 juin 2026

Date limite d'inscription : 10 novembre 2025

**Lieu :**

Royal Ascot- Royaume-Uni

**Format de l'opération :**

Corporate Hospitality

**Indicateur de performance :**

Satisfaction sur la qualité des acheteurs et coordination, organisation

**Edition précédente :**

Nouveau

**Profil visiteur :**

Agence haut de gamme, conciergeries

**Visiteur attendu :**

20 pax

**Media / Support :**

Atout France Database

**Renaud-Elliott - Vanessa** [vanessa.renaud@atout-france.fr](mailto:vanessa.renaud@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

Les opérations à la carte

2026

- [Marchés UK & Irlande : Actions Presse à la carte](#) : Communication B2B / Médias internationaux

# MARCHÉS UK & IRLANDE : ACTIONS PRESSE À LA CARTE

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Irlande, Royaume-Uni

**Type de rendez-vous :** Communication B2B

**Public attendu :** Médias internationaux

Nous proposons des actions et packages sur mesure pour les partenaires souhaitant maximiser leur présence médiatique sur les marchés UK et Irlande. Possibilité de package / gestion de compte monté sur plusieurs années.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Tous types

## FORMAT

**Format de l'opération :**

Ci-dessous les actions Presse à la carte proposées par le bureau Atout France de Londres :

- **Voyage de presse Groupe - £950 HTVA** - incluant recrutement de 3-4 médias ciblés et accompagnement. Tarif excluant transports vers / de la France)
- **PReview** - Analyse poussée des retombées médiatiques de votre destination / thématiques phares / recommandations
- **Gestion de comptes** - Accompagnement et représentation de votre destination a l'année
- **Communiqué(s) de presse** - Doit contenir des nouvelles fortes et pertinentes pour le marché cible. Atout France détient le contrôle éditorial des communiqués envoyés et distribuera ces derniers aux médias concernés.
- **Newsletters** - Un article ou bien 100% dédiée a votre destination. ATF détient le contrôle éditorial des newsletters envoyées.
- **Présence en ligne sur notre blog**  
**FranceUncovered.com**

**Teste - Marine** [marine.teste@atout-france.fr](mailto:marine.teste@atout-france.fr)  
**Stéphane Ballot** [stephane.ballot@atout-france.fr](mailto:stephane.ballot@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

