RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Royaume-Uni & Irlande

Le contexte politique au Royaume-Uni, sous le gouvernement de Keir Starmer, navigue entre des initiatives de relance de la croissance et un climat géopolitique mondial volatil. Sur le plan économique, la tendance s'est inversée de manière notable : avec une inflation britannique redescendue à 2,8 % et un taux d'intérêt de la Banque d'Angleterre stabilisé à 3,75 %.

Les changements réglementaires frontaliers sont plus que jamais d'actualité. Il faut prendre en compte l'impact du système européen EES, pleinement opérationnel depuis le printemps 2026, ainsi que le lancement prévu de l'ETIAS fin 2026. De son côté, le programme d'autorisation de voyage britannique (ETA) est maintenant en application

Les tendances du tourisme britannique confirment une résilience du secteur des vacances à l'étranger. Face aux fluctuations du coût de la vie, on observe une demande accrue pour des options de voyage flexibles et économiques, mais toujours avec une forte recherche de valeur ajoutée pour des expériences de vacances plus riches, immersives et variées.

Marchés d'intervention d'Atout France



Royaume-Uni
Irlande

Chiffres clés

10.3%
Part du Royaume Uni dans les Recettes internationales en France (%)

13,1
millions d'arrivées en France (2025)

8,03
milliards d'euros de recettes touristiques en France (2025)

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

- **Pouvoir d'achat impacté :** Bien que la confiance des consommateurs s'améliore, l'inflation britannique (établie à 3,2 % en 2025) et la pression sur les prix alimentaires maintiennent le coût de la vie au centre des préoccupations.
- **Taux de change défavorable :** Le taux de change, couplé à l'inflation, pénalise le pouvoir d'achat des Britanniques en zone euro (1 EUR = 0,87 GBP).

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Le taux de départ à l’étranger reste très fort : environ 87 % des adultes britanniques ont pris des vacances au cours des 12 derniers mois , et 59 % d’entre eux ont voyagé à l’étranger. Le volume des vacances à l'étranger est estimé à 58,4 millions pour l'année 2025.
La France se maintient comme la deuxième destination favorite des Britanniques, se plaçant juste derrière l'Espagne et devant l'Italie.
Les vacances à l’étranger ne sont pas une dépense que les consommateurs sont prêts à sacrifier. Elles restent un poste de dépenses prioritaire, les vacanciers n'hésitant pas à modifier leurs habitudes pour faire face au coût de la vie. Partir en vacances demeure en effet jugé essentiel pour la santé mentale par 90 % des vacanciers britanniques. Néanmoins, de nouveaux comportements émergent : les voyageurs sont devenus plus prudents, très sensibles aux prix, et privilégient de plus en plus les réservations de dernière minute. En termes de durée, les Britanniques privilégient les séjours de 4 à 13 nuitées (60 % des cas), bien que les courts séjours de 1 à 3 nuitées représentent encore 22 % des voyages.
Le marché britannique montre une forte résilience et représente un poids lourd indispensable pour la France. La France se maintient d'ailleurs comme une destination incontournable au niveau mondial avec 13,1 millions d'arrivées britanniques enregistrées en 2025.
La destination bénéficie d’une excellente connectivité aérienne, reliant 21 aéroports britanniques à 33 aéroports en France. Le trafic global au départ du Royaume-Uni a atteint 284 millions de passagers en 2025, soit une hausse de 3 % par rapport à 2024.
Le secteur ferroviaire transmanche connaît quant à lui un tournant historique en s'ouvrant à la concurrence : Eurostar devra bientôt faire face à l'arrivée potentielle de nouveaux opérateurs comme Trenitalia ou le groupe Virgin d'ici 2029.
Enfin, la connectivité et la fluidité des voyages sont à surveiller de près en raison des nouvelles contraintes aux frontières. Les voyageurs doivent désormais s'adapter au déploiement des nouveaux systèmes européens, avec l'EES en place depuis fin 2025, et le système ETIAS dont le lancement est prévu pour septembre 2026.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La destination France demeure naturellement attrayante par son accessibilité et sa proximité, un critère qui guide explicitement le choix de 30 % des voyageurs britanniques. Bien que la clientèle premium reste une cible stratégique pour laquelle un plan dédié de renforcement de la notoriété est déployé , le contexte général incite la majorité des consommateurs à être plus prudents et très sensibles aux prix.
Selon la saison, les séjours recherchés sont variés. Les thématiques phares qui guident les voyages sont la gastronomie (50 %), le tourisme urbain (40 %) et le patrimoine (35 %). Si l'activité se concentre fortement sur Paris (qui capte 33 % des séjours urbains) , les flux se répartissent de manière équilibrée sur quatre grandes régions , ainsi que sur le littoral, la campagne et les stations de ski en hiver.

Nos recommandations pour aborder ce marché

Nos recommandations pour aborder ce marché

Cette conjoncture impose le maintien d'un positionnement stratégique ciblant la clientèle premium — à travers des plans dédiés de stimulation des ventes — tout en répondant aux exigences fortes de flexibilité et de « value for money » exprimées par la clientèle jeune et familiale, devenue très sensible aux prix et adepte du *late booking*.
Face à une concurrence internationale accrue, il est indispensable de saisir les opportunités de dynamisation du réseau B2B à travers des actions collectives fortes et des événements ciblés tout au long de l'année.

France Prestige 2026

Revoir les webinaires Atout France Live

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2027.
Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d’actions 2027, Atout France présente une série de webinaires.
En 1h, 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

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

ROYAUME UNI

Taux de change

= 0.87£

Quelques données économiques

- 69,5 MILLIONS d'habitants
- 47 265$ PIB / habitant
- 1,4% CROISSANCE de l'économie en 2025

Données touristiques en 2025

- **91.4** MILLIONS de voyages à l'étranger des Britanniques
- **+2%** Par rapport à 2024
- **13,1** MILLIONS d'arrivées en France (12.9M en 2024)
- **8,0** MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme des Britanniques
- **6,5** JOURS = Durée moyenne de séjour

- 25% PRINTEMPS
- 20% AUTOMNE
- 40% ÉTÉ
- 15% HIVER dont Noël

Principaux bassins émetteurs



Londres
Manchester
Sud-Est
Édimbourg

Période de réservation

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

Profil voyageurs

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

Principales destinations visitées en France



TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Tourisme urbain
2. Nature et campagne
3. Montagne Hiver

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

www.atout-france.fr | www.france.fr