# ATOUT FRANCE

# LIVE !

> Tendances sur les marchés internationaux
> Présentation des plans d'actions 2027
> Focus Tourisme d'Affaires

**| 14 OCTOBRE AU 29 OCTOBRE 2026 |**



ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

# Présentation des marchés & Profil touristique des voyageurs

# ROYAUME UNI & IRLANDE

## Données économiques

**TAUX DE CHANGE :**

**Royaume-Uni : 1 EUR = 0,85 GBP**

- Nombre d'habitants zone : 73,6 millions

- PIB / habitant UK: 61 100 USD
- PIB / habitant IRL: 145 000 USD

- Taux de croissance 2026 UK : +1,6%
- Taux de croissance 2026 IRL: +2,5%

## Saisonnalité

| | |
|---|---|
| PRINTEMPS 26% | AUTOMNE 18% |
| ETE 42% | HIVER 14% |

Périodes de réservation

jan fev mar avr mai jui jui aou sept oct nov dec

## Données touristiques

- Recettes touristiques en France : 9,3 Mds EUR en 2025
- Nombre d'arrivées en France : 14,1 M en 2025
- Positionnement destination France : 2eme derrière l'Espagne
- Marché mature de proximité, haut pouvoir d'achat, très digitalisé, forte appétence pour l'art de vivre, le littoral, les city-breaks et le ski

***Irlande***
*1 000 000 arrivées en France*



***Royaume Uni***
*13,1 M arrivées en France*

- **+ de 23 aéroports** au UK vers **+ de 30 aéroports** en France.
- Liaison ferroviaire avec **+ de 14 trains/jours sur Paris** .
- De nombreuses routes maritimes avec **Britanny Ferries, DFDS, P&O Ferries, Irish Ferries**

## Nombre de séjours à l'étranger

**95 millions** (2025)
Vs 94.5 millions en 2024

**Top 3 des destinations**

1. Espagne
2. Italie
3. France



## Visiteurs britanniques




**13.1 millions** (2025)
Vs 12.9 millions en 2024

## Marché émetteur de recettes



**8,03 milliards d'€**
(2025)

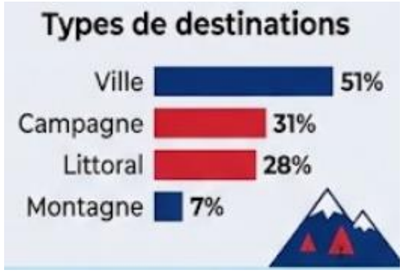
## Recettes françaises

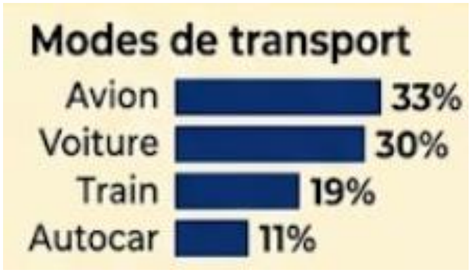


**10,3%** (2025)
issues du tourisme britannique

Un marché très fortement segmenté !




*Sources : info.gouv.fr, Expedia, Portrait touristique de l'année 2025 (FTO)*

**Inflation UK 2025: 3.2% -> PREV 26: 3.3%**

CPIH zone euro (sept) : 3,8%

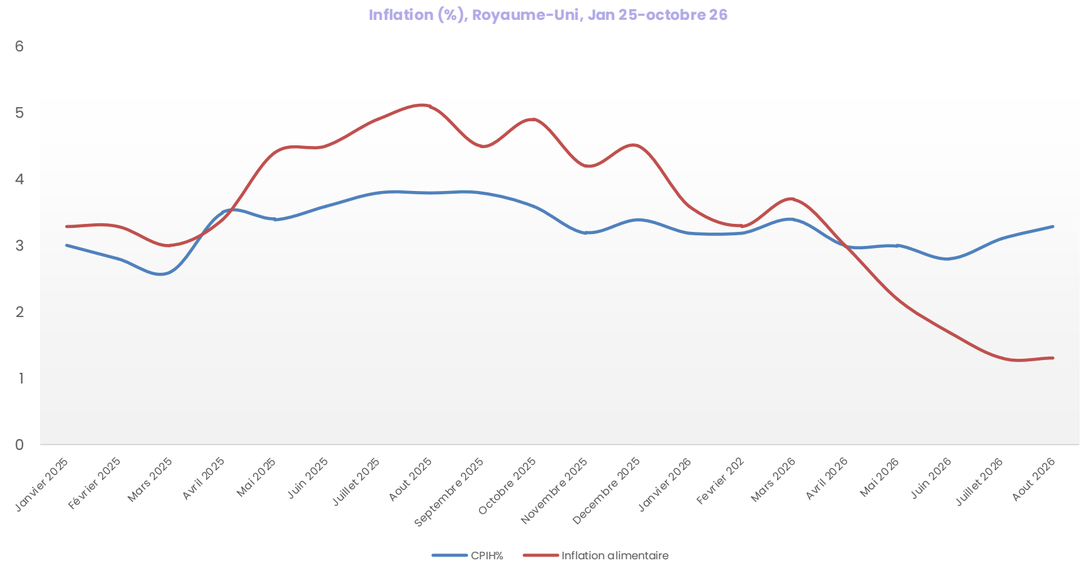
Inflation alimentaire UK : 1,3%

Inflation alimentation, alcool, tabac zone euro : 1.3%

Taux d'intérêt Banque d'Angleterre : 3.75%

Taux d'intérêt BCE : 2.50%

**Taux de change (OCT 26) : 1€ = 0.84£**




## 1. Politique britannique

- **Nouvel exécutif :** Andy Burnham a succédé à Keir Starmer au poste de Premier ministre le 20 juillet 2026, avec John Healey comme nouveau Chancelier de l'Échiquier.

- **Priorités immédiates :** Le **Budget d'automne (28 octobre)** devra combler un dérapage des emprunts publics sans toucher aux grands impôts sur le revenu ou à la TVA. En parallèle, Burnham déploie une décentralisation massive des pouvoirs vers les régions (*"devolution by default"*).

## 2. Relations Royaume-Uni – UE

- **Ouverture stratégique :** Jugeant que le Brexit n'a pas tenu ses promesses de contrôle, Burnham soumet quatre scénarios de long terme au débat public (statu quo amélioré, union douanière, marché unique, ou réadhésion à l'UE). → "the public will be the boss" → **RDV en 2029 (prochaines GE?)**

- **Prochaines étapes :** Préparation d'un *European Partnership Bill* (accords vétérinaires SPS, carbone ETS et électricité) et **Sommet UK–UE à Bruxelles le 20 novembre 2026**.

- **Mobilité des jeunes :** Le retour du Royaume-Uni dans **Erasmus+** est signé pour une rentrée en **2027**. Le visa jeunes 18–30 ans (*Youth Experience Scheme*) devrait être validé au sommet du 20 novembre pour un lancement en **2027**, après arbitrage final sur le plafond annuel de visas (entre 44 000 et 100 000) et les frais de santé.

*Sources : info.gouv.fr, Expedia, Portrait touristique de l'année 2025 (FTO)*

Au premier trimestre 2026, les ménages irlandais **ont épargné 12,5 % de leur revenu** disponible, un chiffre en forte hausse par rapport aux 11,7 % enregistrés à la fin de l'année 2025.

la France le **deuxième partenaire commercial** de l'Irlande au sein de la zone euro, derrière l'Allemagne.

## Nombre de séjours à l'étranger

**12 millions** (2025)

**Top 3 des destinations**

1. Royaume-Uni
2. Espagne
3. Italie



## Visiteurs Irlandais

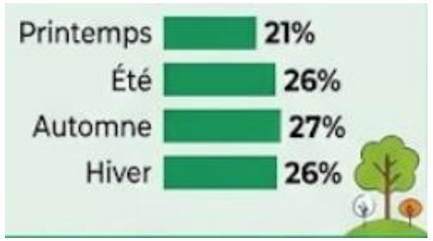


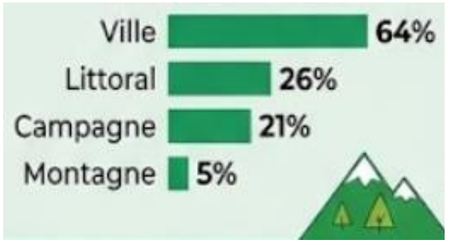

**1 millions** (2025)
Vs 950K en 2024

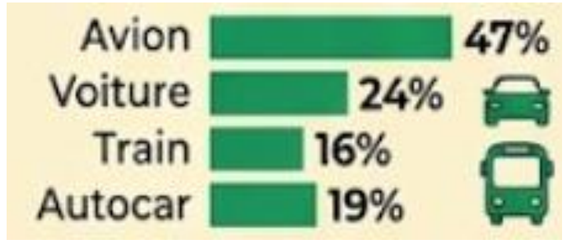
## Marché émetteur de recettes



**1,3 milliards d'€**
(2025)




*Sources : info.gouv.fr, Expedia, Portrait touristique de l'année 2025 (FTO)*

**Inflation 2025: 2% -> PREV 26: 3.3%**

CPIH zone euro (sept) : 3,8%

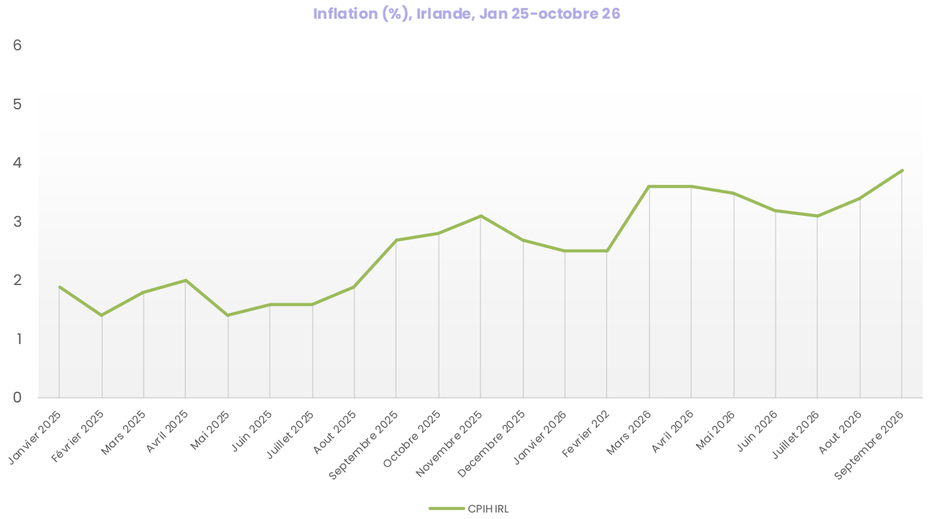
Inflation alimentaire IRL : 0,4.%

Inflation alimentation, alcool, tabac zone euro : 1.3%

## 1. Économie & Pouvoir d'achat

- **Un « Budget 2027 » expansionniste de 8,7 Md€ :** Le gouvernement de coalition dirigé par le Taoiseach Micheál Martin a présenté un budget très favorable au pouvoir d'achat grâce aux excédents fiscaux records des multinationales : hausse du salaire minimum à **14,94 €/h** (+0,79 €), baisse de la contribution sociale (USC), revalorisation des retraites et aides sociales (+10 €/semaine) et hausse du crédit d'impôt loyer à **1 150 €**.

- **Résilience de la demande intérieure :** Même si le PIB global affiche un léger repli technique (-1,2 % prévu) lié aux effets de base du secteur pharmaceutique, cependant l'économie réelle croît solidement de **+2,8 %** (et +3,0 % prévus pour l'année suivante), soutenue par le plein emploi et une **épargne élevée des ménages qui protègent le budget vacances.**




## 2. Connectivité & Transports

- **Le casse-tête du plafond de l'aéroport de Dublin :** La Cour de justice de l'UE (CJUE) a jugé que le plafond historique de **32 millions de passagers/an** à l'aéroport de Dublin devait légalement être pris en compte lors de l'attribution des créneaux de vol, alors que l'aéroport vise 38 à 40 millions de passagers. Bien que le gouvernement ait voté une loi permettant au ministre des Transports de relever ce plafond, l'incertitude réglementaire freine l'ouverture de nouvelles lignes vers la France, tend les capacités aériennes (Ryanair, Aer Lingus) et pousse les prix des billets à la hausse.

- **Report vers les aéroports régionaux et le ferry direct :** Ce blocage à Dublin favorise le report des voyageurs irlandais vers les aéroports régionaux (**Cork, Shannon, Knock**) et renforce l'attractivité des **liaisons maritimes directes Irlande–France** (Rosslare/Cork/Dublin vers Cherbourg et Roscoff via Brittany Ferries, Irish Ferries et Stena Line), plébiscitées par les familles avec voiture pour éviter le transit par le Royaume-Uni post-Brexit.

*Sources : info.gouv.fr, Expedia, Portrait touristique de l'année 2025 (FTO)*

# Attractivité, opportunités & risques impactant les flux touristiques vers la France

# Une actualité Franco-britannique toujours aussi forte

## 2026




## 2027




## 2028/2029




**Ouverture à la concurrence sous la Manche (Horizon 2029–2030)**

- **Virgin Trains (octobre 2030) :** En tête côté régulation britannique après avoir obtenu l'accès exclusif au dépôt londonien de Temple Mills et le pré-accord sur les sillons HS1 (12 rames Alstom prévues vers Paris, Bruxelles et Amsterdam).
- **Trenitalia / FS (2029) :** En tête sur le matériel roulant avec une commande ferme de 2 Md€ (19 trains Hitachi) et la création de son propre centre de maintenance près de Paris pour contourner le blocage de Londres.
- **Challengers & Riposte : Gemini Trains** mise sur Stratford International, Ebbsfleet et un dépôt dans le Kent (Paris, Bruxelles, Cologne), tandis qu'**Evolyn** marque le pas. En réponse, **Eurostar** accélère la livraison de ses jusqu'à 50 trains à deux étages *Alstom Celestia* dès début 2030 et vise Genève et Francfort.
- **Goulet d'étranglement :** L'expansion de la gare de **St Pancras** (pour doubler la capacité de contrôle aux frontières à près de 5 000 passagers/heure d'ici 2028) reste la condition sine qua non pour absorber ce nouveau trafic.

# Ou en est-on?

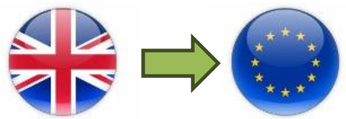
## Conséquences du conflit au moyen orient

- Le consommateur britannique continue de considérer les **vacances comme une priorité absolue**, refusant de sacrifier ce poste de dépense malgré la crise du coût de la vie. → Attentisme et changement de consommation

- On a assisté a un été en demi-teinte avec une augmentation **des late booking et des booking Windows très resserrées** voir pour le même mois, comportement inhabituel sur ce marché

- Les perspectives a moyen termes ne sont pas défavorables, certains acteurs annonçant de forts **rajouts de siège et fréquences sur la France pour 2027**

## Situations aux frontières

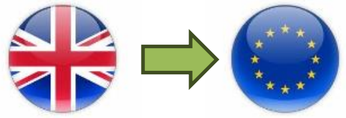


EES (octobre 2025)

| | |
|---|---|
| Validité | 3 ans |

déploiement total depuis le 10 **avril 2026 avec certaines problématiques.**





ETIAS (septembre 2026)

| | |
|---|---|
| Validité | 3 ans |

**Mise en place théorique au 9 octobre 2026 et obligatoire a partir d'avril 2027**

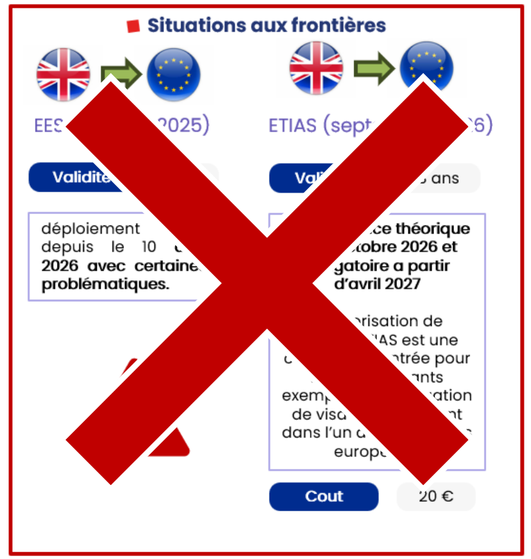
L'autorisation de voyage ETIAS est une obligation d'entrée pour les ressortissants exemptés de l'obligation de visa qui se rendent dans l'un de ces 30 pays européens.

| | |
|---|---|
| Cout | 20 € |

*Source : ONS, Atout France*

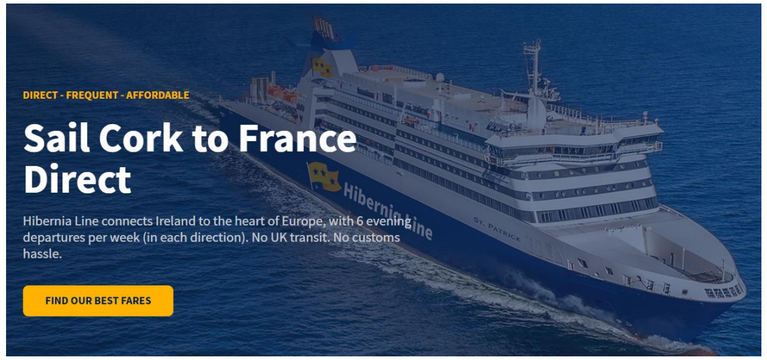
# Une connectivité en développement

- L'Irlande le **deuxième taux de départ** en vacances à l'étranger le plus important **d'Europe**.
- Une diversité de connectivité aérienne.
- De nouvelles routes maritimes et une offre plus importante: **Brittanny Ferries, DFDS, Irish Ferries et depuis juin Hibernia Line**










*Source : xxxxxxx*

# Une connectivité en développement

| Mode & Marché | Opérateur | Liaison / Axe | Échéance | Fréquence & Points clés |
|---|---|---|---|---|
| Aérien (RU) | easyJet | Londres Stansted – Paris CDG | Mars 2026 | 2 vols/sem. (lundi, vendredi) |
| Aérien (RU) | easyJet | Manchester – Montpellier | Mars 2026 | 2 vols/sem. |
| Aérien (RU) | easyJet | Birmingham – Nice | Mai 2026 | 2 vols/sem. |
| Aérien (RU) | easyJet | Southampton – Paris CDG | Oct. 2026 | 2 vols/sem. (jeudi, dimanche) – lancement saison hiver |
| Aérien (RU) | British Airways | Londres – Toulon-Hyères | Été 2026 | 2 vols/sem. (ligne saisonnière) |
| Aérien (RU) | easyJet | Londres Luton – Rennes | Juillet 2027 | 2 vols/sem. (jeudi, dimanche) – en complément de Gatwick |
| Aérien (RU) | easyJet | Londres Gatwick – Ajaccio | Été 2027 | Nouvelle ligne exclusive vers la Corse |
| Aérien (RU) | easyJet | Manchester – Bastia | Été 2027 | Nouvelle liaison directe vers la Haute-Corse |
| Aérien (RU) | easyJet | Bristol – Montpellier | Été 2027 | Nouvelle ligne exclusive |
| Aérien (RU) | Jet2.com | Manchester, Stansted & East Midlands – Paris | Été 2027 | 3 nouvelles lignes (14 vols/sem. au total avec Leeds, +150 000 sièges) |
| Aérien (RU) | Jet2.com | Birmingham – La Rochelle | Été 2027 | Nouvelle ligne saisonnière |
| Aérien (RU) | Jet2.com | Bristol – Bergerac | Mai–Sept. 2027 | 1 vol/sem. (samedi) |
| Aérien (RU) | Ryanair | Réseau régional français | 2026–2027 | Retrait : Fermeture base Bordeaux, arrêt Brive, Clermont-Fd, Strasbourg (maintien de Bergerac l'été) |
| Aérien (IRL) | Aer Lingus | Dublin – Tours Val de Loire | Été 2026 & 2027 | Accès direct Val de Loire / œnotourisme |
| Aérien (IRL) | Aer Lingus | Dublin – Montpellier | Été 2026 & 2027 | Nouvelle liaison directe |
| Aérien (IRL) | Aer Lingus | Cork – Nice | Été 2026 & 2027 | Nouvelle liaison directe depuis le sud de l'Irlande |

*Source : Atout France*

## **Plans d’actions 2027** :

• Orientations stratégiques

•Présentation des actions phare multipartenaires par cibles

•Toutes nos actions multipartenaires en un coup d’oeil par cibles

•Nos actions à la carte par cibles

•Vos contacts

# Les orientations stratégiques d'Atout France sur le marché

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

- **Veille et connaissance des marchés** : approfondir l'analyse des tendances pour adapter et affiner les stratégies par segmentation.
- **Développement des partenariats** : capitaliser sur les évolutions des transporteurs et des partenariats opérationnels.
- **Revenir fortement sur le Mice:** Multiplier les actions d'opportunités.
- **Investir sur l'Irlande:** Un marché à travailler sur le long terme.
- **Campagnes ciblées** : privilégier les segments à forte valeur ajoutée et les actions à plus fort retour, notamment Presse, MICE et Haut de Gamme.
- **Capitaliser sur le Grand Départ du TDF**: utiliser le Momentum pour mettre en avant l'offre.

# Présentation des actions phare multipartenaires

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

## FRANCE, LE GRAND DÉTOUR 2027

NEW

Plan presse sur mesure, déployé toute l'année auprès des médias britanniques, néerlandais et belges néerlandophones, pour faire rayonner le vélo en France. Il s'inscrit dans la stratégie 360 d'Atout France, qui vise à faire de la France la première destination vélo au monde d'ici 2030.

**Marché(s) concerné(s) : BE/NL/UK**

**Cible :** Médias (journalistes cyclo, lifestyle, voyages / influenceurs / experts)

**Pourquoi participer ? Fédérer autour du Cyclotourisme**

- Mettre en lumière votre offre cyclotourisme sur trois marchés forts du vélo
- Inspirer les journalistes BE/NL/UK pour de futurs voyages de presse
- (Re)nouer des liens avec les médias BE/NL/UK

**Format :** magazine lifestyle multi-marché, communiqués, influence, accueils groupe et individuels et événement sur les 3 marchés.

**Profil des partenaires Français :** partenaires publics (OT, CDT, CRT…) et privés

**Date / Prix :** Toute l'année 2027 – A partir de 975 GBP

**Présentation complète de la campagne disponible ici.**

**Les deux Tours de France 2027 partent du Royaume-Uni -** Deux rendez-vous mondiaux pour un réel coup de projecteur sur l'offre vélo en France.

# Toutes nos actions multipatenaires 2027 en un coup d'oeil !

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

| Cible(s) | Intitulé + lien vers la fiche | Dates | Lieu(x) | Format | Tarification |
|---|---|---|---|---|---|
| Médias internationaux (UK, NL, BE) | Campagne Cyclotourisme France, Le Grand Détour 2027 | Toute l'année 2027 | Multi-marché BE NL UK | Campagne presse cyclotourisme à la carte : magazine, CP, accueils presse, influence, événements etc. | A partir de 975 GBP HT |
| Médias irlandais | Irlande – Meet the Media Dublin 2027 | 22 février 2027 | Clayton Burlington Hotel, Dublin | Conférences le matin, puis RDV médias pré-programmés | 1 725 GBP HT |
| Médias britanniques et irlandais | Royaume-Uni – IMM Londres 2027 | 22-23 mars 2027 | QEII Centre, Londres | Stand en Zone France, 1,5 jour de RDV pré-programmés, soirée networking | 2 995 GBP HT early bird avant 31 Oct 2026<br>3 125 GBP HT ensuite |
| Médias britanniques | Royaume-Uni – Alternative France 2027 | 27 avril 2027 | Londres | Espace dédié par partenaire, temps de présentation, dégustation possible | 995 GBP early bird avant 15 Jan 2027<br>1 200 GBP ensuite |
| Professionnels internationaux (TO et agences spécialistes de circuits en train) | Royaume-Uni – France by train 2027 | 12 mai 2027 | Restaurant français, centre de Londres | Déjeuner-présentation, puis networking en fin de journée | 2 520 GBP HT |
| Professionnels internationaux haut de gamme et MICE | Royaume-Uni – Prestige France haut de gamme<br>+ Extension possible a Dublin le lendemain | 16 juin 2027 | Londres, Dublin | Workshop-networking : demi-journée et soirée | 4 000 GBP HT |
| Professionnels MICE | Destination Alliance- Agency event<br>Destination Alliance- Associations lunch | Fin Aout 2027<br>Décembre 2027 | Londres | Networking | 1800 GBP HT |
| Médias britanniques | Royaume-Uni – Workshop presse Hiver / Montagnes | 14 septembre 2027 | Londres | Networking 1-1 et présentations, une table par destination | Date a confirmer<br>En cours de finalisation |
| Professionnels internationaux (agences, OTA, TO, grossistes) | World Travel Market London 2027 | 2-4 novembre 2027 | ExCeL, Londres | Salon de 3 jours, Zone France avec modules et espace de rencontres | Env. 4 345 à 8 349 GBP HT selon le module |
| Professionnels MICE (agences, corporates, associations) | Royaume-Uni – Événement France MICE | 2027 | Londres | Networking corporate hospitality autour d'un spectacle | Date a confirmer<br>2 800 GBP HT |

# Présentation de nos actions à la carte par cibles

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

**ETUDE 360**
**&**
**GESTION DE COMPTE**
**AVEC VISION PLURIANNUELLE**

## B2B

**E-NEWS PRO**

**WORKSHOP DEDIÉ**

**EDUCTOUR / FAM TRIP**

**GESTION DE COMPTE**

## B2C

**PARTENARIATS AVEC DES TRANSPORTEURS :**

**JET2, BRITTANY FERRIES,**

**LE SHUTTLE**

## Média

**CAMPAGNE LE GRAND DETOUR**

**GESTION DE COMPTE**

**ACTIONS Á LA CARTE**

# Vos contacts

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France


Karim Mekachera, directeur, karim.mekachera@atout-france.fr

Stephane Ballot, adjoint au directeur, stephane.ballot@atout-france.fr

Vanessa Renaud-Elliott, responsable B2B, vannessa.renaud@atout-france.fr

Marine Teste, responsable Presse, marine.teste@atout-france.fr

Herve Le Feuvre, responsable marketing b2c Herve.Le-Feuvre@atout-france.fr

# #ActivateurDeTourismes

ATOUT FRANCE

L' Agence de développement touristique de la France