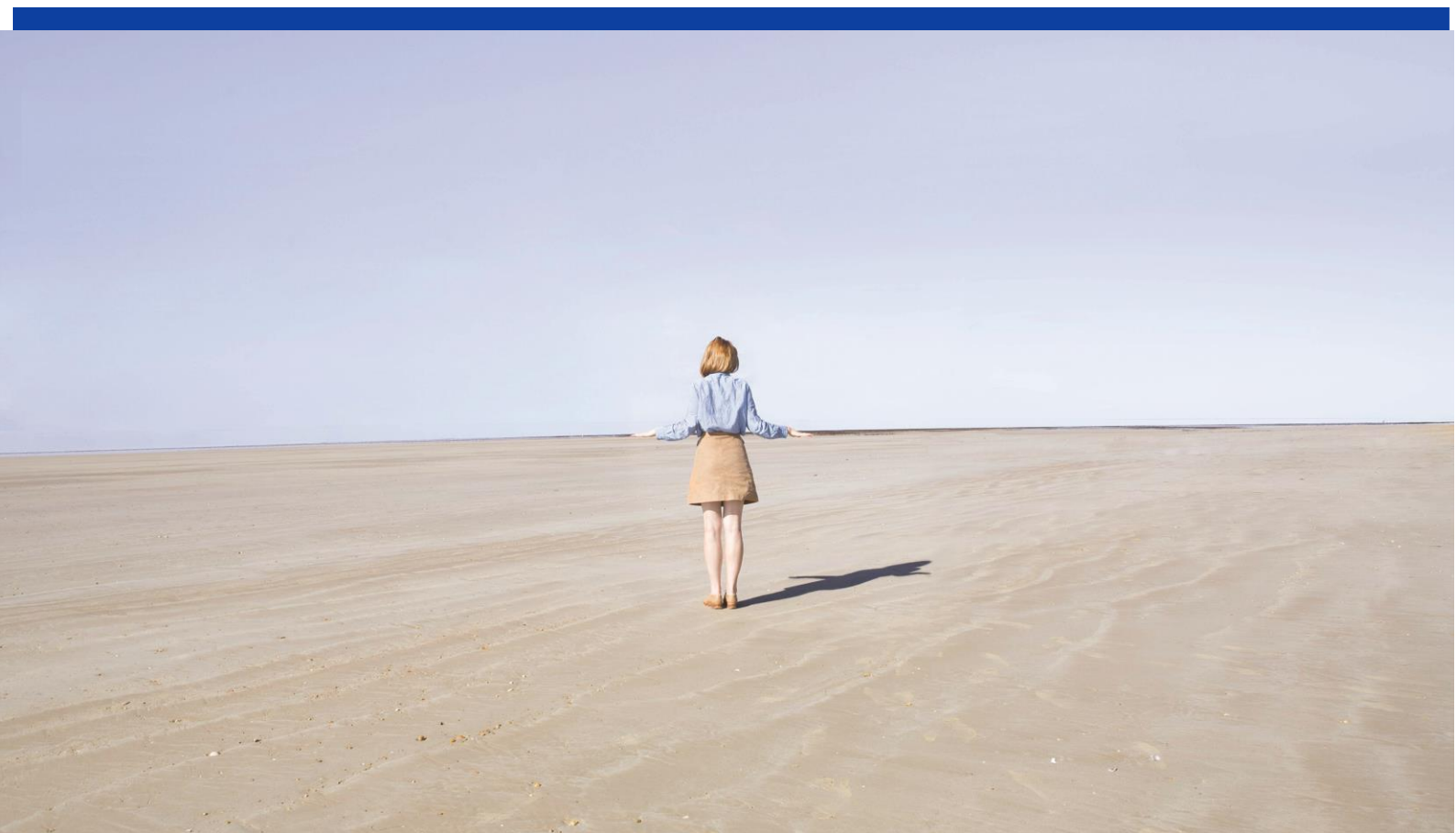


ATOUT FRANCE



Agence de développement
touristique de la France

Lettre de veille

Septembre 2018

Editorial

Les arrivées touristiques internationales en 2017 ont connu une hausse de 7% par rapport à 2016 avec un total de 1.32 milliard de visiteurs internationaux. Ce chiffre devrait continuer de croître en 2018 en enregistrant une hausse de 4% à 5%. Le nombre d'arrivées de touristes internationaux lors des quatre premiers mois de l'année 2018 appuie cette tendance en enregistrant 6% d'arrivées internationales en plus par rapport aux quatre premiers de l'année 2017.

En France, 86.7 millions d'arrivées touristiques ont été comptabilisées en 2017 soit 5.1% de plus qu'en 2016. 78.7% des touristes provenaient d'Europe (+5.6%), 10% d'Amérique (+6.7%), 6.8% d'Asie (+3.3%), 3.2% d'Afrique (-4.2%) et 1.3% d'Océanie (-4.7%).

Le nombre d'arrivées touristiques en provenance du Royaume-Uni s'élevait à 12.7 millions soit une hausse de 6% par rapport à 2016. La clientèle britannique reste donc la première clientèle internationale en France, devant l'Allemagne et la Belgique/Luxembourg, et représente près de 15% du nombre total de touristes internationaux en France.

Les recettes touristiques britanniques, quant à elles, s'élevaient à 5.8 milliards d'euros en 2017 soit une augmentation de 3% par rapport à l'année précédente.

La France se situe toujours à la seconde place des destinations favorites des Britanniques, derrière l'Espagne et devant l'Italie, qui est notre principal concurrent en termes d'offre. Elle est également leur seconde destination préférée pour les vacances en famille ainsi que pour les voyages d'affaires et se classe première pour les courts séjours et les vacances aux sports d'hiver.

Malgré le contexte économique et politique actuel ainsi que les incertitudes liées au Brexit, diverses sources laissent penser que la tendance à la hausse de 2017 se serait poursuivie en ce début d'année 2018.

Les données officielles de l'Office for National Statistics (ONS) seront publiées ce mois-ci et permettront d'avoir une tendance sur les départs à l'étranger des Britanniques lors du premier trimestre 2018.

La poursuite de la campagne FEEL cette année et notre collaboration avec différents transporteurs et partenaires restent primordiales pour renouveler

notre offre sur ce marché mature et résilient. Un positionnement stratégique orienté sur des thématiques identifiées et des profils de consommateurs segmentés et adaptés à ces « niches » est essentiel pour maintenir nos parts de marché mais aussi pour répondre aux challenges actuels auxquels le marché britannique fait face.

Gwénaëlle DELOS
Directrice Atout France Royaume-Uni et Irlande

Sources: Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), Direction Générale des Entreprises (DGE), enquête EVE, Banque de France, Tourmag

Conjoncture économique

⇒ UNE CROISSANCE ECONOMIQUE FRAGILE

Selon les données de l'Office for National Statistics (ONS), la croissance économique du Royaume-Uni était de 0.6% lors du premier semestre 2018 (0.2% lors du premier trimestre et de 0.4% lors du second trimestre) soit un score identique au second semestre 2017. Les prévisions pour l'ensemble de l'année 2018 ont été revues à la baisse et la croissance économique est maintenant estimée à 1.3% pour 2018 contre 1.5% initialement.

Après avoir augmenté en 2017 en atteignant un score de 3.1% en novembre dernier, l'inflation a reculé de manière continue lors du premier semestre 2018 passant de 3% en janvier à 2.4% en juin. En juillet, l'inflation était de 2.5% représentant la première hausse depuis le mois de novembre 2017. L'augmentation du prix du carburant et des transports est à l'origine de cette hausse.

Le taux de chômage, quant à lui, continue de baisser. Après avoir enregistré un score de 4.2% pour la période janvier-mai 2018, il a baissé de 0.2 point en avril-mai pour atteindre 4%. Il est à rappeler que les contrats « zéro heure » sont comptabilisés dans le calcul et représentent 2.8% de la population active. Les 16-24 ans sont les plus concernés par ce type de contrat ainsi que les personnes vivant le Nord-Est de l'Angleterre et ceux travaillant dans les domaines du social et la santé.

La croissance économique de l'Irlande, elle, a baissé de 0.6% lors du premier trimestre 2018 par rapport au dernier trimestre 2017 mais a augmenté de 9.1% par rapport au premier trimestre 2017. Les prévisions estiment que la croissance économique pour l'ensemble de l'année 2018 atteindra 5.6% soit une prévision meilleure que celle estimée initialement.

Concernant l'inflation, elle est estimée à 0.9% pour l'ensemble de l'année 2018 et a augmenté de 0.4% en juillet par rapport au moins de juin notamment à cause de l'augmentation des prix des transports ainsi que des prix pratiqués en hôtellerie et en restauration.

Enfin, le taux de chômage a également enregistré une baisse continue depuis janvier en atteignant 5.9% en juillet.

Sources: Office for National Statistics (ONS), PwC, Independent, Central Statistics Office (CSO), European Commission

Conjoncture touristique

⇒ 2017: UNE ANNEE ENCOURAGEANTE POUR LE TOURISME "OUTBOUND"

Les dernières données publiées par l'Office for National Statistics (ONS) montrent que les voyages à l'étranger des Britanniques ont connu une hausse de 3% en 2017 par rapport à 2016. Les visites au sein de l'Europe, qui accueille 80% du nombre total de séjours effectués à l'étranger par les Britanniques, ont également augmenté de 3% tandis que celles en Amérique du Nord ont baissé de 5% et celles dans le reste du monde ont diminué de 15%.

En termes de dépenses, les touristes britanniques ont dépensé 2% de plus qu'en 2016. Les dépenses en Europe ont augmenté de 5%, celles en Amérique du Nord ont baissé de 7% et les dépenses dans le reste du monde sont égales à celle de l'année précédente.

Concernant les visites des Britanniques en France, un total de 12.7 millions d'arrivées en provenance du Royaume-Uni a été comptabilisé soit une hausse de 6% par rapport à 2016. La clientèle britannique reste donc la première clientèle internationale en France représentant 14.7% du nombre total de touristes étrangers.

Les visites « loisirs » représentent 68% du nombre total de séjours effectués en France (65% en 2016), les visites pour rendre visite à de la famille/ à des amis représentent 18% (même pourcentage qu'en 2016) et les voyages d'affaires représentent 9% (11% en 2016). 5% des séjours en France ont été effectués pour une « autres raison » (6% en 2016).

Les recettes touristiques des Britanniques en France s'élevaient à 5.7 milliards d'euros en 2017 enregistrant ainsi une augmentation de 3% par rapport à l'année 2016.

Les Irlandais, eux, ont effectué un total de 1 650 000 voyages à l'étranger entre les mois de janvier et mars 2018 soit 3% de plus que pendant le premier trimestre 2017. Cette hausse a majoritairement été tirée vers le haut par les visites pour rendre visite à de la famille/ à des amis (+20%). Les dépenses des touristes irlandais ont également augmenté enregistrant ainsi une hausse de

12% par rapport à la même période en 2017 avec un total de 1 394 000 000 d'euros dépensés.

Après des visites vers la France qui étaient en baisse de 10% en 2017 et des dépenses en hausse de 6% par rapport à 2016, le nombre de visites vers l'Hexagone a augmenté de 26% lors du premier trimestre 2018. Les dépenses ont également enregistré une augmentation importante de l'ordre de 19% par rapport au premier trimestre 2017.

Les tendances du premier trimestre 2018 pour le marché britannique seront publiées ce mois-ci et celles du second trimestre pour le marché irlandais devraient être publiées mi-octobre.

Sources : Office for National Statistics (ONS), Central Statistics Office (CSO), Banque de France, DGE, INSEE, enquête EVE

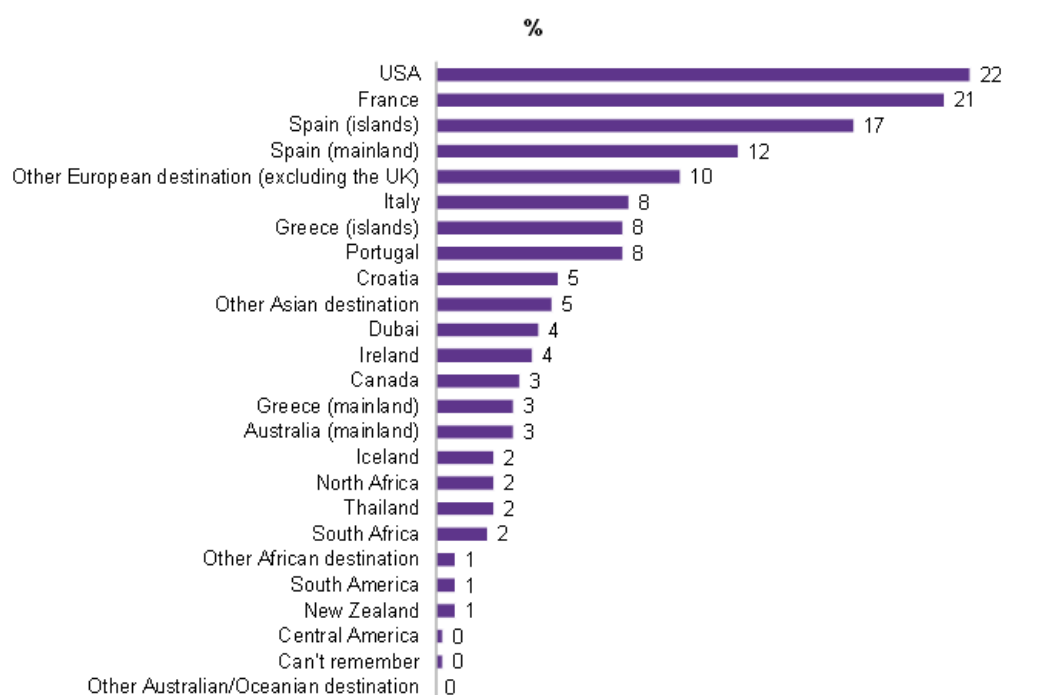
Evolution de la demande

⇒ LOCATIONS DE VOITURE EN VACANCES : QUELLES SONT LES HABITUDES DES BRITANNIQUES ?

Selon MINTEL, même si le nombre de Britanniques ayant loué une voiture de location en vacances a baissé en 2017, le volume de voitures louées a augmenté de 5.5% en 2016 et a ralenti en 2017 en enregistrant une hausse de 3%.

Ce ralentissement devrait se poursuivre en 2018 avec une augmentation estimée à 2% par rapport à 2017 soit environ 3,53 millions de voitures louées par les Britanniques lors de leurs vacances en dehors du Royaume-Uni. Cela est principalement dû au fait que partir en vacances coûte maintenant plus cher qu'avant de par la dévaluation de la livre sterling. Même si le Brexit n'a pas eu d'impacts notoires sur le tourisme « outbound » des Britanniques, ces derniers restent tout de même vigilants quant à la consommation d'extras lors de leurs vacances.

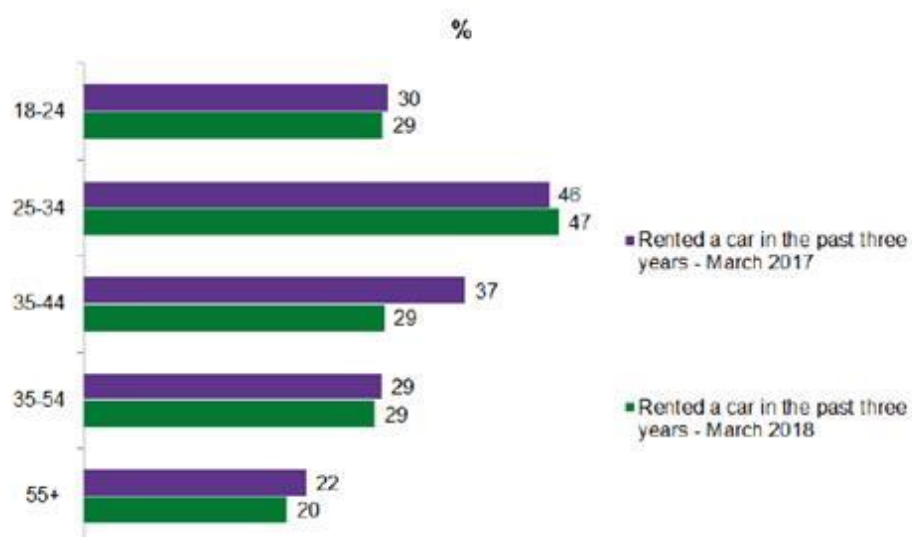
La France représente le second pays étranger et le premier pays européen où les Britanniques louent une voiture pendant leurs vacances ; la première destination étant les Etats-Unis pour des roadtrips notamment sur la Route 66.



Il est estimé que 69% des Britanniques n'ont pas loué de voitures lors de leurs séjours à l'étranger au cours de ces trois dernières années. Cependant, la tranche d'âge la plus encline à réserver une voiture de location est celle des 25-34 ans, suivie des 18-24, 35-44 et 35-54 ans.

FIGURE 19: HOLIDAY CAR HIRE, BY AGE, MARCH 2016-MARCH 2018

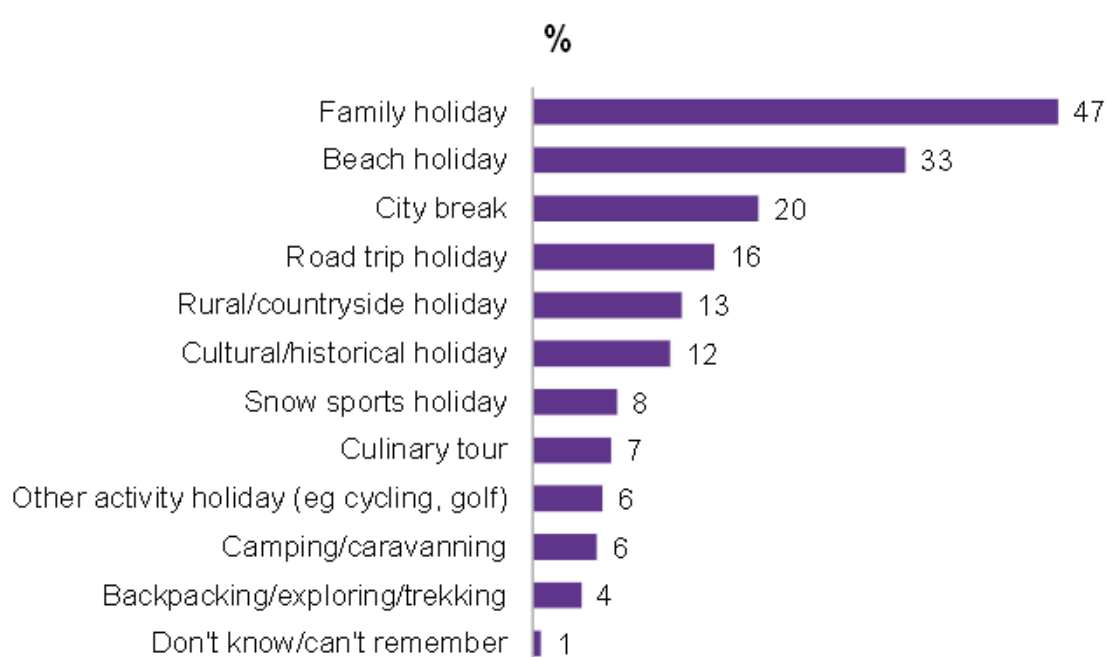
"Have you ever hired a car during your holiday(s) abroad in the last 3 years?"



Base: 1,259 internet users aged 16+ who have been abroad on holidays in the last three years

Source: Lightspeed/Mintel

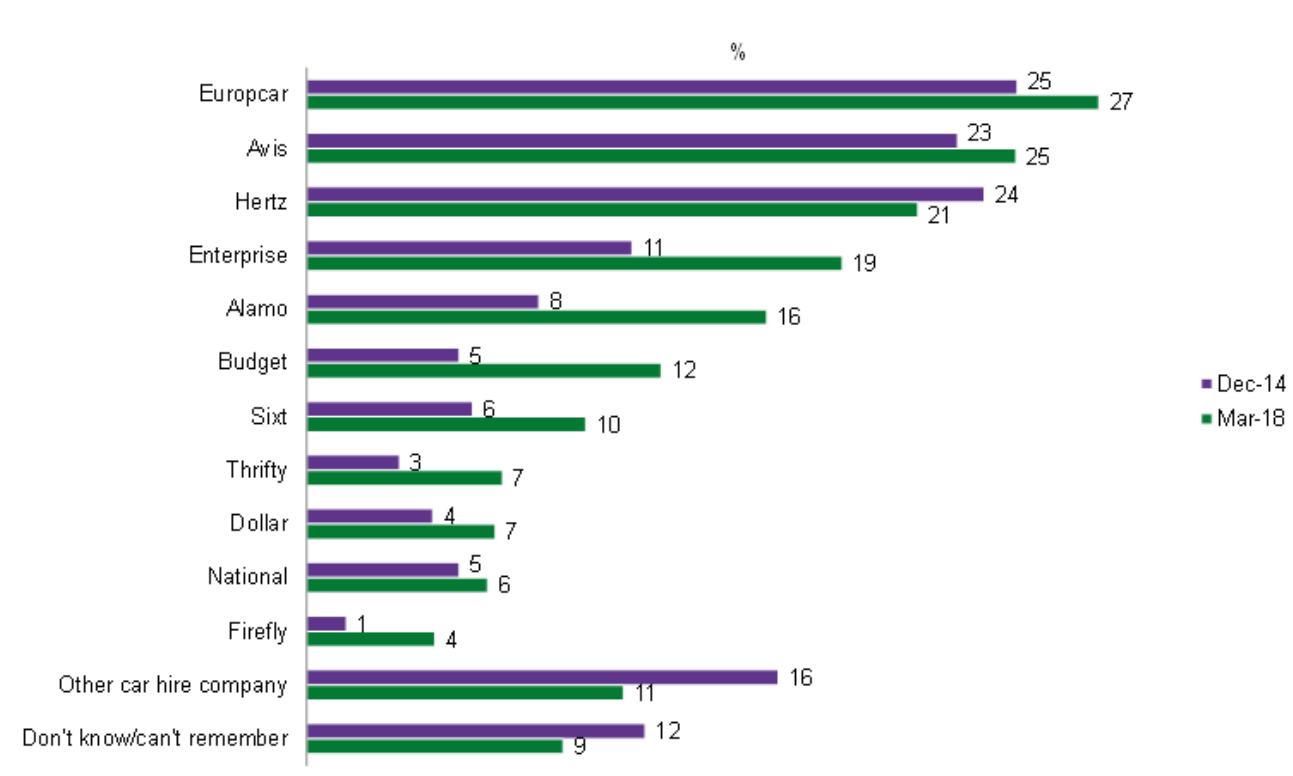
Les Britanniques loueraient davantage une voiture dans le cadre de vacances en famille (47% d'entre eux). Les vacances en bord de mer ainsi que les « city breaks » complètent le top 3.



De plus, la durée de séjour moyenne la plus propice pour louer une voiture de location est de 4-7 jours pour 37% des Britanniques puis de 1-3 jours pour 19% d'entre eux. Viennent ensuite les séjours de 14 jours et plus (18%) et de 8-13 jours (13%).

La dépense moyenne par séjour dédiée à la location de voiture, quant à elle, est de 314 £ avec une tendance, pour 71% des Britanniques, à louer une voiture auprès d'une entreprise connue.

Europcar, Avis et Hertz sont les trois entreprises les plus utilisées par les Britanniques lors de leurs séjours à l'étranger.



Source: Holiday Car Hire – MINTEL – Mars 2018

⇒ HAUSSE DES DEPENSES DES VOYAGES D'AFFAIRES BRITANNIQUES EN FRANCE

En 2017, le nombre total de voyages d'affaires à l'étranger en provenance du Royaume-Uni a baissé de 5% par rapport à 2016 enregistrant un total de 6 783 000 voyages d'affaires.

L'Europe reste la principale destination pour 78% des voyageurs tandis que 9% se rendent en Amérique du Nord et 13% dans le reste du monde. Ces trois zones géographiques ont enregistré moins de voyages d'affaires en 2017 qu'en 2016 : -4% pour l'Europe, -9% pour l'Amérique du Nord et -8% pour le reste du monde.

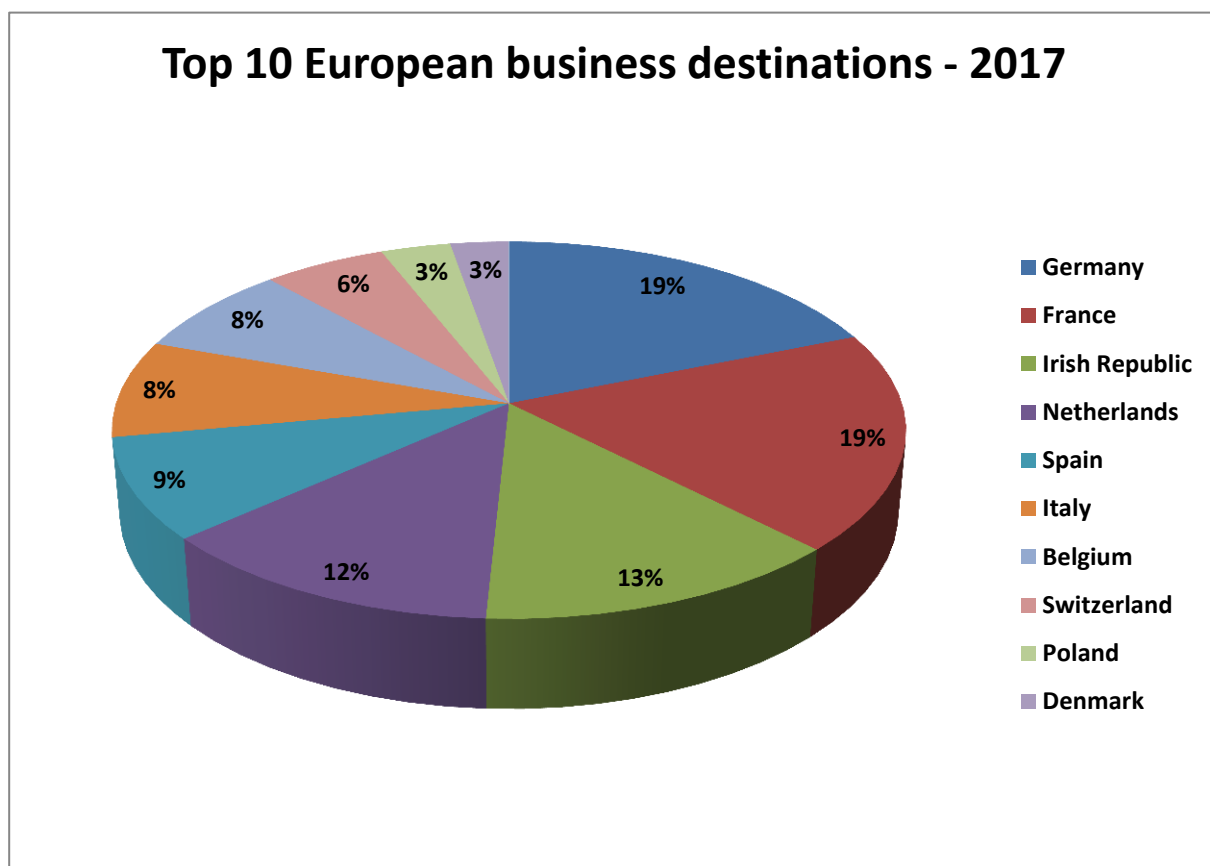
Les dépenses liées aux voyages d'affaires sont restées stables en Europe mais ont baissé de 15% en Amérique du Nord et de 21% dans le reste du monde.

Le marché « affaires » étant plus sensible aux facteurs macro-économiques que celui des loisirs explique donc ce résultat. En effet, de par les incertitudes actuelles liées au Brexit, certaines entreprises seraient plus réticentes à envoyer leurs employés en voyages d'affaires à l'étranger.

La France, quant à elle, a accueilli un total de 836 000 voyages d'affaires en provenance du Royaume-Uni en 2017 soit une baisse de 7% par rapport à l'année précédente. Cependant, les nuitées ont augmenté de 5% et les dépenses de 29%.

La France qui représentait, jusqu'à présent, la première destination internationale pour les voyages d'affaires des Britanniques est désormais deuxième. En effet, elle se situe derrière l'Allemagne (avec une différence serrée de 3 000 voyages d'affaires) mais devant la République d'Irlande, les Pays-Bas et l'Espagne.

Le top 10 des destinations affaires européennes pour les Britanniques est le suivant :



Compte tenu du marché actuel des voyages d'affaires et de la baisse rencontrée à l'international en 2017 mais également en domestique (-1.4% en termes de visites et -2.8% pour les dépenses), la France se positionne donc plutôt bien. Une grande partie du top 10 européen a également connu une baisse du nombre de visites d'affaires en provenance du Royaume-Uni :

- Les visites d'affaires en République d'Irlande ont baissé de 16% et les dépenses de 39%.
- Le Danemark a vu son nombre de voyages d'affaires en provenance du Royaume-Uni baisser de 17%. Les dépenses, elles, ont baissé de 37%.
- L'Espagne enregistre aussi une baisse de 10% en termes de visites d'affaires et de 4% en termes de dépenses.
- Les voyages d'affaires en Suisse ont baissé de 7% en 2017 et les dépenses de 25%.
- Les Pays-Bas enregistrent aussi une baisse de 2% en termes de visites d'affaires mais une hausse de 21% pour les dépenses.

- Les visites d'affaires en Belgique ont baissé de 1% mais les dépenses ont augmenté de 17%.

Les trois pays du top 10 ayant vu une hausse des voyages d'affaires britanniques sont :

- L'Italie : +5% et +5% également pour les dépenses.
- L'Allemagne : +3% et +1% en termes de dépenses.
- La Pologne : +31% et +21% en termes de dépenses. La performance de la Pologne s'explique par le fait que plusieurs entreprises basées au Royaume-Uni y ont ouvert des bureaux (coûts faibles) comme par exemple Citi à Varsovie, Crédit Suisse à Wroclaw ou encore UBS à Cracovie.

D'après MINTEL, la tendance remarquée consistant à réserver soi-même son voyage d'affaires se confirme avec 49% des Britanniques disant réserver entièrement leur voyages d'affaires eux-mêmes via des sites comme Expedia, Hotels.com, et Skyscanner. Cela est d'autant plus vrai auprès des Millénials, qui représentent 28% du nombre total de voyageurs d'affaires britanniques se rendant à l'étranger.

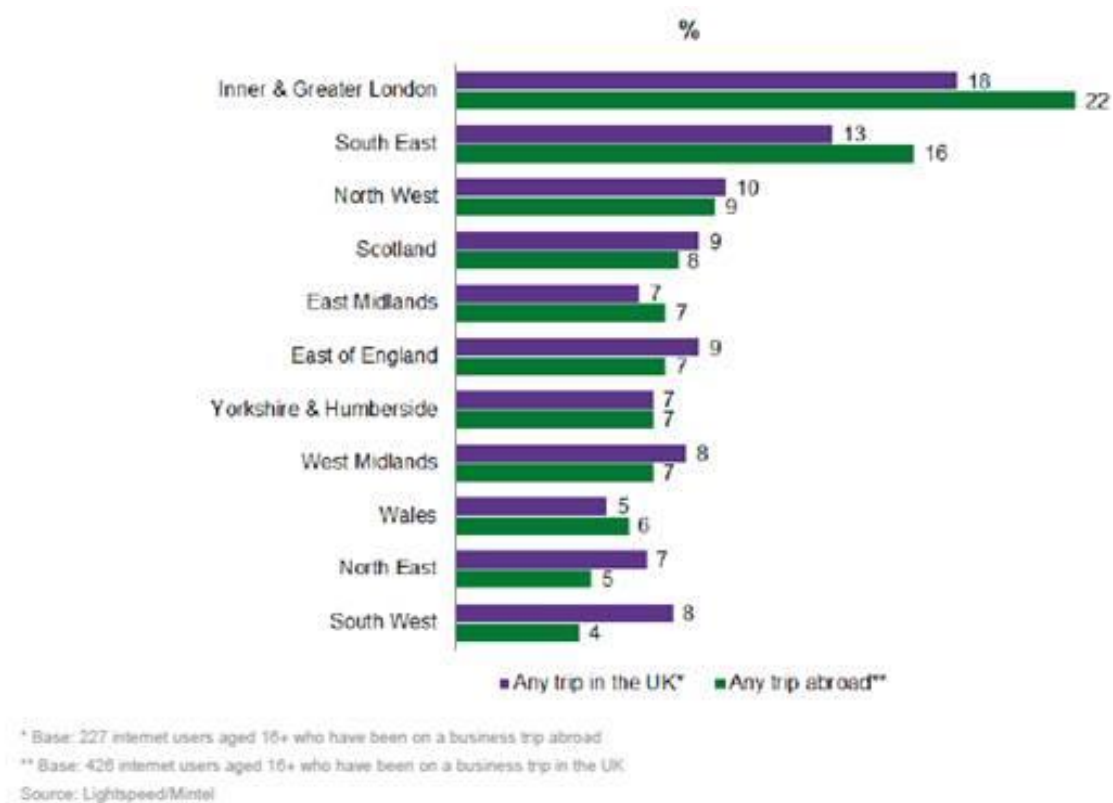
Pour les voyageurs d'affaires ne réservant pas leurs voyages par leurs propres moyens, le recours à une Travel Management Company (TMC) est favorisé par 34% des entreprises.

De plus, la répartition des dépenses d'un voyageur d'affaires britannique « type » est la suivante :

- Hébergement : 34%,
- Transports : 25%,
- Animation (activités, etc.) : 21%,
- Frais personnels liés à la restauration : 20%.

Concernant les voyages d'affaires s'effectuant en avion, 63% des Britanniques se disent voyager en classe « économie/standard », 30% en « premium economy », 26% en « business class » et 11% en « first class ». Les compagnies aériennes « low cost » sont également de plus en plus utilisées.

Enfin, en ce qui concerne les bassins émetteurs au Royaume-Uni, les voyageurs d'affaires britanniques de Londres sont ceux qui se rendent le plus à l'étranger (22%). Viennent ensuite ceux du Sud-Est (16%) et du Nord-Ouest (9%) :



Source: Business Traveller – MINTEL – Mars 2018, Great Britain Tourism Survey

Evolution de la distribution

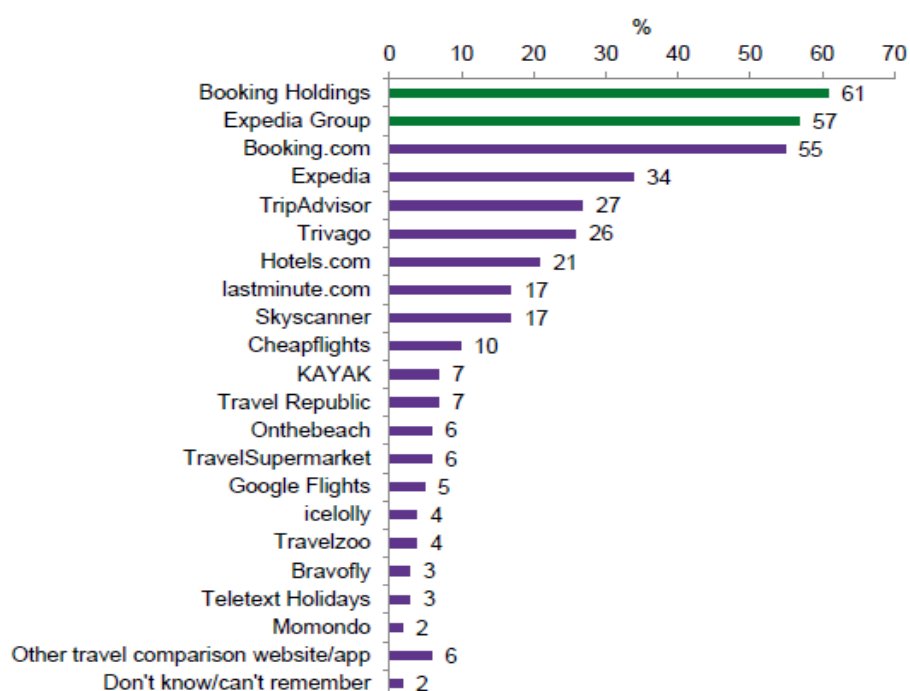
⇒ QUELLES SONT LES NOUVEAUTES DANS LA DISTRIBUTION ?

- Le tour-opérateur Neilson Active Holidays, spécialisé dans les séjours aux sports d'hiver et en bord de mer, a été vendu à une société privée de capital-investissement qui possède déjà des investissements chez Iglu.com et Blue Bay Travel. Cette décision va permettre à Neilson Active Holidays de développer son expansion, de croître sa présence sur des marchés clés européens et internationaux mais également de proposer des offres en adéquation avec la demande des consommateurs sur les vacances actives et de bien-être.
- L'agence de voyages en ligne Secret Escapes a également bénéficié d'un investissement de 52 millions de livres sterling d'Old Mutual Global Investors afin de s'élargir et de créer des partenariats stratégiques pour développer ses offres de packages avec transport et également sa gamme « hotel only ».
- Royal Caribbean Cruises a récemment signé l'acquisition de 66.7% des parts de la compagnie Silversea Cruises. Cela représente donc une flotte supplémentaire de 59 navires et permet à Royal Caribbean Cruises de posséder une autre marque considérée comme « ultra-luxury » en plus de son éventail de marques actuelles qui regroupe Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara Club Cruises, TUI Cruises et Pullmantur.
- Selon MINTEL, 36.1 millions de Britanniques ont réservé des vacances en 2017 contre 35.9 millions en 2016. Parmi eux, 30.2 millions ont réservé leurs vacances en ligne. Les « Online Travel Agencies » (OTA) sont les leaders des réservations de voyages en ligne avec un nombre de personnes ayant réservé via ce biais estimé à 14.5 millions en 2017 (chiffre stable par rapport à 2016). L'OTA le plus important au Royaume-Uni est Booking.com (55% des consommateurs ont effectué une réservation via cet OTA), suivi d'Expedia.com (34%) et Trip Advisor (27%). Il est à noter que Booking.com a connu une hausse de son nombre de clients de 5% en 2017 par rapport à 2016. Cela est dû à son

changement de stratégie ainsi qu'à son expansion proposant de nouveaux services grâce à ses différentes marques (vols, locations de voiture, restaurants, etc.) en plus de son offre d'hébergements. De plus, Booking Holdings détient, entre autres, KAYAK en plus de Booking.com. Expedia Group détient également Hotels.com et Trivago en plus d'Expedia.com. Les séjours en Europe de plus de 4 nuits sont les plus réservés par les Britanniques via un OTA (28% d'entre eux). Les courts séjours au Royaume-Uni viennent en seconde position (25%) suivis des courts séjours en Europe (19%), des vacances « hors Europe » de plus de 4 nuits (15%), des séjours de plus de 4 nuits au Royaume-Uni (9%) et des courts séjours « hors Europe » (3%). De plus, la tranche d'âge réservant le plus via un OTA est celle des 25-34 ans avec 62% d'entre eux utilisant une agence en ligne pour la réservation de leurs vacances.

FIGURE 7: MARKET PENETRATION OF TRAVEL COMPARISON WEBSITES/ APPS, BASED ON ONLINE HOLIDAY BOOKING BEHAVIOUR IN THE LAST 12 MONTHS, APRIL 2018

"Which travel comparison websites/apps did you use to book travel/accommodation for your holidays in the last 12 months? Please select all that apply."



Base: 585 internet users aged 16+ who have booked their holidays via travel comparison websites/apps in the last 12 months

Source: Lightspeed/Mintel

Sources: TTG Media, TravelWeekly, TravelMole, Online Travel Aggregators – MINTEL – Juin 2018

Evolution de l'offre

⇒ UNE OFFRE AERIENNE QUI CONTINUE DE SE DEVELOPPER

Suite à la publication de notre dernière lettre de veille du mois de juin, de nouvelles routes aériennes directes entre le Royaume-Uni et la France ont été annoncées par plusieurs compagnies aériennes :

- Ryanair :
 - Londres Stansted – Dole, à partir du 22/12/18 pour la saison hivernale.

Cette route est la première reliant le Royaume-Uni à une ville située dans la région Bourgogne-Franche Comté.
- EasyJet:
 - Londres Stansted – Lyon, à partir du 16/12/18 pour la saison hivernale.
 - Liverpool – Toulouse, à partir du 28/10/18 pour la saison hivernale également.
- Wizz Air :
 - Londres Luton – Grenoble, à partir du 15/12/18 pour la saison hivernale.

C'est la première route de Wizz Air entre le Royaume-Uni et la France.

De plus, Aer Lingus a annoncé l'extension de sa route aérienne estivale Dublin – Toulouse pour l'hiver prochain à raison de quatre vols par semaine.

Outre les nouvelles routes estivales de Jet2 pour l'été prochain (Birmingham – Bergerac et Manchester – La Rochelle), Ryanair a annoncé qu'une ligne Londres Southend – Brest verra le jour le 05/04/19 prochain.

La France comptabilise actuellement 307 lignes directes entre le Royaume-Uni/l'Irlande et la France : 116 routes estivales, 80 routes hivernales et 111 routes tout au long de l'année.

28 aéroports britanniques et irlandais desservent 41 destinations françaises, en plus de Genève et Turin pour les vacances aux sports d'hiver.

Sources: Air Journal, easyJet, Breaking Travel News

⇒ QUELLES SONT LES NOUVEAUTES DU COTE DES TRANSPORTEURS ?

- Selon les dernières données de l'Office for National Statistics (ONS), 43% des Britanniques qui sont allés en France en 2017 ont pris l'avion (+2% par rapport à 2016). 31% ont emprunté le tunnel (-2% par rapport à 2016) et 26% y sont allés par voie maritime (idem en 2016).
- La plupart des aéroports britanniques ont connu une hausse du nombre de Britanniques se rendant en France en 2017 par rapport à l'année précédente :
 - Londres Gatwick : +13%
 - Londres Stansted : +22%
 - Manchester : +13%
 - Autres aéroports anglais : +5%
 - Les aéroports situés en Ecosse : +21%

Cependant, il y a eu moins de passagers se rendant en France au départ du Pays de Galle (-30%) et de Londres Heathrow (-14%).

- Toujours selon l'ONS, les parts de marché des ports britanniques (en termes de passagers britanniques se rendant en France) sont les suivants :
 - Douvres : 68% (+9 points par rapport à 2016)
 - Ports situés sur la côte Est : 2% (identique à 2016)
 - Les autres ports de la Manche: 30% (-9 points par rapport à 2016)

Le nombre de passagers se rendant en France depuis Douvres a augmenté de 19% en 2017 tandis que le nombre de passagers partant des ports situés sur la côte Est a baissé de 8% et le nombre de ceux partant d'un autre port de la Manche a diminué de 19%.

- La compagnie de ferries P&O Ferries a lancé une application mobile permettant à ses clients de ne plus utiliser de tickets « papier » mais de posséder leurs titres de transport sur leur téléphone. De plus, les utilisateurs de l'application ont accès à des informations concernant les conditions de voyage autour des ports mais également à un guide interactif du bateau sur lequel ils voyagent avec notamment les offres dont ils peuvent bénéficier dans les commerces (bars, restaurants et magasins) se trouvant à bord.

- Du côté du marché aérien, de nouvelles compagnies aériennes ont ouvert une base à Vienne, en Autriche. En effet, Wizz Air en a ouvert une en juin dernier avec cinq nouveaux services depuis Vienne et le projet de posséder un réseau de 30 routes d'ici 2019.
La compagnie Level appartenant au groupe IAG (International Airlines Group) y a aussi commencé ses vols le 17 juillet dernier et dessert quatorze destinations européennes.
- La création de trains low cost dans le tunnel sous la Manche est en cours de réflexion. Getlink a d'ailleurs commandé une étude afin de mesurer la faisabilité de ce projet. Un modèle similaire à celui de Ouigo ou Izy serait préconisé avec l'utilisation de gares périphériques et d'anciennes lignes.

Sources: Office for National Statistics (ONS), TravelMole, Breaking Travel News, Tourmag

Concurrence

⇒ ZOOM SUR LES CONCURRENTS DE LA FRANCE

Le top 10 des destinations européennes favorites des Britanniques en 2017 a connu quelques changements par rapport à 2016.

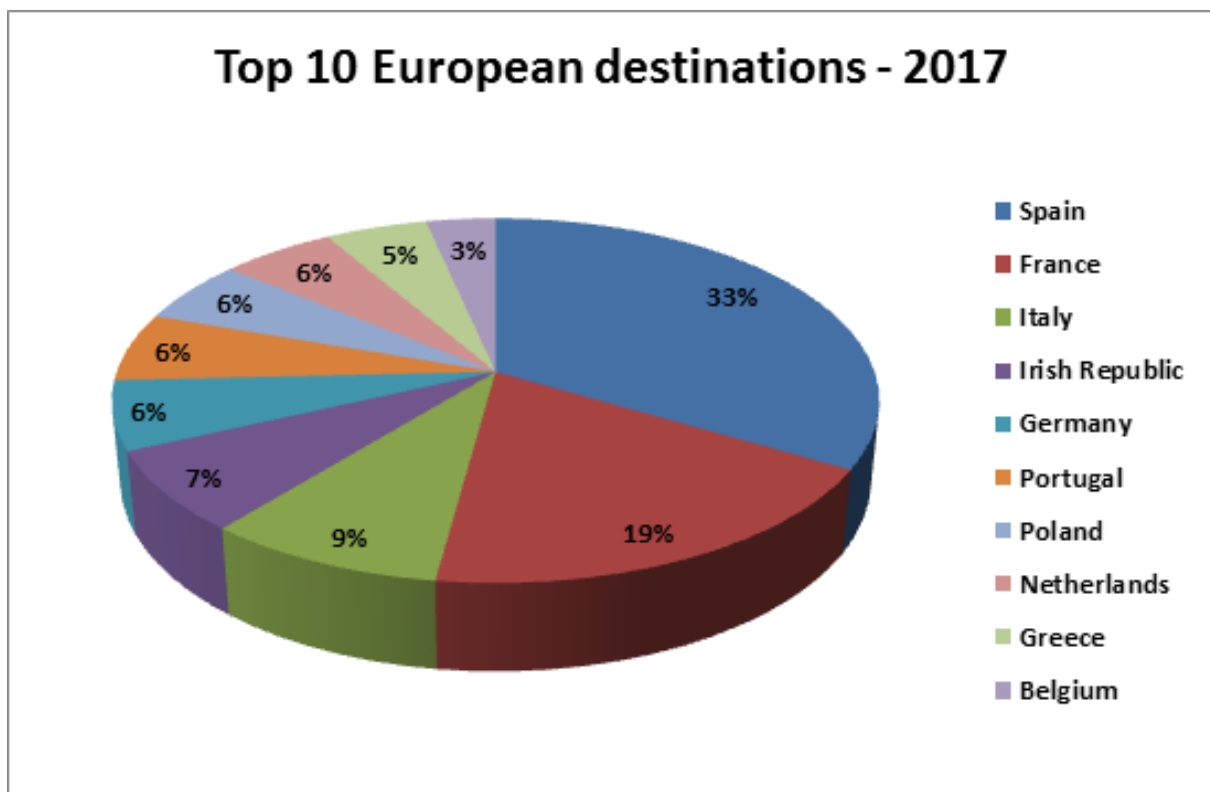
En effet, l'Allemagne a attiré davantage de Britanniques et se positionne maintenant à la cinquième position (contre septième en 2016). Le Portugal perd donc une place dans le classement.

La Pologne a également gagné deux places et se classe à la septième position du top 10.

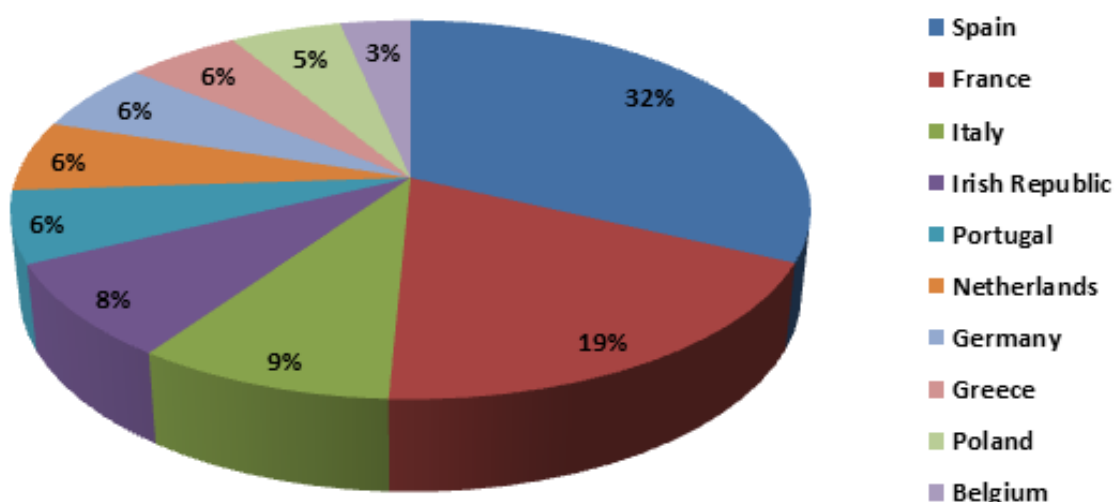
La Grèce et les Pays-Bas ont tous les deux perdu quelques places au classement.

Le top 4 (Espagne, France, Italie et République d'Irlande) n'a pas changé.

La Belgique, elle, conserve toujours sa dixième position.



Top 10 European destinations - 2016



En dehors du top 10 des destinations européennes favorites des Britanniques, les pays d'Europe de l'Est (particulièrement la Bulgarie, la Roumanie et la Russie) ont enregistré une belle performance en 2017 ; principalement pour leurs coûts faibles comparés aux pays de l'Euro Zone.

La Turquie et l'Egypte ont également vu un boom des visites en provenance du Royaume-Uni ainsi qu'au niveau des dépenses. Cela s'explique par leur reprogrammation par de nombreux tour-opérateurs qui avaient arrêté de vendre ces destinations suite aux divers événements qui s'y étaient produits et dont l'Espagne avait d'ailleurs bénéficié.

Concernant les destinations long-courriers, le Brésil, la Nouvelle-Zélande, la Barbade et les Emirats arabes unis sont ceux ayant enregistré les plus grosses hausses.

Cependant, les visites des Britanniques vers les Etats-Unis ont baissé de 5% en 2017 et les dépenses ont diminué de 11% ; ce résultat aurait été influencé, entre autres, par le taux de change ainsi que l'« effet Trump ».

Les principaux concurrents de la France restent donc l'Espagne, qui est la première destination favorite des Britanniques principalement pour les vacances « packagées » en bord de mer, et l'Italie qui, elle, représente la

troisième destination préférées des Britanniques et se positionne davantage comme un concurrent pour la France de par son offre.

En 2017, l'Espagne a connu une augmentation de 8% en termes de visites en provenance du Royaume-Uni et de 9% en termes de dépenses.

L'Italie a vu son nombre de visites britanniques augmenter de 2% en 2017 et les dépenses croître de 1%.

En termes de durée moyenne de séjour et de budget moyen par visite, les séjours en France durent environ 7 nuits tandis qu'ils durent 8 nuits en moyenne en Italie et 9 nuits en Espagne. Le budget moyen dépensé par visite est de 450 £ en France, 572 £ en Italie et 547 £ en Espagne.

Enfin, la tranche d'âge visitant le plus la France et y dépensant le plus est celle des 45-54. Il en est de même pour l'Espagne. En Italie, ce sont les 25-34 qui ont le plus visité le pays en 2017 mais les 45-54 qui y ont le plus dépensé.

Source: Office for National Statistics (ONS)

Atout France

UK & Ireland

300 High Holborn – Lincoln House
London WC1V 7JH
United Kingdom
www.atout-france.fr / www.france.fr

Aurélia Baillon

Aurelia.baillon@atout-france.fr

00 44 (0)207 061 66 29

Market and Consumer Insight Analyst