



COUP D'ŒIL SUR LE PAYS



- ECONOMIE -

Le Royaume-Uni affiche une santé économique plutôt bonne après des restructurations de ses politiques économiques. Il connaissait depuis le début 2013 une reprise économique marquée, mais l'activité s'est ralentie après le vote du 23 juin 2016 en faveur de la sortie de l'UE.

Les économistes tablent désormais sur une croissance de 0,8 % en 2017.

Ce ralentissement devrait affecter le marché du travail, alors que les dernières années avaient vu une baisse du taux de chômage (4,9 % sur le deuxième trimestre 2016) et de fortes créations d'emplois dans le secteur privé.

En 2016

Taux de croissance : + 2 %

Taux de chômage : 4,7 %

Taux d'inflation : 2,5 %

PIB par habitant : 42 500 \$

Monnaie : Livre sterling (1 € = 0,93 £)



- GEOGRAPHIE ET POPULATION -

Situé à l'Ouest de l'Europe, le Royaume-Uni est une île composée de 4 pays qui se répartissent un territoire de 244 820 km² (France métropolitaine : 552 000 km²).

La capitale, Londres, se situe proche de la mer et compte plus de 7 millions d'habitants. La langue officielle est l'Anglais et c'est la langue principale de 375 millions de personnes dans le monde.

La majorité des touristes britanniques en France proviennent des bassins du Sud-est, de Londres et du Sud-ouest.



- POLITIQUE -

De son vrai nom, le Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord est une monarchie constitutionnelle à régime parlementaire composée de 4 pays que sont l'Angleterre, l'Ecosse, le Pays de Galles et l'Irlande du Nord.

Le chef de l'état depuis le 6 février 1956 est la reine Elisabeth II et c'est un symbole très important du pays. Elle détient le record de longévité sur le trône et est actuellement le souverain le plus âgé en exercice. Depuis le 13 juillet 2016, le chef du gouvernement est Theresa May.

La situation du pays est stable bien que marquée récemment par des événements terroristes.



- VACANCES ET CONGES -

En Grande-Bretagne, la présence de 4 pays implique des périodes de vacances scolaires variables selon les zones.

Mais globalement, les élèves ont des congés de printemps d'une durée de 2 jours en Irlande du Nord à 8 jours en Angleterre et au pays de Galles. À Pâques, les élèves anglais, écossais et gallois ont 2 semaines de vacances, et les Irlandais du nord une semaine. Les congés d'été durent de la mi-juillet à début septembre pour l'Angleterre et le Pays de Galles, de fin juin à la mi-août en Ecosse et de début juillet à début septembre en Irlande du Nord.

En fin d'année, la période du Nouvel an offre environ 2 semaines de vacances aux élèves pour toutes les zones.

Il est à noter qu'à partir de septembre 2015, les établissements scolaires en Angleterre ont pu décider de façon individuelle leurs dates de vacances.



- CULTURE ET CADRE DE VIE -

Les vacances à l'étranger ne sont pas nécessairement réservées à une classe aisée, mais bien une habitude à laquelle les consommateurs sont prêts à sacrifier d'autres dépenses.

Le Royaume-Uni est doté d'un riche patrimoine culturel, entre poésie, théâtre, peinture, cinéma ; le pays est réputé dans ces domaines aux quatre coins de la planète. La créativité, la liberté d'esprit et la diversité culturelle sont caractéristiques du peuple britannique. Paradoxalement, leur culture s'est étendue au monde, alors que les Anglais tendent à protéger leur héritage et leurs traditions pour ne pas se laisser influencer par l'évolution extérieure.

FICHE MARCHE

GRANDE BRETAGNE



PROFIL CLIENT

- TYPES DE SEJOUR -



En famille



Séjour haut de gamme



Dans l'arrière-pays rural



Tourisme urbain



Ski : 300 000 Britanniques sur nos pistes en 2016

- DESTINATION FRANCE -

La France se place comme une des destinations privilégiées des touristes venus d'outre-Manche. C'est la **première destination** des touristes britanniques pour les courts séjours, mais aussi pour les vacances aux sports d'hiver, pour les voyages d'affaires et comme destination de résidences secondaires. Les Britanniques apprécient particulièrement de venir séjourner en hébergement de charme (type chalet), dans les Alpes qui offrent d'excellentes conditions de ski.

En 2016, on compte plus de 2,65 millions de courts séjours britanniques en France. Ils représentent également 34 % de part de marché des skieurs, et possèdent 27 % du total des résidences secondaires d'étrangers en France. De plus, les touristes venus de Grande-Bretagne sont très fidèles (66 % de repeaters).

- PREFERENCES -



Locations de villas et cotages



Hôtels



Hébergements de pleine nature



40 % viennent par avion



31 % via le tunnel sous la Manche



25 % en ferries

- MODES DE CONSOMMATION -



Ces dernières années, **le taux de réservation de voyage en ligne avoisine les 70 %**. Ainsi, être présent sur les réseaux sociaux et surveiller sa réputation sur le net donnent de la visibilité et permettent d'atteindre un plus grand nombre de touristes potentiels.



Les **périodes de réservation** s'étalent en règle générale de 2 à 4 mois à l'avance. Mais en ce qui concerne les courts séjours, la réservation peut être faite seulement quelques jours avant le départ, du fait de la croissance des réservations en ligne, de la proximité géographique et des multiples moyens de déplacement entre les deux pays.



En ce qui concerne les réservations, les Britanniques ont pour grande habitude de réserver par eux même leur séjour. Le rôle des agences de voyages s'affaiblit et **45 % des ventes des tour-opérateurs** se font sur internet.



475 € par pax* est le montant de dépenses moyen pour un maximum de 7 jours et par personne en 2017. Une clientèle spécifique est présente, il s'agit des foyers aisés avec revenus supérieurs à **60 000 € par an** recherchant des **séjours haut de gamme**. Sur ce segment, la France doit assumer sa montée en gamme.

* Pax : terme issu de l'anglais qui désigne un passager ou un client (pax = diminutif de passenger)

FICHE MARCHE

GRANDE BRETAGNE



COMPORTEMENT TOURISTIQUE

- A L'INTERNATIONAL -



65,1 millions
d'habitants



70,8 millions
de départs en 2016



80 % des départs
étaient pour l'Europe
en 2016



5 millions de séjours
pour affaires



15 millions de nuitées
pour voyage d'affaires

- EN FRANCE -



12,2 millions
d'arrivées en
2015 (1^{er} rang)



3,7 milliards d'euros
de dépenses
touristiques



Durée moyenne
de séjour :
7 jours



79 millions
de nuitées en
2015



2^{ème} destination européenne
préférée en parts de marché
(1^{er} Espagne)



Taux d'intermédiation* :
22 % pour les séjours
touristiques



84 344 résidences
secondaires, soit
27 % du total étranger

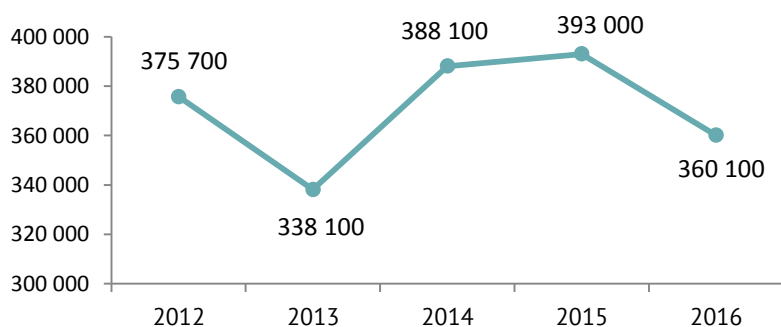
* Taux d'intermédiation : Il s'agit de la part des achats ou réservations effectuées auprès d'un intermédiaire (agence de voyage, tour opérateur, grossiste, etc.)

- EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE -



Durée moyenne de séjour :
1,82 jour en 2016

Evolution des nuitées britanniques en hôtels et campings en Bourgogne-Franche-Comté



- ANNEE 2016 -

HOTELS



4^{ème} clientèle étrangère
234 600 nuitées
11 % des nuitées étrangères
Durée moyenne de séjour : 1,28 jour

CAMPINGS



3^{ème} clientèle étrangère
125 500 nuitées
8,9 % des nuitées étrangères
Durée moyenne de séjour : 2,83 jours

FICHE MARCHE

GRANDE BRETAGNE



BONNES PRATIQUES

- AVANT LE SEJOUR -

Les consommateurs répondent bien à la publicité et achèteront s'ils y trouvent un avantage comme le prix, la qualité, une meilleure conception, la marque ou des bénéfices pour l'environnement.

Il est indispensable d'avoir un site internet en anglais, et si possible en version pour tablettes et smartphones. Il est également important de mener des actions de promotion simples et travailler les relations presse pour bien aborder ce marché. Proposer des nouvelles offres et surveiller son e-réputation font partie des réflexes à adopter. Lorsque l'on dispose d'une offre très spécifique, il faut savoir identifier et cibler les tour-opérateurs de niches.

Enfin, s'appuyer sur le, ou les Britannique(s) résidant déjà sur son territoire est aussi un très bon complément à sa campagne de promotion.

- DURANT LE SEJOUR -

Pour accueillir correctement les touristes britanniques, il est idéal de bien parler anglais. Un accueil chaleureux et une écoute attentive sont la base d'un séjour réussi pour les Britanniques qui apprécient particulièrement l'ouverture d'esprit des populations des pays qu'ils visitent. Discrets, courtois et pragmatiques, ils sont respectueux des valeurs traditionnelles. Ils apprécient échanger avec un personnel souriant et aimable, disponible et accueillant. Ils attendent des conseils personnalisés et des explications avisées. Mettre l'accent sur les services et l'accueil, notamment la conciergerie de destination, reste un point clé pour un séjour réussi.

Ils sont très friands de notre art de vivre et de notre culture. Si le shopping et la mode attirent à Paris, la recherche de villages au mode de vie préservé, de nos paysages, de nos montagnes et de la sécurité de nos infrastructures poussent beaucoup de Britanniques à parcourir nos régions. En Bourgogne-Franche-Comté, on observe deux types principaux de touristes venus du Royaume-Uni : d'une part, ceux qui recherchent seulement une ambiance typique de la région et, d'autre part, ceux qui disposent de connaissances, parfois pointues, voire une véritable expertise, dans un thème qui les passionne, comme par exemple, les vins de Bourgogne.

Le petit-déjeuner est beaucoup plus copieux qu'en France, c'est le repas principal et il est généralement composé de bacon, œufs, toast, tomates, champignons, boudin noir, porridge, marmelade et thé ou café (en formule simplifiée : céréales, yaourt, thé ou café). Les Anglais prennent peu de temps pour déjeuner, généralement 30 minutes, et il s'agit surtout de formules telles que des sandwiches, des chips et des boissons sucrées. Le dîner est pris plus tôt qu'en France, entre 17 heures et 20 heures, mais en vacances en France, ils apprécient un dîner gastronomique, même s'il est plus tardif.

- APRES LE SEJOUR -

La mise en place d'un suivi personnalisé est appréciée par les touristes anglais. Il ne faut donc pas hésiter à renvoyer les nouveautés et les mises à jour. Il est important de rester attentif et réactif aux retours que fait la clientèle notamment sur les réseaux sociaux. En effet, le service après-vente est important dans la mesure où les consommateurs britanniques n'hésitent pas à se plaindre et à défendre leurs droits. Il ne faut pas hésiter à montrer qu'on ne les a pas oubliés.

- POUR EN SAVOIR PLUS -

Consultez le site : pro.bourgognefranche-comte.com

Dominika MICHOT

Chargée de promotion

Tel : 03 80 280 295

d.michot@bfctourisme.com

EMMANUELLE HEZARD- HERVIEU

Direction de la promotion commerciale

Tel : 03 80 280 291

e.hezardhervieu@bfctourisme.com

Sources : INSEE, DGE, ATOUT France, Banque Mondiale, France Diplomatie, CRT Bourgogne-Franche-Comté, Mémento du Tourisme édition 2016