

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ ROYAUME-UNI :
COUP D'OEIL SUR LE PAYS

ECONOMIE

**2^{ème} puissance
économique
européenne****6^{ème} puissance
économique
mondiale****Produit Intérieur Brut**
(\$ US courants) :
2 827,1 milliards**Taux de croissance : 1,4% (2019)****Taux de chômage : 3,7% (2019)****Taux d'inflation : 1,7% (2019)****PIB / hab. (PPA courants) : 48 710 \$ (2019)****Monnaie : Livre sterling** (1€ = 0,89£ au 10/11/2020)

GÉOGRAPHIE ET POPULATION

Superficie : 244 820 km²**Population** : 66 834 400 habitants**Capitale** : Londres**Langue officielle** : Anglais**La majorité des touristes Britanniques en France viennent
des bassins du Sud-Est, de Londres, et du Sud-Ouest.**

POLITIQUE

Régime politique : 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.**Dirigeant** : La Reine Elisabeth II depuis le 6 février 1956**Chef du Gouvernement** : Boris JOHNSON depuis le 24 juillet 2019.**Situation politique du pays** : actuellement « agitée ». Le Royaume-Uni est actuellement phase de sortie de l'Union Européenne, avec une échéance programmée pour le 31 octobre 2019.

VACANCES ET CONGÉS

Période de voyages : de mai à octobre.**Vacances scolaires** : fort étalement du calendrier des vacances scolaires dû aux différents pays qui composent le Royaume-Uni

- 1 ou 2 semaines à la période de Pâques.
- 6 semaines pour les vacances scolaires d'été de mi-juillet à début septembre.

Nombre de congés annuel des salariés : 28 jours ouvrés.**8 jours fériés** par an en Angleterre et Pays de Galles, 9 en Ecosse, 10 en Irlande du Nord.**Fête nationale** : Angleterre **23 avril** / Ecosse **30 novembre** / Pays de Galles **1^{er} mars** / Irlande du Nord **17 mars**.

CULTURE ET CADRE DE VIE



- Les vacances à l'étranger ne sont pas nécessairement réservées à une classe aisée. C'est une habitude pour laquelle les consommateurs sont prêts à sacrifier d'autres dépenses.
- Le respect, la tolérance, la courtoisie et la retenue sont érigées en valeurs sacrées par les Britanniques.
- 62% des Britanniques ne parlent que leur langue.
- Population vieillissante avec une moyenne d'âge de 40 ans.
- La politesse est très importante et la distance physique considérable (ils n'aiment pas être touchés ou embrassés).
- Passionnés de sport : le football, le rugby, le tennis et le golf ont vu le jour au Royaume-Uni.

ÉLÉMENTS LIÉS AU COVID-19

Au 19 janvier 2021**Situation sanitaire** : 3 433 000 cas - 89 900 décès depuis le début de l'épidémie - Confinement total jusqu'au 2 février 2021 à minima.**Éléments de marché** : fragilisation des agents de voyage - difficulté des voyages scolaires et des autocaristes - saison ski 2020-2021 très incertaine - report de la reprise des croisières - gestion des reports de réservation sans nouvelle trésorerie - recapitalisation (Saga...) - réduction actuelle des effectifs (iglu.com, Hays Travel qui avait repris les agences Thomas Cook, TUI...) - fermeture de bureaux (booking.com...) - Réduction de la programmation (Crystal ski Holidays sur les chalets...) - changement de modèle économique (Secret Escapes...).

Ont cessé leur activité : STA Cities direct, Harris Holidays / ski weekends, Tailor Made Travel (racheté par Hays Travel), Specialist Leisure Group / Shearing holidays, King Travel.

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ ROYAUME-UNI :
PROFIL CLIENT

TYPE DE SÉJOUR



En famille

Séjour haut de
gammeDans l'arrière pays
rural

Tourisme urbain

Ski : 300 000
britanniques skiant en
France en 2016

LA DESTINATION FRANCE

La France est une destinations privilégiée par les touristes venus d'outre-Manche. C'est la première destination des touristes britanniques pour les courts séjours, pour les vacances aux sports d'hiver et pour les voyages d'affaires.

Les Britanniques apprécient particulièrement de venir en city-break, en vacances à la mer, et à la campagne.

Les touristes venus de Grande-Bretagne sont très fidèles (61% de repeaters).



Thématiques séjours :

Gastronomie / Paysages, nature / Histoire, culture / Villes / Shopping / Plages

PRÉFÉRENCES



Location de villas et cottages



Hôtels



Hébergements de pleine nature



43% viennent en France par avion



31% via le Tunnel sous la Manche



26% viennent en Ferry

MODES DE CONSOMMATION



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. 65% des arrivées britanniques se font entre avril et septembre.

TAUX D'INTERMÉDIATION*
22% pour la France

* 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.)



Ces dernières années, le taux de réservation de voyage en ligne avoisine 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.



475 € par personne : c'est la dépense moyenne en 2017, pour un séjour d'au maximum 7 jours.

Les foyers aisés (revenus > 60 000 € par an) recherchant des séjours haut de gamme.

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.



BFC TOURISME 360°



FICHE MARCHÉ ROYAUME-UNI :
COMPORTEMENT TOURISTIQUE



À L'INTERNATIONAL



71,7 millions
DE DÉPARTS À L'ÉTRANGER EN
2018



5 millions de séjours
POUR MOTIF D'AFFAIRES

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS

Printemps : 27%
Été : 52%
Automne : 18%
Hiver : 6%



12 744 000 arrivées en France
(1er rang - 14,7% du total)
82 828 000 nuitées en France
(1er rang - 14,2% du total)



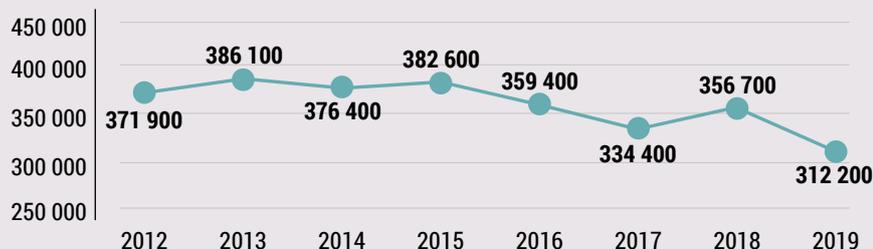
**DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR :**
6,5 jours



**RECETTE TOURISTIQUES
POUR LA FRANCE**
5,77 milliards d'euros

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

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



EN 2019 :

HÔTEL

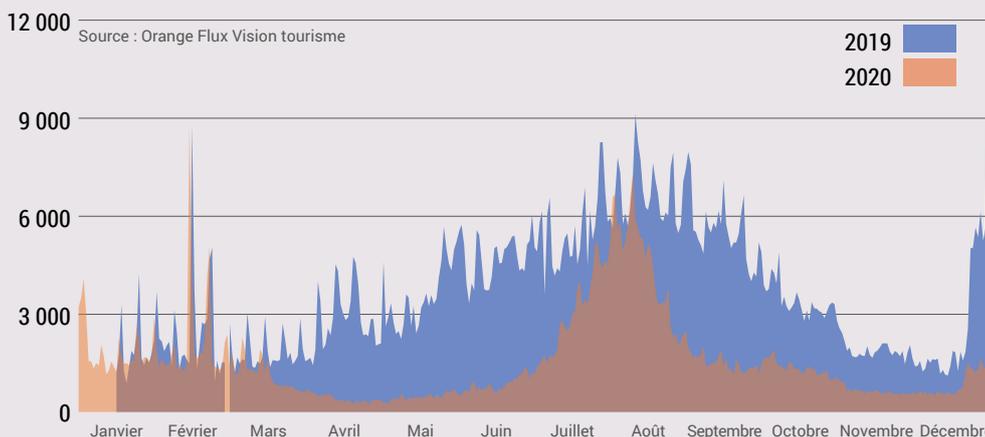
5^{ème} clientèle étrangère
193 900 nuitées
9,6% des nuitées étrangères
Durée de séjour : 1,27 jour



CAMPING

5^{ème} clientèle étrangère
118 300 nuitées
7,4% des nuitées étrangères
Durée de séjour : 2,68 jours

Nuitées britanniques en Bourgogne-Franche-Comté en 2019 et 2020 (données disponibles à partir du 16 janvier 2019 et jusqu'au 31 décembre 2020)



578 000
nuitées britanniques
en 2020
(1 302 000 en 2019)
dont 40,3% en juillet-août
(29,8% en 2019)

3,4 %
des nuitées étrangères
(4,5% en 2019)

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ ROYAUME-UNI :
BONNES PRATIQUES

AVANT LE SÉJOUR

- Les consommateurs répondent bien à la publicité et achètent s'ils y trouvent un avantage : prix, qualité, meilleure conception, marque ou bénéfices pour l'environnement.
- Il est indispensable d'avoir un site internet en anglais, et si possible en version pour tablettes et smartphones.
- Il faut 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.

- Dans le contexte du Brexit, les Britanniques cherchent davantage un bon deal pour leurs vacances. Ne pas hésiter à proposer des packages, des promotions ou d'étaler le paiement.
- Notre région possède une offre adaptée à la cible britannique, en raison des possibilités de randonnées et de nature, de découverte gastronomique, d'histoire et de culture.
- L'art de vivre à la française est aussi un atout et l'immersion dans notre culture peut être facilement proposée à travers les visites des marchés locaux, des ateliers de cuisine, des hébergements de charme ou encore des cours de français.

DURANT LE SÉJOUR

L'accueil :

- Il est impératif de bien parler anglais.
- Un accueil chaleureux et une écoute attentive sont la base d'un séjour réussi pour les Britanniques qui apprécient 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.
- Il est important de mettre l'accent sur les services et l'accueil, notamment la conciergerie de destination.

L'hébergement :

- La sécurité est un critère important pour cette clientèle, tout comme l'accessibilité pour les personnes âgées ou handicapées.
- La présence d'une piscine est un plus.
- Leur donner la possibilité de manger à toute heure.
- Equiper la chambre d'une bouilloire, de sachets de thé, de sucre et de capsules de lait.
- Permettre un accès à la presse et aux chaînes TV Britanniques.
- Penser aux adaptateurs pour les prises de courant.

La journée alimentaire :

- Petit-déjeuner : c'est le repas principal de la journée. Il est copieux,

le fameux « English Breakfast » (œufs au bacon, haricots en sauce, boudin noir et saucisses). Il est plus léger en semaine (toasts, céréales et boisson chaude).

- Déjeuner : Les Anglais prennent peu de temps pour déjeuner, (environ 30 minutes). Le « lunch » est un repas léger pris sur le pouce (sandwichs, fish and chips...).

-Tea time (16h) : il comble les petits creux.

- Dîner (à partir de 18h) : c'est le repas le plus important! L'une de ses particularités est que le fromage vient après le dessert. En vacances en France, ils apprécient un dîner gastronomique, même s'il est plus tardif.

- Boissons : Porto avec le fromage, bière, cidre et vin.

Les habitudes de séjour :

- 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.
- Dans notre région, 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.

APRÈS LE SÉJOUR

- 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

Dominika MICHOT

Chargée de promotion (groupes)

Tél. : 03 80 280 295

d.michot@bfctourisme.com