



Plan d'actions Royaume-Uni & Irlande

Un marché qui revient fort.

Avec une population de 68,3 millions de personnes et une légère croissance positive de 0,1% en 2023, le Royaume Uni revient peu à peu vers une stabilité économique et politique.

Chiffres clés

84

millions de départs vers
l'étranger (2023)

12,5

millions d'arrivées en France
(2023)

7,2

milliards d'euros de recettes
touristiques en France (2023)

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

L'impact du Covid concomitant au Brexit s'est fait durement ressentir et le marché est à la traîne sur la reprise économique.

En amont des élections générales en 2024, le contexte est impacté par l'inflation (9,1% en 2022) et les salaires non-indexés, le ralentissement de l'économie chinoise, la guerre en Ukraine et l'impact sur les coûts de l'énergie. Des facteurs qui ont pour conséquence un niveau élevé de manifestations au Royaume-Uni depuis septembre 2022 et en 2023 (le plus haut niveau depuis 40 ans).

Positionnement de la destination France

Le taux de départ à l'étranger reste fort (75% des Britanniques partent en vacances, dont 51% à l'étranger en 2023). On comptabilise 71 millions de voyages à l'étranger effectués par les Britanniques.

La France est la deuxième destination favorite après l'Espagne. D'après Mintel, le marché outbound des Britanniques devraient revenir, en valeur, aux niveaux de 2019 en 2024 et un peu plus tôt s'agissant des marchés de proximités.

Les vacances à l'étranger ne sont pas nécessairement réservées à une classe aisée mais sont bien une habitude pour laquelle les consommateurs sont prêts à sacrifier d'autres dépenses, notamment dans le contexte politique, sanitaire et économique actuel. Par ailleurs, nous constatons aussi une **hausse de la durée de séjour à l'étranger** (69% des séjours à l'étranger de 1 à 2 semaines) ainsi qu'une hausse du segment premium (34% des babyboomers ont un budget supérieur à £1500, contre seulement 17% de la génération Z).

Le marché britannique est en croissance et représente à nouveau le second poids lourd de la clientèle internationale en France.

Pour rappel avec un peu **plus de 12 millions d'arrivées en 2019**, il pesait près de 15% des touristes internationaux en France. En 2023, selon Oxford Economics, le marché se rapproche des chiffres de pré-pandémie. 11,6 millions de visiteurs en provenance du Royaume Uni seraient attendus en France. Avec un peu de 6,1 milliards d'euros de dépenses les Britanniques jouent un rôle majeur dans l'économie touristique du territoire.

Si la France est plus en concurrence avec l'Italie, ceci est dû à un positionnement naturellement très différent de l'Espagne (destination soleil et package vs culture et gastronomie).

En 2022, la France était la **première destination ski des Britanniques** représentant environ 30% des journées skieurs étrangères et la seconde sur le tourisme d'affaires, avec 12% de part de marché derrière l'Allemagne (13%). En 2022, selon les chiffres d'Oxford Economics, 9,1 millions de Britanniques se sont rendus en France et ont dépensé près de 6,1 milliards d'Euros.

Connectivité

La destination bénéficie d'une excellente connectivité qui retrouve peu à peu les fréquences de 2019. Les capacités aériennes affichent même un prévisionnel supérieure à 2019 sur les 3 derniers mois de 2023. Les ferrys affichent +45% en juillet 2023 vs juillet 2022 et l'Eurostar annonce être entre 15% et 20% des chiffres de 2019, avec, certes, moins de dessertes qu'avant.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La destination est naturellement attrayante par **son accessibilité et sa proximité** (surtout pour la clientèle du sud-est de l'Angleterre) malgré une réputation de destination moins abordable que l'Italie ou l'Espagne, ce qui nous place naturellement sur un segment plus haut de gamme.

Selon la saison, les **activités culturelles, short breaks et ski** sont plébiscités naturellement par les Britanniques. Si les Alpes du Nord sont la destination favorite pour les skieurs Britanniques, c'est le sud et la côte ouest qui attirent le plus

de visiteurs le reste du temps.

MICE

Le secteur des rencontres professionnelles rebondit, lui, plus tardivement, avec un accent mis aussi sur la consommation responsable et durable (plus fort que le b2B loisirs). Des secteurs toujours en croissance : fintech, health tech, e-gaming. Des RFP encore très last minute, avec une prédominance d'un transport ferroviaire.

Distribution

Du point de vue du BtoB, même si le taux d'intermédiation vers la France est relativement faible au Royaume-Uni (16% environ contre 48% sur l'Espagne), il reste élevé sur les niches (ski, golf, œnotourisme, cyclotourisme...). Il faut aussi noter le rôle de plateforme internationale que joue le Royaume Uni avec ses nombreuses sociétés ayant des clientèles d'autres continents (Amériques, Asie, Moyen-Orient etc.)

Le grand public britannique ne place pas l'aspect durable et responsable comme une des priorités dans son choix de destination de vacances. Cependant on peut noter que 43% des Britanniques indiquent que leurs préoccupations durables favorisent les destinations court-courrier et domestique (notamment sur la cible des 16-24 ans).

Nos recommandations pour aborder ce marché

Le rebond du marché est enfin indéniable et s'il nous faut prêter une attention particulière au **coût de la vie** (inflation notamment alimentaire, coûts des logements, hausse des taux bancaires) et son impact sur la consommation ainsi que la **mise en place de l'ETIAS** et des contrôles biométriques pour ne pas impacter la fluidité des passages, nous pouvons entrevoir un retour aux niveaux de 2019 très prochainement.

En 2024 nous devons aussi garder un œil sur l'impact des prochaines élections générales et ses conséquences politiques et économiques ainsi que l'effet JO2024.

Ceci nous oblige à maintenir un positionnement stratégique vers une clientèle plutôt premium, avec l'accent mis sur « value for money » notamment pour le segment famille.

Il faudra aussi saisir les opportunités et aller à la rencontre du B2B dans un contexte de reprise concurrentiel et complexe.

Sources: ONS, World Bank, PwC, European Commission, MINTEL, DGE, INSEE, enquête EVE, Banque de France

Wine Festival week 2023 : VIP networking event

Le marché Royaume-Uni & Irlande en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

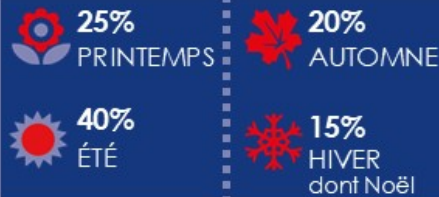
ROYAUME UNI

Quelques données économiques

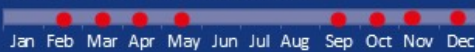
 68,27 MILLIONS d'habitants (2023)

 58 906 \$ PIB/habitant (PPA) (2023)

 +0,1% CROISSANCE en 2023
 +1,1% en 2024 (est. FMI)
 +1,5% en 2025 (est. FMI)



Période de réservation



Principales destinations visitées en France




Taux de change

 = 0.83£

Données touristiques en 2023

84,4 MILLIONS de départs vers l'étranger depuis le Royaume-Uni

-6% Par rapport à 2019

 **12,5** MILLIONS d'arrivées en France (12M en 2019)

7,2 MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme des Britanniques


6,5 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs

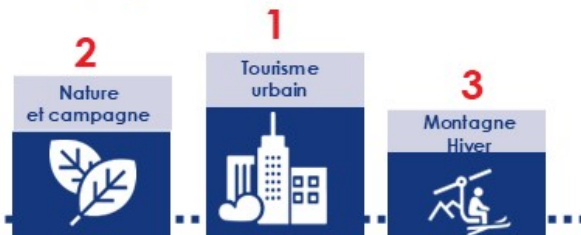


Londres Sud-Est
 Manchester Édimbourg

Profil voyageurs

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

TOP 3 des motivations de voyages en France



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

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

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Destination Alliance lunch associations](#) : Rencontres B2B / Organismes d'événements MICE français, Organismes d'événements MICE internationaux
- [World Travel Market London 2025](#) : Salons / Professionnels internationaux
- [The Meetings show 2025](#) : Salons / Organismes d'événements MICE internationaux
- [France by train](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux

Marchés d'intervention : Royaume-Uni

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Organisateur d'événements MICE français, Organisateur d'événements MICE internationaux

Destinations Alliance est un réseau de CVB, Office du tourisme (national et regional) représentant plusieurs villes au niveau international et ciblant le marché Britannique outbound.

Ses membres offrent aux acheteurs et professionnels de l'événementiel: associations, agences et clients corporate, une assistance dans la recherche et l'organisation d'événements de toutes tailles à leur destination.

Chaque année, Destination Alliance offre à ses membres la possibilité de se réunir autour d'un lunch et de bénéficier d'une option de networking, d'échanges et de tendances avec un groupe de 25 à 30 associations pré-sélectionnées.

Ce Lunch dure généralement 4h (12h-16h) et se déroule au centre de Londres. Il est modéré et offre un panel de discussion sur un thème du jour pour les associations.

Il n'y a pas de date confirmée mais il se déroule normalement entre la deuxième quinzaine de Novembre et la première semaine de Décembre.

OBJECTIFS

- Cibler les Associations
- Networking
- Etablir et entretenir des relations professionnelles, mettre en avant vos USP, rencontrer de nouvelles associations

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Associations

Nombre de partenaires souhaités :

1

CONDITIONS

Précisions tarifaires :

Date limite d'inscription : Octobre 2024 Coûts approximatif : £600

FORMAT

Liste des sessions :

Destination Alliance Lunch Associations

Date de début	: 18 novembre 2024
Date de fin	: 06 décembre 2024
Date limite d'inscription	: 01 octobre 2024

Lieu :

Centre Londres

Format de l'opération :

Lunch et Networking

Profil visiteur :

Associations

Visiteur attendu :

25 à 30 participants

Media / Support :

Logo et un descriptif de l'entité en anglais

Barton - Celine celine.barton@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention : Royaume-Uni

Type de rendez-vous : Salons

Public attendu : Professionnels internationaux

Salon International Professionnel (dates exactes en novembre sera précise mi novembre 2024).
Rencontres des professionnels internationaux et Britanniques majeurs mondialement

OBJECTIFS

- Rencontres de professionnels afin d'accroître programmations et ventes
- Renforcement de notoriété
- Renforcer ses liens commerciaux

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, hébergeurs, DMC, musées, autres (privés et institutionnels))

Nombre de partenaires souhaités :

60

Visibilité partenaire :

Visibilité via un module mais aussi via la plateforme du salon ainsi que les supports de communication Atout France.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

31 mars 2025

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif : Entre 3.950 £ HT et 7.000 £ HT

FORMAT

Liste des sessions :

World Travel Market London 2025

Date de début : 04 novembre 2025
Date de fin : 07 novembre 2025
Date limite d'inscription : 29 mars 2025

Lieu :

Excel, Londres

Format de l'opération :

Salon qui se déroule sur 3 jours dans le centre de congrès ExCel. Zone identifiée France avec modules offrant de la visibilité et un espace de rencontres.

Indicateur de performance :

Nombre de visiteurs, nombre de rendez-vous, réservations, signature de contrat le cas-échéant,

Edition précédente :

Une bonne satisfaction des partenaires 7/10 dans son ensemble sur l'expérience de ce salon. Une moyenne de 25-30 RDV (Retour questionnaires de satisfaction ATF 2022)

Profil visiteur :

Agences de voyages, tour opérateurs, grossistes

Visiteur attendu :

35000

Media / Support :

Presse professionnelle et autres (journalistes, blogueurs).
3.000 journalistes ont visités le salon en 2023

Renaud-Elliott - Vanessa vanessa.renaud@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention : Royaume-Uni

Type de rendez-vous : Salons

Public attendu : Organisateur d'événements MICE internationaux

Ce salon professionnel de 2 jours se déroule à Excel, Londres et accueille près de 6000 professionnels de l'événementiel (dont 1600 hosted buyers); spécialisés dans l'organisation de réunions et d'événements de toute taille: acheteurs, planificateurs internes, associations, médias; majoritairement Britannique 95%, avec une faible participation des marchés Zone Europe.

Il accueille 680 exposants britanniques et internationaux : Bureaux des congrès, hôtels, Groupes hôteliers, DMC, centres de conférence. Il se déroule en conjonction avec le Business Travel Show et le Tech Show.

OBJECTIFS

- Cibler les Agences événementielles et Corporate Britanniques
- Valoriser et positionner l'offre Mice France auprès de professionnels de l'évènementiel
- Etablir et entretenir des relations professionnelles, mettre en avant vos USP, rencontrer de nouveaux acheteurs

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

CVB, Hotels, DMC, Experiences

Nombre de partenaires souhaités :

10 minimum et 16 Maximum

Visibilité partenaire :

Sur le site du Meetings Show Postes reseaux sociaux (LinkedIn et Twitter) sur Atout France Convention Bureau Signalétique individuelle sur les tables pendant le salon

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

Date limite d'inscription : Vendredi 28 Fevrier 2025 pour un tarif Early Bird

Précisions tarifaires :

Coûts approximatif (en attente de la confirmation de l'espace) : Tarif early Bird (28/2/2025) £ 5000 en table simple £ 7000 en table double

FORMAT

Liste des sessions :

The Meetings show 2025

Date de début	: 25 juin 2025
Date de fin	: 26 juin 2025
Date limite d'inscription	: 28 février 2025

Lieu :

Excel, Londres, 1 Western Gateway, Royal Victoria Dock, London E16 1XL

Format de l'opération :

- Atout France prend en charge toute la logistique du stand: emplacement, mobilier, visibilité et signalétique, services (eau et cafe), Wifi, Scanner et création du profil et de chaque participants en ligne.
- 2 jours de salon avec rendez-vous préprogrammés (20 mins) avec des acheteurs majoritairement britanniques 95% (professionnels de l'évènementiel) et une faible proportion d'acheteurs Européens + Visitorat libre.
- Gestion de votre profil et agenda en ligne, ainsi que de vos prises de RDV, un mois avant le Salon, sur une plateforme digitale
- Training sur la plateforme organise par Le Meetings Show.
- Communication sur les réseaux sociaux en amont
- Possibilité de faire des présentations groupées sur le stand Atout France
- Possibilité d'organiser un Fam trip à l'issu du salon a votre charge (recrutement organise par le salon auprès des Hosted Buyers)
- Partage de tous les contacts scannés sur le stand a l'issu du salon

Indicateur de performance :

En 2024: 11 partenaires, 140 Meetings et contacts scannés, 2 RFP, 1 Fam trip à Lille en partenariat avec Hello Lille, Eurostar et le Resort Barriere
En 2023: 18 partenaires, 270 meetings et contacts scannés, 4 RFP, Un Fam trip a Paris en partenariat avec Eurostar et 25 hours Terminus Nord

Edition précédente :

En 2024, 95% acheteurs étaient Britanniques et 5% Europe: Agences événementielles, clients Corporate ((organisateur d'évènements/hospitalités/planners) et faible participation des Associations. Il y a également un visitorat libre compose majoritairement de Freelance dans l'évènementiel. 62 % des visiteurs étaient nouveaux sur le salon. Le total des visiteurs était de 6077 professionnels de l'évènement. TMS applique un tarif pour les supliers, étudiants pour garantir la qualité de l'expérience des exposants et de leur RDV. 10 rendez-vous en moyenne par partenaires, 684 exposants et 8265 RDV pré-arrangés sur le salon

En 2023: 220 contacts ont été collectés, avec une moyenne de 15 RDV par partenaires , 97% des acheteurs en provenance du UK, Première visite pour 53% des visiteurs , 46% des Hosted Buyers avaient assisté aux 2 éditions précédentes , 45% des HB étaient nouveau sur le salon et 7635 RDV pré-arranges sur le salon.

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention : Royaume-Uni

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières : Culture & patrimoine, Gastronomie, Ville

Première édition d'un événement networking en collaboration avec la SNCF UK

OBJECTIFS

- Promouvoir son accessibilité par le train
- Conquête et/ou fidélisation professionnels
- Mettre en avant ses nouvelles offres

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, DMC, hébergeurs, prestataires expériences

Nombre de partenaires souhaités :

10 pax maximum

Visibilité partenaire :

Mention sur invitation et dans la E-newsletter (1200 contacts généralistes), table avec signalétique. Présence sur l'événement sur la base de milieu de journée/soirée

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

31 janvier 2025

Précisions tarifaires :

2300 GBP HT

FORMAT

Liste des sessions :

France by train

Date de la session : 14 mai 2025

Date limite d'inscription : 31 janvier 2025

Lieu :

Central London

Format de l'opération :

Networking

Indicateur de performance :

Qualité des acheteurs, programmation de l'offre, ventes, création de relation

Edition précédente :

Nouveau en 2025

Profil visiteur :

Tour opérateurs et agents de voyages

Visiteur attendu :

20-30 pax

Renaud-Elliott - Vanessa vanessa.renaud@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2024

- [Presse UK & Irlande - Actions a la carte](#) :
- [Campagne The French Way](#) : Campagnes

2025

- [Campagne #ExploreFrance 2025](#) : Campagnes
- [Marchés UK & Irlande: Package communication digitale et e-newsletter](#) : Campagnes /
Organisateurs d'événements MICE internationaux

Marchés d'intervention : Irlande, Royaume-Uni

Nous proposons des actions et packages sur mesure pour les partenaires souhaitant maximiser leur présence sur les marchés UK et Irlande.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Tous types

FORMAT

Format de l'opération :

- **Voyage de presse Groupe - £825 HTVA** (excluant transports vers / de la France)?
- **Breakfast with... - £850 HTVA - Petit-déjeuner / Opération éclair auprès de 10 médias britanniques ciblés.** Format présentiel.
- **Communiqué(s) de presse** - Doit contenir des nouvelles fortes et pertinentes pour le marché cible. Atout France détient le contrôle éditorial des communiqués envoyés et distribuera ces derniers aux médias concernés.
- **Newsletters** - Un article ou bien 100% dédiée a votre destination. ATF détient le contrôle éditorial des newsletters envoyées.
- **Présence en ligne sur notre blog FranceUncovered.com ?**
- **Présence en ligne sur notre compte Twitter @UK_AtoutFrance?**
- **Analyse des cuttings / coupures de presse pour votre destination / survey**

Note : La faisabilité de ces éléments dépendra de la situation sanitaire en France et au UK, ainsi que de la pertinence du message pour la presse Britannique / Irlandaise.

Teste - Marine marine.teste@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention : Allemagne, Belgique, Espagne, Etats-Unis, Irlande, Italie, Luxembourg
Type de rendez-vous : Campagnes

Afin de poursuivre le rayonnement de la France à l'international et maintenir son positionnement en tête des destinations MICE, Atout France poursuit en 2024 la campagne The French Way en Europe et aux Etats-Unis.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Bureaux des congrès, Offices de tourisme, Comités régionaux du tourisme

FORMAT

Format de l'opération :

La campagne s'appuie sur une collection de contenus immersifs et originaux intégrant une vidéo ainsi qu'une série de visuels inspirants qui incarnent une France moderne et audacieuse dans sa proposition de valeur. La signature *The French Way*, « à la française », donne le ton d'une expérience unique mêlant authenticité et savoir-faire, mais aussi innovation et audace, au service de la réussite des événements. Un message renforcé par le jeu de contraste entre images et mots-clés associés, dans les visuels de cette campagne.

Profil visiteur :

Organisateurs d'évènements, agences, entreprises grand compte ou encore associations internationales

Visiteur attendu :

Selon le budget investi

Media / Support :

Canaux digitaux (Linkedin, Youtube, sites ciblés)

MERIGNAC - Alexandra alexandra.merignac@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention : Allemagne, Belgique, Canada, Espagne, Etats-Unis, Italie, Pays-Bas

Dans le cadre de la reprise de l'activité touristique en Europe, Atout France et 13 CRT/ADT de France métropolitaine lance une campagne graduelle, agile, pensée pour s'adapter à l'évolution de la conjoncture / du contexte sanitaire en France et sur les marchés internationaux.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels, partenaires privés

FORMAT

Format de l'opération :

Volet 1 – Tronc Commun – Objectif : notoriété France

- Valorisation des 13 régions métropolitaines
- Promotion de la marque Explore France

Volet 2 – Objectif : notoriété focus régionaux

- Campagnes segmentées par marque de destination
- Marque Explore France + marques de destination

Volet 3 – Objectif : conversion / déclencher des séjours

- Campagne de conversion en lien avec les acteurs privés, dont transporteurs et distribution
- Marque Explore France + marques de destination + marques des privés

Indicateur de performance :

Reach, impressions, clicks, vues vidéos, vues vidéos 100% engagement, volume de vente, chiffre d'affaires engendré etc.

Media / Support :

Digital : réseaux sociaux, programmatique, display, sites affinitaires, etc.

Reseau social :

france.fr

MANDRILLON - Sophie s.m@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

MARCHÉS UK & IRLANDE: PACKAGE COMMUNICATION DIGITALE ET E-NEWSLETTER

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Royaume-Uni

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Organismes d'événements MICE internationaux

Promotion par le biais d'une Newsletter dédiée et mise en valeur de votre destination/produit/service auprès de la base de données B2B Mice d'Atout France UK & Irlande : 3000 Contacts (agences événementielles, Venue Finders, Corporate, PAs et Associations).

Ce package offre également un poste sur la page LinkedIn Internationale Atout France Convention Bureau, ainsi qu'un post sur la communauté freelance événementielles des Delegate Wranglers 23K abonnées/followers (venue Finders, organisateur d'événements professionnels).

Les cibles peuvent être sélectionnées selon le focus et nous partageons un rapport complet avec liste des contacts ayant interagi avec votre newsletter, taux d'ouverture, liens cliqués...

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Vous fournissez : Images H.D – Logos – texte pour le contenu (en anglais) – Liens
- Nous revoyons votre contenu avant envoi pour s'assurer qu'il fonctionne avec la cible
- Nous pre-selectionnons vos cibles selon vos focus
- Nous partageons un rapport complet avec liste des contacts ayant interagi avec votre newsletter, taux d'ouverture, liens cliqués...

Indicateur de performance :

En début d'année 2024, le taux en moyenne d'ouverture était entre 12% et 20% et le Taux de clics entre 10% et 15%.

Barton - Celine celine.barton@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

