

Fiche marché

Fiche marché Grande-Bretagne 2009



Fiche marché Grande-Bretagne 2009

Observatoire Régional du Tourisme / MITRA

Sommaire

◆ Données générales

- ◆ Population
- ◆ Economie

◆ Données sur le marché Britannique

◆ La fréquentation hôtelière en Rhône-Alpes 2000 – 2008

◆ Les résidences secondaires détenues par les Britanniques en Rhône-Alpes

◆ Les facteurs ayant un impact sur le marché en 2009

Données générales

La Grande-Bretagne (en anglais Great Britain) est une île bordant la côte nord-ouest de l'Europe continentale. Elle représente la majorité du territoire du Royaume-Uni. En son acception politique, ce toponyme désigne l'Angleterre, le Pays de Galles, l'Irlande du Nord et l'Écosse ainsi que la plupart des territoires insulaires contigus à l'exclusion de l'Île de Man et des Îles Anglo-Normandes. Située à la confluence de l'Atlantique et de la mer du Nord, elle est séparée de l'Irlande par la mer d'Irlande et du continent par la Manche.

Population : 60,9 millions d'habitants (2008)

- Superficie : 229 850 km²
- Densité : 252,3 habitants au km²
- Capitale : Londres

Economie : données 2008

- PIB par habitant: 35 300 \$US (33 800 \$US pour la France)
- Croissance du PIB :
- Taux d'inflation : +2,4% (par rapport à 2007)
- Taux de chômage : 5,4%

Economie : premières tendances 2009

Le PIB britannique est en baisse depuis le début de l'année 2009 : -4.1 % au premier trimestre 2009, comparé au premier trimestre 2008.

L'inflation annuelle en avril 2009= 2.3%, soit une baisse par rapport à avril 2008 de 0.7%, due à la baisse générale des prix sur le marché (électricité, gaz, loyers...)

Le taux de chômage était de 7.1% au 1er trimestre 2009, soit une augmentation de 1.8% par rapport à la même période en 2008
Les prix en Europe sont au moins 33% plus chers pour les Britanniques qu'ils ne l'étaient en 2008 à cause du taux de change (£/€) défavorable



Présentation du marché Britannique : visites à l'étranger – Données 2008

Source : « Présentation Marché Britannique aux Journées Partenariales Atout France de Juin 2009 ».

- 68.644 millions de visites à l'étranger = Loisirs: 87,30% / Affaires: 12,70%
- Cela représente £36.523 milliards de dépenses
- Les séjours se répartissent ainsi suivant leur durée : courts séjours (1-3 nuits): 15% et longs séjours: (+4 nuits): 85%
- **Pour leur vacances****, les Britanniques préfèrent partir à l'étranger, ce qui s'explique par les dépenses plus élevées à l'étranger
- **Evolution importante des courts séjours** de 2003-2007: +23% en volume et +30% en valeur

* Visites= séjours + excursions - ** Vacances = séjours

Source: www.tourismtrade.org.uk, www.statistics.gov.uk

Top 5 des destinations étrangères des Britanniques

Visites En milliers	2006	2007	2008	Évolution 07-08
Espagne	14 428	13 869	13 820	-0.3%
France	10 854	11 201	10 859	-3%
Irlande	4 682	4 205	3976	+0.15%
États Unis	3 986	3923	3 929	+0.15%
Italie	3 380	3 569	3 352	-6%

En 2008, la France a maintenu sa position parmi les destinations favorites auprès des Britanniques. Elle vient en second derrière l'Espagne qui demeure en 2008 la 1ère destination.

Dépenses en millions £	2006	2007	2008	Évolution 07-08
Espagne	6022	6 120	6494	+6%
France	3 796	3 830	4 019	+5%
États Unis	3 545	3 686	3 605	-2%
Italie	1 565	1 829	1 782	-2.5%
Irlande	1 118	1 008	1 073	+6.4%

Destination France

◆ Chiffres clés :

- Dépense moyenne par personne et par visite : £370 (+1.3% vs 2007)
- Durée moyenne du séjour: 7.1 nuits
- Dépense moyenne par personne et jour: £52

◆ Profil du touriste britannique

La tranche d'âge qui visite le plus la France sont 25-54 ans (57% des visiteurs)
Provenance : Sud Est de l'Angleterre (Londres) pour les deux tiers

Source: Mintel 2009

◆ Comportement des touristes en France :

Source : « Présentation Marché Britannique aux Journées Partenariales Atout France de Juin 2009 ».

Répartition des séjours :

- Les courts séjours (1-3 nuits) représentent 16.6% du total ,les «city breaks» sont à présent le type de courts séjours préférés des Britanniques
- Longs séjours (+4 nuits): 83.40%, la France est toujours la destination favorite des Britanniques pour les longs séjours

Les Britanniques optent majoritairement pour l'hôtel, surtout en 2 et 3 étoiles

Les résidences secondaires deviennent de plus en plus populaires (+12% depuis 2000).

Le camping devrait connaître un renouveau à l'étranger au niveau de la clientèle britannique en 2009, à l'image de la croissance qu'a connue ce secteur en 2008 sur le marché domestique

Source: ONS 2008, Mintel 2009

Modes de réservation

	2004	2006	2008	Évolution 04-08
Agents de voyages	26%	21.2%	21.9%	-4.1 %
TO	23.9 %	20.4%	14.3%	-9.6%
Indépendant	48.5%	59.4%	66.5%	+18%

Internet continue de dominer en matière de mode de réservation et reste largement le moyen le plus utilisé pour les achats de séjours en France comparé aux destinations concurrentes européennes.

De plus en plus, les voyageurs préfèrent réserver eux-mêmes les hébergements séparément des moyens de transport.

◆ Analyse marketing de la destination France

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> •La diversité culturelle (patrimoine, culture,...) •La diversité des types de séjours •La préservation de la nature •La reconnaissance d'une véritable qualité de vie •La variété de l'offre des activités •La variété de l'hébergement •La facilité d'accès 	<ul style="list-style-type: none"> •Taux de change £/€/ coût de l'Euro •La barrière de la langue •Qualité de l'accueil
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> •Destination attractive pour les familles •La proximité •La gastronomie et le vin •Les seniors et les classes sociales A & B (Cadres, chefs d'entreprise, professions libérales, ...) qui connaissent bien la France et qui y retournent souvent 	<ul style="list-style-type: none"> •L'américanisation de la destination •Une perte d'authenticité de la France •Une trop grande familiarité de la destination

Grande Bretagne 2008

Hôtellerie : l'attrait des sommets

- La Grande Bretagne est le 1^{er} pays étranger dans l'hôtellerie de Rhône-Alpes avec 27% des nuitées étrangères hôtelières en 2008.
- Un marché globalement stable au cours des années, malgré de légères oscillations.
- En 2008 Rhône-Alpes représente 9% des nuitées britanniques sur le territoire national, elle se place ainsi en 3^{ème} position derrière l'Île de France (44%) et PACA (10%).
- 58% des nuitées se déroulent dans les hôtels de catégorie 3 ou 4 étoiles.
- Sa durée moyenne de séjour en région est de 2,9 nuits
- 83% de leurs nuitées se déroulent dans les départements Alpains de la région

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes / France

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Rhône-Alpes	1 325 425	1 388 235	1 314 109	1 387 378	1 433 241	1 369 626	1 390 810	1 307 393	1 260 828
France	16 196 034	16 939 342	18 170 684	16 551 450	16 218 151	15 943 206	14 963 726	15 604 333	14 708 248
Part de RA	8%	8%	7%	8%	9%	9%	9%	8%	9%

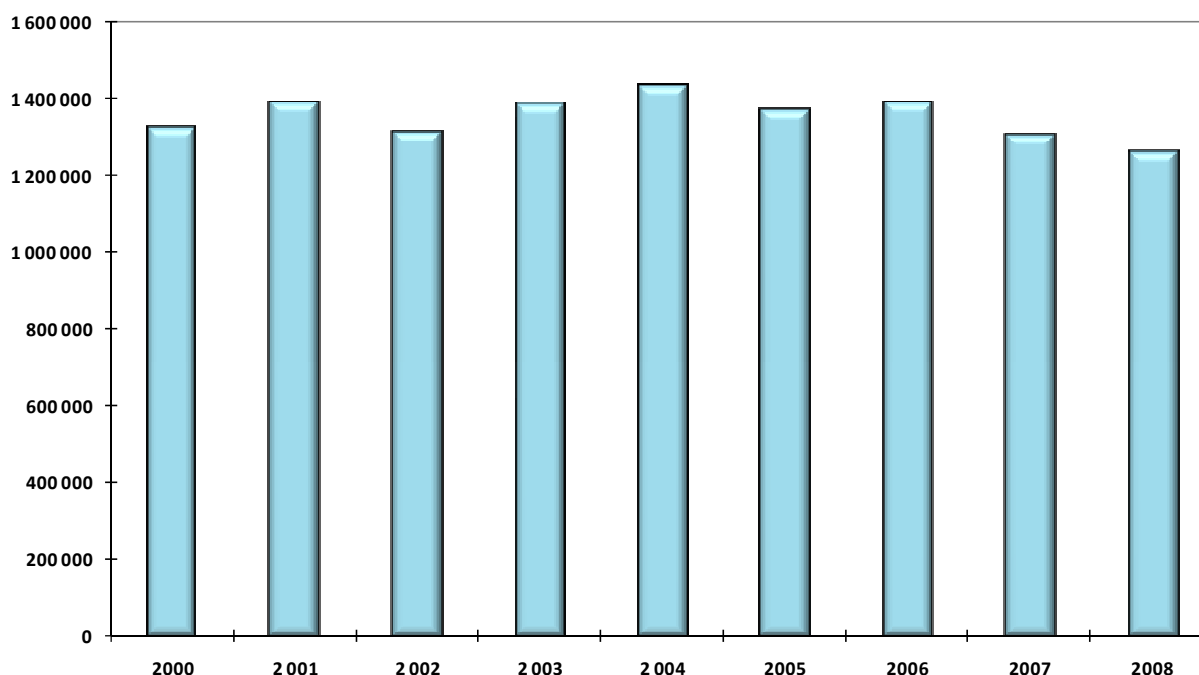
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Part de marché régionale

	Nuitées	Part de marché régionale
Île-de-France	6 512 583	44%
Provence-Alpes-Côte-D'azur	1 528 249	10%
Rhône-Alpes	1 260 828	9%

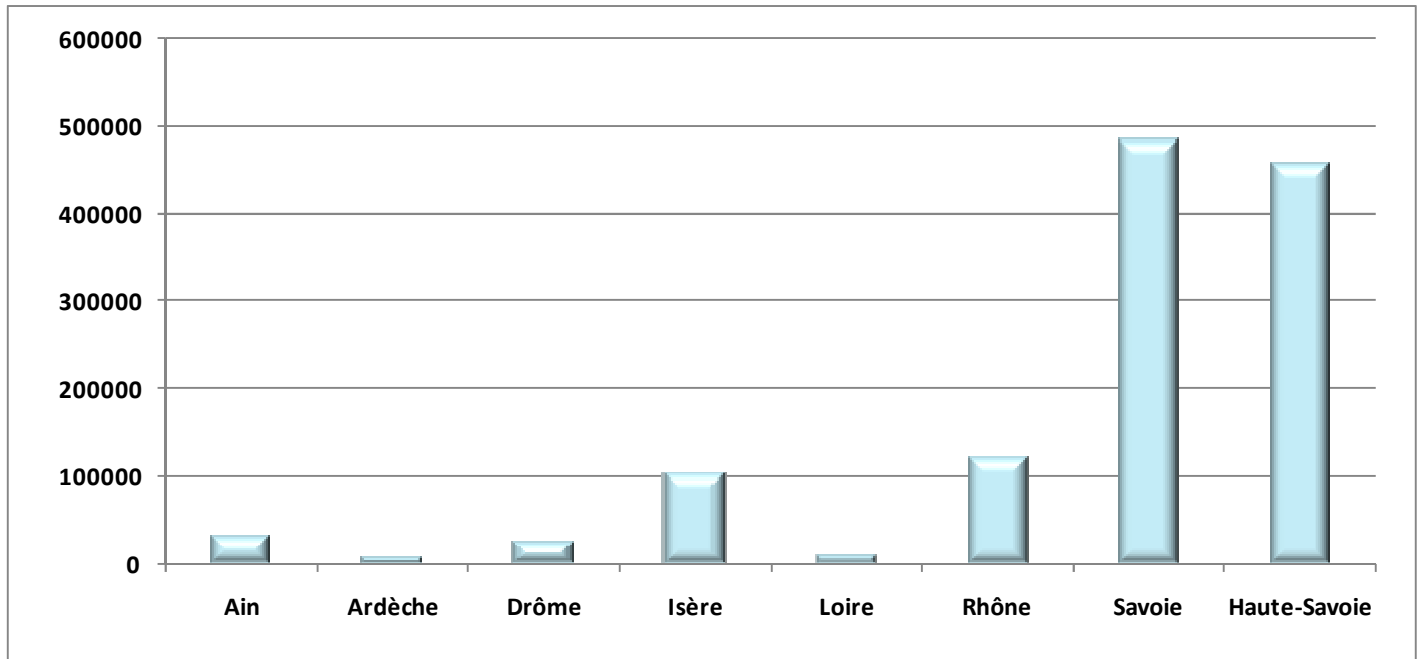
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes



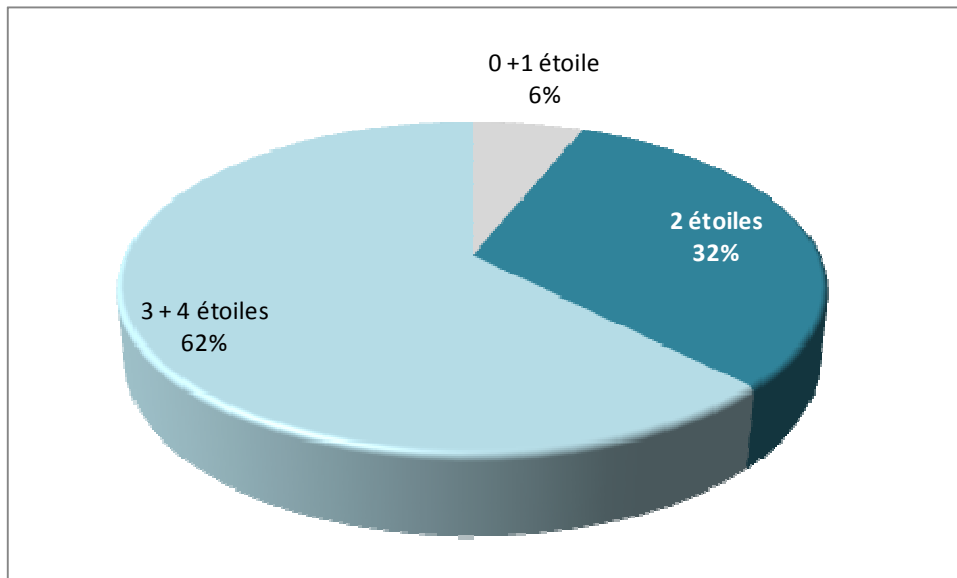
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / Traitement ORT - MITRA

◆ Répartition départementale 2008



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Répartition par catégorie d'étoiles



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

Hôtellerie de plein air : un niveau plafond

- La Grande Bretagne est le 4^{ème} pays étranger avec 8% des nuitées étrangères dans les campings de Rhône-Alpes en 2008.
- Rhône-Alpes représente en moyenne 4% des nuitées britanniques réalisées en camping sur le territoire national, soit la 9^{ème} région choisie en France.
- Particularité de cette nationalité : leur département préféré en Rhône-Alpes est la Haute-Savoie (36% des nuitées) suivi par l'Ardèche (20%) et l'Isère (15%).
- 80% de leurs nuitées se déroulent dans les campings 3 et 4 étoiles de la région, soit un niveau équivalent à la moyenne étrangère.

◆ Evolution des nuitées en Rhône-Alpes / France

Grande Bretagne	2000	2 001	2 002	2 003	2 004	2005	2006	2007	2008
Rhône-Alpes	217 825	234 200	221 969	227 343	240 142	272 749	263 771	267 634	244 329
France	5 741 171	6 331 196	6 397 918	7 113 522	6 049 229	6 512 954	6 711 849	6 609 036	6 767 879
Part de RA	4%	4%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%

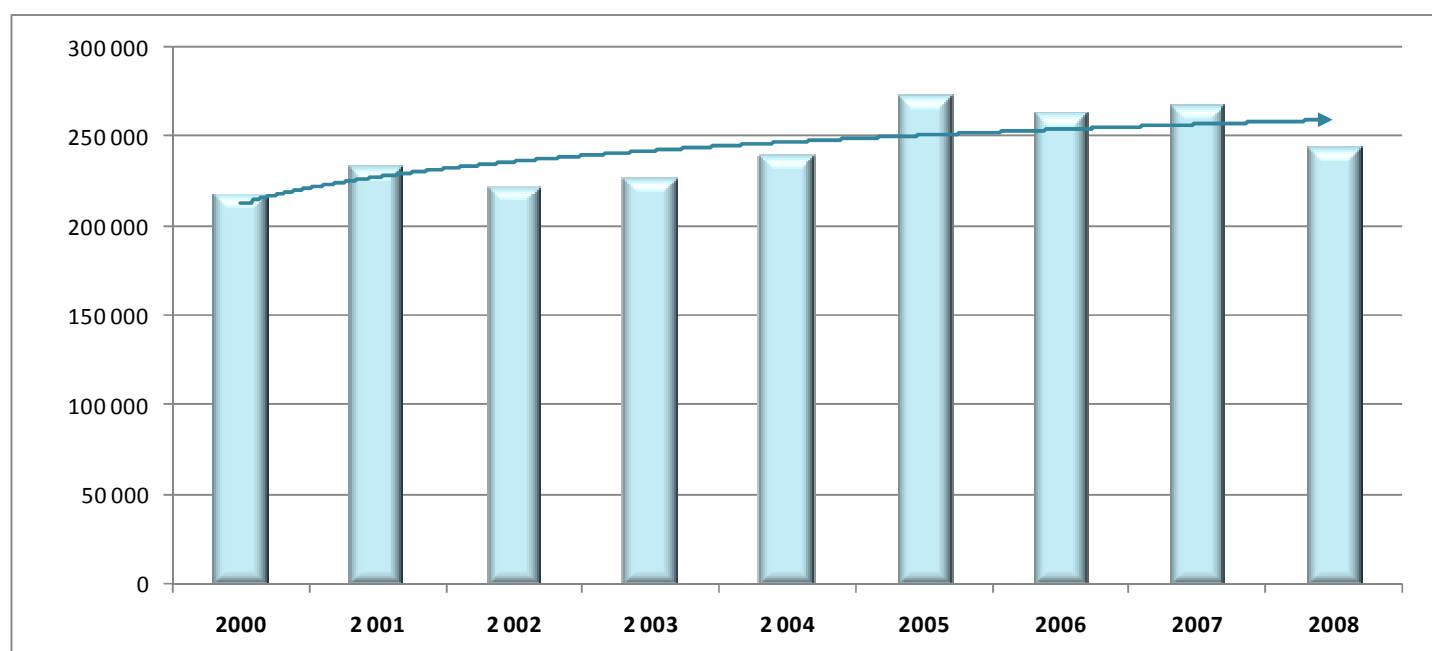
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Part de marché régionale

	Royaume-Uni	% régions
Pays de la Loire	1 125 279	17%
Bretagne	1 000 401	15%
Aquitaine	750 739	11%
Provence ACA	689 491	10%
Languedoc-Roussillon	665 385	10%
Poitou-Charentes	465 693	7%
Basse-Normandie	425 534	6%
Picardie	257 887	4%
Rhône-Alpes	244 329	4%

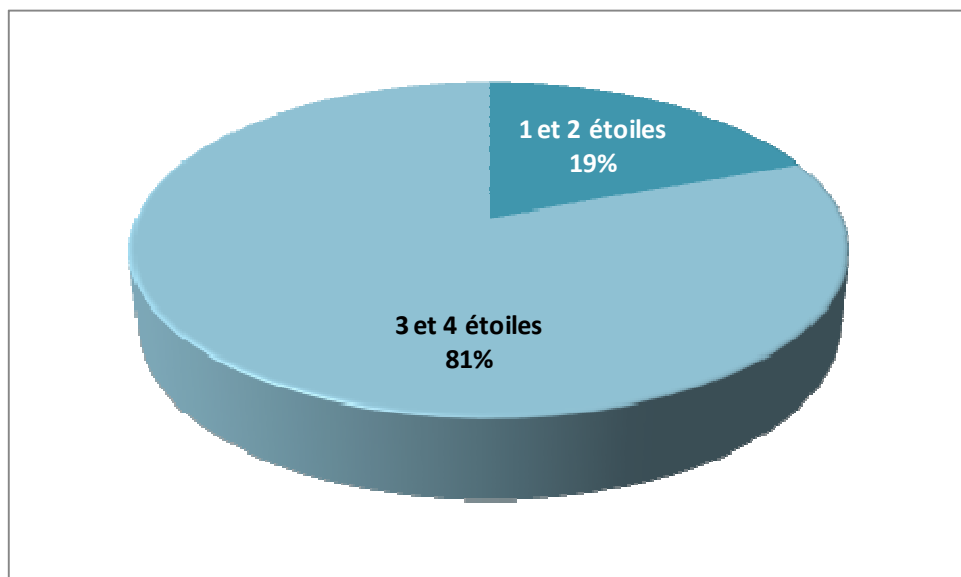
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Evolution des nuitées dans les campings de Rhône-Alpes



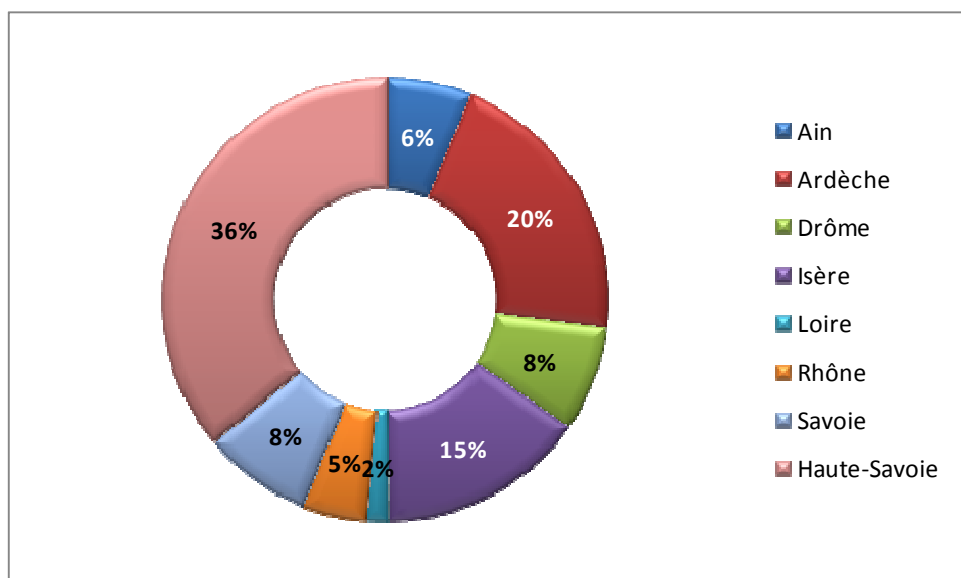
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Répartition par catégorie d'étoiles en 2008



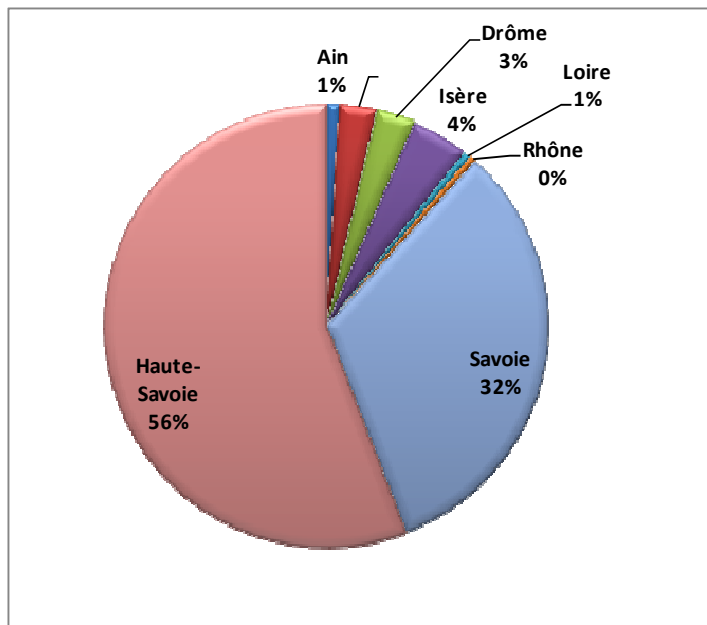
Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

◆ Répartition départementale en 2008



Source INSEE - Direction du Tourisme 2008 / traitement ORT - MITRA

Les Résidences secondaires détenues par les Britanniques en Rhône-Alpes en 2007



Source : Direction Générale des Impôts - Traitement ORT / MITRA

- Nombre de résidences secondaires en Rhône-Alpes : 8 423
- Evolution par rapport à 2005 : +18%
- Part dans le total des propriétaires étrangers : 28%
- Place dans le total des nationalités ayant une résidence secondaire en Rhône-Alpes : 2^{ème}
- Principaux départements de résidence : Haute-Savoie (56%) et Savoie (32%).

Les Britanniques viennent en Rhône-Alpes pour la pratique du ski. Si l'on additionne la part de la Haute-Savoie (56%), à celle de la Savoie (32%) et de l'Isère (4%), on obtient ainsi une concentration alpine : 92%.

Entre 2005 et 2007, leur progression est de +11%, cela représente près de 1 300 clientèles supplémentaires, la croissance la plus dynamique.

Facteurs ayant un impact sur le marché en 2009

Source Mintel mars-avril 2009

1 La crise économique :

Les prévisions montrent que le tourisme domestique va augmenter du fait de la crise économique

Les Britanniques partiront moins souvent, dépenseront moins, et réserveront plus tard (à cause de l'instabilité de l'emploi)

2 Le taux de change :

-l'affaiblissement de la Livre sterling risque d'être un facteur déterminant pour inciter les Britanniques à rester chez eux

-Une diminution du nombre de courts séjours est à prévoir au profit des vacances principales

3 Le prix de l'essence* : surtout pour les voyages en autocar, mais aussi pour les automobilistes

4 L'impôt sur les grosses fortunes *: aura une influence sur le tourisme de luxe.

*augmentations prévues suite au «budget» avril 09

Selon les études de Mintel en juin 2009:

- 50% des Britanniques souhaitent choisir des destinations proches pour leurs prochaines vacances
- Plus d'un tiers choisiront des destinations qu'ils connaissent déjà
- 63% opteront pour des formules offrant un bon rapport qualité-prix
- Les Britanniques partiront de plus en plus à la dernière minute
- Mais malgré la crise les vacances principales restent une priorité pour les Britanniques : environ 1/3 des adultes préfèrent économiser sur des restaurants pendant un an plutôt que de ne pas partir en vacances
- Une étude plus récente (Mai) indique que les Britanniques ont davantage l'intention de partir en vacances que ce qu'indiquait la même étude faite il y a 6 mois.