

FICHE MARCHE

Grande-Bretagne



❖ CARTE D'IDENTITE

➤ **Éléments institutionnels**

- **Forme d'Etat** : monarchie parlementaire.
- **Langue officielle** : l'anglais,
- **Capitale** : Londres
- **Population** : 61,9 millions d'habitants, prévisions 2015 : 63,5 millions.
- **Densité** moyenne : 250 hab./km².
- **Vacances et congés** : les vacances scolaires varient légèrement selon les régions et les types d'écoles, mais il existe un schéma général : l'année est divisée en trois trimestres (« terms ») séparés par deux semaines à Noël et en avril et par les vacances d'été (6 semaines) qui marquent également la fin de l'année scolaire ; chaque « term » est coupé en deux « half-terms » par une semaine de vacances en octobre, en février et fin mai-début juin.



Depuis 2009, les salariés britanniques disposent d'un minimum de vingt jours ouvrés de congés payés annuels, la durée des congés pouvant être plus longue selon le contrat de travail individuel et peut augmenter avec l'ancienneté. (<http://www.metiseurope.eu/conges-pays-le-classement-europeen-fr-70-art-28333.html>)

➤ **Données démographiques et économiques**

- **Prévisions 2015** : 63,5 millions
- **Revenus > 35 000 \$** : 12 millions
- **Revenus > 100 000 \$** : 3 millions
- **PIB par habitant [PPA US\$]**

2010 : 35 901 (France : 41 018)

- **Indice Gini** : 0,360 (France : 0,327 ; l'indice de Gini est un indicateur synthétique d'inégalités de revenus. Il varie entre 0 et 1. L'inégalité est d'autant plus forte que l'indice de Gini est plus élevé).

Sources : Bureau ATOUT FRANCE / FMI / United Nations Development Programme Human Development Report 2007/2008

➤ Aspects culturels

La Grande-Bretagne est un curieux mélange de traditions et de modernité. Internet a connu une percée précoce dans le berceau de la musique populaire contemporaine, la fermeture stricte des commerces le dimanche n'y est même plus un souvenir, mais les forts clivages sociaux subsistent et se sont même accentués avec la crise (+17 % de millionnaires depuis 2009 !).

Le même type de contraste se retrouve entre des touristes ayant juste envie de humer l'air du temps et de baigner dans une ambiance *typically French* (à décliner en *typically Burgundian*...) et ceux ayant des connaissances – parfois pointues, voire une véritable expertise – dans un thème qui les passionne – par exemple, les vins de Bourgogne.

L'insularité est un vrai handicap pour le tourisme des Britanniques, pourtant inventeurs du « *Grand Tour* ». La nécessité de franchir la mer d'une manière ou d'une autre mais au meilleur prix possible explique le très fort et précoce développement des liaisons *low cost*. La forme allongée de l'île principale et la vétusté des chemins de fers britanniques (sauf Eurostar) jouent dans le même sens.

➤ Caractéristiques générales des voyages

- **Taux de départ** 2010 : 72 % en vacances ; le programme économique du Premier Ministre David Cameron prévoit d'encourager les Britanniques à passer leurs vacances chez eux, afin de faire passer la part des dépenses domestiques d'un tiers à 50 %.
- **Intentions de départ** en vacances 2009 (juin-sept.) : 64 % (+1 point)
- **Intentions de départ** en France : 22,1 % (1^{ère} destination)
- **Départs annuels** en voyage 2009 : 126 millions au sein du Royaume Uni, 58,4 millions à l'étranger (2007 : 71,1 millions)
- **Durée moyenne de séjour** 2007 : 7,2 nuitées.
- **Budget moyen** prévisionnel pour les vacances 2009 : 2230 € par ménage.
- **Saisonnalité** : principalement de mai à septembre
- **Principales tendances du marché britannique**
 - Equilibrage du taux de change : le rapport entre la livre sterling et l'euro, partant d'une livre près du double de l'euro en 2003, était longtemps à près de 1,5 € avant la crise ; après être brièvement revenu à une quasi-égalité des deux monnaies, il est reparti à une hausse plus modérée et donne actuellement (juillet 2011) dans « l'euroland » un léger avantage au pouvoir d'achat britannique (moindre que celui de la monnaie européenne par rapport au dollar (abstraction faite des niveaux de prix respectifs).
 - Sortie de crise lente, restrictions sur le budget vacances encore en 2010.
 - Forte sensibilité au développement durable et à un tourisme écologiquement et socialement responsable, avec une demande accrue d'activités et vacances nature.
 - Recherche de « bonnes affaires » à tous les niveaux de budget, y compris le luxe ainsi que les croisières qui connaissent une hausse spectaculaire en 2010.
 - Voyages à l'étranger : sensibilité à l'attractivité culturelle des destinations.
 - Emergence de segments « grey market » (seniors) et « singles ».
 - Thématisation des séjours (golf, remise en forme), au détriment de la destination.

➤ Prestations recherchées

- **Principales destinations** (vacances principales) : 1. Royaume Uni, 2. Espagne, 3. France (8,4 millions de visiteurs)
- **Thématiques prédominantes** :
 - City breaks, short breaks, mais aussi tourisme balnéaire et rural pour la clientèle familiale
 - L'art de vivre à la française
 - Visites culturelles
 - Activités de plein air
 - Shopping
 - Authenticité
- **Types d'hébergements** :
 - Hôtellerie 2 à 4*
 - Gîtes
- **Packages à développer pour individuels et petits groupes** :
 - Week-ends prolongés : Découverte de la Bourgogne autour de Dijon et Beaune (liaison aérienne Southampton-Dijon en fonction de son évolution), thématique vin
 - Voyages à la semaine : Circuits et séjours thématiques : vin, golf, art de vivre, vélo, randonnée, moto, patrimoine,...

Hébergements « cosy », hôtels de charme, pas forcément chers (cf. certains Logis).

Nouveauté promo Atout France 2012 : « countryside » - puisqu'une demande existe sur ce marché, il paraît pertinent d'élaborer des offres de séjours à la campagne combinant l'art de vivre bourguignon avec les centres d'intérêt traditionnels des Britanniques (jardins, observation de la nature,...).

- Attentes tarifaires :

Après quelques années de grande facilité sur le marché britannique, la livre sterling dépassant alors allègrement 1,5 €, la crise a ramené son cours à un niveau plus avantageux... pour le visiteur du Continent dans l'île de Sa Gracieuse Majesté (environ 1,10 à 1,15 € au printemps-été 2011). D'où une nouvelle campagne 2012 d'Atout France « Affordable France » (la France abordable). Les touristes britanniques sont donc redevenus plus attentifs au coût du voyage et au rapport qualité-prix, mais il subsiste un marché pour le haut de gamme.

Ex. séjour randonnée vignoble avec hébergement chambre double en hôtel 2 à 3* en demi-pension (6 dîners inclus seulement), 850 à 950 £/personne (9j/8n, soit environ 950 à 1100 €) selon dates, hors voyage AR.

➤ **Commercialisation**

▪ **Taux d'intermédiation :**

- global : 52,5 %
- offline : 20,9 %
- online : 31,6 %

▪ **Par des agences traditionnelles :**

Dépassées maintenant par Internet, mais gardent plus de 47 % des réservations.

▪ **Sur Internet :**

1^{ère} source de réservation avec plus de 51 %, ce qui fait de la Grande Bretagne le pays européen ayant le taux de réservation de voyages en ligne le plus élevée ; beaucoup de réservations de dernière minute, moins d'une semaine (37 %), voire un seul jour (14 %) avant le départ.

▪ **Principaux TO :**

Brittany Ferry www.ferry-to-France.co.uk

Eurocamp www.eurocamp.co.uk

Cresta Holidays www.crestaholidays.co.uk

TUI UK www.thomson.co.uk

My Travel www.mytravel.com

Thomas Cook www.thomascook.com

First Choice www.firstchoice.co.uk

Le marché britannique a la particularité de posséder une importante association nationale regroupant les voyagistes programmant la destination France, l'ABTOF (Association of British Travel Organisers to France), dont Bourgogne Tourisme est membre.

➤ Fréquentation

Au vu des résultats de l'enquête de notoriété réalisée pour BT fin 2009, la Bourgogne figure avec 61 % de notoriété globale, au 2^e rang des régions françaises les plus connues des Britanniques, après la Bretagne (75 %) et avant la Normandie (57 %). Le type de séjour qu'ils associent le plus à la Bourgogne est clairement le séjour lié au vin (57 %). Le week-end ou court séjour obtient un score à peine inférieur (52 %), loin devant le séjour de vacances et l'étape avec nuitées.

Avec plus de 350 000 nuitées réalisées en 2010 (plus de 15 % du total des nuitées étrangères en Bourgogne, hôtels, campings et gîtes en centrale de réservation), la Grande-Bretagne est **le 3^e marché étranger de la région**. Un marché en forte baisse de -32,3% depuis 2003. La Bourgogne occupe la 15^{ème} place, avec 2,0% des nuitées britanniques en France (somme des nuitées hôtelières et campings).

En 2010, la clientèle britannique se situait au 2^e rang des marchés étrangers dans l'hôtellerie, générant 17,3 % des nuitées étrangères, soit un léger recul par rapport aux années précédentes, malgré une progression en chiffres absolus (+6,4%) qui a résorbé une partie du fort recul -21 %) provoqué par la crise. Dans les gîtes, le recul est autrement plus important (- 62 % depuis 2003), tandis que la clientèle britannique a baissé de -13% dans les campings où elle a généré 11 % des nuitées en 2010.

Dans le tourisme viti-vinicole, elle arrive au 3^e rang des marchés étrangers avec près de 15 % de la fréquentation.

Plus d'informations sur les chiffres-clés de ce marché en Bourgogne
www.bourgogne-tourisme-pro.com (rubrique chiffres clés/fiches de synthèse)

➤ Programmation

La Bourgogne bénéficie de programmations nombreuses et très variées sur le marché britannique, parmi lesquelles des *wine tours*, des croisières en péniche-hôtel, des randonnées à vélo et à pied ainsi que quelques locations ; leur offre reflète la tendance aux voyages thématiques observable sur le marché britannique.

▪ **Groupes :**

- Grossistes :

Adelanta : voyages spécialisés culturels, religieux, gourmet, programmes en Bourgogne sur demande et sur mesure

D'autres TO mentionnés ci-dessous proposent également des programmes pour groupes constitués.

- Vente à la place :

Abercrombie & Kent : sur les quatre croisières fluviales que ce TO haut de gamme propose en France, trois se déroulent en Bourgogne

Arblaster & Clarke : 1^{er} TO mondial spécialisé dans les *wine tours* ; 13 séjours en Bourgogne dont trois croisières fluviales

Burgundy on a Plate : le seul TO spécialisé dans les *wine tours* et tours gastronomiques uniquement en Bourgogne ; programmes exclusifs pour petits groupes, de 1 à 7 jours, dont thématiques golf, fromage, Noël,...

Go Barging : spécialiste péniches-hôtels, neuf croisières en Bourgogne

Grape Escapes : spécialiste de *wine tours* ; un court séjour en Bourgogne

Martin Randall Travel : TO culturel leader sur le marché britannique, voyages haut de gamme accompagnés par des conférenciers ; circuit de huit jours « Bourgogne médiévale »

MSL Tours : spécialiste moto ; un circuit et deux étapes en Bourgogne

Sherpa Editions : spécialiste randonnées à pied et à vélo ; trois circuits en Bourgogne (également pour individuels non accompagnés)

Ramblers Holidays : une « institution » : 90 ans et 90 pays de randonnées ; un circuit de huit jours en Bourgogne

▪ **Individuels :**

Brittany Ferries : 34 gîtes en Bourgogne

Eurocamp : un camping en Bourgogne

Hooked on Cycling : spécialiste randonnées à pied et à vélo ; deux circuits en Bourgogne

Railbookers : voyages en train ; un court séjour à Dijon – **TO qui cherche à développer sa programmation**

Great Rail Journeys : voyages en train ; un court séjour à Dijon autour du marché de Noël

Holiday Cottages Group : 15 marques pour des locations de vacances, deux campings en Bourgogne

Inghams / Just France : locations de villas et maisons de campagne,

15 propriétés en Bourgogne ; **développement prévu d'offres wine tours et activités pour les clients**

➤ **Accointances particulières**

Il ne subsiste guère de conscience des anciens liens historiques entre la Bourgogne et l'Angleterre hormis les milieux de spécialistes, contrairement à la Normandie ou au Sud-Ouest de la France qui ont plus longtemps dépendu directement de la couronne britannique, mais la culture bourguignonne actuelle, en particulier l'univers du vin, a ses adeptes parmi les professionnels britanniques du tourisme chez lesquels la francophilie est institutionnalisée par l'ABTOF.

Des associations locales du réseau national Association France-Grande Bretagne existent à Nevers et à Sens (sur un total national de 33).