Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)
Vendredi, 06 Juillet 2012 00:00 -

La Grande Bretagne vit en ce moment entre l'ivresse des JO qui vont commencer à la fin de ce mois et la grisaille d'une économie en stagnation et des perspectives d'une croissance très molle.
Une chose demeure un bien inaliénable : les vacances auxquelles aucun Britannique ne veut renoncer, quitte pour cela à diminuer le nombre des courts séjours pris au long de l'année pour mieux préserver le budget « grandes vacances d'été », même si, pour cela, il faut adopter un autre comportement en choisissant des formules d'hébergement moins couteuses, des destinations plus proches ou en réservant on-line si cela semble une bonne occasion et un bon prix.
Les événements du printemps et de l'été 2012: le jubilé de la Reine et les JO ont braqué les projecteurs de l'actualité sur Londres et la Grande Bretagne qui, en tant que destination d'accueil vit un renouveau incontestable, soutenu par une forte campagne de communication de VisitBritain tant domestique, pour inciter les Britanniques à passer leurs vacances au pays, qu'internationale pour amplifier les flux de visiteurs vers ce qui rend « Great » la destination Britain.
La météo, qui demeure notre plus fidèle alliée!, et la remontée de la Livre par rapport à l'Euro, incitent toutefois ces mêmes Britanniques à revenir sur le Continent pour y passer leurs vacances, comme en attestent déjà plusieurs régions françaises.

au sommaire :

Conjoncture économique :

- L'économie en Grande-Bretagne et en Irlande : chiffres clés 2012

L'impact de la crise de l'euro reste le facteur principal d'influence avec des prévisions de croissance limitée pour les économies britannique et irlandaise

Conjonc**ture touristique :**

- Bilan de l'année 2011 & chiffres début 2012

Les Britanniques et les Irlandais continuent à privilégier les voyages malgré la situation économique. La tendance pour les voyages domestiques et courts courrier se confirme au printemps 2012

- A l'approche des Jeux Olympiques quelles sont les dernières nouvelles touristiques?

Quel sera l'impact sur les projets de voyages des Londoniens pendant et après les Jeux Olympiques? Les ventes de dernière minute, le marché corporate et l'hôtellerie sur Londres

Evolution qualitative de la demande :

- Les Britanniques et le camping

Selon une étude récente de Mintel, plus de Britanniques partent en voyage de camping ces dernières années. Où partent-ils? D'où viennent' ils ? Quelles sont les attitudes des Britanniques concernant le camping ?

- Le comportement des touristes Britanniques sur le Web

54% pensent que les sites des offices de tourisme sont une bonne source d'informations. Qui réserve ses vacances en ligne ? Mintel a identifié trois catégories de touristes en ligne

- Le tout compris haut de gamme va doubler d'ici cinq ans

Un forfait tout compris sur quatre vendu en GB est un voyage de luxe. En 2011 3,1 millions de passagers ont pris un voyage tout compris, +32% depuis 5 ans

La distribution :

- L'actualité des transporteurs

Eurostar a des projets ambitieux de développement, bye bye BMIBaby et les nouvelles du

marché des ferries
- Le luxe oui, mais à 'petit prix'
On note une demande croissante pour des produits moins chers mais sans compromis au niveau du service clientèle et tout en gardant des éléments haut de gamme

La concurrence :

- Le marché inbound et le marché domestique en pleine forme
Bilan 2011 du marché inbound +3% de visites et +6% de dépenses. Plusieurs événements et une campagne de communication qui incitent les Britanniques à rester chez-eux en 2012
- VisitScotland lance une campagne de communication internationale
VisitScotland lance sa campagne de communication la plus importante de tout les temps autour du film "Brave"

en savoir plus

Consultez la source sur Veille info tourisme: Grande-Bretagne/Irlande Les Britanniques et les Irlandais continuent à privilégier les voyages malgré la situation économique