Quoi de neuf au Royaume-Uni

Le Royaume-Uni: un marché stratégique en pleine relance

Le Royaume-Uni cherche à **relancer la croissance tout en maîtrisant ses finances publiques**, dans un contexte de dette élevée. L'immigration, le coût de la vie, l'amélioration des services publics et la compétitivité des entreprises restent des sujets politiques majeurs. Depuis **juillet 2026**, le Royaume-Uni est dirigé par **Andy Burnham**, qui a succédé à Keir Starmer au poste de Premier ministre. Le gouvernement reste travailliste, mais cette transition marque une nouvelle phase politique après deux années de gouvernement Starmer.

Le nouveau gouvernement met notamment l'accent sur **la croissance économique et régionale, la décentralisation et la modernisation de l'État**, avec une volonté de donner davantage de poids aux territoires. Il souhaite également accélérer l'utilisation de l'intelligence artificielle et de l'innovation pour améliorer la productivité et les services publics.

L'économie britannique montre des **signes de reprise en 2026**, avec une croissance portée notamment par les services, l'investissement et la consommation intérieure. Cependant, l'inflation reste supérieure à l'objectif de la Banque d'Angleterre et les taux d'intérêt demeurent relativement élevés. Le marché britannique reste donc **attractif et très ouvert à l'international**, mais évolue dans un environnement de croissance modérée et d'incertitudes économiques.

Le pays conserve un rôle international important, notamment au sein de l'**OTAN**, et poursuit son soutien à l'Ukraine. Les tensions au Moyen-Orient, les risques liés à la Russie, la cybersécurité et la **sécurisation des chaînes d'approvisionnement** influencent fortement sa stratégie.

Le Royaume-Uni cherche à renforcer ses partenariats commerciaux internationaux (Etats-Unis, Inde) mais l'**Union Européenne demeure le premier partenaire commercial** (environ 50% des échanges totaux). En 2025, le Royaume-Uni a renforcé ses liens commerciaux avec l'UE grâce à la conclusion d'accords de simplification des contrôles sanitaires et de coopération dans la défense et la sécurité.

Taux de croissance du PIB :

+ 1% en 2024
+1.3% en 2024
+ 1.1% au 1er semestre 2026

+ 3,5% Inflation en 2025

+ 4,6% Taux de chômage au 1er semestre 2026

Commerce extérieur

51% du PIB

Exportateur de services commerciaux au monde

La France est le:

5e pays client
5e pays fournisseur
4e pays investisseur

Les **8** secteurs à fort potentiel de croissance de la stratégie industrielle à **10** ans :

- **Technologies numériques et IA :** logiciels, semi-conducteurs, cybersécurité, technologies quantiques
- **Énergies propres :** éolien offshore, nucléaire, hydrogène, stockage d'énergie et technologies liées à la décarbonation
- **Industrie manufacturière avancée** : automobile et véhicules électriques, aéronautique, spatial, robotique
- **Sciences de la vie et santé** : biotechnologies, pharmacie, technologies et recherche médicale
- **Défense** : équipements militaires, aéronautique de défense, technologies de sécurité et cybersécurité
- **Services financiers et FinTech :** la place financière de Londres reste un atout majeur, avec un développement important des technologies financières.
- **Industries créatives** : audiovisuel, cinéma, jeux vidéo, musique, publicité, design et mode
- **Services professionnels aux entreprises** : conseil, droit, comptabilité, ingénierie et autres services spécialisés

La résilience des entreprises britanniques face au Brexit

Suite à son départ du marché unique et de l'union douanière de l'UE le 1er janvier 2021, le Royaume-Uni a négocié un **accord de libre-échange avec l'UE** et a ainsi évité que des tarifs - ou taxes - soient imposés sur l'importation et l'exportation des biens.
L'impact négatif sur le commerce des biens du Royaume-Uni vient des « barrières non tarifaires» - des formalités nouvelles, parfois longues et compliquées, que les entreprises doivent remplir lorsqu'elles importent ou exportent vers l'UE. Les petites entreprises britanniques semblent être plus touchées que les grandes car il est plus difficile pour elles de faire face à cette nouvelle bureaucratie transfrontalière post-Brexit.
L'UE restant le premier partenaire commercial du Royaume-Uni, les entreprises britanniques se sont adaptées et de nombreux services d'aide à la gestion de la bureaucratie se sont mis en place ce qui a permis de relancer les échanges. Nous ressentons donc à nouveau un dynamisme et un élan vers l'export notamment de la part des exposants britanniques qui souhaitent eux continuer à trouver des débouchés commerciaux sur l'Europe et en France notamment.

Un nouvel élan britannique pour les salons français

Le Royaume-Uni reste un marché majeur et plutôt dynamique pour les salons français : la fréquentation britannique a progressé et dépasse désormais nettement son niveau d'avant-Covid sur certains salons.
Sur plusieurs salons collaborant avec Promosalons UK, les résultats ont été positifs sur les dernières sessions, bien qu'hétérogènes. Les perspectives de commercialisation pour les salons Intermat et Solutrans sont encourageantes pour 2027.

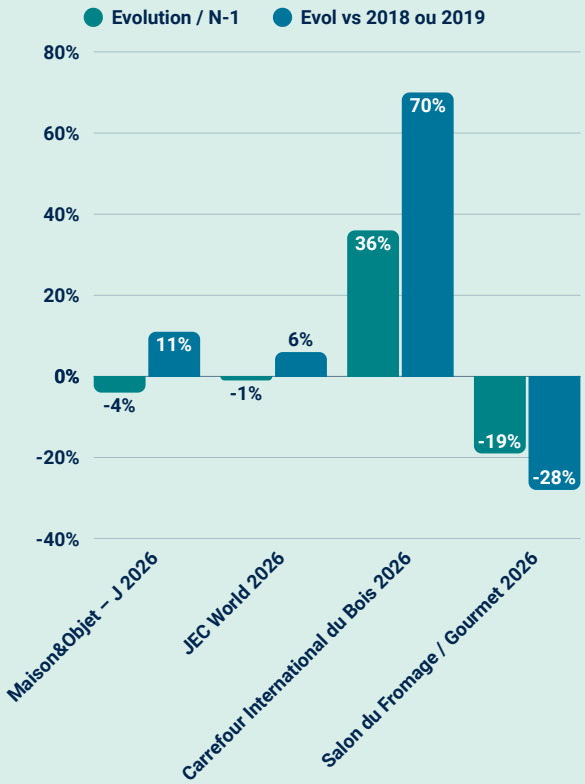
Participation du Royaume-Uni sur les salons professionnels en France



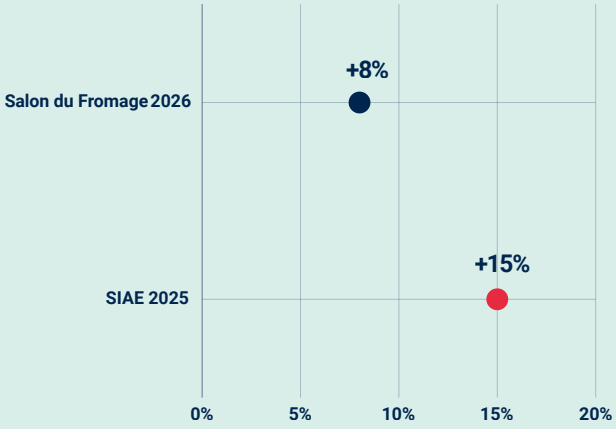
3e rang des visiteurs
7e rang des exposants

Source : Unimev 2024

Evolution des visiteurs britanniques sur les dernières sessions



Evolution des exposants britanniques sur les dernières sessions



Missions récentes réussies

CARREFOUR INTERNATIONAL BOIS

“La campagne de promotion menée au Royaume-Uni a obtenu d’excellents résultats grâce à une collaboration étroite avec Promosalons UK, dont la connaissance du marché, le réseau local et l’approche proactive ont joué un rôle déterminant dans le succès de notre stratégie.

L’un des temps forts de cette campagne a été notre sponsoring des TTJ Awards, l’événement de référence de l’industrie du bois britannique. Grâce à l’expertise et au réseau de Promosalons UK, nous avons pu réunir autour de notre table certains de nos visiteurs britanniques les plus fidèles ainsi que deux journalistes du Timber Trades Journal, renforçant ainsi significativement notre visibilité auprès des principaux décideurs du secteur.

Promosalons UK a également facilité la mise en place d’un partenariat stratégique avec Timber Development UK (TDUK), la principale organisation professionnelle de la filière bois britannique. Cette collaboration nous a permis de promouvoir efficacement le Carrefour International du Bois auprès d’un réseau particulièrement qualifié grâce à une campagne VIP dédiée.

Ces initiatives ont été complétées par un partenariat éditorial avec Timber Media, des campagnes d’e-mailing ciblées, une communication active sur LinkedIn ainsi que des actions de prospection menées par l’équipe de Promosalons UK. ***Leur capacité à identifier les bonnes opportunités, à créer des partenariats à forte valeur ajoutée et à assurer une présence locale forte a été un facteur clé de réussite tout au long de la campagne.***

Les résultats parlent d’eux-mêmes : le nombre de visiteurs britanniques a progressé de 36 %. Au-delà de cette performance, cette réussite démontre que le Royaume-Uni demeure un marché dynamique et à fort potentiel. Travailler avec Promosalons UK nous a permis de maximiser notre visibilité, d’atteindre les bons interlocuteurs et d’obtenir des résultats qu’il aurait été difficile d’atteindre sans eux.”

Samantha Padden, *Chargée d’affaires commerciales et Internationales, CIB*





MAISON&OBJET

“Le 30 juillet dernier, les équipes Promosalons UK ont organisé, au nom de Maison&Objet, un magnifique dîner ***Women&Design à Londres****, réunissant 34 des femmes les plus influentes de la scène design britannique. Au-delà de la qualité de l'événement, cette initiative a permis de renforcer la visibilité de Maison&Objet, de consolider notre communauté locale et de valoriser nos ambassadeurs sur un marché particulièrement exigeant.*

Ce succès est avant tout le reflet du formidable travail des équipes Promosalons UK. Leur connaissance du marché est remarquable: elles savent parfaitement identifier les bonnes personnes, comprendre les attentes locales et créer un événement qui fait réellement sens pour cette audience. Elles ont su s'approprier le brief global Maison&Objet tout en y apportant leur expertise et leur sensibilité locale, ce qui a largement contribué au succès de la soirée. Bravo à Amélie & Marion !”

Alexandra Iftimiciuc, *Cheffe de marché/Market manager, M&O*



© Jérémie Souteyrat

Mieux connaître votre délégation



Amélie GALATRY
Déléguée

“Mon premier rôle chez Promosalons Royaume-Uni fut d’organiser et mettre en place la régie commerciale au Royaume-Uni notamment pour 15 salons du groupe Comexposium. J’ai ensuite pris la direction du bureau il y a 12 ans et je supervise les activités de régie commerciale et promotion visiteurs. Le fait de travailler à la fois avec les entreprises exportatrices britanniques pour le volet commercial et les acheteurs et importateurs pour la partie visiteurs nous met en position d'interlocuteur unique avec une visibilité fine des marchés à 360 degrés. Les salons qui nous confient les deux missions sont d'ailleurs ceux sur lesquels nous avons les meilleurs résultats.

“Ce que j’aime dans mon rôle, c’est la diversité des salons et des secteurs sur lesquels je travaille. Chaque projet est différent et demande de s’adapter à un nouvel univers, ce qui rend le quotidien très varié. J’aime aussi beaucoup les événements que nous organisons au Royaume-Uni, comme le dernier Woman&Design pour Maison&Objet : c’est l’occasion de sortir du cadre habituel, de rencontrer nos clients, prospects et partenaires, de créer de nouveaux échanges et de renforcer nos relations. Le fait de pouvoir expérimenter de nouvelles stratégies de communication digitale, notamment pour SIAL Paris, Carrefour International du Bois et d’autres salons, est également quelque chose que je trouve très stimulant”



Marion DUTANG
Responsable Marketing et Communication



“Depuis maintenant trois ans au sein de Promosalons, je suis particulièrement motivé par l’opportunité d’accompagner les exposants dans leur développement et de contribuer à leur réussite. J’apprécie tout particulièrement la richesse des échanges, les rencontres professionnelles et les relations qui se créent à l’occasion des différents salons sur lesquels je travaille, notamment NRF Europe, Intermat, Solutrans, Equip Auto, Vinitech et UAV Show. Parmi les expériences qui m’ont le plus marqué, je retiens notamment la visite du salon allemand Bauma, pour son ampleur et la qualité des rencontres, ainsi que les réunions annuelles de Promosalons, qui représentent des moments privilégiés pour échanger, partager nos expériences et renforcer les liens au sein du réseau.”

Kaneda MARTEL
Responsable des ventes internationales

“Je suis ravi de rejoindre Promosalons en tant que Sales Manager sur les salons agroalimentaires pour les exposants britanniques. Fort de mon expérience dans le développement commercial international, j’ai eu l’occasion de travailler avec des clients issus de différents marchés européens, en particulier SaaS/FinTech. Grâce à mon parcours dans plusieurs pays, j’apprécie particulièrement les échanges interculturels et la création de relations commerciales durables. Je suis enthousiaste à l’idée d’aider les entreprises britanniques à découvrir de nouvelles opportunités et à développer leur présence sur les salons professionnels en France.”



Matthew MILD
Responsable des ventes internationales

L’équipe couvre à la fois le Royaume-Uni et l’Irlande : Royaume-Uni - Promosalons