

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ ALLEMAGNE :
COUP D'OEIL SUR LE PAYS

ECONOMIE

**1^{ère} puissance
économique européenne****4^{ème} puissance
économique mondiale****Produit Intérieur Brut**(\$ US courants) :
3 846 milliards
(Source : banque mondiale)**Taux de croissance : 0,6% (2019)****Taux de chômage : 3,1% (2019)****Taux d'inflation : 1,4% (2019)****PIB / hab. (PPA courants) : 56 052 \$ (2019)****Monnaie : Euro**(Source : banque mondiale)

GÉOGRAPHIE ET POPULATION

Superficie : 357 400 km²**Population** : 83 133 000 habitants**Capitale** : Berlin**Langue officielle** : allemand**Caractéristique de la population** : elle est vieillissante, la plus âgée d'Europe.**Les 2/3 des touristes allemands proviennent des Länder de l'ouest** : Bade-Wurtemberg / Rhénanie-Palatinat / Sarre / Rhénanie du Nord / Hesse et Westphalie.

POLITIQUE

Régime politique : République fédérale composée de 16 Länder possédant chacun leur propre gouvernement et leur propre parlement. Ils jouissent d'une grande décentralisation par rapport au gouvernement fédéral.**Président** : Frank-Walter STEINMEIER depuis mars 2017.**Chancelière (Chef du gouvernement)** : Angela MERKEL, jusqu'en 2022.**Situation politique du pays** : stable.

VACANCES ET CONGÉS

Vacances scolaires : fort étalement du calendrier des vacances scolaires due à l'organisation des Länder.

- 1 ou 2 semaines à la période de Pâques.
- 6 semaines de vacances scolaires de fin juillet et début septembre.
- Quelques semaines en octobre et novembre.

Nombre de congés annuel des salariés : 29 jours ouvrés.**15 jours fériés** par an.**Fête nationale le 3 octobre.**

CULTURE ET CADRE DE VIE

Cadre de vie aisé.

Le véganisme et le bio sont très tendances.

Sensibilité aux vacances sur les thèmes de la nature, du sport et de la culture. Conscience écologique forte.

Les Allemands se tournent de plus en plus vers le cyclotourisme, les circulations douces et le tourisme durable.

Ils affectionnent également les croisières, les activités bien-être et les voyages de luxe.

50% des Allemands préfèrent des régions touristiques plutôt calmes, 19% des Allemands aiment les régions touristiques plus fréquentées.



ÉLÉMENTS LIÉS AU COVID-19

Au 19 janvier 2021**Situation sanitaire** : 2 059 000 cas - 47 300 décès depuis le début de l'épidémie - Fermeture des écoles et commerces non alimentaires depuis la mi-décembre. Fermeture des restaurants, cafés, enceintes sportives et culturelles depuis deux mois et demi.**Éléments de marché** : Le tourisme est durement touché par la crise : TUI a annoncé un plan de licenciement de 8000 personnes. La fédération des autocaristes a annoncé la disparition prévue d'un tiers des petits autocaristes d'ici mars 2021.

10% des allemands formulent une intention de séjour en France dans les 6 prochains mois.

Les critères de choix sont : Hygiène irréprochable des lieux de vacances, destination sans Covid, possibilité de retour rapide en cas de problème, peu de contact avec les personnes étrangères.

L'autriche est la destination privilégiée devant la Pologne et les Pays-Bas. La France n'arrive qu'en 4^{ème} position (2^{ème} en 2019).



TYPE DE SÉJOUR



En famille



En couple



En groupes et autocars
(environ 30 personnes)

Recherchent de plus en plus
des services personnalisés.

DÉPLACEMENTS



20% des voyages en voiture
vers les pays frontaliers sur les 70% de séjours
à l'étranger (en 2018).



Majorité de séjours de groupes en autocar
• Plus de 30 grossistes pour autocaristes
• 4 000 autocaristes privés



Courts séjours : 3^{ème} position de la France
derrière l'Autriche et les Pays-Bas

Longs séjours : 6^{ème} position de la France

PRÉFÉRENCES



Hôtels 3 et 4 étoiles en séjours de loisirs
Hôtels 4 et 5 étoiles en séjour d'affaires



Locations de vacances



Hébergements de pleine nature



Chambres d'hôtes



Bateaux habitables



Séjours « all inclusive »

MODES DE CONSOMMATION



MODE D'INFORMATION PLÉBISCITÉ :
Internet à 68%

MODE DE RÉSERVATION :

Anticipation à plus de 6 mois
dont 33 % de ventes en agences

47% des ventes en ligne

56% des réservations
via Booking.com

Une clientèle exigeante, sensible au
rapport prestations / prix
et à la propreté

TAUX D'INTERMÉDIATION*

20% pour la France

* Taux d'intermédiation : Il s'agit de la part des achats ou
réservations effectuées auprès d'un intermédiaire (agence de
voyage, tour opérateur, grossiste, etc.)



ÂGE :

40 % des vacanciers
potentiels sont âgés de
40 à 59 ans

STATUT FAMILIAL :

La moitié est mariée, un
tiers est célibataire

Plus de 40% des visiteurs
allemands en 2018 étaient
des primo visiteurs



Thématiques à forte valeur ajoutée :

Culture / Oenotourisme / Citybreaks / Tourisme
d'affaire / Golf / Activités de pleine nature et
tourisme durable



DÉPENSES :

**Budget moyen par personne pour
un long séjour (+ de 5 nuits) :**
980 €

Revenu moyen des ménages :
3 000 à 3 999 €



Sensible à l'accueil
personnalisé

Une clientèle fidèle lorsque
satisfaite

Préfère un accueil et
un service en allemand,
en particulier lors de la
réservation

BFC TOURISME 360°



FICHE MARCHÉ ALLEMAGNE : COMPORTEMENT TOURISTIQUE



À L'INTERNATIONAL



158,1 millions
DE DÉPARTS DONT 72% À L'ÉTRANGER
EN 2018



11 822 000 arrivées en France
(2^{ème} rang - 13,6% du total)
77 925 000 nuitées en France
(2^{ème} rang - 13,4% du total)



DÉPENSES TOURISTIQUES
À L'ÉTRANGER
90 milliards d'euros



DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR :
6,6 jours

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS

Printemps : 27%
Été : 52%
Automne : 18%
Hiver : 6%



RECETTE TOURISTIQUES
POUR LA FRANCE
5,13 milliards d'euros

EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Evolution des nuitées allemandes en hôtels et campings en Bourgogne-Franche-Comté :



EN 2019 :

HÔTEL

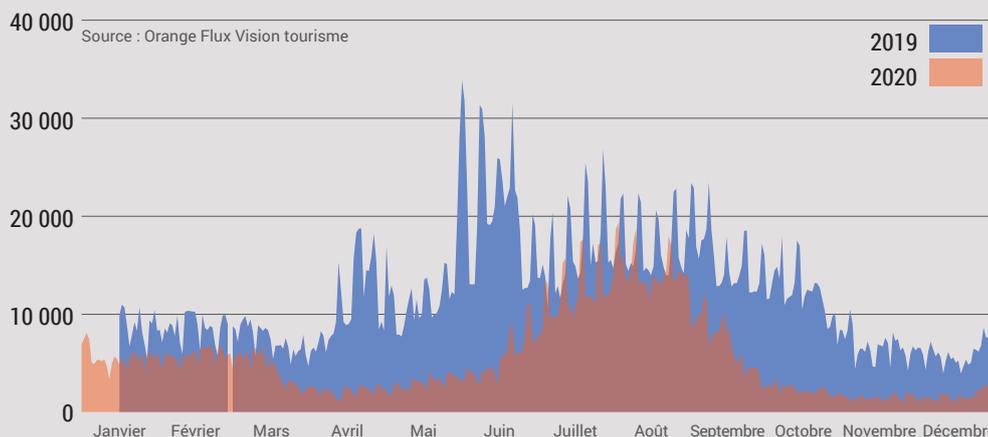
2^{ème} clientèle étrangère
290 900 nuitées
14,4% des nuitées étrangères
Durée de séjour : 1,31 jour



CAMPING

2^{ème} clientèle étrangère
344 200 nuitées
21,7% des nuitées étrangères
Durée de séjour : 2,17 jours

Nuitées allemandes en Bourgogne-Franche-Comté en 2019 et 2020 (données disponibles à partir du 16 janvier 2019 et jusqu'au 31 décembre 2020)



2 019 000
nuitées allemandes

en 2020
(4 277 000 en 2019)
dont 41,2% en juillet-août
(25% en 2019)

11,9 %
des nuitées étrangères
(14,8% en 2019)

BFC TOURISME 360°



FICHE MARCHÉ ALLEMAGNE : BONNES PRATIQUES



AVANT LE SÉJOUR

- Il est important de proposer des idées très tôt en saison (**1 an à l'avance**), avant le bouclage des catalogues.
- L'idéal est d'avoir un produit qui peut être programmé par les professionnels du tourisme, avec des tarifs intéressants.

- De même la traduction du site en allemand est vivement recommandée (à minima en anglais) car internet reste la 1^{ère} source d'information pour les voyages vers la France.

DURANT LE SÉJOUR

L'accueil :

- Le touriste allemand apprécie un accueil chaleureux de la part du prestataire. La poignée de main est d'ailleurs habituelle pour cette clientèle (mais pas de main sur l'épaule ou de tutoiement intempestif).
- L'accueil et le service en langue allemande sont de réels atouts.
- Rigoureux et ponctuels, les retards et approximations sont difficilement tolérés par les Allemands.

L'hébergement :

- Les Allemands préfèrent les grands lits (160 cm minimum) ou chambres twins, avec couettes.
- Les salles de bain doivent être spacieuses, avec douche de préférence et toilettes séparées
- Les touristes allemands sont exigeants. Ils apprécient les services de qualité et sont sensibles à l'hygiène.

La journée alimentaire :

- Petit-déjeuner (7h) : copieux. Grande variété de pains, charcuteries, fromages, œufs à la coque, croissants garnis, café.
- Déjeuner (12h/13h) : seul repas chaud de la journée. Il est composé de viande accompagnée de pommes de terre avec une sauce à base de crème, légumes, salade variée. Les formules pique-nique et buffets conviennent également aux Allemands. La viande doit toujours être bien cuite, quelle qu'elle soit. Ils ne sont par ailleurs pas très amateurs de poissons, ni de fruits de mer.

- Goûter (15h/16h) : gâteaux, tartes, viennoiseries, café au lait avec de la crème.
- Dîner (18h/19h) : léger de préférence. Potage et repas froid (fromage, charcuteries, salades).
- Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda, eau de vie.

Les habitudes de séjour :

- Les touristes allemands apprécient d'être autonome durant leur séjour et privilégient la recherche d'information in situ, ou au sein même des lieux visités.
- Activités plébiscitées par les touristes allemands : visites de monuments, de sites historiques ou naturels, découverte du patrimoine local.
- Les Allemands apprécient fortement les produits du terroir, le vin (à un prix abordable) et les bonnes tables. Ils recherchent une cuisine inventive et de qualité. Ils ont un intérêt renforcé pour les produits bio et naturels.
- Ils ont par ailleurs un goût marqué pour la découverte de nouveaux paysages, les cadres naturels et le calme, qui leur permettent de se détendre et se ressourcer en famille.
- Ils montrent également un fort intérêt pour l'aventure et le divertissement. Ils aiment pratiquer de nombreuses activités sportives ou non, comme la randonnée, le vélo, et l'itinérance sous toutes ses formes. Le slow tourism est très en vogue en Allemagne.

APRÈS LE SÉJOUR

- Le suivi personnalisé est très apprécié de la clientèle allemande : envoyer des nouveautés et les mises à jour au format numérique, mais aussi sur papier, car les Allemands y sont très attachés.

- Suivre les avis sur les sites dédiés et réseaux sociaux.
- Prendre le temps de répondre.

POUR EN SAVOIR PLUS

Coralie MOISSON
Chargée de promotion
Tél. : 03 80 280 303
c.moisson@bfctourisme.com

Cécile AMBACHER
Chargée de promotion
Tél. : 03 81 250 803
c.ambacher@bfctourisme.com