

# MAINZ

## 25 octobre 2022

### Vallée de la Gastronomie- vignobles de Bourgogne ALLEMAGNE



Cécile Ambacher- 10/01/2022

## 1) Le contexte :

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme a décidé de promouvoir le nouvel itinéraire produit « la Vallée la gastronomie » en Allemagne avec un focus sur les vins de Bourgogne situés le long de la Vallée de la Gastronomie. Pour rappel elle rassemble la Bourgogne-Franche-Comté, Auvergne-Rhône-Alpes, le Gard et la Provence. Une sélection de tour-opérateurs et agences allemandes basés à proximité de Mainz a été invitée à participer à cette présentation qui s'est déroulée à Mainz sous forme d'afterwork.

## 2) La situation en Allemagne :

Au 25 octobre 2021, 66,2% de la population est complètement vaccinée.  
Le vaccin n'est pas obligatoire, le passeport vaccinal (Cov Pass) est utilisé depuis juin 2021  
Pour les personnes vaccinées, aucun test n'est nécessaire à l'aller comme au retour de France.  
Pour les personnes non vaccinées, il faut un test PCR ou antigénique pour entrer sur le sol français et au retour, un test antigénique au plus tard 48h après l'arrivée en Allemagne est à faire.

Baisse du PIB : - 5,1% en 2020 – prévision de +3,7% en 2021 et +3,9% en 2022

Si l'on considère la politique nationale, après les élections du 26 septembre 2021, une alliance est en discussion entre les Sociaux-Démocrates (SPD), les Verts et les Libéraux. La désignation du chancelier en découlera.

Le taux de chômage est plutôt stable avec 5,6% en août 2021 (6,4% en août 2020)

Les ménages allemands ont réalisé beaucoup d'économies. Le gouvernement a pris différentes mesures : chômage partiel, aides économiques, encouragement à la consommation.

### **3) Données touristiques :**

#### **Importance de la France dans la clientèle touristique européenne :**

Les dépenses touristiques en Allemagne atteignaient un record en 2019 : 66% des Allemands avaient fait au moins 1 voyage dans l'année, ceci est passé à 49% en 2020.

Le grand gagnant est l'Allemagne = 45% des voyages des Allemands ont lieu en Allemagne (au lieu de 27% en 2019). Les Allemands ont voyagé moitié moins (115 Millions de voyages en 2019 contre 52 Millions en 2020).

La France reste fortement plébiscitée : 41% des Allemands venus en 2019 en France sont revenus en 2020.

Pour la Bourgogne, l'Allemagne représente la 1<sup>ère</sup> clientèle étrangère de la Bourgogne (chiffres 2019), avec 14,8%.

#### **Les tendances de la consommation du touriste allemand :**

28% sont intéressés par le littoral, 18% par la montagne et la campagne. Les réservations se font en moyenne 2 mois avant le départ. Selon l'ADAC (Automobile Club Allemand), les voyageurs attendent plus de flexibilité de la part des hébergeurs ou transporteurs pour une annulation sans frais.

Sur place dans le pays, il est important de savoir que la prise en charge médicale est assurée.

#### **Le transport :**

Train : 2, 603 Millions de voyageurs en 2019 (trafic important)

Voiture : 75% de voitures privées vers la France

Avion : en baisse de 26% toutes destinations confondues en 2020

En 2020, le nombre de réservations de voyages à forfait a baissé de 10%. Les réservations en direct par internet ont augmenté de 5% ce qui représente 49% des réservations de séjour. On note une hausse du locatif de 6%, les hôtels restent plébiscités mais enregistrent une baisse de 10%. 1,83 Millions d'Allemands possèdent un camping-car ou une caravane = chiffre important et en hausse.

### **Les grandes tendances de la consommation :**

Les thèmes : vacances actives comme la randonnée, le vélo, le canoë-kayak. L'hébergement en camping ou camping-car est privilégié. La durabilité, simplicité et authenticité de la destination sont les principaux critères de réservation.

### **La distribution touristique :**

Le chiffre d'affaires des 2 300 voyageurs que compte l'Allemagne a chuté de 42,8%. C'est le niveau qui avait été atteint en 1989. Le volume des ventes a baissé de 64%. 23 Milliards € ont été perdus en 2021. En 2021, 50% des ventes de 2019 sont attendues.

Atout France Allemagne a adapté sa stratégie, élargi ses cibles -sans distinction- aux familles, Millenials, Dinks (double income no kids) et aux seniors actifs.

Une veille immédiate et en continu sur les réseaux sociaux est en place ; Des informations sont régulièrement envoyées aux partenaires et aux adhérents des e-newsletters.

Une étude portant sur la programmation d'un panel de 40 tour-opérateurs allemands est lancée et aidera à faire un bilan sur la situation actuelle.

## **4) La soirée au VINARMARIUM à Mainz (cave dédiée aux vins dans le centre historique), lundi 25 octobre (18h à 20h30).**



- 1) Une présentation de la Vallée de la Gastronomie, de l'ensemble du projet touristique avec les régions et départements partenaires sur la Vallée a ouvert la soirée et accompagné un apéritif au Crémant de Bourgogne (Veuve Ambal) qui a été très apprécié.

Un focus sur la Bourgogne avec ses vins et plus particulièrement sur les produits touristiques du sud de la Bourgogne a été présenté. Les Allemands en effet témoignent d'un intérêt particulier pour ce type de vin et de terroir. La présentation de produits touristiques liés à la Vallée de la Gastronomie a été faite pour donner de nouvelles idées de produits à commercialiser par les

tour-opérateurs et agences présents. La traduction en allemand du dossier de presse de la Vallée de la Gastronomie avait été faite et ce dossier sous forme papier a été remis à chaque participant comme support de la présentation.

2) Une animation autour des vins par le sommelier Franz Kämmer, (diplômé de l'Ecole des vins de Bourgogne à Beaune) a déroulé l'historique de la Bourgogne et fait la liaison avec les vins et leur dégustation accompagnés de spécialités bourguignonnes et françaises (jambon persillé, baguettes...);

La maison Mulot et Petitjean a offert des pains d'épices, les Moutardes Fallot un assortiment de petits pots de moutarde qui ont été dégustés et donnés en souvenir de la présentation (rappel aux pros allemands présents de la possibilité de visites de la fabrique de pains d'épices à Dijon et de la moutarderie à Beaune et à Dijon).

La Maison de la Bourgogne-Franche-Comté à Mainz était représentée par son nouveau directeur M. Laurent Vieille. Les échanges pendant la soirée avec les invités allemands a permis un relais des informations concernant les futurs programmes d'animation de la Maison de BFC à Mainz.

Les agences et tour-opérateurs ont particulièrement apprécié les vins de la Côte chalonaise et du Mâconnais. L'offre gastronomique globale de la Vallée de la Gastronomie permet d'élargir le choix des prestations proposées (visites de sites de production, accueil personnalisé avec un chef, ateliers d'animations, visites à thèmes, hébergements exceptionnels...

## Conclusion :

L'intérêt de la clientèle allemande pour la France et ses régions n'a pas faibli. Les professionnels du tourisme s'adaptent et cherchent à trouver de nouveaux produits touristiques tout en s'appuyant sur les classiques de la destination. La Bourgogne reste un incontournable pour la qualité de ses vins. L'inclusion de partenaires touristiques gastronomiques dans la Vallée de la Gastronomie étend l'offre et la rajeunit. Les 7 agences et tour-opérateurs ont été convaincus de la pertinence de la destination et du produit.

Pour tout complément d'information : **Contact :** [c.ambacher@bfctourisme.com](mailto:c.ambacher@bfctourisme.com)

Designed by  
**Bourgogne**

