

ROAD SHOW Allemagne BERLIN et HAMBOURG 23 & 24 NOVEMBRE 2021



Marie-Hélène Vernerey- 11/01/2022

L'ALLEMAGNE

CONTEXTE

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme a organisé, pour le compte de ses 3 marques de destination La Bourgogne, Montagnes du Jura et Vosges du Sud, une opération de type road-show (rencontre des journalistes et TO/AGV dans différents lieux d'Allemagne) en présentiel dans 2 villes : Berlin et Hambourg, importants foyers journalistiques.

7 partenaires étaient présents sur cette opération : l'Office de Tourisme d'Auxerre&Auxerrois, l'Office de Tourisme de Dijon Métropole, l'Office de Tourisme de Luxeuil-Les Bains Vosges du Sud, Besançon et la Citadelle, la Saline Royale d'Arc-Et-Senans et les Grandes Traversées du Jura. Cette action a eu pour but de rencontrer les journalistes, rédacteurs de la presse écrite (quotidiens et magazines, guides), freelance, photographes, blogueurs, influenceurs et de leur présenter les nouveautés et points forts pour 2022.

La conjoncture économique de l'Allemagne

Rappel

Population de l'Allemagne : 83 Millions d'habitants

Taux de croissance en 2019 : + 0,6%

Taux de chômage avant mars 2020 : 2,5%

PIB : 41 460 €/habitant en 2019, soit une progression de 180% en 30 ans !

La situation actuelle :

Au 2 novembre 2021, 66,8% 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.

Impact de la crise sanitaire en Allemagne :

- **Sur L'économie**

PIB : +1,8 % au 3^{ème} trimestre 2021 (source Les Echos – fin oct 2021) et estimatif à +3,9 % en 2022.

Taux de Chômage : 5,5 % en septembre 2021 (Source Le Figaro)

Plan de relance de 130 Milliards d'€ mis en place sur 2 ans, auquel s'ajoutent d'autres mesures par ex, comme la baisse de la TVA de 19 à 16+1%, l'élargissement aux PME de l'aide au départ accordée uniquement aux TPE (25 Md€).

- **Sur les médias**

Les pages touristes de certains médias ont été réduites et parfois supprimées ; d'autres tels que Family&Co ont fait faillite et ont été rachetés.

- **Sur les départs en vacances hors Allemagne**

45% des voyages des Allemands ont eu 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).

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

L'Allemagne représente la 1^{ère} clientèle étrangère de la Bourgogne (chiffres 2019), avec 14,8%.

Données touristiques :

Place de la France pour la clientèle touristique européenne- en 2019 :

La France est la 6^{ème} destination des Allemands à l'étranger et 3^{ème} destination pour les courts séjours avec 12,3 millions de touristes en France pour 5,1 milliards d'euros de recettes.

Les 3 principaux bassins émetteurs sont le Bade-Wurtemberg (Stuttgart, Baden-Baden, Karlsruhe), la Rhénanie du nord-Westphalie (Düsseldorf, Essen, Cologne, Aix La Chapelle), la Hesse (Frankfurt/M, Wiesbaden, Darmstadt).

Avec un taux de départ en vacances de 78% en 2019, l'Allemagne reste l'un des marchés incontournables de l'industrie touristique.

La durée de séjour est en moyenne de 6,6 jours (71 Millions de séjours de plus de 5 jours entrepris en 2019).

Rappel de la place des Allemands en Bourgogne, dans les Montagnes du Jura, dans les Vosges du Sud (avant la crise COVID) :

Les Allemands sont en 1^{ère} position représentant 14,9% de la fréquentation. Concernant les nuitées étrangères en hôtellerie, l'Allemagne est en 2^{ème} position avec 290 900 nuitées et aussi en 2^{ème} position pour les campings avec 344 000 nuitées en 2019.

(Source : Chiffres 2019 de l'Observatoire Régional du Tourisme)

L'accessibilité de la France et de notre région en particulier, en voiture, en train (en cette période de crise) est un atout majeur – 75% des séjours en France sont effectués en voiture particulière-

Les principaux concurrents de la France restent l'Autriche, l'Italie et la Croatie et maintenant leur propre pays comme précédemment évoqué.

Malgré la crise et les restrictions de voyage, les Allemands sont restés fidèles à la France en 2020. Dans un pays où les départs en voiture sont rois (75% des séjours loisirs), les destinations proches - dont la France – pourraient encore bénéficier en 2021 et 2022 d'un report partiel des clientèles longs et moyens courriers, d'autant que l'Allemagne, pays émetteur de touristes, ne dispose pas de la capacité d'hébergement nécessaire pour répondre à la demande loisir.

Le client allemand est exigeant et recherche en cette période de crise sanitaire, un lieu de vacances et d'hébergement à l'hygiène irréprochable, et aussi un pays, une destination d'où ils pourraient rentrer rapidement en cas de problème.

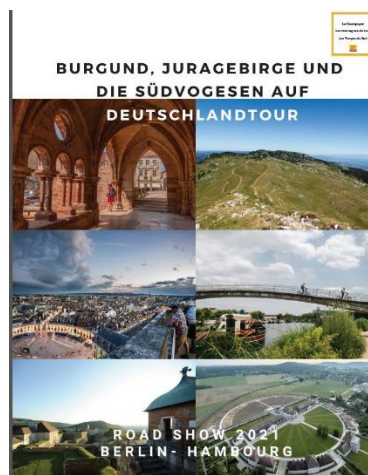
(Source : Atout France)

LE ROAD SHOW

Un dossier de presse dédié au Road Show

Un dossier de presse dédié aux partenaires présents - à savoir l'office de Tourisme d'Auxerre & Auxerrois, l'Office de Tourisme de Dijon – Métropole, l'Office de Tourisme de Luxeuil-Les-Bains, Grand Besançon Métropole avec La Citadelle, la Saline Royale d'Arc et Senans et les Grandes traversées du Jura- a été réalisé.

Ce dossier de presse a mis en lumière les nouveautés et points forts des partenaires pour l'année 2022.



Dossier de presse dédié aux partenaires du road-show et aux 3 marques de destinations (Bourgogne, Montagnes du jura et Vosges du Sud)

le road-show

- A Berlin le mardi 23 novembre 2021

L'évènement a eu lieu à l'Institut Français sous un format 17H30 – 21H00 avec un buffet de spécialités et de vins de la région.

A 17H30 l'accueil des journalistes a débuté et leur pass sanitaire vérifié dans le cadre de la règle 2 G appliqué en Allemagne.

Une boisson d'accueil, un sac presse contenant de l'information touristique sur nos destinations, le dossier de presse/ le guide pro et des cadeaux emblématiques de nos offres ainsi qu'un quizz leur a été remis.

Une vidéo de la Bourgogne, les Montagnes du Jura et les Vosges du Sud tournait en boucle lors de la soirée.

Chaque partenaire s'est présenté et a présenté son offre en 5 à 8 minutes et les journalistes et Tour Opérateurs / Agents de voyages.

Les journalistes et Tour Opérateurs / Agents de voyages ont ensuite été invités à rencontrer les partenaires.



Nombre de journalistes et Tour Operators / Agents de voyages présents à Berlin :

⇒ 17 journalistes et 1 blog : essentiellement des journalistes freelance, des magazines et sites internet dédiés aux voyages, des magazines d'art de vivre, d'importants groupes de presse tel que Funke et 1 blog.

⇒ 5 agents de voyages / TO

Intérêts principaux pour le tourisme fluvial, les stations de ski des MDJ, des étapes gastronomique et oenotouristique, le golf, les city break.

- **A Hambourg le mercredi 24 novembre 2021**

L'évènement a eu lieu au Literaturhauscafé sous un format 17H30 – 21H00 avec un buffet de spécialités et de vins de la région.

Voir descriptif du déroulé de la soirée.



Nombre de journalistes présents à Hambourg :

⇒ 9 journalistes : une part importante là aussi de journalistes freelance mais également des journalistes radios, magazine de voyage de luxe, site internet pour familles, l'important quotidien die Welt et son supplément Welt Am Sonnta était aussi représenté.

Intérêts principaux pour le tourisme fluvial, la GTJ équestre, les itinéraires vélo , gastronomique et oenotouristique, le golf,

Les tendances 2021 :

Le vif intérêt constaté en début d'année lors d'opération auprès de la presse allemande a nettement pour le tourisme fluvial a été confirmé (essentiellement les bateaux). La cité de la gastronomie, grande nouveautés 2022 , l'oenotourisme, le vélo, les city break, les voyages entre « copines » et les thématiques familles.

Conclusion :

Cette opération a démontré l'importance de continuer à garder le contact avec nos voisins allemands qui ont d'ailleurs répondu présents et qui sont en recherche de thématiques à pouvoir exploiter.

Les journalistes sont prêts à venir découvrir ou redécouvrir notre destination.

Celle-ci a indéniablement une carte à jouer grâce à sa proximité, ses grands espaces propices aux activités de loisirs nature très recherchées, l'importance de ses voies navigables pour le

tourisme fluvial (qui a particulièrement retenu l'attention) et ses villes de tailles moyennes et petites.

Nous effectuons le suivi des demandes des journalistes pour 2022.

Pour tout complément d'information : **Contact** : mh.vernerey@bfctourisme.com