



# LE MARCHÉ ALLEMAND

Les touristes en provenance d'Allemagne constituent la première clientèle étrangère en Bourgogne-Franche-Comté, et la sixième pour nos hôtels. Ils réservent plus d'une nuitée hôtelière étrangère sur dix dans la région, mais plus de deux sur dix dans les campings. La Bourgogne-Franche-Comté est respectivement la 5<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> destination en France pour l'hôtellerie et le camping. Les campeurs allemands sont amateurs de grands espaces et de patrimoine culturel, adeptes de vélo et de tourisme « calme », très sensibles à la qualité de l'accueil. Des visiteurs venus d'outre-Rhin plus désireux que jamais de voyager après la crise Covid et probablement plus attirés que jamais par la région, proche de chez eux et qu'ils connaissent moins bien que l'Alsace.

## Données économiques

Source : Banque Mondiale

**POPULATION**  
83,2 millions

**SUPERFICIE**  
357 400 km<sup>2</sup>



**CAPITALE**  
Berlin

**LANGUE OFFICIELLE**  
allemand

**MONNAIE**  
euro

**Caractéristique de la population :**  
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.

**1<sup>ère</sup> puissance économique européenne**

**4<sup>ème</sup> puissance économique mondiale**



**TAUX DE CROISSANCE**  
2,6%

**TAUX DE CHÔMAGE**  
3,6%

**TAUX D'INFLATION**  
3,1%

**PIB 2021**  
4 259,9 milliards \$  
(en dollars courants)

**PIB PAR HABITANT**  
51 204 \$

**RÉGIME POLITIQUE :** République fédérale composée de 16 Länder possédant chacun son propre gouvernement et son propre parlement. Ils jouissent d'une grande décentralisation par rapport au gouvernement fédéral.

**PRÉSIDENT :**  
Frank-Walter Steinmeier  
depuis mars 2017.

**CHANCELIER (chef du gouvernement) :** Olaf Scholz,  
depuis le 8 décembre 2021.



**SITUATION POLITIQUE DU PAYS :**  
Stable.

## Données touristiques

Source : Atout France



### FRÉQUENTATION INTERNATIONALE

**34,9 millions de voyages à l'étranger en 2021**

**27,7 millions de voyages à l'étranger en 2020**

### CULTURE ET CADRE DE VIE

- 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.

### GRANDES TENDANCES DE CONSOMMATION

- Nature et vacances actives - vélo, rando, canoé kayak.
- Hébergement en gîte, camping, camping-car.
- Durabilité, simplicité et authenticité.
- Gastronomie avec des produits locaux.

### INFOS PRATIQUES POUR CONQUÉRIR, ACCUEILLIR ET FIDÉLISER LE VOYAGEUR

#### **O 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.
- La traduction d'un site internet en allemand est vivement recommandée (à minima en anglais) car internet reste la 1<sup>ère</sup> source d'information pour les voyageurs vers la France.

#### **O Pendant 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.

### VACANCES SCOLAIRES

- 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 entre 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.

### ASPIRATIONS ET USAGES

- Les Allemands privilégient les voyages en voiture.
- Ils sont sensibles à l'accueil, la propreté.
- Ils recherchent en France : grands espaces, art de vivre, événements culturels.

#### **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) :** les déjeuners des Allemands sont rapides, il ne prennent pas beaucoup de temps pour le déjeuner. 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) :** le repas chaud de la journée.
- **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.

## Le marché allemand en France

Source : Atout France

### LA FRANCE :

**6<sup>ème</sup> destination des Allemands**

**3<sup>ème</sup> destination pour les courts séjours**



**8,2 millions de séjours**  
en France en 2021

**12,4 millions de séjours**  
en France en 2019



**6,5 milliards €**  
**de recettes pour la France**  
en 2022

### Saisonnalité des séjours :

PRINTEMPS

**27%**

ÉTÉ

**52%**

AUTOMNE

**18%**

HIVER

**6%**

## Le marché allemand en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Orange FVT

**1<sup>er</sup> marché étranger**  
**en Bourgogne-Franche-Comté**



**3,4 millions de nuitées**  
en 2022

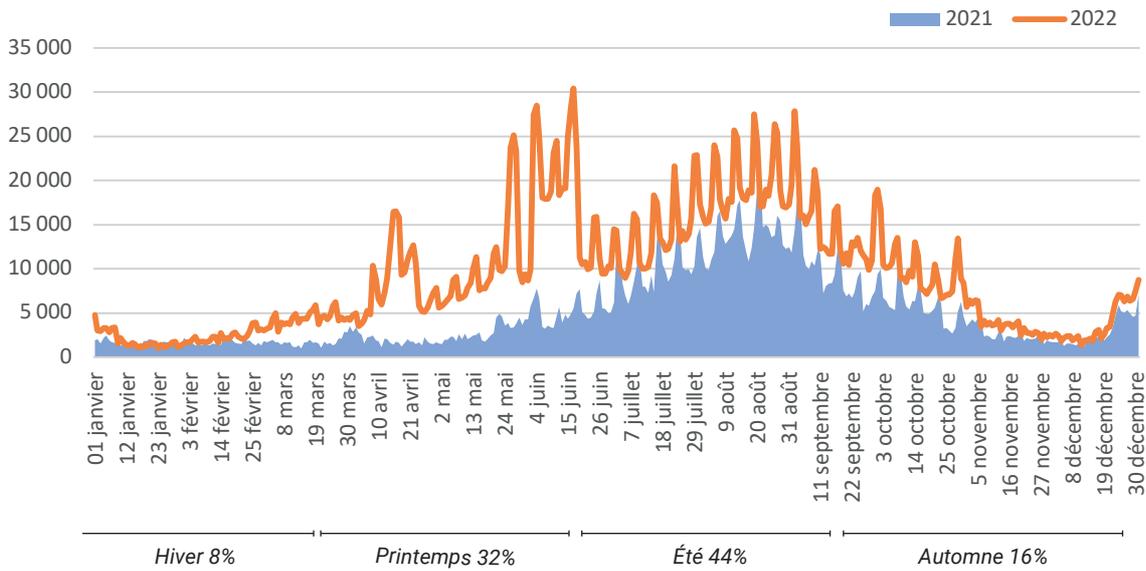
E-RÉPUTATION DE LA BFC  
AUPRÈS DES ALLEMANDS  
Note moyenne Fairguest 2022 :

**7,7/10**

sur 21 800 avis déposés



**EVOLUTION DES NUITÉES ALLEMANDES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2021-2022**



Une très nette reprise de la fréquentation allemande en 2022 en Bourgogne-Franche-Comté, en particulier pendant les vacances de Pâques et la première quinzaine de juin (vacances allemandes).

**Nuitées allemandes dans les hébergements marchands**

Source : INSEE

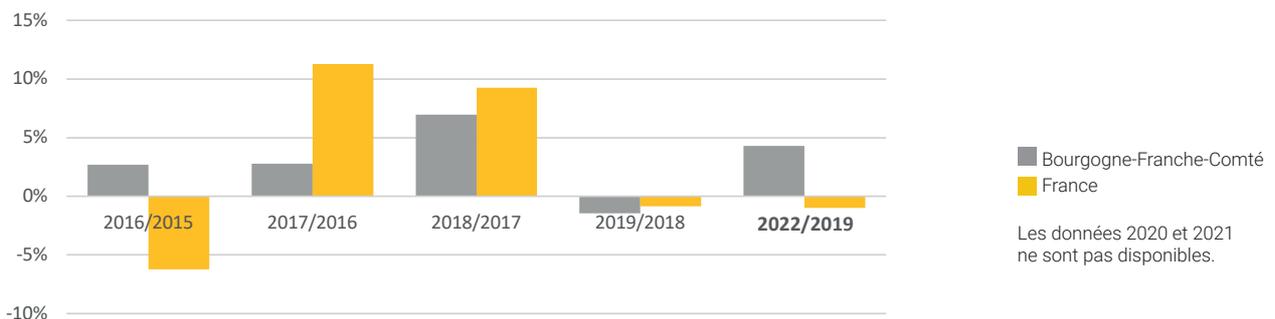
**HÔTELS**

**303 500 nuitées en 2022, soit 16,3% des nuitées étrangères dans tous les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté**

**Les Allemands : 2<sup>ème</sup> clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté**



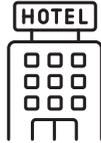
**Évolution annuelle des nuitées allemandes dans l'hôtellerie**



**Durée moyenne de séjour 2022**



**1,28 jour**



**Palmarès des régions françaises en 2022**

**1** Ile-de-France  
2 953 000 nuitées

**2** Grand Est  
1 037 000 nuitées

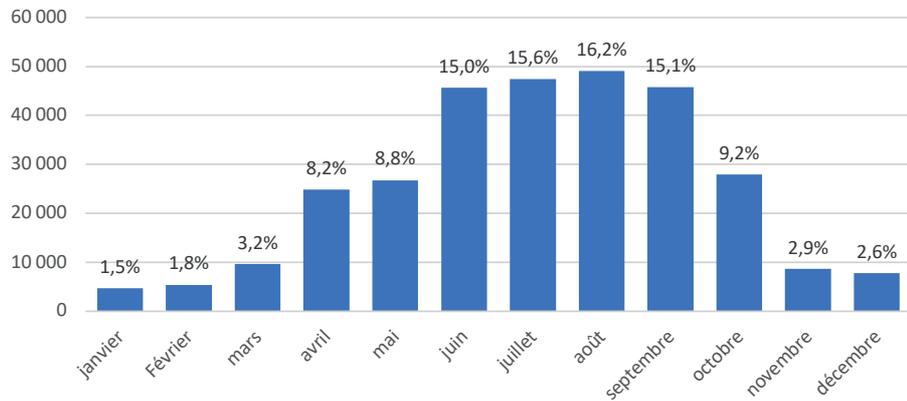
**3** Provence-Alpes-Côte d'Azur (Sud)  
862 000 nuitées

**5** Bourgogne-Franche-Comté  
303 500 nuitées

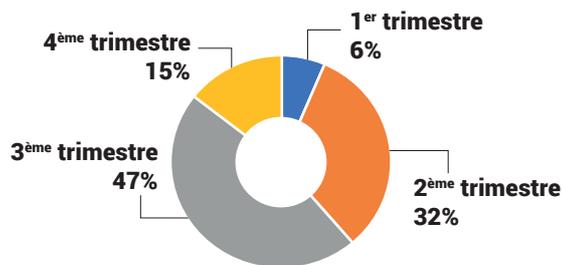
**soit 4,3% des nuitées allemandes dans les hôtels français**

**Saisonnalité des nuitées allemandes 2022**

La fréquentation allemande dans les hôtels est concentrée sur la période de juin à septembre, qui comptabilise 60% des nuitées annuelles.

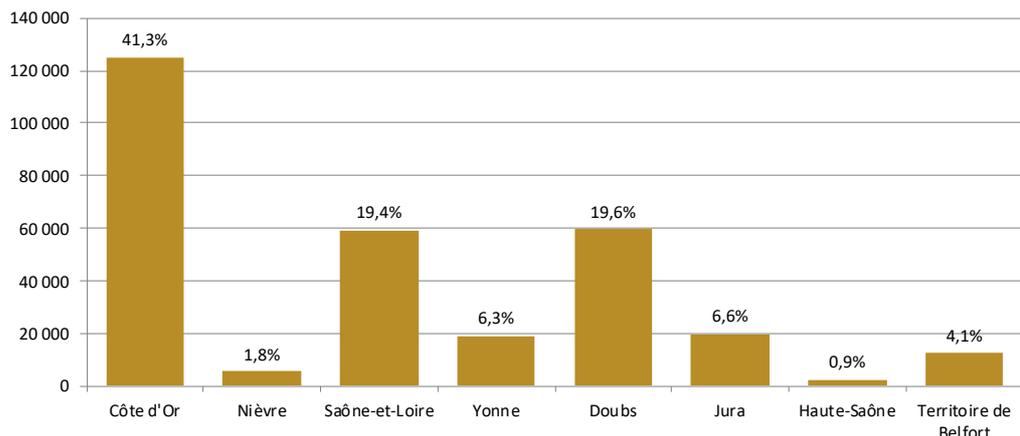


Le retour des clientèles allemandes post-COVID s'est amorcé à partir du second trimestre 2022.

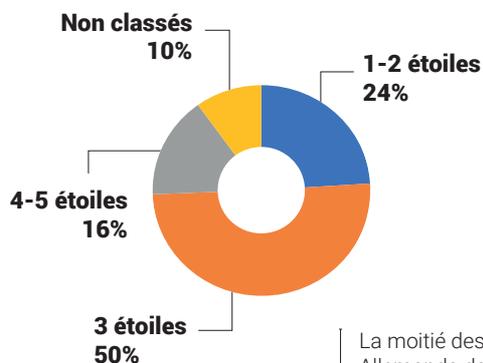


**Répartition des nuitées allemandes 2022 par département**

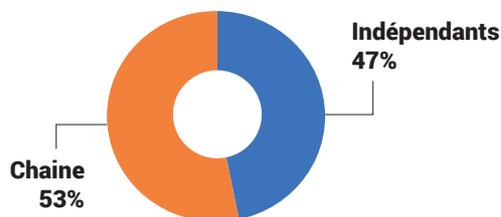
La Côte-d'Or reste le premier département de la région pour l'accueil des Allemands en hôtellerie.



**👉 Répartition des nuitées allemandes 2022 par catégorie de confort**



**👉 Répartition des nuitées allemandes 2022 par type d'établissement**



La moitié des nuitées effectuées par les Allemands dans l'hôtellerie régionale concernent les hôtels 3 étoiles.

**CAMPINGS**

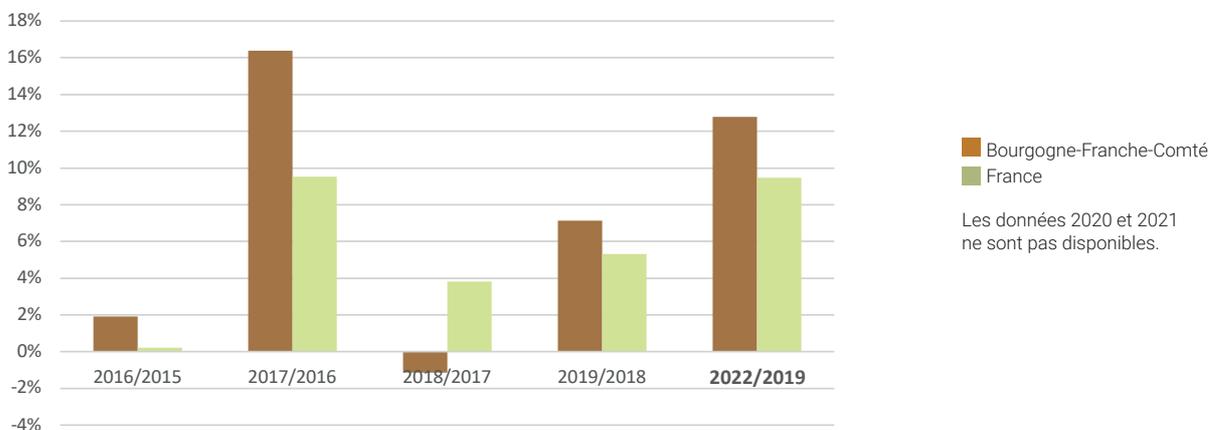
.....

**388 200 nuitées en 2022, soit 25,8% des nuitées étrangères dans les campings de Bourgogne-Franche-Comté**

**Les Allemands : 2<sup>ème</sup> clientèle internationale des campings de Bourgogne-Franche-Comté**



**👉 Évolution annuelle des nuitées allemandes en camping**



Les nuitées allemandes en camping progressent plus en Bourgogne-Franche-Comté qu'en moyenne nationale.

**Durée moyenne de séjour 2022**



**2,15 jours**



**Palmarès des régions françaises en 2022**



**1** Nouvelle Aquitaine  
2 229 000 nuitées



**2** Provence-Alpes-Côte d'Azur (Sud)  
1 778 000 nuitées



**3** Occitanie  
1 764 000 nuitées

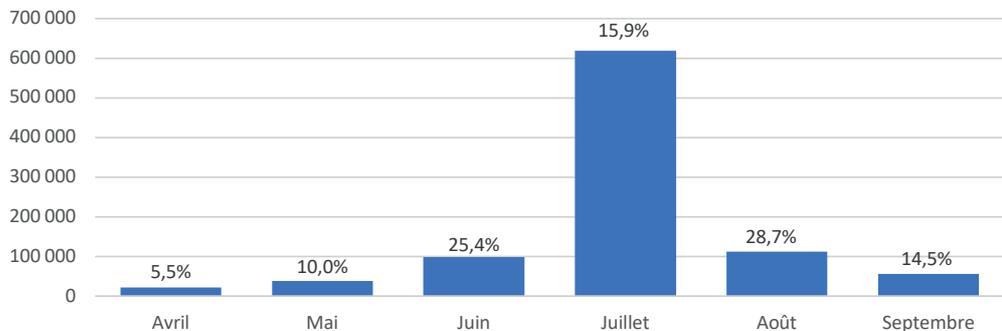
...



**8** Bourgogne-Franche-Comté  
**388 200 nuitées**  
**soit 3,8 % des nuitées allemandes dans les campings français**

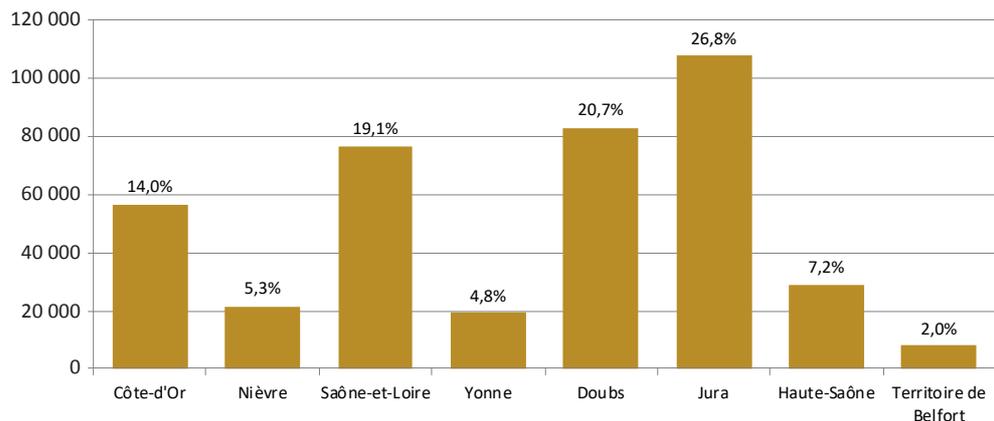
**Saisonnalité des nuitées allemandes 2022**

Comme pour la fréquentation globale de la région par les Allemands, la fréquentation des campings est importante en juin.



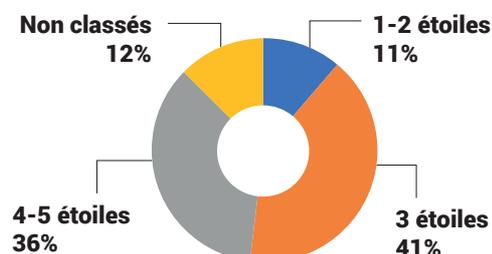
**Répartition des nuitées allemandes 2022 par département**

Le Jura et le Doubs comptent pour 48% des nuitées régionales allemandes dans les campings.



**Répartition des nuitées allemandes 2022 par catégorie de confort**

77% des nuitées allemandes en camping dans la région sont réalisées en 3-4-5 étoiles.







## L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DE NOS DESTINATIONS SUR LE MARCHÉ ALLEMAND

Source : Future Thinking 2020.

	Notoriété	Top 3 des sources de notoriété	Principaux éléments de connaissance	Atouts	Axes d'amélioration
<b>BOURGOGNE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>4<sup>ème</sup> rang</b> des anciennes régions sur 22 en Allemagne pour la notoriété spontanée derrière la Bretagne, la Normandie et l'Alsace.</li> <li>• Un score de <b>61% en notoriété assistée</b> (5<sup>ème</sup> place).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bouche-à-oreille.</li> <li>• Télévision.</li> <li>• Presse.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dijon.</li> <li>• Côte-d'Or.</li> <li>• Les Climats du vignoble de Bourgogne.</li> <li>• La Charité-sur-Loire.</li> <li>• Auxerre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caractère authentique des villages et des sites naturels.</li> <li>• Densité du patrimoine.</li> <li>• Ressourcement dans un environnement sain.</li> <li>• Diversité des itinéraires de découverte.</li> <li>• Expériences gastronomiques et oenotouristiques exceptionnelles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Séjours raffinés d'exception.</li> <li>• Vivre des expériences insolites, dépaysantes.</li> <li>• S'engager dans le tourisme responsable, écologique.</li> <li>• Diversité des hébergements.</li> </ul>
<b>MONTAGNES DU JURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>10<sup>ème</sup> rang des massifs montagneux européens connus</b> en Allemagne pour la notoriété spontanée.</li> <li>• Un score de <b>34% en notoriété assistée</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presse.</li> <li>• Télévision.</li> <li>• Bouche-à-oreille.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le CERN.</li> <li>• Château de Voltaire.</li> <li>• Monts Jura.</li> <li>• Le Grand Colombier.</li> <li>• Saint-Claude.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accueil, convivialité des habitants.</li> <li>• Patrimoine riche.</li> <li>• Caractère authentique des villages et des sites.</li> <li>• Beauté des paysages, nature préservée.</li> <li>• Destination pour se ressourcer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'engager dans le tourisme responsable, écologique.</li> <li>• Proposer des occupations pour les familles, les enfants.</li> <li>• Présence d'événements culturels et sportifs.</li> </ul>
<b>MASSIF DES VOSGES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>6<sup>ème</sup> rang des massifs montagneux européens connus</b> en Allemagne pour la notoriété spontanée.</li> <li>• Un score de <b>61% en notoriété assistée</b>.</li> </ul>	DONNÉES NON DISPONIBLES		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beauté des paysages.</li> <li>• Destination pour se ressourcer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer des occupations pour les familles, les enfants.</li> <li>• Rapport qualité prix des prestations touristiques.</li> </ul>

<b>Univers d'évocation assistée</b>	
• Les vignobles	78%
• La nature, des paysages	47%
• Les produits régionaux, la gastronomie	42%
• Le riche patrimoine historique	27%
• La randonnée pédestre	27%
DONNÉES NON DISPONIBLES	
DONNÉES NON DISPONIBLES	