

LE MARCHÉ ALLEMAND



A RETENIR ...

Les touristes en provenance d'Allemagne constituent la première clientèle étrangère en Bourgogne-Franche-Comté, et la deuxième pour nos hôtels et nos campings. Ils réservent plus de 15% des nuitées hôtelières étrangères dans la région, et plus d'un quart dans les campings. La Bourgogne-Franche-Comté était respectivement la 5^{ème} et 8^{ème} destination en France pour l'hôtellerie et le camping en 2023. 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 2023
83,3 millions



CAPITALE
Berlin

MONNAIE
euro

Caractéristique de la population :
vieillissante, la plus âgée d'Europe.

SUPERFICIE
357 400 km²

LANGUE OFFICIELLE
allemand

1^{ère} puissance économique européenne

4^{ème} puissance économique mondiale



EN 2023 :
TAUX DE CROISSANCE
0,3%

TAUX DE CHÔMAGE
3,1%
de la population active
(estimation nationale)

TAUX D'INFLATION
5,9%

PIB 2023
4 525,7 milliards \$
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT 2023
54 343 \$
(en dollars courants)

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) :

Friedrich MERZ à partir de mai 2025.



SITUATION POLITIQUE DU PAYS :

Stable.

Données touristiques

Source : Atout France / FTO



FRÉQUENTATION INTERNATIONALE

124 millions de départs à l'étranger des Allemands en 2024

vs 113 millions en 2023 et 99,6 millions en 2022

CULTURE ET CADRE DE VIE

- Cadre de vie aisé.
- Le véganisme et le bio sont très tendances et ancrés dans les habitudes quotidiennes.
- 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. La randonnée pédestre reprend après la crise COVID.
- 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. Un touriste allemand sur 2 est un repeater (qui renouvelle son séjour).

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

○ Avant le séjour

- Il est important de proposer des idées très tôt en saison (1 an à l'avance), avant le bouclage des catalogues.
- Idéalement avoir un produit qui peut être programmé par les professionnels du tourisme, avec des tarifs intéressants et guide en allemand sur place.
- La traduction d'un site internet en allemand est vivement recommandée (à minima en anglais) car internet reste la 1^{ère} source d'information pour les voyages vers la France.

○ 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.
- L'utilisation des plastiques (bouteilles-échantillons dans les hôtels, etc...) est à bannir car le touriste allemand veille à ne pas gaspiller.

VACANCES SCOLAIRES

- Vacances scolaires : fort étalement du calendrier des vacances scolaires dû 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 jours de congés annuel des salariés : 29 jours ouvrés.
- 15 jours fériés par an.
- Fête nationale le 3 octobre : jour anniversaire de la réunification du pays, après 45 ans de séparation entre Allemagne de l'Ouest et Allemagne de l'Est.

ASPIRATIONS ET USAGES

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

- Le touriste allemand choisit de consommer l'eau minérale en bouteille (de verre) au restaurant ou à l'hôtel – de préférence gazeuse, plutôt que l'eau du robinet.

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, en majorité des produits salés. Grande variété de pains, charcuteries, fromages, œufs à la coque, croissants garnis, café.
- **Déjeuner (12h/13h)** : les déjeuners des Allemands sont rapides (1 plat). Ils ne prennent pas beaucoup de temps pour le déjeuner. Les formules pique-nique, apéritifs dinatoires, buffets conviennent 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 ; ils apprécient le pain français (la baguette).

- **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 autonomes durant leur séjour et privilégient la recherche d'information in situ, ou au sein même des lieux visités (avec des cartes de situation).
- 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.
- Ils aiment participer à des challenges sportifs en équipe.
- 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.
- Répéter l'information car le client allemand est fidèle.

Le marché allemand en France

Source : Atout France / FTO

LA FRANCE :
2^{ème} destination
des Allemands

3^{ème} destination pour
les courts séjours



15,1 millions de départs
vers la France en 2024

vs 14,5 millions en 2023 et
 13,9 millions en 2022

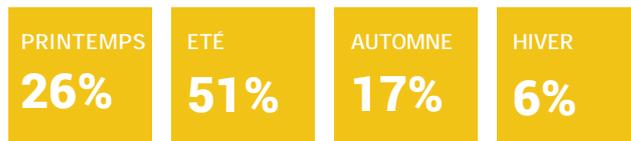


7,5 milliards € de dépenses
en France en 2024

vs 6,5 milliards € en 2023 et
 6,4 milliards € en 2022

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS EN 2023 :

Les 2/3 des touristes allemands en France
proviennent des Länder de l'ouest :
 Bade-Wurtemberg / Rhénanie-Palatinat/
 Sarre/Rhénanie du Nord / Hesse et
 Westphalie.



Le marché allemand en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Orange / Flux Vision Tourisme

1^{er} marché étranger
en Bourgogne-Franche-Comté



3,7 millions de nuitées
en 2024

vs 3,8 millions en 2023 et
 3,4 millions en 2022

E-RÉPUTATION DE LA BFC
 AUPRÈS DES ALLEMANDS
 Note moyenne Fairguest 2024 :

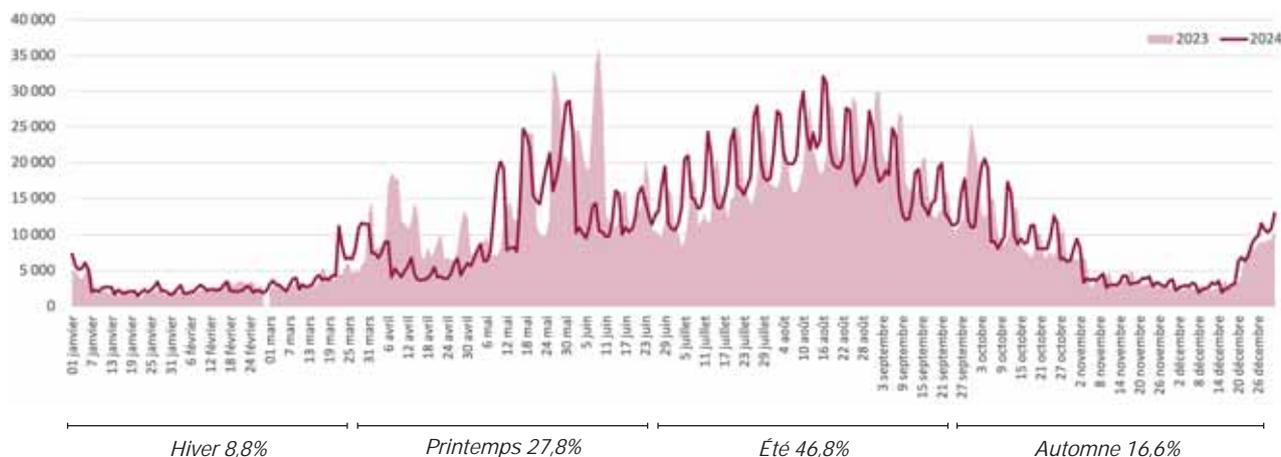
7,7/10
sur 17 903 avis déposés

NUITÉES ALLEMANDES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ DE 2019 À 2024 (TOUS MOTIFS CONFONDUS)

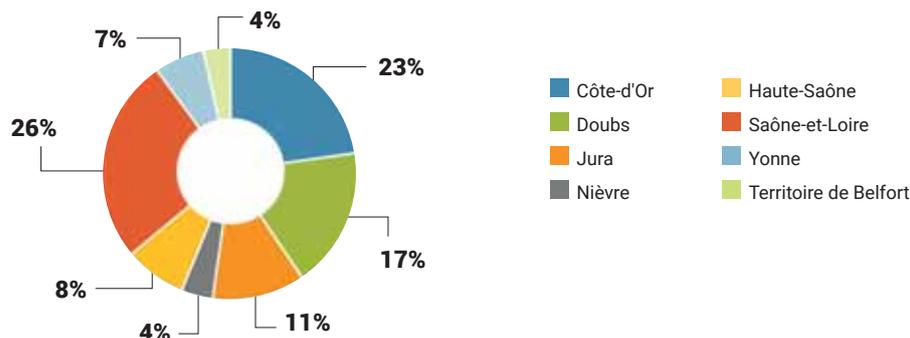
Source : Orange / Flux Vision Tourisme

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de nuitées (en millions)	ND	2,019	1,842	3,364	3,828	3,687

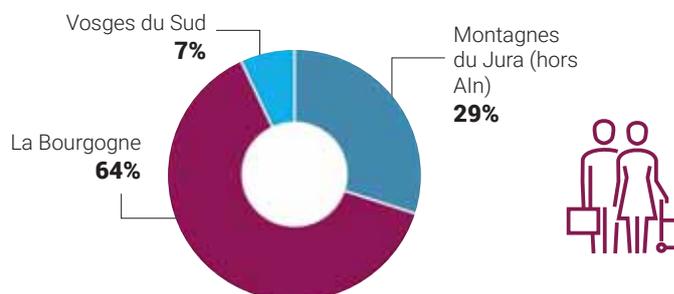
ÉVOLUTION JOURNALIÈRE DES NUITÉES ALLEMANDES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2023-2024



RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT DES NUITÉES ALLEMANDES 2024



RÉPARTITION PAR DESTINATION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024



Nuitées allemandes dans les hébergements marchands de BFC

Source : INSEE

HÔTELS



307 300 nuitées en 2024,

soit 16,0% des nuitées étrangères dans les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté,
soit 4,2% des nuitées allemandes en hôtellerie en France métropolitaine

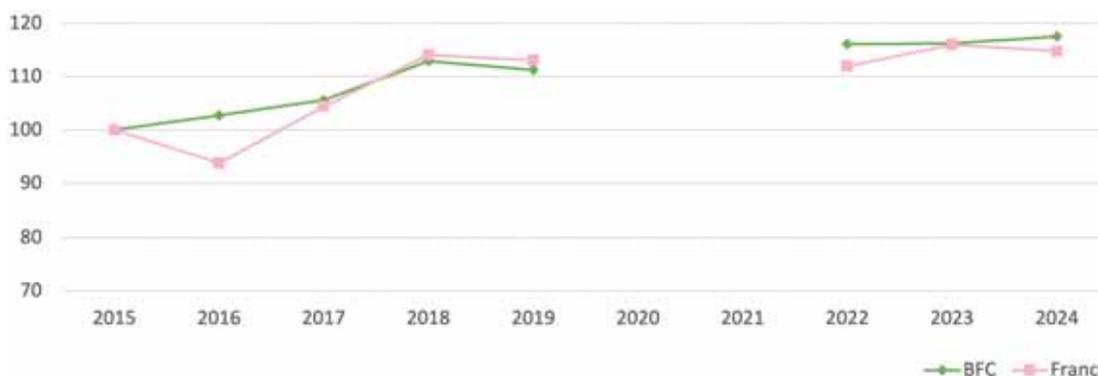
Les Allemands : 2^{ème} clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté



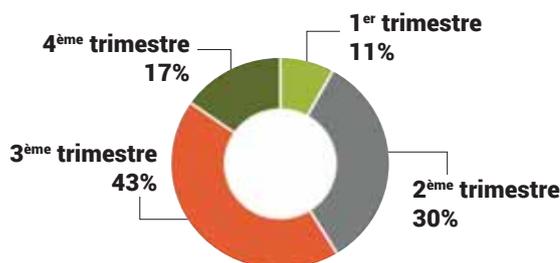
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024

1,25 nuit

ÉVOLUTION DES NUITÉES ALLEMANDES 2015-2024 DANS L'HÔTELLERIE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (EN BASE 100 EN 2015)



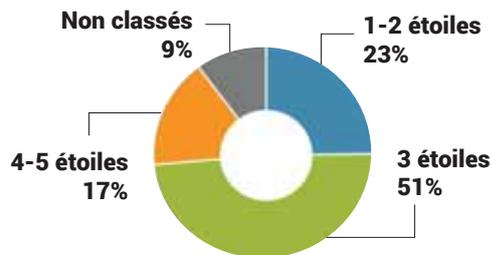
SAISONNALITÉ DES NUITÉES ALLEMANDES EN 2024



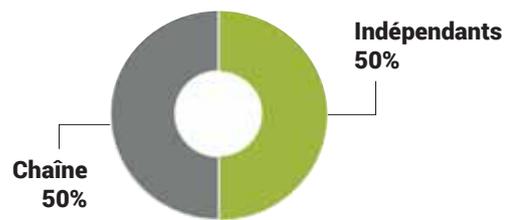
RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR DÉPARTEMENT

	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	121 100	125 200	129 100	131 800	43%
Doubs	49 900	59 600	52 600	54 700	18%
Jura	18 500	20 000	19 900	20 200	7%
Nièvre	7 800	5 500	6 600	5 800	2%
Haute-Saône	3 800	2 700	3 600	2 900	1%
Saône-et-Loire	57 000	59 000	59 200	59 800	19%
Yonne	17 800	19 100	19 400	18 900	6%
Territoire de Belfort	15 000	12 400	13 500	13 200	4%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	290 900	303 500	303 900	307 300	100%

RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT



CAMPINGS



395 200 nuitées en 2024,

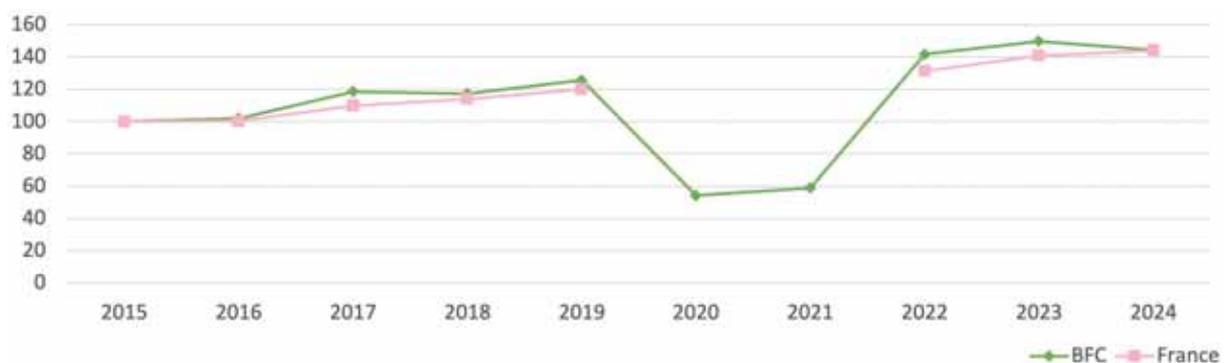
soit 25,9% des nuitées étrangères dans les campings de Bourgogne-Franche-Comté, soit 3,5% des nuitées allemandes en camping en France métropolitaine

Les Allemands : **2^{ème}** clientèle internationale des campings de Bourgogne-Franche-Comté



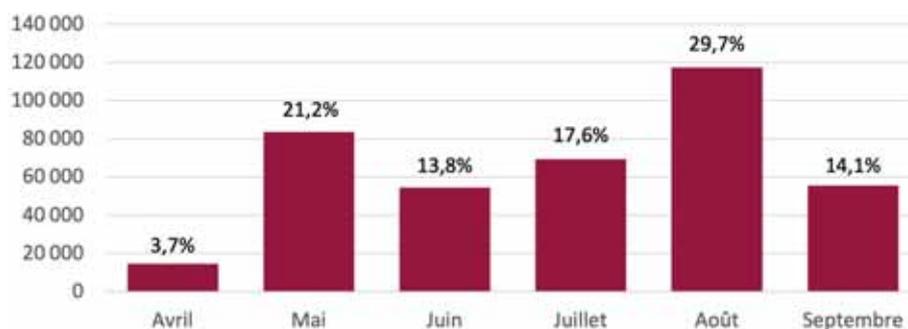
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024
2,06 nuits

ÉVOLUTION DES NUITÉES ALLEMANDES 2015-2024 DANS LES CAMPINGS EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (BASE 100 EN 2015)



Les données France métropolitaine 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

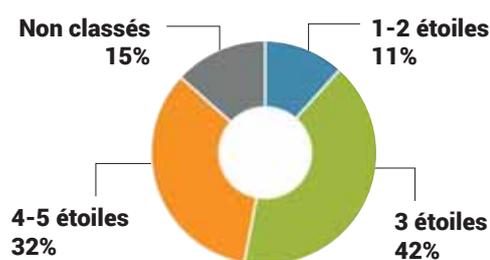
SAISONNALITÉ DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ



RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR DÉPARTEMENT

Département	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	40 400	54 500	61 100	57 100	14%
Doubs	59 500	80 200	91 000	22 800	6%
Jura	85 600	104 100	93 800	90 300	23%
Nièvre	19 500	20 700	20 700	18 000	5%
Saône-et-Loire	67 700	74 200	83 000	83 700	21%
Yonne	16 000	18 600	17 700	80 200	20%
Haute-Saône et Territoire de Belfort	30 100	35 700	43 000	43 100	11%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	318 800	388 000	410 300	395 200	100%

RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



L'image et la notoriété de nos destinations sur le marché allemand

Source : Future Thinking 2020.

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