

## DEMARCHAGE Allemagne

21 AU 23 JUIN 2016

### Quelques données économiques :

**Taux de croissance 2015 : 1,7%, taux de croissance prévisionnel 2016 : 1,7%, PIB/habitant (PPA) 2015 : 37 000 €** (source : Ministère de l'Economie en Allemagne + Destatis).

**Population : 81,9 millions en 2015, 7<sup>ème</sup> position de la France comme destination, principales destinations concurrentes : Allemagne, Espagne et Italie** (source Atout France)

**Nombre de départs à l'étranger en 2015 : 67,9 millions dont 11,7 millions en France.**

**Période des voyages : mai à octobre. Durée moyenne des séjours : 10,2 jours** (sources : DGE, FUR Reiseanalyse 2016, DRV, ADAC-Reisemonitor)

**Les professionnels allemands de la distribution** (source Atout France) : l'ensemble des organisateurs de voyages représente 42,4 millions de clients (34,6 millions en 2002) et plus de 40% des voyages sont organisés et vendus par un TO ou une agence de voyages. On compte 2 500 tour-opérateurs et 9 800 agences de voyage en Allemagne. Les tour-opérateurs ont encore un potentiel de développement pour la destination France, notamment sur des produits de niche.

En collaboration avec Atout France Allemagne pour la prise de rendez-vous, le CRT a rencontré sur 3 jours, 12 tour-opérateurs -qui ne vendent pas du tourisme de masse- pour une présentation de la destination Bourgogne Franche-Comté sur 2 thèmes : la nature liée aux itinéraires (pédestres comme l'Echappée Jurassienne ou vélo comme l'Eurovélo6) et la culture (sites religieux, fortifications...) Ce sont des produits de niche hors des sentiers battus (clientèle sportive, active) qui correspondent bien au produit randonnée en Franche-Comté présenté dans le collectif itinérance (à pied, à vélo) : les sentiers et circuits sont associés à du patrimoine et à la découverte de sites sur l'ensemble de la région.

Un power point illustrant l'ensemble des points fort de la région a permis d'appuyer le discours et la présentation, lors des rendez-vous. La majorité des tour-opérateurs rencontrés sont des petites structures avec de petites équipes (de 1 à 10 salariés)

### Programme du démarchage :

Mardi 21/06 : Münster – Osnabrück : rencontre de 4 tour-opérateurs : **Rucksack Reisen, Regenbogen Reisen, Ferienhäuser am Atlantik et ReiseKunst**. Intéressés par la destination pour du changement dans leur programmation, ils cherchent de nouveaux hébergements, des idées de programme, de visites. C'est pourquoi la rencontre avec le CRT permet de lancer des projets et de leur donner envie de se lancer dans de nouvelles propositions pour leurs clients.

Mercredi 22/06 : Soest – Cologne- Bonn : rendez-vous avec 5 tour-opérateurs, très différents dans leur offre et clientèle : **BBT Travel, Thomas Morus Akademie, Conti Reisen, Auszeit mit Hund, Bonjour la France**. Par exemple, Thomas Morus Akademie est spécialisé dans une programmation culturelle (musées, sites, villes) haut de gamme, Auszeit mit Hund est spécialisée dans des voyages pour les propriétaires de chiens.

La région est davantage connue et programmée côté Bourgogne : ceci permet d'élargir en proposant des sites différents liés à la nature côté Franche-Comté.

Lorsqu'il s'agit d'un groupe, un voyage par an seulement est programmé.

Jedi 23/06 : [Frankfurt am Main](#) : visite de 3 tour-opérateurs, déjà connus qui référencent la destination pour 2 d'entre eux (**H.I.F** - centrale de réservation hôtelière- **et Le Boat** -tourisme fluvial-). **Terranova** (TO de niche sportif) étudie la possibilité de programmer la Franche-Comté à vélo (un produit pour individuels, en ligne pour 2017).

Dans le contexte actuel économique et politique un peu difficile, ces rencontres rassurent les tour-opérateurs qui continuent à aimer la destination France synonyme de qualité de vie et de diversité des paysages. De plus, ces tour-opérateurs spécialisés recherchent des endroits moins connus et fréquentés en France. Un échange, une présentation détaillée entraîne une discussion, des demandes d'idées de programme avec des visites et des suggestions d'hébergements. Ceci facilite le travail du tour-opérateur qui n'a pas toujours le temps ou l'opportunité de rechercher « les bons plans » sur une destination qu'il connaît moins et qui est tenté de rester sur sa programmation habituelle classique. La clientèle allemande recherche la nature, c'est un atout de la région, comme la gastronomie. N'oublions pas non plus la proximité géographique de la Bourgogne Franche-Comté par rapport aux Länder des tour-opérateurs visités (Nordrhein Westfalen, Niedersachsen, Hesse). Le temps de trajet s'en trouve diminué et c'est positif pour l'attraction de la destination.

Le listing de ces tour-opérateurs est disponible sur demande à [cecile.ambacher@franche-comte.org](mailto:cecile.ambacher@franche-comte.org)