



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme

Fiche marché

**Allemagne**

# L'ALLEMAGNE

357 000 km<sup>2</sup>

République Fédérale  
16 Länder



## Les grandes aires urbaines

- Düsseldorf / Cologne  
11,8 millions habitants
- Berlin  
5,9 millions habitants
- Francfort  
5,5 millions habitants
- Munich  
5,5 millions habitants

82,2 millions  
d'habitants

Pays le plus peuplé  
d'Europe

## Près de 75% sont citadins

L'Allemagne se distingue par son nombre de villes plus que par leur taille. Ces métropoles sont assez harmonieusement réparties sur le territoire malgré la concentration sur la vallée du Rhin. La population urbaine de l'Allemagne a stagné depuis les années 1980. L'Allemagne fait face à une démographie déclinante et une **population vieillissante**. Un Allemand sur deux a plus de 46 ans.



21%

de la population a plus de 65 ans

Prévision de  
croissance :

+1,6%

+1,1% en France

L'Allemagne est la **1<sup>ère</sup> économie européenne** et la 4<sup>e</sup> puissance mondiale. Elle a su traverser la crise de la zone euro sans véritable dommage. Le taux de chômage est de 4,3% pour 2016, le niveau le plus bas pour le pays depuis 25 ans.

Selon le baromètre de l'institut GfK, tous les signaux pour la **consommation** en Allemagne sont clairement **au vert**, que ce soit l'emploi, les revenus ou les taux d'intérêt. Les Allemands "restent comme avant, d'humeur acheteuse".

69 millions de  
séjours à  
l'étranger

Environ **80% des Allemands voyagent**. Sur 146,2 millions de séjours en 2015, 69,1 millions se sont déroulés à l'étranger.

Pour les scolaires, les dates varient selon les Länder. Les vacances d'été durent 6 semaines étalées entre fin juin et début septembre. Les salariés allemands bénéficient en moyenne de 29 jours ouvrés de congés annuels, malgré un minimum légal officiel de 20 jours.

La France est la 7<sup>e</sup> destination préférée des Allemands. Les 3 principales **destinations concurrentes de la France** : **Allemagne, Espagne, Italie**.



7<sup>e</sup> destination

internationale des  
Allemands

12 millions de  
séjours en  
France

1<sup>ère</sup> clientèle  
internationale de la  
France

L'Allemagne est le **1<sup>er</sup> marché pour la destination France** en termes d'arrivées et de nuitées. On compte 11,7 millions de départs en France en 2015, principalement entre mai à octobre, pour une durée moyenne de 11,2 jours. Les dépenses des Allemands en France sont en diminution : 4,2 milliards euros en 2015 contre 4,5 en 2014.

Le **littoral occupe la première place**, suivi par Paris, et les destinations « nature ». **60% viennent en voiture** et ainsi rayonnent largement sur le territoire à partir de leur lieu d'hébergement.

Bassins  
émetteurs

→ Bade-  
Wurtemberg

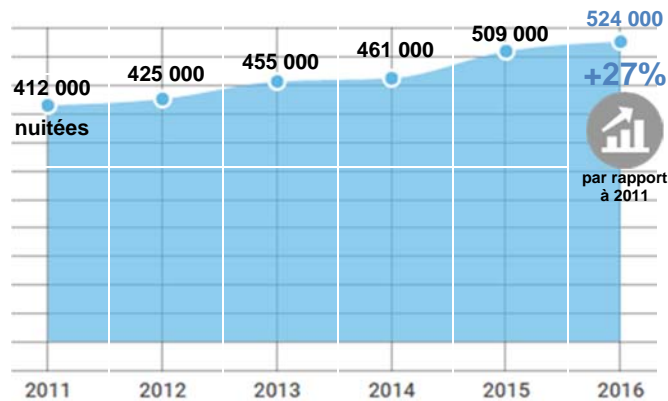
→ Hesse,  
Rhénanie-  
Palatinat, Sarre

→ Rhénanie du  
Nord Westphalie

→ Berlin et Bavière

# MARCHÉ ALLEMAND EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

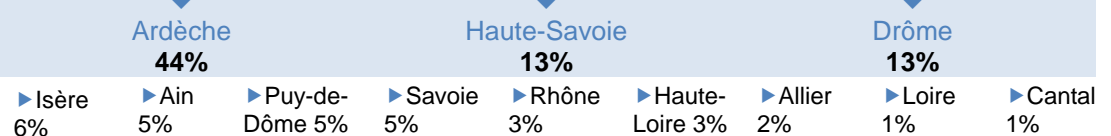
1<sup>er</sup> mode  
d'hébergement  
en région :  
le camping  
524 000 nuitées



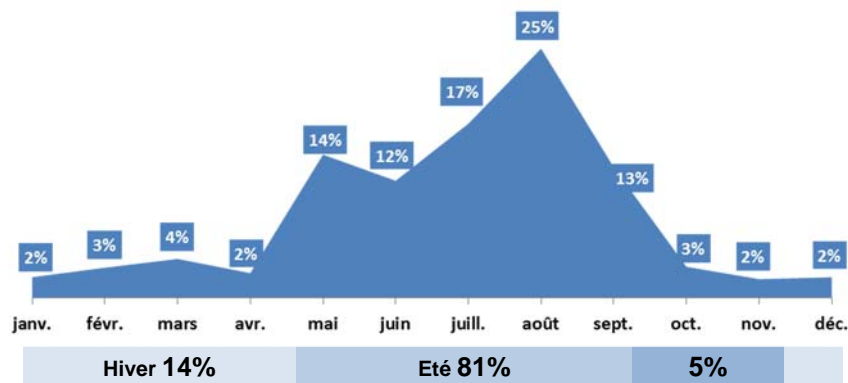
3<sup>o</sup> clientèle  
internationale  
des campings  
en région

Les Allemands sont la 3<sup>o</sup> clientèle dans les campings d'Auvergne-Rhône-Alpes avec 524 000 nuitées, soit **13% des nuitées internationales** en 2016. Ces 5 dernières années la destination a gagné plus de 100 000 nuitées (+27%) avec une **progression constante saison après saison**. En cumulé sur les 6 premiers mois de l'année 2017, la fréquentation enregistre +5% par rapport à 2016.

## Top 3 départements de séjours : 7 nuitées sur 10



Campings +  
hôtels =  
1 million de  
nuitées



1 nuitée sur 4  
en août

## TOP PROGRAMMATION

- Citybreaks
- Vacances confort à l'hôtel et en maison/appartement de vacances
- Vacances en milieu naturel tournent plus autour des campings
- All inclusive pour les familles

Taux  
d'intermédiation\*  
30% à 40%

## TOUR-OPERATEURS DOMINANT LE MARCHÉ ET GROSSISTES DESTINATION FRANCE



\*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

# PROFIL DES TOURISTES ALLEMANDS

## Particularités de la culture allemande

- Communication « allemande » : plus franche et directe, sobre, peut sembler parfois manquer de finesse, d'émotion ou encore d'humour.
- Discrets, n'expriment pas toujours leur mécontentement.
- Rigoureux, ponctuels : emploi du temps prédéfini. Les Allemands font chaque chose en son temps. Lorsque une chose est terminée, on entame la seconde, etc...

Le Français est la **seconde langue étrangère** la plus apprise (17% des élèves) après l'Anglais.



100 films français passent chaque semaine dans les cinémas allemands.

- Respectueux de l'environnement, sensibles aux espaces naturels protégés. Le tri des déchets ou les économies d'eau sont devenus LA règle.
- Seulement 6% des Allemands ont déjà réservé un voyage de tourisme durable. Concept encore inconnu à plus d'un Allemand sur deux.
- 9% de végétariens (plus hauts taux d'Europe), contre seulement 2% des Français.
- 1 Allemand sur 7 se rend régulièrement sur une plage estampillée FFK («Frei Körper Kultur»). Boudé par les jeunes, le naturisme est en perte de vitesse, la majorité des membres de la FFK ont désormais la cinquantaine.
- Allemagne, berceau européen du hard-discount : économies sur la nourriture, mais dépensiers quand il s'agit de s'équiper en produits informatiques ou de s'habiller.

## Les Allemands et le digital



- 89% d'utilisateurs internet
- 83% se connectent tous les jours
- 72% ont acheté un produit ou un service en ligne dans les 30 derniers jours

L'Allemagne est l'un des pays en Europe où l'utilisation d'adblocker est la plus élevée.



- 41% d'actifs sur les réseaux sociaux
- 1 heure et 9 minutes par jour en moyenne



Les Allemands partagent peu leurs vacances sur les réseaux sociaux : sécurité et confidentialité pointilleuse.

## Progression du all-inclusive et du luxe

Le all-inclusive continue de progresser mais aussi les voyages de luxe (croissance de +100% en dix ans pour ce segment).

### Couples & seniors toute l'année



Les couples apprécient d'avoir à leur disposition des endroits où ils peuvent se décontracter ou bien passer un moment romantique ensemble.

### Familles 25/50 ans l'été



Les familles apprécient les espaces conviviaux qui leur permettent de passer plus de temps ensemble et les espaces aménagés pour les enfants.

# PARCOURS CLIENT DES TOURISTES ALLEMANDS

## Choix de la destination en recherchant le meilleur prix

→ L'argument de la sécurité et de la confiance est de plus en plus important dans le choix de la destination.

→ Les enfants influencent voire choisissent la destination.

### 3 VECTEURS DE CHOIX

#### Bouche à oreille



La première source d'inspiration est la recommandation et l'expérience personnelle.

#### Comparateurs Site hébergement / destination



Impossible de trouver le repos si le voisin de chambre a payé moins cher

#### Médias TV et vidéos en ligne & presse



Geo saison, Abenteuer und reisen, Adac traveller, Bild am sonntag, Der spiegel, Stern, focus, Brigitte, Freundin, Cosmopolitan ...

## Critères de choix pour l'hébergement

1

### Prix



2

### Proximité des lieux touristiques



3

### Site internet traduit



### CRITÈRES SECONDAIRES

Proximité d'un lieu de baignade

Parking suffisant et grand

Taille du lit et qualité de la literie

Douche spacieuse

Activités, animations enfants

Espaces conviviaux /espaces bar

## Réservation 4 à 6 mois avant le départ

→ La réservation des vacances principales s'effectue toujours très tôt.

→ Les courts séjours « city breaks » suscitent plus de dernière minute.

→ 65% des Allemands réservent 6 mois à l'avance.

→ 58% des Allemands réservent directement chez le prestataire (hébergement, transport).

La réservation en ligne s'est développée grâce aux agences de voyage en ligne même si une grande part des vacanciers qui passent par une agence réserve encore en face à face.



Parler allemand, éditer des contenus et contrats en allemand est primordial pour rassurer et favoriser la réservation.

# ATTENTES DES TOURISTES ALLEMANDS

Pédaler et profiter du charme des paysages et du patrimoine

- France : 3° destination européenne préférée des Allemands pour le cyclotourisme.
- 1/3 des Allemands pratiquent le vélo chaque année pendant leurs vacances.
- Amateurs de visites culturelles : 41 sites allemands figurent sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco.
- Gourmets : l'Allemagne est le 2° pays européen, après la France, en nombre de chefs étoilés.
- La bière fait partie du patrimoine (1 300 brasseries, fête de la Bière) mais les Allemands raffolent aussi du vin (blanc mousseux Sekt, le « champagne » national à moins de 5€ la bouteille).
- Autonomes durant leur séjour, ils privilégient la recherche d'informations in situ.

## THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR

### Outdoor / Nature



Randonnée cyclo / pédestre  
Visite de sites naturels,  
Détente  
Baignade

### Visites de sites culturels et patrimoniaux



Monuments, châteaux, églises  
Villes, villages et cités de caractère  
Marchés, brocantes

### Visites gourmandes & Oenotourisme



Pour 1 Allemand sur 2 le cadeau souvenir est une spécialité régionale (fromage, charcuterie...)

### Croisières fluviales



Tendance !

Confort et produits bio et naturels pour les repas

- Le repas est un temps de pause où le confort, les manières et l'environnement sont très importants.
- Grand succès des produits bio et naturels : inscrire la provenance des produits.

### Petit déjeuner 7h - 8h

Continental et copieux  
  
Friands de viennoiseries au petit déjeuner

### Déjeuner 12h - 13h

Formule 1 plat (viande, pommes de terre, légumes, salade) ou Buffet ou Pique-nique

### Goûter 15h - 16h

Café au lait avec de la crème  
Viennoiseries, gâteaux et tartes aux fruits

### Dîner 19h - 20h

Salades, charcuteries, fromages, pains

Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda

Un accueil en allemand est un vrai plus

Parler allemand

Etre respectueux et souriant

Etre efficace et gérer les éventuels problèmes

Etre précis dans ses réponses (disponible, à l'écoute mais pas oppressant)

Bon rapport prestations / prix



Proposer des services (bouteille d'eau dans les chambres, rafraîchissement offert...)

Hygiène impeccable

Attention à la sécurité et à l'entretien

## NOTES

---

**Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute**  
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des voyageurs allemands



**Emmanuelle Collin**

Market development manager  
[e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com)



**Corinne Renard**

Marché Allemagne  
[c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:c.renard@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

# ALLEMAGNE

## Le marché allemand

82 millions d'habitants  
41% d'actifs sur les réseaux sociaux

 Facebook  Youtube  
Sécurité et confidentialité pointilleuse

69 millions de voyages à l'international

## Le tourisme des Allemands en France

12 millions de séjours en France

France : 7° destination préférée des Allemands,  
3° pour le cyclotourisme

1<sup>ère</sup> clientèle internationale de la France

## Le profil des touristes allemands

Couples & seniors toute l'année  
Familles 25/50 ans l'été

Exigeants, sensibles au prix et à l'hygiène  
Sensibles aux espaces naturels et à l'écologie  
Amateurs de visites culturelles

Parler allemand, éditer des contenus et contrats en allemand  
>> primordial pour rassurer et favoriser la réservation

## Le tourisme des Allemands en Auvergne-Rhône-Alpes

1 million de nuitées en 2016

Hiver 14%      Eté 81%      Automne 5%

### Hôtels

4° clientèle internationale des hôtels  
476 000 nuitées en 2016  
+24% en 5 ans  
Janvier à Juin 2017 : +5% / 2016

### Campings

3° clientèle internationale des campings  
524 000 nuitées en 2016  
+27% en 5 ans

### Top fréquentation

- > Citybreaks
- > Vacances confort à l'hôtel et en maison/appartement de vacances
- > Vacances en milieu naturel tournent plus autour des campings
- > All inclusive pour les familles

## Tendances

Le all-inclusive continue de progresser mais aussi les voyages de luxe, nouvelle tendance  
croisières fluviales



Conception et réalisation :  
Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

### Sources :

Atout France, INSEE - Enquête Hôtellerie, Destatis – Office Fédéral des Statistiques, Eurostat, Destatis et Berlin Eco, MOCI, GfK, FUR, Statistisches Bundesamt, Banque Fédérale d'Allemagne, 2017 Digital Yearbook, Post Test, GfK, ATF et TO, fvw, GlobalWebIndex, B4P, BMWI.