

# Le Marché Touristique ALLEMAND



# Sommaire

1. L'Allemagne en quelques chiffres
2. La consommation touristique allemande
3. La France vue par les allemands
4. Le touriste allemand : attentes et préférences en France
5. Le marché allemand en France
6. La Franche-Comté vue par les allemands
7. Le marché allemand en Franche-Comté

# L'Allemagne en quelques chiffres

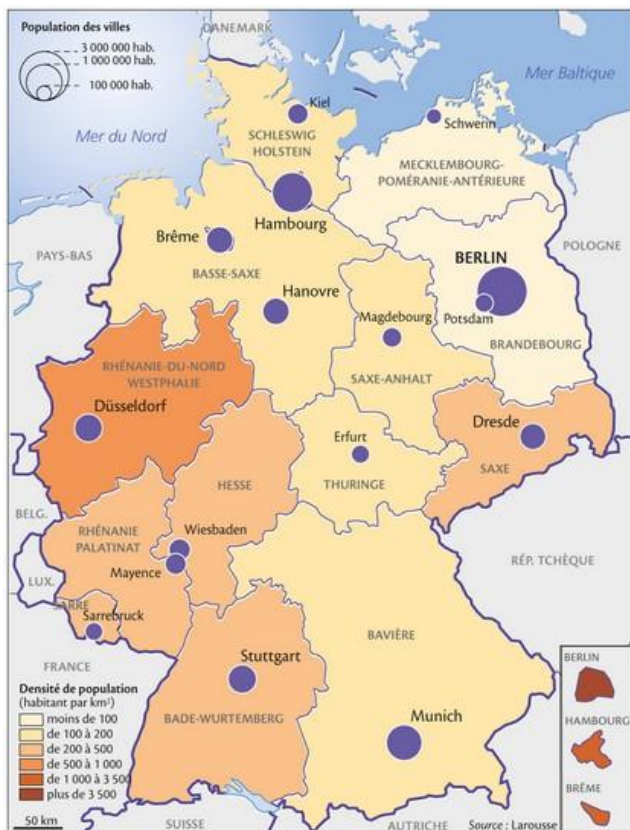
## Population

- **Population** : 80,9 millions d'habitants
- **Structure de la population** :
  - Moins de 15 ans : 13,1 %
  - De 15 à 64 ans : 66 %
  - 65 ans et plus : 20,9 %
- **Superficie** : 357 026 km<sup>2</sup>
- **Densité** : 225 habitants/km<sup>2</sup>

L'Allemagne est le pays le plus peuplé d'Europe.

**Niveau de langue** : bon niveau d'anglais général.

Le français est la seconde langue la plus apprise après l'anglais.



## Conjoncture économique



- **PIB** : 3 900 milliards de dollars
- **PIB par habitant** : 41 500 \$

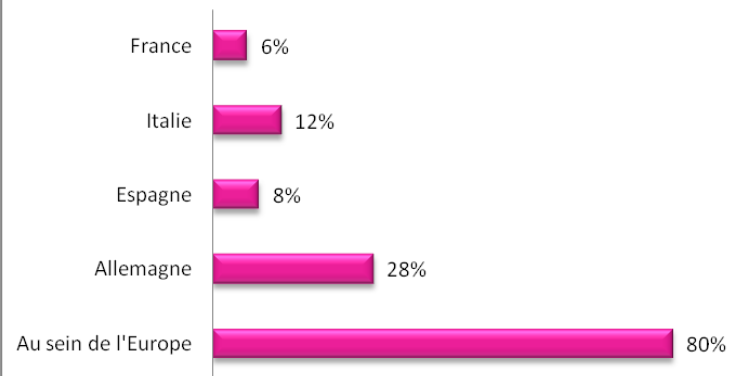
# La consommation touristique des allemands

**Nombre de départs à l'étranger en 2012 : 48 millions**

**66% des voyages s'effectuent de mai à août**

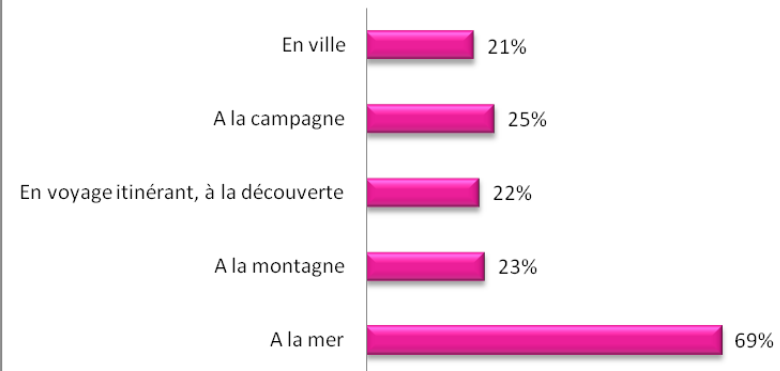
**Motif des déplacements : 75% loisir environ**

## Les destinations préférées des allemands



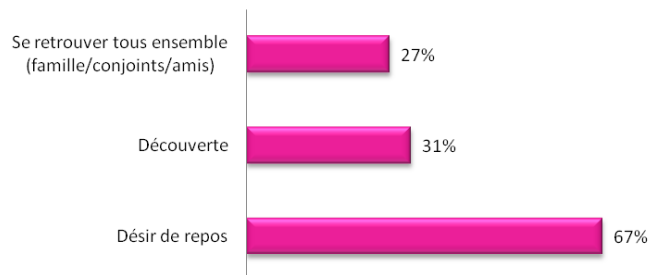
Les allemands sont les européens qui voyagent le plus au sein même de l'Europe.

## Cet été, les allemands souhaitent partir...



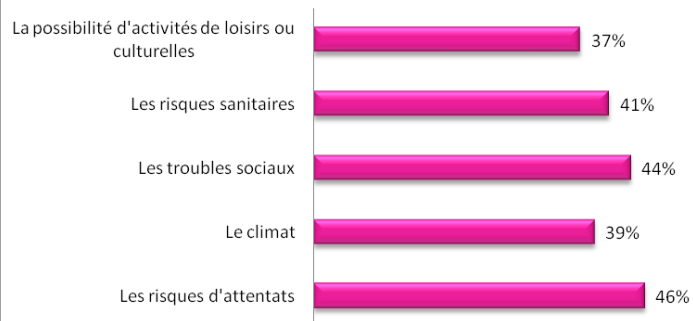
Les allemands sont les européens les plus soucieux quant aux risques d'attentat, également quant au climat car 63% d'entre eux souhaitent disposer de prévisions exactes de la météo concernant leur lieu de vacances.

### Les motivations des allemands pour leurs vacances



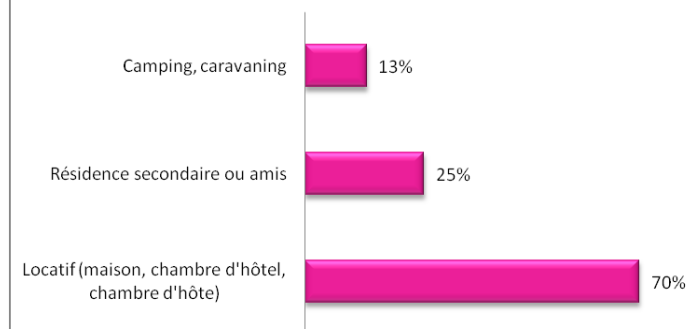
Les allemands privilégient un hébergement de type locatif mais ils restent un certain nombre à posséder une résidence secondaire ou à aller chez des amis.

### Les facteurs de choix de destination



Pour la majorité d'entre eux, ils souhaitent avant tout profiter des vacances pour se reposer et ensuite pour se retrouver tous ensemble ou encore découvrir de nouveaux endroits.

### Les types d'hébergement des allemands



### Les tendances actuelles :

Pour l'été 2014, **56 % des allemands ont l'intention de partir en vacances**  
Et ils prévoient un **budget moyen de 2 397 €** (en hausse par rapport à l'année précédente).

- 58% pensent réserver par internet
- 80 % préparent à l'avance
- 19 % à la dernière minute
- 73% pensent organiser eux-mêmes en achetant des prestations séparées
- 31% pensent acheter un forfait tout compris

# La France vue par les allemands

+

Les allemands ont un attachement particulier à la France, à la fois à la **culture française** et à la **langue**.

Ils apprécient les **paysages variés**, le **climat plus chaud** qu'en Allemagne dans certaines régions françaises et **l'offre très riche** et diverse qui permet tous types de tourisme.

La France est un **pays d'histoire et de tradition**.

-

Ils ont un sentiment de **perte d'authenticité** en France à cause du tourisme de masse.

Ils jugent **l'hospitalité très variable** et l'accueil des habitants est mitigé.

Enfin, la **langue reste une barrière** pour eux.

## Leurs destinations favorites en France :

Dans une première mesure les régions telles que la Provence, la Normandie, la Cote d'Azur, la Corse et Paris.

Dans une seconde mesure, l'Alsace, le Jura, la Champagne, la Franche-Comté, la Bourgogne. Ces régions mêlent **culture et pleine nature** et sont **plus accessibles** sur le plan économique.

# Le touriste allemand : attentes et préférences en France

## Attentes du client allemand en France :

- L'accueil est réussi pour les allemands quand ils trouvent des interlocuteurs précis dans leurs réponses, efficaces dans leurs actions, respectueux et souriants. Ils sont particulièrement sensibles à un accueil dans leur langue
- Un bon niveau de confort, des infrastructures modernes, des hébergements soucieux du respect de l'environnement. Ils aiment les lits jumeaux
- Le maintien d'une certaine authenticité (cuisine locale, préservation des sites et des traditions)
- Davantage de dépliants disponibles en allemand (site d'informations) et un accueil chaleureux
- Un petit déjeuner plus consistant
- Des espaces conviviaux

Ils sont discrets, rigoureux, ponctuels et respectueux de l'environnement. Ils n'expriment pas toujours leur mécontentement. La poignée de main est habituelle. Quand ils s'expriment, le patronyme est toujours précédé de M. ou Mme.

## Habitudes et attentes en France

### Habitudes de consommation :

- Une clientèle sensible aux vacances sur les thèmes de la nature et de la culture
- Une clientèle tournée vers le cyclotourisme, les circulations douces
- Les Allemands apprécient la beauté de la nature, le charme des villes et villages, la diversité des sites touristiques et culturels, ainsi que les infrastructures de transport
- La France bénéficie d'une bonne notoriété auprès des Allemands pour ce qui concerne les vacances dans la nature. Toutefois, elle reste moins connue que l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse pour ce type de vacances.

### Ce qu'ils aiment en France :

- Les menus préétablis (entrée/plat/dessert) et le grand choix des cartes dans les restaurants
- Les viennoiseries
- La multiplicité des fromages français
- Les produits et cuisines régionaux
- Le service professionnel du vin et de sa dégustation
- L'ambiance simple des restaurants
- L'attention portée par les serveurs
- La mentalité française décontractée
- L'art de vivre à la française

### Habitudes alimentaires

### Ce qu'ils n'aiment pas :

- Le rapport quantité/prix de la nourriture
- Le manque de cuisson de la viande rouge
- L'insuffisance des légumes d'accompagnement
- Le coté excessif de la nouvelle cuisine à travers son prix élevé
- Le temps passé à table
- Une certaine « suffisance » des français en matière de gastronomie

### Les repas chez les allemands :

Petit déjeuner (7h) Copieux : grande variété de pains, charcuteries, fromages, œufs à la coque, croissants garnis, café.

Déjeuner (12h/13h) : seul repas chaud de la journée, viande accompagnée de pommes de terre avec une sauce à base de crème, légumes, salade variée. Formules pique-nique et buffets leur conviennent.

Goûter (15h/16h) : tartes, viennoiseries, café au lait avec de la crème...

Dîner (18h/19h) : ressemble au petit-déjeuner, potage et repas froid (fromages, charcuteries, salades).

Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda, eau de vie.



# Le marché allemand en France

**1<sup>er</sup> pays selon le nombre de nuitées des touristes**

**4,94 Milliards de recettes touristiques** en 2012 sur notre territoire (+11,25%)

**6,3 millions de nuitées en hôtellerie** (+ 1,5 %)

**6,3 millions de nuitées en hôtellerie de plein air** (+3%)

{2012}

**34,8 millions de visiteurs en France**  
(+3,2%)

**12,23 millions de touristes** (+5,2%)

**22,57 millions d'excursionnistes**  
(+2,2%)

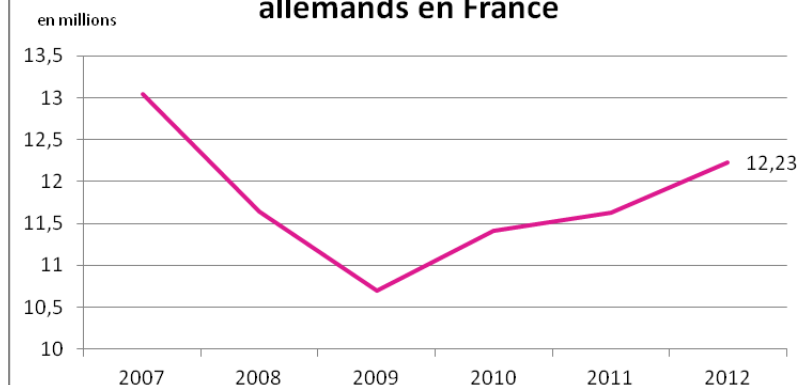
**84,21 millions de nuitées de touristes**

**Durée moyenne du voyage : 6,9 jours**

**Hébergement marchand : 68,1%**

**Hébergement non marchand : 31,9%**

**Evolution du nombre de touristes allemands en France**



# La Franche-Comté vue par les allemands

+

C'est une région « **originelle** », inchangée, intacte, rétro où le tourisme de masse et la modernisation n'ont pas eu d'emprise. On peut y trouver **nature et paysages préservés** ainsi qu'une **ambiance authentique**.

C'est une région « française » avec sa **culture** et son **savoir-vivre** auxquels les allemands sont très attachés.

Région **vraie et chaleureuse** avec une **gastronomie traditionnelle** basée sur des **produits sains**.

-

Ils jugent la région **peu dynamique, peu innovante**. Elle est selon eux moins bien équipée que d'autres régions en termes d'infrastructures et ils y **craignent l'ennui**.

La Franche-Comté permet un tourisme tourné vers la nature, plongé dans la culture française dans une ambiance humaine et chaleureuse.

Elle offre également une grande diversité de paysages.

## Le client type selon les allemands :

Une personne **indépendante** qui **cherche le calme** pour **revenir à soi, marcher** et se **détendre**, qui **s'intéresse à l'histoire** et à la **culture locale**.

### Ses caractéristiques :

- Indépendance
- Calme, ouverture à la spiritualité
- Culture, curiosité intellectuelle

## Concurrence touristique de la Franche-Comté :

En France : l'Alsace mais en ce moment un changement d'image s'opère dans cette région car ils remarquent un manque d'authenticité croissant dû au tourisme de masse.

En Europe : certaines régions du sud de l'Allemagne semblables mais elles sont plus peuplées et elles ne bénéficient pas du rayonnement de la culture française. Il y a également Eifel en Belgique ou certains endroits de la Suisse francophone.

## Types de tourisme pratiqués :

- Tourisme de moyenne montagne
- Tourisme urbain et culturel
- Tourisme itinérant : vélo et bateau

Ils viennent pour des **séjours plutôt longs**, cela leur offre un sentiment d'immersion dans la nature et dans la culture française.

## Activités et saisons en Franche-Comté :

Le **printemps** et l'**automne** sont considérés comme les saisons les plus propices au tourisme en Franche-Comté.

En automne, ils préfèrent le **tourisme gastronomique**, les **activités viticoles** et ils goûtent aux **spécialités culinaires**.

Au printemps, ils pratiquent un **tourisme nature** et profitent de la verdure.

En été, ils craignent une **chaleur trop intense** pour pratiquer la marche et ils redoutent une trop forte affluence touristique.

En hiver la région n'est **pas très attractive** pour eux car ils ont des prestations égales et plus proches en Allemagne pour le ski de fond (Winterberg) et en Suisse et Autriche pour le ski alpin.

# Le marché allemand en Franche-Comté

## HOTELLERIE

**Les allemands en Franche-Comté en 2013 :**

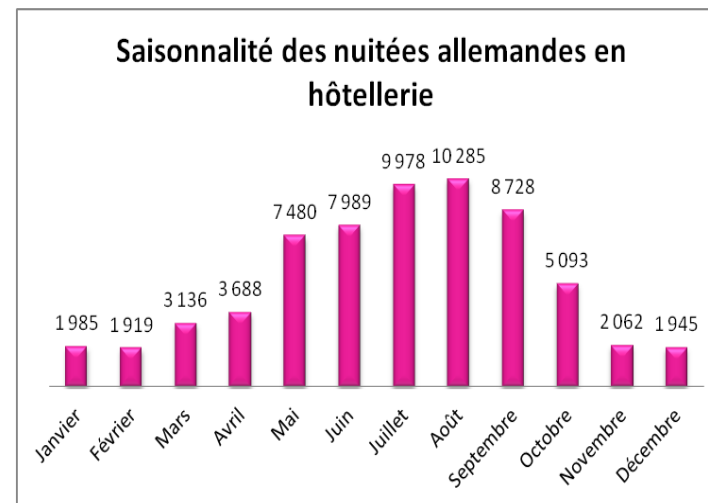
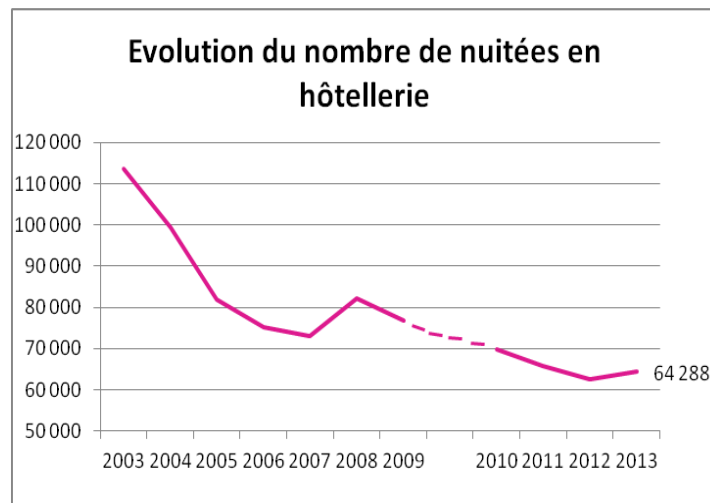
**2<sup>ème</sup> clientèle étrangère**  
en nombre de nuitées

**96 175** arrivées

**205 464** nuitées

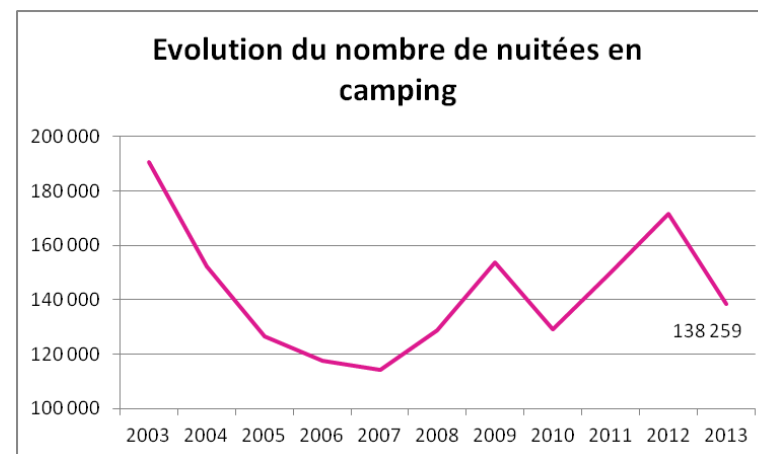
(Hôtels + campings +  
gîtes ruraux en centrale)

	1 et 2 étoiles	3 étoiles	4 et 5 étoiles	Non reclassés	Total
Arrivées dans les hôtels en 2013	11 662	22 284	2 787	10 302	<b>47 035</b>
Nuitées dans les hôtels en 2013	16 124	29 876	3 755	14 533	<b>64 288</b>
Evolution par rapport à l'année précédente	+12,6% (14 321)	+7,0% (27 909)	-5,5% (3 975)	-11,1% (16 345)	<b>+2,77%</b>
Durée moyenne du séjour	1,38 j	1,34 j	1,35 j	1,41 j	<b>1,37 j</b>



## CAMPING

	1 et 2 étoiles	3, 4 et 5 étoiles	Total	Part en pourcentage
Arrivées dans les campings en 2013	10 348	38 421	48 769	15,4%
Nuitées dans les campings en 2013	25 148	113 117	138 265	10,7%
Evolution par rapport à l'année précédente	-32,3% (37 172)	-15,8% (134 413)	-19,41%	-
Durée moyenne du séjour	2,43 j	2,94 j	2,84 j	-



## AUTRES

### Gîtes ruraux

Arrivées : 371

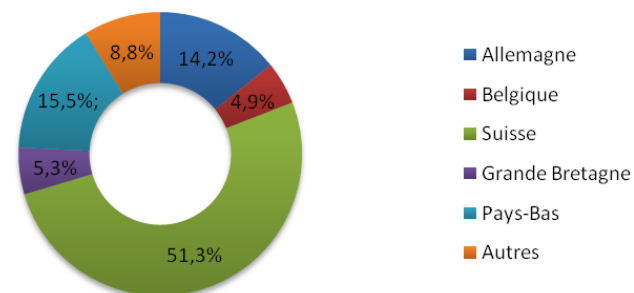
---

Nuitées : 2 911

---

Durée moyenne du séjour : 7,85 jours

### Répartition des résidences secondaires étrangères



Sur une base de 2 903 résidences secondaires étrangères