



La clientèle allemande



L'essentiel ⁽¹⁾

- **Forme d'état** : république fédérale constituée de 16 États fédérés (Länder en allemand)
- **Capitale** : Berlin
- **Langue(s) officielle(s)** : l'allemand
- **Monnaie** : Euro
- **Population** : 80,94 millions (2014)
- **Densité moyenne** : 227 hab./km² (2014)
- **Taux de croissance économique** : + 0,11% (2013)
- **PIB par habitant** : 47 200\$ (2014)
- **Taux d'inflation** : + 0,9 % (2014)
- **Taux de chômage** : 5,3% (2014)

■ **Vacances et congés** : Fort étalement du calendrier de toutes les vacances scolaires dont les dates varient de Land à Land : une à deux semaines de vacances au printemps (autour de Pâques) et à l'automne (entre début octobre – où la fête nationale, le 3 octobre, donne souvent lieu à un « pont » – et début novembre), favorisant les courts séjours et vacances secondaires, et six semaines de vacances d'été.

Grâce à l'important pouvoir des syndicats, dans une tradition de relations de compromis voire de cogestion plutôt que de conflits, les salariés allemands bénéficient en moyenne de 29 jours ouvrés de congés annuels, malgré un minimum légal officiel de seulement 20 jours.

■ **Aspects culturels**: Le pays est doté d'un dense réseau d'institutions culturelles (musées, théâtres, opéras, salles de concert,...), facilitant l'accès à la culture de toutes personnes intéressées, d'autant plus que les tarifs sont souvent abordables, malgré des problèmes budgétaires sévères de nombreuses collectivités.

Le pays dispose également d'un réseau dense d'aéroports aux liaisons low-cost.

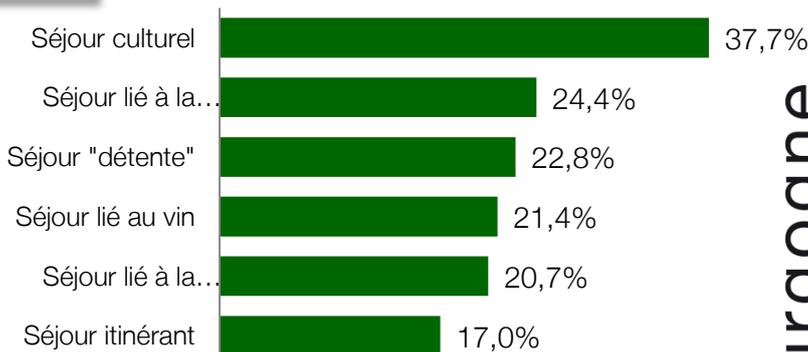
L'Allemagne a été, il y a une trentaine d'années, l'un des premiers pays européens où s'est manifestée une forte sensibilité aux questions environnementales, laquelle a, entre-temps, pénétré tous les domaines de la vie quotidienne, y compris en voyage (tri des déchets, nourriture bio, pas de changements de serviettes inutiles à l'hôtel,...).

Caractéristiques générales des voyages ⁽²⁾

- **Départs annuels en voyage** : 71 millions à l'étranger dont 13 millions en France
- **Durée moyenne de séjour en France** : 4,3 jours
- **Recettes touristiques en France**: 4 milliards d'euros en 2013
- **Saisonnalité** : toute l'année, mais surtout de mai à septembre
- **Thématiques prédominantes** :
 - loisirs actifs, surtout vélo ; randonnée
 - tourisme fluvial (les Allemands « pèsent » 20 % dans cette filière en Bourgogne)
 - visites culturelles
 - bonnes tables, produits du terroir, vin
 - animation des stations et des sites
 - authenticité
 - offres de remise en forme
- **Types d'hébergements** :
 - hôtellerie 2 à 4* (tendance vers le haut de gamme chez les individuels, 2 à 3* dans les offres groupes)
 - chambres d'hôtes
 - locations de vacances
 - bateaux habitables (principale clientèle de la Bourgogne pour ce type de croisières)
 - paquebots fluviaux
- **Commercialisation** :
 - L'intermédiation : Directement chez les prestataires hébergement/transport : 42%
AGV : 35%
Internet : 15%
TO : 7%
 - Internet est incontestablement devenu le mode d'information n° 1 des Allemands pour la préparation de leurs vacances : plus des deux tiers d'entre eux (68 %) l'utilisent, 40 % comme mode principal.

Types de séjours envisagés en Bourgogne ⁽³⁾

Raisons principales de séjour de la clientèle allemande en Bourgogne



Notoriété de la Bourgogne ⁽⁶⁾

En 2016, la Bourgogne figure avec 63% de notoriété globale au 5^{ème} rang des régions françaises les plus connues des Allemands, après la Normandie (77%), l'Alsace (74%), la Bretagne (71%) et la Corse (65%) mais devant la Lorraine (62%), la Champagne-Ardenne (42%) et PACA (42%).

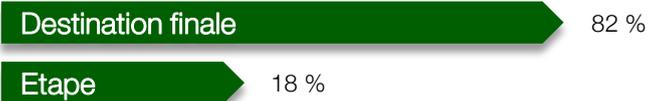


Style de séjours

Le vin et la gastronomie français sont devenus de véritables centres d'intérêt depuis une vingtaine d'années : multiplication des revues spécialisées, des cours et clubs de cuisine pour amateurs... et des restaurants « étoilés ». D'ailleurs, la rédaction française du guide Michelin est dirigée par une Allemande, Juliane Caspar. Mais l'intérêt des touristes allemands en France ne se tourne pas uniquement vers les établissements gastronomiques : les auberges de campagne et la cuisine du terroir les attirent tout autant. Seul bémol : la cuisson de la viande, que la plupart des Allemands préfèrent toujours bien cuite, quelle qu'elle soit.

Par ailleurs, il existe outre-Rhin une grande tradition de croisières fluviales en paquebots fluviaux, principalement sur le Rhin, la Moselle, l'Elbe et le Danube.

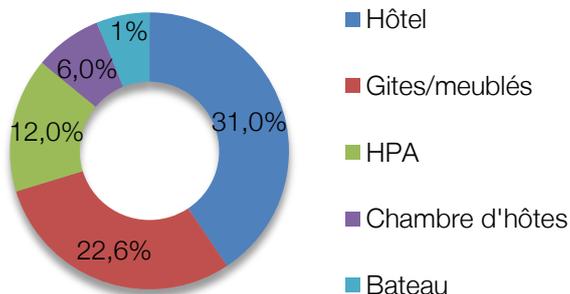
La Bourgogne : étape ou destination finale ? (4)



Comportement de la clientèle allemande en Bourgogne (5&6)

- Quatre Allemands sur cinq citant la Bourgogne la désignent sous son nom allemand « Burgund », le terme « Bourgogne » étant associé au vin.
- Avec 12,4% des nuitées étrangères dans la région, l'Allemagne est le 3^{ème} marché étranger de la Bourgogne.

Modes d'hébergements envisagés (3) par la clientèle allemande en Bourgogne



Sources :

(1) FMI/Eurostat

(2) Atout France

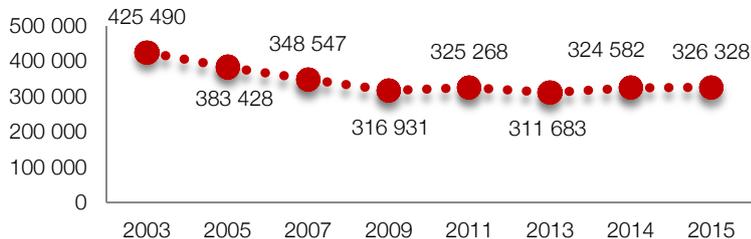
(3) Baromètre eTour & (4) Observatoire eTour

(5) Enquêtes de fréquentation INSEE (hôtels et campings) et gîtes de France (gîtes en centrale de réservation)

(6) Enquête de notoriété Euroeka

Evolution de 2003 à 2015 des nuitées allemandes en Bourgogne (5)

(somme hôtels, campings, gîtes de France en centrale de réservation)



Fréquentation par mode d'hébergement (5)

- **Dans l'hôtellerie** : la clientèle allemande figure au 4^{ème} rang des clientèles étrangères de la Bourgogne, avec 200 552 nuitées en 2015 soit 11,5% des nuitées étrangères. La durée moyenne de séjour était de 1,3 nuitée en 2015.
- **Dans les campings** : la clientèle allemande est la 2^{ème} clientèle étrangère, générant 109 069 nuitées en 2015 soit 15,2% des nuitées étrangères. La durée moyenne de séjour est de 1,7 nuitées.
- **Dans les gîtes en centrale de réservation** : La clientèle allemande est la 2^{ème} clientèle étrangère dans les gîtes en centrale de réservation générant 16 707 nuitées soit 17,9% des nuitées étrangères. Durée moyenne de séjour : 8,69 nuits.
- **Dans les chambres d'hôtes** : la clientèle allemande se situe en 2012 à la 2^e place des marchés étrangers avec 13,9% des nuitées étrangères.
- **Dans les résidences secondaires** : les Allemands en possèdent 578 en Bourgogne, soit 7,1% du total des résidences étrangères; ils représentent le 5^e marché étranger.

Suggestions (2)

Pour les Allemands, l'accueil est réussi 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. Discrets, rigoureux, ponctuels et respectueux de l'environnement, les Allemands apprécient le confort. La poignée de main est habituelle. Ils apprécient être autonomes durant leur séjour et privilégient la recherche d'informations in situ ou au sein même des lieux visités.

Pour aller plus loin : consultez le site internet professionnel de Bourgogne Tourisme – www.bourgogne-tourisme-pro.com

Votre contact promotion

Emmanuelle HERVIEU
Chef de département marketing
et promotion internationale
Tel. 03 80 280 291
e.hervieu@crt-bourgogne.fr



Votre contact observation

Fanny OEUVRAY
Chargée de l'observatoire
touristique régional
Tel. 03 80 280 284
f.oeuvray@crt-bourgogne.fr



Votre contact presse

Coralie MOISSON
Chargée de presse
Tel. 03 80 280 303
c.moisson@crt-bourgogne.fr

