



En savoir plus

Un réseau de professionnels très développé

Parce que les Allemands ont beaucoup recours aux intermédiaires pour réserver leurs vacances, on compte outre-Rhin plusieurs milliers de tour-opérateurs (TO) généralistes, grossistes et spécialistes.

Le commissionnement pour l'individuel s'élève à 20% en moyenne, 10-15% pour les caristes et 15-25% pour les grossistes.

Certains TO, mondialement connus, proposent du locatif en appartement et village vacances (TUI, Neckermann et FTI), d'autres comme La Cordee Reisen offrent des prestations pour groupe ou sur mesure : circuits, randonnée à vélo, city-breaks, tourisme vitivini, activités de loisirs, location de maison... Vamos Eltern Kind-Reisen est spécialisé dans les séjours en famille. REWE Touristik regroupe quant à lui plusieurs marques. Il est rattaché à l'automobile club allemand qui compte plus de 18 millions d'adhérents.

Ces dernières années, les demandes pour des maisons individuelles et villas avec piscine en bord de mer ont fortement augmenté (Interhome, Neukirchen). Certains TO développent une stratégie plus agressive en tissant des liens avec des plateformes de location de meublés on line (Interchalet et Homeaway).

Une opportunité en 2015 pour l'Aquitaine

Thomas Cook va agrandir son offre en ajoutant la Côte Atlantique à son offre France, mais aussi la Normandie et la Bretagne. Plus présente auprès du grand public, notre région devrait profiter de cette nouvelle programmation.

Internet pour préparer le voyage

Les Allemands ont un des taux de pénétration d'internet le plus élevé du monde (84%). Même si les ventes de produits on-line sont en hausse [6] et si internet est utilisé par un Allemand sur deux [53%] pour préparer le voyage [10], un tiers d'entre eux ne souhaite

pas réserver en ligne et préfère avoir un contact personnel avec un partenaire [6].

Le touriste allemand à l'avant-garde de l'utilisation des Smartphones

Le touriste allemand semble être de plus en plus friand de téléphonie mobile. Parmi les 5 principaux marchés européens, les Allemands sont ceux qui ont connu la plus forte progression pour l'utilisation d'applications GPS via Smartphone [+89%] [6].

Petits conseils pour l'accueil des clientèles allemandes :

Les Allemands préfèrent dormir en twin et attachent beaucoup d'importance au petit déjeuner, à la fois sucré et salé, et plus copieux qu'un simple petit déjeuner continental. Le repas du soir est pris vers 19h, moment propice pour découvrir les spécialités locales.

Contacts :

Presse/Marketing : Yasmine Delia Greifenstein
yasmine.delia.greifenstein@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 91

Observatoire : Philippe TARRICQ
philippe.tarricq@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 81

Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine

www.tourisme-aquitaine.fr

4 place Jean Jaurès - CS 31759 - 33074 Bordeaux Cedex - France
Tél. 05 56 01 70 00 Fax : 05 56 01 70 07
tourisme@tourisme-aquitaine.fr



MARCHÉ ALLEMAND

Les champions du recours à l'hébergement marchand en Aquitaine

Attirés par de nombreuses destinations, les Allemands sont de grands voyageurs, très exigeants en termes de qualité et de sécurité, à la recherche d'un juste prix. En augmentation dans notre région où ils viennent surtout en camping pendant la saison estivale pour profiter du littoral et des activités nature (randonnée, VTT...), ils étaient au 4ème rang des clientèles étrangères accueillies en 2009 (2 120 000 nuitées), pour des séjours plus longs que la moyenne des visiteurs étrangers (11 jours), essentiellement en hébergement marchand. La reprise de l'économie allemande et l'augmentation à venir de la programmation Aquitaine chez les professionnels offrent de bonnes perspectives sur ce marché robuste, mais fortement concurrencé.

Un pays prospère dont la croissance redémarre

Pays décentralisé et fortement urbanisé (80,5 millions d'habitants en 2013 [1] et une densité de 232 habitants au km² contre 117 en France), l'Allemagne est aussi le premier partenaire économique de la France et la première économie de l'Union européenne.

Après un second ralentissement en 2013 dans un contexte de crise généralisée, sa croissance repart en 2014 avec une progression du PIB annoncée de 1,9% pour l'ensemble de l'année [2].

La stabilité de la situation de l'emploi depuis 2014 (taux de chômage de 6,7% en juin) devrait soutenir la confiance des ménages et augmenter leurs revenus.

Ainsi la Bundesbank prévoit une augmentation des dépenses touristiques des Allemands à l'étranger de 3% en 2014. Elles étaient de 65 milliards d'euros en 2013 dont 6% en France.



Une clientèle mature qu'il faut fidéliser par une offre 100 % qualité

Un marché convoité qui progresse encore dans l'Hexagone

Avec 69,3 millions de séjours de 5 jours et plus en 2012, autour de 79,6 millions de courts séjours et 48 millions de départs à l'étranger^[3], l'Allemagne est le plus gros marché émetteur en Europe, mais elle reste aussi la destination préférée des Allemands lorsqu'ils partent en vacances avec une part de marché de 31% en 2012. Selon la FUR^[3], la France est placée en sixième position dans le choix des Allemands pour des voyages de plus de 5 jours, derrière l'Espagne, l'Italie, la Turquie, l'Autriche et la Croatie. Les Allemands sont la première clientèle étrangère accueillie en France [89,7 millions de nuitées en 2013] et leur fréquentation est en hausse de +7,2% par rapport à 2012^[4]. La concurrence sur ce marché reste néanmoins très forte, obligeant à de forts investissements pour une bonne visibilité.

Des clients prévoyants à la recherche de produits de qualité

Deux tiers de la clientèle touristique allemande vers la France provient des Länder de l'Ouest (Source GFK 2009). Si la période des grandes vacances pour les Allemands s'échelonne de la Pentecôte à la mi-septembre, plus de 36% des réservations pour la France sont effectuées de janvier à mars, 28% de mai à juillet^[5]. Le taux d'intermédiation est estimé entre 30% et 40% pour l'ensemble de la destination France^[6]. Clients exigeants, les Allemands attendent des offres compétitives dans le rapport prestations/prix avec un engagement en termes de qualité. Ils sont très attentifs aux services et à la sécurité, l'entretien, l'environnement, pour les hébergements comme pour l'ensemble des prestations, et apprécient que leurs interlocuteurs sachent parler leur langue^[6].

Un profil de voyageurs en phase avec l'offre aquitaine

En haute saison, ce sont principalement des familles qui viennent en France, mais aussi des DINKS^[7] et des seniors actifs. Mer, plage, relaxation, nature et gastronomie motivent leurs déplacements. Les Allemands représentent par ailleurs 10 % des œnotouristes en Aquitaine (source CRTA) et sont très sensibles à la thématique jacquaire.

Du fait du vieillissement de la population outre-Rhin, on s'attend à une hausse du tourisme des seniors pour les prochaines années, d'autant que ce segment de population a davantage de temps et aime voyager^[8].

Une clientèle active sur le littoral, qui privilégie l'hébergement marchand

Sauf mention contraire, les données touristiques en Aquitaine proviennent du dispositif d'enquête du CRTA et de ses partenaires (INSEE - DGCS - CDT ; 2004 mise à jour 2009).

Un Allemand sur dix connaît l'Aquitaine⁽⁸⁾

9% des ressortissants allemands identifient l'Aquitaine, ne serait-ce que de nom, dans la liste des 22 régions françaises, ce qui représente un potentiel d'environ 7 millions de personnes. Le taux de reconnaissance monte à 14% pour ceux qui ont déjà séjourné en France. Certaines destinations, composantes de la région, bénéficient d'une notoriété plus importante : le massif pyrénéen (67%), Bordeaux (65%) et le Pays Basque (50%).

Des bassins émetteurs à forts potentiels pour notre région

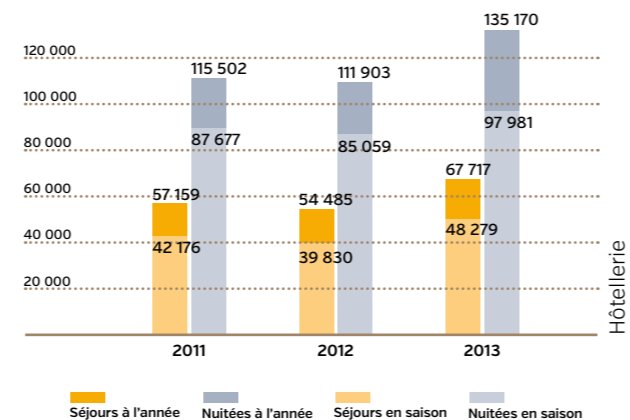
Les principaux bassins émetteurs pour l'Aquitaine sont la Rhénanie-Westphalie, la Bavière, le Bade-Wurtemberg et la Hesse (région jumelée avec l'Aquitaine). Ces Länder sont parmi les plus riches du pays et représentent, avec plus de 45 millions d'habitants, un fort potentiel touristique.

Une clientèle saisonnière essentielle pour l'hébergement marchand

Avec 224 743 séjours et 2 119 316 nuitées en Aquitaine en 2009, les touristes allemands génèrent 15% des nuitées étrangères régionales sur l'ensemble de l'année (troisième place avec les Espagnols, derrière les Britanniques et les Néerlandais). Les Allemands sont la clientèle étrangère la plus saisonnière en Aquitaine : 86% des nuitées qu'ils réalisent se font de mai à septembre. Ils détiennent aussi le record en termes de recours à l'hébergement marchand [84% des nuitées réalisées contre 64% pour l'ensemble des étrangers accueillis].

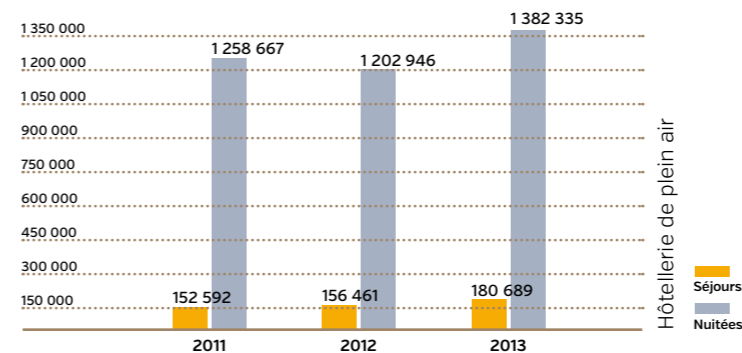
Une position médiane dans l'hôtellerie mais une fréquentation en hausse

Les Allemands occupent la quatrième place des clientèles étrangères de l'hôtellerie [9% des nuitées en 2013]. Après une année de baisse en 2012, leur fréquentation repart en 2013, (croissance de 13% du nombre de nuitées pour la saison estivale).



La deuxième clientèle étrangère accueillie en l'hôtellerie de plein air

Presque un tiers des nuitées étrangères dans les campings aquitains sont générées par les Allemands. Ils sont la première clientèle étrangère dans les campings des Landes et de Gironde. En 2013, les nuitées allemandes en campings ont augmenté de 13% par rapport à 2012 (+11% sur 5 ans).



De longs séjours sur le littoral

82% des Allemands arrivent en Aquitaine en voiture, même si les voyages en autocar progressent dans la région sur le segment des seniors. Ils sont ceux qui séjournent le plus longtemps chez nous (presque 11 jours contre 7,2 jours en moyenne pour l'ensemble des touristes étrangers), essentiellement sur le littoral girondin et des Landes, et viennent plutôt en groupe de taille réduite (2,6 personnes).

	Allemands		Etrangers	
	Séjours	Nuitées	Séjours	Nuitées
Dordogne	3 %	3 %	20 %	19 %
Gironde	45 %	41 %	21 %	21 %
Landes	25 %	31 %	16 %	18 %
Lot-et-Garonne	6 %	1 %	9 %	7 %
Pyrénées-Atlantiques	9 %	5 %	21 %	14 %
Itinérant	12 %	19 %	13 %	20 %
Littoral	57 %	61 %	37 %	37 %
Intérieur	31 %	20 %	50 %	43 %

Des vacanciers qui dépensent peu et viennent pour nos plages

Les Allemands choisissent notre région essentiellement pour profiter de l'Océan et du soleil et pour se reposer, même s'ils s'intéressent également à la découverte du patrimoine et de la gastronomie régionale et n'hésitent pas à prendre le vélo ou le VTT pour se promener.

Motif "vacances et loisirs" de mai à septembre	Allemands	Etrangers
	Séjours	Séjours
Mer	73 %	35 %
Soleil, climat	49 %	35 %
Se reposer, ne rien faire	32 %	34 %
Découverte d'une ville	24 %	31 %
Gastronomie, restauration	22 %	21 %
Pratique de VTT ou de cyclotourisme	20 %	13 %
Pratique de la randonnée pédestre, de la promenade	19 %	20 %
Marchés, brocantes, visite d'artisans, shopping	8 %	13 %
Campagne	6 %	11 %
Visite de la famille, des amis	6 %	16 %
Découverte des vignobles et du vin	5 %	11 %
Pratique d'une activité de glisse	5 %	13 %
Visite d'un monument, d'un musée, d'un château	2 %	14 %
Montagne	1 %	5 %

Avec une dépense moyenne journalière de 57€ par touriste en saison (contre 60€ en moyenne pour l'ensemble des clientèles étrangères), les Allemands arrivent au 3^e rang pour leur contribution financière au tourisme aquitain, derrière les Britanniques et les Belges. Dépensant davantage en transport, ils sont plutôt économes sur les postes « loisirs » et « biens durables » et consacrent les deux tiers de leur budget à l'hébergement et à la restauration.

