



Allemagne

À retenir : en 2017 les dépenses touristiques des Allemands atteignent le record de 96 milliards d'euros (+8%).

LEXIQUE

Bonjour : Guten Tag
Bienvenue : Willkommen
Bon séjour : Schönen Aufenthalt
Merci : Danke
Au revoir : Auf Wiedersehen
A bientôt : Bis bald

CARTE D'IDENTITÉ (2017)

Superficie : 357 340 km²
 Population : 82,8 millions d'habitants
L'économie allemande :
 Croissance économique : + 2,2 %
 Taux d'inflation : + 1,7 %
 Taux de chômage : 5,3%
 PIB/Hab (€) : 39 475



DONNÉES FRANCE

Pour **2018**, les réservations de début d'année font envisager une hausse des réservations de 18% pour la période estivale. Des tour-opérateurs enregistrant des **hausse de réservation** sur la **destination France à deux chiffres**.

11,4 millions de touristes en 2016 (- 0,8% par rapport à 2015),
74,7 millions de nuitées (- 1,8% par rapport à 2015),
5,6 milliards d'euros de recettes touristiques .

DONNÉES OCCITANIE

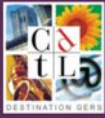
INSEE Hôtel et Camping : 2^{ème} position, 18% des nuitées étrangères totales (2 137 800 nuitées). L'Allemagne représente 10% des nuitées en hôtellerie et 23% en hôtellerie de plein air.
 Trafic passagers lignes régulières **Aéroport de Blagnac vers l'Allemagne** en 2017 : **+ 21%**,
Berlin : 143 482 (+ 193,4 %),
Francfort : 241 525 (+ 7,6 %),
Hambourg : 115 429 (+ 4,1 %),
Munich : 219 024 (+ 5,1 %).

DONNÉES GERS



Offices de Tourisme* : 3^{ème} position, 12% des contacts « étrangers »,
Chemins de Saint-Jacques* : 1^{ère} position, 30% des contacts « étrangers »,
 Centrale de Réservation Gers Réservation Tourisme : N.S.,
Fluvial : Enquête Baïse CDT 32/47 : 1^{ère} position, 23% de la clientèle étrangère,
INSEE Hôtel : 3^{ème} position, 11% de la clientèle étrangère (3 651 nuitées),
INSEE Camping : 5^{ème} position, 2% de la clientèle étrangère,
Flux Touristiques (Flux Vision Tourisme) : 4^{ème} position, 6,5% de la clientèle étrangère.

*Outil comptage / GRC Destination Gers
 N.S. : non significatif



Allemagne

DONNÉES COMPLÉMENTAIRES

COMPORTEMENT

- **Des types de séjours en forte progression**

Les vacances balnéaires (+14%), les citybreaks (+12%) et les croisières (+ 9%).

- **Une clientèle de courts séjours en France**

3ème position en tant que destination courts séjours, 6ème pour les vacances principales.

- **Préférences de la clientèle allemande en matière de tourisme en France**

Le tourisme urbain et de proximité ainsi que l'art de vivre et le patrimoine. Les façades atlantiques et méditerranéennes sont propices à la destination balnéaire de long séjour. La **variété des paysages** est quant à elle favorable aux **vacances de pleine nature** et au **slow tourisme**.

COMMENTAIRES

Les destinations concurrentes de la France sont très actives sur le marché, le plus convoité en Europe.

Orientations stratégiques :

- Un vaste territoire décentralisé et un besoin en formation sur l'ensemble du marché ; un taux d'intermédiation élevé: 20% pour la France (30 à 40% autres destinations) ; nécessité d'offrir un bon ratio prestation/prix ; règles très établies de la distribution à respecter pour la programmation du produit,
- Décentralisation des rédactions presse : une presse tourisme mais aussi sur des thématiques de niche ; le print demeure le média avec la meilleure pénétration ; les blogs et réseaux sociaux poursuivent leur croissance même si les utilisateurs sont plus passifs en consultant qu'actifs en publiant.
- Une population conservatrice répondant aux messages forts, à l'émotion,
- Un pays décentralisé avec des différences de mentalités régionales qui impliquent un fort investissement média.

Sources : Atout France ; Memento du Tourisme - DGE ; INSEE ; CRT Occitanie ; CDT Destination Gers ; FVT Orange Visit Data ; Aéroport Toulouse Blagnac ; Eurostat ; Enquêtes Insee 2017 dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air (Campings d'avril à septembre; Hôtels de janvier à décembre), <http://atout-france.fr/notre-reseau/allemande>