

Atout France en Allemagne

Présentation marché - 2025



Cologne

SOMMAIRE

1	L'Allemagne : flux touristiques et clientèles.....	3
2	Les tendances du tourisme en Allemagne	41
3	Stratégie & Actions clefs Atout France.....	65
4	Informers nos partenaires	78

1

L'Allemagne : flux touristiques et clientèles





Géographie démographique



Données sociodémographiques



Population : 83,4 millions d'habitants

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



■ **Âge moyen :** 44,6 ans

■ **Répartition H/F :**

- 42,3 millions de femmes
- 41,2 millions d'hommes

■ **Typologie**

	Millions	Pct.
+ 67 ans	16,9	20%
20-66 ans	51,3	66%
<20 ans	15,9	19%
Total	84,0	100%

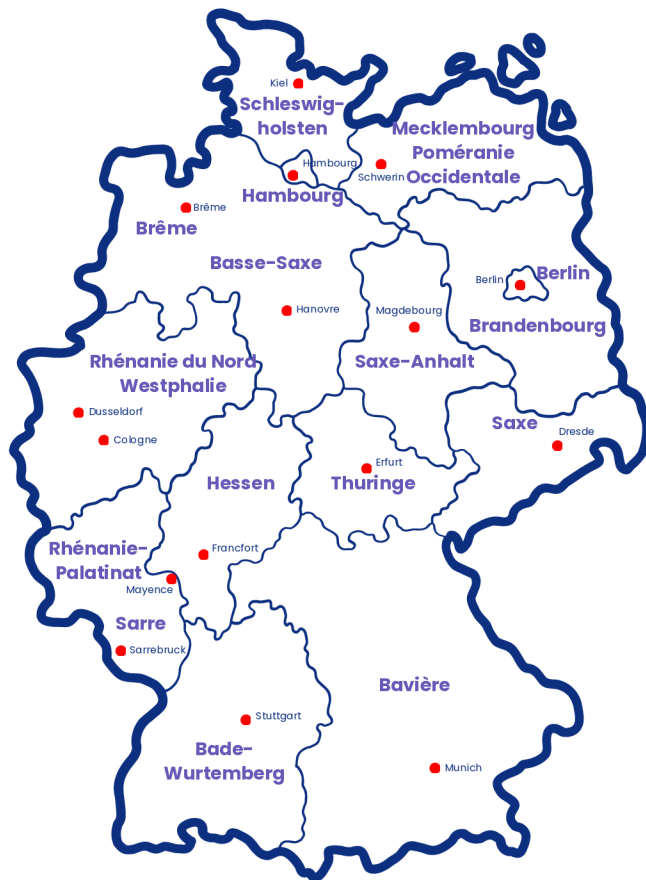
Données politiques et culturelles

Un état fédéral : 16 Länder

■ Organisation et pouvoir:

Le système fédéral allemand donne aux Länder (Régions) une autonomie importante dans des domaines comme l'éducation, la sécurité, l'environnement, de la culture, et les aides sociales.

Il garde la main sur la politique étrangère, la défense, la justice, le travail, ainsi que la fiscalité.





Économie



L'économie allemande en quelques chiffres

Une économie stable...



**P.I.B : 4.306,4 milliards €
50.836€ par habitant
(2024)**



L'Allemagne est la quatrième puissance économique mondiale.



**Taux de chômage
décembre 2024 : 6%**



**Taux de TVA: 19%
Taux réduit: 7%**



**Salaire médian brut
en 2024 43.750€**



**Taux d'inflation 2024 :
+ 2,2%**

L'économie allemande en quelques chiffres

... mais qui fait face à des tendances défavorables et arbitrages difficiles qui pèsent sur la croissance

■ Croissance économique en baisse:



L'inflation perdure ce qui freine la consommation et l'investissement. Cette tendance devrait se poursuivre en 2024.

■ Relance complexe



L'organisation fédérale et les élections régionales complexifient la redynamisation du pays, qui reste un acteur clé en Europe.

Élections anticipées
le 23 février 2025

■ Transition énergétique coûteuse:



L'Allemagne doit s'adapter à la pénurie et au coût élevé de l'énergie, impactant ses modèles économiques.

■ Concurrence internationale touristique :



Le marché allemand est fortement concurrentiel et la France fait face à des destinations populaires comme l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Turquie.



Économie touristique



L'économie touristique allemande

Le tourisme un secteur incontournable



Vacanciers



54,6 Mio.

2022: 53,1 Mio.

Voyages de loisirs



65,0 Mio.

2022: 67,1 Mio.

Dépenses touristiques



86,9 Mrd.

2022: 80,1 Mrd. €

L'économie touristique allemande

Départs touristiques des Allemands vers l'international 2023

■ Une reprise stable post-COVID



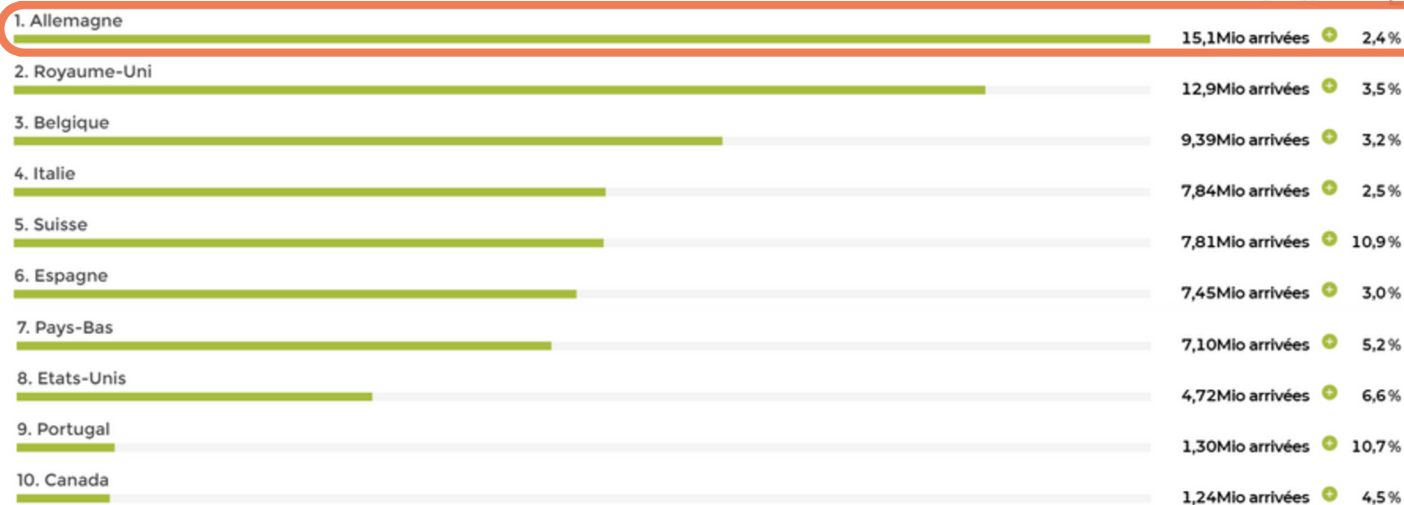
Domestique	26%	45%	27%	22%	+/- 25%
Européen	66%	51%	66%	69%	+/- %
Hors Europe	8%	4%	7%	9%	+/- 8%

L'économie touristique allemande

Les Allemands: 1ère clientèle étrangère en France



■ Arrivées en France 2024



L'économie touristique allemande

1^{ERE} CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE EN FRANCE



Arrivées Total France 2024 : 94,9 Millions

3^e MARCHÉ SOURCE POUR LES DÉPENSES TOURISTIQUES EN FRANCE.*



826 MILLIONS D'EUROS

part dépensée par les touristes allemands en France en 2024.

*Après le Belgique (957 mio €) et le Royaume-Uni (921 mio€)

86,9 MILLIARDS D'EUROS
part dépensé par les touristes allemand à l'international en 2023



110€

C'est le panier moyen d'un allemand par jour et par personne.

1179€

C'est le budget moyen par personne pour des séjours supérieurs à 5 jours en France (2023)

77%

Pourcentage de la population germanophone (64,5 millions de personnes) ayant effectué des voyages de 5 jours ou plus en 2023

Clientèle allemande aux JOP Paris 2024

■ DONNÉES CLÉS



Arrivées aériennes : +6 % en août 2024 (vs 2023).



La clientèle allemande a représenté 11% des spectateurs étrangers



Les Allemands figuraient parmi les 5 marchés prioritaires



Articles publiés en Allemagne : 12% des publications presse internationales.

■ PROFILS ET ATTENTES DES VISITEURS

- Segments principaux :
 - Fans de sport (26-64 ans) : attirés par les performances sportives et l'émotion.
 - Familles (35-50 ans) : cherchent des souvenirs inoubliables.
 - Millennials (<35 ans) : motivés par des disciplines émergentes comme le skate ou l'escalade.
- Centres d'intérêt : Émotions, disciplines émergentes, moments culturels.



Accessibilité

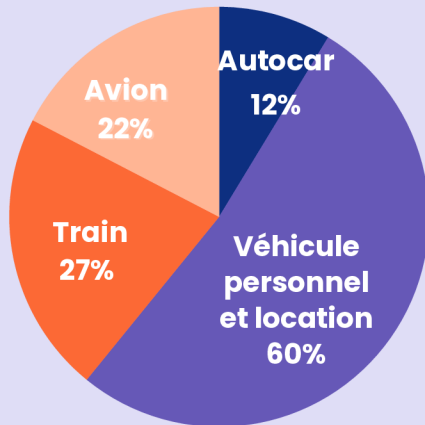
France / Allemagne



L'accessibilité Allemagne - France

Mobilité en évolution positive

LA VOITURE COMME MOYEN DE TRANSPORT FAVORI POUR VENIR EN FRANCE



Moyens de transports utilisés des Allemands pour venir en France (en %)

UN RÉSEAU FERROVIAIRE ET AÉRIEN TRÈS DÉVELOPPÉ



10 itinéraires aériens quotidiens ↑



38 connexions ferroviaires quotidiennes (DB, SNCF, Eurostar) ↑



des connexions supplémentaires en période estivale et hivernale



Renforcement de l'offre avec de nouvelles lignes ferroviaires directes.

DURÉE DE SÉJOUR ET MODE DE TRANSPORT

Séjours de +5 jours : La voiture reste dominante, avec une concurrence notable de l'aérien.

Courts séjours : Le train s'impose comme une option privilégiée

L'accessibilité Allemagne - France

Ferroviaire



in Kooperation / en coopération

■ Le réseau Deutsche Bahn & SNCF :

À l'année

28 trains directs journaliers entre la France à l'Allemagne en 2025 :

- 6 A/R **Paris - Francfort** 3h40
- 5 A/R **Paris - Stuttgart** 3h00
- 1 A/R **Paris - Munich** 5h40
- 1 A/R **Paris - Berlin** 8h00 **NEW**
- 1 A/R **Marseille - Francfort** 7h40

En saison estivale (hebdomadaire)

- 1 A/R **Francfort - Bordeaux** 7h50 depuis 2023 (Juin à Août)

Passage par Karlsruhe, **Strasbourg**, **Marne-la-Vallée**, **St-Pierre-des-Corps**, **Reims**, **Poitiers**, et **Angoulême**.



L'accessibilité Allemagne - France

Ferroviaire

Le réseau Eurostar et Deutsche Bahn par la Belgique

À l'année

12 Liaisons directes journalières entre la l'Allemagne et la France en passant par la Belgique :

- 15 A/R Cologne - Bruxelles 1h50
- 5 A/R **Cologne - Paris** 3h20
- 12 A/R Bruxelles - Paris 1h20
- 1 A/R **Dortmund - Paris** 5h00
- 7 A/R Dortmund - Bruxelles 5h00

En saison estivale (hebdomadaire)

- **Bruxelles - Marseille**

Via **Avignon, Valence et Aix-En-Provence** 5h30
(Juillet à Août)

En saison hivernale (hebdomadaire)

- **Bruxelles - Bourg-Saint-Maurice**

Via **Chambéry, Albertville, Moûtiers, Aime-La-Plagne et Landry** 7h30
(Mi-Décembre à Mi-Avril)

Sources : Eurostar



Paris – Ferroviaire

Ferroviaire

■ Le réseau Eurostar et Deutsche Bahn par la Belgique

À l'année

12 Liaisons directes journalières entre la l'Allemagne et la France en passant par la Belgique :

- 6 A/R **Cologne - Paris** 3h20
- 1 A/R **Dortmund - Paris** 5h00

■ Le réseau Deutsche Bahn & SNCF :

À l'année

26 trains directs journaliers entre la France à l'Allemagne en 2025 :

- 6 A/R **Paris - Francfort** 3h40
- 5 A/R **Paris - Stuttgart** 3h00
- 1 A/R **Paris - Munich** 5h40
- 1 A/R **Paris - Berlin** 8h00 



**Paris, au cœur de l'Europe,
connectée par le réseau ferroviaire
grâce à un partenariat stratégique
avec Deutsche Bahn.**

L'accessibilité Allemagne → France

Les connexions aériennes directes

	Berlin	Düsseldorf	Francfort	Hamburg	Hanovre	Munich	Nüremberg	Stuttgart
Bâle - Mulhouse - Friburg			●			●		
Bastia	●	●	●			●	●	●
Bordeaux			●			●		
Genève	● ●	●	●	●		●		
Lyon	●	●	●	●		●		
Marseille	●	●	●			●		
Nantes			●			●		
Nice	● ●	●	●	● ●		●	●	●
Paris	● ● ●	● ●	● ●	● ●	●	● ●	●	●
Strasbourg			● ●					
Toulouse			●			●		
Biarritz			●					



Lufthansa

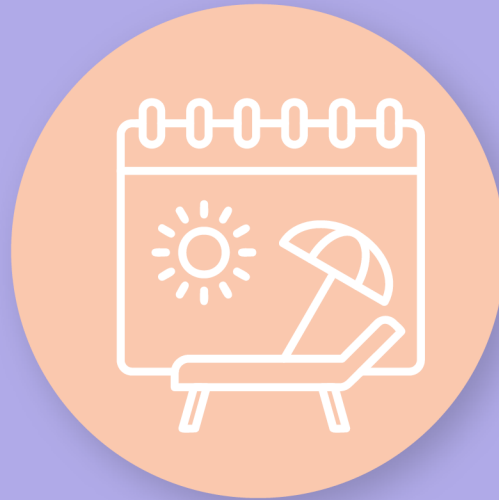
● En saison uniquement



● En saison uniquement



● Autres compagnies :
Ryanair, Volotea,
LOT, Swiss,...



Saisonnalité

Vacances scolaires



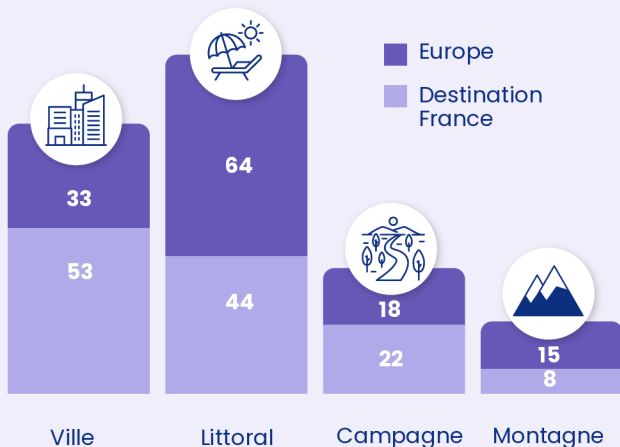
Saisonnalité et vacances scolaires

JUSQU'À 13 SEMAINES DE VACANCES PAR AN*

9 - 13 JOURS FÉRIÉS PAR AN*

*Selon les Länder

LA VILLE : TERRAIN DE JEU PRÉFÉRÉ

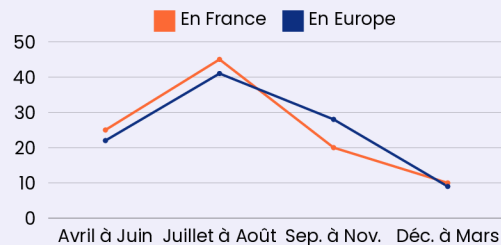


En particulier pour les courts séjours !

COURTS SÉJOURS: 55%

LONGS SÉJOURS: 45%

SAISONNALITÉ DE VOYAGE



Périodes privilégiées :

- Printemps (avril-juin)
- Été (juillet-août).

Saisonnalité et vacances scolaires

■ Nombreuses périodes de vacances



Départs en vacances scolaires différés selon les Länder.
Opportunité pour les ailes de saison et de réorienter les flux touristiques sur des périodes moins fréquentées.



■ Périodes favorites de départ *

fin décembre
à début
janvier



Vacances
de Noël

mi mars à mi
avril



Vacances
de Pâques

début mai à
début juin



Vacances de
Pentecôte pour
les Länder du Sud

octobre à
novembre



Vacances
d'automne

mi-juin à mi-
septembre



Vacances
estivales

Source: Atout France Allemagne

Selon les Länder*

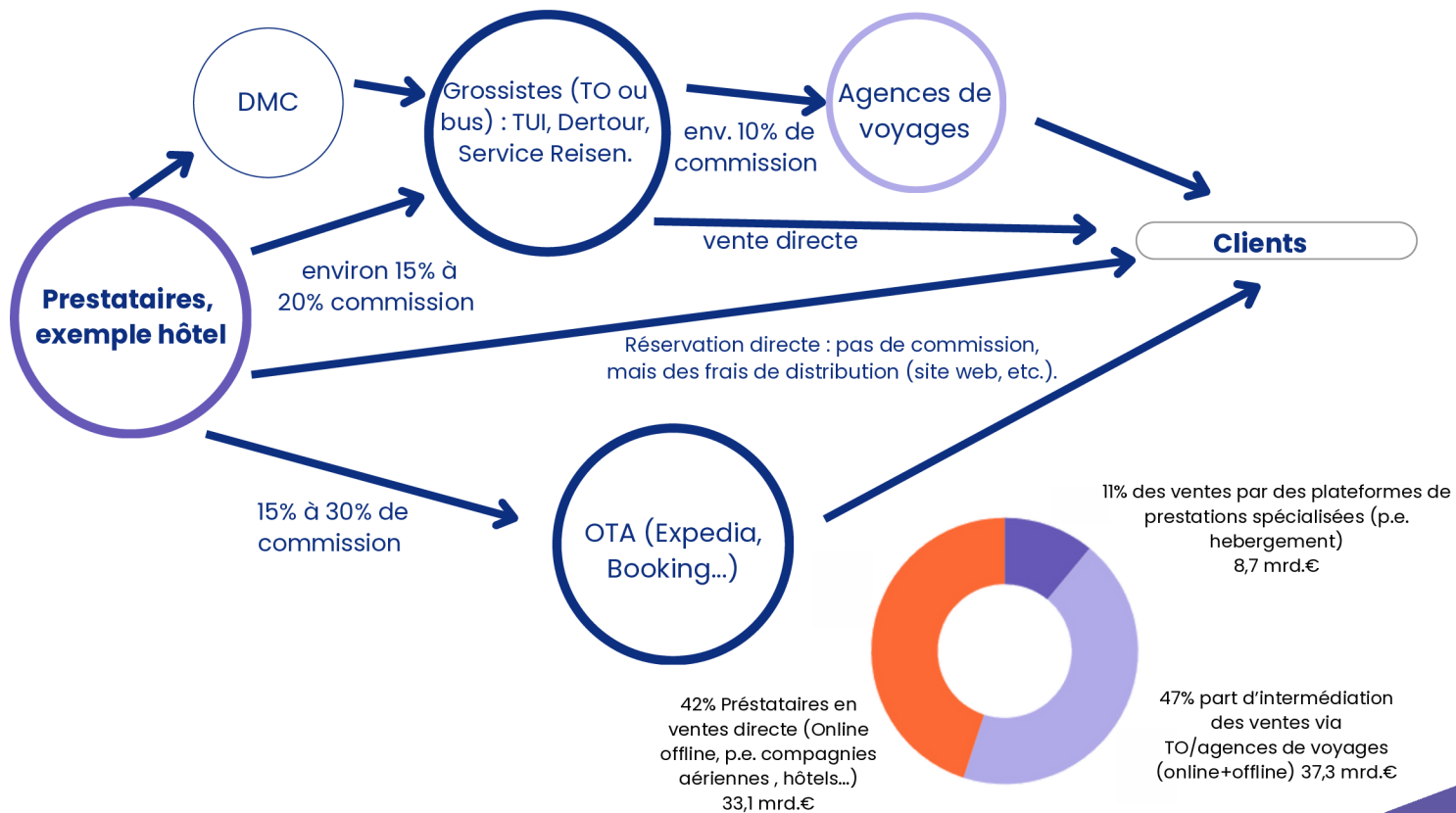


Distribution



Distribution

Schéma de distribution en Allemagne



Distribution

Les acteurs professionnels

TRADITIONNELS

2 300 Tour-opérateurs (TO)

700 Autocaristes

10 000 Agences de voyage

A savoir:

50 % des voyages ont été réservés via des agences physiques en 2023.

EN LIGNE

Plateformes de réservations pour forfait:

17 plateformes identifiées

Plateformes de réservations pour logement:

20 plateformes identifiées

Composé de grands noms du digitales et de tours opérateurs traditionnels qui sont aussi présents en ligne

Métamoteurs

Google Flights, Kayak, Trivago

Distribution

Big players “traditionnels”



CA GROUPE : 20 Mds €
CA Allemagne- Autriche-Suisse :
6,4 Mds €
5,8 millions de clients

**MARQUES PROPOSANT LA
DESTINATION FRANCE :**



CA GROUPE : 6.5 Mds €
CA Allemagne-Autriche-Suisse :
3,5 Mds €
3,2 millions de clients

**MARQUES PROPOSANT LA
DESTINATION FRANCE :**

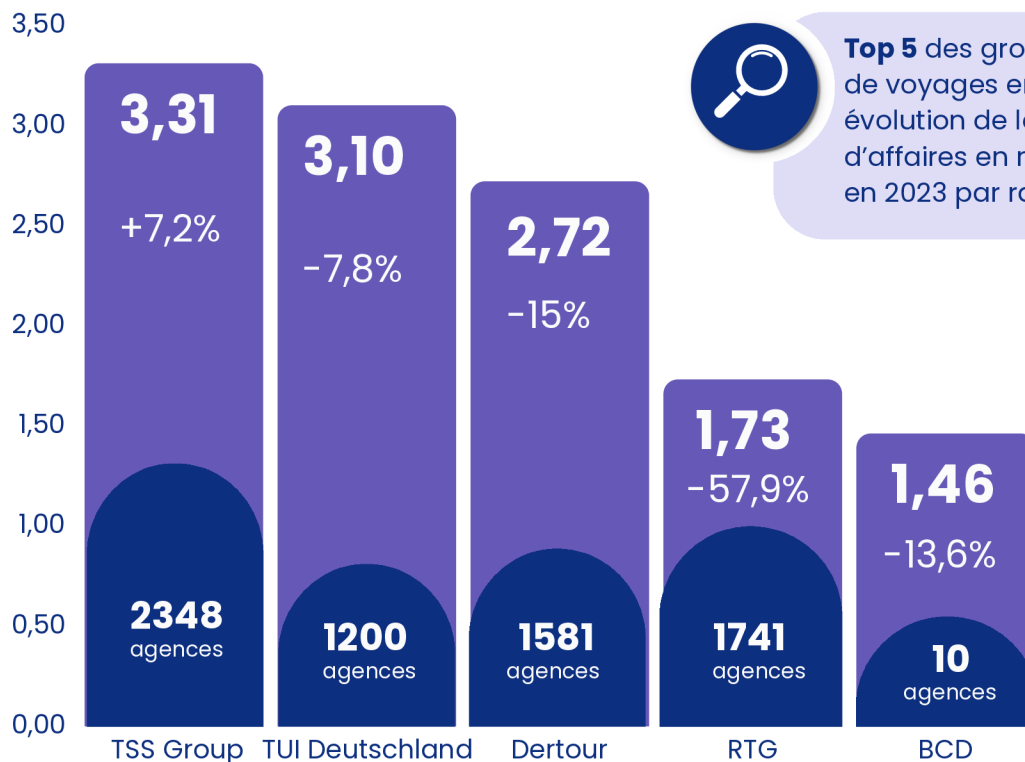


AUTRES GRANDS TOUR-OPÉRATEURS (DE-CH-AT):

- Aida Cruises 2,3 Mds €
- Schauinsland 2,2 Mds €
- Alltours 2 mds €
- Hotelplan 1,9 Mds €
- Interhome/interchalet 375 mio €
- Trendtours 230 Mio€
- Studiosus 226 mio €
- Ameropa 100 mio €
- Wikinger 105 mio €
- Alpetour 103 mio €

Distribution

Les groupes d'agences de voyages en Allemagne :



Top 5 des groupes d'agences de voyages en Allemagne : évolution de leur chiffre d'affaires en milliards d'euros en 2023 par rapport à 2019

Distribution

Big players en ligne



Distribution

La France et les big players en ligne



TUI : Leader dans les voyages à forfait.

- La France n'est encore une des destinations phares de TUI.

L'analyse de l'offre montre cependant que la France reste une destination de choix pour des séjours plus variés, plus personnalisés et axés sur des expériences culturelles et luxueuses.



Booking

Booking.com : Leader dans les réservations d'hébergements.

- La France : une destination clé sur Booking.com.
- Plus de 194,600 options d'hébergement proposées sur la plateforme.
- Les grandes villes françaises sont particulièrement populaires auprès de la clientèle.
- **Paris** : destination phare pour les voyageurs allemands en 2024.



Expedia : Un acteur majeur en Allemagne et à l'international.

- La France, et notamment **Paris**, représente une destination clé sur Expedia.
- **Paris** est dans le top 3 des recherches en Allemagne



Tendances MICE



Le secteur MICE et typologie d'évènements

■ Top 5 des destinations MICE



La France en deuxième position après l'Autriche

■ Typologie d'évènements en direct prévus en France au cours des 5 prochaines années:



40%

des entreprises n'ont pas organisé d'évènements dans une destination **autre** que l'Allemagne en 2023.



1/4 des entreprises allemandes prévoit des évènements en direct en France au cours des 5 prochaines années.

Sources : BTG Target Group - Tagungswirtschaft x tout France - Étude 2023 sur la place de la destination France comme destination MICE en Allemagne - GCB Event Barometer 2024

Besoins, tendances et perspectives du secteur MICE en Allemagne

75% Des professionnels du tourisme d'affaires ont constaté une augmentation de leur budget de réunion et d'évènement depuis 2022.

PRINCIPAUX GROUPES DE CLIENTS



Entreprises

49,5%



Assos

12,2%



Institutions publiques,
événements internes

38,3%

25%

C'est l'augmentation de CA attendu pour 2024 selon les professionnels.

78%

prévoient une augmentation d'évènement de petite, moyenne et grande taille.

ATTENTES DES ORGANISATEURS



Meilleure mise en valeur de la destination avec des présentations claires, arguments de vente, KPI.



Plus d'éducteurs



Une meilleure maîtrise de l'anglais



Plus de partage d'informations sur les nouveautés

80% confirment une tendance au **last minute** avec **des cycles de planification plus courts**. Nécessitant beaucoup de **flexibilité**.

POST COVID

Déclin des réunions virtuelles au profit de réunions physiques.

L'EXPÉRIENCE

C'est le nouvel indicateur de performance. Importance de créer du lien entre les participants, **créer un sentiment d'appartenance**.

Durabilité et événements responsables

Les exigences et la réalité sont encore parfois éloignées



21%

d'intérêt pour les événements durables, parmi lesquels **13 %** des réservations sont effectives*

70%

des organisateurs estiment que la durabilité **influencera** à l'avenir davantage les **décisions des entreprises**, avec un impact sur la planification des événements*

64%

des organisateurs sont attentifs à la durabilité mais concèdent que les **demandes des clients** l'emportent et ne sont **pas toujours durables**

67%

sont attentifs à l'utilisation de **produits locaux, biologiques** ou **végétaliens** lors des services de restauration

51%

des organisateurs constatent que les clients exigent de plus en plus d'événements durables.



Presse





320

QUOTIDIENS



74

RADIOS
PUBLIQUES



9

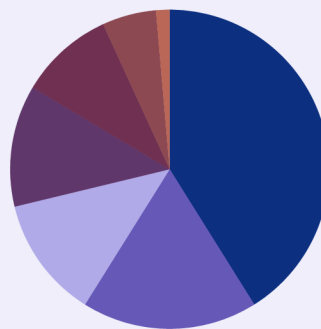
CHAÎNES TV
PUBLIQUES



17

MAGAZINES
HEBDOMADAIRES

73 000 JOURNALISTES EN ALLEMAGNE



- FREELANCES (41%)
- RÉDACTEURS PRESSE QUOTIDIENNE (18 %)
- RÉDACTEURS MAGAZINES (12 %)
- RÉDACTEURS CHAINES TÉLÉVISION ET RADIOS (12%)
- SERVICE PRESSE ET AGENCES (10 %)
- MÉDIAS EN LIGNE (5,5 %)
- AGENCES DE PRESSE (1,4 %)



Le paysage médiatique allemand

CONSOMMATION MÉDIATIQUE JOURNALIÈRE

6H52

TOTALE



3H23

VIDÉO



2H55

AUDIO



1H

ÉCRIT

LES INCONTOURNABLES

QUOTIDIENS

- Funke-Mediengruppe: 727 256 ex.
- Stuttgarter Zeitung: 354 947 ex.
- Süddeutsche Zeitung: 299 957 ex.
- Münchner Merkur/TZ: 276 046 ex.
- FAZ: 198 374 ex.
- Die Welt : 120 094 ex.
- RNZ: 83 000 ex.
- TAZ: 44 228 ex.

HEBDOMADAIRES

- FAS: 198 265 ex.
- Welt am Sonntag: 342 932 ex.
- Die Zeit: 635 372 ex.

MAGAZINES

- Merian: 50 000 ex.
- Der Feinschmecker: 61 642 ex.
- Brigitte: 263 772 ex.
- Architektur & Wohnen: 62 141 ex.
- IDEAT: 40 000 ex.
- Outdoor: 32 348 ex.
- Trekking: 45 000 ex.
- Camping, Cars & Caravan : 40 000 ex.
- Frankreich Magazin: 30 000 ex.



85%

des utilisateurs internet s'y connectent via leur téléphone



34%

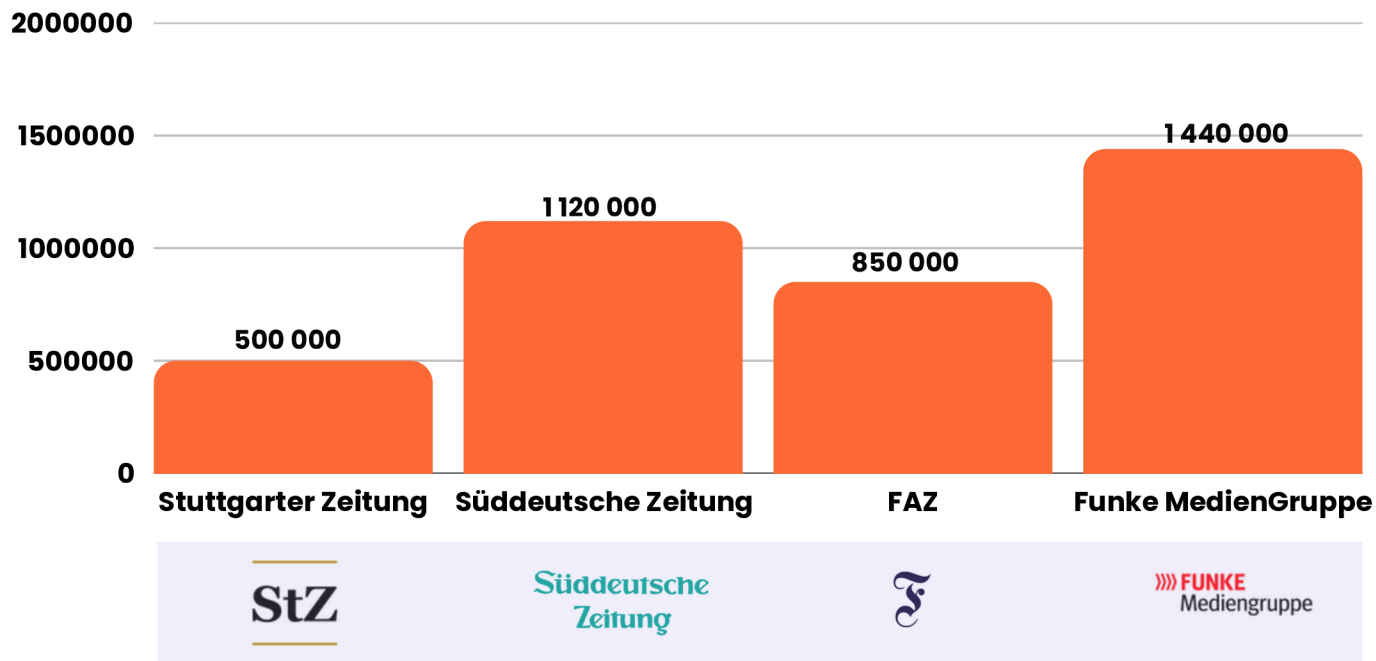
de Allemands utilisent quotidiennement les réseaux sociaux



Journaux

Grands quotidiens nationaux

Diffusion par parution

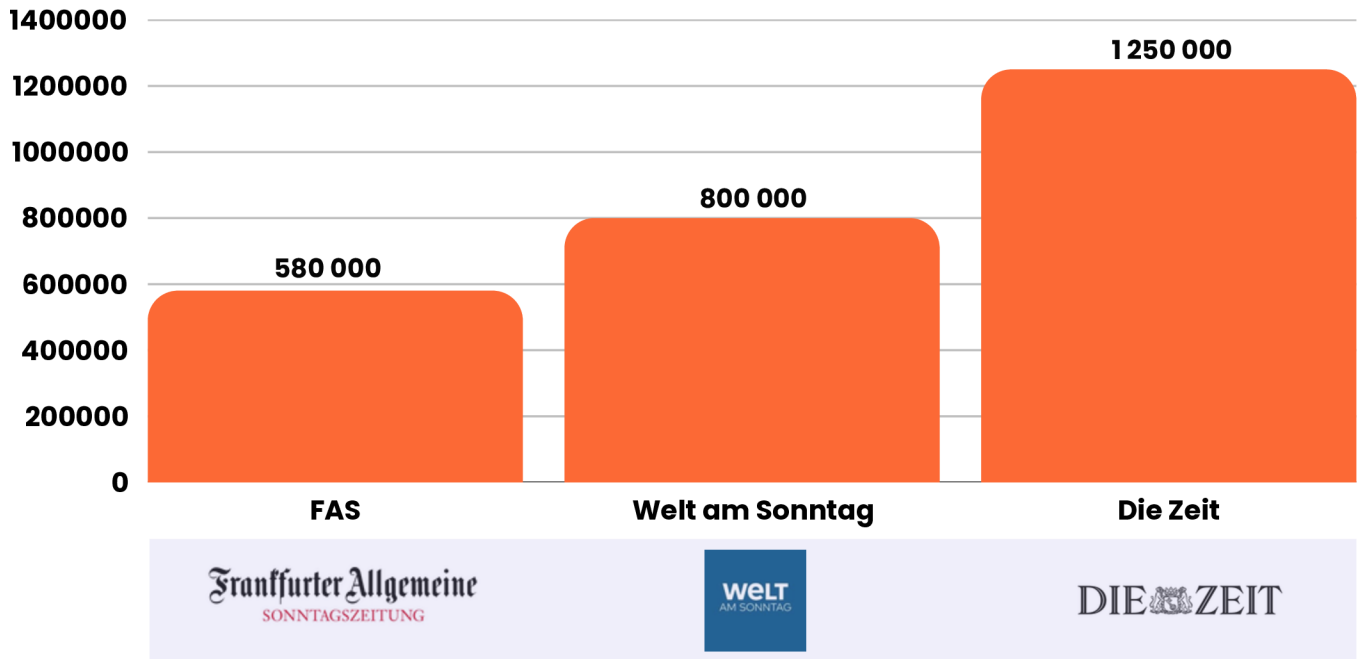




Journaux

Grands hebdomadaires en Allemagne

Diffusion par parution



Une équipe dédiée au marché allemand

Hamburger Allee 26/28 – 60486 FRANKFURT



Frédéric Meyer

Directeur Régional Région alémanique et Europe centrale

frederic.meyer@atout-france.fr



Aurélia Berger

Adjointe au Directeur et Responsable du Service Marketing

aurelia.berger@atout-france.fr

Marketing



Patrizia Soell

Chargée de projets marketing

patrizia.soell@atout-france.fr



Hippolyte Zimmer

Chargé de projets marketing

hippolyte.zimmer@atout-france.fr



Theou Koo

Chargé de projets marketing

theou.koo@atout-france.fr

Une équipe dédiée au marché Allemand

Hamburger Allee 26/28 – 60486 FRANKFURT

Promotion



Pascal Reiling

Responsable promotion commerciale

pascal.reiling@atout-france.fr



Andrea Pees

Responsable tourisme d'affaires

andrea.pees@atout-france.fr



Victoire Galby

Chargée de promotion – projets dédiés

victoire.galby@atout-france.fr



Maude Begue

Chargée de promotion

maude.begue@atout-france.fr

Une équipe dédiée au marché Allemand

Hamburger Allee 26/28 – 60486 FRANKFURT

Presse



Monika Fritsch

Responsable presse

monika.fritsch@atout-france.fr



Marie Haas

Chargée de projets presse

marie.haas@atout-france.fr

Digital



**Jean-Michel
Vilbach**

Manager numérique zone ASA

jean-michel.viebach-mall@atout-france.f

SUIVEZ-NOUS



[Atout France Allemagne](#)



[Explore France FR](#) · [Explore France DE](#)



[@explorefrance](#)



[@explorefrance](#)

#ActivateurDeTourismes

**ATOUT
FRANCE**
www.atout-france.fr

