

### Chiffres clés | Marché

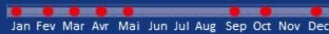
#### ALLEMAGNE

##### Quelques données économiques

- 83 MILLIONS d'habitants
- 42.918€ PIB / habitant
- 2,2% CROISSANCE (prévisions 2022)



##### Période de réservation



##### Principales destinations visitées en France



##### Données touristiques en 2020

- 27,7 MILLIONS de voyages à l'étranger des Allemands
- 5,1 MILLIONS d'arrivées d'Allemands en France
- 3,5 MILLIARDS de recettes touristiques

##### Données touristiques en 2021

- 34,9 MILLIONS de voyages à l'étranger des Allemands
- 8,2 MILLIONS d'arrivées d'Allemands en France
- 4,7 MILLIARDS de recettes touristiques

##### Principaux bassins émetteurs



Bade-Wurtemberg  
Rhénanie du Nord-Westphalie  
Hesse

##### Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 6<sup>ème</sup> destination des Allemands à l'étranger et la 3<sup>ème</sup> pour les courts séjours
- Ils privilégient les voyages en voiture
- Ils sont sensibles à l'accueil, la propreté
- Ils recherchent en France : Les grands espaces, l'art de vivre, les événements culturels

##### TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Allemagne | karine.lober@atout-france.fr

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)

# GRAND EST

1.634.000 NUITÉES EN 2019  
+3% / 2018

+21 % été 2022 / été 2019



## Principales tendances du marché :

*L'Allemagne reste l'un des marchés incontournables de l'industrie touristique européenne et mondiale et se positionne comme notre première clientèle étrangère. En 2020 et 2021, le marché a répondu présent. En 2021, malgré les contraintes impactant les séjours au 1<sup>er</sup> semestre, plus de 8 millions de touristes allemand ont fait le choix de notre destination. La France consolide ainsi sa 6<sup>ème</sup> place sur ce marché, alors même que les courts séjours, notre point fort, enregistraient une forte baisse.*

*A la crise du COVID-19 a succédé en février le climat anxiogène du conflit entre la Russie et l'Ukraine. Ce dernier n'a pas eu d'effet immédiat sur les intentions de voyage : Ainsi, en mars 2022 le niveau des réservations se situe 15 points au-dessus de celui de 2019.*

*En revanche l'inflation et la hausse du prix des carburants pourraient freiner l'appétence des Allemands pour les courts séjours et les voyages secondaires. La clientèle France, plutôt aisée, ne sera toutefois pas la première à envisager d'éventuelles mesures d'économie et à renoncer à ses loisirs.*

## Thématiques mises en avant :

- Le tourisme durable, éco-responsable, le slow tourisme, nature, l'un des enjeux majeurs de la prochaine décennie.
- Oenotourisme et gastronomie en mettant l'accent sur les circuits courts, les produits bio.
- Le retour aux sources, aux valeurs portées par la crise du Covid-19 : famille, amis, nature intacte.

## Cibles :

Les familles, les best agers, CSP+ Individuels et groupes