



Plan d'actions Allemagne

Avec 83,6 millions d'habitants, un pouvoir d'achat important et surtout un taux de départ en vacances de 80% (chiffres 2024), l'Allemagne reste le marché incontournable de l'industrie touristique européenne et mondiale..

En 2024, les Allemands représentent à eux seuls 15,1 millions d'arrivées en France et ont généré en de janvier à novembre 2024 des recettes à hauteur de 7 milliards d'euros.

Chiffres clés

15,1

millions d'arrivées en France en
2024

7 mds

d'euros de recettes en France
de janvier à novembre 2024

93,8

millions de courts séjours

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- **Population** : 83,4 millions d'habitants
- **PIB** : 50 836 euros par habitant
- **Prévisions de croissance** : 0,2% en 2024, 0,2% en 2025

Positionnement de la destination France

La France est une destination très bien **programmée** sur le marché allemand. Ce qui permet de réaliser une très bonne performance.

En 2024, les Allemands représentaient à eux seuls 15,1 millions d'arrivées en France, les recettes correspondantes s'établissant à 7 milliards d'euros pour la période de janvier à novembre 2024.

L'Allemagne est donc le **1er marché source** de fréquentation internationale pour la France. Toutefois, la France se place en **6ème position** des destinations les plus visitées par les Allemands **pour les longs séjours** et en **3ème pour les courts séjours**.

La France bénéficie d'une grande notoriété auprès de la clientèle allemande en plus de profiter d'une bonne **accessibilité** encore en développement. Ceci devrait permettre à notre destination de pouvoir croître et d'attirer encore plus de touristes allemands.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les caractéristiques du marché allemand :

Elles reposent sur 4 piliers :

1. C'est un **marché émetteur** - Les Allemands aiment voyager - 69% des touristes allemands voyagent en Europe - 22% seulement restent en Allemagne qui n'est pas équipée pour répondre à une telle demande. Pays de salons, elle a vu les investissements touristiques de ces dernières années se tourner vers les métropoles et le tourisme d'affaires..
Les destinations favorites traditionnelles pour les longs séjours : Espagne, Italie, Autriche, Grèce, Turquie. Il est très concurrentiel : pour les raisons évoquées ci-dessus. Les investissements publicitaires opérés par nos concurrents tout au long de l'année sont souvent sans commune mesure avec nos budgets.
2. Ils apprécient la **Gastronomie, l'art de vivre, le patrimoine naturel et le patrimoine culturel de la France**
3. Il est **décentralisé**...et donc particulièrement intéressant d'un point de vue touristique élargissant ainsi leurs venues sur 3 saisons à minima et permet de réorienter ainsi les flux touristiques sur des périodes moins fréquentées. Les vacances scolaires d'été débutent très tôt dans certains Länder (Rhénanie du Nord-Westphalie et Hesse en 2025) et se terminent tard dans d'autres (mi-septembre pour le Bade Wurtemberg et la Bavière). Ces deux mêmes Länder disposent chaque année de 10 jours de vacances autour de la Pentecôte.
4. C'est un **marché intermédié** avec des tour-opérateurs référents pour le grand public. Mais également intermédié pour la clientèle groupe. La clientèle FIT passe à 40% en direct lors de ses réservations, cependant 42% font le choix de passer par des professionnels auprès desquels ils se laissent inspirer, avant de réserver leurs voyages avec eux.

Distribution & accessibilité :

Les professionnels du tourisme recouvrent le niveau 2019 et certains le dépassent même, à l'instar de TUI dont le CA va atteindre un niveau record de 5,6 milliards euros en 2024 pour 5,6 millions de clients. En 2024, FTI a cessé ses activités, Ameropa vient de changer d'investisseurs et les principaux acteurs renforcent leurs positions. Des petites structures émergent privilégiant des produits de niche.

L'accessibilité de la France au départ de l'Allemagne est très bonne et se renforce encore : les connexions aériennes vers les destinations françaises se maintiennent solidement et les connexions ferroviaires se développent : plusieurs lignes internationales ont été ouvertes permettant des mobilités plus douces et durables avec dès le 16 décembre 2024, l'ouverture de la ligne directe Berlin-paris en quotidien TGV-ICE.

Depuis 2019, les comportements de voyages se sont trouvés modifiés (allongement de la durée de séjour/hébergement locatifs ou camping/caravaning privilégiés, recherche d'un tourisme plus authentique, plus durable)

S'appuyant sur ces constats, le bureau d'Atout France en Allemagne propose différents axes de communication stratégiques en phase avec les nouveaux comportements de consommation.

Le tourisme durable, éco-responsable, le slow tourisme, l'un des enjeux majeurs de la prochaine décennie.

L'art de vivre et la gastronomie, ADN de notre destination.

Après l'extraordinaire vitrine des JOP 2024, les grands événements sont attractifs, déclencheurs de séjours et constituent une vraie opportunité de porter nos savoir-faire et l'innovation de notre offre touristique.

Le tourisme d'affaires :

La France est une Destination privilégiée pour la clientèle d'affaire. Le succès de l'IMEX 2024 prouve le dynamisme du marché, avec un intérêt marqué pour la France qui a encore des marches de Progression.

La durabilité quant à elle prend de plus en plus d'importance (selon 70% des professionnels), de même que la nécessité de trouver un équilibre entre la productivité et la nécessité de l'action. Une valeur ajoutée s'avère indispensable, ainsi que l'importance des interactions interpersonnelles qui traduit l'importance des rencontres et des échanges.

En ce qui concerne les défis de cette branche, l'inflation/augmentation des prix et les pénuries de personnel sont actuellement deux des plus grands défis du secteur MICE.

Données actualisées en janvier 2025

Nos recommandations pour aborder ce marché

- L'Allemagne est un **marché mature**. Il est donc crucial de rester présent sur le marché en affinant le ciblage des communications avec tous les segments de clientèles. Il est donc très important de définir son **objectif** au niveau de la **cible** visée mais également aux niveaux des résultats.
- Afin d'optimiser le rendu, la **langue Allemande** est incontournable, aussi bien pour les documents, le développement des sites Internet et des communications diffusées.
- Il faudra bien **adapter le produit** à la cible visée: grand public ou professionnels.
- Enfin, les **budgets de communication** doivent être conséquents pour être pris en compte sur ce grand marché extrêmement courtisé.

Pour cela, le Bureau en Allemagne est à votre écoute et vous accompagne dans des opérations dédiées et personnalisées.

Les thématiques fortes :

- **Slow tourisme : Cyclotourisme** (5,4 millions de séjours cyclo de plus de 3 jours entrepris en 2019), **Randonnée** (38,4 millions de personnes ont déclaré en 2020 pratiquer la randonnée).
- Tourisme slow urbain, l'art de vivre, la gastronomie : Nécessité de prendre en compte l'importance croissante des **régimes végétariens** et végétaliens notamment chez les Millenials (1,3 Millions de vegans contre 80.000 en 2008) et 10% de la population sont végétariens soit 8 Millions.
- Autre fait marquant : 3,4M de **véhicules électriques** devraient être immatriculés en 2025. Cette nouvelle tendance, mise en correspondance avec les habitudes de consommations des Allemands et la prépondérance de la voiture comme moyen de transport utilisé pour les vacances devra être nécessairement pris en compte pour améliorer les possibilités de recharge.

Les cibles prioritaires BtoC pour 2025 :

Cf. fiche persona à télécharger plus bas.

Revoir les webinaires Atout France Live

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[webinaires Atout France Live](#)

Le marché Allemagne en un clin d'oeil

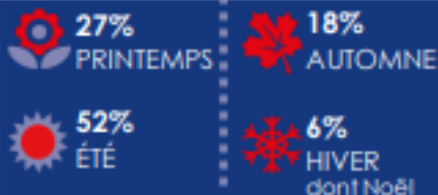
Chiffres clés | Marché

ALLEMAGNE

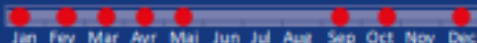


Quelques données économiques

- 83,6 MILLIONS d'habitants
- 48.775 € PIB / habitant
- + 0,2 % (prévisions 2025);
+1,1 % CROISSANCE (prévisions 2026)



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



ATOUT FRANCE

L'Agence de développement touristique de la France

Données touristiques en 2024

- 68,3** MILLIONS de voyages longs séjours (cinq jours et plus) entrepris par les Allemands
- 93,8** MILLIONS de voyages courts séjours (deux à quatre jours)
- 15,1** MILLIONS d'arrivées d'Allemands en France
- 7** MILLIARDS de recettes touristiques

Principaux bassins émetteurs



Baden-Wurtemberg
Rhénanie du Nord-Westphalie
Hesse

Profil voyageurs



- LA FRANCE est la 6^{ème} destination des Allemands à l'étranger et la 3^{ème} pour les courts séjours
- Is privilégient les voyages en voiture
- Is sont sensibles à l'accueil, la propreté
- Is recherchent en France : Les grands espaces, l'art de vivre, les événements culturels, slow tourisme

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Allemagne | frederic.meyer@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Workshop Bonjour Frankreich 2026](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- ["France Excellence" : Workshop Luxe et Incentives Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale](#) : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateur d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Marchés d'intervention : Allemagne, Suisse

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels internationaux

Une rencontre incontournable qui vient compléter l'édition de Rendez-vous France permettant de soutenir le contact avec les professionnels allemands et suisses.

OBJECTIFS

- Faire connaître le potentiel de la destination France
- Générer de nouveaux contacts avec les professionnels allemands et intensifier les relations déjà existantes

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et partenaires privés

Nombre de partenaires souhaités :

30

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

12 juin 2026

Précisions tarifaires :

Tarif: 2.750€ HT

FORMAT

Liste des sessions :

Workshop Allemagne 2026 en France

Date de début : 30 septembre 2026

Date de fin : 02 octobre 2026

Date limite d'inscription : 12 juin 2026

Lieu :

Nîmes, Occitanie

Format de l'opération :

Combinaison de **rencontres professionnelles** (2 sessions de speed-meeting d'une ½ j.) et de **networking**. Le workshop se déroulera en format présentiel en France, afin de faire découvrir la destination aux tour-opérateurs allemands conviés, tout en permettant de nombreux échanges avec les exposants français.

- Présentations thématiques aux invités allemands
- Découverte d'une destination
- 3 jours / 2 nuits entièrement dédiés à échanger avec les participants allemands
- Pré- ou Post-tours (tbd)

Pour les partenaires qui le souhaitent, il est possible de profiter d'une visibilité supplémentaire à un tarif privilégié auprès de la presse professionnelle.

Indicateur de performance :

Nombres de contacts

Profil visiteur :

Loisirs: tour-opérateurs, autocaristes, presse pro

Visiteur attendu :

30 - 40

Pascal Reiling pascal.reiling@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

"FRANCE EXCELLENCE" : WORKSHOP LUXE ET INCENTIVES ALLEMAGNE, SUISSE, AUTRICHE ET EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention : Autriche, Allemagne, Bulgarie, Hongrie, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Suisse

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels du secteur MICE, Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières :

Pour sa 2e édition, le workshop " France Excellence" devrait rassembler 70 à 80 acheteurs (Luxe et Incentives) de la région Allemagne-Suisse-Autriche & Europe centrale et une trentaine d'exposants français de ce secteur.

OBJECTIFS

- Valoriser votre offre auprès d'acheteurs des secteurs haut de gamme et incentive sur la zone ASA / Europe Centrale
- Nouer de nouveaux contacts et développer des relations d'affaires
- Créer un bon relationnel avec les professionnels grâce aux différents temps de Networking

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Adhérents pôle Tourisme d'Affaires (offre incentives), CRT, OT, Hôtellerie haut de gamme, agences réceptives (DMC/haut de gamme), lieux historiques et atypiques privatisables, etc.

Nombre de partenaires souhaités :

30 à 40

Visibilité partenaire :

Présentation des partenaires dans le catalogue électronique des exposants

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

30.04.2026

Précisions tarifaires :

4.600€ HT

FORMAT

Liste des sessions :

*"France Excellence" : Workshop Luxe et Incentives
Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale*

Date de début : 24 novembre 2026

Date de fin : 25 novembre 2026

Date limite d'inscription : 30 avril 2026

Lieu :

Vienne (Autriche) ou Francfort (Allemagne)

Format de l'opération :

- Une journée et demie de **rendez vous préprogrammés** de 20 minutes (planning de 36 RV / exposant)
- Une grande soirée événementielle pour favoriser les échanges conviviaux

Indicateur de performance :

Nombre de contacts

Edition précédente :

Edition 2024:

- 30 partenaires exposants
- 62 professionnels présents
- 900 rendez-vous d'affaires

Profil visiteur :

TOs et agences haut de gamme, agences incentives

Visiteur attendu :

70 à 80

Media / Support :

www.france-excellence.pro

Pascal Reiling pascal.reiling@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2025

- [France Media Pack B2C - Allemagne, Autriche, Suisse](#) : Campagnes / Grand public international

2026

- [Panel d'experts mices et loisirs](#) : Rencontres B2B / Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [ALLEMAGNE-AUTRICHE-SUISSE - Accueils de presse](#) : Rencontres B2B
- [Démarchage loisirs et Mices en Allemagne](#) : Rencontres B2B
- [Opération ski sur les marchés allemand, suisse et d'Europe Centrale](#) : Rencontres B2B / Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux
- [Démarchage Gastronomie / Œnotourisme Allemagne-Autriche-Suisse](#) : Rencontres B2B / Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [Campagne France Active Nature](#) : Campagnes / Grand public international
- [Campagne France haut de gamme](#) : Campagnes / Grand public international

FRANCE MEDIA PACK B2C - ALLEMAGNE, AUTRICHE, SUISSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Allemagne, Autriche, Suisse

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Activités outdoor, Transport, Bien être, Culture & patrimoine,

Espaces et filières : Gastronomie , Littoral , Luxe, Montagne, Outre-mer , Shopping, Slow
tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Communication auprès du grand public allemand, autrichien et suisse via l'écosystème d'Explore France (newsletter B2C & réseaux sociaux)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

action individuelle

FORMAT

Format de l'opération :

Nous vous proposons une communication "à la carte" selon le plan de publication de notre E-Newsletter envoyée 10 fois par an à 29 400 abonnés en Allemagne, Autriche et Suisse (public germanophone et francophone), qui intègre selon le forfait proposé un achat d'espace sur les réseaux sociaux à partir de notre compte Atout France (Facebook et Instagram).

Package 1 - Basic: € 1.500

- Intégration d'une **publicité dans la newsletter B2C adressée à nos abonnés allemands, autrichiens et suisses** (en allemand et en français pour cette dernière) sous forme de combinaison texte/visuel (courte introduction à la thématique + bouton CTA), avec une redirection directe vers le site web de votre choix (par exemple, la page d'un événement ou une rubrique dédiée à une thématique sur votre site).

Votre avantage/nos KPIs:

- environ 29 400 contacts francophiles exposés à vos messages
- taux d'ouverture moyen (sur zone): 37%
- taux de clics moyen (sur zone): 11%

Package 2 - Avancé: € 2.100

- Intégration d'une publicité dans la newsletter B2C Allemagne, Autriche, Suisse comme présenté dans "Package 1 - basic".
- Publication d'un **post dédié sur la page Facebook Explore France pour les marchés germanophones (+Suisse FR)**, optimisé sur **l'engagement**. Ce tarif comprend un forfait de € 150/marché pour le sponsoring du contenu, afin de toucher un public élargi selon vos critères de ciblage.

Votre avantage/nos KPIs:

- **News: plus de 29.000 contacts francophiles exposés à vos messages**
- **News: taux d'ouverture moyen (sur zone): 37%**
- **News: taux de clics moyen (sur zone): 11%**
- **Post FB (focus engagement): 5.000 - 9.000 engagements** (projection suite à l'analyse de précédentes campagnes)

L'équipe rédactionnelle d'Atout France prévoit l'envoi de **10 newsletters B2C sur l'année 2026, dont 5 newsletters dédiées à une thématique précise. Voici les temps forts de nos envois:**

- janvier 2026: multi-thématique
- février 2026: tourisme urbain/culture
- mars 2026: slow tourisme/outdoor
- avril 2026: littoral
- mai 2026: multi-thématique
- juin 2026: multi-thématique
- septembre 2026: slow tourisme/gastronomie/oenologie

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention : Allemagne

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Organisateur d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Temps fort associant la découverte d'une destination et le partage d'expériences.

OBJECTIF

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Table ronde organisée dans une destination en France et programme de découverte du potentiel de la destination à un panel de décideurs.
- Obtenir une expertise de la part de 8 spécialistes de ce secteur et en faire indirectement les ambassadeurs de la destination.

Profil visiteur :

8 clients

1 représentant de la presse professionnelle

Visiteur attendu :

9

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention : Allemagne, Autriche, Suisse

Faire découvrir à des journalistes et blogueurs la diversité de votre territoire avec les nouveautés qui permettent de séduire un nouveau public tout en favorisant la désaisonnalisation.

Possibilité de prévoir un accueil groupe avec 4 participants plus un accompagnateur Atout France ou bien un accueil individuel avec un rédacteur et un photographe.

Le projet sera réalisé au cas par cas, nous sommes à votre disposition pour en discuter.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

- **Accueils de groupe régionaux**

Trois formats sont disponibles :

Allemagne – Suisse – Autriche : accueil en langue allemande

Pologne : accueil en langue anglaise

Europe Centrale (incluant la Pologne si souhaité) : accueil en langue anglaise

- **Accueils de groupe et individuels par marché**

En complément, des accueils presse de groupe et individuels peuvent être organisés sur chacun des marchés de la zone :

Allemagne

Suisse

Autriche

Pologne

Europe Centrale

Monika Fritsch monika.fritsch@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention : Allemagne

Démarchage en Allemagne durant lequel vous aurez la possibilité d'échanger avec des professionnels du tourisme soit loisir soit miche afin de renouer les contacts mais aussi de leur faire découvrir des nouveautés autour de votre destination.

OBJECTIF

FORMAT

Pascal Reiling pascal.reiling@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

OPÉRATION SKI SUR LES MARCHÉS ALLEMAND, SUISSE ET D'EUROPE CENTRALE

OPÉRATION À LA CARTE

Public attendu : Grand public international, Médias internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Montagne

- Révéler le contenu et la richesse des Alpes françaises
 - Positionner les stations en termes d'image de marque
 - Cibler en priorité et pas seulement les Millenials via des actions digitales et presse
 - Créer un lien émotionnel avec les stations françaises
- Mobiliser les professionnels

OBJECTIF

FORMAT

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

DÉMARCHAGE GASTRONOMIE / ŒNOTOURISME ALLEMAGNE-AUTRICHE-SUISSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Autriche, Allemagne, Suisse

Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Public attendu : Organismes d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

Espaces et filières : Gastronomie , Œnotourisme

Démarchage B2B en Allemagne, Autriche et Suisse auprès de tour-opérateurs spécialistes des séjours sur les thématiques "Gastronomie" et "Œnotourisme"

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Destinations, Vignobles, Restaurants, Réceptifs spécialisés, Hébergeurs ayant une offre axée sur ces thématiques...

Nombre de partenaires souhaités :

2 à 4

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- 3 journées de RV : 1 jour à Lausanne, 1 jour à Munich, 1 jour à Vienne
- 4 à 5 RV par ville

Possibilité d'inviter des TOs hongrois - lors du démarchage à Vienne - également sensibles à cette thématique

Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous programmés
Nouveaux contrats / programmations

Profil visiteur :

Tour-opérateurs offrant des produits "Gastronomie" et "Œnotourisme", agences incentives

Visiteur attendu :

12-15

Meyer - Emmanuelle emmanuelle.meyer@atout-france.fr
Karine Mornas-Cadiou karine.mornas-cadiou@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

Marchés d'intervention : Autriche, Allemagne, Suisse

Type de rendez-vous : Campagnes

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Vélotourisme

Une campagne de notoriété pour communiquer au grand public germanophone des informations pratiques et conseils d'itinéraires pour découvrir notre territoire à vélo ou en randonnée.

OBJECTIF

FORMAT

Indicateur de performance :

Nombre d'impressions.

Media / Support :

Fahrrad-Hotel, Outdoor-magazin, Ecosystème France.fr: e-newsletters, réseaux sociaux, webzine "Explore France"

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

CAMPAGNE FRANCE HAUT DE GAMME

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Autriche, Allemagne, Suisse

Public attendu : Grand public international

Espaces et filières : Gastronomie , Ville, Œnotourisme

En s'associant avec le portail de réservation Escapio, vous pouvez toucher une cible de qualité à la recherche d'établissements haut de gamme situés sur votre territoire.

OBJECTIF

FORMAT

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://www.atout-france.fr)

