

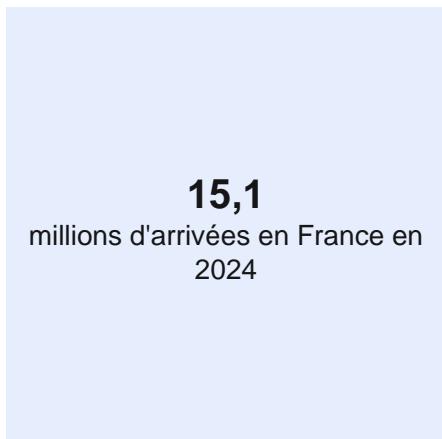


## Plan d'actions Allemagne

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



# 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 intermédiaire** avec des tour-opérateurs référents pour le grand public. Mais également intermédiaire 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, a 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 immatriculées 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)

Seasonal distribution of travel in Germany:

Saison	Pourcentage
PRINTEMPS	27%
AUTOMNE	18%
ÉTÉ	52%
HIVER dont Noël	6%

#### Période de réservation

Timeline of travel reservations (Jan to Dec):

- Jan, Feb, Mar, Avr, Mai, Jun, Jul, Aug, Sep, Oct, Nov, Dec

#### Principales destinations visitées en France

Map of France showing top travel destinations from Germany, indicated by red pins:

- NORMANDIE
- HAUTS-DE-FRANCE
- ÎLE-DE-FRANCE
- BRÉTAGNE
- POITOU-CHARENTES
- CENTRE-VAL DE LOIRE
- DOMAINE DE LA LOIRE
- AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
- PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
- NOUVELLE-AQUITAINE
- OCÉANIE

## 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

Bade-Wurtemberg  
Rhénanie du Nord-Westphalie  
Hesse

#### Profil voyageurs

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

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

Top 3 motivations for travel to France:

- Patrimoine
- Tourisme Littoral
- Nature & Campagne

Contact marché Allemagne | [frederic.meyer@atout-france.fr](mailto:frederic.meyer@atout-france.fr)

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

## Prestations proposées sur ce marché

### Les évènements programmés

- [\*\*IMEX à Francfort 2026\*\*](#) : Salons / Organisateurs d'événements MICE internationaux
- [\*\*Workshop Allemagne/Suisse 2026 en France\*\*](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [\*\*"France Excellence" : Workshop Luxe et Incentives Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale\*\*](#) : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [\*\*"France - Active Nature" : Workshop outdoor Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale\*\*](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [\*\*Magazine Explore France 2026 Allemagne - Autriche - Suisse\*\*](#) : Evénement grand public / Grand public international
- [\*\*Tournée médiatique en Allemagne\*\*](#) : Rencontres médias / Médias internationaux

**Marchés d'intervention :** Allemagne

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Organisateurs d'événements MICE internationaux

**Espaces et filières :**

Selon destiné aux spécialistes de l'organisation de conférences et congrès

## OBJECTIFS

- Reconnecter avec les acteurs majeurs du secteur : plus de 13 000 professionnels présents en 2025 (+10,6 % vs 2024), dont 4 466 hosted buyers et visiteurs issus de 97 pays.
- Rencontrer des acheteurs à fort pouvoir décisionnel et budgétaire : plus de 62 % des hosted buyers disposent d'un budget supérieur à 1 M\$, et 22 % à plus de 10 M\$.
- Générer des contacts hautement qualifiés : en 2025, 613 rendez-vous ont été réalisés sur le Pavillon France, dont plus de 37 % à fort potentiel business.

## PARTENAIRES

### Profil des partenaires ciblés :

- Acteurs institutionnels et privés du MICE • Destinations & convention bureaux • Hôteliers & venues • DMC / agences réceptives • Prestataires techniques & expériences incentive • Acteurs engagés RSE

### Nombre de partenaires souhaités :

Environ 40 Exposants

### Visibilité partenaire :

- Pack communication en coopération possible avec un média MICE.
- Mise en avant sur : o réseaux sociaux internationaux, o newsletter dédiée MICE, o catalogue exposants France, o espaces du pavillon (totems, signalétique, présentations hosted buyers).

## CONDITIONS

### Date limite d'inscription :

20 février 2026

### Précisions tarifaires :

Environ 6.950 € HT

## FORMAT

### Liste des sessions :

#### Imex à Francfort

Date de début	: 19 mai 2026
Date de fin	: 21 mai 2026
Date limite d'inscription	: 31 janvier 2026

### Lieu :

Francfort / Main

### Format de l'opération :

Nous mettons en place des univers de marques de destination personnalisables, composés de modules de travail mutualisés.

Cette organisation permet :

- une visibilité renforcée des exposants,
- une scénographie cohérente et immersive,
- une meilleure synergie entre les acteurs locaux,
- une présence face aux allées centrales du salon (aménagement IMEX 2025, page 13).

### Prestations incluses :

- Planning de rendez-vous préprogrammés via la plateforme IMEX.
- Formule Poste Exposant, comprenant :
  - 1 poste de travail équipé (1 table, eux chaises)
  - 1 badge exposant
- Pack communication destiné à renforcer la visibilité des partenaires avant et pendant le salon.

### Options de promotion et de visibilité supplémentaires

- Sponsoring de l'espace bar à partir de 1 500 € HT.

Slot de présentation face à un groupe de hosted buyers internationaux : 300 € HT.

### Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous générés.

### Edition précédente :

Exemples issus de l'édition 2025 :

- 613 rendez-vous générés sur le Pavillon France.
- 42 % : RDV de découverte qualifiés (contacts à fort potentiel).
- 32 % : RDV prometteurs avec potentiel business.
- 3,86 % : projets contractés directement sur le salon.

### Profil visiteur :

Profil des participants ciblés • Hosted buyers internationaux sélectionnés par IMEX • Agences, corporates, associations • Acheteurs à haut budget (1-5 M\$ majoritairement)

### Visiteur attendu :

Environ 8 000 hosted buyers et visiteurs qualifiés.

**Victoire GALBY** [victoire.galby@atout-france.fr](mailto:victoire.galby@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Allemagne, Suisse

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

## OBJECTIFS

- Faire connaitre 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](mailto:pascal.reiling@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](http://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, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

**Espaces et filières :**

## 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 :**

08.03.2026

**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 : 08 mars 2026

**Lieu :**

Vienne, Autriche

**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](http://www.france-excellence.pro)

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

# "FRANCE - ACTIVE NATURE" : WORKSHOP OUTDOOR ALLEMAGNE, SUISSE, AUTRICHE ET EUROPE CENTRALE

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Autriche, Allemagne, Suisse

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Professionnels internationaux

## OBJECTIFS

- Valoriser votre offre auprès d'acheteurs des secteurs outdoor 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

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

31/01/2026

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

## FORMAT

**Liste des sessions :**

Workshop France Aktive Natur

Date de la session : 27 avril 2026  
Date limite d'inscription : 31 janvier 2026

**Lieu :**

Cologne

# MAGAZINE EXPLORE FRANCE 2026 ALLEMAGNE - AUTRICHE - SUISSE

PRESTATION

**Marchés d'intervention :** Autriche, Allemagne, Suisse

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Grand public international

Le magazine Explore France est un magazine inspirationnel diffusé en allemand sur les marchés allemand, autrichien et suisse.

En 2026, l'accent sera mis sur les destinations citadines, et l'oenotourisme, le développement des offres durable, sans oublier les incontournables sujets culture et art de vivre, toujours très attendus de nos lecteurs.

## OBJECTIFS

- Développer la notoriété de votre destination et présenter l'actualité de votre offre
- Bénéficier d'une visibilité régionale en langue allemande
- Insertion ou publirédactionnel, une opportunité d'inspirer les lecteurs sur votre offre

## CONDITIONS

### Précisions tarifaires :

Insertion publicitaire : 1 page : 2 300 € HT 2 pages : 3 900 € HT  
Insertion publirédactionnelle : 1 page : 2 500 € HT  
pages : 4 200 € HT En option : Une insertion dans notre E-Newsletter Grand Public envoyée à 29 400 abonnées en Allemagne, Suisse et Autriche : + 1 000 € HT au lieu de 1 500 € HT

## FORMAT

### Liste des sessions :

Magazine Explore France 2026 Allemagne - Autriche - Suisse

Date de la session : 04 mai 2026  
Date limite d'inscription : 30 janvier 2026

### Format de l'opération :

Format numérique avec une diffusion à 2 millions de contacts germanophones.

### Media / Support :

[Feuillez le magazine Explore France 2025](#)

**Patrizia Soell** [patrizia.soell@atout-france.fr](mailto:patrizia.soell@atout-france.fr)

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

**Marchés d'intervention :** Allemagne

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Médias internationaux

Une rencontre avec les journalistes Allemands pour préparer les accueils sur vos territoires.

## OBJECTIFS

- Faire connaitre les nouveautés à la presse allemande
- Renouer les liens avec les professionnels allemands
- Générer dans un second temps des accueils de qualité en France

## CONDITIONS

### Précisions tarifaires :

1.850 € HT pour une ville 3.450 € HT pour deux villes  
4.950 € HT pour trois villes (Possibilités de combiner avec la tournée média réalisée avec la Suisse) 6.200 € HT pour quatre villes (Possibilités de combiner avec la tournée média réalisée avec la Suisse)

## FORMAT

### Liste des sessions :

#### *Tournée médiatique en Allemagne*

Date de début	:	23 février 2026
Date de fin	:	26 février 2026
Date limite d'inscription	:	20 novembre 2025

### Lieu :

Hambourg, Düsseldorf, Sarrebruck

**Monika Fritsch** monika.fritsch@atout-france.fr

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

## Les opérations à la carte

2025

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

2026

- [\*\*Panel d'experts mice et loisir\*\*](#) : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [\*\*ALLEMAGNE-AUTRICHE-SUISSE - Accueils de presse\*\*](#) : Rencontres B2B
- [\*\*Démarchage loisir et Mice 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 / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
- [\*\*Trouver, attirer et convertir davantage de voyageurs au bon moment\*\*](#) : Rencontres B2B / Grand public international
- [\*\*Campagne France Active Nature\*\*](#) : Campagnes / Grand public international
- [\*\*International Media Marketplace, IMM à Berlin\*\*](#) : Rencontres médias / Médias internationaux
- [\*\*Campagne France haut de gamme\*\*](#) : Rencontres médias / 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

**Schuster - Petra** petra.schuster@atout-france.fr

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

**Marchés d'intervention :** Allemagne

**Type de rendez-vous :** Rencontres B2B

**Public attendu :** Organisateurs 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](http://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](http://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 mice 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](mailto:pascal.reiling@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](http://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 francaises
- Mobiliser les professionnels

## OBJECTIF

## FORMAT

**Aurélia Berger** aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](http://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 :** Organisateurs 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](http://atout-france.fr)

# TROUVER, ATTIRER ET CONVERTIR DAVANTAGE DE VOYAGEURS AU BON MOMENT

OPÉRATION À LA CARTE

**Marchés d'intervention :** Autriche, Allemagne, Suisse

**Public attendu :** Grand public international

**Espaces et filières :** Culture & patrimoine, Shopping, Ville

Une action forte en coopération avec Sojern et Hilton pour générer plus de clients sur vos territoires. En leur faisant réserver des nuitées, on s'assure une durée de séjour optimale et donc plus de dépenses au niveau local.

## OBJECTIF

## FORMAT

## PARTENAIRES

**Nombre de partenaires souhaités :**

1

**Aurélia Berger** aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](http://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 randonnant.

## 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](http://atout-france.fr)

**Marchés d'intervention :** Allemagne

**Type de rendez-vous :** Rencontres médias

**Public attendu :** Médias internationaux

Une rencontre avec les journalistes et blogueurs du tourisme à la veille de l'ITB.

## OBJECTIF

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels et privés.

**Nombre de partenaires souhaités :**

10

## FORMAT

**Lieu :**

**Format de l'opération :**

Workshops en présentiel avec entretiens individuels avec les journalistes et influenceurs ciblés par marché (grands quotidiens, magazines et blogueurs).

**Indicateur de performance :**

Nombre et qualité des journalistes / médias présents.

Accueils presse organisés suite à la participation à la tournée médiatique.

**Profil visiteur :**

Blogueurs, Influenceurs et journalistes.

**Visiteur attendu :**

190 représentants média - 24 rendez-vous maximum par jour et participant

**Monika Fritsch** monika.fritsch@atout-france.fr

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

**Marchés d'intervention** : Autriche, Allemagne, Suisse

**Public attendu** : Grand public international

**Espaces et filières** : Gastronomie , Ville, Oenotourisme

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](http://atout-france.fr)

