




RENCONTRES & ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

ALLEMAGNE

2025 ► CONJONCTURE ÉCONOMIQUE
ET TENDANCES DU TOURISME D'AFFAIRES



SOMMAIRE

PAGE		
3		CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EN ALLEMAGNE
4		LES PILIERS DE L'ÉCONOMIE ALLEMANDE
4		CARACTÉRISTIQUES DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS DU MARCHÉ ALLEMAND
5		LES AGENCES ► DÉCRYPTAGE DE L'ÉCO-SYSTÈME
7		CORPORATE ► COMPRÉHENSION DES ENJEUX
8		CHOIX D'UNE DESTINATION MICE POUR LES ALLEMANDS
9		FOCUS SUR LA DESTINATION FRANCE
11		COMMENT ASSURER SON DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ ?
12		CONTACT ATOUT FRANCE ALLEMAGNE

ALLEMAGNE

Ce rapport offre une analyse de la conjoncture économique, des indicateurs clés et des tendances du secteur MICE en Allemagne. Il met en lumière les opportunités pour le marché français, en détaillant les secteurs porteurs, les préférences en matière de destinations et les attentes des organisateurs d'événements allemands.

Les défis et les stratégies pour renforcer l'attractivité de la France en tant que destination MICE sont également abordés.



CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EN ALLEMAGNE

INDICATEURS CLÉS

83,5 MILLIONS d'habitants

51 833 EUROS
C'est le PIB annuel par habitant en 2025, *DE Statis, Mars 2025*

116,2 MILLIARDS D'EUROS
d'exportations vers la France

67,9 MILLIARDS D'EUROS
d'importations de la France vers l'Allemagne, *DE Statis 2024*

30% D'IMPÔTS
sur les bénéfices des sociétés en % du PIB 2024, *PWC 2024*

2,3% TAUX D'INFLATION
Février 2025, *DE Statis 2025*

6,4% TAUX de CHÔMAGE
Février 2025, *DE Statis 2025*

allemande a globalement continué de reculer. Le PIB annuel s'est établi à 4.122,2 milliards d'euros, en baisse de 1,5% par rapport à 2023. Le PIB par habitant a également diminué, atteignant 48.775 €, soit une diminution de 1,51% sur un an.

La croissance a été freinée par une inflation persistante, qui continue de peser sur la consommation des ménages et les investissements des entreprises. Les coûts toujours élevés de l'énergie, une demande insuffisante tant sur le marché intérieur qu'à l'extérieur, la guerre en Ukraine et le ralentissement industriel ont accentué cette tendance. Malgré un certain dynamisme dans le secteur de la construction, ces signaux positifs sont restés insuffisants pour inverser la trajectoire économique.

En février 2025, l'inflation a légèrement rebondi à 2,3%, tandis que le taux de chômage est remonté à 6,4%, confirmant que la reprise reste fragile et incertaine. [*DE Statis - Statistisches Bundesamt*].

Variations sectorielles

Le secteur industriel a particulièrement souffert, avec une baisse de 2% de la production manufacturière en 2023 et une diminution de 1,8% des exportations. L'industrie souffre de la prudence des consommateurs et du ralentissement de la demande mondiale. En revanche, les services ont vu leur activité augmenter, soutenant la croissance économique du pays. Le secteur de l'information et de la communication est le plus dynamique avec une hausse de 2,6% par rapport à 2022.

Inflation et marché du travail

- L'inflation est passée de 6,9% en 2022 à 5,9% en 2023 et s'est établit à 2,3% en février 2025.
- Le marché du travail reste dynamique, malgré les difficultés économiques ; le taux de chômage est de 6,4% en février 2025, les accords salariaux ayant permis de maintenir le pouvoir d'achat.

CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Reprise post-pandémie

Après une forte reprise post-pandémie, l'économie allemande connaît un ralentissement. En 2023, une baisse du PIB de 0,3% a été enregistrée, mais celui-ci est resté néanmoins supérieur de 0,7% à celui de 2019. En 2024, malgré quelques signes de stabilisation en début d'année, l'économie



LES PILIERS DE L'ÉCONOMIE ALLEMANDE

L'Allemagne reste l'une des économies les plus puissantes au monde, soutenue par des secteurs industriels clés qui jouent un rôle majeur tant sur le plan national qu'international.

Parmi ces secteurs, l'industrie automobile, l'industrie chimique et la mécanique se distinguent particulièrement. Ces secteurs représentent une part significative des exportations et de l'innovation en Allemagne, et continuent de se développer malgré les défis économiques mondiaux.

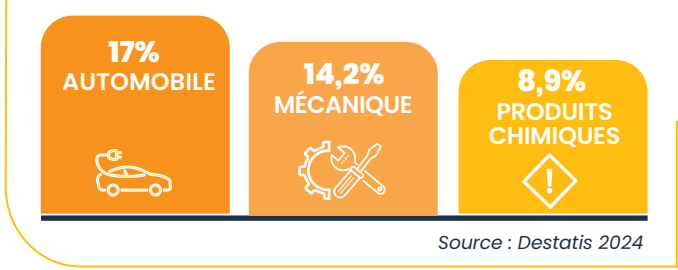
L'industrie automobile constitue l'un des piliers majeurs de l'économie allemande. En 2024, les véhicules automobiles et leurs composants ont été les principaux produits d'exportation du pays, atteignant 262,9 milliards d'euros, soit 17% du total des exportations allemandes [source : Destatis 2024]. L'Allemagne est un leader mondial dans la fabrication de véhicules, abritant de grands constructeurs tels que Volkswagen, Mercedes-Benz et BMW, ainsi que

des sous-traitants de renommée internationale comme Bosch, ZF Friedrichshafen et Continental. Le secteur est en pleine transformation avec la montée en puissance des véhicules électriques et des technologies de conduite autonome. Face à une concurrence mondiale intense, incarnée par des leaders comme Tesla, BYD ou Hyundai-Kia, l'Allemagne reste solidement positionnée et continue d'affirmer son rôle à l'avant-garde de l'innovation automobile

L'industrie chimique occupe également une place centrale dans l'économie allemande. Le pays est le leader européen dans ce secteur et se classe au quatrième rang mondial, derrière la Chine, les États-Unis et le Japon. Des géants industriels comme BASF, Bayer et Boehringer Ingelheim dominent le marché, contribuant à la forte demande pour les produits chimiques allemands, notamment dans les secteurs de la pharmacie, des plastiques et des matériaux de haute technologie. Ce secteur bénéficie d'importants investissements dans la recherche et l'innovation, soutenant ainsi la compétitivité à l'échelle mondiale.

Enfin, le secteur de la mécanique, avec des entreprises spécialisées dans la fabrication de machines-outils, l'ingénierie de précision et la production d'équipements industriels, représente 14% des exportations allemandes, soit 217,5 milliards d'euros en 2024, selon Destatis. Ces industries sont en constante évolution, intégrant des technologies avancées comme l'intelligence artificielle, l'automatisation et la robotique, renforçant ainsi la position de l'Allemagne en tant que centre d'excellence pour l'ingénierie de précision.

TOP 3 des secteurs qui exportent le plus





CARACTÉRISTIQUES DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS DU MARCHÉ ALLEMAND

Tendances sur le marché MICE en Allemagne

L'Allemagne est non seulement un acteur clé en tant que destination MICE pour l'accueil d'événements, mais elle joue également un rôle majeur en tant qu'organisateur d'événements à l'international.

En 2024, l'Allemagne a enregistré un total de 2,7 millions d'événements sur le marché, marquant une augmentation significative de près de 25% par rapport à l'année précédente. Ce chiffre comprend 2,02 millions d'événements en présentiel ou hybrides, ainsi qu'environ 0,68 million d'événements virtuels.

Source : Meeting and Event Barometer Deutschland 2024/2025

Cette croissance reflète non seulement la vitalité du marché intérieur, mais aussi l'influence croissante de l'Allemagne dans l'organisation et l'exportation d'événements à travers le monde. Les prévisions de croissance pour les années à venir indiquent une dynamique positive, avec des événements de plus grande envergure, des budgets en hausse et une expansion continue de l'activité.

Ces tendances témoignent de la capacité de l'Allemagne à être un moteur important d'événements internationaux, en tant que créateur de contenus, d'innovations et de collaborations internationales.

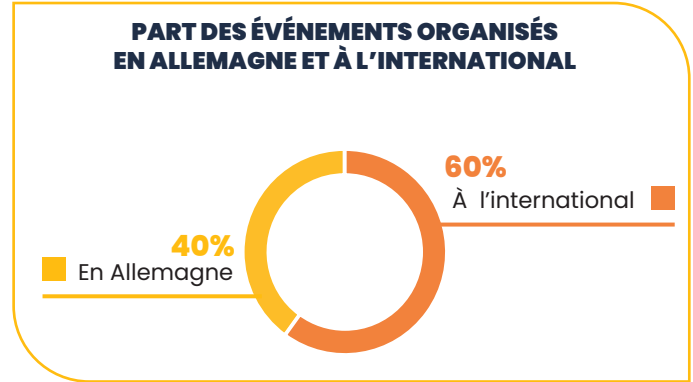
TENDANCES CLÉS ÉMERGENTES

Des événements alliant durabilité et interactions humaines pour répondre aux attentes modernes.

- Une attention accrue à la durabilité, avec près de 90% des organisateurs privilégiant les prestataires ayant une certification durable.
- Le rôle majeur des interactions interpersonnelles pendant les événements, reflétant un besoin croissant de rencontres professionnelles, d'échanges et de formats interactifs.

Sources : IPK International 2024: European Travel Monitor 2023 [Avril 2024] / Meeting- & EventBarometer Deutschland 2023/2024.G19

Dynamisme du marché MICE allemand et opportunités pour la France



Étude MICE menée en 2023 par TW et Atout France sur la base de 136 répondants



LES AGENCES ▶ DÉCRYPTAGE DE L'ÉCO-SYSTÈME

Structure, caractéristiques et attentes

Étant un pays décentralisé, les agences sont réparties dans toute l'Allemagne, avec une concentration notable dans les grandes villes émettrices telles que Cologne, Düsseldorf, Berlin, Hambourg, Munich, Stuttgart et Francfort. Cette spécificité est à considérer dans la définition de son plan d'action stratégique sur le marché.

Les agences sont généralement spécialisées dans des typologies d'événements spécifiques. Certaines se concentrent sur l'organisation de salons, congrès ou la gestion d'associations, tandis qu'un grand nombre d'entre elles se spécialisent dans les événements d'entreprise, couvrant des activités telles que la représentation de marque, les lancements de produits, les incentives, les workshops, et les réunions.

Certaines agences se consacrent exclusivement aux incentives. Beaucoup offrent des services complets internalisés incluant par exemple le volet marketing et tous les supports techniques et audiovisuels [sans devoir sous-traiter].

De plus, il existe également dans le paysage allemand des TO's ou des agences avant tout spécialisés dans l'organisation des déplacements d'affaires qui peuvent également disposer d'un département MICE.

Bassins géographiques où sont implantés les agences

Bavière [Munich] / Rhénanie-du-Nord-Westphalie [Cologne, Düsseldorf, Essen] / Hesse [Francfort, Wiesbaden] / Berlin / Baden-Württemberg [Stuttgart] / Hambourg



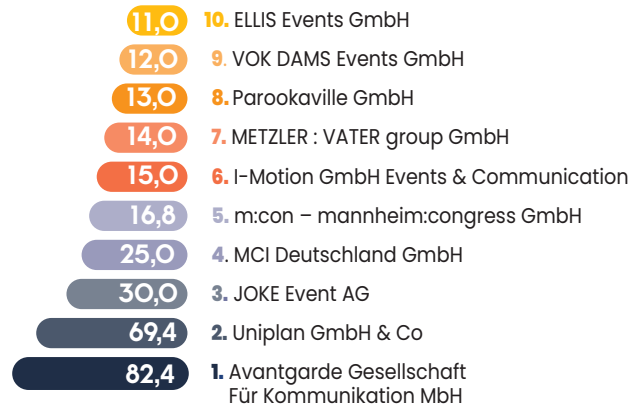
TOP 5 des TO's spécialisés MICE

1. BCD Travel
2. Amex GB
3. Lufthansa City Center
4. DER Business Travel
5. FCM Travel

TOP 10 des agences MICE sur le marché

CLASSEMENT SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES

En Millions €



Source : Datenmarkt 2023

S'adapter aux tendances et challenges



INFLATION & AUGMENTATION DES PRIX



PÉNURIE DE PERSONNEL

Quelles sont les tendances et les challenges auxquels les spécialistes du MICE doivent s'adapter ?

Secteurs générant le plus de business pour les agences



Étude TW et Atout France 2023



CORPORATE ► COMPRÉHENSION DES ENJEUX

Quelles tendances influencent la stratégie des entreprises allemandes pour l'organisation de leurs événements MICE ?

Compréhension des enjeux et stratégies événementielles



INFLATION & AUGMENTATION DES PRIX



PÉNURIE DE PERSONNEL

Notamment au sein des agences événementielles, la restauration et les métiers du service.



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les clients sont de plus en plus attentifs aux aspects de développement durable dans leurs demandes, même si cela ne se traduit pas toujours concrètement dans leurs choix.

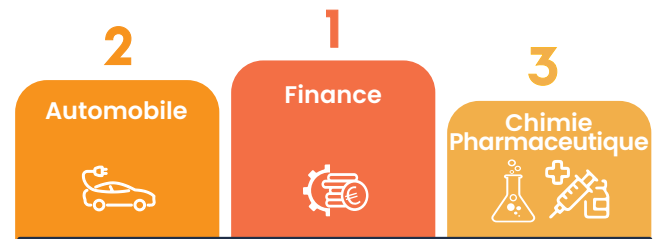


DIGITALISATION

Le recours aux outils numériques dans l'organisation d'événements permet d'en renforcer l'efficacité et la performance. Cependant, cette transition peut constituer un véritable défi pour les petites structures aux ressources limitées.

Si certaines entreprises préfèrent externaliser et confier l'organisation de leurs événements à des agences spécialisées. D'autres, disposent en interne de leurs propres Event Manager.

TOP 3 des secteurs les plus représentés programmant régulièrement des événements



Étude TW et Atout France 2023

Hubs économiques en Allemagne

- Munich
- Francfort Main
- Berlin
- Hambourg
- Stuttgart
- Düsseldorf
- Cologne



CHOIX D'UNE DESTINATION MICE POUR LES ALLEMANDS



FOCUS SUR LES CRITÈRES DE CHOIX D'UNE DESTINATION



61% ACCESSIBILITÉ

Un des critères prioritaires pour ce marché. Liaisons aériennes directes, proximité des grands centres urbains et infrastructures de transport efficaces.



37% QUALITÉ DES SERVICES

Hébergements et activités modernes et abordables, avec une attention particulière portée au service.



33% RAPPORT QUALITÉ/PRIX & FLEXIBILITÉ

Un bon équilibre coût / qualité pour l'hébergement, la restauration et les espaces de réunion. Attente d'une grande réactivité et d'un suivi constant de la part des équipes commerciales avant, pendant et après le projet.



33% INFRASTRUCTURES

La destination doit disposer de lieux et d'hôtels modernes, bien situés, et adaptés aux besoins des événements pour réduire les déplacements entre activités. Les installations doivent être équipées d'une technologie avancée, notamment pour les conférences hybrides.



33% PERTINENCE POUR L'ENTREPRISE

Par exemple en fonction du potentiel du marché pour l'entreprise [quels sont leurs marchés prioritaires], de leurs filiales dans d'autres pays / marchés.



SÉCURITÉ POLITIQUE ET STABILITÉ

Prise en compte des conditions sanitaires, de la stabilité politique et de la sûreté, un aspect essentiel à ne pas négliger pour les participants.

Source : Étude TW et Atout France 2023

PRINCIPALES DESTINATIONS MICE

EN ALLEMAGNE

- Berlin
- Cologne
- Francfort
- Düsseldorf
- Leipzig
- Stuttgart
- Hanovre
- Munich

EN EUROPE

-  Autriche
-  Espagne
-  France
-  Suisse
-  Italie
-  Portugal









ÉMERGENCE DE NOUVELLES DESTINATIONS MICE

-  Émirats Arabes Unis
-  Scandinavie
-  Croatie



Dans le paysage ultra-concurrentiel des destinations MICE, comment se positionne chaque pays sur le marché allemand ?

Positionnement des destinations MICE sur le marché allemand

PAYS / VILLES	Formats			
	Congrès	Réunion d'affaires	Incentive	Événementiel
 Autriche		✓	✓	
 France	✓	✓	✓	✓
 Italie		✓	✓	✓
 Espagne		✓	✓	✓
 Suisse		✓	✓	✓
 Portugal		✓	✓	✓



FOCUS SUR LA DESTINATION FRANCE



ALLEMAGNE

Perception et Compétitivité

ANALYSE SWOT DE LA FRANCE COMME DESTINATION MICE POUR LE MARCHÉ ALLEMAND

FORCES

Diversité géographique et culturelle

La France propose une large gamme de destinations, des montagnes aux côtes en passant par les villes historiques et les campagnes pittoresques. Cette variété permet d'organiser des événements adaptés à différents types de publics et de besoins.

Attraction culturelle

Réputée pour sa gastronomie, son patrimoine et ses sites emblématiques, la France offre une expérience enrichissante pour les participants.

Infrastructure moderne et accessible

La France offre un large choix de lieux bien équipés, dont des centres de congrès et des hôtels, avec d'excellentes connexions par vols directs et liaisons ferroviaires rapides.

OPPORTUNITÉS

Créativité et innovation

La France peut s'appuyer sur la créativité des agences réceptives et l'innovation culturelle, ainsi que sur sa capacité à organiser de grands événements.

Accessibilité ferroviaire durable

Le réseau ferroviaire français, en pleine expansion avec l'ouverture de la ligne directe Paris-Berlin, offre de multiples options d'accessibilité et s'impose comme un mode de transport de plus en plus privilégié, dans un contexte où la durabilité est essentielle.

Concept de «bleisure»

Promouvoir le «bleisure», alliant affaires et loisirs, peut attirer efficacement le public allemand, surtout face à une offre domestique plus limitée.

FAIBLESSES

Barrière linguistique

Une compréhension limitée de l'anglais peut constituer un obstacle pour les participants non francophones, impactant l'expérience et le choix de la destination.

Manque de flexibilité et de réactivité

Certaines structures peuvent avoir des processus rigides, rendant difficile l'adaptation rapide aux demandes spécifiques des clients.

Destination coûteuse

Les prix élevés des services et de la vie en France, en particulier dans les grandes villes, peuvent être un frein pour les budgets des événements.

MENACES

Concurrence

L'Allemagne dispose d'une infrastructure très développée pour accueillir des événements professionnels de toutes tailles, représentant ainsi une concurrence sérieuse pour la France.

TOP 5 des destinations Françaises

PAYS / VILLES	Formats			Les atouts de la destination
	Congrès	Incentive	Événementiel	
Paris	✓	✓	✓	Accessibilité [surtout pour des groupes internationaux], grandes capacités des lieux événementiels et hôtels, notoriété et ambiance, activités diverses et variées.
Marseille		✓	✓	Accessibilité, climat ensoleillé, diversité des activités, image tendance avec une offre renouvelée, nouveaux lieux alliant culture, authenticité et modernité. Proximité avec Aix-en-Provence.
Nice	✓	✓	✓	Accessibilité, climat ensoleillé et charme du sud, diversité des activités, bonne image, à proximité de Cannes et Monaco.
Lyon		✓	✓	Intérêt d'une nouvelle destination [effet de surprise, moins connue que le sud ou Paris], mobilité tout à pied ou en transport en commun. Mix alliant culture, histoire, modernité, et gastronomie. Proximité des Alpes.
Strasbourg	✓	✓	✓	Proximité mélange de charme classique [vieille ville, bâtiments historiques] et de modernité [quartier européen], accès rapide à Colmar, la route des vins, et autres activités régionales, offre variée d'hôtellerie et de lieux événementiels.

Identifier les opportunités et s'adapter

ACCESSIBILITÉ

Des liaisons porte-à-porte par train ou avion, avec options de transfert faciles et directes, sont essentielles pour assurer une arrivée sans stress et efficace des participants. Une bonne connexion des gares centrales aux lieux d'événements et aux hôtels contribue également à une accessibilité optimale.

DIGITALISATION

La digitalisation des systèmes de vente pour faciliter l'achat des billets de transport et activités devient un facteur clé. L'utilisation de l'IA est appréciée. Certaines destinations doivent encore améliorer ce point pour simplifier l'accès pour tous les voyageurs.

INFRASTRUCTURES & ÉQUIPEMENTS

Les centres de conférences et lieux d'événements doivent être équipés de technologies de pointe [Wi-Fi haut débit, équipements audiovisuels, espaces de travail flexibles, etc.] pour répondre aux attentes élevées en matière de fonctionnalité.

SERVICES PROPOSÉS

Les services de soutien avant et pendant un événement, tels que l'assistance technique, le personnel de sécurité et les services de conciergerie, doivent être de haute qualité pour assurer le bon déroulement de l'événement et faciliter le travail de l'événement planner.

COÛTS COMPÉTITIFS & TRANSPARENTS

Proposer des tarifs attractifs pour la location des lieux, les hébergements et les services associés, avec une transparence tarifaire permettant aux event planners de gérer efficacement leur budget.

FLEXIBILITÉ COMMERCIALE

Offrir la possibilité de négocier des conditions flexibles, comme des annulations sans frais et des tarifs de groupe, pour mieux s'adapter aux besoins des organisateurs.

ATTRACTIVITÉ CULTURELLE & ART DE VIVRE

La destination doit offrir un environnement enrichissant sur le plan culturel, en proposant des expériences inattendues et originales pour créer un effet de surprise et captiver les participants, sans se limiter aux activités «classiques». L'offre gastronomique doit être diversifiée et innovante, incluant des options telles que des plats végétariens et végétariens, particulièrement prisées par la clientèle allemande.

ENGAGEMENT ENVERS LA DURABILITÉ

Les entreprises allemandes sont de plus en plus attentives à l'impact environnemental de leurs événements. Des options écologiques, telles que des lieux certifiés écoresponsables, des politiques de réduction des déchets et des initiatives locales en faveur du développement durable, deviennent des critères incontournables et non négociables dans le choix des clients et des agences.

Source : Étude TW-Atout France 2023



ATOUTS À VALORISER POUR LA FRANCE

1. Accessibilité et itinéraires personnalisés

La France se distingue par des expériences uniques et personnalisées, parfaitement connectées grâce à un réseau de transport exceptionnel, offrant un accès facile depuis les principaux marchés européens. Par exemple, une arrivée à Marseille peut être suivie d'une découverte de la Provence avec une excursion à Aix-en-Provence, tandis qu'une arrivée à Paris peut inclure une visite à Chantilly. Valoriser la connectivité entre ces lieux et proposer des solutions simples pour faciliter les déplacements permet de mettre en avant des destinations originales et hors des sentiers battus.

2. Argument de vente unique [USP]

Pour séduire les agences étrangères, il est essentiel de mettre en avant ce qui rend la France unique : la diversité des territoires et des expériences ainsi que l'art de vivre français. Gastronomie, vins et patrimoine enrichissent chaque événement professionnel, offrant aux participants des expériences MICE mémorables et distinctives.

3. Offres et nouveautés

Maintenir un flux régulier d'informations sur les nouvelles offres, hôtels rénovés, activités et attractions via des newsletters, supports digitaux et éducateurs permet aux event planners de découvrir directement les nouveautés. Cela renforce leur connaissance de la destination et leur capacité à vendre ces produits de manière convaincante.

4. Calendrier d'événements

Présenter les grands événements se tenant en France consolide notre réputation en tant que destination événementielle et démontre notre expertise. Cela permet aux organisateurs de se projeter et de planifier efficacement leurs projets.

5. Engagement pour un tourisme durable

La France se positionne comme une destination responsable, avec des professionnels mobilisés en faveur d'un tourisme durable. Cet engagement est un atout clé pour séduire les clients sensibles aux enjeux environnementaux et sociaux, renforçant l'image d'une destination moderne et engagée.

6. Réseau Atout France

Grâce à son maillage géographique et à son réseau de partenaires, Atout France constitue une véritable porte d'entrée pour la cible MICE. Les agences peuvent être mises en relation avec le bon interlocuteur et s'appuyer sur une expertise locale fiable. Ce soutien renforce la crédibilité de la destination et facilite l'organisation d'événements sur mesure.



STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les Allemands accordent une grande importance à la durabilité, désormais intégrée dans tous les secteurs, y compris la gastronomie où l'offre végétarienne et végane devient incontournable lors des événements. Près de 90% des organisateurs privilégient les fournisseurs dotés d'une certification durable, en évitant la diversité des labels pour simplifier la gestion. Les initiatives pour renforcer la durabilité incluent la réduction des déchets, l'utilisation de produits locaux et végétariens et la collaboration avec des prestataires certifiés. Néanmoins, les contraintes budgétaires et les demandes parfois en décalage avec les principes écoresponsables représentent des défis supplémentaires à surmonter.

Source : Meeting- & EventBarometer Deutschland 2023/2024

Quelles sont les tendances sur lesquelles chercher à se positionner pour gagner des parts de marché en Allemagne ?

1. TOURISME DURABLE & ÉCORESPONSABLE

Valoriser le savoir-faire artisanal de la destination et la qualité des produits pour répondre aux attentes élevées des allemands en matière de durabilité.

La France a la capacité d'offrir une approche innovante de l'écoresponsabilité, en mettant en avant des produits locaux de qualité, des expériences artisanales, et des programmes écoresponsables simples et concrets [activités RSE, visites d'artisans]. Cette stratégie valorise l'authenticité et le tourisme durable, en adéquation avec les sensibilités allemandes.

2. FIABILITÉ & RÉACTIVITÉ

Assurer des réponses rapides, même pour de petites demandes, renforce la confiance et démontre un engagement professionnel. Cette approche attentive crée un sentiment de fiabilité, augmentant la probabilité que les clients reviennent pour des projets plus importants et deviennent fidèles.

3. BIEN-ÊTRE & AUTHENTICITÉ

Produits [cosmétiques, alimentaires, etc.] fabriqués en France, cuisine 'slow food', et activités sportives sont autant d'atouts pour promouvoir un art de vivre sain. Proposer des options véganes et végétariennes, des expériences immersives avec des artisans locaux, des ateliers dans des lieux historiques peu connus et des produits frais valorise une approche authentique. Ce modèle, axé sur le local et l'éthique, attire particulièrement les voyageurs allemands sensibles à la durabilité et au bien-être.

4. BLEISURE

Le «bleisure» [business + leisure] gagne en popularité auprès des voyageurs d'affaires allemands, qui valorisent l'équilibre travail / vie privée et la possibilité de découvrir des expériences locales. Cette approche renforce l'attractivité de la destination en proposant des extensions de séjour, permettant aux visiteurs de prolonger leur voyage d'affaires par des moments de détente et de découverte authentique de la culture, des paysages et des attractions locales.



ACCESSIBILITÉ VERS LA FRANCE



En Allemagne, l'industrie MICE observe une hausse de l'utilisation du train pour plusieurs raisons :

Conscience écologique : De plus en plus d'organisateur et de participants privilégient le train pour son empreinte carbone plus faible, soutenu par les politiques d'entreprise. Les trains de la Deutsche Bahn sont perçus comme une alternative écologique et efficace.

Confort et commodité : Wi-Fi, sièges spacieux et possibilité de travailler rendent le train attractif pour les voyageurs d'affaires.

Connectivité et fréquence : Le réseau ferroviaire dense permet des trajets rapides entre grandes villes. Sur des distances inférieures à 600 km, le train peut être aussi rapide, voire plus, que l'avion.



TRAIN [SNCF ou Deutsche Bahn]

Villes desservies en direct depuis Francfort, Stuttgart, Munich, Berlin, Mannheim, Karlsruhe, Sarrebruck et Baden-Baden

• Paris • Strasbourg • Marseille • Lyon •



AVION

Lignes directes depuis Francfort, Munich, Berlin, Düsseldorf et Hambourg

Destinations françaises desservies

• Paris CDG / Orly • Lyon • Nice • Bordeaux •
• Toulouse • Marseille • Nantes • Strasbourg •

Compagnies aériennes

• Lufthansa • AirFrance • Easy Jet • Ryanair •
• Transavia • Eurowings •

Retrouvez toutes les informations liées à l'accessibilité sur www.atout-france.fr/fr/marches/allemande



COMMENT ASSURER SON DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ ?

PARTICIPER AU SALON IMEX FRANCFORT

IMEX FRANCFORT 2026 | DU 19 AU 21 MAI

Un des leviers les plus efficaces pour développer sa visibilité et son réseau sur le marché MICE. Ce salon annuel de trois jours rassemble plus de 13 300 professionnels du secteur, dont 2 900 exposants, ainsi que 4 466 hosted buyers provenant de plus de 97 pays [Top 3 : Allemagne, États-Unis, Royaume-Uni]. Le pavillon France, organisé par Atout France, accueille une trentaine de partenaires exposants. En 2025, 613 rendez-vous ont été enregistrés, soit une moyenne de 18 rendez-vous par partenaire, avec un taux d'environ 20% de projets concrets identifiés et 4% de projets directement contractualisés sur le salon.

PARTICIPER À DES ÉVÉNEMENTS NETWORKING PETIT FORMAT

Participer à des événements de plus petit format comme le MICE Clusive [proposé par le bureau Atout France Allemagne] permet de se concentrer sur le networking et de nourrir des relations plus personnelles et durables. Moins de contacts invités, mais des échanges personnalisés qui aident à créer des liens solides entre partenaires et professionnels allemands.

PRÉSENTATIONS VIRTUELLES

DE LA DESTINATION ET COMMUNICATION

S'il y a un intérêt de la part d'une agence, ne pas hésiter à organiser des présentations virtuelles de la destination via Teams ou Zoom avec les acheteurs allemands. Ces échanges permettent de corriger les idées préconçues et de présenter de manière interactive les atouts de la destination, bien plus efficacement qu'une présentation écrite. Il est également important de communiquer sur les offres et nouveautés via les médias [par exemple newsletter B2B MICE, post LinkedIn, etc.].

ÉDUCTOURS

Organiser des Éductours combinant plusieurs territoires permet aux agences et event planners de vivre la destination de manière immersive, ce qui est essentiel pour bien la vendre. Par exemple, une arrivée à Paris suivie d'un déplacement à Dijon montre l'accessibilité entre la capitale et les villes alentours, soulignant la fiabilité du réseau ferroviaire français comparé à celui de l'Allemagne. Cela familiarise les acheteurs et prescripteurs avec les atouts de la destination et leur permet de mieux conseiller leurs clients.

Atout France est à votre écoute pour construire avec vous une stratégie en phase avec vos objectifs. Grâce à notre expertise et notre réseau, nous vous accompagnons dans votre développement à l'international en vous proposant des actions ciblées et des opportunités adaptées à vos besoins.





CONTACT ATOUT FRANCE ALLEMAGNE

Pascal REILLING

Responsable de service promotion

Bureau Atout France Allemagne

Hamburger Allee 26/28 - 60486 Frankfurt /Main

<https://de.linkedin.com/showcase/atout-france-in-germany>

www.france.fr/de

pascal.reilling@atout-france.fr



FRANCE CONVENTION BUREAU

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

