

## Comment travailler avec les opérateurs étrangers allemands ?

### LES ALLEMANDS

#### CHIFFRES

4<sup>ème</sup> clientèle étrangère en Pays de la Loire

- 8.7 % de part de marché
- 253 401 nuitées en 2017

Durée Moyenne de Séjour :

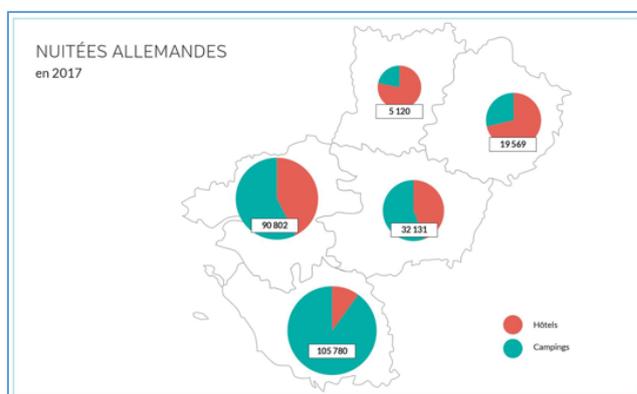
- 1.9 jours en hôtel, 4.4 jours en camping
- **75% viennent en voiture**

#### PROFIL

- 2/3 viennent des Länder (régions) de l'Ouest
- Clientèle automobile (beaucoup de visites autour de l'hébergement)

#### Etude CSA - Clientèle allemande sur la Côte Atlantique

- Mixte au niveau de l'âge, légère majorité de 25-34 ans pour les visiteurs et majorité de plus de 45 ans pour les intentionnistes
- Plutôt des familles avec enfants et des couples
- Majorité d'actifs en CSP + avec un budget moyen voire élevé



#### LEURS INTERETS :

Littoral

- Belles plages avec peu de monde
- Jolies stations balnéaires
- Accueil chaleureux

Nature

- Choix multiples d'activités
- Nombreuses possibilités d'excursions
- Jolis paysages, nature protégée
- Très jolis villages, villes

œnotourisme

- Régions viticoles attractives / Vins renommés
- Une image spécifique de la France
- Un accueil chaleureux

#### LEURS HABITUDES

RYTHME DES REPAS

- Petit-déjeuner : 8h30-10h
- Déjeuner : 12h30
- Dîner : 19h

#### Les attentions qui feront la différence

- Accueil :
  - Proposez des services qui leur permettent d'être autonomes durant leur séjour / visite
  - Disposez d'un service efficace, rapide et fluide
  - Rassurez-les sur les questions pratiques (tarifs, itinéraires,...)
  - Faites attention à la fiabilité des informations écrites mises à disposition
- Hébergement :
  - veillez à la propreté et réparez les points de vétusté (peinture écaillée, robinet qui fuit)
  - Précisez dès l'accueil les horaires de fermeture et consignes de sécurité
- Restaurants :
  - Proposez une grande variété de pains, un large choix de fromages, notamment à pâte dure
  - Valorisez les produits bios et locaux
  - Ne proposez pas de viande saignante

## CALENDRIER :

- Période de voyages : de mars à juillet et de septembre à mi-octobre
- Période de réservation : janvier à mars puis en mai-juin-juillet
- Vacances scolaires\* : 84 jours
- Congés payés : 20 jours
- Jours fériés : 9

### \* Périodes vacances scolaires (varient selon les Länder) : 2018/2019

- Hiver : 31 janvier - 8 mars
- Printemps : 8-30 avril et 31 mai- 11 juin
- Été : 1 juillet- 27 août
- Automne : 30 septembre- 26 octobre
- Noël : 21 décembre- 3 janvier

Source : Atout France 2018 - ORT Pays de la Loire, Atlantikküste

## Focus BtoB sur le marché Allemand

### Réservations :

- 50% en direct pour la France
- 50% (= taux d'intermédiation) via TO. **Taux assez important par rapport aux autres européens (besoin de garantie et sécurité).** Néanmoins, pour les ventes vers la France, moins d'intermédiation car proximité

### Les acteurs du marché :

- 2 500 TO en Allemagne, mais les 5 principaux génèrent 60% du CA global de la branche :
  - o DER Touristik, TUI, Thomas Cook, FTI, Altour,
- 4 800 agences de voyages
- 800 autocaristes organisateurs de voyages. L'Allemagne est leader en Europe du voyage en car
- A noter : TUI et Thomas Cook génèrent 20% de leurs ventes en ligne.
- Forte présence également des sites de locations : Interchalet, Interhome

### Tendances :

- TOs majeurs en baisse. Ex : TUI, Thomas Cook, DER Touristik
- TOs spécialistes et de niches gagnent depuis 5 ans des parts de marché. Ex : Chameleon Reisen, Gebeco/Dr Tigges, Olimar, Wikinger Reisen, Ameropa, Ikarus Tours
- De + en + de TOs spécialisés qui travaillent parfois avec les TOs majeurs (En 2012, la part de marché de TUI, Thomas et DER Touristik était de 44,5%, en 2017, elle est passée à 36,8% (Source FVW))
- habitude de réserver séjour très tôt en amont de leurs vacances. Prééminence des ventes en agences pour l'avance booking (+ de 6 mois= 28% en agence)
- recherche de séjours avec un bon rapport prestation/prix, du fait d'un marché du tourisme très concurrentiel en Allemagne.
- - de voyages réservés mais budget plus important
- tendance : destinations lointaines (8,4% de part de marché, 6 M de voyages)
- 55% des Allemands préparent leur voyage sur internet. Ils sont plus nombreux que la moyenne des européens à acheter en ligne, mais ils s'assurent d'une transaction sécurisée - très important, + protection des données perso. D'où l'intérêt d'avoir un site web ergonomique, des contenus pratiques en allemand, des cartes interactives et des prix clairs