

Les attentes spécifiques des allemands

Bien que la clientèle allemande soit culturellement proche de nous, il y a des différences à ne pas négliger afin de leur réserver le meilleur accueil possible.

Quelques chiffres clés

- Avec un âge médian de 47,4 ans en net augmentation, la population allemande est vieillissante.
- L'Allemagne est le pays le plus peuplé d'Europe.
- C'est le premier partenaire économique de la France et la première économie européenne.
- Malgré la crise, l'économie est repartie et le pouvoir d'achat des allemands a augmenté de 3,3%.
- Ce sont les touristes qui partent le plus à l'étranger parmi les européens.
- La France occupe la 5ème place dans le choix destination pour les séjours de plus de 5 jours.
- Ils sont la deuxième source d'arrivées en France.



En France 

Les + 

- Les menus préétablis avec une variété de menus
- Les viennoiseries
- La cuisine locale
- L'art de vivre à la française
- La nature et la culture
- La simplicité des français

Les - 

- Mauvaise qualité d'accueil dû à la barrière de la langue
- La perte d'authenticité de la France à cause du tourisme de masse
- Le rapport qualité/prix élevé
- Le manque de cuisson de la viande
- Le temps passé à table
- La condescendance des français à l'égard de leur cuisine

Typologie

Il s'agit en général de citadins entre 35 et 54 ans.

Cependant les profils des touristes sont très variés, ils n'ont pas tous le même mode de consommation ni la même période de séjour.

Par exemple :

Les 18-44 ans viennent au printemps.

Les 45 ans et plus viennent pour de longs séjours.

Les couples/ célibataires vont à l'hôtel et/ou partent entre amis.

Les familles viennent l'été.

Mode d'achat

Avant d'acheter, ils aiment se renseigner sur les produits ou services similaires, la provenance, etc.

Ils sont parmi les plus exigeants du monde.

Certains sont même prêt à payer plus pour avoir un produit de qualité.

Ils sont dans le top 3 des plus gros dépensiers en vacances.

L'utilisation d'intermédiaires est très présente, cependant de plus en plus d'allemands ne les utilisent plus et font leurs réservations sur internet.

La période de réservation est janvier, avril, mai et juin.

Les thématiques

Sensibles aux vacances sur le thème de la nature, du sport et de la culture.

Conscience écologique forte donc de plus en plus de cyclotourisme, circulation douce et tourisme durable.

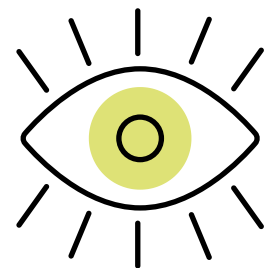
Les touristes allemands sont très sensibles à la préservation de la nature, ils ont une **conscience verte** très importante, ils sont d'ailleurs les premiers en Europe en matière d'écologie.

Il ne faut donc pas hésiter à mettre en avant **l'écolabel, l'utilisation de produits bio, les poubelles pour le tri sélectif, etc.**



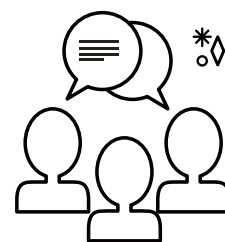
La clientèle allemande est très **rigoureuse, organisée et ponctuelle** elle n'apprécie pas les retards et les approximations. Ils attendent de leur interlocuteur des informations précises et exactes et bien sûr qu'il soit efficace et souriant.

Le **contact visuel** est quelque chose d'essentiel pour établir un climat de confiance.



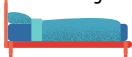







Il faut garder une **distance personnelle** afin de ne pas être trop jovial.
Se serrer la main : Oui. Main posée sur l'épaule : Non.

L'un des **problèmes** majeurs que rencontrent les touristes étrangers en France est la barrière de la langue ce qui freine une bonne qualité d'accueil. Cette mauvaise réputation est contradictoire puisque nous sommes l'une des destinations accueillant le plus de touristes. Il est important de parler un minimum anglais avec eux afin d'avoir une qualité d'accueil supérieure.



Ils recherchent de l'authenticité, que ce soit dans les hébergements, les restaurants, les sites, etc.

L'hébergement

- Proposer des lits jumeaux et couettes séparées (si votre établissement le permet). 
- Attentes adaptées à une clientèle sénior (confort, produits et services spécifiques) dû au vieillissement de la population allemande.  
- Offrir un rafraîchissement dès leur arrivée. 
- Prévoir une bouteille d'eau et une connexion wifi dans la chambre et espaces communs.
- Avoir des espaces conviviaux. 
- Avoir des brochures en allemand, de la presse allemande. 
- Indiquer avec un badge qui parle allemand au sein du personnel. 
- Chambre propre et de qualité.
- Entrée et réception sécurisées. 
- Entretien quotidien de la chambre.
- Conseiller les clients sur des activités à faire, mais ne jamais être trop insistant, cela risquerait des les opprimer.

La restauration

- Traduire le menu en allemand et si c'est pas possible en anglais.
- Avoir un choix varié sur la carte et des produits de qualité et régionaux seront un plus pour satisfaire les touristes. Petit plus si c'est bio.
- Proposer une viande bien cuite.
- Proposer une variété de légumes en accompagnement.
- Mettre à disposition du pain et de l'eau sur la table. Il sont les plus gros consommateurs de pain en Europe.
- Proposer de l'eau gazeuse, ils boivent rarement de l'eau plate (et encore moins celle du robinet!).
- Proposer de payer séparément (en Allemagne c'est très courant).
- Proposer un petit déjeuner copieux.
- Proposer des produits simples plutôt que des produits trop originaux.
- Prise en charge rapide, servir rapidement les plats.



A savoir :

Le Frühstück (petit-déjeuner) est composé d'un buffet garni et varié (charcuterie, poisson, fromage, céréales, confiture miel, pain, fruits, café, thé, chocolat chaud et jus de fruits).

N'hésitez pas à préparer des cakes maisons, des oeufs à la coque et des viennoiseries, ils en raffolent !