

Allemagne

Place du tourisme dans l'économie

Le tourisme est un secteur économique en pleine croissance en Allemagne, qui produit près de 100 milliards de valeur ajoutée brute, l'équivalent de 4.4 % de la valeur ajoutée brute totale. Il emploie directement quelque 2.9 millions de salariés, soit 7 % de l'emploi total.

L'année 2014 a été une année particulièrement fructueuse pour le secteur. Pour la cinquième année consécutive, l'Allemagne a déclaré un nombre record de nuitées, qui ont atteint 424 millions, ce qui représente une augmentation de 3 % par rapport à 2013. Le nombre de visiteurs internationaux a progressé de 4.6 % (pour atteindre 75.5 millions) – considérablement plus rapidement que la moyenne européenne.

Les Pays-Bas sont le principal marché d'origine et représentent environ 15 % de l'ensemble des séjours avec nuitées de non-résidents.

Berlin, Hambourg et Munich ont été les destinations les plus populaires pour le tourisme citadin en 2014.

Les dépenses des visiteurs internes et internationaux combinées se montent à 278.3 milliards EUR. Les visiteurs séjournant plus de 24 heures sont à l'origine de 41 % des dépenses touristiques (115.4 milliards EUR) tandis que 30 % (34.1 milliards EUR) sont imputables aux visiteurs internationaux, d'après l'Institut allemand de recherche économique.

Les prévisions de l'Office national du tourisme montrent que le tourisme récepteur devrait poursuivre sa hausse à long terme, puisque le nombre de séjours avec nuitées de touristes internationaux devrait atteindre 121.5 millions en 2030, soit une augmentation de 80 %.

Gouvernance et financement du tourisme

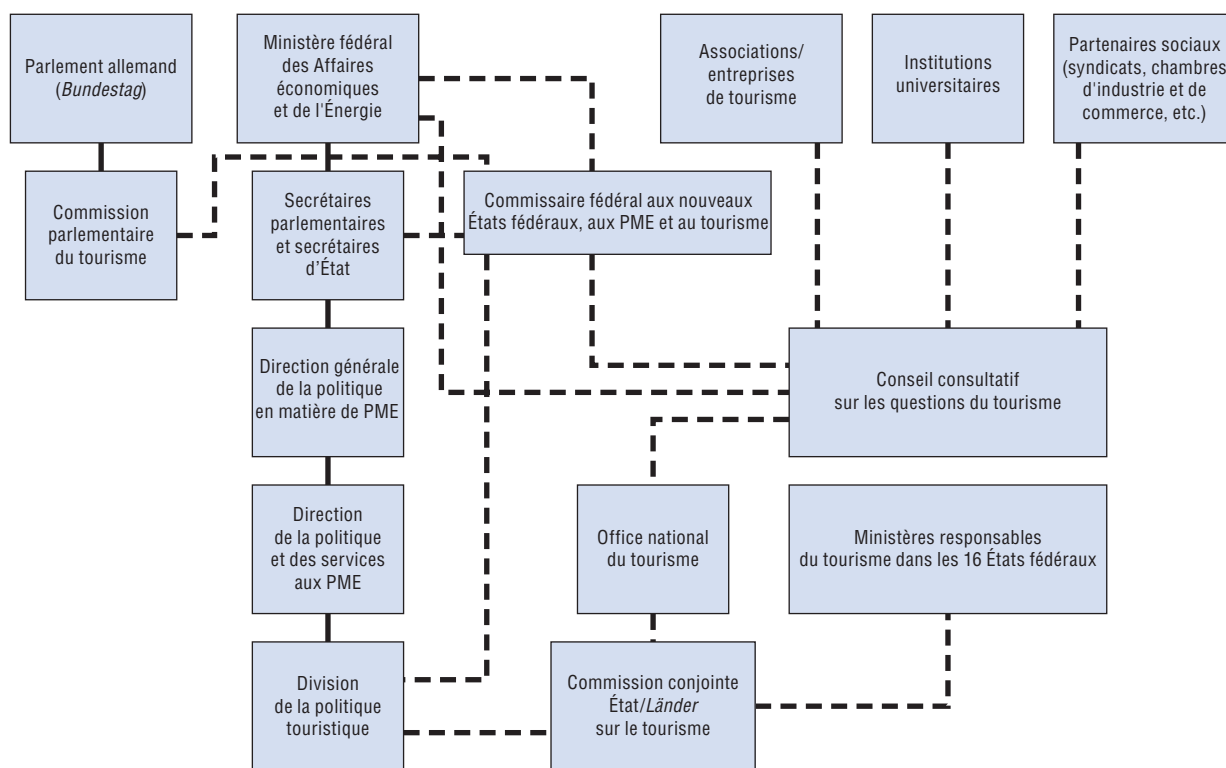
Compte tenu de la structure fédérale du pays, l'État central est le principal responsable de la mise en place d'un cadre d'action adapté au tourisme. Les 16 États fédéraux (*Länder*) sont chargés du développement, de l'orientation et de la promotion du tourisme. Le Comité conjoint du tourisme État-*Länder* se réunit deux fois par an, ce qui favorise l'échange d'informations et la coordination des mesures intéressantes plus d'un *Land*.

Le ministre fédéral des Affaires économiques et de l'Énergie est le premier responsable de la politique du tourisme. Le Commissaire fédéral aux nouveaux États fédéraux (*Länder*), aux PME et au Tourisme est chargé de la coordination de la politique du tourisme tant au sein de l'administration fédérale qu'auprès du Parlement allemand (*Bundestag*), en particulier avec la Commission du tourisme. Le ministre fédéral aux Affaires économiques et à l'Énergie est assisté du Conseil consultatif sur les questions touristiques qui concilie les intérêts de l'État, du commerce, du monde universitaire, des syndicats et d'autres acteurs.

Les ministères des *Länder* responsables du tourisme conçoivent, mettent en œuvre et financent des politiques pour promouvoir le développement du tourisme. Les offices du tourisme locaux coordonnent le travail des petites entreprises locales, encouragent la conception de produits et mènent les activités de commercialisation qui s'imposent. Chaque *Land* dispose d'une association touristique représentant les intérêts des organismes régionaux et locaux/communaux et/ou d'un organisme de commercialisation de la destination.

L'Office national du tourisme est chargé de la commercialisation du tourisme à l'étranger. Il travaille en étroite coopération avec les organismes de promotion du tourisme des 16 *Länder* et coopère à l'échelle internationale avec les chambres de commerce allemandes, la Division responsable des expositions commerciales à l'étranger du ministère fédéral des Affaires économiques et de l'Énergie et la Fédération allemande des salons et foires.

Allemagne : organigramme des organismes de tourisme



Source : OCDE, d'après le ministère des Affaires économiques et de l'Énergie, 2016.

Les fonds budgétaires alloués au ministère fédéral des Affaires économiques et de l'Énergie pour le tourisme sont axés sur deux domaines principaux :

- le soutien institutionnel à l'Office national du tourisme : en 2015, il a augmenté de 1.6 million EUR pour atteindre environ 30.6 millions EUR, les fonds supplémentaires étant spécialement affectés aux marchés chinois et brésilien ;
- la promotion de projets visant à améliorer la performance du tourisme : 1.6 million EUR en 2015.

Les autres ministères fédéraux financent dans leurs domaines d'action respectifs des mesures et des projets qui ont des retombées bénéfiques pour le tourisme en Allemagne. Les entreprises du secteur touristique sont en mesure de demander des financements à l'État

fédéral pour soutenir leurs investissements, par le biais par exemple d'un programme conjoint administration fédérale/*Länder* pour l'amélioration des structures économiques régionales ou de bonifications d'intérêts dans le cadre du plan de relance européen.

Le financement du tourisme en Allemagne au niveau des communes, des régions et des *Länder* provient de plusieurs sources différentes. Outre des fonds publics, les recettes proviennent également des taxes sur les activités thermales et des taxes touristiques, ainsi que des taxes sur les nuitées.

Politiques et programmes liés au tourisme

À la demande du Parlement allemand, l'administration fédérale rend régulièrement compte du développement du secteur du tourisme dans le pays. Pour ce faire, il publie des rapports sur la politique touristique, qui sont consultables sur le site internet du ministère.

La politique touristique du gouvernement fédéral a pour objectif central de doper les résultats et la compétitivité du secteur allemand du tourisme. Elle privilégie l'aide aux petites et moyennes entreprises (PME) de la filière pour leur permettre d'améliorer leur position concurrentielle et de mobiliser pleinement leur potentiel à l'appui de la croissance et de l'emploi, en particulier dans les zones rurales ; l'action sur les aspects démographiques ; et le renforcement du tourisme durable et de la responsabilité sociale dans la filière. Quatre domaines prioritaires, assortis des mesures à prendre, sont présentés plus loin.

L'accessibilité pour tous, pour que les personnes ayant des difficultés à se déplacer et les familles avec de jeunes enfants puissent bénéficier des services et des informations, est une priorité de la politique du tourisme en Allemagne. Le ministère fédéral a financé un projet de tourisme pour tous qui passe par la mise en place d'un système de label uniforme pour des services accessibles, le développement de normes de qualité, la formation et le perfectionnement des compétences dans toute la chaîne de services, et la compilation d'informations. Le système de label à l'appui du tourisme pour tous inclut la création et l'exploitation d'une base de données en ligne consacrée à l'attribution des labels. Depuis 2013, l'Office national du tourisme organise une journée consacrée au tourisme accessible à tous pendant le salon du tourisme de l'ITB.

Parmi les priorités définies par l'administration fédérale, il y a également le renforcement du tourisme rural, avec plusieurs actions déjà prises en ce sens (encadré 1.2). Les régions rurales représentent 60 % du territoire de l'Allemagne et 32 % de la capacité en hébergements de vacances, mais seulement 12 % de la valeur ajoutée du tourisme. Elles présentent des faiblesses structurelles en termes de création d'emplois et de revenus, mais la croissance du secteur du tourisme offre aux entreprises rurales la possibilité de développer leur activité.

Les questions de main-d'œuvre et de compétences sont une autre priorité. La concurrence pour attirer les professionnels qualifiés s'est intensifiée dans l'ensemble de l'économie et a une incidence sur la poursuite du développement du tourisme. De nombreuses entreprises dans le secteur du tourisme enregistrent une baisse des effectifs de stagiaires, des taux de décrochage des formations comparativement élevés et des niveaux de rotation du personnel importants. Les employés du secteur du tourisme sont soumis à des horaires et des conditions de travail contraignants ; rendre le secteur attractif aux yeux de la prochaine génération est un véritable défi. L'évolution démographique complique également la situation. L'administration fédérale prête assistance aux PME dans leurs efforts face à ce défi de taille.

Favoriser la main-d'œuvre qualifiée pour le secteur touristique allemand

Le ministère fédéral a financé un projet visant à analyser le marché du travail dans le tourisme, qui a débouché sur la publication en 2014 d'un rapport sur la main-d'œuvre qualifiée dans le secteur touristique, qui faisait des recommandations concrètes et donnait des exemples de bonnes pratiques. Le ministère s'en sert pour aider les PME à recruter des travailleurs qualifiés. Les employeurs du secteur touristique doivent proposer plus de formation professionnelle. Le système de formation professionnelle dual de l'Allemagne offre une base solide pour ce faire. Les réglementations en matière de formation utilisées dans le système dual sont régulièrement actualisées avec l'aide d'experts issus du monde de l'entreprise, d'associations professionnelles, de syndicats et d'établissements d'enseignement professionnel pour y intégrer de nouveaux contenus et besoins. Le secteur du tourisme allemand couvre 12 métiers différents auxquels plus de 70 000 jeunes gens se forment actuellement. Les employeurs et les employés dans le secteur de l'hôtellerie sont en train d'examiner le besoin ou non d'actualiser les réglementations applicables à la formation. La formation professionnelle est également soutenue par des centres d'excellence (points de contact clés) et par une alliance entre l'administration, les entreprises, les syndicats et les *Länder* qui apporte un appui aux jeunes.

Une autre priorité consiste à sauvegarder la grande variété de paysages préservés de l'Allemagne, ses monuments culturels exceptionnels et ses traditions locales vivantes. L'objectif du projet de recherche de l'Association allemande du tourisme consacré à la définition de critères pour des destinations touristiques durables en Allemagne est de servir d'outil pratique aux destinations qui souhaitent gagner en durabilité. Le but déclaré n'est pas de proposer un énième label ou système de certification, mais de rassembler ce qu'il y a de meilleur parmi les normes, les systèmes, les lignes directrices et les concours. Une équipe d'experts est en train de travailler sur les indicateurs susceptibles de couvrir toutes les caractéristiques régionales, et sur les impératifs des régions touristiques allemandes. Le projet associe les données d'expérience des destinations touristiques et des systèmes de certification de premier plan. Des lignes directrices contenant des recommandations d'action pouvant être appliquées à travers tout le pays doivent être présentées début 2016.

Profil statistique

Tableau 1. Allemagne : tourisme interne, récepteur et émetteur

	2010	2011	2012	2013	2014
FLUX TOURISTIQUE, MILLIERS					
Tourisme interne					
Total des voyages du tourisme interne
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	113 116	118 710	122 328	123 646	127 791
Visiteurs de la journée (excursionnistes)
Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement	319 970	330 290	338 432	339 860	348 484
Hôtels et établissements assimilés	179 956	189 392	194 562	196 499	201 846
Établissements spécialisés
Autres établissements collectifs
Hébergements privés
Tourisme récepteur					
Total des arrivées internationales
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	26 875	28 351	30 410	31 545	32 999
Visiteurs de la journée (excursionnistes)
Principaux marchés					
Pays-Bas	3 900	4 000	4 200	4 124	4 238
Suisse	2 000	2 300	2 500	2 594	2 778
Royaume-Uni	2 000	2 100	2 200	2 294	2 415
États-Unis	2 200	2 200	2 300	2 310	2 371
Italie	1 500	1 500	1 600	1 581	1 642
Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement	60 310	63 746	68 828	71 919	75 577
Hôtels et établissements assimilés	48 386	51 390	55 529	58 323	61 312
Établissements spécialisés
Autres établissements collectifs
Hébergements privés
Tourisme émetteur					
Total des départs internationaux
Visiteurs qui passent la nuit (touristes)	82 729	87 459	83 008
Visiteurs de la journée (excursionnistes)
Principales destinations					
..
..
..
..
..
RECETTES ET DÉPENSES DE TOURISME, MILLIONS EUR					
Tourisme récepteur					
Total des recettes internationales	37 491	38 667	40 547
Recettes liées aux voyages internationaux	26 159	27 923	29 666	31 030	..
Recettes liées au transport international de passagers	11 332	10 744	10 881
Tourisme émetteur					
Total des dépenses internationales	69 385	71 938	75 526
Dépenses liées aux voyages internationaux	58 934	61 686	64 944	64 677	..
Dépenses liées au transport international de passagers	10 451	10 252	10 582

.. Non disponible ; | Rupture de série

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933353099>


Tableau 2. **Allemagne : entreprises et emploi dans le tourisme**

	Nombre d'établissements	Nombres de personnes employées				
	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Total
Industries touristiques
Service d'hébergement pour les visiteurs	..	1 413	1 457	1 452
Hôtels et établissements assimilés	33 399
Industrie de services de restauration et de consommation de boissons
Transport de voyageurs
Transport aérien de voyageurs
Transport par chemin de fer de voyageurs
Transport routier de voyageurs
Transport par eau de voyageurs
Services liés au transport de voyageurs
Location d'équipement de transport
Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation
Industrie des activités culturelles
Industrie des activités sportives et de loisirs
Commerce de détail de produits caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Autres industries caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Autres industries

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933353104>Tableau 3. **Allemagne : consommation du tourisme intérieur**

Millions EUR

	2010		
	Consommation du tourisme interne	Consommation du tourisme récepteur	Consommation du tourisme intérieur
Total
Produits de consommation	221 236	36 627	257 863
Produits caractéristiques du tourisme	120 312	29 677	149 989
Service d'hébergement pour les visiteurs	17 135	9 519	26 654
Industrie de services de restauration et de consommation de boissons	44 047	5 629	49 676
Transport de voyageurs	29 327	11 475	40 802
Transport aérien de voyageurs
Transport par chemin de fer de voyageurs
Transport routier de voyageurs
Transport par eau de voyageurs
Services liés au transport de voyageurs
Location d'équipement de transport
Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation	8 200	..	8 200
Industrie des activités culturelles	13 718	2 068	15 786
Industrie des activités sportives et de loisirs	7 885	986	8 871
Biens caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Services caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré
Autres produits de consommation	100 924	6 950	107 874
Produits rattachés au tourisme
Produits de consommation non liés au tourisme
Produits autres que les produits de consommation

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933353116>



Extrait de :
OECD Tourism Trends and Policies 2016

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/tour-2016-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2016), « Allemagne », dans *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/tour-2016-18-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.