

Tourisme et travel tech en Allemagne et en Autriche





Tourisme et travel tech – marché allemand

Sommaire

I. CHIFFRES CLÉS

II. LES DESTINATIONS PRÉFÉRÉES DES ALLEMANDS

III. LA CONNECTIVITÉ ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

IV. LA TRAVEL TECH EN ALLEMAGNE

IV. LES OPPORTUNITÉS MARCHÉS

V. LA FÉDÉRATION ALLEMANDE DU TOURISME CONNECTÉE

Les chiffres clés et les fondamentaux

Population	PIB/hab - 2021	Croissance PIB - 2021	Age moyen (2020)	Poids du Tourisme dans le PIB - 2018	Environnement des affaires
83,2 M	50 801 USD	2,9%	47,80 ans	3,99%	A2



En 2019, le tourisme employait 2,8 millions de personnes en Allemagne. Cela représente 6,1 % de la population active.

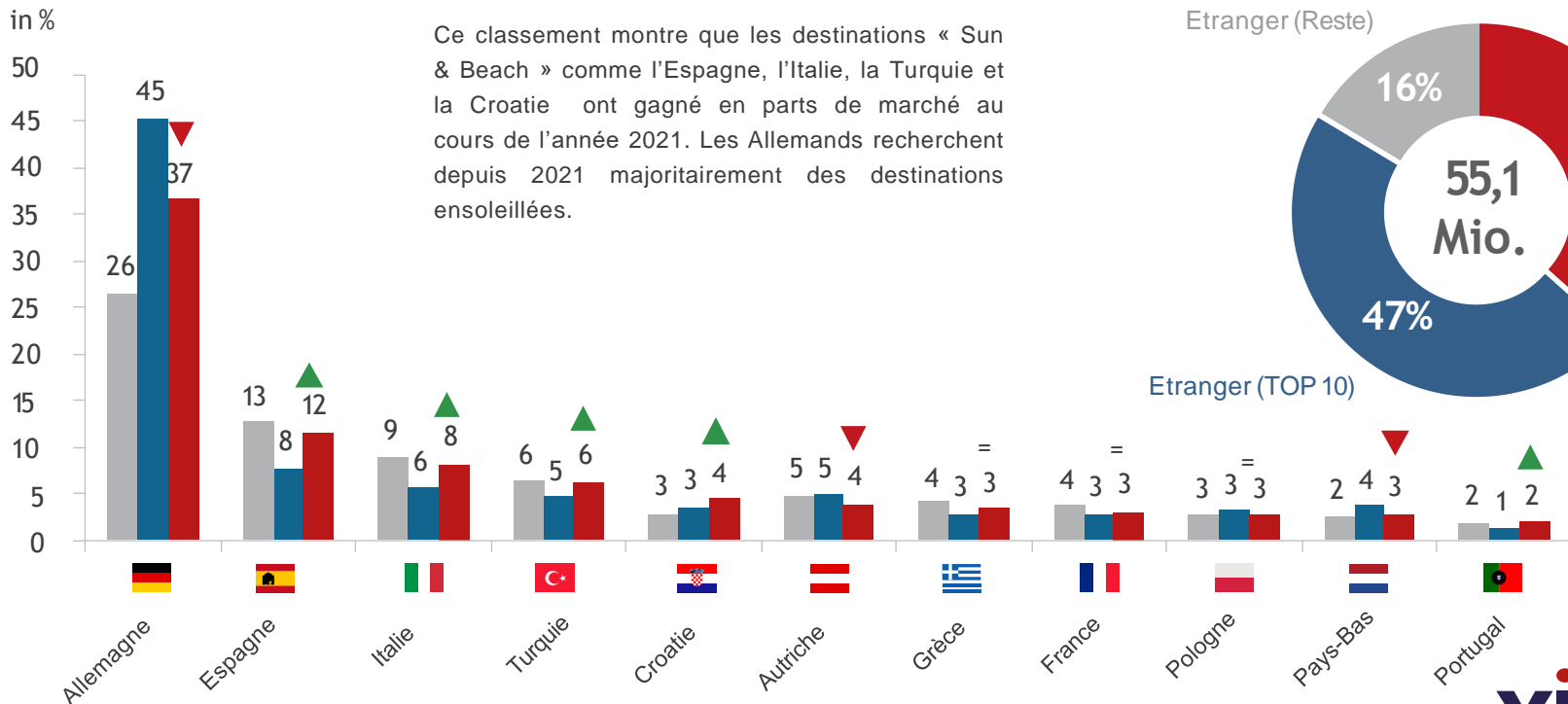


Le secteur du tourisme a généré 123,8 milliards d'euros en 2019.

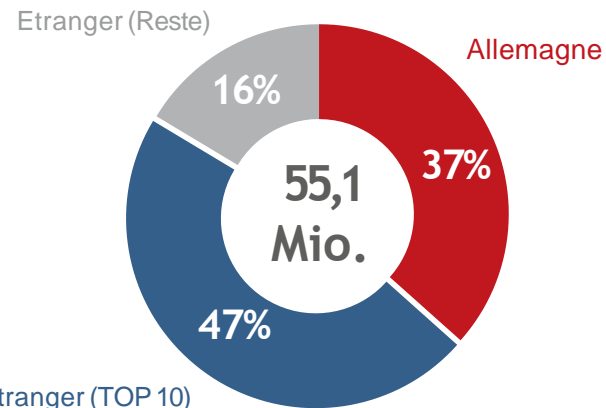
Secteurs en croissance :

- Travel Technology
- Technology, Tours & Activities (TTA)
- Réalité virtuelle et augmentée
- Tourisme vert

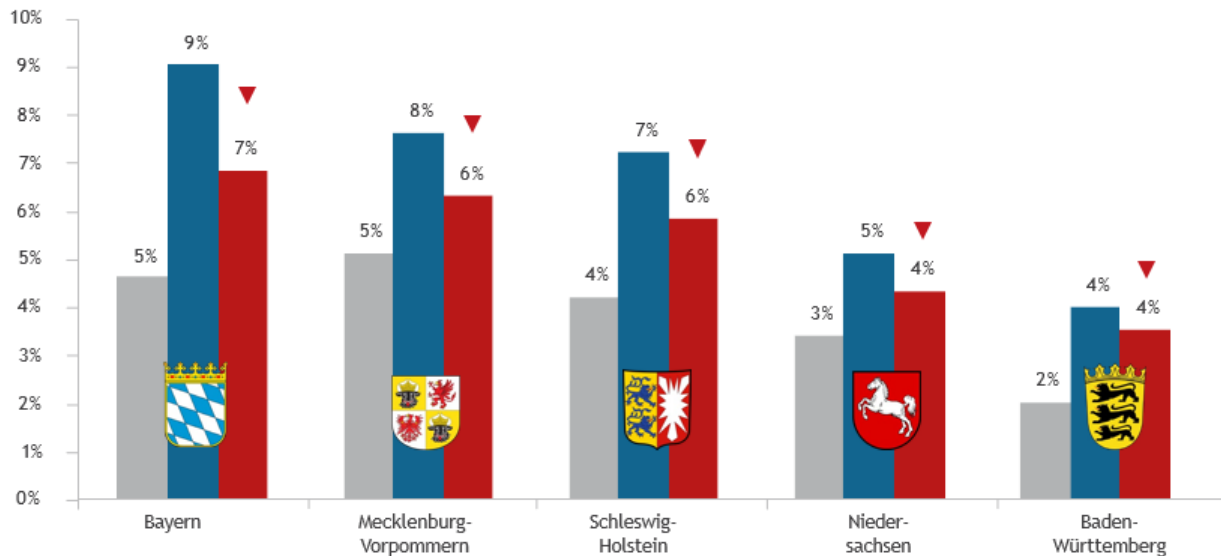
Les destinations préférées des Allemands



Destinations en 2021

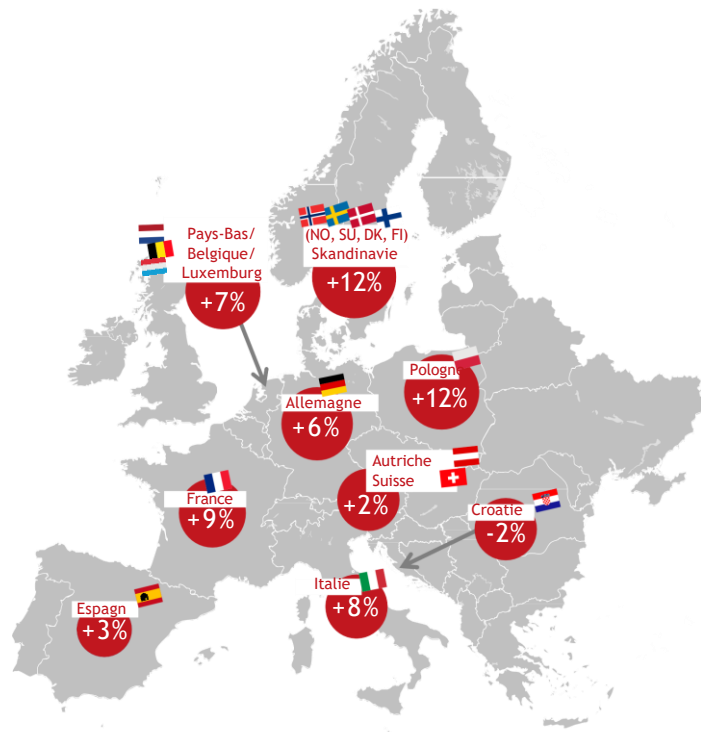
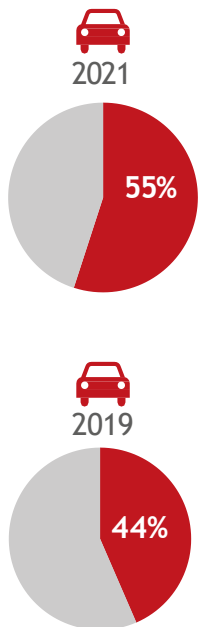


Top 5 des Länder comme destination



■ 2021
■ 2020
■ 2019
 = ▲ ▼ Veränderung ggü. 2020

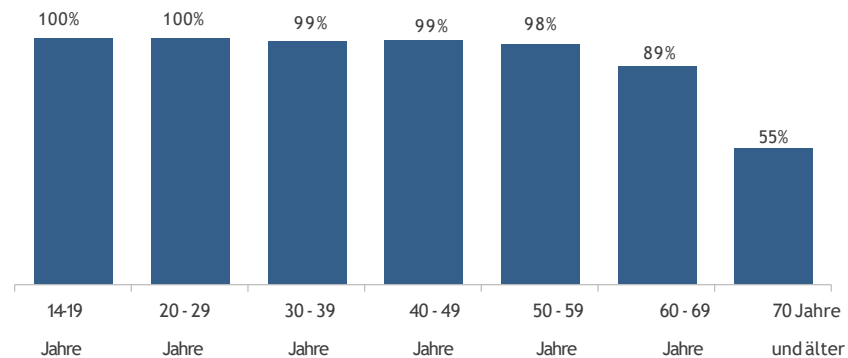
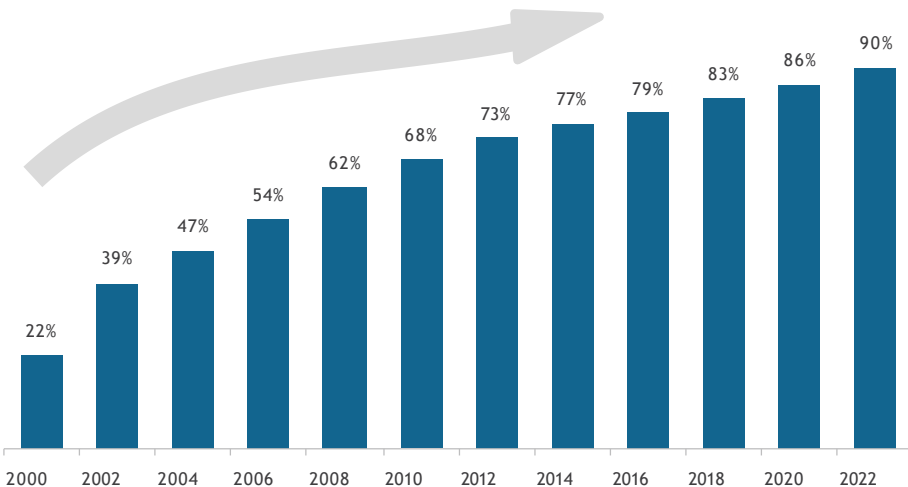
Destinations en voiture en 2019 et 2021



Top 3 destinations :

- I. Pays Scandinaves
- II. Pologne
- III. France

Accès internet de la population



Accès internet par tranche d'âge au premier trimestre 2022

Utilisation des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont présents dans la vie quotidienne d'une grande partie de la population. Les médias sociaux sont également une source de suggestions et d'informations sur les destinations de vacances.

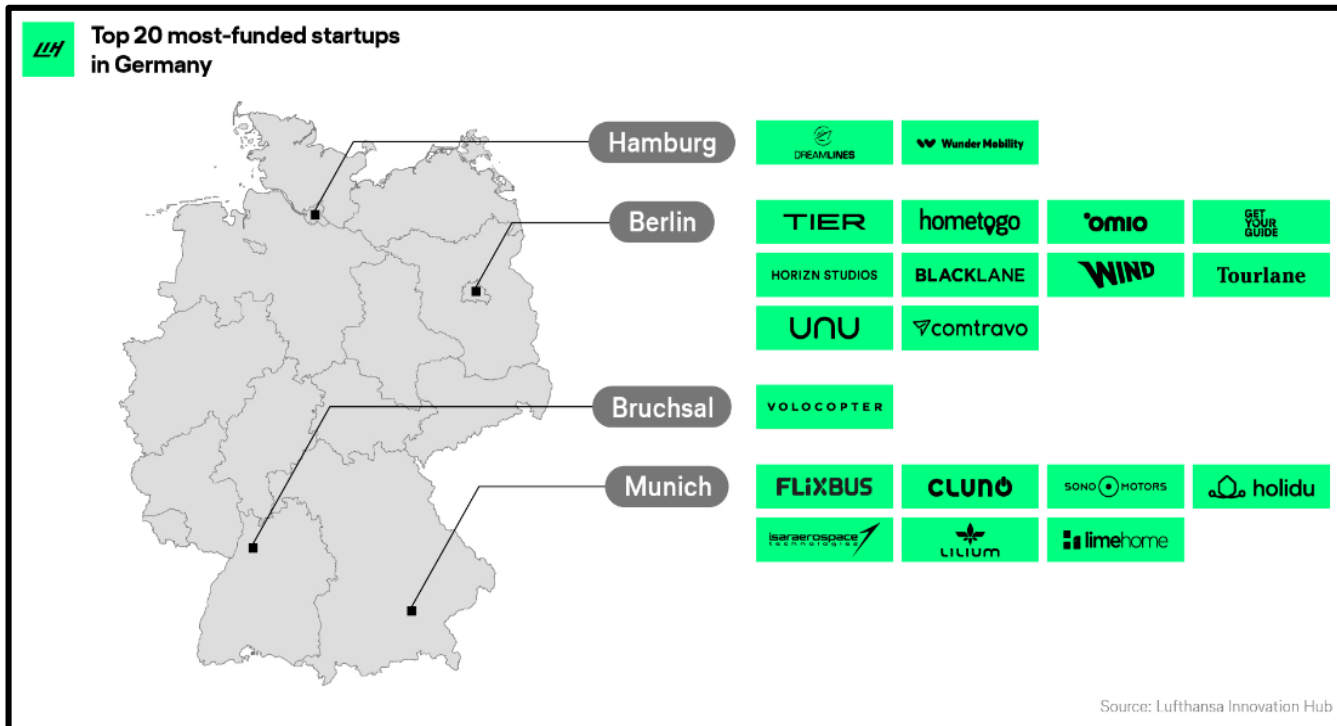
Près d'un tiers des utilisateurs utilisent les réseaux sociaux pour prendre des idées ou décider de leur lieu de vacances et les utilisent avant ou pendant leurs vacances.

Snapchat, Instagram, TikTok et Facebook sont les applications les plus influentes dans le domaine des destinations touristiques.

Aujourd'hui, les réseaux sociaux offrent une sphère plus importante que l'unique partage des photos et activités des amis/proches. Les destinations, les fournisseurs, et les acteurs locaux du tourisme utilisent les réseaux sociaux pour influencer les vacanciers afin de les attirer.



La Travel Tech en Allemagne



Opportunités du marché

SEGMENT	NOUVELLES OPPORTUNITES	SECTEUR D'AMELIORATION
GESTION DES STOCKS	✓	
GESTION PAIE ET CONFORMITE FISCALE		✓
FACILITATION DES ECHANGES	✓	✓
MANAGEMENT/RESSOURCES HUMAINES	✓	✓
SUIVI DES BAGAGES	✓	✓
PROGRAMMES FIDELITE		✓
SOUVENIRS NUMERIQUES	✓	✓
APPLICATIONS DE VOYAGE	✓	✓

OTA



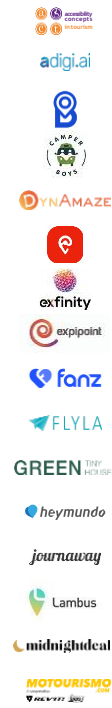
SUPPLIER & TOUR OPERATOR



SERVICE & TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDER



START-UP



Conclusion

- Connaissance des mutations du marché, s'adapter, innover, anticiper
- Proximité commerciale
 - *Contacts B2B : salons, prospections individuelles*
 - *Presse professionnelle*
 - *Présence digitale en langue allemande*
- Fiabilité « Zuverlässigkeit » : tenir ses promesses
- Maîtrise de la langue anglaise et encore mieux de la langue allemande
- Patience : l'export est un travail à envisager sur le long terme
- Le référencement n'est que le début du travail :
Une proximité permanente et une forte réactivité sont nécessaires !
- Bien valider l'intérêt du marché allemand avant d'investir car c'est un marché qui nécessite des moyens importants.
- Être prêt à entrer en matière dès le premier rendez-vous : dossiers préparés, propositions chiffrées, ... et assurer un suivi dans les trois jours qui suivent le rendez-vous.



Tourisme et travel tech – marché autrichien

Sommaire

I. CHIFFRES CLÉS

II. LE SECTEUR DU VOYAGE EN AUTRICHE

III. LES TENDANCES DU SECTEUR

IV. LA TRAVEL TECH EN AUTRICHE

IV. LES OPPORTUNITÉS MARCHÉS

V. LA FÉDÉRATION ALLEMANDE DU TOURISME CONNECTÉE

Le contexte sociétal, politique et administratif

- République fédérale au cœur de l'Europe
- 8,94 M d'habitants
- 9 régions (Länder)
- Villes plus importantes : Vienne (2 M habitants), Graz et Linz
- Tissu économique reposant essentiellement sur des PME



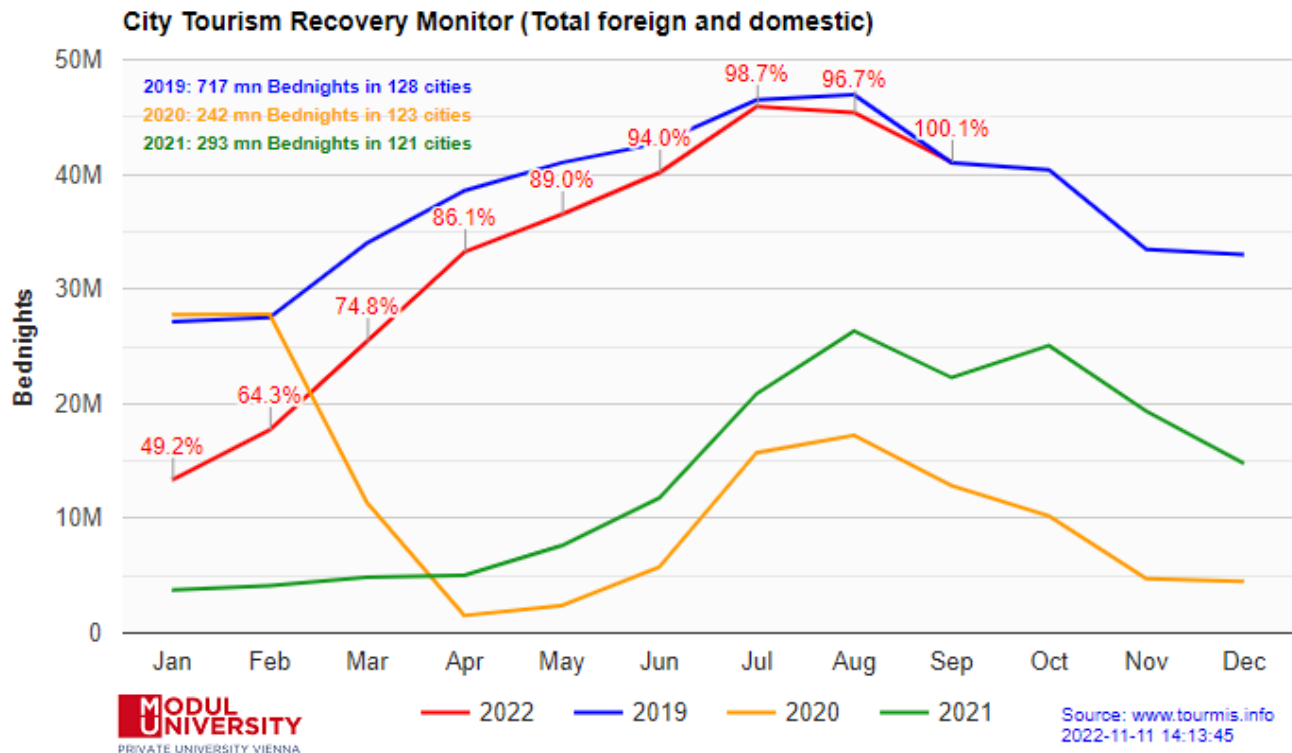
L'ÉCONOMIE AUTRICHIENNE EN CHIFFRES

<p>Informations générales</p> <p>Source : Eurostat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 9 millions d'habitants • Age médian : 44,5 ans • Monnaie : Euro
<p>Situation économique</p> <p>Sources : Eurostat, FMI Commission Européenne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Croissance 2021 : 4,6% • Prévision 2022 : 4,8% • Prévision 2023: 0,2 % • Taux de chômage : 4,9% (octobre 2022) • PIB/habitant : 55 686 dollars • CIE/PPA : 121% - France : 104% • Consommation Individuelle réelle en parité de pouvoir d'achat
<p>A noter</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inflation : 11,1 % (Jan 2023) • Prévision inflation 2023: 6,5 % • Le spectre de la stagflation menacerait l'économie en 2023 • Taux d'épargne toujours élevé: 11,8% (contre 8% avant la crise)

LE TOURISME EN CHIFFRES

<p>Données touristiques</p> <p>Sources : Statistik Austria, Corps touristique AT, CSU, BNS, ZF.ro, Wall-Street.ro, Statista HU, KSH HU</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de départ à l'étranger : 50% en 2021 (juin-sept) vs 29,9% en 2020 et 54,5% en 2019 (11,9 millions de séjours au total) • 6,8 milliards d'€ dépensés à l'étranger en 2021 • Les clients des agences de voyages ont réservé en moyenne 1.280 €/pers pour leurs vacances d'été 2022 et déclarent vouloir dépenser 2.600 €/pers sur l'ensemble de l'année. Ils ont dépensé 35 % de plus par personne qu'en 2019. • Période de voyages : Mai : 27,2% Juin : 37,3% Juillet : 39,8% Août : 43,8% Sept : 44,4% Oct : 21,4%
<p>Tendances 2022</p> <p>Sources : Corps touristique, Ruefa Reise Kompass</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 84% des Autrichiens souhaitent voyager dont 66% à l'étranger • France : 6^{ème} destination en Europe derrière Italie, Grèce, Croatie, Allemagne, Espagne

Évolution du tourisme urbain en Autriche depuis la crise sanitaire Covid-19



LE SECTEUR DU VOYAGE EN AUTRICHE

⇒ BRANCHE

Au 31.12.2021 : **2 491 entreprises** enregistrées comme agence de voyages

Caractéristique : un **grand nombre de petites entreprises** (majoritairement de 1 à 9 salariés)

Le secteur génère un **chiffre d'affaires d'environ 4,4 milliards d'euros**

Répartition:

- env. 35 % tourisme / voyages à forfait
- env. 30 % incoming
- env. 30% aérien et voyages d'affaires
- **les associations locales : Österreichische ReiseVerband (ÖRV) /Österreichischer Verein für Touristik (ÖVT)/Wirtschaftskammer Österreich (WKO). Österreich Werbung (office de tourisme national) ÖW**

Profil du consommateur voyage autrichien



Habitudes de consommation

- FIT – quelques groupes
- Hébergement : 3 à 5 étoiles
- Tendances : destinations de proximité, une saison automne en hausse, slow tourisme, super last minute, dimension durable

Tendances

Sources : Reise Kompass Ruefa AT, Ziarul Financiar RO, Nordis RO, Portfolio HU, Pénzcentrum HU

- Principales motivations : Gastronomie = 70 %, Détente = 60 %, 37 % = Culture, 29 % Activités de plein air
- Tourisme durable : important pour 55% de la clientèle, prête à payer plus pour des offres éco-responsables
- Distribution : 25 % réservent via une agence de voyages (sécurité expertise, assurance...)
- Tourisme urbain
- Culture et Patrimoine
- Cœnotourisme
- MICE

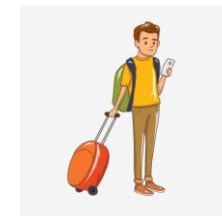
Thématiques d'intérêt

Tourisme de loisirs

- « Bon vivant »
- Orienté sur les traditions
- Exigeant
- Amateur de bonnes choses et connaisseur
- Le client autrichien compare beaucoup avant de se décider
- Demandeur d'expertise et de conseils
- Disposé à payer en échange de qualité de service et de produits.
- Intéressé par son histoire (empire austro hongrois) et celle des pays qu'il visite

Tourisme d'affaires

- Exigeant
- désireux de toutes occasions pour faire du networking
- Privilège de partenariats durables et répondant exactement à ses besoins



Les tendances du tourisme 2021/2022

3 valeurs importantes

- la sécurité
- la qualité
- la proximité

3 facteurs rassurants

- Le taux de vaccination
- L'instauration du « passe sanitaire/vaccinal »
- La facilité des tests

Top 3 des critères de réservations

- Garantie de remboursement
- Conditions d'annulations avantageuses
- Mesures d'hygiène appropriées

Top 3 des craintes

- Pas de remboursement en cas d'annulation du séjour
- L'incertitude de l'annulation du voyage en fonction des décisions des gouvernements
- quarantaine imposée dans la destination de vacances ou à son retour en cas de maladie



Nouvelles attentes en matière d'hébergement

- Des plus petites structures ; de taille humaine avec moins de clients
- Appartements / locations
- un standard d'hygiène amélioré
- un personnel vacciné

Relations BtoB

- Confiance
- Expertise
- Conseil

Les grands acteurs du marché local :

1/ Structure du marché

Mobilité touristique : compagnies aériennes, compagnies ferroviaires, autocaristes, location de voitures (carsgharing etc ..)

Les spécialistes du voyage : agences de voyage génériques mais aussi spécialistes outgoing et incoming ainsi que PCOs en raison de l'importance du secteur MICE. À noter l'existence d'agence concierges.

TTOO les plus importants en Autriche sur la région DACH : Tui reisen/ Ruefa/ Billa Reisen

2/ Quelques chiffres:

Nombre de touristes en 2021 : 22,14 millions d'arrivée pour une durée moyenne de séjour de 3,6 nuits

Impact de la pandémie et confinements en Autriche. Chute de 48% des nuitées par rapport à 2019. Un nombre de touristes étrangers qui a diminué de 24,6 % par rapport à 2019 avec 97,6 millions de nuitées pour les étrangers. 2/3 de moins de nuitées à Vienne en 2021 par rapport à 2019, (-53 % pour Salzbourg, -52 % au Tirol)

Nombre de touristes en septembre 2022 :

Retour au niveau d'avant crise avec un mois de septembre clôturant avec 11,6 millions de nuitées, soit +1,4 % de plus qu'avant la crise de 2019.

À 3,8 millions, les arrivées ont enregistré une baisse de -3,3% par rapport à 2019. Le tourisme national lui a vu ses nuitées en hausse avec +5,1 % par rapport à 2019, tandis que les nuitées des clients étrangers ont été inférieures de -0,2 % aux niveaux d'avant la crise.

La région du **Tyrol** est la plus visitée avec plus de 967 661 nuitées en septembre 2022, suivit par **Salzbourg** avec plus de 598 475 nuitées et **Vienne** avec 576 798 nuitées.

Compagnies aériennes : Vaste majorité de vols commerciaux malgré l'importance des vols cargos pour la ville de Vienne l'impact de la pandémie a résulté d'une baisse de plus de 75 % par rapport à 2019 laissant une fréquentation de l'aéroport de 7,8 millions de passagers.

En 2021, il y a eu 103 366 vols commerciaux. **Austrian Airlines** qui est la plus importante avec plus de 39 514 vols réalisés en 2021, puis en 2nd **Ryanair** avec 13 622 vols, **Eurowings** avec 4877, **Lufthansa** avec 4 835 vols, **Wizz air** avec 3180 vols, **KLM** avec 1824 vols.

Nombre total d'hôtels en Autriche toutes catégories confondues : 11,4 mille (en 2021)

Type d'hébergement	Arrivées	Variation des arrivées par rapport au même mois de l'année précédente en pourcentage	Nuits	Variation des nuitées par rapport au même mois de l'année précédente en pourcentage
Etablissements 5/4 étoiles	1 574 576	10,3	4 465 602	1,2
Etablissements 3 étoiles	941 729	9,0	2 390 206	2,1
Etablissements 2/1 étoiles	311 088	9,9	752 560	1,6
Maisons / maisons de vacances (commerciales)	221 407	14,5	952 870	1,6
Camping	202 367	-13,9	765 232	-14,2
Hébergement pour enfants et adolescents	85 944	42,1	209 704	40,2
Stations thermales	18 597	0,4	326 131	5,5
Refuges gérés	91 127	-11,0	131 217	-0,5
Autres hébergements	63 201	9,5	181 674	1,4
Total des logements privés	298 501	-5,4	1 475 298	-9,7
Total de l'hébergement	3 808 537	7,0	11 650 494	-0,6



Ecosystème de la Travel Tech en Autriche

OTA



SUPPLIER & TOUR OPERATOR



SERVICE & TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDER

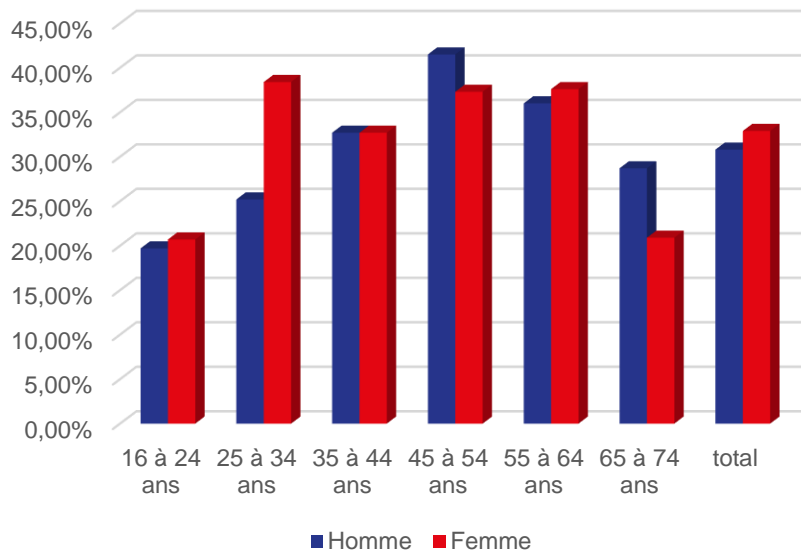


START-UP

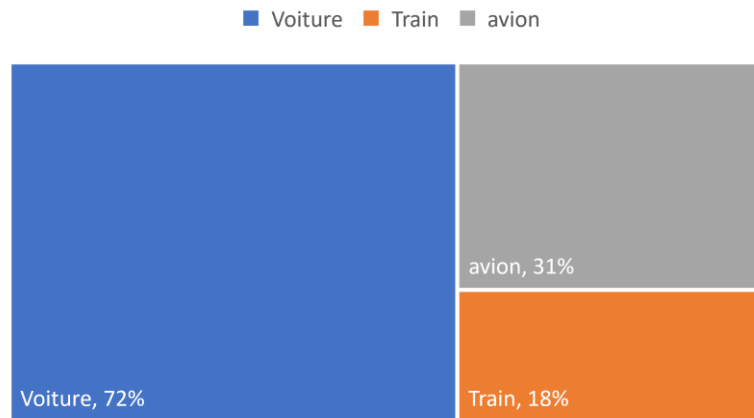


Mode de consommation (voyage)

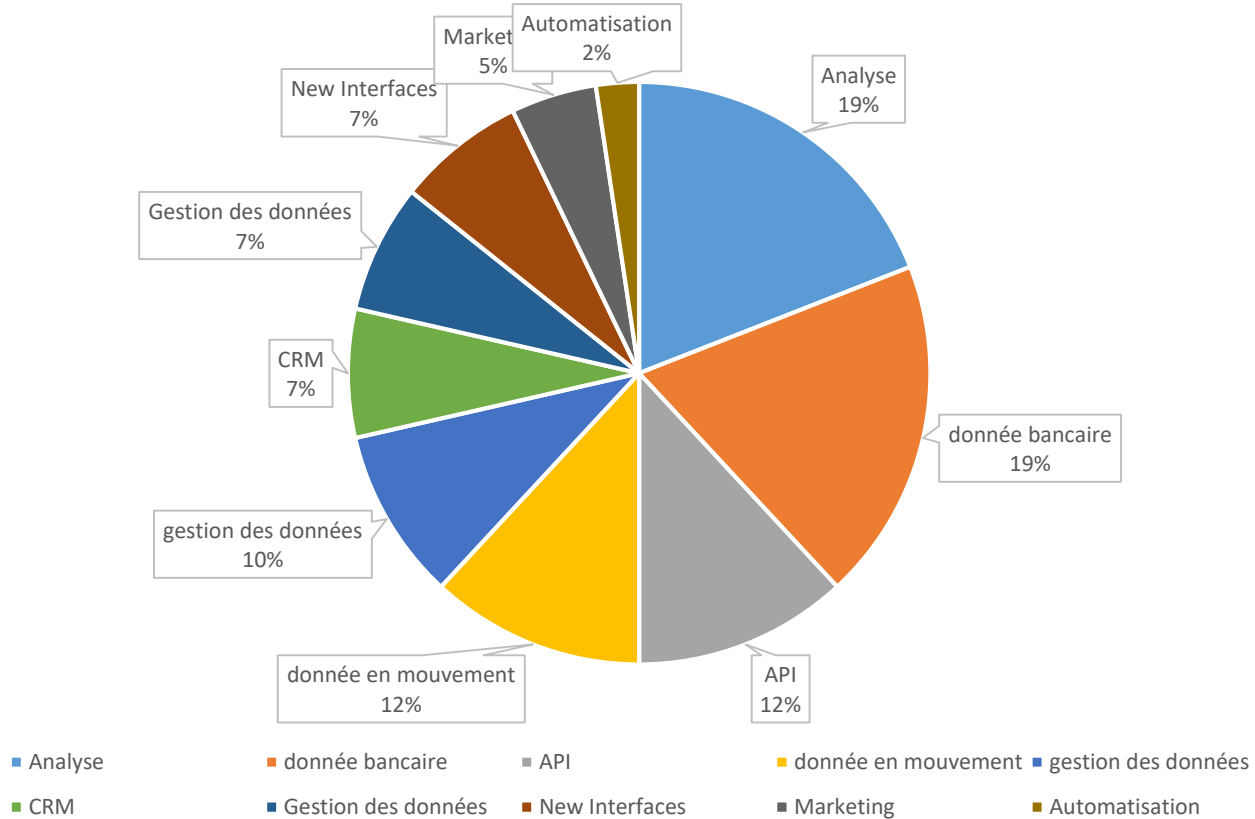
Sondage sur l'utilisation des plateformes de réservations en ligne pour le logement en hôtel [2022] en pourcentage (%)



Sondage sur l'utilisation des moyens de transport pour aller en vacances en Autriche [2022] en pourcentage (%)



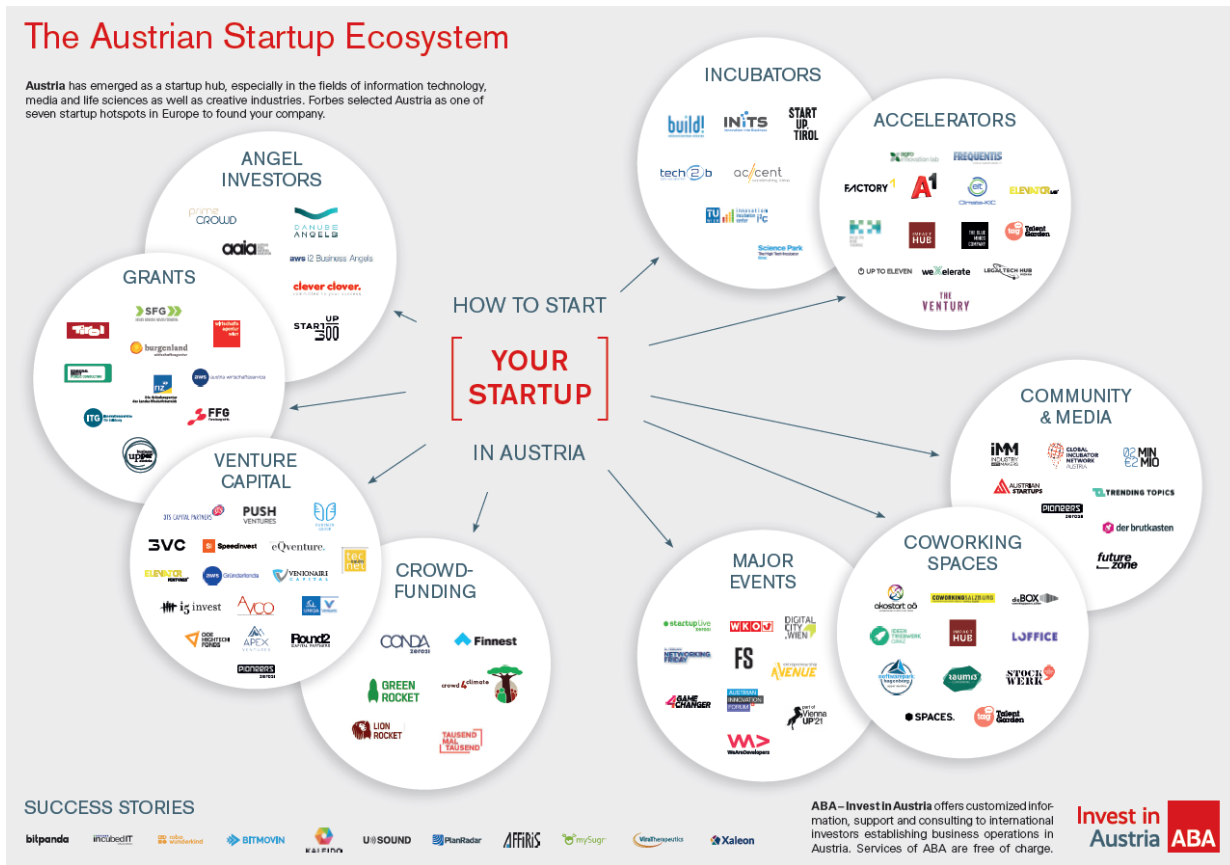
Projet par catégories En pourcentage (%)



Ecosystème Tech en Autriche : Focus sur les start-ups

The Austrian Startup Ecosystem

Austria has emerged as a startup hub, especially in the fields of information technology, media and life sciences as well as creative industries. Forbes selected Austria as one of seven startup hotspots in Europe to found your company.

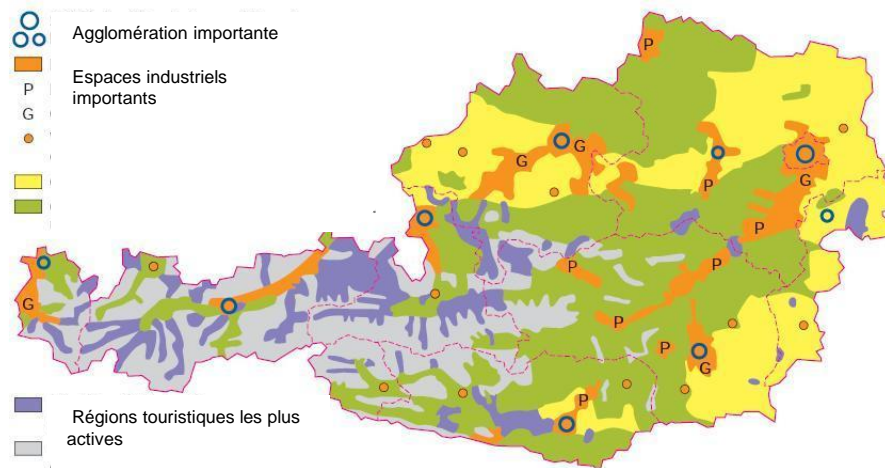


Où sont localisés vos futurs clients ou partenaires ?

Répartition du PIB par Bundesländer

Région (Länder)	PIB (Milliards d' Euro)	Pourcentage du PIB (en %)
Wien	95.67	25.40
Oberösterreich	64.70	17.20
Niederösterreich	58.82	15.60
Steiermark	47.90	12.70
Tirol	33.89	9
Salzburg	28.17	7.50
Kärnten	20.72	5.50
Vorarlberg	18.23	4.80
Burgenland	9.03	2.40

Agglomérations ayant le plus grand nombre de fournisseurs de services IoT



Top 51 Travel Tech startups en Autriche :

QUELQUES SUCCES STORIES :

1/ **Tourradar** : Tourradar est une plateforme de réservation en ligne qui propose de réserver des hôtels, des activités, pour des groupes et des particuliers dans 160 pays. La start-up a été présentée comme l'une des meilleures start-up à l'occasion du "start-up Nights 2018" à Vienne.

2/ **Checkyeti** : Checkyeti est l'une des plus importantes plateformes de réservation en ligne d'Europe concernant les activités de vacances. Elle permet la réservation de plus de 12 000 activités sur plus de 1500 destinations différentes.

3/ **Midnightdeal** : Midnightdeal est une plateforme de réservation en ligne pour les hôtels et les activités de vacances à des prix concurrentiels.

4/ **Room Chooser** : Cette start-up propose des réservations de chambre d'hôtels accessibles et adaptées aux personnes à mobilité réduite permettant davantage de mobilité pour des prix raisonnables. Room Chooser a été présentée au "Start-up Night" de 2018 comme l'une des meilleures start-up de l'année

5/ IED : **Tripsst! Austria** : Investisseur étranger qui a su capitaliser un vaste réseau de communautés dédiées au tourisme.

La Travel Tech et les réseaux sociaux en Autriche :

Internet (/pop totale)

Source : Data report 2022

- Taux de pénétration internet : 93%
- Taux de pénétration des réseaux sociaux : 87,5%
- Page FB Atout France: 15 600 fans



#visitaustria

(509k+ abonnés, 4 039 publications)



@feelaustriaAT

(1M7+ abonnés)

Penser comme un ministère du tourisme: Solutions de collecte de données et tools de marketing « cross borders »

Aider à rehausser l'attractivité de la destination : toutes les solutions aidant à atteindre une clientèle nouvelle ou bien aidant à récupérer une clientèle perdue. Penser aux infrastructures telles que aéroports, gares etc.

Continuer à rassembler les secteurs porteurs : sport/tourisme - culture/tourisme: Solutions AI pour les expositions et spectacles vivants , solutions digitales multilingues , visites de lieux culturels et touristiques.

Solutions lot pour la randonnée ou le cyclisme . Focus sur le tourisme écologique. Donner la priorité aux projets qui permettent créer des synergies et partenariats durables.

Réfléchir aux hôtels connectés :

Les grandes destinations touristiques autrichiennes se trouvaient souvent (avant la crise sanitaire) confrontée à un trop grand flux de touristes dans les épencentres

Penser au marché ferroviaire : En 2019, il y a eu 316 millions de personnes qui ont voyagé par le train, en 2021 face au Covid l'utilisation ne fut que de 218,7 millions. A noter que l'Autriche a relancé les réseaux de train de nuits pour de nombreuses destinations en Europe dont Italie avec Rome et Venise, France avec Paris, l'Allemagne avec Cologne, Berlin, les Pays-Bas et même la Suède (9 pays au total et plus de 33 lignes dont 20 lignes Nightjet). De plus en plus de personnes fréquentes ces trains de nuits car ils permettent de voyager à moindre coûts en Europe (selon le climat économique) et de manière écologique.

En conclusion :

1. Construire une approche commerciale sur la base de partenariats stratégiques locaux et durables
2. Se centrer sur les sujets B2B sans oublier le B2C.
3. Prendre une bonne connaissance du terrain économique et sectoriel local,
4. Travailler son réseau via les événements thématiques locaux les présentiels et les digitaux)
5. Prépondérance de la langue allemande.
6. Rencontrer les acteurs institutionnels de poids.
7. S'informer sur la pratique des affaires locales. (L'Autriche et l'Allemagne sont deux marchés différents)

Vos contacts Team France Export



Catherine ANDRE
Conseiller international Art de vivre – Santé
GREX International



Niels IDE
Chargé de développement
Business France Allemagne



Karine LACROIX
Chargée de développement
Business France Autriche