vinetur

L’Allemagne repense son tourisme autour de la durabilité

Les villes et régions mettent en avant le train, les escapades nature et la culture locale pour attirer des visiteurs au-delà de l’image traditionnelle du pays.

lundi 4 mai 2026



En 2026, l’Allemagne mise sur une nouvelle forme de tourisme, fondée sur la durabilité, la technologie et la culture locale, alors que le pays cherche à attirer des visiteurs au-delà de son image familière de brasseries, de châteaux et de musées. Tour-opérateurs, responsables régionaux et organisateurs d’événements promeuvent un mélange de design urbain, d’expériences en plein air et de traditions culinaires qui reflète une évolution plus large dans la manière dont les Allemands voyagent et dépensent eux-mêmes.

Le changement se voit dans la façon dont les destinations sont mises en marché. Des villes comme Berlin, Hambourg, Munich, Weimar et Dessau associent grands rendez-vous culturels, mobilité plus verte, davantage de voyages en train et expériences privilégiant l’immersion plutôt que le simple tourisme de visite. Le message s’adresse non seulement aux visiteurs étrangers, mais aussi aux voyageurs allemands, qui choisissent de plus en plus des séjours plus courts à l’intérieur du pays afin d’éviter les sites saturés et de réduire leur empreinte environnementale.

Cette évolution intervient alors que les voyageurs allemands restent parmi les plus gros dépensiers au monde à l’étranger. Les estimations du secteur pour 2026 évaluent les dépenses totales de voyage des Allemands à environ 86 milliards d’euros, soit une hausse de 3 % par rapport à l’année précédente. Le nombre de voyageurs devrait atteindre quelque 138 millions, légèrement en dessous des précédents pics, les ménages restant prudents en raison des incertitudes économiques et des tensions géopolitiques. Parmi les destinations étrangères les plus prisées figurent toujours la Turquie, l’Espagne, l’Italie, l’Égypte et la Tunisie.

Sur le territoire national, la tendance va vers ce que les professionnels du tourisme décrivent comme un voyage guidé par un objectif. De plus en plus d’Allemands voyagent seuls, avec des familles intergénérationnelles ou avec leurs animaux de compagnie. Les road trips restent particulièrement populaires, beaucoup privilégiant la flexibilité de la voiture à l’avion. Les voyages axés sur la nature gagnent également du terrain. Selon des chiffres sectoriels cités par les promoteurs du tourisme, plus de 34 % des touristes disent désormais privilégier les paysages naturels aux environnements urbains.

Cette préférence a nourri l’intérêt pour des activités plus discrètes comme l’observation des oiseaux, la pêche ou la cueillette dans des lieux tels que la Forêt-Noire et les Alpes bavaroises. Elle a aussi stimulé des projets de tourisme régénératif qui demandent aux visiteurs non seulement d’éviter d’abîmer un lieu, mais aussi de le laisser en meilleur état qu’ils ne l’ont trouvé grâce à des actions de conservation ou à du bénévolat local.

Le réseau ferroviaire allemand et le développement des infrastructures pour véhicules électriques sont devenus centraux dans ce discours. Le tourisme intérieur reste solide et de nombreuses régions cherchent à détourner les visiteurs des centres surfréquentés vers des villes moins connues et des zones rurales. Dans le langage marketing employé par certaines campagnes régionales, le pays se présente comme « néo-vert » : très connecté mais toujours ancré dans ses forêts, ses rivières et ses centres historiques piétonniers.

Ce même mélange d’ancien et de nouveau façonne cette année encore le calendrier culturel allemand. À Berlin, le Carnaval des cultures se tient du 22 au 25 mai et demeure l’un des plus grands festivals européens consacrés à la diversité. En juin, Hamburger Bahnhof ouvrira son programme en plein air avec des installations d’art contemporain conçues pour répondre au mouvement dans l’espace public. Toujours en juin, Kieler Woche, du 20 au 28 juin, transformera la ville portuaire du nord en grand festival maritime avec régates, concerts et stands gastronomiques centrés sur les produits de la mer du Nord.

La parade Rave The Planet revient à Berlin le 15 août comme célébration politique et culturelle de la musique techno, que ses organisateurs présentent comme l’héritière de Love Parade. L’événement prend une importance particulière après la reconnaissance de la techno par l’UNESCO comme élément du patrimoine culturel allemand.

Parmi les autres grands rendez-vous estivaux figurent Tollwood Sommerfestival à Munich du 18 juin au 19 juillet à l’Olympiapark ; Rhein in Flammen à plusieurs dates tout au long de l’été le long du Rhin ; Rock im Park à Nuremberg du 5 au 7 juin ; Splash! Festival à Gräfenhainichen du 2 au 4 juillet à Ferropolis ; Wacken Open Air du 29 juillet au 1er août dans le Schleswig-Holstein ; et Reeperbahn Festival à Hambourg

du 16 au 19 septembre.

Les responsables du tourisme mettent aussi en avant des expériences pittoresques comme les croisières nocturnes dans le quartier Speicherstadt à Hambourg ou les randonnées autour des formations rocheuses de Bastei, dans les monts gréseux de l'Elbe en Saxe. À Weimar et Dessau, les itinéraires liés au Bauhaus suscitent un regain d'intérêt dans un contexte d'attrait plus large pour le design minimaliste et l'architecture moderniste.

La gastronomie est devenue un autre volet de cette réinvention allemande. Si saucisses et bretzels restent au cœur de l'image nationale, les chefs du pays misent davantage sur les produits saisonniers, les approvisionnements régionaux et une cuisine plus légère. Dans des villes comme Munich et Hambourg, certaines tables étoilées ont évolué vers des légumes cultivés sur les toits ou dans des fermes voisines.

L'approche « farm-to-table » s'est généralisée aussi bien dans la haute gastronomie que dans les restaurants plus décontractés. La street food a elle aussi évolué. Le döner kebab, longtemps associé à la culture fast-food berlinoise, est désormais revisité par certains vendeurs dans des versions plus haut de gamme utilisant une viande locale ou des garnitures végétariennes. Dans certaines villes, il a dépassé la currywurst comme plat rapide le plus populaire.

Le printemps reste synonyme de spargelzeit, ou saison des asperges : on voit alors apparaître sur les cartes partout en Allemagne l'asperge blanche servie avec sauce hollandaise et jambon. Des plats traditionnels comme le schnitzel, le rouladen ou les maultaschen continuent eux aussi d'ancrer les menus. Le schnitzel est de plus en plus servi avec des accompagnements plus légers comme une salade concombre-aneth plutôt qu'avec des frites. Le rouladen reste un plat mijoté réconfortant composé de bœuf roulé autour de moutarde, d'oignons et de cornichons. Les maultaschen, pâtes farcies associées au Souabe, se servent toujours soit dans un bouillon soit poêlées avec oignons et œuf.

Les spécialités régionales vendues dans la rue restent elles aussi importantes : sandwichs au poisson à Hambourg et Kiel ; flammkuchen dans le Bade-Wurtemberg ; versions actualisées de currywurst proposées sur des stands historiques comme

Konnopke’s Imbiss à Berlin.

Les desserts gardent toute leur place le dimanche après-midi. La Schwarzwälder Kirschtorte reste l’un des gâteaux allemands les plus connus ; le Käsekuchen continue d’être préparé avec du quark plutôt qu’avec du cream cheese ; et l’Apfelstrudel est toujours servi chaud avec une sauce vanille.

La bière demeure centrale dans la culture alimentaire allemande malgré le recul de sa consommation. La consommation moyenne est tombée à environ 81,6 litres par personne et par an contre quelque 131 litres en 1995, soit une baisse proche de 40 % en trois décennies. La Bavière reste fidèle aux lagers Helles tandis que le nord privilégie les bières de type Pilsner. Les brasseries artisanales se sont multipliées dans des villes comme Berlin et Leipzig, où les brasseurs expérimentent avec des arômes fruités et d’anciennes méthodes de fermentation comme celle utilisée pour la Gose.

Le vin trouve lui aussi un nouveau public. Les producteurs de Riesling installés le long de la Moselle attirent une clientèle plus jeune grâce aux « wine raves », ces événements qui associent dégustations et musique électronique au milieu des vignes.

Pour le secteur touristique allemand, l’objectif cette année est clair : présenter un pays capable d’offrir des forêts le matin, des musées du design l’après-midi et une vraie gastronomie le soir sans perdre de vue ni la durabilité ni l’identité locale.