





# Pologne

Un marché trop souvent sous-estimé

# Chiffres clés

**6,2** millions de voyages à l'étranger

**406 000** arrivées en France

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

# Principales données économiques du marché

#### La Pologne est un des marchés les plus dynamiques d'Europe Centrale.

Le marché polonais, souvent sous-estimé, représentait 13,5 millions de départs à l'étranger en 2019 (dont la moitié dans un but strictement touristique) et près de 700.000 arrivées en France. Le niveau de vie y a par ailleurs fortement progressé, passant de 50 % de la moyenne européenne en 2004, à 71 % de cette moyenne en 2017.

#### Principales tendances du marché et recommandations pour l'aborder

A ce jour, la Pologne a accueilli environ 3,5 millions réfugiés de son pays voisin. La situation sociale en Pologne, liée à la guerre en Ukraine, s'est stabilisée. La consommation des biens a repris. C'est le cas également des réservations de voyages. Le FMI prévoit une forte inflation de +8,7% en 2022.

#### Positionnement de la destination France

#### Positionnement de la destination France

Malgré la crise actuelle, l'intérêt pour les city breaks et les courts séjours reste fort. Hors Paris et Nice, les autres destinations directement desservies depuis la Pologne, telles Lille, Marseille et Grenoble en hiver devraient logiquement tirer bénéfice de leur accessibilité dès une retour relatif à la normalité.

Lourdes est une destination phare des touristes polonais pratiquant des pèlerinages et voyages de spiritualité. Ce marché captif est bien connu de la destination et bien maitrisé par des tour-opérateurs spécialisés.

## Principales motivations de séjour et mode de réservation

## Principales motivations de séjour et mode de réservation

En Pologne, il y a plus de 4 millions des skieurs. Un Polonais sur cinq, soit 19%, déclare savoir faire du ski ou snowboard. Les destinations ski les plus populaires sont l'Italie et l'Autriche, essentiellement pour des raisons tarifaires ou de facilité d'accès. La République Tchèque ainsi que la Slovaquie sont également plébiscitées. Les Alpes françaises conservent une bonne réputation mais sont toujours considérées comme plus chères et moins accessibles que leurs concurrentes.

Selon l'observatoire des stations de montagne, la Pologne est la 6ème nationalité en termes de part de marché des lits chauds pour l'hiver 2021-2022. La Pologne se classe même 5ème en période hors vacances scolaires.

# Recommandations pour aborder ce marché

# Recommandations pour aborder ce marché

- Fidéliser les segments de clientèles cibles vers les destinations phares ;
- Favoriser l'émergence des destinations récemment desservies par avion et développer les courts séjours en villes à travers leurs produits d'appel ;
- S'appuyer sur les prescripteurs B2B (tour-opérateurs, presse, influenceurs) ;
- Encourager les destinations à entreprendre une communication de fond off et on line et l'accompagner par des actions en faveur de la distribution, de la presse, des bloqueurs et des influenceurs ;
- Cibles : les Milléniales, les DINKS et les familles des classes moyennes-supérieures.

Sur ce marché, nous proposons une stratégie d'influence essentiellement basée sur les actions à destination des professionnels et de la presse, mais aussi en réseau avec nos homologues de Business France et de l'Ambassade.

Outre les accueils et workshops thématiques ou régionaux, une coopération initiée avec la chaine télévisée TVN sera poursuivie en 2023, afin d'accroitre la notoriété de notre destination.

Les actions Focus on France (presse) et French Rendez-vous (BtoB) mutualisées avec le bureau de Vienne, sont

également reconduites.

## **Revoir les webinaires Atout France Live**

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

### En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

webinaires Atout France Live

# Le marché Pologne en un clin d'oeil

