Marianne symbole République Française
Logo Atout France
Pays Baltes 2024

Pays baltes

Avec environ six millions d’habitants au total, l’Estonie, la Lettonie et la Lituanie constituent des marchés émetteurs de taille relativement limitée, mais présentant un potentiel de développement réel pour la destination France.

Le développement économique rapide observé au cours des dernières décennies, la progression du pouvoir d’achat et l’ouverture croissante aux voyages internationaux ont favorisé l’émergence de nouvelles clientèles de loisirs et d’affaires. La dynamique doit toutefois être appréciée séparément selon les pays : la Lituanie affiche généralement le marché le plus important de la région, tandis que les évolutions économiques et touristiques sont plus contrastées en Lettonie et en Estonie.

Selon la dernière estimation disponible, environ 250 000 visiteurs originaires des pays baltes se sont rendus en France en 2025. Ce volume confirme l’existence d’une clientèle déjà établie, mais reste modeste au regard de la population totale et du potentiel de progression du marché. Les dernières données disponibles sur les recettes touristiques baltes en France font état d’environ 76 millions d’euros en 2022.

Marchés d'intervention d'Atout France

carte_marches_pays-baltes	• Estonie • Lettonie • Lituanie

Chiffres clés

250 000	76	12
visiteurs baltes estimés en France en 2025	millions d'euros de recette touristique générée en France	connexions aériennes directes entre Pays baltes et France

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

Les trois économies baltes ont retrouvé une dynamique positive en 2025, mais à des rythmes différents. La Lituanie demeure l’économie la plus dynamique de la région, tandis que la Lettonie connaît une reprise plus modérée et que l’Estonie sort progressivement d’une période prolongée de contraction.

En Estonie, le PIB a progressé de 0,6% en 2025 après trois années de recul. La reprise devrait se poursuivre en 2026, mais rester modérée. Le FMI prévoit une croissance de 1,4 %, dans un contexte marqué par une inflation encore élevée, un chômage supérieur à 7 % et une forte augmentation des dépenses publiques, notamment dans la défense et les infrastructures. La consommation des ménages devrait s’améliorer, mais elle reste freinée par la hausse des prix et une confiance encore fragile.

En Lettonie, l’économie a progressé de 2,1 % en 2025, soutenue par la consommation intérieure, la hausse des salaires et le redressement de l’investissement. La croissance devrait rester stable en 2026, autour de 2,2% selon le FMI. Les salaires continuent de progresser rapidement, mais l’inflation et l’augmentation des dépenses publiques pourraient peser sur le pouvoir d’achat et les finances de l’État.

La Lituanie conserve les perspectives les plus favorables. La croissance devrait atteindre environ 3 % en 2026, portée par la consommation des ménages, la progression des salaires et l’investissement public et privé. Le pays bénéficie d’une économie relativement diversifiée et d’une demande intérieure solide, même si l’inflation, les tensions sur le marché du travail et la faiblesse de certains partenaires commerciaux constituent des facteurs de risque.

Les trois pays ont fortement réduit leurs dépendances commerciales et énergétiques à l’égard de la Russie depuis le début de la guerre en Ukraine. Cette réorientation vers les marchés européens et nordiques, ainsi que les investissements dans les infrastructures énergétiques, numériques et ferroviaires, renforcent leur intégration économique à l’Union européenne.

Pour le secteur touristique, l’amélioration progressive des revenus et de la consommation constitue un signal favorable. Les marchés baltes restent néanmoins très sensibles aux prix, au coût des liaisons aériennes et au rapport qualité-prix. La croissance du tourisme émetteur dépendra donc autant de l’évolution du pouvoir d’achat que de l’accessibilité et de la présence d’offres clairement commercialisées.

Population totale des états baltes : 6 millions d'habitants

- Estonie : 1,33 M habitants
- Lettonie : 1,90 M habitants
- Lituanie : 2,79 M habitants?

PIB par habitant en 2026 :

- Estonie : 37 720 USD
- Lettonie : 28 910 USD

- Lituanie : 36 540 USD

Évolution du PIB en 2025 :

- Estonie : +0,6%
- Lettonie : +2,1%
- Lituanie : +2,9%

Prévision de l'évolution du PIB en 2026 :

- Estonie : +1,4%
- Lettonie : +2,2%
- Lituanie : +2,9%

Taux de chômage en 2026 :

- Estonie : 7,3%
- Lettonie : 6,7%
- Lituanie : 6,5%

Inflation moyenne en 2026 :

- Estonie : +3,8%
- Lettonie : +3%
- Lituanie : +4%

Dette publique en % du PIB en 2026 :

- Estonie : 27,8%
- Lettonie : 47,4%
- Lituanie : 45,1%

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

La France confirme en 2025 son potentiel auprès des clientèles estonienne, lettone et lituanienne. Selon nos estimations, près de 250 000 visiteurs originaires des trois pays baltes se seraient rendus en France au cours de l'année, en progression par rapport à 2024.

Dans le détail, la fréquentation est estimée à 98 779 visiteurs estoniens (chiffres de la Banque d'Estonie), environ 60 000 visiteurs lettons et environ 100 000 visiteurs lituaniens. Cette progression apparente doit néanmoins être interprétée avec prudence, les chiffres provenant d'un ensemble de sources et d'estimations nationales différentes. Elle confirme toutefois une dynamique positive pour la destination France et un potentiel de développement encore important sur ces trois marchés.

La France bénéficie d'une image forte autour de Paris, de la culture, de la gastronomie, du patrimoine, des Alpes et du littoral méditerranéen. Elle reste cependant en concurrence avec des destinations européennes mieux desservies, plus proches ou perçues comme plus accessibles en matière de prix. L'enjeu consiste donc à transformer l'intérêt pour la France en séjours concrets, en renforçant l'accessibilité, la programmation des tour-opérateurs et la visibilité des destinations régionales. Les city-breaks, les séjours culturels, le ski, le littoral, la gastronomie, l'œnotourisme et les voyages thématiques constituent des axes de développement particulièrement pertinents, ainsi que le tourisme religieux en particulier pour la Lituanie.

Le tourisme d'affaires représente également un potentiel, notamment autour de Paris et des grandes métropoles françaises disposant de connexions aériennes et d'infrastructures adaptées.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les voyages des clientèles baltes vers la France restent principalement concentrés pendant les vacances d'été et les principales périodes de congés scolaires, notamment en février, à Pâques et à Noël. La saison hivernale bénéficie également de la demande pour les séjours au ski dans les Alpes.

La liaison saisonnière directe entre Vilnius et Grenoble, opérée par Wizz Air, facilite notamment l'accès de la clientèle lituanienne aux stations alpines. Plus largement, le maintien et le développement des connexions aériennes directes constituent un levier déterminant pour la fréquentation française depuis les trois marchés

baltes.

Les voyageurs baltes restent très sensibles au rapport qualité-prix et au coût global du séjour. Les offres comprenant le transport, l'hébergement et certaines prestations sont particulièrement adaptées aux familles, aux séjours balnéaires, au ski et aux destinations moins familières. Il est cependant préférable de parler d'offres packagées ou de forfaits lisibles plutôt que d'une demande généralisée pour le « tout compris », qui concerne surtout certains segments et certaines destinations.

Les expériences culturelles constituent une motivation importante : patrimoine, musées, gastronomie, art de vivre et événements peuvent contribuer à différencier la France des destinations principalement choisies pour leur prix ou leur climat.

Les jeunes actifs et les voyageurs expérimentés représentent un potentiel intéressant pour les city-breaks, les voyages thématiques et les itinéraires combinant plusieurs villes ou régions.

Les destinations françaises les plus connues et les plus présentes dans la programmation restent :

- Paris et l'Ile-de-France
- Les Alpes, notamment pour le ski
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- L'Alsace et plus largement le Grand Est

D'autres régions peuvent cependant être développées autour de thématiques clairement identifiées, telles que le littoral, la gastronomie, l'œnotourisme, les activités de pleine nature et les circuits culturels.

Modes de réservation

Le parcours de réservation est largement numérique, mais les tour-opérateurs et agences de voyages conservent une place importante pour les forfaits, les séjours balnéaires, le ski, les circuits et les voyages plus complexes.

Le rôle de l'intermédiation varie selon les pays et les segments. La Lituanie dispose notamment d'un marché du voyage organisé encore bien implanté, avec une forte demande pour les destinations méditerranéennes proposées sous forme de forfaits. Les réservations directes et les OTA sont davantage adaptées aux city-breaks, aux vols seuls et aux voyageurs plus autonomes.

Pour la France, l'enjeu consiste à combiner une visibilité directe auprès des consommateurs avec un travail ciblé auprès des tour-opérateurs, des OTA et des spécialistes capables de construire des offres simples, compétitives et immédiatement réservables.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

Développer le réseau de partenaires de professionnels baltes ;

Sensibiliser les prescripteurs à la diversité de la destination France ;

Promouvoir nos offres auprès des niches de voyageurs aisés.?

Cibles : CSP+ ; jeunes familles avec enfants, jeunes couples sans enfants, étudiants

À destinations de ces cibles, sont principalement valorisés le balnéaire (Côte d'Azur, Nouvelle Aquitaine), le domaine skiable alpin, les grands rendez-vous culturels et festifs, l'art de vivre à la française, le golf, le tourisme religieux (Lituanie).

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