RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France



Plan d'actions 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

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

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

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

- 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 blogueurs 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

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

POLOGNE

Quelques données économiques

- 37,7 MILLIONS d'habitants
- 18.000 $ PIB / habitant
- 4,9% CROISSANCE de l'économie en 2023
- 2,7 % Taux de chômage

- 27% PRINTEMPS
- 18% AUTOMNE
- 52% ÉTÉ
- 6% HIVER dont Noël

Période de réservation

Jan Fev Mar Avr Mai Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France



Taux de change

1 PLN = 0,22€

Données touristiques en 2019

- 13,5 MILLIONS de voyages à l'étranger des Polonais
- 691.000 Arrivées de Polonais en France
- 25% Taux d'intermédiation

Données touristiques en 2022

- 6,2 MILLIONS de voyages à l'étranger des Polonais
- 406.000 Arrivées de Polonais en France
- 16% Taux d'intermédiation

Principaux bassins émetteurs



Varsovie
Cracovie

Profil voyageurs

- Ils privilégient les voyages en avion
- Ils choisissent majoritairement les hôtels et les hébergements en famille
- Ils recherchent en France : de plus en plus les city breaks, les voyages spirituels et le ski

TOP 3 des motivations de voyages en France

2 Montagne Hiver

1 Tourisme et spiritualité

3 Tourisme urbain

Contact marché Pologne | karine.lober@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **France Excellence : workshop Luxe Allemagne, Suisse, Autriche, Europe centrale** : Rencontres B2B / Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

FRANCE EXCELLENCE : WORKSHOP LUXE ALLEMAGNE, SUISSE, AUTRICHE, EUROPE CENTRALE

PRESTATION

Marchés d'intervention :	Autriche, Allemagne, Bulgarie, Hongrie, Pologne, République Tchèque, Roumanie, Suisse
Type de rendez-vous :	
Public attendu :	Professionnels du secteur MICE, Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières :	

Pour sa 2e édition, le workshop " France Excellence" devrait rassembler 70 à 80 acheteurs (Luxe et Incentives) de la région Allemagne-Suisse-Autriche & Europe centrale et une trentaine d'exposants français de ce secteur.

OBJECTIFS

- Valoriser votre offre auprès d'acheteurs des secteurs haut de gamme et incentive sur la zone ASA / Europe Centrale
- Nouer de nouveaux contacts et développer des relations d'affaires
- Créer un bon relationnel avec les professionnels grâce aux différents temps de Networking

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Adhérents pôle Tourisme d'Affaires (offre incentives), CRT, OT, Hôtellerie haut de gamme, agences réceptives (DMC/haut de gamme), lieux historiques et atypiques privatisables, etc.

Nombre de partenaires souhaités :
30 à 40

Visibilité partenaire :
Présentation des partenaires dans le catalogue éléctronique des exposants

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
30.04.2026

Précisions tarifaires :
4.600€ HT

FORMAT

Liste des sessions :
"France Excellence" : Workshop Luxe et Incentives Allemagne, Suisse, Autriche et Europe Centrale

Date de début	: 24 novembre 2026
Date de fin	: 25 novembre 2026
Date limite d'inscription	: 30 avril 2026

Lieu :
Vienne (Autriche) ou Francfort (Allemagne)

Format de l'opération :

- Une journée et demie de **rendez vous préprogrammés** de 20 minutes (planning de 36 RV / exposant)
- Une grande soirée événementielle pour favoriser les échanges conviviaux

Indicateur de performance :
Nombre de contacts

Edition précédente :
Edition 2024 :

- 30 partenaires exposants
- 62 professionnels présents
- 900 rendez-vous d'affaires

Profil visiteur :
TOs et agences haut de gamme, agences incentives

Visiteur attendu :
70 à 80

Media / Support :
www.france-excellence.pro

Pascal Reiling pascal.reiling@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2026

- **Reportage télévisé à la télévision polonaise** : Campagnes / Grand public international

REPORTAGE TÉLÉVISÉ À LA TÉLÉVISION POLONAISE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Pologne
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Mise en avant dans un reportage lors du "Télématin" de la chaine polonaise TVN.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Régions, départements, villes

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Indicateur de performance :
Audience

Visiteur attendu :
4

Media / Support :
Chaine TVN

Aurélia Berger aurelia.berger@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr