



Observatoire Valaisan
du Tourisme

Tendances de marché 2012

POLOGNE

11 | 2012



Tendances de marché 2012



Valais



Département de l'économie,
de l'énergie et du territoire (DEET)

Departement für Volkswirtschaft,
Energie und Raumentwicklung (DVER)

CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS

Hes·SO  **VALAIS**
WALLIS

Tendances de marché 2012

POLOGNE

Généralités	2
Caractéristiques clés	3–4
Comportement en matière de voyages	5–8
Potentiel des groupes-cibles	9
Statistiques touristiques de référence	10–13
Hôtes polonais en Valais	14–16
Comparaison Suisse - Autriche	17–18
Synthèse	19
Adresses utiles	20–21
Informations complémentaires	22
Bibliographie	23–25

Généralités

Potentiel

Saviez-vous que

- ... la Pologne compte **38.5 millions d'habitants** et représente ainsi un des plus grands marchés potentiels en Europe?
- ... la Pologne appartient aux **25 nations les plus puissantes du point de vue économique** dans le monde?
- ... la Pologne est le seul pays de l'UE à avoir **évité une récession lors de la crise économique de 2009**?
- ... de plus en plus de Polonais bien placés au niveau social et professionnel peuvent et veulent passer leurs **vacances dans les Alpes**?
- ... le touriste polonais qui séjourne en Suisse dépense près de **CHF 160 par jour**?



Destinations

Saviez-vous qu'en 2010,

- ... selon les chiffres de l'Institut du tourisme polonais, la Suisse (avec d'autres pays) comptait parmi les 15 destinations touristiques les plus appréciées (150'000 visiteurs)?

1 Allemagne	7 Lituanie
2 Grande-Bretagne	8 Croatie/Egypte/Gr�ce
3 Italie	11 Turquie
4 France	12 Slovaquie/Autriche
5 République tchèque/ Espagne	14 Suisse/Pays-Bas/Ukraine/ Suède/Tunisie/Bulgarie

D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

- ... 15% des internautes polonais souhaiteraient passer leurs vacances de ski en Suisse?

Comportement en matière de voyages et produits

Saviez-vous que

- ... **61%** des Polonais s'informent régulièrement gr ce à l'internet?
- ... **47%** des touristes polonais qui vont à l'étranger séjournent dans des **hôtels** contre 33% chez des connaissances (chiffres de 2010)?
- ... ceux qui logent à l'hôtel choisissent de préférence des établissements de **3 à 5 étoiles**?
- ... **3.5 millions** de Polonais s'adonnent aux sports d'hiver?
- ... **66%** des Polonais partent à l'étranger plutôt en ** t  et en automne**?
- ... près de **30%** des Polonais visitent la Suisse **pendant l'entre-saison**?
- ... de plus en plus de Polonais s'intéressent à des vacances dans une **nature intacte**?
- ... l'on constate en Pologne une très nette tendance à entreprendre des **voyages à thème**?

Caractéristiques clés

Caractéristiques clés

Population et superficie

Avec ses 38.5 millions d'habitants la Pologne figure au sixième rang dans l'UE, alors que sa surface de 313'000 km² la place au septième.

Religion et langue

95% de la population polonaise est catholique-romaine. En plus du polonais, langue nationale, les langues étrangères vraiment importantes sont l'allemand et l'anglais. La population jeune de Pologne en particulier dispose d'excellentes notions des langues étrangères.

Formalités d'entrée en Suisse

Comme la Pologne fait partie de l'UE depuis 2004, les touristes polonais n'ont donc besoin que d'un passeport valable (plus de visa) pour venir en Suisse.

Monnaie

La monnaie polonaise est le Złoty. Conversion: 100 Złoty correspondent à CHF 29 environ, CHF 100 valent 340 Złoty (état d'octobre 2012). La monnaie polonaise subit de fortes pressions comme beaucoup d'autres monnaies en raison des crises récentes (immobilière, financière, de l'euro). Toutefois cette dernière reste relativement stable, en particulier face à l'euro.

Indices économiques

La Pologne appartient aujourd'hui aux 25 nations économiques les plus puissantes du monde. Comparée à beaucoup d'autres pays européens, la Pologne a très bien maîtrisé les crises actuelles et se trouve encore sur une solide voie de croissance, comme vous pouvez le constater dans le tableau suivant.



Carte de Pologne avec ses aéroports existants (en noir) ainsi que ceux encore en construction en 2011 (en rouge)

Caractéristiques clés

Données et prévisions de croissance pour la Pologne

	2007	2008	2009	2010	2011	Prévisions		
						2012	2013	2014
Taux de croissance (en % du PIB)	6.8	5.1	1.6	3.9	4.4	2.6	3.2	3.6
PIB/habitant (CHF)*	12'300	15'299	12'431	13'546	14'928	15'479	16'146	16'981
Taux d'inflation (en %)	2.5	4.2	3.5	2.5	4.3	3.8	2.7	2.5
Taux de chômage (en %)	9.6	7.1	8.2	9.6	9.6	9.4	9.1	8.8
Balance des comptes courants (en % du PIB)	-6.2	-6.6	-4.0	-4.7	-4.3	-4.6	-4.3	-4.3
Endettement (en % du PIB)	45.0	47.1	50.9	54.9	55.4	55.7	55.2	53.4

D'après le Fonds Monétaire International (2012) *Données de base en USD, conversion en CHF basée sur un cours du change moyen de 0.907 au 30.04.2012

*Ursprungsdaten sind in USD angegeben, Umrechnung in CHF erfolgte basierend auf Devisenmittelkurs 0.907 per 30.04.2012

Croissance économique des dernières années

- Dans l'ensemble la Pologne a **maîtrisé plus facilement** les **conséquences de la crise financière** globale que ses voisins d'Europe de l'est.
- En 2009 la Pologne était même **le seul pays de l'UE**, qui pouvait se targuer d'une **croissance réelle de son PIB** (près de 1.6%).
- En 2010 la croissance économique a grimpé à 3.9%, en 2011 même à 4.4%.
- Toutefois les **facteurs accélérant** la croissance se sont modifiés l'année dernière. Au contraire de 2009, la croissance résulte à nouveau essentiellement de la demande intérieure.
- Le **taux de chômage a considérablement baissé** en 2011. A l'avenir cette **tendance devrait se confirmer**.

Conjoncture

- Pendant la crise économique de **2009**, la Pologne a été le seul pays européen à éviter la récession.
- Ceci en raison d'une part de la **dévaluation de sa propre monnaie** (Złoty)
- et d'autre part du bon moral des consommateurs **qui s'est maintenu** bien après que la crise financière n'éclate.

Comportement en matière de voyages

Intensité en matière de voyages

- En 2010, l'intensité nette en matière de voyages à l'étranger des Polonais (nombre de voyages par rapport au nombre d'habitants) se montait à 39% dans la catégorie des habitants de plus de 15 ans.
- Voyager fait partie de la vie des **Polonais aisés** (de 2 à 3% des Polonais adultes¹).
- Les touristes polonais effectuant un **voyage organisé** à l'étranger disposent de moyens financiers suffisants et émanent essentiellement des villes polonaises de moyenne et grande taille.
- **85% de ces voyages de loisirs** dépassent 4 jours (4 nuitées).
- Les **destinations et cultures exotiques** se démocratisent de plus en plus selon leurs desiderata.
- Les **destinations soleil – mer – plage** sont extrêmement appréciées, de même que les **villes à haute valeur culturelle**.
- N'oublions pas les **pays alpins en hiver notamment**, très prisés en Pologne.
- Ainsi **3.5 millions de Polonais** s'adonnent aux **sports d'hiver**, tendance à la hausse. Ils les pratiquent en Pologne ou vont de préférence en Autriche, en France, en Italie ou en Slovaquie.

Régions de provenance

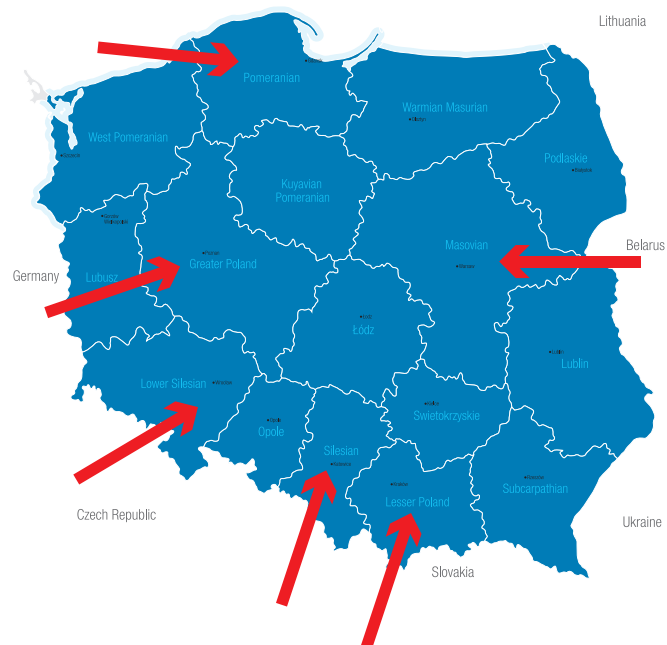
Les régions dont les habitants se rendent le plus en voyage sont

- Varsovie et ses alentours,
- la Basse et la Haute-Silésie (Katowice),
- la région de Cracovie,
- la Pologne de l'ouest avec les villes de Wrocław et Poznan, gros centres économiques,
- ainsi que trois villes du nord : Gdynia, Gdansk et Sopot.

Ces données sont confirmées entre autres par les agences de voyages et le nombre des passagers des aéroports, quittant la Pologne.

Voyages à l'étranger

- Dans l'ensemble **7.1 Mio.** de Polonais (y compris les enfants) ont entrepris un voyage à l'étranger en 2010.
- En **2008** ce chiffre passait même à **7.6 Mio.**
- Pendant la crise économique de 2009 il y eut un recul de courte durée puisque seuls 6.3 millions de Polonais sont partis en voyage à l'étranger.



¹ Estimation d'après une étude de Millward Brown. Dans une population de presque 40 millions d'habitants, 500.000 à 600.000 Polonais ont un revenu de plus de PLN 7.000 (en tenant compte de l'économie souterraine) ce qui correspond à environ de 2 à 3% de la population adulte.

Comportement en matière de voyages

Destinations gagnantes (pays) 2009-2010

Nombre de voyages

1 – Lituanie
2 – France
3 – Grèce
4 – Turquie
5 – Espagne

D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

Destinations perdantes (pays) 2009- 2010

Nombre de voyages

1 – Belgique
2 – Pays-Bas
3 – Irlande
4 – Autriche
5 – Suède

D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

- En 2011 la **République tchèque** est sans doute la destination de voyage qui a enregistré la plus forte augmentation par rapport à l'année précédente.
- Au deuxième rang se trouve la **Suède**.
- Jusqu'en 2010 la tendance des voyages de loisirs alliant **la plage et le soleil** à des **curiosités touristiques** était très nette. Ainsi l'Espagne et l'Andalousie, les Baléares et les Canaries, l'Italie en hiver attiraient de plus en plus de touristes polonais, alors que jusqu'en 2010 les Polonais appréciaient beaucoup la Turquie, la Tunisie et l'Egypte. Il n'existe malheureusement pas de chiffres plus récents. Toutefois il est probable que les pays arabes ont perdu passablement de visiteurs polonais en raison de la situation peu sûre.
- Une destination prisée en été est la Croatie pour ceux qui s'y rendent en voiture.
- En **2011, certaines destinations de vacances** ont dû afficher un **repli** par rapport à 2010.
- L'Allemagne avec 18,7%, suivie de la République tchèque avec 10%, les Pays-Bas, l'Autriche et la France avec 6,6% chacun et la Slovaquie avec 5,5% représentent la plus grande part du marché.

1 – Allemagne
2 – République tchèque
3 – Pays-Bas/Autriche/France
4 – Slovaquie
5 – Grande Bretagne/Espagne/Irlande

D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

- En nombre de visiteurs, l'**Allemagne** avec **850'000 touristes** polonais pendant les trois premiers trimestres de 2011, se retrouve en tête, suivie de la République tchèque.
- En 2010 la Suisse avec d'autres nations figurait parmi le **Top 10 des destinations les plus prisées** (150'000 visiteurs), en 2011 par contre elle ne s'y trouvait plus.

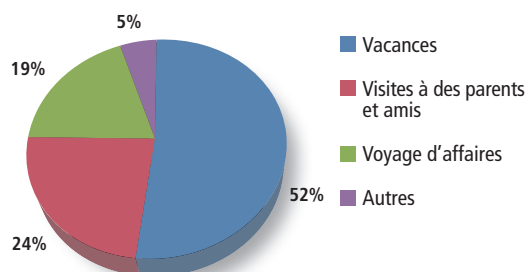
Comportement en matière de voyages

Motifs de vacances et moyens de transport

Plus de la **moitié des Polonais** passent leurs vacances à l'**étranger**, un quart à peine rend visite à des parents et amis. 19% se déplace à l'étranger pour affaires.

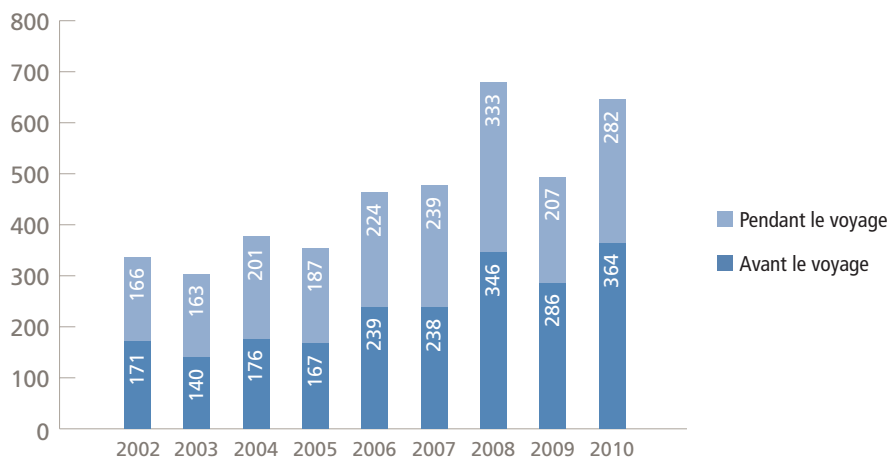
39% des personnes se déplaçant à l'étranger prennent l'**avion**, **39%** la **voiture**, **18%** le **bus**, **2%** le **train**, **1%** le **bateau** et le **1%** restant d'autres moyens de transport.

Motifs de voyages 2010



D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

Dépenses de voyage en euro avant et pendant le voyage 2002-2010



D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

Les **touristes polonais** dépensent de plus en plus pour leurs voyages. En **2008** surtout, mais également en **2010** l'**augmentation a été significative**.

Les touristes polonais dépensent en moyenne **CHF 65 par jour à l'étranger**.

D'après les estimations de Suisse Tourisme il s'agirait même de **CHF 160 en Suisse**.

En **2010**, la totalité des frais pour un voyage à l'étranger s'élevait à **CHF 646** par personne en moyenne.

Comportement en matière de voyages

Canaux de réservation

Les vacances de ski et les séjours à la plage en **hiver** sont réservés de **septembre à novembre**.

Les **vacances d'été en famille** en juillet et août sont retenues de **février à avril**.

Force est de constater que la **tendance des réservations en ligne progresse** également en Pologne.

D'après les tours opérateurs polonais la part des **réservations par internet** représente de **5% à 20%**.

Voici les portails les plus utilisés :

- www.travelplanet.pl
- www.wakacje.pl
- www.traveligo.pl

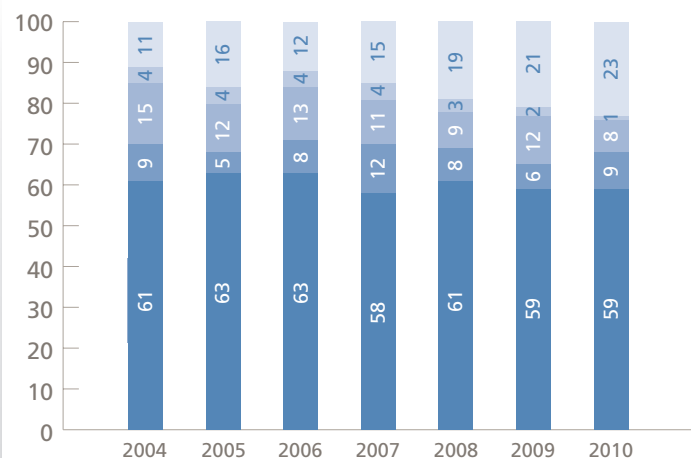
Les tours opérateurs polonais les plus influents

Itaka, Triada, TUI Poland, Rainbow Tours, Neckermann, Alfa Star, Exim Tours, Wezryr Holidays, Oasis Tours, Sun & Fun Holidays sont les tours opérateurs les plus importants en Pologne.

Parmi ces 10 tours opérateurs polonais importants, il n'y en a que 5 qui offrent des arrangements forfaitaires en Suisse. La plupart du temps il s'agit de circuits en bus d'une semaine. Une visite de Zermatt avec nuitée à Täsch est prévue dans le cadre de l'un de ces circuits.

TUI Pologne et Neckermann sont les seuls à offrir des séjours en Valais, et pourtant les hôtels proposés sont essentiellement des 3 à 5 étoiles à Loèche-les-bains, Ovronnaz, Saas-Fee, Saas-Grund, Saas-Balen, Saas-Almagell, Täsch, Zermatt et Veysonnaz. Le voyage aller ne fait pas partie des offres à l'exception des circuits.

L'organisation de voyages à l'étranger 2004-2010 en %



■ Arrangement forfaitaire complet - office de tourisme
 ■ Forfait partiel - autres prestataires (employeurs, syndicats etc.)
 ■ Forfait partiel - office de tourisme
 ■ Indépendant

■ Arrangement forfaitaire complet - autres prestataires (employeurs, syndicats etc.)

D'après l'Institute of Tourism Warsaw (2011)

En 2010, **59%** des Polonais qui sont partis à l'étranger **ont organisé** leur voyage **eux-mêmes** (sans passer par une agence de voyages).

Cette même année **24%** des voyages à l'étranger de touristes polonais ont été organisés par des **agences de voyages établies en Pologne**. La grande majorité des vacanciers a choisi un arrangement forfaitaire.

18% des séjours à l'étranger ont été partiellement (9%) ou complètement (8%) **organisés par les employeurs, les sociétés, etc.**

Potentiel des groupes-cibles

Potentiel des groupes-cibles

Aujourd’hui près de 3.5 millions de Polonais sont des skieurs avertis et le potentiel à exploiter serait d’environ 1 million. Comme de plus en plus de Polonais aisés peuvent et veulent séjourner dans les Alpes en hiver, ce potentiel tend à augmenter. Conformément à la recherche par «Sinus-Milieus»², les futurs visiteurs polonais peuvent se répartir en deux groupes-cibles :

Classe moyenne supérieure	Groupe orienté vers le succès
Top-Manager	Manager et entrepreneurs
Formation académique	Degré de formation élevé
De moins de 50 ans	De moins de 45 ans
Citadin	Plurilingue
Aimant les voyages	DINKs (Double Income No Kids)
Epicurien	Aimant voyager à l'étranger
Plurilingue	Epicurien
Actif (mouvements doux)	Actif (sport)
Ca. 10% de la population	15% de la population

D'après Österreich Werbung (2012a)

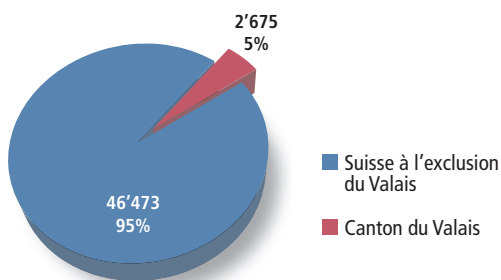


² «Les Sinus-Milieus» associent des caractéristiques démographiques comme la formation, la profession ou les revenus au cadre de vie réel des gens, c'est-à-dire à leur vie quotidienne, leurs conceptions et modes de vie différents.

Statistiques touristiques de référence

Visiteurs polonais en 2011

Arrivées



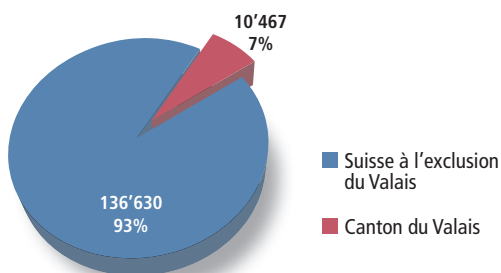
D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

En 2012, 2'675 hôtes polonais ont séjourné en Valais, ce qui représente 5% des arrivées de touristes polonais en Suisse.

Les arrivées et les nuitées des Polonais ont considérablement diminué de l'hiver 2009/10 à l'hiver 2010/11.

En ce qui concerne la durée de séjour, le Valais a profité d'une progression significative de l'été 2008 à l'été 2009. Toutefois en été 2010, cette dernière était à nouveau en régression.

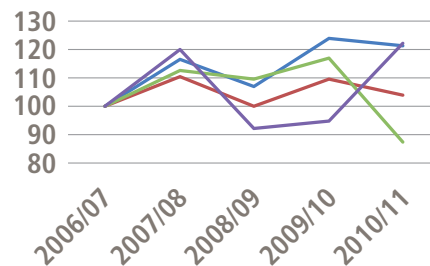
Nuitées



D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

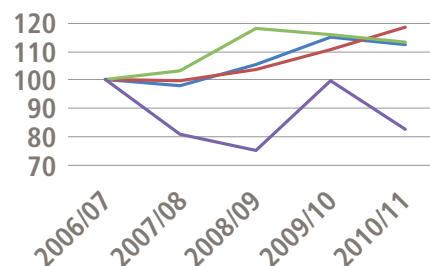
Cette même année, 10'467 hôtes polonais ont logé en Valais, ce qui correspond à 7% de l'ensemble des nuitées en Suisse.

Arrivées en Suisse et en Valais Été et hiver 2006-2011 (indexé)



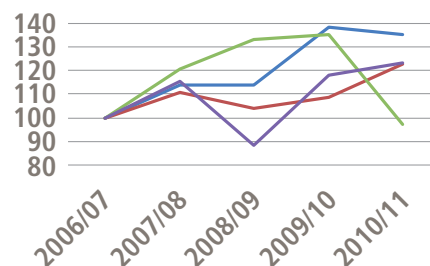
D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

Durée des séjours en Suisse et en Valais (indexé)



D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

Nuitées en Suisse et en Valais Été et hiver 2006-2011 (indexé)



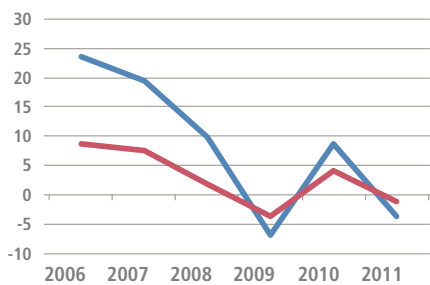
D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

■ Hiver CH
■ Été CH
■ Hiver VS
■ Été VS

Statistiques touristiques de référence

Evolution du taux de croissance 2006-2011 (en %)

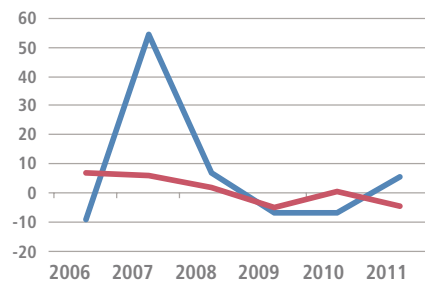
Arrivées dans l'ensemble de la Suisse



D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

Le taux de croissance des arrivées de touristes polonais en Suisse a augmenté de près de 24% en 2006 en comparaison de l'année précédente. Par la suite celui-ci a diminué de façon drastique pour toucher le fond en 2009 (année de crise) et une nouvelle fois en 2011, alors qu'en 2010 le taux de croissance était de près de 9%.

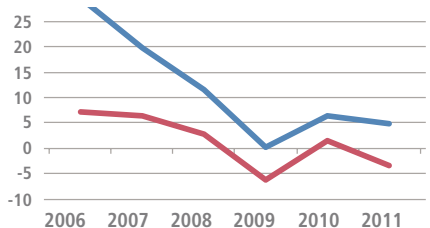
Arrivées en Valais



D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

Curieusement en 2006, ce même taux de croissance des arrivées de touristes polonais en Valais était négatif par rapport à l'année précédente. Il augmenta par contre en 2007 de plus de 50% avant d'atteindre à nouveau un niveau très bas puisque la croissance était négative en 2009 et 2010. Ce n'est qu'en 2011 qu'on observa une légère reprise.

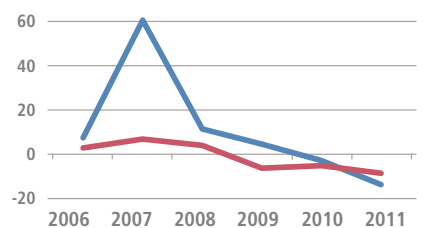
Nuitées en Suisse



D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

Le taux de croissance des nuitées de touristes polonais est très similaire à celui des hôtes des autres pays étrangers. L'empreinte de l'année de crise 2009 est très perceptible.

Nuitées en Valais



D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

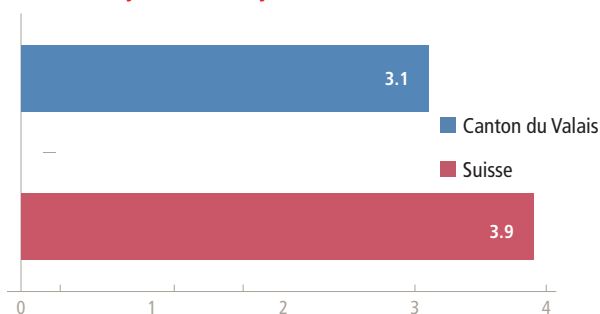
Comme pour les arrivées, le taux de croissance concernant les nuitées de touristes polonais en Valais a fortement progressé en 2007 par rapport à l'année précédente (+60%). Cependant la croissance s'amenuisa par la suite. Il y eut même une croissance négative en 2010 et 2011.

■ Pologne
■ Total des touristes étrangers

Statistiques touristiques de référence

Durée moyenne de séjour des visiteurs polonais en 2011

Durée moyenne de séjour



D'après l'Office fédéral de la statistique (2011)

La durée moyenne de séjour des touristes polonais est légèrement supérieure en Suisse avec 3.9 jours à celle du Valais (3.1 jours). En Valais elle était encore de 4.8 jours en moyenne en 2010 contre 2.8 jours en Suisse.

Répartition saisonnière

Nuitées pendant l'été 2011	
Suisse	80'544 (- 2,2% par rapport à 2009/10)
Valais	7'143 (- 28% par rapport à 2009/10)

Nuitées pendant l'été 2011	
Suisse	71.576 (13,2% par rapport à 2010)
Valais	3.342 (4,7% par rapport à 2010)

D'après l'Office fédéral de la statistique (2006-2011)

Force est de constater qu'en Valais les nuitées ont diminué de 28% en comparaison de 2009/10.

Les destinations les plus prisées des Polonais

Destinations de prédilection en Suisse en 2011 (nuitées)

Top Destinations	2011
Zurich	15'385
Laax	11'918
Genève	8'509
Bâle	7'035
Lausanne	5'389
Zermatt	3'698
Täsch	3'452
Emmen	3'388
Opfikon	3'231
Bettlach	3'202
St. Moritz	3'085

D'après STnet (2011), données de l'Office fédéral de la statistique (2010/11)

Destinations de prédilection en Suisse en hiver 2010/11 (nuitées)

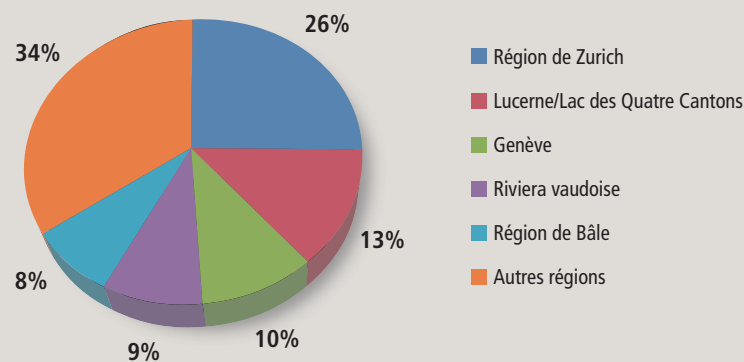
Top Destinations	Hiver 2010/11
Laax	14'125
Zurich	7'063
Genève	4'438
Bâle	3'230
Zermatt	2'764
Davos	2'522
Lauterbrunnen	2'511
Lausanne	2'313
Täsch	2'306
St. Moritz	2'142
Opfikon	1'753
Autres destinations	21'272

D'après STnet (2011), données de l'Office fédéral de la statistique (2010/11)

Statistiques touristiques de référence

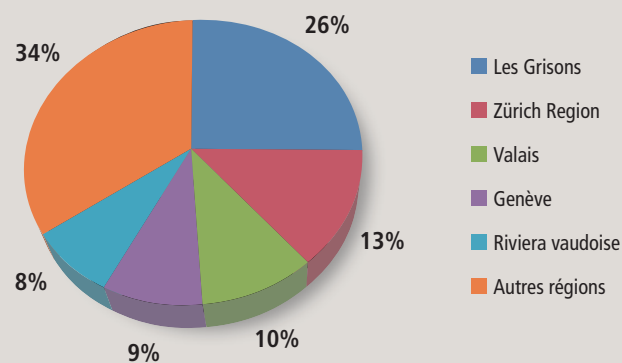
Régions touristiques de prédilection en été et en hiver

Régions favorites en été 2011



D'après STnet (2011), données de l'Office fédéral de la statistique (2010/11)

Régions favorites en hiver 2011



D'après STnet (2011), données de l'Office fédéral de la statistique (2010/11)

Hôtes polonais en Valais

Visiteurs polonais en Valais

Alors qu'en Valais les arrivées de touristes polonais étaient plus ou moins équilibrées en été et en hiver, le Valais enregistre plus de nuitées en hiver et une durée de séjour en hiver nettement plus longue (en moyenne **5,2 nuits** pendant la période 2006/07 – 10/11, en été par contre ce n'étaient que 2,6 nuits pendant la période 2007-2011). En comparaison de la saison d'hiver 2009/10 les nuitées de visiteurs polonais en Valais ont **diminué de 28% pendant la saison d'hiver 2010/11**. Comparée à l'ensemble de la Suisse, le part de marché des visiteurs polonais du canton du Valais s'élève à 5%.

C'est **en été** que les nuitées des touristes polonais augmentent de manière significative en Suisse, un fort **potentiel** donc qu'il s'agit d'exploiter. La situation est très similaire en Valais en été, **tendance à la hausse**.

L'hôte polonais séjourne de préférence dans des **localités moins fréquentées**, souvent à proximité de destinations très connues. Par exemple, **Täsch** se situe sur le plan suisse au septième rang (2011) quant aux nuitées. Si l'on considère l'affinité³ des différents marchés, Täsch, par rapport aux nuitées dans l'ensemble de la Suisse par exemple, atteint avec une valeur d'affinité de 9.8 le 10ème rang. Ceci correspond à une surreprésentation de 880%! Zermatt (affinité 0.7) et Saas-Fee (affinité 0.4) occupent à cet égard les rangs 43 et 48. Par conséquent les Polonais sont sous-représentés quant à la part de marché qu'ils occupent globalement en Suisse.

Cette particularité, c'est-à-dire le fait que les visiteurs polonais choisissent des localités moins fréquentées au point de vue touristique pour y passer la nuit, est également corroborée par le choix de localités telles que Vouvry et Lens en Valais qui se trouvent parmi les 50 destinations hivernales suisses qu'ils préfèrent. Ceci pourrait être en rapport direct avec les divers segments de prix.

Savoir-faire interculturel

Quelle est la mentalité du visiteur polonais?

- Il a de l'assurance, est courtois, sensible et actif.
- Il se sent européen du centre.
- C'est un épicurien.
- Il est très conscient des prix, mais en vacances il dépense volontiers.
- Il est toujours à la recherche d'informations et apprécie les bons conseils.

Qu'est-ce qui est très important pour les Polonais dans le pays hôte?

- Le visiteur polonais préfère les **informations très concrètes** (il est assez sceptique face aux textes de RP)
- Les **offres doivent être claires et faciles à estimer**, car les Polonais désirent calculer le prix des offres entièrement à l'avance.
- Ils accordent une très grande importance à une **adéquation parfaite du produit proposé avec le produit qu'ils vont acheter**.
- Les Polonais voyagent rarement sans leur ordinateur portable. C'est la raison pour laquelle l'**accès internet en WIFI** devrait être gratuit dans les hôtels.
- Les visiteurs polonais adorent la «**Suissitude**», ils achètent de préférence des souvenirs suisses traditionnels : **couteaux de poche, montres, fromage et chocolat**.

³ L'affinité d'un marché déterminé en rapport avec une région/destination touristique définie indique le facteur, dont la part de marché dans cette région/destination (basée sur sa part de marché en Suisse) est sur- respectivement sous-représentée. Par exemple, une affinité de 1.4=40% surreprésente, une affinité de 1.0= la part de marché de la région/ destination correspond à la part de marché dans la Suisse entière, une affinité de 0.8=20% sous-représente.

Hôtes polonais en Valais

Dos et Don'ts dans le contact avec les hôtes polonais (B2C)

Dos

- Dans les contacts avec les visiteurs polonais il est essentiel de leur témoigner l'**estime qui leur est due**.
- L'hôtelier salue et reçoit personnellement les hôtes venus de Pologne, se renseigne sur leur voyage d'arrivée, explique les divers équipements de l'établissement, le chemin vers l'ascenseur et invite les hôtes à un **apéritif de bienvenue**.
- La **lettre de bienvenue** se doit d'être personnelle et rédigée en polonais.
- Il importe d'être **flexible** et de répondre spontanément à leurs désirs.
- Les visiteurs polonais doivent sentir qu'ils sont des **hôtes appréciés**.
- Les touristes polonais aiment les boissons chaudes. Offrez-leur de temps à autre du thé ou un jus d'orange au lieu d'eau avec le repas.
- Les visiteurs polonais apprécient les repas copieux (grandes portions)

Don'ts

- Eviter des allusions qui pourraient blesser leurs **sentiments religieux ou personnels**.
- La **jeune génération est très occidentale** et a été élevée dans le **capitalisme**. Elle a donc peu d'affinité avec des notions telles que « le bloc de l'est » ou « le communisme ».
- Vos hôtes polonais **ne doivent pas avoir l'impression d'être des clients de « deuxième classe »**.

D'après Österreich Werbung (2012a)

Quels sont les obstacles qui empêchent beaucoup de Polonais de venir en Suisse?

Accès / distance

- La **distance entre la Pologne et la Suisse** est trois fois plus grande en moyenne que la distance entre la Pologne et l'Autriche.
- Il **manque des vols directs**⁴ respectivement des compagnies aériennes à bas prix, qui desservent la Suisse depuis les plus grandes villes polonaises.

Prix / Image

- Image de la Suisse: **pays de vacances où tout est cher**
- **Cours du change** peu favorable (CHF/ PLN)

Offres touristiques

- Il manque des **arrangements forfaitaires** bien différenciés englobant par exemple le transport, le skipass, des propositions d'activités estivales ou pour familles, du **bien-être**, la visite de **biens culturels religieux** en Valais.
- L'**offre touristique** suisse est **peu connue** en Pologne.
- Il existe également un **manque de collaboration** entre les agents du tourisme récepteur en Suisse et les tours opérateurs polonais.
- La **concurrence d'autres pays** qui mènent des campagnes publicitaires coûteuses est grande (par exemple l'Allemagne).

Mentalité

- La population locale montre certaines **réticences** face aux touristes venus d'Europe de l'est. Gare aux répercussions négatives sur l'hospitalité.

⁴ Toutefois depuis l'été 2012 Eurotote propose de nouveaux vols avantageux entre Krakovie et Zurich. Il en est de même pour Airberlin, mais avec escale à Berlin.

Hôtes polonais en Valais

Budget marketing de Valais Tourisme pour la Pologne

Le budget marketing de Valais Tourisme pour le marché polonais s'élève actuellement à CHF 50'000 pour une année (juin 2012). Ce montant est investi avec la collaboration de Suisse Tourisme afin d'assurer un effet optimal. La part des dépenses dévolue au marché polonais représente environ 3%5 du budget marketing global.

Bons conseils pour une communication couronnée de succès (B2B & B2C)

- **Utilisation des canaux en ligne**: les plateformes d'information, de réservation et d'évaluation gagnent en importance (61% des Polonais s'informent régulièrement sur internet)
- Utilisation des **plateformes sociales de l'internet**
- **Mailings directs, sms** (B2C)
- **Brochures haute fréquence** comme annexes très efficaces
- **Présence dans les catalogues** des organisateurs de voyages très connus comme Travelplanet.pl, Wakacje.pl, Travelgo.pl, etc.
- Présentation des régions touristiques lors de **foires en Pologne** comme par exemple GLOB (Foire internationale du tourisme, sports et voile), TOUR SALON (Exposition internationale de tourisme), TT (Foire internationale du voyage). Cf. http://www.eventseye.com/messen/polen/cst2_fachmessen_polen_touristik-reisen.html
- **Traduction en polonais** des textes de RP par des professionnels
- La publicité doit être **innovatrice et créative** afin d'attirer l'attention.
- Vente d'authentiques «**Nouvelles**» et des **USP**, car les journalistes ont des connaissances de base.
- Participation à des **conférences de presse**
- Attention à ne pas organiser trop de **voyages de presse**, mais en faire un **événement attirant à caractère unique**
- **Collaboration** avec des **organisations touristiques** nationales et régionales en Suisse (le nombre des visiteurs du site de ST «MySwitzerland» augmente)

Conseils pratiques pour une collaboration à succès avec le secteur du voyage polonais (B2B)

- Une **préparation minutieuse** est payante.
- Soigner ses relations d'affaires constamment sous forme de bulletins d'information - B2B, de **visites d'acquisition** et d'invitations à des voyages d'étude.
- Faire des **prix de manière transparente** et correcte.
- Mise en évidence de la **plus-value** des prestations.
- Ne jamais donner l'impression que les agences de voyages polonaises sont les bouche-trous d'autres marchés.

5 Vous trouverez le dernier plan marketing et des activités de Valais Tourisme pour le marché polonais sous www.valaistourism.net.

Comparaison Suisse - Autriche

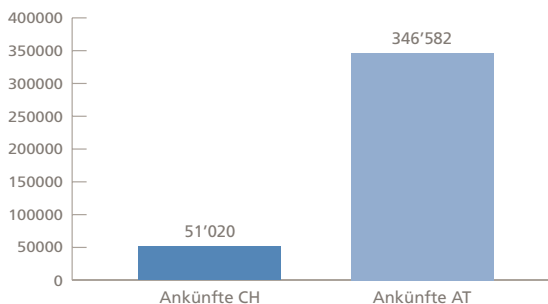
Comparaison des arrivées et des nuitées des visiteurs polonais en Suisse et en Autriche en 2010

Selon les graphiques ci-dessous, il ne fait aucun doute que la Suisse en comparaison de l'Autriche n'a de loin pas assez exploité le marché polonais. Ainsi l'Autriche enregistrait en 2010 346'582 arrivées de touristes polonais, alors qu'ils n'étaient que 51'020 en Suisse. Les différences sont tout aussi considérables pour les nuitées. En Autriche il y en avait près de 1,4 millions en 2010, en Suisse 143'288 seulement.

Comparaison de la durée de séjour moyenne des visiteurs polonais en Suisse et en Autriche en 2010

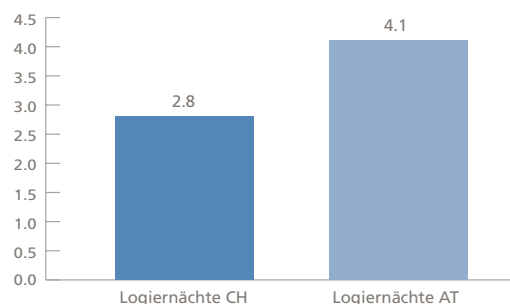
Les touristes polonais séjournent plus longtemps en Autriche qu'en Suisse : en moyenne ils ont passé 4.1 nuitées en Autriche contre 2.8 en Suisse en 2010. Toutefois la durée moyenne de séjour passa à 3.1 pour la Suisse, même à 3,9 nuitées en Valais en 2011.

Vergleich Ankünfte Schweiz-Österreich 2010



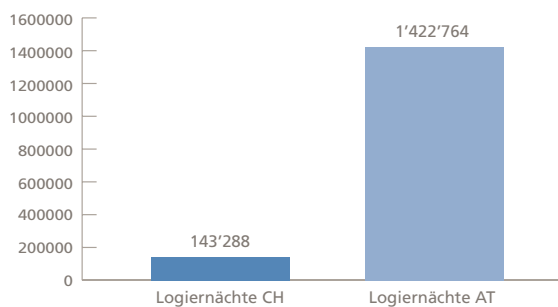
D'après Österreich Werbung (2012a), Office fédéral de la statistique, (2010)

Vergleich Ankünfte Schweiz-Österreich 2010



D'après Österreich Werbung (2012a), Office fédéral de la statistique, (2010)

Vergleich Logiernächte Schweiz-Österreich 2010



D'après Österreich Werbung (2012a), Office fédéral de la statistique, (2010)

Comparaison Suisse - Autriche

Comparaison de prix de deux offres équivalentes en Suisse et en Autriche

Le tableau suivant a pour objet de mettre en évidence la différence de prix d'un séjour hôtelier dans des hôtels de même catégorie en Suisse et en Autriche. Une stratégie de «mystery guest» a été mise en place : un visiteur polonais imaginaire se met à la recherche d'un hôtel de 3 et 4 étoiles pour ses vacances d'été 2012 et d'hiver 2012/2013 sur des portails internet polonais connus. Ce stratagème nous a permis d'effectuer une comparaison de prix entre des offres en Autriche et en Suisse. Les différences de prix sont grandes, ce qui était toutefois partiellement dû à la cherté du franc suisse.

Suisse		Autriche		
D'après l'étude de Hanser und Partner (Kuster et. al., 2009) de l'année 2009, les offres d'hôtels suisses sont en moyenne de 20 à 30% plus chères ⁶ que celles des Autrichiens (prix de 2008/09).				
Comparaison de prix pour un séjour dans un hôtel 4 étoiles en été 2012 (prix pour une personne pendant la semaine du 15-22.07.2012, moyen de transport privé)				
Loèche-les-Bains Hôtel Lindner & Alpen-therme petit-déjeuner inclus	4050 PLN/ CHF 1'157 (cours du change 3.5 PLN)	Seefeld Hôtel: Aktiv&Spa Resort Alpenpark DP	2777 PLN/ CHF 793 (cours du change 3.5 PLN)	Différence de prix: 31%
Comparaison de prix pour un séjour dans un hôtel 3 étoiles en été 2012				
Saas Almagell Hôtel : Olympia petit-déjeuner inclus	2301 PLN/ CHF 657	Zell am See Hôtel: Seestrand DP	1350 PLN/ CHF 385	Différence de prix: 41%
Comparaison de prix pour un séjour dans un hôtel 4 étoiles en hiver 2012 (prix pour une personne pendant la semaine du 12-19.01.2013, moyen de transport privé)				
Zermatt Hotel Hôtel Ambassador DP	3988 PLN/ CHF 1'140	Kaprun Hôtel Tauernhof DP	2562 PLN/ CHF 732	Différence de prix: 36%
Comparaison de prix pour un séjour dans un hôtel 3 étoiles en hiver 2012				
Veysonnaz Hôtel Chalet Royal HP	2263 PLN/ CHF 646	Zillertal Hôtel Bergland HP	1368 PLN/ CHF 390	Différence de prix: 40%

D'après les portails internet Wakacje, Last Minute, Tui et Neckermann

⁶ Suite à une perte de valeur de l'euro face au franc suisse de près de 20%, les différences de prix ont sensiblement progressé depuis l'été 2009. Il faut y ajouter le fait que pendant les deux dernières années (2010/11) le CHF a été réévalué face au PLN de 25%.

Synthèse

Vaut-il réellement la peine d'investir dans le marché polonais?



- **L'évolution des nuitées** ces dernières années est très positif dans l'ensemble de la Suisse, l'on s'attend même à une **croissance jusqu'en 2016**.
- **Grand potentiel** du marché en raison du PIB croissant rapidement et d'un grand nombre de visiteurs jeunes venant en partie pour la première fois
- Presque **30%** des touristes polonais visitent la Suisse pendant la **basse saison**.
- La **classe moyenne** et **moyenne supérieure** progresse fortement: toujours plus de Polonais peuvent se permettre de partir à l'étranger.
- **3.5 millions de Polonais** s'adonnent aux sports d'hiver.



- **Distance** relativement **grande**/accessibilité moyenne de la Suisse pour les visiteurs polonais
- **Manque partiel de vols directs**/d'offres de compagnies à bas prix
- **Trop peu d'arrangements forfaitaires**
- **Faible notoriété** de l'offre touristique suisse
- **Manque de collaboration** entre les **agents du tourisme récepteur** suisses et les **tours opérateurs** polonais
- Concurrence des autres pays



- La Pologne est (jusqu'à présent) plutôt un **petit marché**.
- **Diminution de la population** depuis 1996 environ
- La Suisse est **considérée** par les Polonais comme **encore plus chère** que par les autres touristes.

Adresses utiles

Suisse Tourisme et représentation en Pologne

Suisse Tourisme

c/o Ambassade suisse
Aleje Ujazdowskie 27
PL-00-540 Warschau
Pologne

Contact Adriana Czapryn
Market Manager Poland

Tél. 0048 22 628 04 81 (après l'annonce enregistrée de bienvenue, faites le 26 pour atteindre directement Madame Frau Adriana Czapryn)
Fax 0048 22 621 05 48

adriana.czupryn@switzerland.com
adriana.czupryn@eda.admin.ch

Valais Tourisme et contact pour le marché polonais

Valais Tourisme

Maison du Valais
6, Rue Pré-Fleuri
CH-1950 Sion

Contact Daphnée Germanier
Markets Eastern
Europe & Nordics, Webteam

Tél. 0041 27 327 35 70
Fax 0041 27 327 35 71
daphnee.germanier@valais.ch

Tour opérateurs polonais importants

Hiver/loisirs

Piotr Gałuszka (Besitzer)
Sport Centrum
Piastowska 10
43-300 Bielsko-Biała

Tél. 0048 33 811 97 77
Fax 0048 33 819 31 31

s-c@sportcentrum.pl
www.sportcentrum.in.com.pl

Dariusz Stanisław (Propriétaire)
Otium Polska
Rynek Główny 30
31-010 Kraków

Tél. 0048 12 422 28 47
Fax 0048 12 425 41 30

s.dar@otium.pl
www.otium.pl

Leszek Janas (Propriétaire)
infoski
K. Miarki 6a
42-700 Lubliniec

info@infoski.pl
www.infoski.pl

Michał Rembiewski (Propriétaire)
Zero Gravity
Al. Jana Rosola 50a
02-786 Warszawa

Tél. 0048 226 482 9 30
m.rembiewski@zerogravity.pl

Tomaz Woźny (Product Manager)
Air Tours Cracow
Al. Focha 1
30-111 Kraków

Tél. 0048 12 421 53 22
Fax 0048 12 421 94 91

ms@747.pl
www.airtours.cracow.pl

Stanisław Radek (Propriétaire)
Active Travel
Graniczna 4 lok. 5
00-130 Warszawa

Tél. 0048 22 622 61 13
Fax 0048 12 425 41 30

biuro@atavel.pl
www.atavel.pl

Adresses utiles

Jarosław Hulboj (MICE & Leisure Travel Department Manager)

AIR CLUB Travel Center
Senatorska 28
00-950 Warszawa

Tél. 0048 22 829 95 83
Fax 0048 505 171 555

jaroslaw.hulboj@airclub.pl

Barbara Szwargolińska (Directrice)

Konwiktorska 9/10
00-206 Warszawa

Tél. 0048 22 831 47 14
Fax 0048 22 831 47 14

barbara@medianet.pl

Aleksander Szymerski (Präsident)

Delta Tour
Czerska 18
00-732 Warszawa

Tél. 0048 22 851 67 05
Fax 0048 22 851 67 04

aleksander@delta-tour.pl

Krzysztof Mietlicki (Managing Director)

Gift
Wąwozowa 18
02-796 Warszawa

Tél. 0048 22 859 90 00
Fax 0048 22 859 90 90

travel@gift.pl, gift@gift.pl
www.gift.pl

Elżbieta Grykałowska (Directrice)

HOLIDAY TRAVEL
Nowowiejska 10
00-653 Warszawa

Tél. 0048 22 825 95 01
Fax 0048 22 825 91 52

elzbieta@holidaytravel.pl
www.holidaytravel.pl

Dariusz Kędziora (General Manager)

Moje Wakacje
Zgoda 5
00-018 Warszawa

Tél. 0048 22 828 36 35
Fax 0048 22 826 37 68

biuro@mojewakacje.pl
www.mojewakacje.com.pl

Maciej Madej (Product Manager)

NECKERMANN POLSKA
Dubois 9
00-182 Warszawa

Tél. 0048 22 635 06 18
Fax 0048 22 635 96 94

maciej.madej@neckermann.pl
www.neckermann.pl

Marcin Sado (Sales & Marketing Director)

OPAL TRAVEL
Karmelicka 19
00-168 Warszawa

Tél. 0048 22 636 93 99
0048 22 636 94 32

Fax 0048 22 831 59 34

marketing@opaltravel.com.pl
marcinsado@opaltravel.com.pl
www.opaltravel.com.pl

Jan Węgleński (Directeur)

SIGMA TRAVEL
Marszałkowska 140
00-061 Warszawa

Tél. 0048 22 828 80 90
0048 22 828 80 98
Fax 0048 22 828 66 79

jan_weg@sigma-travel.com.pl
www.sigma-travel.com.pl

Mateusz Maszkiewicz (Product Manager)

TUI POLSKA
Wołoska 9A
02-583 Warszawa

Tél. 0048 22 606 06 57
Fax 0048 22 606 06 61

Mateusz.Maszkiewicz@tui.de
www.tui.pl

Informations d'arrière-plan et contacts

L'objectif de la présente étude permet de fournir à toutes les personnes occupées dans le secteur touristique une vue d'ensemble de la situation actuelle du marché polonais dans le tourisme suisse et valaisan. D'une part c'est la méthode statistique-secondaire qui a été choisie, où les données déjà existantes ont été exploitées et résumées; d'autre part la brochure de Bruno Huggler, vice-directeur et responsable du Marketing- clients, Valais Tourisme, contenant des informations proches de la pratique et de Madame Frau Adriana Czupryn, la Market Manager en Pologne pour Suisse Tourisme, a été complétée.

Le comportement des visiteurs polonais en matière de voyages est présenté de manière détaillée dans ce document. Des graphiques riches en informations confrontent l'évolution des arrivées et des nuitées des visiteurs polonais en Suisse et en Valais. En outre l'on aborde également les motifs de voyage, les moyens de transport et le comportement en matière de réservation. Grâce aux informations de l'Office fédéral de la statistique et de Suisse Tourisme, nous avons pu déterminer les destinations et régions suisses et valaisannes les plus prisées.

Cette étude a été réalisée par
Sandra Bürcher, Katarzyna Klimek, Patrick Kuonen et Marc Schnyder.

Indication: il faut tenir compte des différentes méthodes d'enquête des pays en jeu, en particulier lors de la comparaison des arrivées. Ainsi la Pologne compte par exemple ses visiteurs à la frontière déjà (TF: International tourist arrivals at frontiers (excluding same-day visitors), la Suisse compte les siens dans les hôtels ou autres formes d'hébergement (THS: International tourist arrivals at hotels and similar establishments), L'Autriche et l'Allemagne se réfèrent à tous les types d'hébergement pour le calcul des arrivées (TCE: International tourist arrivals at collective tourism establishments).

Bibliographie

Sources

Ce qu'il faut savoir

- Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook (2012). Verfügbar unter: www.cia.gov
- Institute of Tourism Warsaw (2011). Verfügbar unter: www.intur.com.pl/itenglish
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012a)
- Schweiz Tourismus, Research Report Poland, Czech Republic, Hungary: Market Analysis & Insights (2012)
- Schweiz Tourismus, STnet, Tourism Monitor Switzerland, filtered by market of origin Poland (2011)
- Schweiz Tourismus, STnet Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland (2010)
- Schweiz Tourismus, STnet Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland (2008)

Caractéristiques clés

- Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook (2012). Verfügbar unter: www.cia.gov
- International Monetary Fund, World Economic Outlook Databases (2012). Verfügbar unter: www.imf.org
- Wikipedia, Polen. Verfügbar unter: www.de.wikipedia.org/wiki/Polen

Comportement en matière de voyages

- Brown M., A Portrait of the Affluent in Poland (2012). Verfügbar unter: www.marketresearchworld.net
- Institute of Tourism Warsaw (2011). Verfügbar unter: www.intur.com.pl/itenglish
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012 a)
- Österreich Werbung, Präsentation Markt Polen Warszawa (2012 b). Verfügbar unter: www.slideshare.net/oew/der-markt-polen-2012
- Schweiz Tourismus, STnet: Tourism Monitor Switzerland, filtered by market of origin Poland (2011)

Potentiel des groupes-cibles

- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012a)
- Österreich Werbung, Präsentation Markt Polen Warszawa (2012 b). Verfügbar unter: www.slideshare.net/oew/der-markt-polen-2012
- Sinus, Sinus-Milieus. Verfügbar unter: www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html

Statistiques touristiques de référence

- Bundesamt für Statistik (BFS), Hotelstatistik (HESTA), Hotels und Kurbetriebe: Gäste nach Herkunftsland und Kanton (2006-2011). Verfügbar unter: www.bfs.admin.ch
- Schweiz Tourismus (STnet), Marktforschung: Market analysis based on Swiss accommodation statistics Poland (2011)

Hôtes polonais en Suisse

- Huggler B., Wallis Tourismus, Vizedirektor und Leiter Gästemarketing, Schriftliche Auskunft zum Marketing (Juni 2012)
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012a)
- Schweiz Tourismus, Research Report Poland, Czech Republic, Hungary: Market Analysis & Insights (2012)
- Schweiz Tourismus, STnet, Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland, 2010 (2010)
- Schweiz Tourismus, STnet, Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland (2008)
- Universität St. Gallen, Medienmitteilung: Polen schätzt „Swissness“ (2012)

Bibliographie

Comparaison Suisse - Autriche

- Bundesamt für Statistik (BFS), Hotelstatistik (HESTA), Hotels und Kurbetriebe: Gäste nach Herkunftsland und Kanton (2006-2011). Verfügbar unter: www.bfs.admin.ch
- Kuster J., Plaz P., Hug-Sutter M., Rütimann M., Hotels im Preiswettbewerb, Analyse der Kosten und Preise der Schweizer Hotellerie im internationalen Vergleich. BHP – Hanser und Partner AG (2009)
- Onlineportale Lastminute, Neckermann, Tui, Wakacje. Verfügbar unter: www.lastminute.pl, www.tui.pl, www.wakacje.pl
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012a)

Adresses utiles

- Czupryn A., Schweiz Tourismus. Market Manager Poland. Schriftliche Auskunft zu polnischen Tour Operators und Agenda (Juni 2012)

Répertoire des images

Photo de couverture

- <http://fotopolska.pot.gov.pl>



Impressum

Editeur

Observatoire Valaisan du Tourisme

Institut de Tourisme

Technopôle 3
3960 Sierre

T +41 27 606 90 01
F +41 27 606 73 56