



França

Brief

**Mercats emissors
de turisme**

novembre 2015

França

Descripció general del mercat



França és la 5a potència econòmica mundial, amb una economia orientada als serveis, que ocupen el 70% de la població activa. És el primer país productor agrícola de la Unió Europea i el primer país productor mundial de vins i begudes espirituoses.

França es manté des de fa 25 anys com la primera destinació turística mundial pel que fa al nombre de turistes, amb 83,8 milions de turistes el 2014, i en quarta posició pel que fa a la despesa, darrere dels EUA, Espanya i la Xina. El sector turístic, pol d'excel·lència, representa més del 7% del PIB i genera 2 milions de llocs de treball.

El PIB ha augmentat un 0,6% durant el primer trimestre de 2015, i l'atur se situa entorn del 10,6%.

Amb més de 66 milions d'habitants, només un 25% dels francesos viatja a l'estranger i Catalunya és la destinació internacional preferida, amb més de 4,8 milions de turistes.

Catalunya concentra gairebé la meitat de tots els turistes francesos que viatgen a l'Estat espanyol (43,4%).

En termes absoluts, França és el mercat que durant el 2015 ha contribuït més al creixement del turisme estranger a Catalunya, amb un increment de l'afluència de l'11,5% (gener-juliol 2015). L'afluència francesa representa el 28,2% del total dels turistes internacionals que rep Catalunya. El volum de despesa generada s'ha incrementat un 6,2% (gener-juliol 2015). El 83,5% de la despesa francesa es fa directament en destí, no en origen. La despesa francesa representa el 16,4% de la despesa turística global de Catalunya.

Des del 2014, el nombre de visitants francesos a Catalunya supera el nombre de visitants de la resta de l'Estat espanyol. Per tant, el mercat francès s'erigeix com el primer mercat emissor per a Catalunya.

Canals de reserva



Un 33,7% dels francesos que marxen de vacances a Catalunya utilitzen Internet per preparar la seva estada i un 48,4% no utilitzen Internet. Dels francesos que preparen l'estada per Internet, un 30,4% fan la reserva *on-line*.

Canals *on-line*

33,7%



Canals *off-line*

48,4%



Font: Observatori d'Empresa i Ocupació a partir de les dades d'Egatur de Turespaña

Estructura del mercat



El mercat francès és un mercat poc intermediat pel que fa a Catalunya a causa de la proximitat geogràfica. Només el 2,7% dels francesos que ens visiten han contractat un paquet turístic (dades agost 2014-juliol 2015). Es constata un increment de la quota de mercat de les agències *on-line* en detriment de les agències tradicionals, que pateixen una crisi global en l'estructura i la liquiditat.

Hi ha un ventall particular d'intermediaris en el mercat francès que és bo conèixer: són els comitès d'empresa, les mútues, els hipermercats, les associacions i els *coffrets cadeaux*.

La modalitat de pagament de serveis turístics *chèques-vacances* s'ha internacionalitzat des del 2014. A partir del 2015, l'ANCV (Agence National pour les Chèques-Vacances) ha posat també en funcionament l'*e-chèque* (pagament per Internet).

Transports



El juny de 2015 hi havia 269 vols la setmana de França a Catalunya. L'aeroport del Prat en concentra la majoria. Les companyies operadores entre França i Catalunya són Transavia, Easyjet, Air France, Vueling i Ryanair.

Les previsions futures són bones ateses les connexions amb TGV, que apopen 16 ciutats franceses a 4 ciutats catalanes (Figueres, Girona, Barcelona i Tarragona).

Els francesos que vénen a Catalunya utilitzen (dades agost 2014-juliol 2015) el vehicle (71,3%), l'avió (21%) o altres modalitats de transport (vehicle pesant, vaixell i tren: 7,7%).

Productes



Entre els francesos, les principals motivacions per venir a Catalunya són els recursos culturals, la bona gastronomia i les visites a familiars i amics. Els francesos són també cada cop més sensibles als productes sostenibles.

Els mitjans de comunicació tradicionals i *on-line* són els grans prescriptors i creadors d'opinió per als consumidors. Es tracta d'un mercat molt segmentat, en què els turistes fan servir Internet com a primera font per a la preparació del viatge.

Comportament de la demanda



L'altra gran font són les guies turístiques, que es publiquen en cinc grans editorials:

- Routard
- Petit Futé
- Michelin Cartes & Guides
- Lonely Planet
- Cartoville

També tenen molt de pes les *hors-séries* (edicions especials de les revistes), que tenen una vida de tres o quatre anys dins d'una llar francesa.

A França, d'un total de 66 milions d'habitants, 55,4 milions són internautes (84%) i 30 milions són usuaris de les xarxes socials (45%).

En un mercat de 55,4 milions d'internautes, els canals *on-line* de venda i comercialització tenen una forta presència. Per viatjar a Catalunya, un 33,7% preparen la seva estada per Internet.

Els internautes francesos passen una mitjana de 3 h 53 min al dia a Internet des d'un ordinador i 1 h 17 min des del mòbil. Estan presents a les xarxes socials durant 2 hores cada dia i miren la televisió durant 3 hores.

De manera progressiva, el segment de població de més de 50 anys està més sensibilitzat pel que fa a les noves tecnologies.

Principals grups de webs d'informació turística:

- Els webs de caràcter editorial: Routard, Petit Futé i Lonely Planet.
- Els comparadors: Momondo, Kayak, SkyScanner, Hipmunk, Google Flights, Liligo, Jetcost, Easyvols, Rogo i Rome2Rio.
- Els webs d'opinió: TripAdvisor i Zoover.
- Les comunitats o xarxes socials: FaceBook, Google+ i Twitter.

Les 10 plataformes turístiques de venda *on-line* (dades gener-març 2015):

- Voyages-sncf.com (6,7 M visites/mes)
- Booking.com (4,8 M visites/mes)
- Air France (2,3 M visites/mes)
- Vente-privée Voyages (1,7 M visites/mes)
- Blablacar (1,7 M visites/mes)
- Opodo (1,4 M visites/mes)
- EDreams (1,4 M visites/mes)
- Easyjet (1,4 M visites/mes)
- Voyage Privé (1,3 M visites/mes)
- Expedia (1,2 M visites/mes)

Cal remarcar el gran augment i potencial de les aplicacions turístiques per a mòbils.

Entre gener i març de 2015, un de cada quatre internautes ha consultat, cada mes, un d'aquests portals de turisme *on-line*. En total, 13,2 M de persones.

En qüestió d'e-turisme, durant el 2014 les vendes globals per Internet van arribar als 18,3 mil milions d'euros.

Dels francesos que han visitat Catalunya, un 35,8% ha utilitzat Internet per preparar la seva estada, dels quals (dades juliol 2014-juny 2015):

- Un 32% hi ha buscat informació.
- Un 32,2% hi ha fet la reserva.
- Un 25,4% hi ha realitzat el pagament de la reserva.

Els francesos escullen la destinació que freqüenten habitualment o bé una destinació que els hagin recomanat familiars i amics. El clima i la descoberta també són factors que els motiven a l'hora de triar una destinació.

Les fonts d'inspiració poden ser les següents: una oferta o publicitat a Internet o en un catàleg (*France Loisirs, Gîtes de France*, etc), la proposta d'un comitè d'empresa, emissions de televisió, la celebració d'un esdeveniment concret a la destinació, etc.

El 70% de famílies franceses prepara el seu viatge a través d'Internet i el 55% reserva també per web. El 60% prepara els viatges amb més de 30 dies d'antelació; només un 31% els prepara amb menys de 15 dies d'antelació. La intermediació pel que fa a l'organització dels viatges a Catalunya és molt feble.

Els criteris més valorats per les famílies franceses a l'hora d'escollir la destinació són, per ordre:

- El pressupost consagrat a l'estada, el clima.
- La diversitat de possibilitats.
- La descoberta i els paisatges.
- La qualitat dels allotjaments.
- Les activitats vinculades.
- El *far niente*.
- Les condicions de seguretat.
- L'ambient festiu.
- L'acollida dels habitants i dels professionals.
- La durada del trajecte.
- El patrimoni i les visites culturals.
- La gastronomia/enologia, etc.

Els turistes francesos representen el 17,4% de l'ocupació dels establiments hotelers catalans.

El mapa escolar divideix el territori francès en tres grans territoris, on conviuen cinc períodes de vacances diferents, inclosos l'estiu i el Nadal. Les vacances escolars s'aprofiten per fer escapades familiars en dates fora de les habituals (estiu, Nadal i Setmana Santa). A més, cal afegir-hi les vacances de Nadal (dues setmanes) i d'estiu (juliol-agost).



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme