

Mercats emissors de turisme

A group of skydivers in various colored suits (red, blue, green, white) are in formation against a clear blue sky. They are holding hands and appear to be in a dynamic pose, possibly performing a stunt or a team maneuver.

França

Agència Catalana de Turisme
Novembre de 2014

1. Descripció general del mercat

França es manté com la primera destinació turística mundial pel que fa al nombre de turistes, amb 84.7 milions de turistes al 2013, i en tercera posició pel que fa a la despesa. El sector turístic, pol d'excel·lència, representa més del 7% del PIB.

Durant el primer semestre de 2014 el PIB global de França s'ha mantingut estable amb un creixement del 0%. La demanda interior comença a augmentar molt lleugerament, seguida d'un augment del 0,5% del poder adquisitiu de les llars. Pel que fa a l'atur aquesta es quasi estable al 10,2%

Des del gener de 2014, hi ha hagut un augment de l'IVA de l'hoteleria (del 7% al 10%) i dels transports de viatgers (del 5% al 7%).

Més de 4,1 milions de turistes francesos viatjaran a Catalunya durant l'any 2014. El mercat emissor francès representa aproximadament el 27% dels turistes estrangers i significa el 16% de la despesa turística global de Catalunya. Catalunya concentra gairebé la meitat de tots els turistes francesos que viatgen a l'Estat espanyol (40%).

2. Estructura del mercat

El mercat francès és un mercat poc intermediat respecte a Catalunya a causa de la proximitat geogràfica. Només el 4.4% dels francesos que ens visiten van contractar un paquet turístic (Dades Setembre 2013 - Agost 2014). Es constata un increment de la quota de mercat de les agències online en detriment de les agències tradicionals, que pateixen una crisi global en l'estructura i la liquiditat.

Hi ha un ventall peculiar d'intermediaris en el mercat francès: comitès d'empresa, mútues, hipermercats, associacions i coffrets cadeaux.

Transports

L'aeroport del Prat concentra la totalitat dels vols (255 vols a la setmana – Dades Novembre 2014). Les previsions futures són bones, ateses les noves connexions amb TGV, que apopen 13 ciutats franceses a 3 4 ciutats catalanes (Figueres, Girona, Barcelona i Tarragona). La SNCF preveu transportar un milió de passatgers en aquestes línies.

Els francesos que vénen a Catalunya arriben amb (dades Gener – Setembre 2014):

Avió, un 20,7%, carretera, un 76,7%, tren, un 3%, vaixell, un 0.3%

Productes

El turista francès busca un turisme d'escapada, per desconnectar de la vida quotidiana i gaudir tant de la platja com de la natura. També són grans consumidors de productes culturals.

Els mitjans de comunicació tradicionals i online 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 preparar un viatge. L'altra gran font són les guies turístiques, que es publiquen a cinc grans editorials:

- Hachette Tourisme
- Michelin Cartes & Guides
- Lonely Planet
- Gallimard
- Petit Futé

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.

D'un total de 66 milions d'habitants, quasi un 83% són internautes, un 42% estan inscrits al Facebook. Un 68% dels internautes estan presents a les Xarxes Socials, destinant-hi cada dia una mitjana de 1h29min.

En un mercat de 43.2 milions d'internautes, els canals online de venda i comercialització tenen una forta presència. 27 milions de mòbilnautes i 11,2 milions d'utilitzadors de tablets, amb una mitjana de 6.5 pantalles per llar. De forma progressiva el segment de població de més de 50 anys està més sensibilitzat amb les noves tecnologies. Els principals grups de webs d'informació turística són:

Webs de caràcter editorial: Routard, Petit Futé i Lonely Planet.

Els comparadors: Liligo, Kayac, Google Flights, Kelkoo i Illico Travel

Les webs d'opinió: Tripadvisor i Zoover.

Les comunitats o xarxes socials: Facebook, Twitter, Easyvoyage.

Top 5 agències de viatge online visitades a França durant el 2013: Voyages-sncf.com (1.5M visites per mes), Booking.com (1.13M), TripAdvisor (1,06M), Routard.com (518.000) i lastminute.com (365.000)

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

3. Comportament de la demanda

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

Podem dir que durant el període octubre 2013 – setembre 2014 es van allotjar:

- Un 51,1% en hotels o similars
- Un 27,3% en habitatge gratuït (propietat, amics)
- Un 12,2% en habitatge llogat

- Un 9,5% en altres allotjaments (càmping, caravana, casa rural).

El mapa escolar divideix el territori francès en tres grans territoris i hi conviuen cinc períodes de vacances diferents incloent l'estiu i el Nadal. Les vacances escolars són emprades 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).

França té 42.2 milions d'internautes força actius en canals de reserva i compra online