

FRANCUSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2021.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Uvodna napomena:

Pojavom pandemije bolesti COVID-19 tijekom prvog kvartala 2020. na globalnoj je razini došlo do iznimno snažnog poremećaja svih sfera društvenog i gospodarskog života te je turizam, u svim svojim pojavnim oblicima jedna od najsnažnije pogođenih djelatnosti, s neizujesnim kratkoročnim i srednjoročnim perspektivama oporavka.

U takvom kontekstu, 2020. (vrlo vjerojatno i nekoliko narednih godina) donosi potpuni odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenitu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta u ovoj je godini promijenjen i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na ranija izdanja redefinirana određena tematska poglavlja.

Političko uređenje

Francuska je parlamentarna republika – aktualni ustav datira od 4. listopada 1958.

Izvršna vlast

Predsjednik Emmanuel Macron, izabran 14. svibnja 2017. na pet godina.

Premijer

Jean Castex, od 3. srpnja 2020.

Zakonodavna vlast: Dvodomni parlament:

- Nacionalna skupština: 577 izabranih članova
- Senat: 330 članova (izabrani na šest godina)

Površina: 672.369 km².

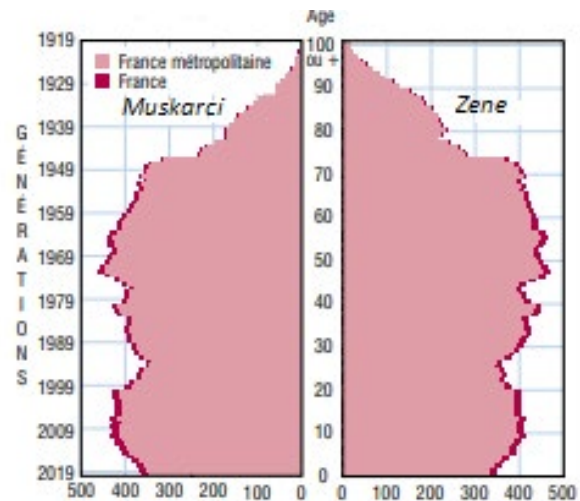
Najveći gradovi

10 najvećih francuskih gradova prema broju stanovnika (bez okolice) prema podacima INSEE:

- Paris: 2.187.526
- Marseille – 863.310 stanovnika
- Lyon – 516.092 stanovnika
- Toulouse – 479.553 stanovnika
- Nice – 340.017 stanovnika
- Nantes – 309.346 stanovnika
- Montpellier – 285.121 stanovnika
- Strasbourg – 280.966 stanovnika
- Bordeaux – 254.436 stanovnika
- Lille – 232.787 stanovnika

Stanovništvo

Dobna piramida 1. sječnja 2020



Izvor: Insee

OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

U 2020., Francuska je šesta svjetska ekonomska velesila prema statistikama Svjetske banke i FMI-a, nakon SAD-a, Kine, Japana, Njemačke i Indije, ali ispred Velike Britanije. Među europskim zemljama, Francuska se pozicionirala kao druga europska ekonomska velesila, odmah nakon Njemačke, te kao prva europska zemlja na planu agrikulture (Francuska proizvodi 1/3 žitarica, vina, mlijeka i mesa u EU, te izvozi 60 % proizvoda u zemlje članice EU-a).

Temeljne industrije: proizvodnja strojeva/opreme, kemijska, automobilska, aeronautika, brodogradnja, elektronska, tekstilna, prehrambena, turizam.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

Prema podacima Državnog instituta za statistike i ekonomske studije (INSEE), Francuska bilježi značajan pad BDP-a u drugom tromjesečju 2020. (13,8 %), nakon što je u prvom tromjesečju zabilježen pad BDP-a od 5,9 %. Negativna evolucija BDP-a vezana je uz epidemiju Covid-19 i karantenu od sredine ožujka do početka svibnja, koja je zaustavila ekonomski rast. Nakon ponovnog pokretanja ekonomskih aktivnosti, zabilježena su poboljšanja u trećem tromjesečju 2020. (+16 %), međutim INSEE predviđa za 2020. ukupan pad BDP-a od 9 %. Francuska vlada predviđa ukupan pad BDP-a za 2020. od 10 %, te porast BDP-a od 8 % u 2021.

Grafikon 1: Evolucija BDP-a od prvog tromjesečja 2014. do prvog tromjesečja 2020.

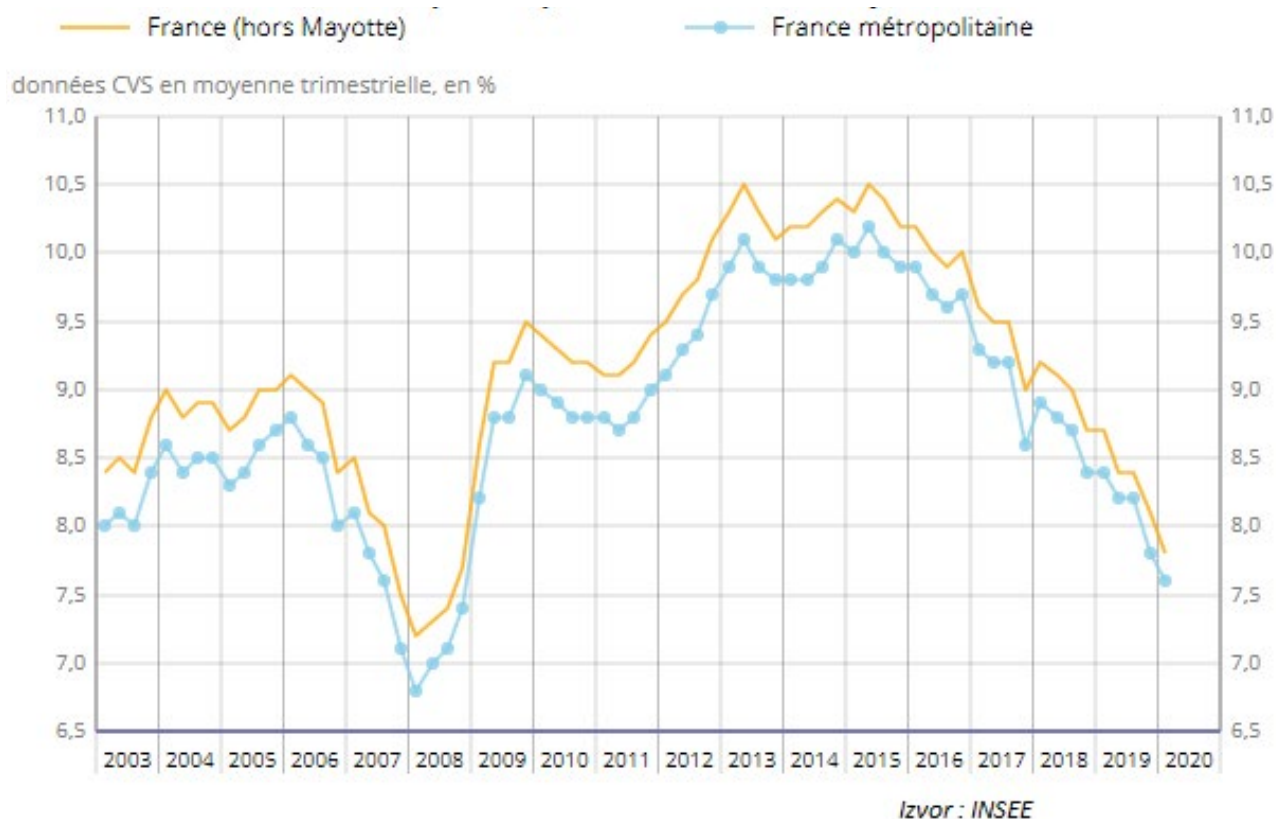


© Statista 2020

Postotak nezaposlenosti u 2019., aktualno stanje u 2020. i procjena trenda

INSEE predviđa porast stope nezaposlenosti od 9,7 % do kraja 2020., što predstavlja porast od 2,6 postotna boda u odnosu na sredinu godine te porast od 1,6 postotna boda u odnosu na 2019. godinu.

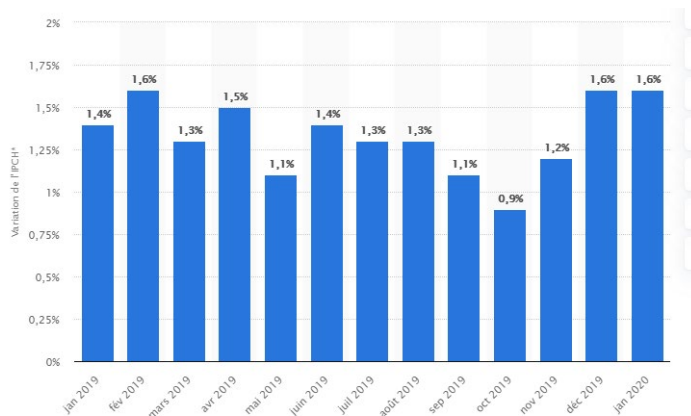
Grafikon 2: Stopa nezaposlenosti u Francuskoj od 2003. do 2020. godine



Prosječna plaća: 2.312 € neto, odnosno 3.058 € bruto.

Stopa inflacije: U rujnu 2020. zabilježen je porast godišnje stope inflacije od 0,5 %.

Grafikon 3: Mjesečne vrijednosti stope inflacije od siječnja 2019. do siječnja 2020.



Tablica 1: Stopa inflacije u 2020. godini

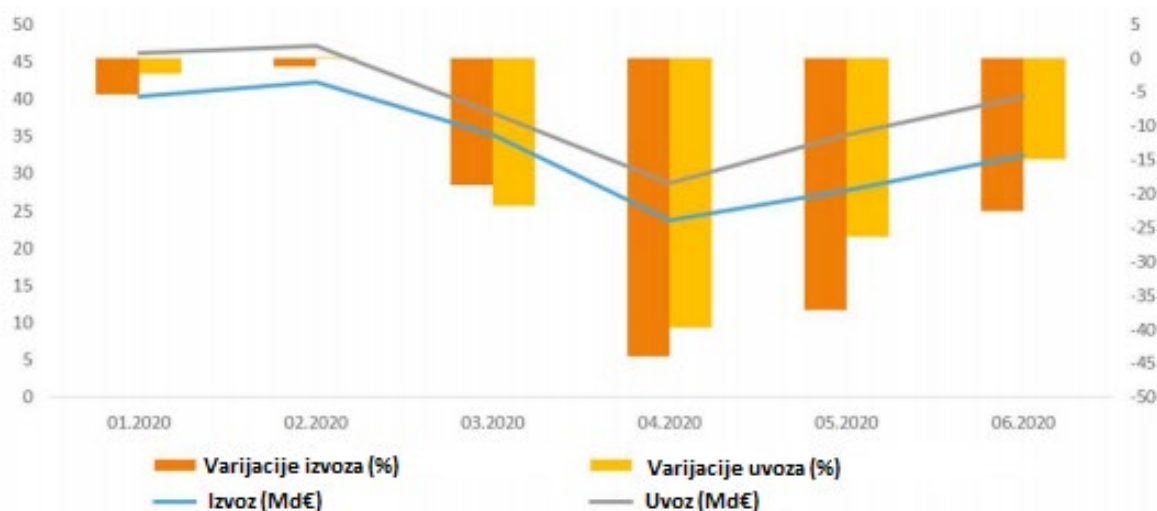
Datum	IPC (Indeks potrosackih cijena)	Mjesečna inflacija (m/m-1)
2020-09	104.55	-0.5
2020-08	105.09	-0.1
2020-07	105.19	0.4
2020-06	104.79	0.1
2020-05	104.71	0.1
2020-04	104.56	0
2020-03	104.59	0.1
2020-02	104.53	0
2020-01	104.54	-0.4

Prosječan IPC u prethodnoj godini = 104.2325 Izvor: france-inflation.com

Vanjskotrgovinska bilanca

Francuska je u prvom tromjesečju 2020. zabilježila ogroman pad izvoza od 21,5 % te pad uvoza od 17,6 % u odnosu na prvo tromjesečje 2019. Pandemija je penalizirala motore međunarodne trgovine: pad ponude (mjere karantene, manjak u opskrbi), pad potražnje, dezorganizacija logističkih kanala...

Grafikon 4: Mjesečno kretanje trgovine dobrima u 2020. u odnosu na isto razdoblje 2019.

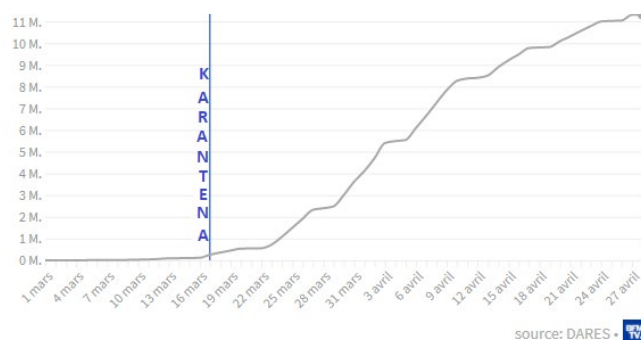


Izvor: Douanes

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Brojne restrikcije uvedene kao odgovor na širenje pandemije negativno su utjecale na francusku ekonomiju. Francuska vlada pokrenula je već u ožujku niz ekonomskih mjera pomoći tvrtkama u prevladavanju aktualne krize: zahvaljujući mjeri „chômage partiel“ vlada je preuzela na sebe troškove plaća zaposlenika, odobreni su krediti brojnim tvrtkama iz sektora te smanjeni državni porezi. Automobilskoj industriji odobren je financijski program pomoći u iznosu od 8 milijardi eura, aeronautičkom sektoru 15 milijardi eura, turističkom sektoru (uključujući hotelijerstvo i restauraciju) odobreno je 18 milijardi eura.

Grafikon 5: Evolucija broja zaposlenih na mjerama „chomage partiel“ od ožujka 2020., a nakon uvođenja karantene



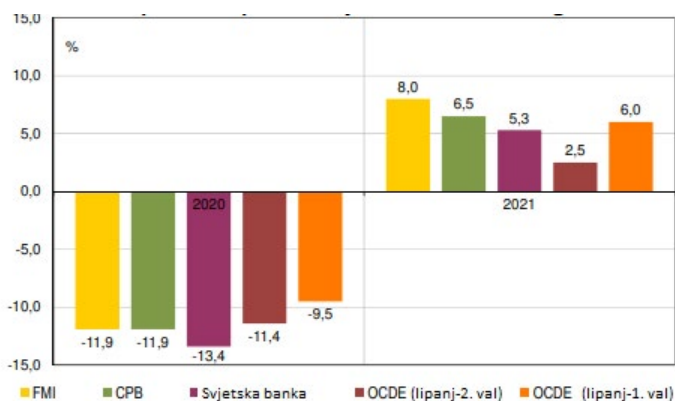
source: DARES - INSEE

Unatoč izuzetnim vladinim mjerama pomoći, francuska ekonomija zabilježila je u prvom tromjesečju 2020. loše rezultate: deficit se povećao na 34 milijarde eura (u odnosu na 29 milijardi eura u 2019.), smanjio se prihod uslužnih djelatnosti na 2,4 milijarde eura (u odnosu na 11,7 milijardi eura u 2019.), a investicije u inozemstvu pale su za 21,5 %.

Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2020., očekivani utjecaj u 2021.

Pandemija Covid-19 izazvala je kolaps u razmjeni dobara kakav nije viđen od Drugog svjetskog rata. Gospodarstvo se na međunarodnoj razini snažno degradiralo u prvom tromjesečju 2020. te FMI najavljuje na razini godine gospodarski pad BDP-a od 4,9 % i pad u razmjeni dobara u rasponu od 9 % i 13 %. FMI predviđa djelomičan oporavak gospodarstva u 2021. godini te porast globalnih aktivnosti od 5,4 % i porast u razmjeni dobara u rasponu od 2 % do 8 %. Europska komisija smatra da je komercijalni šok posebno pogodio europske zemlje. Predviđa se poboljšanje u 2021., međutim postoji velika neizvjesnost vezana za razvoj pandemije te se ne vjeruje da će se dostići nivo koji je zabilježen prije epidemiološke krize.

Grafikon 6: Gospodarska predviđanja – međunarodna trgovina



Izvor : Francusko Ministarstvo Europe i vanjskih poslova

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Prikaz glavnih medija

Najgledanije TV postaje

Rang	Ime	Gledanost
1	TF1	19.5 %
2	FRANCE 2	13.9 %
3	FRANCE 3	9.3 %
4	M6	8.9 %
5	FRANCE 5	3.6 %
6	TMC	3.1 %
7	C8	2.9 %
8	ARTE	2.6 %
9	W9	2.5 %
10	BFM TV	2.3 %

Izvor: Médiamétrie

Najslušanije radio postaje

Rang	Ime	Slušanost
1	FRANCE INTER	12.8 %
2	RTL	12.1 %
3	FRANCE INFO	7.4 %
4	RMC	6.4 %
5	EUROPE 1	5,4 %

Izvor: 20minutes.fr

Najutjecajniji tiskani mediji (ženski, muški, časopisi za seniore)

Rang	Ime	Periodičnost	Naklada	Broj čitatelja
1	Version Fémina	tjednik	2.311.717	5.059.000
2	Notre Temps	mjesečnik	733.960	2.719.000
3	Paris Match	tjednik	585.614	3.240.000
4	Pleine Vie	mjesečnik	526.453	1.592.000
5	Femme Actuelle	tjednik	510.147	3.239.000
6	Télérama	tjednik	485.657	2.460.000
7	Madame Figaro	tjednik	380.427	1.081.000
8	Avantages	mjesečnik	358.206	1.537.000
9	Marie Claire	mjesečnik	326.376	1.816.000

Izvor: acpm.fr (Udruga za obradu statističkih podataka press/mediji, 2020)

Najutjecajniji časopisi za kulturu, društvo i stil života

Rang	Ime	Periodičnost	Naklada	Broj čitatelja
1	Lire	mjesečnik	53.148	
2	Society	dvomjesečnik	52.816	
3	Sciences Humaines	mjesečnik	37.288	
4	Les Inrockuptibles	tjednik	32.226	347.000

Izvor: acpm.fr

Najutjecajniji časopisi za gastronomiju

Rang	Ime	Periodičnost	Naklada	Broj čitatelja
1	Régal	dvomjesečnik	233.008	537.000
2	Maxi Cuisine	mjesečnik	123.389	1.621.000
3	Marmiton Magazine	dvomjesečnik	107.548	6.045.000
4	Elle à Table	dvomjesečnik	100.831	851.000
5	Cuisine Actuelle	mjesečnik	98.779	3.720.000
6	Cuisine et Vins de France	dvomjesečnik	95.532	1.061.000

Izvor: acpm.fr

Specijalizirani časopisi za turizam

Rang	Ime	Periodičnost	Naklada	Broj čitatelja
1	Geo	mjesečnik	163.436	3.410.000
2	National Geographic	mjesečnik	55.384	3.173.000
3	National Geographic Traveller	mjesečnik	100.000	300.000
4	Désir de Voyages	dvomjesečnik	70.000	210.000
5	Grands Reportages	mjesečnik	42.000	650.000
6	Hotel & Lodge	dvomjesečnik	38.000	114.000
7	Voyager Ici & Ailleurs	dvomjesečnik	29.000	87.000

Izvor: acpm.fr

Nacionalni tiskani dnevници i besplatni časopisi

Rang	Ime	Naklada	Broj čitatelja
1	CNews (besplatne)	801.639	1.632.000
2	20 Minutes (besplatne)	697.543	3.300.000
3	Le Monde	348.979	2.458.000
4	Le Figaro	334.423	1.589.000
5	L'Equipe	239.614	2.509.000
6	Les Echos	131.231	713.000
7	La Croix	99.758	600.000
8	Aujourd'hui en France	98.220	

Izvor: acpm.fr

Regionalni tiskani dnevnici

Rang	Ime	Naklada	Broj čitatelja
1	Ouest France	643.440	2.315.000
2	Le Parisien Aujourd'hui en France	283.784	2.383.000
3	Sud Ouest	219.747	1.040.000
4	La Voix du Nord	203.027	1.012.000
5	Le Télégramme	187.249	569.000
6	Le Dauphiné Libéré	183.538	807.000
7	Le Progrès - La Tribune	242.539	988.000

Izvor: acpm.fr

Redosljed najznačajnijih internet /web portala

Rang	Naziv medija	Posjećenost stranica
1	Orange.fr (email portal)	224.404.728
2	LeFigaro.fr	149.658.429
3	Ouest-france.fr	147.948.457
4	Tele-loisirs.fr	137.550.785
5	Bfmtv.com	133.410.072
6	LeMonde.fr	128.564.271
7	Francetvinfo.fr	119.673.024
8	20minutes.fr	98.772.108
9	LeParisien.fr	93.892.564
10	L'Equipe.fr	85.996.343

Izvor: acpm.fr

Redosljed najkorištenijih aplikacije

Rang	Aplikacije	Posjeti	Posjećenost stranica
1	Appli L'Equipe	107.513.579	964.251.050
2	Appli Tele-Loisirs.fr	54.272.152	360.503.598
3	Appli LeMonde.fr	44.772.014	274.656.143
4	Appli La Chaîne-Météo	32.303.499	142.730.196
5	Appli LeFigaro.fr	30.246.846	240.133.321
6	Appli France Info	20.959.085	67.145.053
7	Appli 20minutes.fr	19.096.760	99.977.243
8	Appli Foot Mercato	18.013.155	134.379.204
9	Appli Télé 7	13.809.483	81.590.048
10	Appli LeParisien.fr	10.512.801	58.316.446

Izvor: acpm.fr

Redosljed najznačajnijih blogova o putovanjima

BLOG	URL
Carnets de traverse	www.carnets-de-traverse.com
Voyages etc	www.voyagesetc.fr
Un sac sur le dos	www.unsacsurledos.com
One Day One Travel	www.onedayonetravel.com
Madame Oreille	https://www.madame-oreille.com/
Bestjobersblog.com	www.bestjobersblog.com
Capucineee.com	www.capucineee.com
L'Oiseau Rose	www.oiseaurose.com
Travel me Happy	www.travel-me-happy.com
Le Blog de Sarah	www.leblogdesarah.com
Maman Voyage	www.mamanvoyage.com
Clo et Clem	http://cloetclem.fr/
Voyages et vagabondages	voyagesetvagabondages.com
World Else	www.worldelse.com
Les globe blogueurs	https://lesglobeblogueurs.com/
Alex Vizeo	https://www.vizeo.net/
Family Coste	http://www.familycoste.com/
Votre tour du monde (Bruno Maltor)	https://www.votretourdumonde.com/
Le sac à dos (Ryan)	https://lesacados.com/
Little Gypsy	https://littlegypsy.fr/

Izvor: cosmopolitan.fr

PROFIL EMITIVNOGA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. GODINI

Generalni osvrt na stanje na emitivnom turističkom tržištu

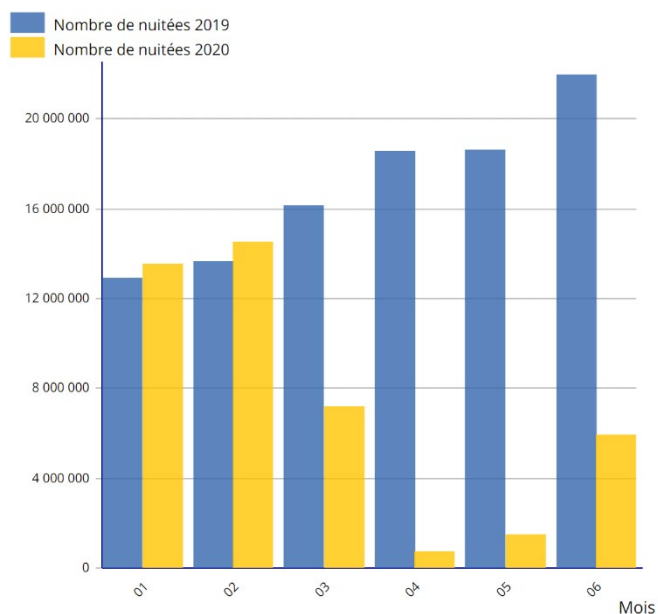
Francuska kao prva turistička destinacija svijeta trpi ogromne gubitke zbog koronavirusa. Mjere pomoći za spas turizma koje podrazumijevaju očuvanje radnih mjesta zaposlenih u turizmu prelaze 19 milijardi eura. Na privremenim mjerama za očuvanje zaposlenosti krajem listopada je bilo više od 13 milijuna Francuza. Epidemija ima katastrofalan financijski utjecaj na turistički sektor, koji je dosad pretrpio gubitke od gotovo 60 milijardi eura u odnosu na ukupan prihod realiziran u prošloj godini, a koji je iznosio 180 milijardi eura, što odgovara padu godišnje turističke potrošnje između 30 % i 35%.

U prvoj polovici godine Francuska je izgubila 50 % inozemnih turističkih prihoda, no zahvaljujući snažnom domaćem turizmu osvareno je solidnih -25 % ukupnog prihoda. Pojedini veliki turistički gradovi, poput primjerice Pariza, izuzetno su pogođeni padom dolazaka posebno inozemnih turista stoga je tijekom srpnja i kolovoza zabilježeno 60 % manje inozemnih dolazaka u odnosu na prošlu godinu.

U regiji Ile de France (pariška regija) u prvom polugodištu zabilježeno je 14,3 milijuna turista manje u odnosu na prvo polugodište 2019. (9,4 milijuna eura u odnosu na 23,7 milijuna). U istom razdoblju ostvareno je 6,4 milijardi eura manje prihoda (3,8 milijardi eura u odnosu na 10,2 milijarde eura). Pad je posebno velik u segmentu stranih turista koji su u prvom polugodištu ostvarili - 68% u odnosu na 2019. Manjak u turističkoj potrošnji stranih turista iznosi 4,6 milijardi, a domaćih 1,8 milijarde eura.

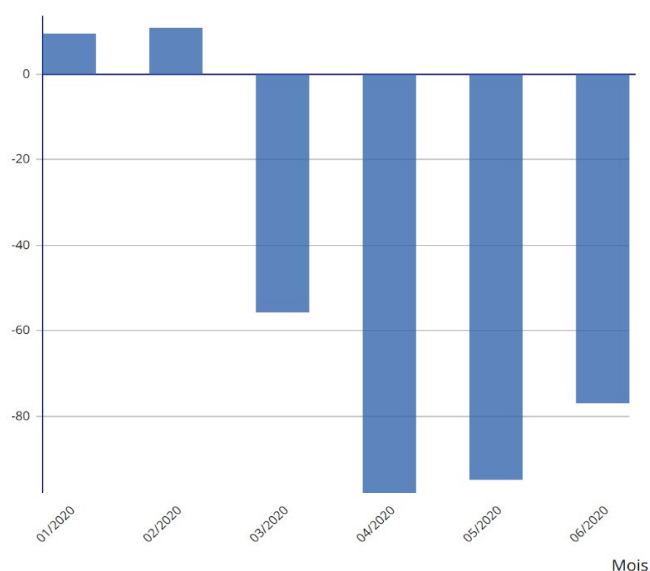
U prvom polugodištu hotelska noćenja su pala za 61% u odnosu na 2019. Tijekom lipnja i srpnja svaki drugi pariški hotel još uvijek je bio zatvoren.

Broj ostvarenih noćenja u hotelima tijekom 2019. i 2020. po mjesecima.



Izvor: Insee u suradnji s regionalnim turističkim komitetima (CRT)

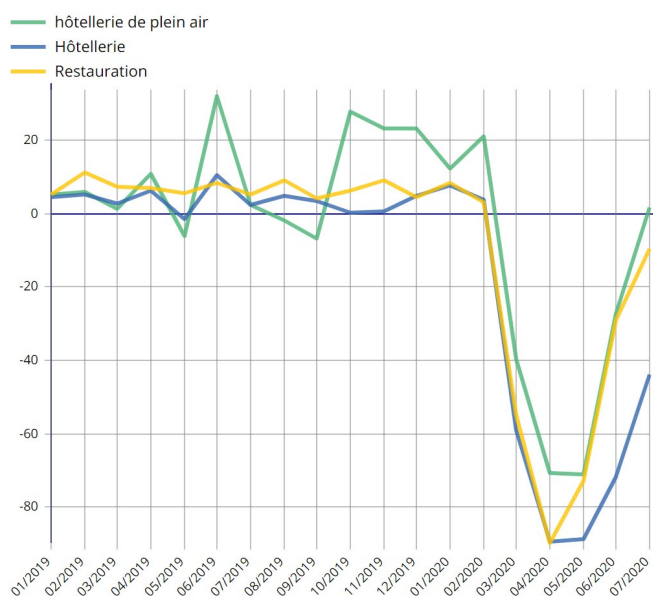
Evolucija noćenja u hotelima po mjesecima u odnosu na 2019. u hotelima 3*,4* i 5* (%)



Izvor: Insee u suradnji s regionalnim turističkim komitetima (CRT)

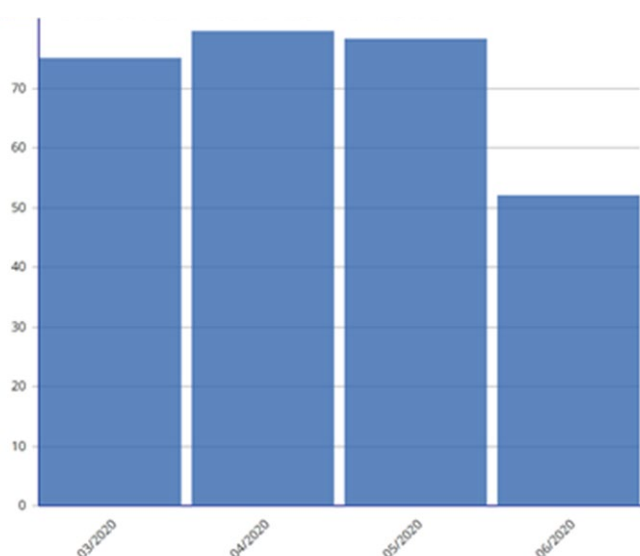
Prema Banque de France turistički prihodi u prvih šest mjeseci od stranih turista iznose 12,3 milijarde eura u odnosu na 25,5 milijardi eura u prvom polugodistu 2019. godine odnosno predstavljaju gubitak od 13,2 milijarde eura (-51,9%). Prema ATOUT France gubitak turističkih prihoda na razini godine iznosi između 50 i 60 milijardi eura.

Evolucija realiziranih prihoda kampova, hotela i restorana u odnosu na isti mjesec prošle godine (u %)



Izvor: DGFIP, Insee

Gubitak tvrtki u turističkom sektoru (smještaj, restoracija) i korištenje mjera za očuvanje zaposlenih



Izvor: DSN

Utjecaj pandemije virusa COVID 19 na turistički promet u 2020.

Predsjednik Udruženja francuskih turoperatora SETO Rene Marc Chikli izjavio je da su francuski turooperatori ostvarili tek 5% uobičajenog prometa u srpnju, te 15% u kolovozu, odnosno 150 milijuna eura poslovnih prihoda u odnosu na 1,2 milijarde koliko su ostvarili tijekom ljeta 2019. Aktualna situacija, te prodaja u narednih nekoliko mjeseci, vrlo je neizvjesna zbog sanitarnog konteksta i preporuka pojedinih destinacija koji kompliciraju donošenje odluka o polascima i rezervacije Francuza.

Francuzi su ove godine u najvećem broju proveli godišnji odmor u Francuskoj, birajući prirodu i boravke na zraku, pa su tako planinske destinacije, sela i priobalni dijelovi privukli najveći broj Francuza. Turistička sezona obilježena epidemijom, karantenama i sanitarnim mjerama nije Francuzima oduzela želju za putovanjima, ali ih je potaknula na polaske nedaleko od mjesta prebivališta, stoga ih je većina provela godišnji odmor u vlastitoj domovini. Aktualna situacija utjecala je na promjene u motivima putovanja, pa je tako većina Francuza ove godine tražila povratak prirodi, boravke na zraku, izbjegavanje kontakata s velikim brojem ljudi. Poznati kao ljubitelji city-break putovanja tijekom čitave godine, Francuzi su u 2020. preferirali šetnje u prirodi, biciklističke rute, šetnje uz rijeke i priobalne dijelove i jahanje, a kako bogata francuska turistička ponuda posjeduje sve što je potrebno za udovoljiti ovakvim tendencijama, ne čudi da je većina Francuza odabrala provesti godišnji odmor u Francuskoj. Uz to treba nadodati preporuke francuske vlade da se ovogodišnji godišnji odmor provede u Francuskoj, te snažne promotivne kampanje francuskih destinacija koje su također probudile patriotizam kod većine francuskih građana i utjecale na njihov izbor destinacije godišnjeg odmora. Tako je čitava fasada Atlantika do Biarritza zabilježila odličnu ljetnu sezonu, a najbolje rezultate imale su mediteranske priobalne regije koje su čak zabilježile porast prodaje od +23 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Francuzi većinom iz pariške regije Ile-de-France, te Auvergne-Rhône-Alpes i Hauts-de-France okupirali su 87,8 % smještajnih kapaciteta, a ljubitelji luksuznih hotelskih adresa u regiji Alpes-Maritimes iskoristili su značajne popuste luksuznih hotela koji su ove godine ostali napušteni od strane uobičajene ruske klijentele i turista iz Arapskih emirata.

Prema Istraživanju Udruženja francuskih turističkih agencija (EDV) o polascima Francuza na odmore u 2020. godini:

- 54 % Francuza provelo je ljetne godišnje odmore u priobalnim destinacijama bez obzira je li riječ o francuskim ili inozemnim destinacijama, a ova tendencija osobito je naglašena kod populacije koja živi u pariškoj regiji
- 4 % Francuza provelo je godišnji odmor u ruralnim destinacijama
- 12 % otputovalo je u planine
- 44 % Francuza koji su otputovali na godišnji odmor, rezervirali su putovanje odmah nakon ukidanja zabrane putovanja

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor

Prema studiji kabineta Raffour, u 2019. godini zabilježen je rekordan odlazak Francuza na godišnje odmore: 68 % populacije, odnosno 37 milijuna Francuza dobne starosti od 15 godina i više otputovalo je na godišnji odmor. U 2020., pandemija Covid-19 imala je negativan utjecaj na turističku prodaju, pa je tako prema studiji Udruženja francuskih turističkih agencija (EDV) ukupno 59 % Francuza otputovalo na godišnji odmor.

Studija WeWard aplikacije zahvaljujući podacima o geolokalizaciji korisnika pokazuje kako je 43% Francuza otputovalo na odmor izvan departmana u kojemu žive tijekom lipnja, srpnja i kolovoza. Prosječno su bili 12 dana na odmoru. Najveću stopu odlazaka imala je regija Ile de France (pariška regija) gdje je stopa odlaska na odmor 55%. Samo 10% odlazaka odnosilo se na putovanja u inozemstvo u odnosu na 44% prijašnjih godina. 90% Francuza ostalo je u Francuskoj.

Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i usporedba s 2019. godinom

Francuska je uobičajeno omiljena destinacija Francuza. Istraživanje kabineta Raffour pokazuje da je od 68 % Francuza koji su otputovali na odmor u 2019., 56 % otputovalo u neku od francuskih destinacija, te je Francuska još jednom potvrdila status omiljene destinacije Francuza. Pandemija Covid-19 dodatno je potencirala tu tendenciju, pa je tako prema studiji Udruženja francuskih turističkih agencija (EDV) u 2020. od ukupno 59 % Francuza koji su otputovali na godišnji odmor:

- 59 % Francuza otputovalo je na ljetni godišnji odmor
- 51 % otputovalo je u francuske destinacije
- 8 % Francuza otputovalo je u inozemstvo

Dodatno potaknuti preporukama vlade i snažnim marketinškim kampanjama francuskih regija, Francuzi su se više nego ikad okrenuli domaćem turizmu.

Prodaja ostvarena u francuskim turističkim agencijama u ljetnom razdoblju srpanj-kolovoz 2020. u odnosu na isto razdoblje prošle godine (studija Entreprises EDV):
Prodaja inozemnih destinacija:

- Srpanj - kolovoz: - 83 %
- Zadnje tromjesečje 2020: - 74 %

Prodaja u kolovozu zabilježila je lošije rezultate nego prodaja u srpnju zbog straha od drugog vala epidemije. Online agencije zabilježile su nešto bolje rezultate u odnosu na tradicionalne turističke agencije. Po pitanju prodaje posljednjeg tromjesečja 2020., online agencije bilježe jednako snažan pad prodaje kao i klasične agencije, vjerojatno zbog neodlučnosti klijenata obzirom na aktualnu epidemiološku situaciju. Sektor krstarenja bilježi katastrofalne rezultate prodaje.

Prodaja francuskih destinacija inozemnim turistima:

- Srpanj - kolovoz: - 95 %
- Zadnje tromjesečje 2020: - 87 %

Neizvjesnost o mogućnosti putovanja u prostoru Schengena, te zatvaranje granica brojnih zemalja uzrok su slabog broja rezervacija. Po pitanju francuskih destinacija, Pariz je snažnije pogođen u odnosu na ostale turističke destinacije uslijed izostanka inozemnih turista. Tijekom srpnja i kolovoza ostvareni su dobri rezultati zahvaljući prije svega domaćim gostima, ali i pojedinim europskim tržištima s kojih su unatoč krizi nastavili dolaziti turisti. Francuska je tako tijekom ljetnih mjeseci bila popularna destinacija za Belgijance, Švicarce i Nizozmce.

Poslovna putovanja:

- Srpanj - kolovoz: - 80 %
- Zadnje tromjesečje 2020: - 70 %

Školska putovanja i putovanja mladih

- Srpanj – kolovoz 2020: -100 % za inozemne destinacije, -75 % za francuske destinacije
- Zadnje tromjesečje 2020: -70 % za inozemne destinacije, -50 % za francuske destinacije

MICE

- Srpanj - kolovoz 2020: -90 %
- Zadnje tromjesečje 2020: -75 %

Redoslijed omiljenih destinacija

Omiljena destinacija godišnjih odmora francuskih turista u 2020. je Francuska, koja je prema studiji Orchestra, unatoč padu prodaje zabilježenom u rujnu 2020. (-29 %) još jednom potvrdila ovogodišnji status omiljene destinacije Francuza.

1. Francuska
2. Grčka (-44%)
3. Španjolska (-75%)

Među dalekim destinacijama najbolju prodaju ostvarila je Dominikanska Republika. Egipat i Meksiko su destinacije koje su zabilježile nasnažniji pad prodaje u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Španjolska kao najpopularnija destinacija registrirala je 860.000 francuskih dolazaka u kolovozu što je pad od 88% u odnosu na godinu ranije. Francuzi su u Španjolskoj bili na prvom mjestu stranih dolazaka. Francuzi su bili i među najpopularnijim turistima ovoga ljeta (srpanj i kolovoz) u Grčkoj, odmah nakon njemačkih i britanskih s 336 tisuća dolazaka u odnosu na 856 tisuća u istom razdoblju 2019.

Studija WeWard aplikacije zahvaljujući podacima o geolokalizaciji korisnika pokazuje kako su najpopularnije destinacije za 10 Francuza koji su otišli na odmor u inozemstvo bile Španjolska, Portugal i Italija.

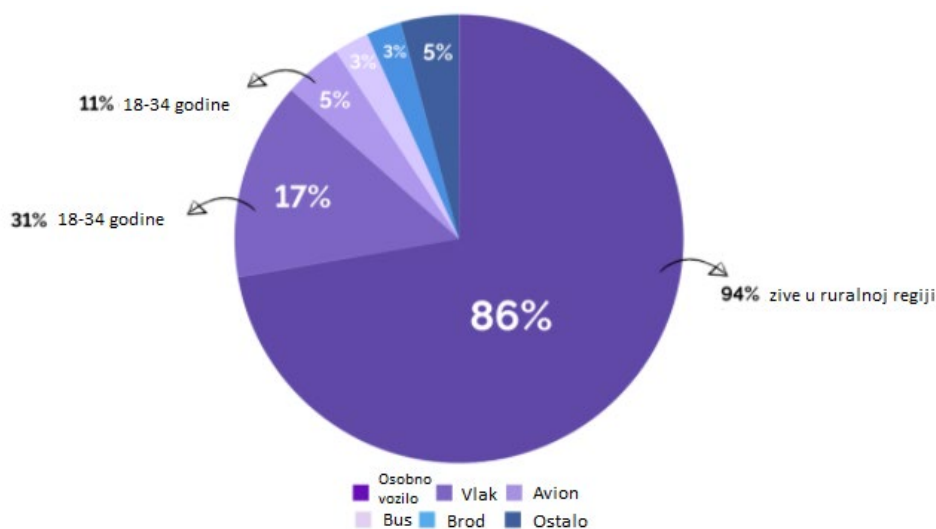
Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

Posljednjih godina zamjećuju se promjene trendova agencijskog tržišta te značajan porast individualnih dolazaka u odnosu na organizirani promet. Tome je pridonijela i uspostava brojnih direktnih zračnih linija, te sve snažnija online prodaja. U 2019., udio individualnih putovanja francuskih turista iznosio je 65 %, u odnosu na 35 % organiziranog prometa. Kontekst pandemije Covid-19 utjecao je na još veći porast individualnog prometa u odnosu na organizirani promet, pa je tako gotovo 80 % francuskih turista u 2020. otputovalo u individualnoj organizaciji, a nešto više od 20 % okrenulo se organiziranim putovanjima.

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Francuski turisti u najvećem broju putuju na godišnji odmor osobnim vozilom budući da uobičajeno najveći broj Francuza provodi godišnji odmor u Francuskoj. U 2020. dodatno se smanjio broj polazaka avionom u odnosu na 2019. budući da je smanjen broj polazaka u inozemstvo.

Preferirani tip prijevoza i odlaska Francuza na godišnji odmor u 2020.

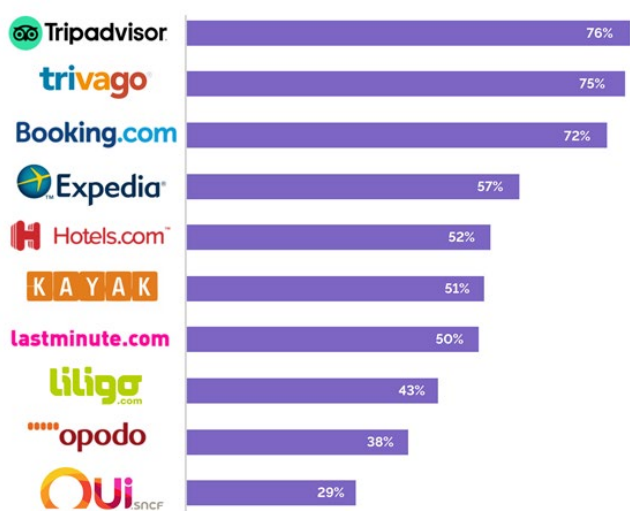


Izvor: YouGov

Način organiziranja odmora/bukiranja kojeg su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor

Posljednjih godina bilježi se stalan porast online rezervacija te pad broja rezervacija u tradicionalnim agencijama. Prema studiji Cabineta Raffour, u 2019., 84 % Francuza koji su otputovali na godišnji odmor su „e-Turisti“, a 60 % ih je djelomično ili u potpunosti rezerviralo godišnji odmor preko interneta. U 2020., pandemija Covid-19 dodatno je potaknula Francuze na online rezervacije, a veliki broj rezervirao je online godišnji odmor koristeći komparatore cijena. Najbolje rezultate zabilježili su Tripadvisor (76%), Trivago (75%) i Booking (72%).

Najutjecajni komparatori/web agencije u 2020



Izvor: YouGov

Prema Istraživanju Udruženja francuskih turističkih agencija (EDV) o polascima Francuza na godišnje odmore u 2020. godini:

- 44 % Francuza koji su otputovali na godišnji odmor rezervirali su putovanje odmah nakon uki danja zabrane putovanja
- 56 % Francuza sve češće prakticira last minute rezervacije uslijed neizvjesnosti zbog sanitarne situacije

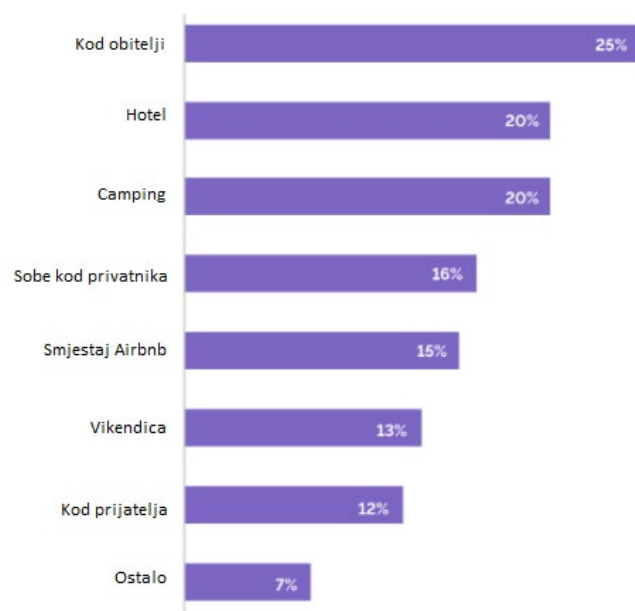
Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Slijedom epidemije Covid-19, većina Francuza odlučila se za smještaj kod obitelji, a veliki uspjeh uz hotelske smještaje imali su kampovi te najam soba i apartmana (u 2019. najveći broj Francuza odlučio se za najam kuća i apartmana te za hotelski smještaj). Najviše su boravili u objektima grupiranima pod brandom Gite de France

(privatni/komercijalni smještaj u Francuskoj). Prema podacima AIRNB-a pojedine su francuske destinacije ostvarile i bolje rezultate nego prethodnih godina. Primjerice regija Vosges je na +110 %, Alpes de haute Provence + 100 % te Bouches du Rhone +100%.

Povećao se i broj rezervacija kampinga odnosno svih vrsta smještaja na otvorenome. Brojni Francuzi inače skloni čestim boravcima u prirodi ove su godine više nego ikad prije otkrivali čari bungalova i koliba u prirodi, a najtraženiji su bili luksuzni kampinzi. Hotelski smještaj imao je najviše uspjeha na obalama Normandije i Bretagne. Asocijacija Relais-Châteaux imala je ove godine značajan porast rezervacija. Korzikanski hoteli privukli su također značajan broj Francuza, no izostala je poslovna i MICE klijentela koja predstavlja 2/3 ukupnog godišnjeg prihoda Francuskoj.

Preferirane vrste smještaja Francuza tijekom odmora u 2020

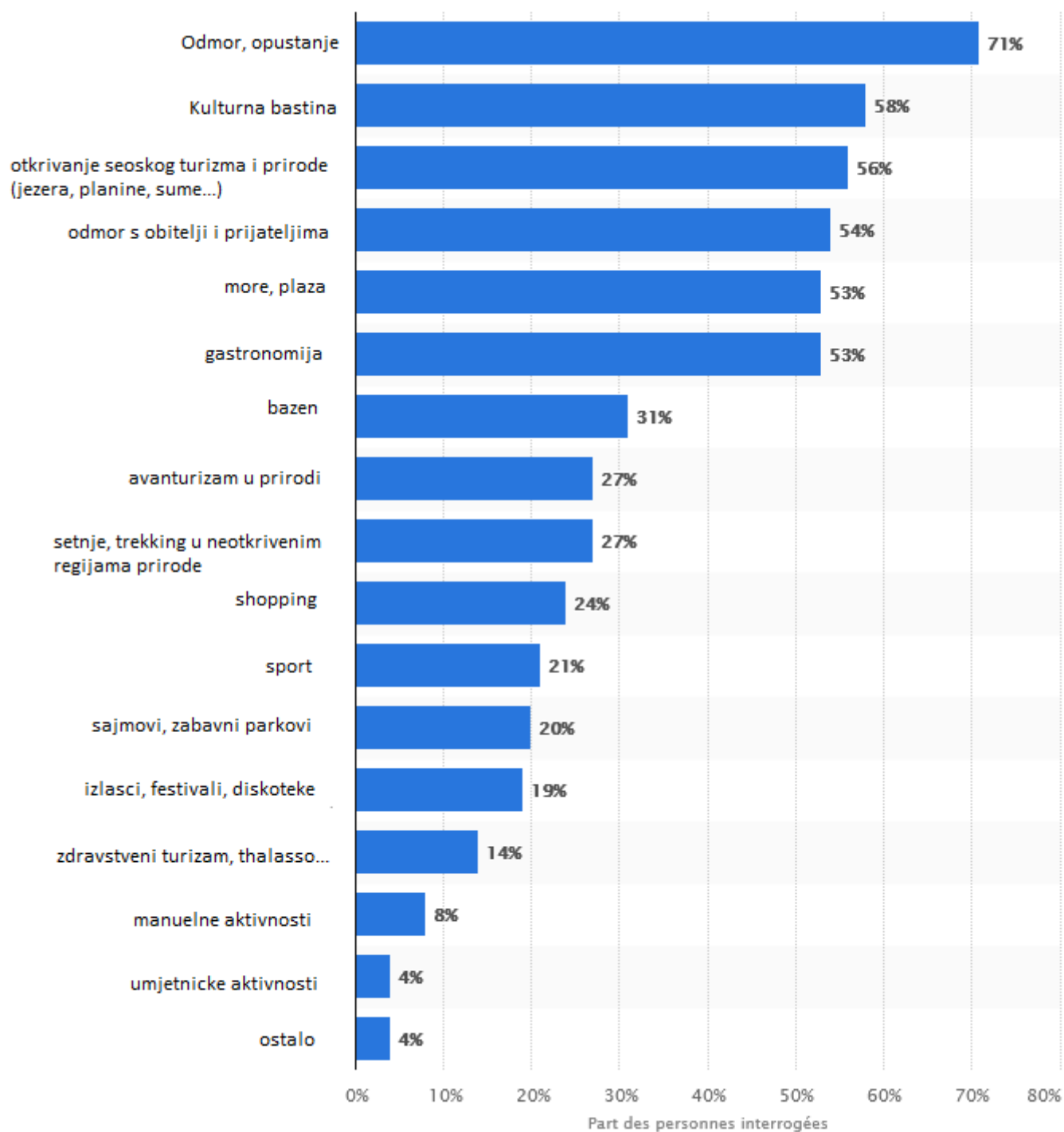


Izvor: YouGov

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Nakon dvomjesečne karantene, većina francuskih turista tražila je tijekom ljetnog godišnjeg odmora u prvom redu odmor i opuštanje, trenutke provedene u krugu obitelji i prijatelja, aktivnosti u prirodi. Poznati kao klijentela koja ne miruje na jednom mjestu, Francuzi su i ove godine pokazali interes za otkrivanjem kulturne i prirodne baštine regija koje posjećuju, s većim naglaskom na boravke i aktivnosti u prirodi.

Preferirane aktivnosti francuskih turista tijekom odmora u 2020.



Izvor: Statista2020

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Prema studiji PROTOURISME, prosječan budget Francaza po domaćinstvu za godišnji odmor u 2019. iznosio je 1.502 €. Studija INTERFACE TOURISME pokazuje da se budget za godišnje odmone u 2020. u prosjeku smanjio za 10 % do 30 % s obzirom da je prosječan budget po putovanju u 2020; iznosio 1.234 €. (Izvor: Sofinscope)

Pregled organizatora putovanja na tržištu

Početak 2020. obilježen je utrkom za preuzimanje agencija Thomas Cook France, nakon poslovnog kraha. Od 172 francuske agencije Thomas Cooka, 149 ih je dobilo nove

vlasnike (većinu agencija preuzeli su Salaün Holidays, Sainte-Claire, Le Vacon, Havas Voyages, Fram, Esprit de Voyages). Francusko turističko tržište uzburkano je i financijskim poteškoćama najvećeg svjetskog organizatora putovanja TUI-a, čija je budućnost u Francuskoj vrlo neizvjesna. TUI je u Francuskoj od 2011. godine zabilježio više od 100 milijuna eura gubitaka, od kada je otpušteno više od 1.200 zaposlenika. Između ožujka i lipnja 2020., uslijed pandemije Covid-19, TUI je zabilježio pad prometa od 98,5% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Tijekom devet mjeseci ove godine TUI grupa zabilježila je neto gubitak do 2,3 milijarde eura, stoga ne čudi najavljeno restrukturiranje i otpuštanja dijela radnika.

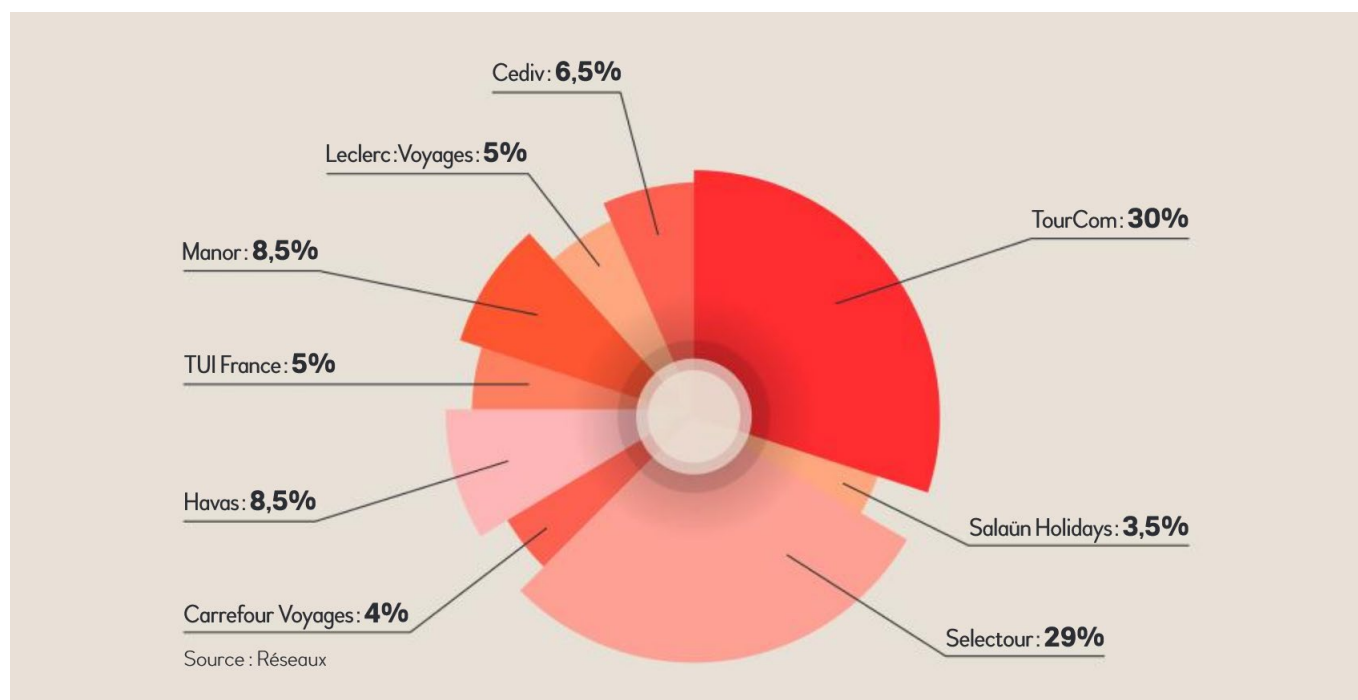
Redosljed najznačajnijih francuskih organizatora putovanja prema ostvarenom prihodu

	TOUR-OPÉRATEUR	SIÈGE (DPT)	DIRIGEANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2019	CA 2018	VARIATION CA 2019/2018	RÉS. NET 2019	RÉS. NET 2018	RENTAB. NETTE 2019	RÉS. D'EXP. 2019	RÉS. D'EXP. 2018	RENTAB. D'EXP. 2019
1	Groupe Club Med ⁽¹⁾	75	H. Giscard d'Estaing	31/12/19	1711000	1617000	5,8 %	NC	NC	ND	139 500	126 400	8,2 %
2	TUI France ⁽²⁾	92	H. Van de Velde	30/09/19	872000	987000	-11,7 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
3	Groupe Karavel/ Promovacances/ Fram ⁽³⁾ dont :	75	Alain de Mendonça	31/12/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
	▶ Fram/Plein Vent ⁽⁴⁾	31		21/12/19	200000	180000	ND	NC	NC	ND	NC	-6000	ND
4	Groupe Voyageurs ⁽⁵⁾ dont :	75	J-F. Rial	31/12/19	NC	465900	ND	NC	21300	ND	NC	33700	ND
	▶ Voyageurs du Monde	75			198893	192883	3,1%	18 320	21029	9,2%	14 348	15511	7,2%
	▶ Terres d'Aventure	75			74 477	73 049	2,0%	3 638	4 026	4,9%	5 390	6 102	7,2%
	▶ Comptoir des Voyages	75			66 123	62 416	5,9 %	2 600	2 605	3,9 %	NC	4 019	ND
	▶ Allibert Trekking	38			45 988	43 148	6,6%	1 977	1 972	4,3%	2 849	2 809	6,2%
	▶ Nomade Aventure	75			27 369	23 898	14,5 %	559	492	2,0 %	873	773	3,2 %
5	Groupe NG Travel ⁽⁶⁾ dont :	75	O. Kervella	31/12/19	268000	235000	14,0 %	8 000	6 000	3,0%	10 000	8 000	3,7%
	▶ Boomerang				NC	205000	ND	NC	5 200	ND	NC	NC	ND
	▶ Directours				NC	30000	ND	NC	800	ND	NC	NC	ND
6	Groupe Salaün ⁽⁷⁾ dont :	29	M. Salaün	30/09/19	NC	242500	ND	NC	1 400	ND	NC	1 900	ND
	▶ Salaün Holidays				148 000	140 000	5,7 %	7 500	800	5,1 %	2 100	1 000	1,4 %
	▶ Nationaltours				43 700	46 100	-5,2 %	1 000	200	2,3 %	400	200	0,9 %
	▶ la Boutique des groupes				57 200	36 800	55,4 %	600	500	1,0 %	800	600	1,4 %
	▶ Nationaltours Groupes				NC	19 600	ND	NC	-100	ND	NC	100	ND
7	Thalasso N° 1/Ôvoyages	92	R. Benslimane	31/12/19	197000	180000	9,4 %	120	250	0,1 %	250	700	0,1 %
8	Croisieurope/ Alsace Croisières	67	C. Schmitter	31/12/19	195940	186084	5,3 %	NC	812	ND	NC	NC	ND
9	Belambra Clubs	93	F. Le Guen	31/12/19	184000	188000	-2,1 %	-3523	1581	-1,9%	-7360	-1213	-4,0%
10	Exotismes	13	G. Cisneros	31/12/19	143968	131700	9,3%	2 668	2 937	1,9%	3 949	4 431	2,7%
11	Kuoni France	93	E. Foiry	31/12/19	142227	141872	0,2%	639	1367	0,4%	153	1100	0,1%
12	FTI Voyages	68	A. Mazerolles	31/10/19	112528	85485	31,6%	-2943	618	-2,6%	-2891	694	-2,6%
13	Pierre&Vacances Center Parcs Distribution	75	Cohen Skalli	30/09/19	108314	114571	-5,5%	69	779	0,1%	1324	192	1,2%

	TOUR-OPÉRATEUR	SIÈGE (DPT)	DIRIGEANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2019	CA 2018	VARIATION CA 2019/2018	RÉS. NET 2019	RÉS. NET 2018	RENTAB. NETTE 2019	RÉS. D'EXP. 2019	RÉS. D'EXP. 2018	RENTAB. D'EXP. 2019
14	Vacances Héliades ⁽⁸⁾	13	L. Abitbol	31/10/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
15	Le Cercle des Vacances	75	R-M. Farrugia	31/10/19	93 844	90 790	3,4 %	546	620	0,6 %	895	817	1,0 %
16	Aerosun/Voyamar	69	L. Abitbol	31/12/19	NC	84 035	ND	NC	3133	ND	NC	4614	ND
17	Mondial Tourisme ⁽⁹⁾	75	A. Ozcan	31/10/19	82 000	55 000	49,1 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
18	Travelfactory	92	Yariv Abehsera	30/09/19	77 490	89 823	-13,7 %	-2088	-1525	-2,7 %	-2591	NC	-3,3 %
19	Top of Travel	93	H. Stuckelschweiger	31/10/19	73 000	77 500	-5,8 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
20	FTI Ticketshop	68	R. Schiller	31/10/19	72 536	47 532	52,6 %	176	314	0,2 %	NC	348	ND
21	La France du Nord au Sud	75		30/09/19	71 258	61 814	15,3 %	1766	1803	2,5 %	NC	2036	ND
22	Partir/Visiteurs	75	D. Blanchard	30/09/19	70 487	58 672	20,1%	988	1409	1,4%	1444	1913	2,0%
23	Asia ⁽¹⁰⁾	75	G. Linton	31/10/19	70 000	67 092	4,3 %	NC	980	ND	NC	NC	ND
24	MMV ⁽¹¹⁾	6	JM. Filippini	30/09/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
25	Marco Vasco ⁽¹²⁾	75	M. Feuillée	31/12/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
26	Futuroscope Destination	86	R. Bouin	30/09/19	61 509	61 954	-0,7 %	244	198	0,4 %	320	275	0,5 %
27	Rivages du Monde	75	A. Souleille	31/10/19	57 883	48 000	20,6 %	1226	2784	2,1 %	1836	4186	3,2%
28	Austral Lagons	75	H. de Villeneuve	31/12/19	56 376	41 900	34,5%	193	305	0,3%	-19	463	-0,0%
29	Beachcomber Tours	75	G. Zekri	30/09/19	46 642	41 000	13,8 %	337	3	0,7 %	404	-47	0,9 %
30	Climats du Monde	13	O. Bus Calvin	31/10/19	41 500	39 731	4,5 %	NC	1253	ND	NC	1818	ND
31	Huwans	13		31/12/19	38 880	19 599	98,4%	1316	678	3,4%	1427	696	3,7%
32	Maison de la Chine et de l'Extrême Orient ⁽¹³⁾	75	M. Feuillée	31/12/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
33	Syltours	92	S. Lament	30/09/19	NC	34 931	ND	NC	58	ND	NC	1	ND
34	Hurtigruten	75	C. Bois	31/12/19	33 186	27 183	22,1%	1040	827	3,1%	1415	1017	4,3%
35	Ailleurs	69	L. Abitbol	31/12/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
36	Ollandini Voyages	20	JM. Ollandini	31/12/19	31 900	37 400	-14,7 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
37	Alpitour France	94	P. Caradec	31/10/19	29 500	20 100	46,8 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
38	Time Tours	75	B. Berrebi	31/12/19	28 880	45 024	-35,9 %	555	1283	1,9 %	599	1754	2,1 %
39	Cap Monde	78	JF. Michel	31/12/19	26 504	24 334	8,9%	860	717	3,2%	1192	969	4,5%
40	Amerigo	60	J. Eustache	31/12/19	25 827	22 401	15,3%	154	337	0,6%	217	412	0,8%
41	UCPA Sport Planète	75		31/10/19	NC	24 029	ND	NC	263	ND	NC	379	ND
42	Amplitudes	31	J. Martinez	30/09/19	23 966	22 588	6,1%	786	474	3,3%	1250	784	5,2%
43	Solea Vacances ⁽¹⁴⁾	75	A. Espitalier-Noël	30/06/19	23 600	21 283	10,9 %	NC	46	ND	103	18	ND
44	Travel Evasion	31	P. Abenin	30/09/19	23 023	15 052	53,0%	97	32	0,4%	147	20	0,6%
45	La Française des Circuits	75	B. Berrebi	31/12/19	NC	22 741	ND	NC	240	ND	NC	800	ND
46	Parfums du Monde	77	J. Jean Richard	30/09/19	NC	22 621	ND	NC	198	ND	NC	NC	ND
47	Capitales Tours	75	S. Ohayon	31/12/19	NC	21 013	ND	NC	1054	ND	NC	858	ND
48	TMR / Croisières online	13	JM. Ravon	31/03/19	20 865	19 536	6,8%	709	204	3,4%	926	299	4,4%
49	Nacel	75	J. Burdin	31/12/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
50	Transunivers Voyages	75	J. Kahn	31/12/19	20 756	17 262	20,2 %	117	61	0,6 %	106	51	0,5 %

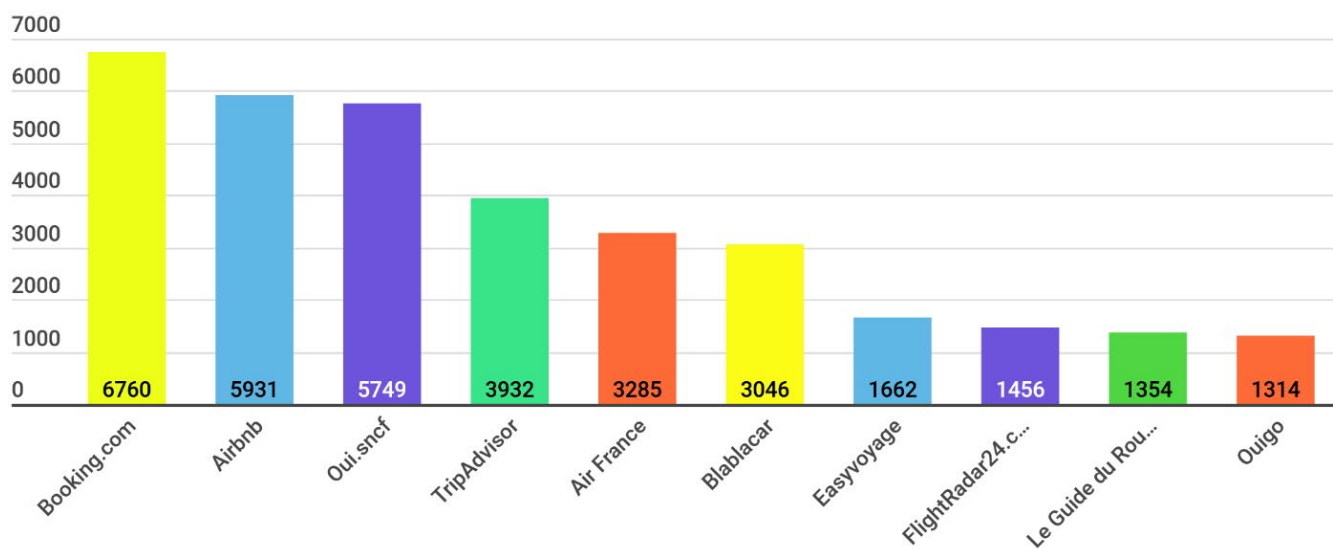
Izvor: Tour Hebdo, baza podataka 2020. za 2019.

Najznačajniji lanci francuskih turističkih agencija i njihov udio na tržištu do kraja rujna 2020.



Izvor: Tour Hebdo

Najznačajniji web portali za rezervacije putovanja (travanj 2020.)



Izvor: Echo Touristique

DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

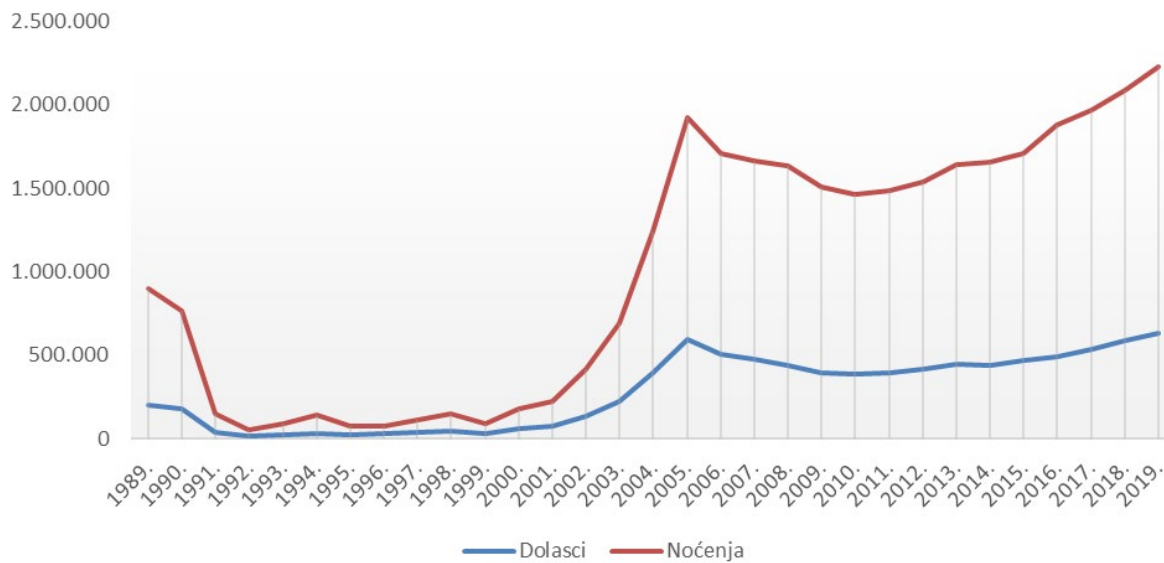
Nakon što je ove godine booking za Hrvatsku u siječnju i veljači zabilježio odlične rezultate, prodaja je u ožujku stala kod svih organizatora putovanja. Najveći francuski organizatori putovanja (Top of Travel, Travel Europe, Voyamar, Promovacances...) i drugi redom iskazuju zabrinutost zbog situacije i nisu previše optimistični vezano za sezonu 2020.

Usljed krize COVID-19 u prvoj polovici godine iz Francuske za Hrvatsku gotovo da nije bilo turističkoga prometa s obzirom da je Francuska tek 15. lipnja otvorila unutarnje granice s EU te da su tek početkom srpnja najavljene prve redovne zračne linije za Hrvatsku.

FRANCUSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	199.865		100	901.070		100
1990.	181.233	91	91	765.644	85	85
1991.	37.297	21	19	149.989	20	17
1992.	15.989	43	8	54.593	36	6
1993.	19.910	125	10	86.295	158	10
1994.	27.261	137	14	138.760	161	15
1995.	18.788	69	9	75.562	54	8
1996.	27.000	144	14	71.000	94	8
1997.	34.647	128	17	110.470	156	12
1998.	41.914	121	21	144.867	131	16
1999.	31.646	76	16	87.818	61	10
2000.	57.193	181	29	180.449	205	20
2001.	74.719	131	37	224.510	124	25
2002.	134.708	180	67	418.172	186	46
2003.	220.636	164	110	688.715	165	76
2004.	392.911	178	197	1.241.729	180	138
2005.	591.098	150	296	1.920.288	155	213
2006.	505.139	85	253	1.707.718	89	190
2007.	473.806	94	237	1.664.973	97	185
2008.	439.095	93	220	1.635.494	98	182
2009.	393.192	90	197	1.510.894	92	168
2010.	388.320	99	194	1.464.114	97	162
2011.	394.482	102	197	1.483.546	101	165
2012.	418.412	106	209	1.538.457	104	171
2013.	448.776	107	225	1.643.722	107	182
2014.	441.494	98	221	1.658.151	101	184
2015.	466.045	106	233	1.709.254	103	190
2016.	490.604	105	245	1.882.270	110	209
2017.	536.072	109	268	1.969.831	105	219
2018.	583.130	109	292	2.088.534	106	232
2019.	629.231	108	315	2.228.227	107	247

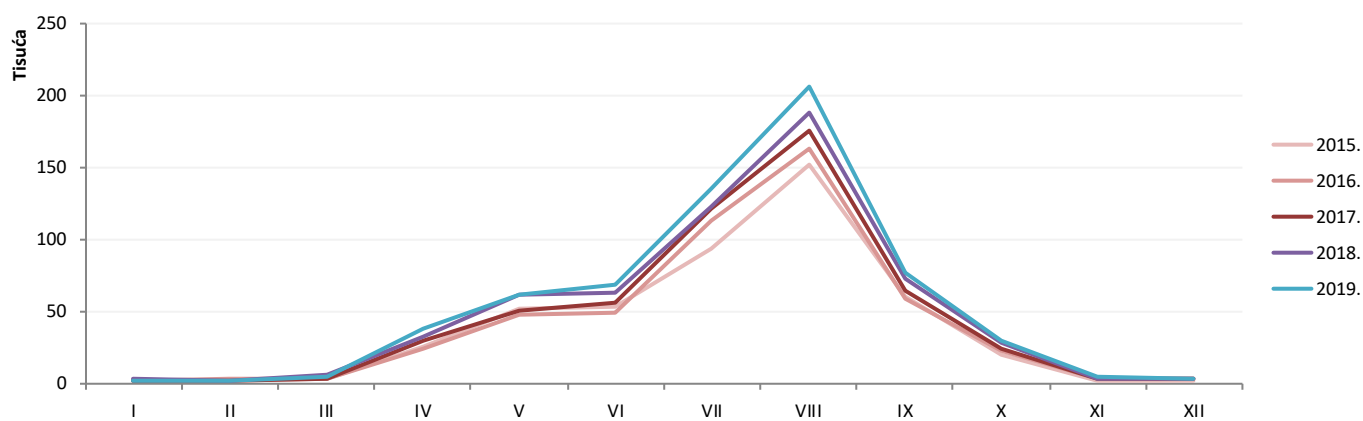
Izvor: DZS

Dolasci i noćenja francuskih turista, razdoblje 1989. - 2019.



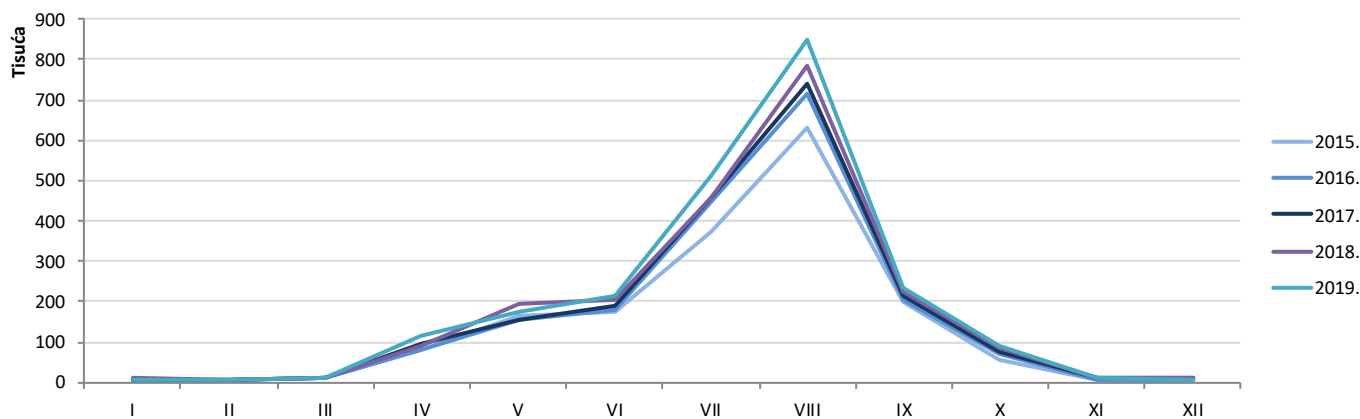
Izvor: DZS

Dolasci po mjesecima - Francuska



Izvor: DZS

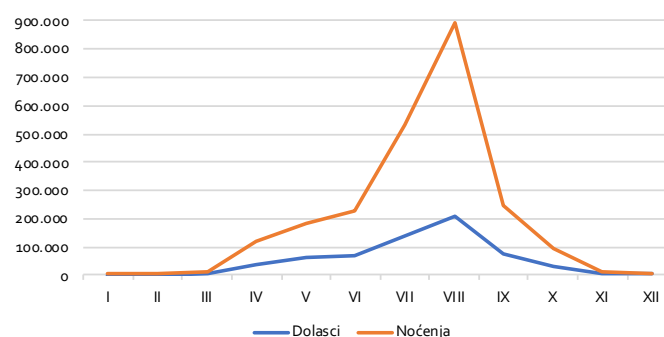
Noćenja po mjesecima - Francuska



Izvor: DZS

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

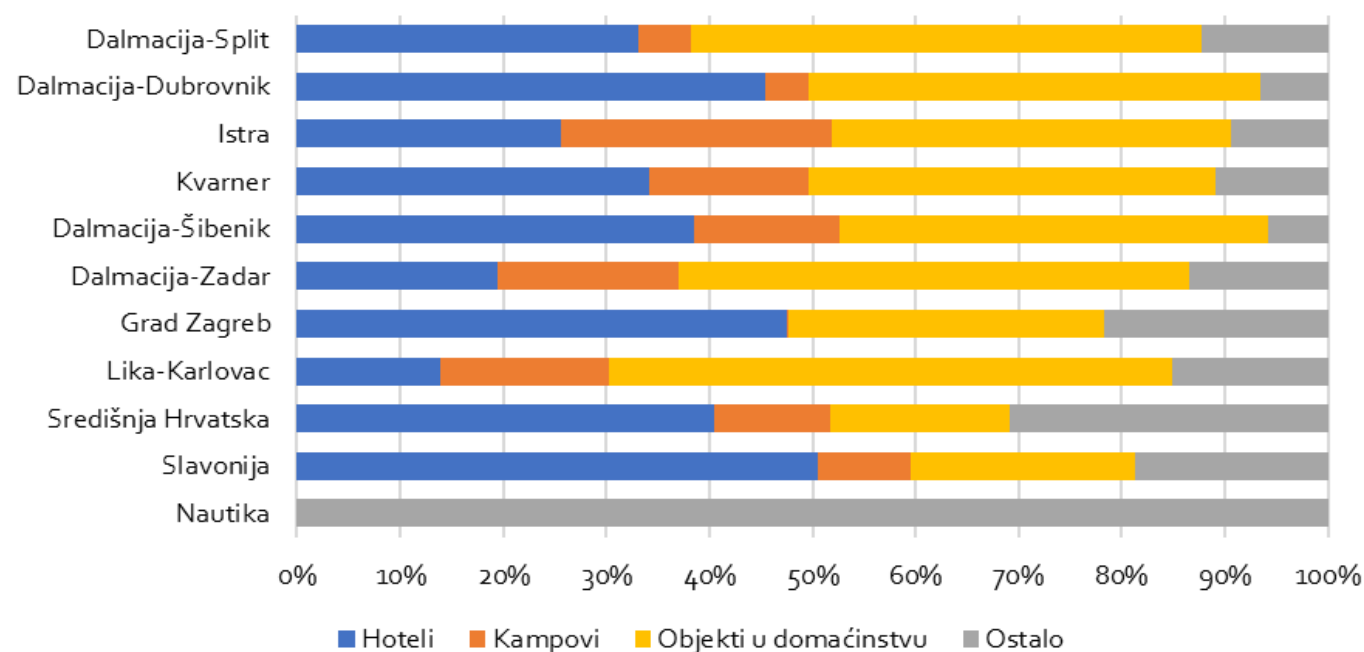
Dolasci i noćenja francuskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	170.856	730.368
Dalmacija-Dubrovnik	148.384	529.596
Istra	64.478	271.334
Dalmacija-Zadar	52.982	193.736
Kvarner	51.057	173.968
Dalmacija-Šibenik	37.140	132.894
Lika-Karlovac	59.438	123.011
Nautika	13.645	101.685
Grad Zagreb	33.286	66.408
Središnja Hrvatska	6.417	13.394
Slavonija	2.594	5.296
Ukupno	640.277	2.341.690

Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

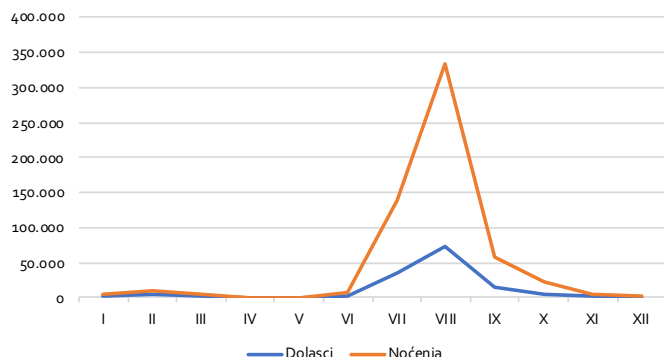
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	271.386
Split	204.635
Konavle	83.718
Zadar	78.938
Bol	66.949
Zagreb	66.408
Šibenik	57.700
Pula	55.289
Supetar	53.605
Gradac	50.680

Dolasci po dobi i spolu

Godina	muškarci	žene
0-5 godina	1,2%	1,2%
6-11 godina	2,3%	2,5%
12-17 godina	4,4%	3,9%
18-24 godina	6,4%	5,3%
25-34 godina	9,0%	9,2%
35-44 godina	6,1%	6,4%
45-54 godina	7,5%	7,7%
55-64 godina	6,5%	6,5%
> 65 godina	7,1%	6,8%

REZULTATI 2020. PREMA SUSTAVU EVISITOR

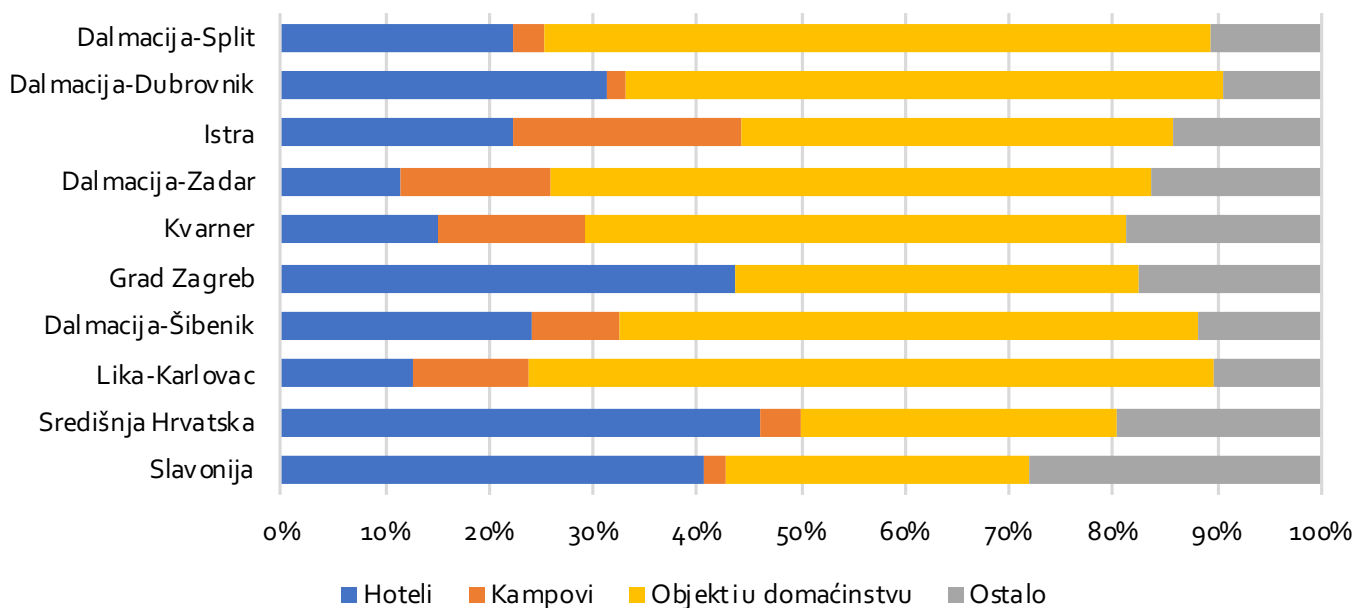
Dolasci i noćenja francuskih turista, 2020.



Dolasci i noćenja po klasterima

Klaster	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	41.540	186.354
Dalmacija-Dubrovnik	33.259	121.223
Istra	13.274	66.222
Dalmacija-Zadar	10.593	51.499
Nautika	5.535	45.508
Kvarner	10.070	41.556
Dalmacija-Šibenik	6.778	29.166
Grad Zagreb	9.662	23.726
Lika-Karlovac	10.422	23.011
Središnja Hrvatska	1.645	3.635
Slavonija	985	2.061
Ukupno	143.763	593.961

Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2020.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	66.053
Split	65.356
Zagreb	23.726
Zadar	17.691
Jelsa	13.192
Hvar	12.883
Šibenik	10.686
Korčula	10.187
Pula	9.724
Rovinj	9.668

Dolasci po dobi i spolu

Dobna skupina	muškarci	žene
0-5 godina	2,0%	1,9%
6-11 godina	3,6%	3,6%
12-17 godina	4,6%	4,9%
18-24 godina	7,4%	7,6%
25-34 godina	10,1%	8,9%
35-44 godina	7,9%	7,2%
45-54 godina	8,5%	7,7%
55-64 godina	4,7%	3,7%
> 65 godina	3,0%	2,6%

TOMAS HRVATSKA 2019.

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama. Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

Uz domaće tržište, istraživanjem su obuhvaćena i za Hrvatsku značajnija europska tržišta – Njemačka, Slovenija, Austrija, Poljska, Italija, Češka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Skandinavija, Mađarska, Nizozemska, Slovačka, Francuska, BiH, Švicarska, Belgija, Španjolska, Srbija, kao i odabrana daleka tržišta - SAD, Republika Koreja, Kina, Japan.

U nastavku slijede pokazatelji iz istraživanja TOMAS Hrvatska 2019. koji prikazuju set odabranih karakteristika profilom obrađenog tržišta, uz usporedbu s prosječnim vrijednostima svih istraživanjem obuhvaćenih stranih tržišta. Zelenom bojom označene su vrijednosti kod kojih tržište u okviru relevantnijih podatkovnih kategorija pokazuje značajnije iznadprosječan rezultat, dok su crveno označene vrijednosti značajnije ispodprosječnog rezultata.

Glavni motivi odmorišnih putovanja

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Francuska
More	66,5	54,3
Priroda	13,4	13,4
Touring, sightseeing	7,2	11,9
Gradovi (city break)	4,8	8,9
Kultura i umjetnost	2,0	3,5
Zabava i festivali	1,3	2,3
Sela, ruralno područje	0,9	1,4
Manifestacije i događanja	0,6	0,7
Gastronomija	0,6	0,6
Wellness, toplice	0,4	0,1
Ostali sportovi i rekreacija	0,5	0,6
Cikloturizam, mountain biking	0,3	1,0
Planinarenje, hodanje	0,2	0,1
Nešto drugo	1,1	1,3
UKUPNO	100,0	100,0

Motiv dolaska u Hrvatsku

Motivi	Prosjek za strana tržišta	Francuska
More	79,1	76,3
Priroda	56,2	48,8
Gradovi (city break)	24,8	25,3
Touring, sightseeing	22,3	38,5
Kultura i umjetnost	13,4	25,9
Ostali sportovi i rekreacija	11,1	5,1
Gastronomija	6,7	3,9
Zabava i festivali	5,1	6,6
Sela, ruralno područje	4,7	6,2
Manifestacije i događanja	4,1	2,1
Posao	2,8	1,2
Wellness, toplice	3,3	2,9
Planinarenje, hodanje	3,3	1,5
Drugi odmorišni motivi	2,6	2,7
Posjet rodbini i prijateljima	1,7	1,0
Cikloturizam, mountain biking	1,7	1,8
Zdravstveni razlozi	0,8	0,0
Obrazovanje	0,4	0,5
Vjerski razlozi	0,2	0,8
Neki drugi razlog	1,0	0,1

Učestalost dolaska u Hrvatsku

Broj posjeta Hrvatskoj	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Prvi posjet	33,3	69,7
Drugi posjet	15,4	22,0
3 do 6 posjeta	20,1	6,1
7 i više posjeta	31,2	2,2
UKUPNO	100,0	100,0

Izvori informacija

Izvori informacija	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Internet	56,2	61,3
Preporuke rodbine ili prijatelja	25,6	33,2
Prijašnji boravak	21,4	4,0
Preporuke TA ili kluba	10,7	23,4
Brošure, oglasi, plakati	5,3	9,6
Radio, televizija, film ili video	5,2	7,2
Turistički sajmovi, izložbe	5,1	1,6
Članci - novine/ časopisi	3,3	2,9
Nije trebao informacije	8,0	2,0

Način rezervacije smještaja

Rezervacija smještaja	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom, e-mailom	17,2	21,9
Posredstvom turističke ili putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući Booking.com, Expedia i sl.	45,9	56,6
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom ili telefaksom, e-mailom	16,4	8,4
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	15,7	8,8
Na neki drugi način	0,8	0,5
Nije unaprijed rezerviran	4,0	3,8
UKUPNO	100,0	100,0

Trenutak rezervacije smještaja

Trenutak rezervacije	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Manje od tjedan dana prije dolaska	6,4	5,3
1 do 4 tjedna prije dolaska	17,1	17,8
1 do 3 mjeseca prije dolaska	33,0	40,5
3 do 6 mjeseci prije dolaska	27,6	27,0
Više od 6 mjeseci prije dolaska	15,9	9,4
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0

Smetnje tijekom boravka u destinaciji

Smetnje	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Gužva na kupališnom prostoru/preveliki broj kupača	7,6	11,6
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	7,2	11,4
Neprimjereno odloženo smeće	6,2	4,5
Nemogućnost razdvajanja otpada	6,3	8,5
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	6,0	6,5
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	6,2	7,0
Nešto drugo	1,3	0,9

Aktivnost tijekom boravka u destinaciji

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Plivanje, kupanje	76,5	68,4
Razgledavanje gradova ('city sightseeing')	53,8	61,2
Odlazak u restorane	50,4	50,4
Posjet povijesnim građevinama	23,4	44,2
Posjet nacionalnim parkovima, zaštićenim prirodnim područjima	19,1	30,6
Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	15,4	10,6
Odlazak na organizirane izlete brodom	14,8	22,7
Pješaćenje	14,5	15,7
Posjet muzejima, galerijama i izložbama	13,8	25,3
Jogging, trčanje	12,9	11,3
Odlazak u klubove, ples, noćni život	11,0	11,0
Tenis	10,0	10,1
Korištenje wellness, spa usluga	8,5	6,1
Ronjenje	8,4	8,4
Posjet tematskim parkovima	7,8	9,6
Posjet zabavnim događanjima	7,1	8,2
Obilazak vinskih cesta, vinarija	7,3	8,2
Ribolov	6,1	2,6
Obilazak tematskih cesta	6,2	13,7
Posjet tradicionalnim događanjima	5,3	7,2
Ostalo	4,8	4,8
Posjet seoskim domaćinstvima	4,6	4,5
Posjet toplicama	3,9	3,1
Posjet kulturnim događanjima	3,8	6,3
Golf	3,8	0,1

Aktivnost	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Jedrenje	3,4	1,4
Posjet sportskim događanjima	3,2	0,9
Planinarenje	2,7	2,2
Avanturistički sportovi	2,5	1,9
Mountain biking	2,5	3,0
Korištenje zdravstvenih usluga	1,8	2,0
Sudjelovanje na radionicama	1,6	1,5
Dvoranski sportovi	1,5	3,4
Lov	1,4	0,1
Jahanje	1,4	1,1
Rafting	1,3	1,1
Posjet božićnim ili adventskim sajmovima	0,9	0,9
Nekom drugom	9,1	15,8
Niti jednom	0,9	0,1

Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude mjesta

Element ponude	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Ljepota prirode i krajolika	87,7	90,8
Ljepota mjesta	86,3	89,8
Osobna sigurnost	84,3	76,6
Atmosfera, ugođaj	82,7	83,5
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	82,3	73,0
Ukupni boravak	80,5	73,9
Uređenost mjesta	78,5	78,0
Čistoća plaža	77,2	74,2
Smještajni objekt	76,8	76,8
Informacije u destinaciji	76,3	73,6
Ekološka očuvanost prostora	76,4	77,2
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	76,0	71,9
Prilagođenost destinacije djeci	75,3	67,1
Pješačke staze	75,1	70,1
Prometna dostupnost destinacije	74,1	67,8
Gastronomska ponuda u mjestu	71,7	60,1
Označavanje znamenitosti	71,8	68,2
Kultura i umjetnost	71,4	65,5
Opremljenost, uređenost plaža	70,6	59,0
Besplatni internet u destinaciji	69,5	67,4
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	69,5	61,9
Informacije, edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	69,1	61,6
Biciklističke rute i staze	67,7	56,3
Lokalni javni prijevoz	63,9	43,5
Sportski sadržaji	63,8	48,3
Događanja i manifestacije	63,4	51,9
Mogućnost za kupnju	62,5	62,8
Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	62,4	49,6
Zabava, noćni život	62,4	43,2
Promet u mjestu	62,3	42,8

Vjerojatnost preporuke mjesta prijateljima, rodbini ili kolegama

	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Nije vjerojatno da ću preporučiti	4,2	1,9
Vjerojatno ću preporučiti	26,9	28,1
Jako je vjerojatno da ću preporučiti	68,9	70,0
UKUPNO	100,0	100,0

Prosječni dnevni izdaci (u EUR)

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	99,0	106,66
Smještaj	52,8	53,86
Hrana u restoranima i barovima	17,1	16,84
Usluge trgovine	11,6	11,42
Kultura i zabava	3,3	4,68
Sport i rekreacija	2,8	2,40
Izleti	2,7	4,79
Lokalni prijevoz	7,1	11,11
Ostalo	1,7	1,56

Struktura prosječnih dnevnih izdataka

Izdatak	Prosjek za strana tržišta	Francuska
Prosječni dnevni izdaci ukupno	100,0	100,00
Smještaj	53,3	50,49
Hrana u restoranima i barovima	17,2	15,79
Usluge trgovine	11,7	10,71
Kultura i zabava	3,3	4,38
Sport i rekreacija	2,9	2,25
Izleti	2,8	4,49
Lokalni prijevoz	7,1	10,42
Ostalo	1,7	1,46

Aktualni imidž Hrvatske

Za Hrvatsku je 2019. bila najuspješnija godina u povijesti i po ostvarenim dolascima/noćenjima francuskih gostiju, bogatoj produkciji francuskih turoperatora, ali i uvedenim novim zračnim linijama. Za 2020. najavljene su brojne nove zračne linije iz Francuske za Hrvatsku, a što je godinama bio preduvjet još značajnijim dolascima. RyanAir je najavio dvije nove zračne linije za Zadar iz Toulousea i Beauveaisa, Volotea liniju iz Toulousea za Dubrovnik, Vueling liniju Pariz – Dubrovnik, Transavia linije iz Pariza za Pulu te iz Nantesa za Dubrovnik. I francuska nacionalna avio kompanija Air France je najavljivala dodatne rotacije za Split tijekom ljetnih mjeseci te konačno još jedan let dnevno na relaciji Pariz – Zagreb. Uz brojne nove redovne avio linije, francuski organizatori putovanja najavljivali su širenje produkcije i dodatne chartere.

Nažalost ovakve odlične najave s početka godine, narušene su pojavom COVIDA-19, koji je stopirao sve rezervacije, pa tako i one za Hrvatsku. Iako je Francuska unutarnje granice s Europskom unijom otvorila 15. lipnja, više od 80 % Francuza se, uslijed neizvjesnosti ove godine, ipak odlučilo za odmor u Francuskoj.

Tijekom proljetnog i ljetnog razdoblja, francuski mediji izuzetno su pozitivno predstavljali Hrvatsku po pitanju sigurnosti destinacije, dostupnosti informacija o ulasku u zemlju, stanju koronavirusa i poduzetim sanitarnim

mjerama koje su postale ključni kriterij odabira odmorišne destinacije. Stječe se dojam medijske sveprisutnosti Hrvatske, a o toj maloj mediteranskoj zemlji nevjerojatnih prirodnih ljepota i kulturnih raznolikosti puno se govori. Brojne objave u francuskim medijima, ali i svakodnevni pozivi opće i stručne javnosti svjedoče o pozitivnom imidžu Hrvatske na francuskom tržištu. Francuzi su ove godine u najvećem broju ostali doma, no odmah kada se brojke zaraženih spuste, spremni su nastaviti tamo gdje su stali.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020.

U 2019., udio individualnih dolazaka francuskih turista u Hrvatsku iznosio je 65 %, a udio organiziranih dolazaka 35 % od ukupnog prometa. Pandemija Covid-19 izazvala je još snažniji porast individualnog prometa u odnosu na organizirani promet, pa je tako u prvih devet mjeseci 2020. u Hrvatskoj zabilježeno 78 % individualnog prometa francuskih gostiju te 22 % organiziranih dolazaka. Takve brojke ne iznenađuju s obzirom na dosadašnji trend porasta individualnog segmenta u odnosu na organizirani, ali i činjenicu da je riječ o pretežito avio destinaciji za koju većina francuskih organizatora putovanja specijaliziranih za Hrvatsku uslijed velike neizvjesnosti zbog COVIDA-a nije uspjela pokrenuti chartere i pokrenuti značajnije organizirane dolaske iz Francuske.

Organizirani/individualni promet francuskih turista u Hrvatskoj u prvih devet mjeseci 2020.

Vrsta dolaska	Dolasci	Udio dolazaka (%)	Noćenja	Udio noćenja (%)
Organizirano	29.886	22%	115.225	20%
Individualno	105.755	78%	447.870	80%
Ukupno	135.641	100%	563.095	100%

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020.

Specifičnosti najznačajnijih organizatora putovanja i njihovi proizvodi u Hrvatskoj u 2020.

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
Travel Europe - Visit Europe	Jedan od vodećih francuskih organizatora putovanja za Hrvatsku s bogatom i raznovrsnom produkcijom tura, krstarenja, all inclusive proizvoda, autotura, vikend putovanja. Posjeduje značajne kapacitete i veliki broj regionalnih letova: 17 francuskih uzletišta s vlastitim charter lancem. Nudi grupne ture i krstarenja u Hrvatskoj. Zadržava bogatu produkciju u Hrvatskoj u 2020., ali ostvaruje minimalne rezultate. Pri kraju sezone uspijevaju organizirati minimalan broj charter letova za Hrvatsku (Dubrovnik).
Grupa TUI France	Usljed financijskog kraha, ali i nesigurnosti uslijed COVID-19 krize, u 2020. filijale TUI-ja u Hrvatskoj nisu bile otvorene, pa tako nisu zadržani niti charter letovi. Produkcija se svela na zakupe soba u hotelima s kojima surađuju i zakupe sjadala na redovnim zračnim linijama, a realiziran je vrlo mali broj putnika.
Top of Travel	Ovaj TO izuzetno je jak u B2B segmentu. Top of Travel ima velik broj charter letova i najbolju charter pokrivenost iz svih francuskih regija - dolasci u Hrvatsku iz 22 francuska grada. Imaju tri hotelska kluba u Hrvatskoj u Drveniku, Cavtatu i Donjem Segetu. Zadržava produkciju u Hrvatskoj u 2020. te ostvaruju minimalne dolaske uz minimalan broj charter letova.
Grupa Karavel	Grupa Karavel je jedan od lidera na francuskom turističkom tržištu, drugi web igrač. Obuhvaća tri velike marke Promovacances, Plein Vent i Fram. Godišnje realiziraju više od 570 000 putovanja klijenata u više od 150 destinacija diljem svijeta, 3.000 charter letova, 112 vlastitih i 3500 partnerskih turističkih agencija po cijeloj Francuskoj. U 2020. ulaze obogaćeni novom akvizicijom u Hrvatskoj (Brač), no nažalost uslijed krize s COVID-19 realizirali su minimalan broj dolazaka. Charter letovi prema Hrvatskoj su obustavljeni.
Thalasso N°1 / O Voyages	Ovaj najznačajniji francuski turoperator specijaliziran u domeni zdravstvenog/wellness turizma, poznat pod nadimkom "kreator zdravlja" u Hrvatskoj je otvorio produkciju u 2018. u regiji Kvarner. Riječ je o turoperatoru čije programe u domeni wellness i zdravstvenog turizma prodaje najveći broj francuskih turističkih agencija. U 2019. otvorili su svoj Ôclub Experience Sunny Bay Resort 4* na Lošinju, kojeg su nudili u svojoj produkciji i u 2020. Uslijed COVID-19 krize, charteri za riječki aerodrom nisu poletjeli, TO ostvaruje minimalne dolaske.
Voyamar	Voyamar je francuski organizator putovanja koji pripada grupi Marietton développement prisutnoj više od 50 godina u turističkoj industriji Francuske. Nakon preuzimanja mreže agencija Havas Voyages krajem 2015.godine, postaju jedan od lidera na tržištu. Ovaj francuski TO je u Hrvatskoj prisutan od 2018. godine i to u Dubrovačko – neretvanskoj županiji gdje su otvorili prvi Naya Club 4* u Slanom pokraj Dubrovnika. Usred krize gotovo je u cijelosti nerealizirana najavljena produkcija ovog francuskog TO u Hrvatskoj za 2020.
Pierre & Vacances	Europski leader za iznajmljivanje rezidencijalnih apartmana. Nakon što je otvorio po prvi put produkciju u Hrvatskoj u 2016., i to u zadarskoj regiji, Istri i Kvarneru, proširili su produkciju na dubrovačku i splitsku regiju. U 2020. bilježe pad prodaje (uključujući sve destinacije) od 70 % u odnosu na prošlu godinu. Za Pierre & Vacances Hrvatska je jedna od 4 glavne destinacije, uz Portugal, Italiju i Španjolsku. Brojni otkazani letovi imali su dodatan utjecaj na pad prodaje.

Grupa Voyageurs du Monde

Ova grupa uključuje turooperatore Voyageurs du Monde, Comptoir des Voyages i Terres d'Aventure. Riječ je o visokokvalitetnim organizatorima putovanja specijaliziranim za putovanja „po mjeri“, pustolovni turizam i sportska putovanja za mlade. Rezultati prodaje u 2020. su minimalni. Ovaj TO konstantno ulaže pritužbe na visoke cijene hotela u Hrvatskoj u usporedbi s konkurentnim destinacijama, te na manjak boutique hotela.

Ponant

Francuski TO specijaliziran za luksuzna krstarenja po mjeri. Svake godine širi produkciju u Hrvatskoj, iako je u 2020. ostvario minimalan broj dolazaka. Mini kruzer Le Lyrial prvi je kruzer koji je uplovio u jadranske luke nakon COVID-19 krize u ljeto 2020.

Interhome

Specijalist za iznajmljivanje kuća i apartmana. Rezultati prodaje Hrvatske u 2020. su loši te je do kraja listopada zabilježen pad prodaje od gotovo 80 %. Većina putovanja za Hrvatsku realizirana je u kolovozu.

Click&Boat

Online agencija za najam brodova u Hrvatskoj. Nudi široku paletu brodova koji se mogu iznajmiti duž obale, od Istre do Dubrovnika. Bilježi značajan pad prodaje, ali zahvaljujući trendovima i okrenutosti nautici uslijed krize, realiziran je određeni broj rezervacija.

Bemex Tours

Bemex Tours je TO specijaliziran za Hrvatsku, nudi bogatu produkciju putovanja po mjeri, grupnih tura i krstarenja. Osobito je proširio produkciju krstarenja. Bilježi ogroman pad prodaje u odnosu na prošlu godinu, ali vjeruju da će se katastrofalne brojke iz ove godine promijeniti u 2021. nakon očekivanog povratka turističke prodaje.

La Française des circuits

TO specijaliziran za grupna putovanja. U 2019. proširio je produkciju grupnih putovanja u Zagreb. Prodaja Hrvatske u 2020. bilježi porazne rezultate. Nadaju se povratku prodaje u proljeće 2021.

Step Travel

B2B turoperator koji je po prvi put otvorio produkciju u Hrvatskoj u 2016. programima u Zagrebu. Proširio je produkciju grupnih tura i krstarenja u Dalmaciji. Tijekom 2020. prodaje gotovo nema. U ljetnom radoblju je bilo vrlo malo rezervacija za Hrvatsku.

La Balaguère

TO koji nudi zanimljive avanturističke programe. Po pitanju polazaka za Hrvatsku u 2020., bilo je nešto malo rezervacija i polazaka nakon što je Hrvatska otvorila granice. Riječ je o još jednom TO kojemu je prodaja Francuske spasila sezonu.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. (programi za Hrvatsku)

Većina francuskih organizatora putovanja je uslijed zatvorenih granica, nesigurnosti, preporuka vlade da se odmori provedu u vlastitoj zemlji, bila prisiljena otkazati većinu chartera i planiranu produkciju za Hrvatsku. Samo su pojedini organizatori putovanja poput Visit Europe/Travel Europe uspjeli održati manji broj chartera i time minimalnu produkciju za Hrvatsku u odnosu na prijašnja razdoblja.

Zrakoplovni čarteri u 2020.

Posljednjih nekoliko godina zrakoplovne kompanije konstantno uvode nove direktne zračne linije iz Francuske za Hrvatsku, te pojačavaju kapacitete na već postojećim zračnim linijama. Nakon što je u 2019. godini otvoreno šest novih izravnih zračnih linija iz francuskih gradova prije svega za Dubrovnik i Split, ali i Pulu te po prvi put za Rijeku, u 2020. je otvoreno dodatnih sedam zračnih linija za Dubrovnik, Zadar i Pulu, te dodatni let Air Francea za Zagreb, što je trebalo doprinjeti još brojnijim dolascima s francuskog emitivnog tržišta. Uslijed pandemije Covid-19, zrakoplovne kompanije bile su prisiljene zaustaviti planirani red letenja, a nakon otvranja granica 15. lipnja, počeli su

pomalo operirati najavljeni letovi za Hrvatsku, no uslijed pada potražnje njihovi kapaciteti bitno su reducirani u odnosu na planirani red letenja.

I dok je prvotno za sezonu 2020. bio najavljen rekordan broj charter letova iz Francuske za Hrvatsku, francuski organizatori putovanja u lipnju polako shvaćaju da će vrlo malo od planiranoga u sezoni uspjeti i realizirati. Slijedom preporuka francuske Vlade da se odmori provode u Francuskoj, ali i restrikcija u putovanjima sve do početka srpnja i straha od daljnjeg širenja virusa, francuski organizatori putovanja prisiljeni su otkazati najveći broj charter polazaka prema svim destinacijama uključujući i Hrvatsku.

Planirani zrakoplovni charteri u 2020. godini najvećih francuskih turoperatora

TUROPERATOR	POLAZIŠTE-ODREDIŠTE	POČETAK-KRAJ LETENJA
	Bordeaux – Dubrovnik	25.5. i 21.9. ponedjeljkom, od 29.4. do 14.10. srijedom
	Brest – Pula / Dubrovnik	13.4. i 18.5. ponedjeljkom
	Brive – Dubrovnik, Pula	28.9. ponedjeljak
	Clermont Ferrand – Dubrovnik, Pula	20.4., 8.6. i 7.9., ponedjeljkom
	Lyon – Pula, Dubrovnik	6.4. – 12.10. ponedjeljkom i od 13.7. do 24.8., od 13.4. do 22.6. i od 7.9. do 12.10., od 7.7. do 25.8. utorkom
	Marseille – Pula, Dubrovnik	6.4. – 12.10. ponedjeljkom, 27.4. i od 13.7. do 24.8., od 20.4. do 22.6. i od 7.9. do 12.10., od 6.6. do 12.9. subotom
	Montpellier – Dubrovnik	1.6. ponedjeljak
	Mulhouse – Pula, Dubrovnik	12.5.; 2.6. ; 18.8.; 1.9.; 22.9.
	Nantes – Pula, Dubrovnik	27.4. – 12.10. ponedjeljkom i od 13.7. do 24.8., od 23.3. do 22.6. i od 7.9. do 19.10. ponedjeljkom, od 1.7. do 26.8. srijedom
TRAVEL EUROPE	Nice – Dubrovnik	6.5. do 23.9., srijedom
	Paris– Pula, Dubrovnik	6.4. – 12.10. ponedjeljkom 27.4. i od 13.7. do 24.8., od 23.3. do 19.10. ponedjeljkom od 6.5. do 14.10. srijedom te od 2.7. do 20.8. četvrtkom
	Pau – Pula, Dubrovnik	14.9. ponedjeljak
	Perpignan - Pula, Dubrovnik	25.5. ponedjeljak
	Rennes – Pula, Dubrovnik	15.6. ponedjeljak
	Toulouse – Pula, Dubrovnik	6.4. – 12.10. ponedjeljkom i od 27.4. te od 13.7. do 24.8. od 23.3. do 15.6. i od 7.9. do 19.10. Od 2.7. do 20.8. četvrtkom

TUOPERATOR	POLAZIŠTE-ODREDIŠTE	POČETAK-KRAJ LETENJA
VOYAMAR	Pariz - Dubrovnik	8.4. – 28.10.
	Lyon – Dubrovnik	8.4. – 28.10.
	Nantes – Dubrovnik	8.4. – 28.10.
	Bordeaux – Dubrovnik	8.4. – 28.10.
	Toulouse – Dubrovnik	8.4. – 28.10.
	Marseille – Dubrovnik	8.4. – 28.10.
	Strasbourg - Dubrovnik	8.4. – 28.10.
TOP OF TRAVEL	Pariz – Dubrovnik + Split	11.4. – 17.10. subotom/nedjeljom
	Nantes – Dubrovnik + Split	11.4. – 28.9. subotom/nedjeljom
	Lyon – Dubrovnik + Split	18.4. – 26.9. subotom/nedjeljom
	Toulouse – Dubrovnik + Split	11.4. – 26.9. i 10.10. subotom/nedjeljom
	Bordeaux – Dubrovnik + Split	Subota 18.4. + subota 26.9.
	Strasbourg – Dubrovnik + Split	11.4. – 26.9. subotom/nedjeljom
	Marseille – Dubrovnik + Split	11.4. – 26.9. subotom/nedjeljom
	Albert –Dubrovnik + Split	12.9. + 19.9. subotom/nedjeljom
	Châteauroux – Dubrovnik + Split	5.9. + 19.9. subotom/nedjeljom
	Clermont FD – Dubrovnik + Split	2.5. + 17.10. subotom/nedjeljom
	Deauville – Dubrovnik + Split	9.5. + 20.6. +26.9. subotom/nedjeljom
	Dole – Dubrovnik + Split	23.5. + 3.10. subotom/nedjeljom
	Le Havre – Dubrovnik + Split	Subota 18.4.
	Limoges – Dubrovnik + Split	Subota 13.6.
	Lorient – Dubrovnik + Split	Subota 6.6.
Mulhouse – Dubrovnik + Split	Ponedjeljak 25.4.	
Cherbourg - Split	Subota 30.5.	
KARAVEL	Pariz – Split	28.6. – 29.9.
	Lyon - Split	11.7. – 26.9.
	Nantes - Split	8. – 29.7.
	Toulouse - Split	8. – 29.7.
	Bordeaux - Split	15.7. – 12.9.
	Marseille - Split	8.7. – 2.9.
	Pariz - Dubrovnik	13.8. – 19.9.
	Bordeaux - Dubrovnik	13.8. – 19.9.
	Marseille - Dubrovnik	13.8. – 19.9.
CROISI EUROPE	Strasbourg - Dubrovnik	Četvrtkom 21.5. + 16.7. + 27.8.

Autobuseri u 2020.

Francuski autobuseri izuzetno su pogođeni krizom izazvanom pandemijom Covid-19. Riječ je o sektoru čije su se aktivnosti gotovo u potpunosti zaustavljene. Otkazana su školska putovanja, turističke ekskurzije, grupna putovanja čiju klijentelu mahom predstavljaju seniori koji zbog straha od epidemije izbjegavaju putovanja, izazvali su ogromne gubitke u sektoru autobusera. Od ožujka 2020., većina

turističkih autobusa stoji parkirana u garažama. Gubici u ukupnom prihodu dosežu vrtoglavi iznos od 73 % u odnosu na godinu ranije. Od 3.000 francuskih autobuserkih tvrtki značajan broj je zaustavio 30 % planiranih aktivnosti, a brojni autobuseri suočeni su sa 100 %-tnim prekidom aktivnosti. Sektor francuskih autobusera nada se oporavku i novom paketu programa pomoći vlade kako bi prevladali aktualnu krizu.

Najznačajniji francuski autobuseri

	AUTOCARISTE	SIÈGE (DPT)	DIRIGEANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2019	CA 2018	VARIATION CA 2019/2018	RÉS. NET 2019	RÉS. NET 2018	RENTAB. NETTE 2019	RÉS. D'EXP. 2019	RÉS. D'EXP. 2018	RENTAB. D'EXP. 2019
1	Verdié Agence	12	Y. Verdié	31/12/2019	107 394	102 049	5,24 %	2146	1668	2,00%	3154	3004	2,94%
2	National Tours	35	T. Houalard	30/09/2019	43 700	46 121	-5,25 %	1000	184	2,29 %	400	167	0,92 %
3	Richou Voyages	49	D. Richou	31/12/2019	NC	32 795	ND	NC	498	ND	NC	NC	ND
4	Philibert Tourisme	69	M. Philibert	31/12/2019	27 144	25 518	6,37 %	271	270	1,00 %	513	384	1,89 %
5	Michel Voyages	71	T. Michel	30/09/2019	25 067	24 548	2,11 %	91	172	0,36 %	108	213	0,43 %
6	Sabardu Tourisme	13	S. Brimble	31/12/2019	NC	15 831	ND	NC	522	ND	NC	745	ND
7	Perier Voyages	76	D. Perier	31/10/2019	15 747	18 267	-13,80 %	84	591	0,53 %	61	543	0,39 %
8	Transgallia	10	D. Costel	31/03/2019	14 616	13 314	9,78 %	925	673	6,33 %	1306	1049	8,94 %
9	Phocéens Voyages	6	F. Meynard	31/03/2019	14 014	14 910	-6,01 %	12	41	0,09 %	0	4	0,00 %
10	Voyages Girardot Organisation	71	P. Girardot	31/12/2019	NC	13 747	ND	NC	188	ND	NC	204	ND
11	Faure Tourisme	38	R. Faure	31/12/2019	12 332	10 444	18,08 %	-69	-64	-0,56 %	-65	-43	-0,53%
12	Royer Voyages	67	P. Royer	31/12/2019	10 919	10 813	0,98 %	484	721	4,43 %	NC	847	ND
13	Ginhoux Voyages	7	F. Ginhoux	11/30/2019	10 341	10 123	2,15 %	179	240	1,73 %	260	351	2,51 %
14	Voyages Mugler-Ringenbach	67	L. Mugler	30/09/2019	NC	8 656	ND	NC	-92	ND	NC	-153	ND
15	Direct Diffusion	31	Y. Verdié	31/12/2019	5 825	6 022	-3,27 %	375	458	6,44 %	522	605	8,96 %
16	Voyages Christine Palpacuer	6	C. Palpacuer	31/10/2019	NC	5 552	ND	NC	305	ND	NC	434	ND
17	Voyages Rouillard	22	P. Rouillard	31/08/2019	4 695	5 020	-6,47 %	69	134	1,47 %	130	48	2,77 %
18	Voyages Bertrand	79	J. Bertrand	31/12/2019	NC	4 597	ND	NC	6	ND	NC	NC	ND
19	Dunois Voyages	28	O. Velter	31/12/2019	4 262	5 411	-21,23 %	-239	-216	-5,61%	-149	-164	-3,50%
20	Daumin Voyages	72	J-F. Ruille	30/09/2019	1 636	1 784	-8,30 %	-15	-25	-0,92 %	NC	NC	ND

Izvor: Tour Hebdo

Individualni promet u 2020.

Vrsta posjeta/individualni i organizirani segment

Vrsta posjete	Dolasci	Udio dolazaka (%)	Noćenja	Udio noćenja (%)
Organizirano	29.886	22%	115.225	20%
Individualno	105.755	78%	447.870	80%
Ukupno	135.641	100%	563.095	100%

Izvor: eVisitor

Gotovo 89% ukupno realiziranog prometa tijekom 2020. iz Francuske u Hrvatsku odnosi se na individualni segment. S obzirom da je većina najavljenih čarter letova najvećih TO otkazana, organizirani dolasci odvijaju se preko zakupljenih sjedala na redovnim avio kompanijama/linijama kompanija koje su unatoč krizi u zračnom prometu održali linije prema Hrvatskoj (Transavia, Croatia Airlines, Volotea, Air France..). Usljed izostanka organiziranih i grupnih polazaka koji su prema istraživanju Entreprises EDV zabilježili pad prodaje od gotovo 90% u odnosu na prošlu godinu, zabilježen je i značajan pad dolazaka u Hrvatsku.

TURISTIČKA SEZONA 2021. OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2021.

Pandemija Covid-19 poljuljala je turistički sektor te izazvala promjene zbog kojih svijet turistička putovanja više nikad neće biti sličan onom od prije pojave pandemije. Prema istraživanju Bookinga, 45 % Francuza čeka stavljanje u opticaj cjepiva ili lijeka protiv Covida-19 prije nego što se odluči otputovati na godišnji odmor. Ono što je pozitivno je da želja za putovanjima kod Francuza još uvijek postoji, pa je tako 65 % upitanih izjavilo da će još više uživati u putovanjima nego ranije. Daleke destinacije privlače jako mali broj Francuza, samo 6 %, a njih 18 % vjeruje da bi tek krajem 2021. mogli otputovati u neku od dalekih destinacija. U očekivanju smirenja situacije, 49 % Francuza planira u 2021. provesti godišnji odmor u Francuskoj u nadolazećem razdoblju od 7 do 12 mjeseci, a njih 40 % planira putovati u francuske destinacije i u dužem razdoblju od godine dana. Putovanja u Francusku za većinu francuskih građana predstavljaju najsigurnija putovanja i najlakša za organizirati.

Istraživanje ukazuje i na promjene motivacije Francuza tijekom putovanja:

- 44 % želi boraviti u prirodi
- 94 % namjeravaju prakticirati šetački turizam
- 0 % želi boraviti na čistom zraku
- 3 % traži isključivo odmor
- 70 % želi provesti odmor u krugu obitelji i što više na svježem zraku
- -7 % planira otputovati u ruralne regije i traže što veću sponu s prirodom.

Jedan od važnih kriterija kod organiziranja putovanja u 2021. bit će fleksibilnost rezervacija. 71 % upitanih očekuje transparentnost platformi za rezervacije po pitanju otkazivanja rezervacija, vraćanja uplaćenih iznosa i promjena datuma putovanja bez dodatnih troškova. Francuzi su svjesni da opstanak turističkog sektora uvelike ovisi o svakom pojedincu. S druge strane, i oni imaju očekivanja od turističkog sektora koja se moraju prilagoditi aktualnoj situaciji, pokazati fleksibilnost, raditi na dodanoj vrijednosti. Većina upitanih smatra da se turistička industrija mora prilagoditi novonastaloj situaciji, staviti naglasak na očuvanje okoliša, nuditi zanimljivije paket-aranžmane izvan sezone i razvijati

produkciju u alternativnim destinacijama kako bi se izbjegao masovni turizam.

Obzirom na aktualni kontekst, epidemiološka situacija igrat će veliku ulogu kod odabira destinacija. Tako 50 % upitanih Francuza želi izbjeći javni transport te planira otputovati osobnim ili iznajmljenim vozilom. Slična tendencija opaža se i kod odabira smještaja: 46 % upitanih preferira iznajmiti kuću ili apartman nego hotelski smještaj (dok je u 2019., 64 % upitanih izjavilo da preferiraju hotelski smještaj).

Francuzi su spremni prihvatiti određena ograničenja zbog sanitarne sigurnosti: 66 % prihvaća testove na Covid-19 prije putovanja, 64 % spremno je nositi masku na javnim mjestima. S druge strane, Francuzi izbjegavaju destinacije gdje je obavezna karantena, pa je tako samo 16 % upitanih spremno otputovati u destinacije gdje je karantena obavezna.

Pandemija je utjecala na snažniju potrebu održavanja ljudskih kontakata, što će utjecati i na odabir putovanja u 2021. Studija Airbnb-a pokazuje da bi se 30 % Francuza željelo odseliti da budu bliže obitelji. Brojne obitelji rezerviraju Airbnb smještaj da bi okupile svoje članove tijekom godišnjeg odmora. Tako je ove godine tijekom ljetnog razdoblja zabilježen tri puta veći broj upita uključujući termin „obitelj“ na tražilici platforme u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a ta se tendencija nastavlja povećavati. Bilo da je riječ o putovanjima s članovima obitelji ili prijateljima, ovakva „grupna“ putovanja pokazuju tendenciju porasta i predstavljaju jednu novu dimenziju putovanja koja traži ljudski kontakt, sigurnost i minimiziranje rizika.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2021.

U 2021. velik broj Francuza planira otputovati izvan vlastite domovine, iako će uobičajeno najveći broj ostati u Francuskoj. Prema studiji INTERFACE TOURISME povratak pozitivnih turističkih tendencija predviđa se za proljeće 2021. Riječ je o studiji koja obuhvaća 775 francuskih turističkih profesionalaca triju europska tržišta, među kojima i francuskog.

Prema navedenoj studiji, najbolje rezultate prodaje imat će srednje destinacije, a među srednjim destinacijama najveći će uspjeh imati:

- Grčka (83 %)
- Portugal (81 %)
- Italija (75 %)
- Španjolska (71 %)
- Francuska (70 %)

Francuzi će željeti provesti godišnji odmor u krugu obitelji i prijatelja. Tome će pridonijeti i kontinuitet rada iz kuće, koji se puno prakticira od uvođenja karantene u Francuskoj te online educiranje. Putovanja u 2021. biti obavljena velom neizvjesnosti, ali Francuzi će ih ipak prakticirati, iako na drugačiji način.

Airbnb je prilagodio svoju ponudu novim trendovima, te nudi sve više smještaja u ruralnim regijama. Želja za provođenjem što više vremena u prirodi jedna je od glavnih tendencija za putovanja u 2021. Tako, primjerice za putovanja u Francuskoj, Airbnb bilježi veliki porast interesa za seoske regije Pays-Basque, Crozon (u srcu parka prirode Armorique) i Balaruc-les-Bains. Mladi zaposleni kadar mijenja stil življenja i odlučuje se na rad od kuće iz mjesta koja nisu njihova mjesta prebivališta. Iako većina Francuza koja rezervira godišnji odmor na platformi Airbnb namjerava ostati na francuskom teritoriju, sve više ih traži otoke i priobalne destinacije izvan francuskih granica. Po pitanju smještaja jako su tražene kuće u prirodi, drvene kuće na stablima, „tiny-houses“, kuće-kupole od ekološkog drva. Kuće su za 2021. traženije u odnosu na apartmane jer nude više prostora, a kuće/kolibe u prirodi i u selima puno su traženije u odnosu na gradske kuće i vile.

Prognoze organizatora putovanja za 2021.

Drugi val pandemije, uvođenje ponovne karantene u Francuskoj od 31. listopada do 1. prosinca 2020., unijeli su novi strah i tjeskobu po pitanju turističke sezone 2021. Stanje jesenskih rezervacija je loše, a teško je davati bilo kakve prognoze za iduću godinu budući će tijekom sezone biti usko vezan uz epidemiološku odnosno sigurnosnu situaciju. Francuski turistički sektor trenutno je izuzetno pogođen padom i gotovo potpunim gubitkom inozemnih turista, prestankom aktivnosti poslovnog i MICE sektora te neodlučnosti i tjeskobom Francuza po pitanju polazaka na godišnje odmore.

Udruženje francuskih turističkih agencija Entreprises des voyages i Udruženje francuskih TO SETO, objavili su krajem listopada 2020. zabrinjavajuće podatke po pitanju aktualnog stanja francuskog turističkog sektora. Prodaja u rujnu zabilježila je bitno lošije rezultate u odnosu na ljetno razdoblje, a ponovna karantena u Francuskoj samo će pogoršati ionako loše aktualno stanje prodaje. 20,9 % turističkih tvrtki članova udruženja SETO i EDV nemaju niti jednog aktivnog zaposlenika u listopadu, odnosno njihove plaće isplaćuje država zahvaljujući mjeri „chômage partiel“. Situacija se neće popraviti u narednim mjesecima, pa se uskoro očekuju drastične odluke:

- 72 % turističkih tvrtki namjerava zadržati manje od 50 % ukupne mase predviđene za plaće radnika
- 73,2 % turističkih tvrtki bilježe pad od 80 % prometa u odnosu na 2019.
- 58,8 % turističkih tvrtki započet će s opuštanjem radnika
- Više od 40 % radnih mjesta bit će ukinuto.

Francuski turistički profesionalci nadaju se stabilizaciji sanitarne situacije i ponovnom pokretanju prodaje u proljetnom razdoblju 2021.

TURISTIČKA SEZONA 2021. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2021.

Evolucija pandemije Covid-19 utjecat će na turističke trendove i broj dolazaka/noćenja francuskih turista u Hrvatsku u 2021. Ukoliko se epidemiološka situacija stabilizira do proljeća 2021., turistička prodaja mogla bi se pokrenuti u proljetnom razdoblju. Hrvatska ima sve komparativne prednosti i značajnim marketinškim i ostalim promotivnim aktivnostima, ali i osluhivanjem tržišta i promptnim odgovorima mora zadržati dobru vidljivost kroz sve dostupne promotivne kanale. Hrvatska bi uz adekvatnu kampanju i svakako pojačane promotivne aktivnosti i kroz suradnju s ključnim partnerima u sljedećoj godini mogla ostvariti između 50 i 60% prometa iz rekordne 2019. godine.

Ovo izuzetno potentno tržište nikako ne treba zemariti uslijed ostvarenih rezultata u 2020. jer riječ je o jednom od najpotentnijih europskih tržišta čiji stanovnici (67 milijuna) prosječno imaju izuzetno velik broj dana godišnjeg odmora, ali su i izuzetno skloni putovanjima nekoliko puta godišnje. Uslijed najnovijih trendova u putovanjima zasigurno će se velik dio dosad realiziranih putovanja Francuza u daleke destinacije preusmjeriti u bliske, sigurne i atraktivne europske destinacije među kojima Hrvatska treba osigurati jednu od vodećih pozicija.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Francuski organizatori putovanja svjesni su rizika koji obavlja narednu sezonu te mogućnosti da se pandemija ne stabilizira na vrijeme da bi se uspjela pokrenuti turistička prodaja. S druge strane, različita istraživanja pokazuju da Francuzi nisu izgubili želju za putovanjima te da će, ukoliko sanitarna situacija bude povoljna, u narednoj godini europske destinacije privući značajan broj Francuza. Stoga ne čudi da najveći francuski organizatori putovanja planiraju širiti produkciju u Hrvatskoj u 2021. koja će naravno u prvom redu ipak ovisiti o epidemiološkoj situaciji u obje zemlje. U nastavku osnovne najave programa najznačajnijih organizatora putovanja/kompanija za 2021. godinu.

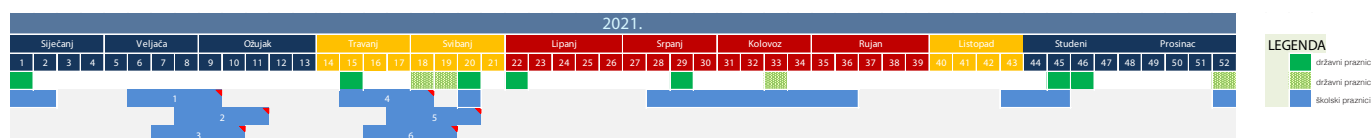
- TOP OF TRAVEL najavljuje otvaranje novog kluba u splitskoj regiji nakon krize s COVID-19 i nerealizirane sezone 2020.
- VOYAMAR za 2021. godinu najavljuje snažan zračni angažman u razdoblju pred- i posezone te su u pregovorima oko otvaranja novog kluba u Hrvatskoj.
- KARAVEL je sklopio ugovor o zakupu soba i klubu na Braču te u 2021. otvara produkciju u hotelu u Dubrovniku. Osim vlastitih chartera iz Lilla od travnja do listopada, planiraju i zakup sjedala na letovima za Split i Dubrovnik s polascima iz najvećih francuskih gradova.
- VOLOTEA za 2021. godinu najavljuje 12 direktnih zračnih linija iz francuskih gradova za Split i Dubrovnik - za Split su najavljeni polasci iz Nantesa, Bordeauxa, Toulousea, Lyona, Marseillesa i Nice, a za Dubrovnik linije iz Strasbourga, Nantesa, Bordeauxa, Toulousea, Marseillesa i Lyona.
- TRAVEL EUROPE/VISIT EUROPE vodeći francuski organizator putovanja za Hrvatsku za 2021. najavljuje 650 garantiranih polazaka iz 16 francuskih gradova za svoje glavne destinacije među kojima je Hrvatska na prvom mjestu. Klijentima nude i opciju besplatnog otkaza rezervacije 62 dana prije polaska, ali i odgodu planiranih putovanja iz 2020. te rezervaciju u 2021. po istoj cijeni, uvjetima, programima.
- PIERRE & VACANCES europski leader za najam apartmana i rezidencija kojemu je Hrvatska uz Portugal, Italiju i Španjolsku, jedna od glavnih destinacija, omogućuje klijentima besplatno prebacivanje putovanja za 2021., a zadržavaju svu produkciju u Hrvatskoj.
- TUI ne zadržava klubove na Braču, ali će u 2021. u Hrvatskoj ostati prisutni kroz klub Lookea Epidaurus u Cavtatu. Nakon financijskog kraha i pokušaja oporavka TUI France će u narednim godinama pokušati ponovno povratiti produkciju u Hrvatskoj kroz prepoznatljive MARMARA klubove.
- VERDIE – u produkciji 2021. nude zanimljive programe grupnih tura u Hrvatskoj te krstarenja Jadranom.
- PONANT - U produkciji 2021. nude osmodnevno krstarenje od Venecije do Dubrovnika na luksuznoj yachti Le Lyrial.
- NATIONAL TOURS Specijalist za auto ture koji preprodaje putovanja organizatora putovanja Travel Europe. U produkciji 2021. ima dva programa u Hrvatskoj te dva s programima koji uključuju i susjedne zemlje.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2021.

Organizatori putovanja nadaju se da će se epidemiološka situacija stabilizirati do proljeća 2021., te da bi se u tom slučaju prodaja mogla pokrenuti u proljetnom razdoblju. Većina istraživanja pokazuje da se očekuje ponovno pokretanje prodaje u proljeće 2021. te izražen interes francuskog tržišta prema srednjim destinacijama s obzirom da su Francuzi u 2020. zbog krize bili prisiljeni u znatno većem broju odmor provesti u svojoj zemlji. U ovakvom kontekstu, Hrvatska ima sve komparativne prednosti da se pored jakih turističkih konkurenata na tržištu (prije svega Grčka, Španjolska, Italija i Portugal) sljedeće godine nametne kao sigurna, cjelogodišnja, atraktivna i dostupna destinacija.

Važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju na način da odražavaju prilagodbu turističke ponude aktualnom kontekstu i novim tendencijama putovanja, stavljajući naglasak na alternativne regije, prirodu, autentičnost i sigurnost. Cilj zajedničkih aktivnosti s partnerima mora ostati predstaviti Hrvatsku kao cjelogodišnju atraktivnu, ali prije svega sigurnu destinaciju s obzirom da će upravo sigurnost, ali i dobro komunicirane poruke oko epidemiološke situacije u zemlji, biti ključni kriterij prilikom odabira odmorišne destinacije u 2021. godini.

Kalendar praznika



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2020.	Dan u tjednu	Tjedan u	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2020	Srijeda	1	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	13.04.2020	Ponedjeljak	16	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	17
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2020	Petak	18	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	19
Dan pobjede (Victory 1945)	08.05.2020	Petak	19	08.05.2021	Subota	19	08.05.2022	Nedjelja	20
Uzašašće (Ascension Day)	21.05.2020	Četvrtak	21	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Petak	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	01.06.2020	Ponedjeljak	23	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	24
Dan Republike/Dan Bastille	14.07.2020	Utorak	29	14.07.2021	Srijeda	29	14.07.2022	Četvrtak	29
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary)	15.08.2020	Subota	33	15.08.2021	Nedjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	34
Svi sveti (All Saint's Day)	01.11.2020	Nedjelja	45	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	45
Kraj I svj. rata (Armistice 1918)	11.11.2020	Srijeda	45	11.11.2021	Četvrtak	46	11.11.2022	Petak	46
Božić (Christmas)	25.12.2020	Petak	52	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	53

Izvor: <http://en.parisinfo.com/practical-paris/practical-fact-sheets/holidays>; <https://www.feiertagskalender.de/index.php?geo=30798&jahr=2021&klasse=3&hl=en>

Školski praznici	2021.	
	Početak	Kraj
Božićni praznici i Nova godina	19.12.2020	04.01.2021
Jesenski praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	06.02.2021	22.02.2021
Zimski praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	20.02.2021	08.03.2021
Zimski praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	13.02.2021	01.03.2021
Proljetni/Uskršnji praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	10.04.2021	26.04.2021
Proljetni/Uskršnji praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	24.04.2021	10.05.2021
Proljetni/Uskršnji praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	17.04.2021	03.05.2021
Praznici (spajanje vezano uz blagdan Uzašašća)	13.05.2021	17.05.2021
Ljetni praznici	06.07.2021	01.09.2021
Jesenski praznici	16.10.2021	30.11.2021
Božićni praznici	18.12.2021	02.01.2022

Izvor: <https://www.vacances-scolaires-gouv.fr/>