

# FRANCUSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2017.



# OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

**Političko uređenje:** parlamentarna republika – aktualni ustav datira od 4. listopada 1958.

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

Premijer: Edouard Philippe, od 17. svibnja 2017.

Zakonodavna vlast: Dvodomni parlament

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

**Površina:** 672.369 km<sup>2</sup>. Država je podijeljena u 22 regije, 95 departmana te devet prekomorskih regija.

**Glavni grad:** Paris – 2.240.621 stanovnika.

Ostali veći gradovi: Marseille – 852.516, Lyon – 496.343, Toulouse – 453.317, Nice – 343.629, Nantes – 291.604, Strasbourg – 274.394, Montpellier – 268.456, Bordeaux – 241.287, Lille – 228.652.

Izvor: INSEE od 1. siječnja 2017.



## Stanovništvo

1. siječnja 2017.

	Muškarci	Žene	Ukupno
<b>Ukupno</b>	<b>32.455.859</b>	<b>34.534.967</b>	<b>66.990.826</b>
do 15 godina	8.391.583	8.003.875	16.395.458
15 – 19 godina	18.550.750	19.161.177	37.711.927
20 – 24 godine	5.348.954	7.171.263	12.520.217
25 – 29 godina	1.945.782	1.992.195	3.937.977
30 – 34 godine	1.997.576	2.089.247	4.086.823
35 – 39 godina	2.063.364	2.130.319	4.193.683
40 – 44 godine	2.150.591	2.186.414	4.337.005
45 – 49 godina	2.237.403	2.285.433	4.522.836
50 – 54 godine	2.220.314	2.301.642	4.521.956
55 – 59 godina	2.087.848	2.212.146	4.299.994
60 – 64 godine	1.944.480	2.124.531	4.069.011
65 – 69 godina	1.870.263	2.086.663	3.956.926
70 – 74 godine	1.293.703	1.493.926	2.787.629
75 i više godina	2.346.564	3.757.995	6.104.559

Izvor: INSEE

# OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Nakon što je 2015. UK pala na šesto mjesto, u 2016. Francuska je povratila status pete svjetske ekonomske sile, a ispred nje su SAD, Kina, Japan i Njemačka.

Francuska ekonomija prvenstveno se bazira na uslugama

te se sve više otvara prema međunarodnim trgovinskim razmjenama, osobito u okviru EU. Zauzima sedmo mjesto u izvozu i šesto u uvozu.

## Aktualno stanje gospodarstva

### Makroekonomski pokazatelji

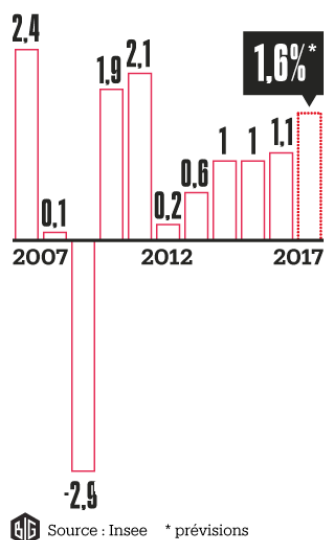
	2015.	2016.	2017.*	2018.*	2019.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	2.193,2	2.220,2	2.305,5	2.352,9	2.416,1
BDP po stanovniku (eura)	34.026	34.305	35.479	36.069	36.897
Realni rast BDP-a (%)	1,0	1,1	1,6	1,7	1,5
Izvoz robe (mlrd. eura)	460,0	456,8	492,1	507,3	525,4
Uvoz robe (mlrd. eura)	- 485,0	- 483,5	- 523,9	- 542,8	- 564,4
Inflacija (%)	0,1	0,3	1,1	1,3	1,4
Nezaposlenost (%)	10,0	9,8	9,2	8,7	8,4

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (\*) procjena

Kreditni rejting Francuske je AA (Standard and Poor's). U 2017. BDP bi trebao porasti za 1,6 %, što je najbolji rezultat u posljednjih pet godina. Nešto više od osam godina od početka ekonomske krize, francuska ekonomija ukazuje na vrlo pozitivne pomake te se približila prosjeku eurozone (1,8 %).

Izvor: INSEE

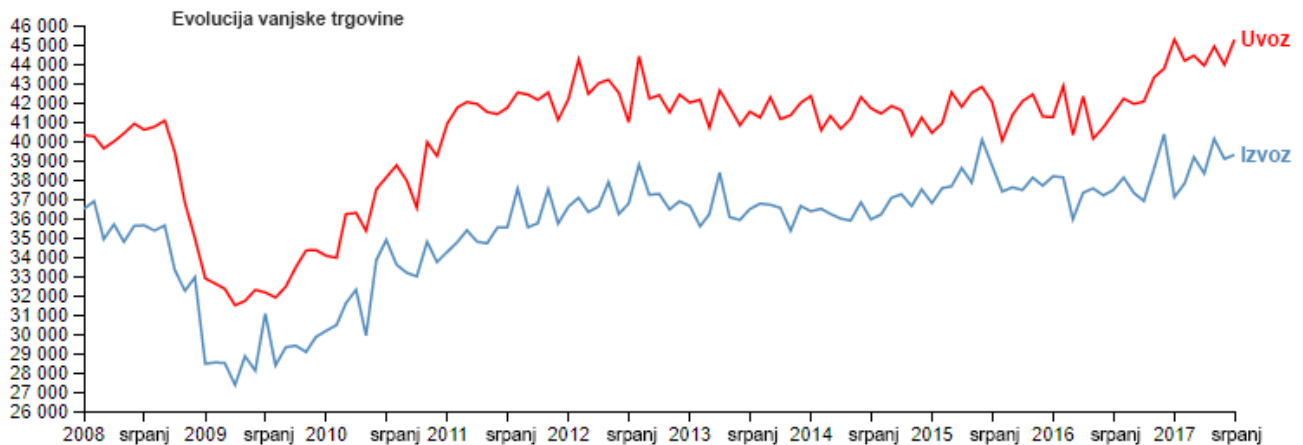
U prvom tromjesečju 2017. stopa nezaposlenosti iznosila je 9,6 %, dok je u četvrtom tromjesečju 2016. iznosila 10 %. Broj nezaposlenih smanjio se za 115.000, odnosno za 0,4 boda u odnosu na četvrto tromjesečje 2016. Stopa nezaposlenosti smanjila se za mlade i populaciju od 25 do 49 godina, dok je za populaciju 50 i više godina ostala stabilna.



Prosječna neto plaća s punim radnim vremenom iznosi 2.202 eura. Ovisno o socijalno-profesionalnoj kategoriji, prosječna neto plaća kreće se od 1.612 do 4.072 eura. Najniža mjesečna bruto plaća u 2017. za puno radno vrijeme iznosi 1.480,27 eura (2016. = 1.466,22 eura).

Početak 2017. indikator stope inflacije ukazuje na porast s 0,6 % na 1,3 % te se potom blago smanjuje. Ekonomski stručnjaci prognoziraju umjerenu godišnju inflaciju u prosjeku od 1,1 %.

Vanjskotrgovinska bilanca je više od deset godina negativna jer Francuska više uvozi nego izvozi. U 2017. deficit se povećao zbog značajnog porasta uvoza u odnosu na izvoz pa je u srpnju 2017. iznosio šest milijardi eura, dok je u lipnju iznosio 4,9 milijardi eura.



### Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Prema studiji FMI, u 2017. se bilježi ekonomski porast koji je značajniji u dosad ekonomski manje snažnim zemljama (Rusija, Brazil), dok razvijene zemlje bilježe blaži rast i još uvijek pokazuju ožiljke ekonomske krize.

Globalno gledajući, predstoje veliki izazovi, od politike Donalda Trumpa, politike tranzicije kineskog ekonomskog modela i sučeljavanja EU s Brexitom do demograf-

ske eksplozije afričkog kontinenta. Riječ je o nizu značajnih, ali ne i nepremostivih izazova koji traže ispravna politička rješenja i globalnu strategiju s ciljem izbjegavanja globalne stagnacije koja se prema mišljenju FMI još uvijek osjeća.

Francuska je prva svjetska turistička velesila s ostvarenih 84,5 milijuna inozemnih dolazaka u 2015. Turizam u gospodarstvu zemlje sudjeluje sa 7,2 % BDP-a.

*Izvor: World Tourism Organization UNWTO)*

## MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

### TV

TV kanal	rujan, udjel gledanosti (%)
TF1	20,3
FRANCE 2	13,2
M6	9,9
FRANCE 3	9,1
FRANCE 5	3,5
C8	3,2
TMC	3,1
BFM TV	2,7
W9	2,6
ARTE	2,2

### Radio

Radio	udjel gledanosti (%)
RTL	14,6
FRANCE INTER	11,8
RMC	8,9
EUROPE 1	7
FRANCE INFO	6,2

Izvor: Médiamétrie, neovisna tvrtka za znanstveno mjerenje gledanosti/slušnosti audiovizualnih medija (TV, radio, internet, mobiteli, tableti)

### Tisak

U Francuskoj ima 800 tiskovina (400 magazina) koje se tiskaju u četiri milijarde primjeraka. Svaki mjesec 95 %

Francuza (50 milijuna čitatelja) tvrdi da čita barem jedan tiskani medij.

Izvor: ACPM, Udruga za obradu statističkih podataka press/mediji, 2017.

Ženski časopisi, časopisi za seniore, društveni i kulturni časopisi	Periodičnost	Naklada
Version Fémina	tjednik	2.726.000
Notre Temps	mjesečnik	746.000
Pleine Vie	mjesečnik	686.600
Femme Actuelle	tjednik	617.300
Télérama	tjednik	531.500
Paris Match	tjednik	520.000
Avantages	mjesečnik	403.900
Madame Figaro	tjednik	394.000
Marie Claire	mjesečnik	372.800
Modes & Travaux	mjesečnik	365.800
Časopisi za gastronomiju i kuhanje	Periodičnost	Naklada
Régal	dvomjesečnik	171.000
Cuisine Actuelle	mjesečnik	134.000
Maxi Cuisine	mjesečnik	130.300
Elle à Table	dvomjesečnik	118.000
Cuisine et Vins de France	dvomjesečnik	118.000
Marmiton Magazine	dvomjesečnik	116.000

Specijalizirani turistički časopisi	Periodičnost	Naklada
Geo	mjesečnik	160.950
National Geographic	mjesečnik	59.000
National Geographic Traveller	mjesečnik	50.000
Grands Reportages	mjesečnik	
Nacionalni tiskani dnevnici i besplatne tiskovine		Naklada
20 Minutes (besplatne)		918.000
CNews (besplatne)		910.000
Le Figaro		306.600
Le Monde		278.700
L'Equipe		233.000
Les Echos		128.000
Aujourd'hui en France		127.000
La Croix		101.000
Regionalni tiskani dnevnici		Naklada
Ouest France		676.000
Le Parisien Aujourd'hui en France		334.000
Sud Ouest		239.000
La Voix du Nord		206.000
Le Dauphiné Libéré		201.000
Le Télégramme		193.600
Le Progrès - La Tribune		175.600

## Internet

Izvor: Médiamétrie

### Mrežne stranice vjesnika – Konzultacije kompjuter + mobile

Support	Posjeti	Posjećene stranice
Orange.fr ( <i>email portal</i> )	311.050.094	2.558.555.114
LeMonde.fr	101.377.023	303.123.776
LeFigaro.fr	96.832.653	242.489.173
L'Equipe.fr	91.988.138	460.935.905
Bfmtv.com	77.328.783	144.677.790
Tele-loisirs.fr	72.501.229	172.091.811
20minutes.fr	70.443.611	164.535.433
Franceinfo.fr	70.393.037	119.420.946
LeParisien.fr	52.406.651	99.262.898
Ouest-france.fr	45.963.861	226.621.240
Ohmymag.fr	44.391.762	113.414.617
Huffingtonpost.fr	43.604.372	65.374.903
Doctissimo.fr	37.488.862	77.422.818
Lexpress.fr	36.341.984	75.086.444
L'Obs.com	35.785.555	78.550.842

Izvor: ACPM – rujan 2017.

## Mobilne + tableti aplikacije

Support	Posjeti	Posjećene stranice
Appli L'Equipe	109.857.207	1.059.629.162
Appli Tele-Loisirs.fr	84.380.851	346.200.743
Appli LeMonde.fr	33.603.581	283.655.342
Appli Foot Mercato	31.441.797	258.818.631
Appli La Chaîne-Météo	30.728.468	117.491.135
Appli LeFigaro.fr	26.515.331	169.274.766
Appli 20minutes.fr	21.988.618	154.529.091
Appli LeParisien.fr	15.649.468	96.208.482
Appli France Info	14.165.464	60.857.870
Appli Télé 7	13.809.483	81.590.048

Izvor: ACPM – rujan 2017.

## Blogovi o putovanjima

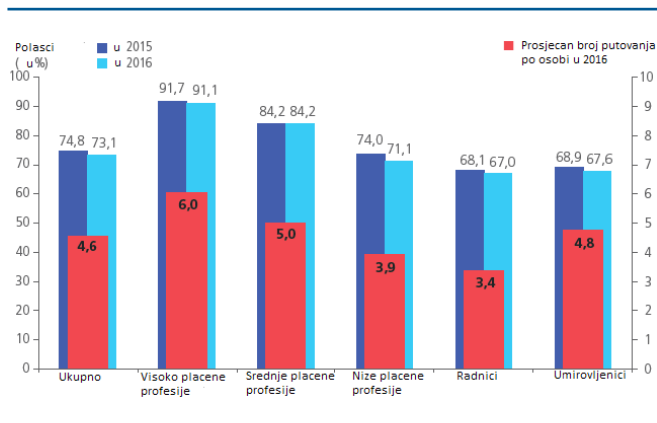
Support	Posjećene stranice
Carnets de traverse	<a href="http://www.carnets-de-traverse.com">www.carnets-de-traverse.com</a>
Voyages etc	<a href="http://www.voyagesetc.fr">www.voyagesetc.fr</a>
Un sac sur le dos	<a href="http://www.unsacsurlados.com">www.unsacsurlados.com</a>
One Day One Travel	<a href="http://www.onedayonetravel.com">www.onedayonetravel.com</a>
Madame Oreille	<a href="http://www.madame-oreille.com">www.madame-oreille.com</a>
Bestjobersblog.com	<a href="http://www.bestjobersblog.com">www.bestjobersblog.com</a>
Capucineee.com	<a href="http://www.capucineee.com">www.capucineee.com</a>
L'Oiseau Rose	<a href="http://www.oiseaurose.com">www.oiseaurose.com</a>
Travel me Happy	<a href="http://www.travel-me-happy.com">www.travel-me-happy.com</a>
Le Blog de Sarah	<a href="http://www.leblogdesarah.com">www.leblogdesarah.com</a>
Maman Voyage	<a href="http://www.mamanvoyage.com">www.mamanvoyage.com</a>
Un tour sur terre	<a href="http://untoursurterre.fr/">http://untoursurterre.fr/</a>
Voyages et vagabondages	<a href="http://voyagesetvagabondages.com">voyagesetvagabondages.com</a>
World Else	<a href="http://www.worldelse.com">www.worldelse.com</a>

Izvor: Rise Global

## PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

U 2016., 73,1 % Francuza starijih od 15 godina otputovalo je na barem jedan odmor, dok je 2015. otputovalo 74,8 % (25,3 milijuna). Ukupan broj putovanja smanjio se u 2016. za 2 %.

Većina je godišnji odmor provela u Francuskoj, a 25,4 % putovalo je u inozemstvo (2015. = 25,9 %), što je najviše u posljednjih deset godina. Četiri od pet, koji su odmor odlučili provesti u inozemstvu, putovali su u europske destinacije.



Izvor: DGE

Odlasci na putovanja (najmanje jedno noćenje)	Stopa odlazaka	Prosječan broj putovanja po osobi
Ukupno ostvarena putovanja	74,8	4,8
Kratka putovanja (1 do 3 noći)	51,0	3,6
Duga putovanja (najmanje 4 noćenja)	65,0	2,7
Putovanja u Francuskoj	70,7	4,4
Putovanja u inozemstvo ili DOMTOM	25,4	1,6

Izvor: DGE Direction generale des entreprises, Memento francuskog turizma, Turizam u brojkama, izdanje 2016.

### Omiljene odmorišne destinacije

Najveći konkurent Hrvatskoj, ali i drugim destinacijama koje imaju velike aspiracije na ovom tržištu je sama Francuska, ne samo zbog bogate i raznovrsne turističke ponude, nego i zbog raznih subvencija kojima se podupire domaći turizam. Jedan od četiri Francuza prima neki oblik subvencije za provođenje godišnjeg odmora u Francuskoj (pokrivanje troškova putovanja, smještaja, prijevoza, usluga hrane i pića, posjeti kulturnim znamenitostima i muzejima). Zbog svih ovih razloga ne iznenađuje da se više od 60 % Francuza odlučuje na ostanak kod kuće.

U 2016. omiljene destinacije Francuza, nakon Francuske, bile su europske destinacije koje bilježe pad u odnosu na 2015. (- 1,2 %).

Španjolska i Italija zabilježile su pad (360.000 putovanja manje, osim Baleara i Kanarskih otoka), ali i dalje ostaju omiljene destinacije Francuza s 39,2 % udjela ukupnih europskih godišnjih odmora.

Njemačka i britanski otoci i dalje privlače veliki broj Francuza te bilježe porast, dok Belgija bilježi značajan pad

zbog terorističkih napada.

Nakon velikog porasta u 2015., u 2016. Grčka i Kreta bilježe pad zbog negativnih učinaka migracijske krize.

Portugal je zabilježio 150.000 više putovanja (+ 22,8 % u posljednje dvije godine), što je 7,7 % ukupnog broja putovanja Francuza u europske destinacije. Portugal je u oglašavanje na francuskom tržištu uložio značajna sredstva i može se pohvaliti velikim brojem zračnih linija iz Francuske (gotovo 500 letova tjedno iz 22 francuska grada).

Godina 2016. obilježena je povratkom putovanja u daleke destinacije koje su zabilježile puno bolje rezultate prodaje u odnosu na 2015., osim Afrike koja još uvijek bilježi pad. Nekoć omiljene francuske destinacije Maroko, Tunis, Egipat i Turska, zbog geopolitičkih problema ne uspijevaju privući veliki broj Francuza.

Američke destinacije bilježe značajan porast, osobito Kanada, Kuba i Dominikanska Republika.

Azija i Oceanija bilježe porast, međutim, rezultati su različiti ovisno o destinaciji. Najznačajniji porast bilježi Tajland (više od 200.000 putovanja).



## Putovanja, noćenja i prosječno trajanje putovanja u Francuskoj i inozemstvu

Destinacija	Putovanja		Noćenja		Prosječno trajanje u 2016 (u danima)
	u 2016 (milijuni)	Evolucija 2016/2015 (u %)	u 2016 (milijuni)	Evolucija 2016/2015 (u %)	
Francuska	171,3	-2,1	887,5	-2,5	5,2
izvan Francuske	23,5	-0,9	217,6	1,4	9,2
Europa	18,1	-2,6	133,3	-2,7	7,4
- Španjolska	4,1	-4,9	34,9	-8,1	8,5
- Italija	3,0	-4,6	23,6	3,6	7,8
- Britanski otoci	1,8	9,5	11,4	13,1	6,2
- Belgija	1,5	-12,1	5,3	-13,7	3,5
- Portugal	1,4	12,4	13,0	3,0	9,3
- Njemačka	1,3	5,4	6,7	8,0	5,1
Afrika	1,5	-8,6	19,9	0,4	13,7
Amerika	1,9	12,5	26,5	4,9	13,9
- SAD	0,8	18,9	11,7	27,8	13,8
Azija i Oceanija	1,4	2,7	24,8	12,2	18,3
<b>Ukupno</b>	<b>194,8</b>	<b>-2,0</b>	<b>1 105,1</b>	<b>-1,8</b>	<b>5,7</b>

Izvor: DGE – studija 2016./2015.

Iako postoji trend pada rezervacija preko organizatora putovanja te s obzirom na činjenicu da Francuzi sve više preferiraju individualne rezervacije, još uvijek ne treba potpuno zanemariti ovaj segment s obzirom da je 40 % svih dolazaka u Hrvatskoj ostvareno posredstvom putničkih agencija i organizatora putovanja.

U vremenu kada internet u nekoliko klikova omogućuje rezervaciju individualnog *à la carte* putovanja rezervirajući smještaj i razne aktivnosti, brojni Francuzi još uvijek se okreću organiziranim putovanjima (preko fizičkih ili *online* agencija) te u velikom broju kupuju paket-aranžmane u koje su uključene brojne aktivnosti.

## Paket aranžmani i *à la carte* putovanja

	Paket-aranžmani	<i>à la carte</i>
Udio putovanja u inozemstvo (u %)	70,5	49,3
u Europu	47,3	36,5
u Ameriku	7,4	4,8
u Aziju	6,2	3,6
u Afriku	7,9	2,3
Udio putovanja u Francusku	29,5	50,7
Prosječno trajanje putovanja (po noćenju)	7,6	7,4
U Francuskoj	5,2	5,7
U inozemstvu	8,6	9,1
Prosječna potrošnja	1 289	844
U Francuskoj	648	556
U inozemstvu	1 558	1 140
Prosječna potrošnja po noćenju (u € po osobi)	170	114
U Francuskoj	124	98
U inozemstvu	181	125

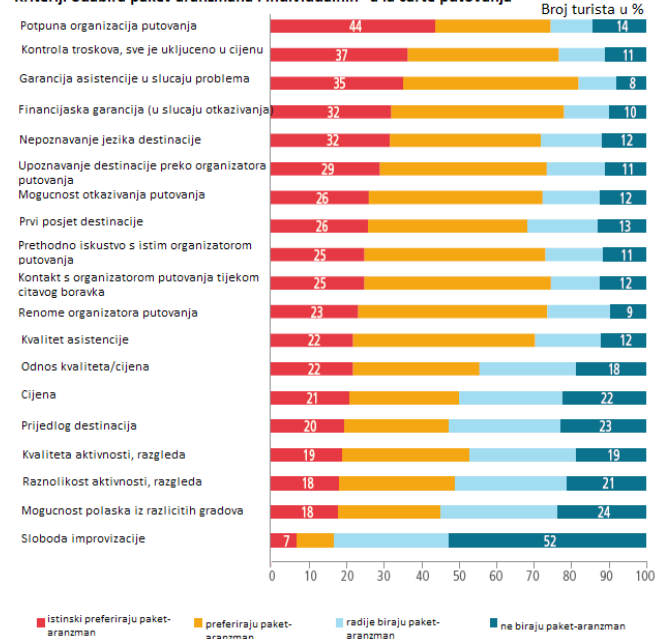
Izvor: DGE

Izvor: DGE – studija 2016./2015.

Studija DGE ukazuje na veliki raspon između rezervacija paket-aranžmana u Francuskoj (8,5 % putovanja) u odnosu na putovanja u inozemstvo (37,9 % putovanja).

Profil ljubitelja organiziranih putovanja bitno se razlikuje od profila turista koji rezerviraju individualna putovanja. Sloboda improvizacije osnovni je motiv koji pokreće turiste za rezervacijom individualnih putovanja. S druge strane, ljubitelji organiziranih putovanja vole se prepustiti organizatorima putovanja koji se brinu o realizaciji svih detalja programa.

## Kriteriji odabira paket-aranžmana i individualnih "à la carte putovanja"



Izvor: DGE

Opaža se i razlika u dobnoj starosti: 63 % ljubitelja organiziranih putovanja pripada dobnoj grupi od 55 i više godina. Segment seniora od strateške je važnosti za organizatore putovanja, osobito kada je riječ o odabiru nove i nepoznate destinacije. Prema mjesečnim primanjima između francuskih turista koji preferiraju organizirana u odnosu na individualna putovanja nema značajne razlike

## Profil francuskih turista koji rezerviraju paket-aranžmane i *à la carte* putovanja

	Francuski turisti		
	paket-aranžmani	<i>à la carte</i>	
Udjel ženske populacije (u %)	56	53	
Udjel prema dobnoj starosti (u %)	15-24 godine	9	15
	25-39 godina	10	15
	40-54 godine	18	27
	55-64 godine	28	26
	65 i više godina	35	17
Udjel prema socijalno-profesionalnoj kategoriji (u %)	Visoka-platežna i neovisni	9	21
	Srednje platežna kategorija	12	19
	Radnici i niže platežna kategorija	21	17
	Umirovljenici	43	23
Udjel populacije ILE DE FRANCE	17	35	
Udjel prema mjesečnim primanjima po domaćinstvu (u %)	manje od 2.700 eura	35	33
	od 2.700 do 3.800 eura	34	27
	više od 3.800 eura	32	38

Izvor: DGE

## Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja/gostiju

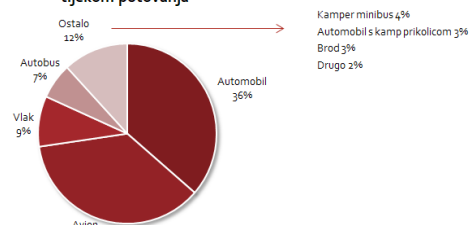
Razvoj željezničkog i *low cost* prometa te privatnog smještaja (Airbnb), snažno je pridonio povećanju broja putovanja u europske destinacije.

- Francuska – najjači konkurent Hrvatskoj, bogata i raznovrsna turistička ponuda u svim segmentima, blizina, pristupačnost.
- Španjolska – prvo mjesto na listi omiljenih europskih destinacija, bogata turistička ponuda (*sun & beach*, kulturna ponuda, *city break*, kvalitetna gastronomija, obiteljska putovanja), odlična zračna povezanost, bliska destinacija, ugodna klima, infrastruktura za svaku budžet, idealna za grupna putovanja, hotelski klubovi nude infrastrukturu adaptiranu za obitelji s djecom, festiva destinacija koja nudi najbolji odnos kvaliteta/cijena.
- Italija – kultura, blizina, gastronomija, klima, gostoljubivost, prirodne ljepote, bogata turistička ponuda, odlična zračna povezanost, izuzetno jaka u segmentu *city breaka*, nudi bogate vikend i kulturne programe.
- Grčka – plaže, klima, gostoljubivost, dobro turistički pozicionirana, odlična zračna povezanost, jak konkurent Hrvatskoj u segmentu nautičkog i kupališnog turizma, privlači istu klijentelu kao Hrvatska.
- Portugal – odličan odnos kvalitete i cijene, odlična zračna povezanost, sve bolje napreduje u *city break* putovanjima i kulturnom turizmu, značajan je etnički turizam zbog jake dijaspore i rastućeg interesa Francuza za destinaciju.
- Njemačka – dugo vremena diskretna na turističkoj sceni, ubire plodove brojnih promotivnih kampanja kojima je izgradila pozitivan imidž eko osviještenosti koji podsjeća na imidž skandinavskih zemalja, jaka u segmentu *city breaka* (Berlin).

## Navike putovanja

Najčešće korištena prijevozna sredstva tijekom putovanja su automobil i avion.

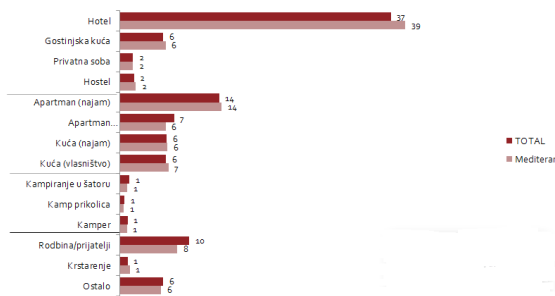
Prijevozna sredstva korištena tijekom putovanja



© GfK Croatia, 2017

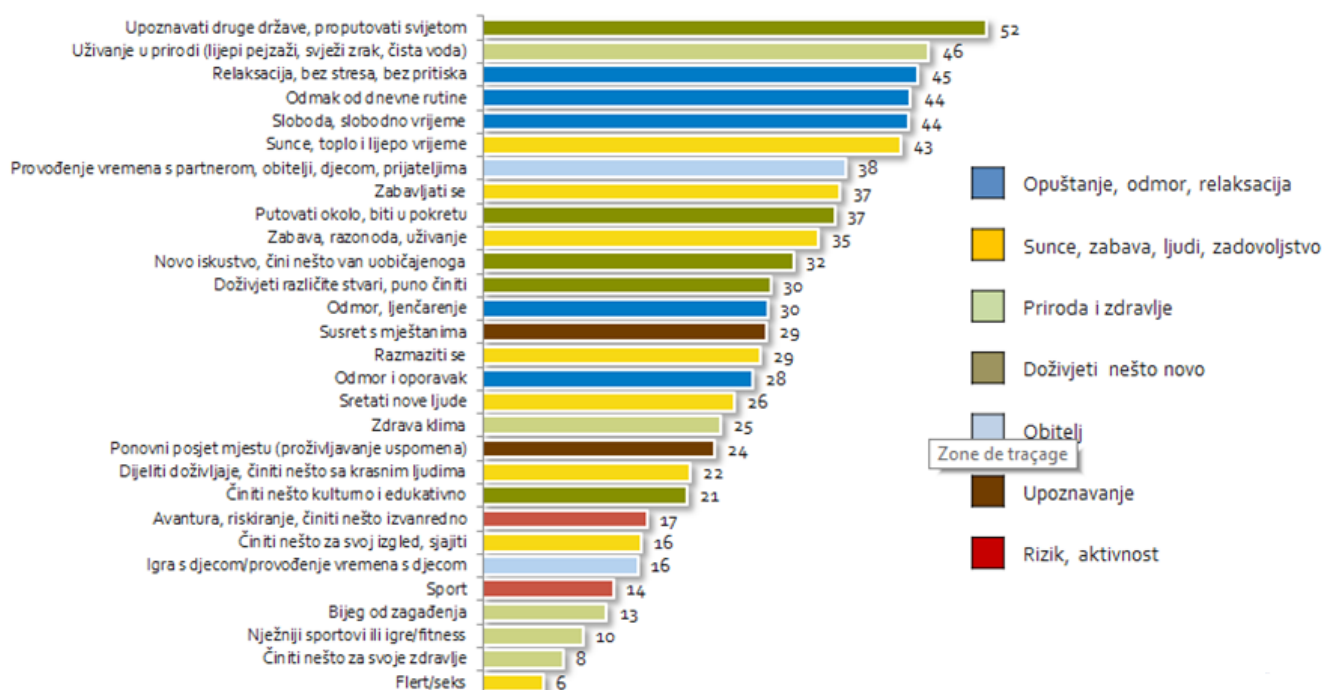
Studija barometra Opodo 2016. pokazuje da 77 % Francuza priprema putovanje na godišnji odmor u inozemstvo uz pomoć interneta, što ne znači da svi u potpunosti rezerviraju putovanje preko interneta. Rezultati studije ukazuju da još uvijek veliki broj Francuza ima povjerenja prema turističkim agencijama te da iako su *online* rezervacije posljednjih godina zabilježile značajan porast i dostigle 49 % ukupnih rezervacija, ipak se 51 % rezervacija odnosi na organizirana putovanja.

Neovisno o odabiru destinacije, Francuzi najčešće odabiru smještaj u hotelima i apartmanima.



© GfK Croatia, 2017

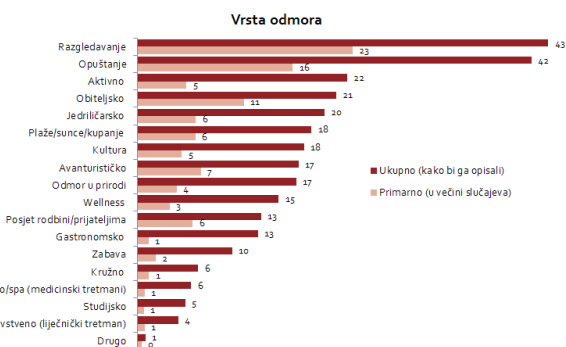
## Motiv putovanja



© GfK Croatia, 2017

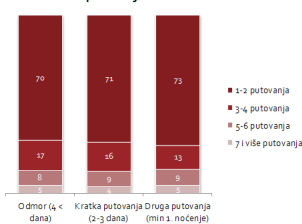
Osnovna karakteristika francuskog turista je zainteresiranost za nove destinacije i radoznalost, stoga je na ljestvici njihovih primarnih interesa razgledavanje.

Francuzi najčešća putuju jednom do dva puta godišnje, a na putovanju potroše u prosjeku 1.400 eura.



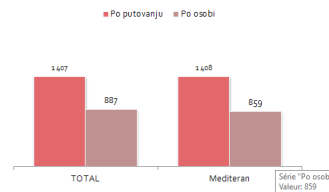
© GfK Croatia, 2017

Učestalost putovanja 2016.



© GfK Croatia, 2017

Potrošnja po putovanju/osobi u eurima, 2016.



## Pregled organizatora putovanja

### Organizatori putovanja

	TOUR-OP/BLATEUR	SICZ (opt)	DIREKTANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2015	CA 2014	VARIATION CA 2015/2014	RÉS. NET 2015	RÉS. NET 2014	RENTAB. NETTE 2015	RÉS. D'EXP. 2015	RÉS. D'EXP. 2014	RENTAB. D'EXP. 2015
1	Club Med	75	H. Gouard/Esling	31/01/15	ND	946 000	-	ND	ND	-	ND	ND	-
2	Evam Disney Vacances	77	C. Murphy	30/09/15	717 632	635 731	12,8 %	-901	-1 173	-0,1%	493	-909	0,1%
3	TUI France	92	P. de Longueville	30/09/15	ND	685 938	-	ND	-31 444	-	ND	-41 884	-
4	Thomas Cook (Look Voyages, Vacances Transat)	94	P. Caradec	31/01/15	448 580	499 636	-10,2%	-2 300	5 687	-0,5%	-9 571	5 859	-2,1%
5	Thomas Cook	92	N. Diebel	30/09/15	374 738	411 843	-9,8%	-28 989	-32 232	-7,7%	-22 801	-17 487	-6,1%
6	Odalis Evasion	75	L. Dussolier	30/09/15	176 354	164 966	6,9%	4 276	4 071	2,4%	6 608	6 180	3,7%
7	Voyageurs du Monde	75	J.-F. Rial	31/02/15	159 073	165 639	-4,0%	4 260	4 732	2,7%	8 331	8 171	5,2%
8	Thalasso N°1	92	S. Ben Slimane	31/02/15	137 173	118 965	15,3%	857	1 189	0,6%	1 421	2 468	1,0%
9	Kuoni (Travel Lib)	93	E. Foley	31/02/15	136 075	138 257	-1,6%	3 746	969	2,8%	2 290	678	1,7%
10	Herre & Vacances-CenterParcs Distribution	75	M. Valette	30/09/15	113 775	104 053	9,3%	1 475	1 357	1,3%	2 366	1 957	2,1%
11	Exotismes	13	C. Cisneros	31/02/15	112 299	106 877	5,1%	2 441	2 326	2,2%	3 079	3 554	2,7%
12	Directours (Voyages Voyages)	75	O. Kavelin	31/02/15	ND	111 119	-	ND	2 343	-	ND	2 682	-
13	Salaam Evasion	29	M. Salain	30/09/15	109 128	105 965	3,0%	1 154	807	1,1%	1 664	1 035	1,5%
14	Vacances Héliades	13	L. Magnin	31/01/15	103 432	97 689	5,5%	1 582	319	1,5%	1 672	-2 375	1,6%
15	Mer Montagne Vacances (MNV)	6	J.-M. Philipini	30/09/15	77 641	72 391	7,3%	187	240	0,2%	529	529	0,7%
16	COF Crisière de France	75	A. Lacarrière	31/02/15	ND	76 953	-	ND	1 521	-	ND	2 260	-
17	Aeroman	69	R. Althoff	31/02/15	73 808	76 620	-3,7%	1 405	3 301	1,9%	1 780	4 679	2,4%
18	La Cercle des Vacances	75	R.-M. Farugia	31/01/15	73 429	67 821	8,3%	180	155	0,2%	264	181	0,4%
19	Mendall Tourisme (Nouvel Air)	75	A. Ozan	31/01/15	ND	70 666	-	ND	-948	-	ND	-965	-
20	Thomas Cook Brok Air Services	92	N. Diebel	30/09/15	65 908	75 617	-10,6%	-408	1 578	-0,6%	-400	2 361	-0,6%
21	Marro Vasco	75	C. de Bredelme	31/02/15	ND	64 120	-	ND	2 269	-	ND	3 579	-
22	Tarres d'Aventure	75	H. Habasque	31/02/15	64 034	62 935	1,7%	2 514	2 214	3,9%	3 670	3 476	5,6%
23	Travelfactory (Golden Voyages, Dikis France)	92	V. Abelsena	30/06/15	63 495	64 313	-1,3%	21	238	0,0%	40	192	0,1%
24	ParisCityMission	75	P. Roll	31/02/15	62 847	61 987	1,4%	60 235	3 331	55,7%	763	-359	1,2%
25	Top of Travel	75	H. Skutelschewer	31/01/15	56 346	50 164	12,3%	107	9	0,2%	379	141	0,7%
26	Asia Soc Expansion	75	J.-P. Chamtraire	31/01/15	52 579	57 511	-8,6%	40	1 051	0,1%	34	1 015	0,1%

### Distributeri putovanja

	DISTRIBUTEUR	SICZ (opt)	DIREKTANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2015	CA 2014	VARIATION CA 2015/2014	RÉS. NET 2015	RÉS. NET 2014	RENTAB. NETTE 2015	RÉS. D'EXP. 2015	RÉS. D'EXP. 2014	RENTAB. D'EXP. 2015
1	Voyages-sncf.com	92	F. Chevais	31/02/15	155 385	109 464	42,8%	20 445	16 929	13,2%	32 124	27 724	20,7%
2	Havas Voyages	92	M. Dinh	31/02/15	65 629	66 925	-1,9%	-761	947	-1,2%	-1 072	175	-1,6%
3	Voyage Privé (VPC)	13	D. Philippon	31/02/15	48 430	44 605	8,6%	20 521	14 939	42,4%	22 783	21 879	42,0%
4	Ebooking / Francojet.com	75	H. Hamzaoui	-	ND	45 357	-	ND	3 702	N-D	ND	4 733	-
5	Go Voyages/Opodo	75	D. Dunne	31/03/15	38 544	2 153	1690,4%	-254 921	-9 396	-661,4%	-234 372	-349	-608,1%
6	ResaLowCost/VLCTravel	69	R. Torio	30/09/15	30 153	19 925	51,3%	330	373	1,1%	465	374	1,5%
7	Vacances Carrefour	91	R. Jossot	31/02/15	27 329	26 441	3,4%	-4 366	-1 890	-16,0%	-4 930	-2 338	-18,0%
8	La France du Nord au Sud	75	B. Battandier	30/09/15	25 484	27 286	-6,6%	-204	211	-0,8%	-263	88	-1,0%
9	Dégriftour.com	92	-	31/02/15	4506	25 335	-82,2%	5 883	-1 552	129,4%	ND	-845	-
10	Lastminute.com	92	-	31/02/15	20 126	20 388	-1,3%	1 183	1 193	5,9%	1 789	1 670	8,9%
11	Albatravel France	92	E. Paterniti	31/02/15	19 743	15 977	23,6%	327	202	1,7%	543	303	2,7%
12	Prêt à Partir	54	L. Daville	30/09/15	18 472	18 340	0,7%	239	209	1,3%	359	308	1,9%
13	Sélectour Bleu Voyages/Neige et Soleil Voyages	38	F. Lomente	31/02/15	17 213	7 540	125,7%	1 040	768	6,0%	1 334	1 652	7,8%
14	L'agence Voyages-sncf.com	92	F. Chevais	31/02/15	15 201	16 742	-9,2%	-115	1 955	-0,8%	466	3 173	3,0%
15	Lisses Voyages	69	E. Kallal	-	ND	11 807	-	ND	-37	-	ND	-147	-
16	SN Agences	29	M. Salain	30/09/15	11 851	11 984	-1,1%	539	-1 722	4,5%	455	379	3,8%
17	Joy Tourisme	67	J. Schwager	31/02/15	11 849	10 072	17,6%	3	30	0,0%	404	191	3,4%
18	Lastminute.com	92	M. Crummack	31/02/15	1 467	11 777	-87,5%	-1 679	1 079	-110,4%	ND	1 991	-
19	Alleurs Voyages	69	L. Althoff	31/02/15	11 446	9 811	16,7%	899	427	7,9%	859	939	7,5%
20	Agence Voyages et Business	92	-	31/02/15	11 208	10 320	8,6%	-574	-379	-5,1%	-539	-369	-4,8%
21	Voyages 31	31	Y. Verdé	31/02/15	10 743	9 881	8,7%	190	177	1,8%	254	109	2,4%
22	Croisière	79	B. Jeanvoine	31/02/15	10 715	12 111	-11,5%	85	40	0,8%	104	42	1,0%

### Agencije

RÉSEAU	VA 2015 (M€)	VA 2014 (M€)	RÉSULTAT NET 2015 (M€)	RÉSULTAT NET 2014 (M€)	NOMBRE D'AGENCES À FIN 09/2015	NOMBRE D'AGENCES À FIN 08/2015	EFFECTIF À FIN 09/2015	EFFECTIF À FIN 08/2015
<b>Selectour Afat Voyages</b>	<b>2544</b>	<b>2 600</b>	<b>0,17<sup>(3)</sup></b>	<b>0,15</b>	<b>1 211</b>	<b>1 184</b>	<b>4 091</b>	<b>4 000</b>
Dont :								
▶ Marietton Développement	444 <sup>(2)</sup>	380	7	6	123	104	605	510
▶ Bleu Voyages	206	199	NC	NC	38	30	290	257
▶ Verdé Voyages	107	105,5	2,5	2,8	32	30	220	218
<b>Tourcom</b>	<b>2 400<sup>(3)</sup></b>	<b>2 200</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>800<sup>(4)</sup></b>	<b>745</b>	<b>NC</b>	<b>2 235</b>
Dont :								
▶ BCD Travel	380	380	NC	NC	4	4	272	285
▶ Frequent Flyer Travel Paris	75 <sup>(2)</sup>	67,6	1	0,35	1	1	90	74
▶ Voyages Masson	58	47,5	0,10 <sup>(2)</sup>	-0,21	55 <sup>(2)</sup>	51	212 <sup>(2)</sup>	115
▶ Richou Voyages	39,5	40	0,25	0,37	28	28	90	107
<b>Carlson Wagonlit Travel</b>	<b>2 166<sup>(3)</sup></b>	<b>2 233</b>	<b>NC</b>	<b>2,7</b>	<b>23<sup>(2)</sup></b>	<b>330</b>	<b>1 435</b>	<b>2 289</b>
Dont :								
▶ Cap 5	119,1	117,7	1,1	1,1	20	22	107	111
▶ Jancarthier Voyages	62	NC	0,50	NC	23	NC	85	NC
▶ Voyages Eurafrique	40	38	0,12	0,53	9	10	41	38
▶ Travel Planet	35	NC	0,26	NC	2	NC	65	NC
▶ Voyages Gallia	33	35	0,32	0,31	3	3	52	52
<b>E.Ledecq Voyages</b>	<b>476,1</b>	<b>468,7</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>185</b>	<b>183</b>	<b>720</b>	<b>710</b>
<b>Thomas Cook France</b>	<b>351<sup>(2)</sup></b>	<b>417</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>426<sup>(2)</sup></b>	<b>472</b>	<b>921</b>	<b>655</b>
<b>Cediv</b>	<b>NC</b>	<b>330</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>210</b>	<b>135</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>
<b>Carrefour Voyages</b>	<b>278</b>	<b>280</b>	<b>-4,3</b>	<b>-1,9</b>	<b>162</b>	<b>157</b>	<b>638</b>	<b>649</b>
<b>Prêt à Partir</b>	<b>215,2<sup>(2)</sup></b>	<b>187,4</b>	<b>1,2</b>	<b>1,5</b>	<b>195<sup>(2)</sup></b>	<b>94</b>	<b>340</b>	<b>271</b>
<b>Avelia Voyages</b>	<b>115</b>	<b>102</b>	<b>0,31</b>	<b>0,24</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>102</b>	<b>102</b>
<b>Salaam Holidays</b>	<b>94,8</b>	<b>115</b>	<b>0,53</b>	<b>0,37</b>	<b>90<sup>(2)</sup></b>	<b>80</b>	<b>187</b>	<b>170</b>

## OSVRT NA 2017.

# OSVRT NA STANJE NA EMITIVNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Tijekom 2016. i 2017. došlo je do modifikacije u ponašanju francuskih turista koje su posljedica aktualne geopolitičke situacije i nesigurnosti u destinacijama koje su godinama bile tradicionalne i vrlo posjećene te su utvrđeni sljedeći tržišni trendovi:

- Uspjeh zemalja južne Europe uslijed nesigurnosti u pretežito muslimanskim zemljama (sjeverna Afrika i Bliski istok); Francuski turist traži potpunu sigurnost.
- U segmentu zračnog prometa i dalje je prisutan trend reduciranja letova regularnih aviokompanija, dok niskotarifne kompanije (Ryan Air, Transavia, Easyjet, Volotea) otvaraju nove linije. Hrvatska je i dalje nedovoljno povezana s Francuskom u pred i posezoni te u zimskim mjesecima.
- Francuski gost traži najbolju vrijednost za novac, traga za novim iskustvima i doživljajima, traži programe vezane za specifične interesne teme (kultura, avantura, wellness...), programe koji ostavljaju prostor za otkrivanje i improvizaciju, žele se vratiti kući s „glavom punom dojmova“.
- Smanjuje se udjel organiziranog putovanja. Zahvaljujući sve većem broju niskotarifnih letova, Francuzi sve više sami organiziraju svoja putovanja.
- Tendencije posljednjih nekoliko godina otkrivaju kako su Francuzi skloni putovati kraće, ali više puta godišnje. U 2016. po osobi su potrošili 887 eura na putovanja.
- Francuska i dalje ostaje naš najveći konkurent budući da više od 63 % francuskih turista godišnje odmore provodi u Francuskoj. Španjolska je tradicionalno primarna inozemna destinacija (12 %), prate ju Italija (9 %) i Portugal (5 %).
- Smještaj u hotelima i apartmanima odabire 42 % francuskih turista.

Ljetnu sezonu obilježio je niz nepovoljnih čimbenika

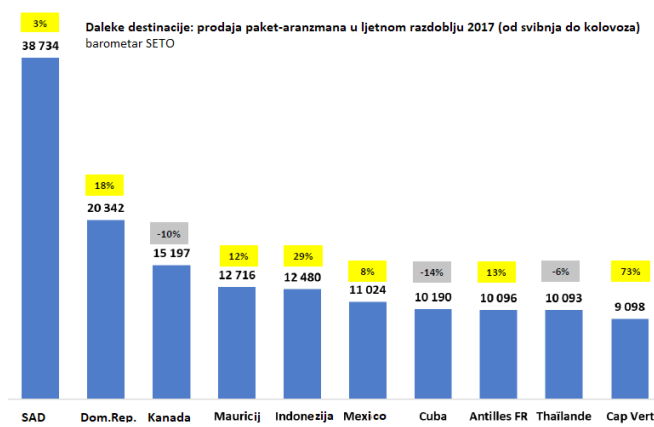
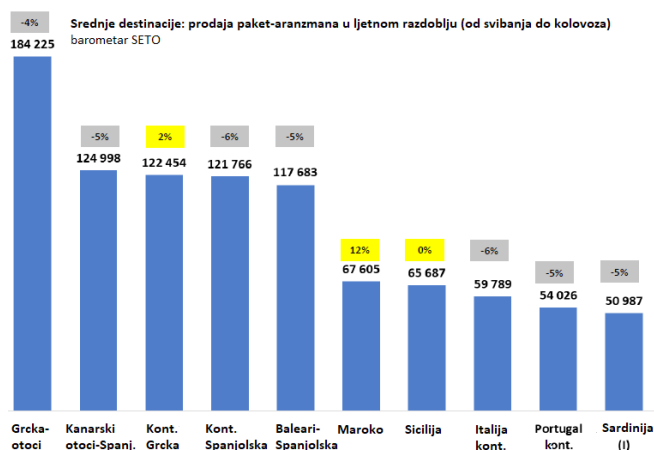
- atentati (Španjolska, UK, Francuska)
- potresi (Italija, Grčka, Meksiko, Kina)
- klimatske nepogode (SAD, Antili, Karibi, Indija, Nepal, Kina)
- sanitarni rizici (Vijetnam i Burma)
- političke tenzije (SAD, Tajland, Kenija)

Unatoč niza nepovoljnih čimbenika, francuski organizatori putovanja (članovi SETO), prodali su do rujna 2017. 2.498.632 putovanja (+ 2,4 %) te ostvarili ukupan prihod od 2,013 milijuna eura.

Prodaja paket-aranžmana od 1. svibnja do 31. kolovoza

- u daleke destinacije otputovalo je 211.217 putnika (+ 8,8 %)
- u srednje destinacije otputovalo je 1.287.708 putnika (+ 0,3 %)
- u Francusku je putovalo 282.808 putnika (- 6,2 %)

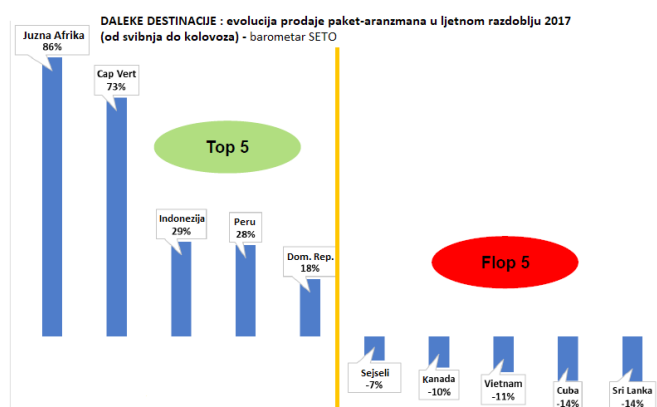
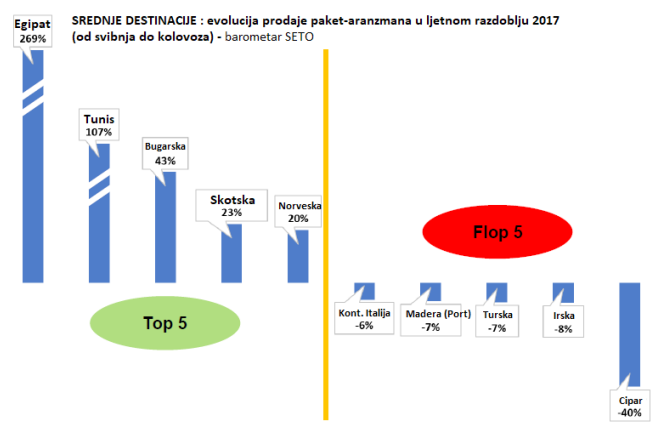
### Omiljene odmorišne destinacije



Najveće iznenađenje u 2017. bili su Tunis i Egipat koji su posljednje dvije godine imali jako loše rezultate prodaje na francuskom tržištu zbog geopolitičkih problema i niza atentata. Analizom prodaje paket-aranžmana u srednjim destinacijama, barometar SETO na vodeće mjesto stavlja

Egipat i Tunis koji su ove godine ostvarili izuzetno značajan porast prodaje. Turska ne uspijeva povratiti povjerenje Francuza te i u 2017. nastavlja bilježiti pad prodaje.

U južnoeuropskim destinacijama, koje su 2016. i 2017. bile omiljene destinacije Francuza, organizatori putovanja suočili su se s manjkom kapaciteta koji je spriječio još snažniji porast prodaje. Ovogodišnju sezonu karakterizira i snažan porast prodaje dalekih destinacija.



Nakon prošlogodišnje sezone koju su na francuskom tržištu obilježili atentati koji su značajno utjecali na kašnjenje prodaje svih destinacija, 2017. ukazuje na značajno bolje rezultate. Pozitivni pomaci razvoja francuske ekonomije (porast BDP-a, smanjenje stope nezaposlenosti, povećanje investicija, porast kupovne moći domaćinstava) imali su direktan utjecaj na turističku industriju te su Francuzi koji prošle godine nisu otputovali na godišnji odmor, ove godine to željeli nadoknaditi, u čemu ih nije spriječio ni niz nepovoljnih čimbenika koji su obilježili 2017.

Francuzi su i ove godine godišnji odmor masovno proveli u Francuskoj, a očekivano su ponovno trijumfirale

južnoeuropske destinacije koje su u kontekstu složene geopolitičke problematike već prošle godine ostvarile odlične rezultate prodaje. Najbolje rezultate ostvarili su Španjolska, Portugal, Italija i Grčka, koja je 2016. zbog migracijske krize imala lošije rezultate. Tunis i Egipat investirali su u luksuzne hotelske strukture i oglašavanje na francuskom tržištu, što je rezultiralo povratkom izgubljenog statusa omiljenih destinacija. Isto nije pošlo za rukom Turskoj koja i dalje osjeća posljedice političkih tenzija. Maroko je također ostvario odlične rezultate prodaje.

Odlična prodaja sjevernoafričkih destinacija te destinacija Srednjeg istoka kompenzirala je manjak kapaciteta u južnoeuropskim destinacijama i na taj način pridonijela ukupnom porastu prodaje srednjih destinacija. Manjak kapaciteta i visoke cijene usporile su još veći rast prodaje južnoeuropskih destinacija, među kojima je jedino Grčka, u kontinentalnom dijelu, uspjela izbjeći toj problematiki.

Godina 2017. obilježena je i značajnim porastom broja putovanja u daleke destinacije. Mnogi organizatori putovanja pribojavali su se pada prodaje u SAD-u nakon izbora Donalda Trumpa, međutim SAD je i ove godine ostvario odlične rezultate prodaje te se uz Dominikansku Republiku i Tajland nalazi na vrhu dalekih destinacija.

U 2017. izuzetno dobre rezultate ostvario je Meksiko, a u Aziji Indonezija i Maldivi.

**SREDNJE DESTINACIJE : Top 10 po broju putnika - od siječnja do rujna 2017 / 2016**

	POLASCI			REZERVACIJE				
	Broj putnika	Ukupan prihod	Projecan budget	Broj putnika	Ukupan prihod	Projecan budget		
1	Espagne	-6%	-5%	1%	Espagne	-2%	1%	3%
2	Grèce	2%	5%	3%	Grèce	10%	15%	5%
3	Italie	0%	-2%	-1%	Italie	2%	1%	-1%
4	Tunisie	150%	135%	-6%	Tunisie	194%	181%	-4%
5	Portugal	0%	-5%	-5%	Portugal	5%	0%	-4%
6	Maroc	14%	10%	-4%	Maroc	27%	25%	-2%
7	Royaume-Uni	-7%	-16%	-10%	Royaume-Uni	7%	-11%	-17%
8	Turquie	-8%	-4%	5%	Turquie	10%	16%	5%
9	Allemagne	-16%	-3%	15%	Croatie	-8%	-3%	6%
10	Croatie	-11%	-8%	2%	Allemagne	-18%	-3%	18%

**DALEKE DESTINACIJE : Top 10 po broju putnika - od siječnja do rujna 2017 / 2016**

1	Etats-Unis	7%	1%	-5%	1	Etats-Unis	3%	-4%	-7%
2	Rép. Dom.	3%	3%	0%	2	Rép. Dom.	5%	12%	6%
3	Thaïlande	12%	11%	-2%	3	Thaïlande	17%	16%	-1%
4	Cuba	43%	25%	-12%	4	Ile Maurice	7%	7%	0%
5	Ile Maurice	-2%	-1%	2%	5	Canada	9%	-1%	-9%
6	Chine	8%	-1%	-8%	6	Chine	34%	17%	-13%
7	Canada	1%	4%	3%	7	Cuba	7%	28%	19%
8	Mexique	19%	8%	-9%	8	Mexique	15%	14%	0%
9	Vietnam	1%	-1%	-2%	9	Indonésie	54%	35%	-12%
10	Indonésie	21%	9%	-10%	10	Vietnam	8%	6%	-2%

Izvor: Les Entreprises du voyage

## Pregled organizatora putovanja

Organizator putovanja	Proizvodi	Brand	Broj klijenata
Pierre & Vacances	rezidencije i apartmani u Francuskoj i Europi	Pierre & Vacances, Center Parcs	7.500.000
Odalys Vacances	rezidencije, uglavnom u Francuskoj	Odalys	2.300.000
Groupe Club Méditerranée	luksuzni klubovi	Club Med	1.250.000
TUI France (800.000) + Transat France (375.000)	grupa organizatora putovanja, individualni boravci (TUI, Look), grupne ture (VT) putovanja po mjeri (NF, Aventuria)	Nouvelles Frontières, Marmara, Passion des îles, Aventuria, Look Voyage, Vacances Transat	1.175.000
Groupe Karavel	grupa organizatora putovanja, uključuje klasične organizatore putovanja te ima snažnu moć na internetu ( <i>online</i> agencija Promovacances)	Promovacances, Fram, Plein Vent, Partir Pas Cher.fr, Ecotour.com	900.000
Belambra	rezidencije, uglavnom u Francuskoj	Belambra	500.000
VVF Villages	rezidencije, uglavnom u Francuskoj	VVF	400.000
Thomas Cook/Jet Tours	grupa koja uključuje Jet Tours i lanac agencija Thomas Cook	Jet Tours (TO), Thomas Cook (distribution)	350.000
Travel Factory	grupa organizatora putovanja specijalizirana za <i>online</i> prodaju skijaških destinacija, najam kuća i boravaka za studente	Travelski, Locatour, Golden Voyages	320.000
Thalasso n°1	grupa uključuje Ôvoyages i Thalasso n°1 – zdravstveni turizam	Ô Voyages, Thalasso n°1	260.000
Vacances Bleues	rezidencije, uglavnom u Francuskoj	Vacances Bleues	205.000
NG Travel	Grupa uključuje Boomerang (Kappa Clubs) i Directours (ture/à la carte), potencijalno zanimljiv za Hrvatsku s novim konceptom Kappa Club	Boomerang, Ilea, Kappa Tours, Promoséjours, Directours	204.000
CroisiEurope	krstarenja	Brod La Belle de l'Adriatique	200.000
Travel Europe/Visit Europe	organizator putovanja s moćnom produkcijom u Hrvatskoj	Travel Europe (grupe), Visit Europe (individualci)	185.000
Groupe Verdié Voyages	organizator putovanja i lanac agencija	Verdié	150.000
Vacances Héliades	specijaliziran za Grčku	Héliades	125.000
Voyamar Aerosun (grupa Marietton Développement)	grupa organizatora putovanja i lanac agencija (Ailleurs, Havas, Preference)	Voyamar Aerosun	120.000

Organizator putovanja	Proizvodi	Brand	Broj klijenata
Kuoni/Travel Lab	grupa organizatora putovanja specijaliziranih za <i>à la carte</i> putovanja: Kuoni, CelticTours (specijaliziran za UK/Irsku), Scanditours (specijalist za Skandinaviju), Vacances Fabuleuses (specijalist za SAD), Donatello (specijalist za Italiju)	Kuoni, Ateliers du Voyage, Celtictours, Scanditours, Vacances Fabuleuses, Donatello	110.000
Interhome	najam kuća, osobito u Francuskoj	Interhome	98.000
Salaün Evasion	grupna putovanja autobusom	Salaün	96.000
Exotismes	specijalist za daleke destinacije	Exotismes	86.000
Top of Travel		Top of Travel	75.000

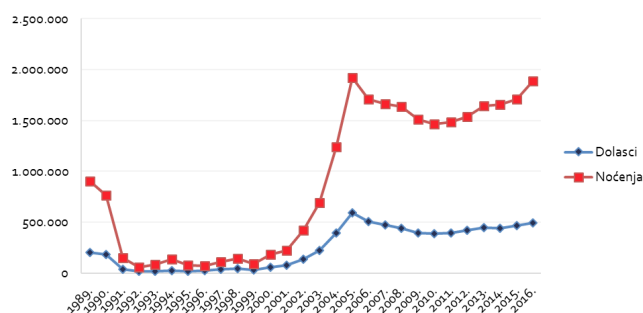


## PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

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.	494.698	106	248	1.886.364	110	209

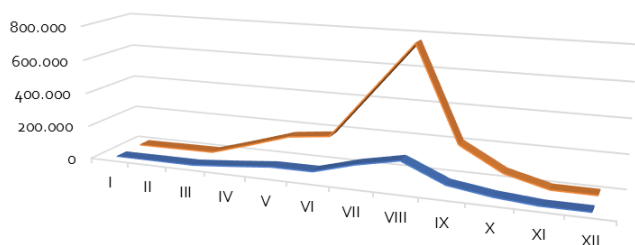
Izvor: DZS (komercijalni smještajni objekti)

### Dolasci i noćenja francuskih turista, razdoblje 1989. - 2016.



## REZULTATI ZA 2016. PREMA SUSTAVU eVisitor

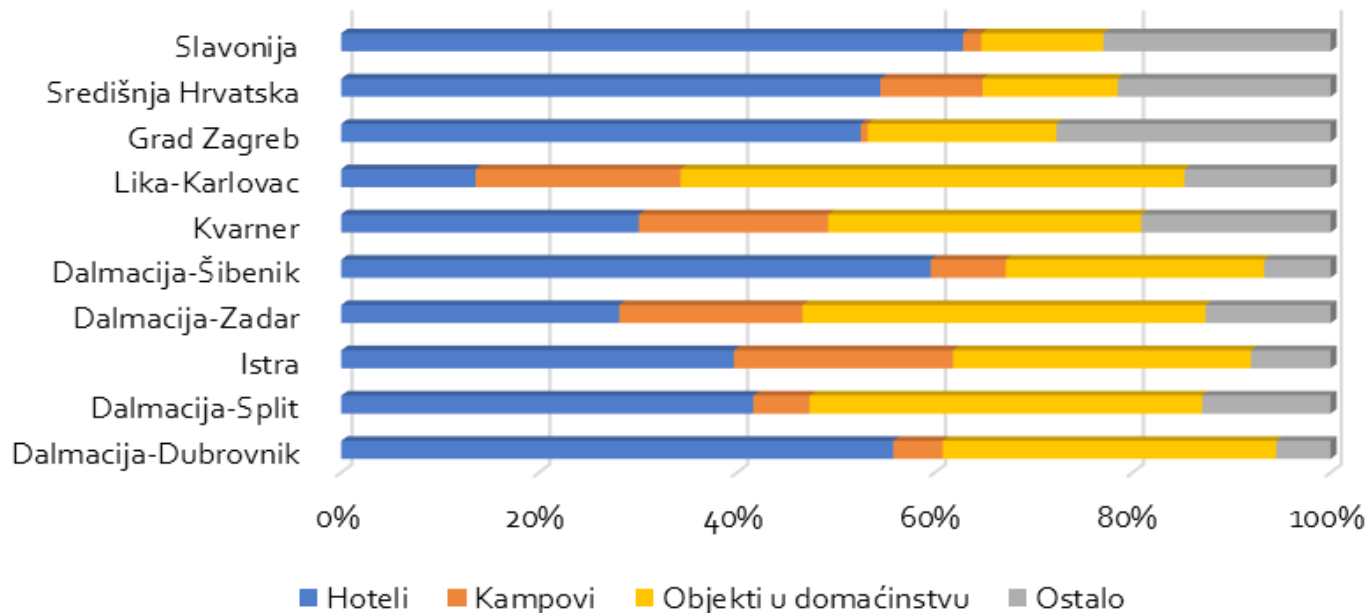
### Dolasci i noćenja francuskih turista, 2016.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

	noćenja
Dubrovnik	232.738
Split	108.419
Bol	86.133
Šibenik	84.371
Konavle	81.302
Zadar	72.203
Supetar	69.145
Zagreb	51.849
Župa dubrovačka	44.900
Pula	43.862

### Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2016.



### Dolasci i noćenja po klasterima

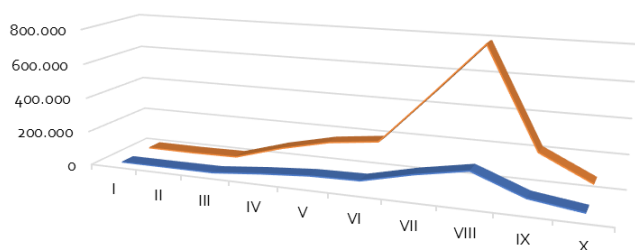
	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	113.725	516.412
Dalmacija-Dubrovnik	117.761	450.814
Istra	57.108	266.945
Dalmacija-Zadar	48.643	201.134
Dalmacija-Šibenik	35.100	160.070
Kvarner	40.393	134.782
Lika-Karlovac	43.940	102.403
Nautika	9.827	78.932
Grad Zagreb	26.822	51.849
Središnja Hrvatska	4.339	10.187
Slavonija	2.242	4.429
<b>Ukupno</b>	<b>499.900</b>	<b>1.977.957</b>

### Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1,2%	1,1%
6-11 godina	2,3%	2,2%
12-17 godina	3,8%	4,2%
18-24 godina	5,5%	6,2%
25-34 godina	9,7%	8,9%
35-44 godina	6,5%	5,8%
45-54 godina	7,6%	7,3%
55-64 godina	6,7%	6,8%
65-120 godina	6,9%	7,2%

# REZULTATI ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ – LISTOPAD 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

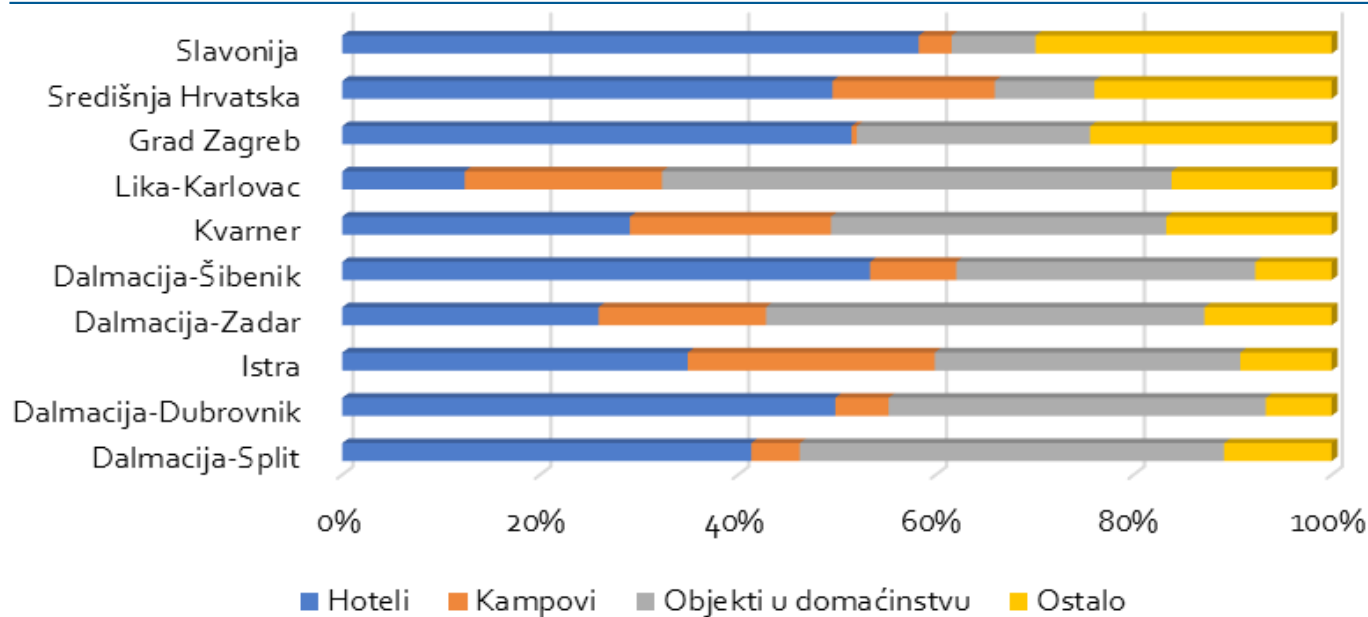
## Dolasci i noćenja francuskih turista, I - X. 2017.



## Top deset gradova/općina po noćenjima

	noćenja
Dubrovnik	242.735
Split	143.385
Bol	100.623
Zadar	82.433
Konavle	78.084
Supetar	63.629
Šibenik	49.913
Zagreb	49.386
Gradac	44.308
Pula	40.430

## Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I - X 2017.



## Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	137.530	607.510
Dalmacija-Dubrovnik	123.781	455.949
Istra	53.020	238.980
Dalmacija-Zadar	52.349	206.784
Dalmacija-Šibenik	36.890	148.511
Kvarner	42.467	137.815
Lika-Karlovac	50.720	116.190
Nautika	10.881	84.044
Grad Zagreb	25.807	49.386
Središnja Hrvatska	4.559	10.499
Slavonija	2.564	4.913
<b>Ukupno</b>	<b>540.568</b>	<b>2.060.581</b>

## Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1,1%	1,1%
6-11 godina	2,2%	2,1%
12-17 godina	3,8%	4,4%
18-24 godina	5,5%	6,6%
25-34 godina	9,5%	8,8%
35-44 godina	6,1%	5,7%
45-54 godina	7,4%	7,4%
55-64 godina	6,5%	6,7%
65-120 godina	7,3%	7,6%

## Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska je na francuskom tržištu vrlo dobro pozicionirana jer postaje konkurentnija zahvaljujući jeftinim letovima, klub proizvodima organizatora putovanja koji su cjenovno povoljniji (što Hrvatskoj omogućuje privlačenje gostiju koji odustaju od tradicionalnih odmorišnih destinacija poput Maroka i Tunisa) te bogate ponude jeftinijih oblika smještaja (privatni smještaj, kamping, ...) koje Francuzi u velikoj mjeri traže.

U sljedećem razdoblju potrebno je pozicionirati Hrvatsku kao cjelogodišnju *lifestyle* destinaciju s naglaskom na kvalitetnu ponudu selektivnih oblika turizma, što će u velikoj mjeri pridonijeti još boljim ostvarenim noćenjima i dolascima te nastaviti raditi na promociji u regijama u kojima još uvijek ima prostora za nove dolaske (kontinentalna Hrvatska).

S obzirom na veličinu tržišta, gospodarsku snagu, sklonost putovanjima i aktualni geopolitički kontekst, Hrvatska u sljedećem razdoblju može očekivati još značajniju

stopu rasta dolazaka i noćenja francuskih gostiju. Cilj je jačanje snage brenda hrvatskog turizma, stvaranje svjesnosti o dodatnoj turističkoj ponudi u pred i posezoni te povećanje prosječne potrošnje.

Hrvatska u očima Francuza sve više ulazi u kategoriju nezaobilaznih srednjih destinacija te se plasirala u top grupu južnoeuropskih destinacija nakon Španjolske, Portugala, Italije i Grčke. Tome je zasigurno pomogla bolja zračna povezanost s Francuskom (u 2016. otvoreno je devet novih zračnih linija, četiri u 2017.) te sve bogatija produkcija Hrvatske kod organizatora putovanja.

Očigledno je da je prepoznatljivost Hrvatske na francuskom tržištu značajno ojačala te da Hrvatska svojom bogatom turističkom ponudom i velikim potencijalom selektivnih oblika turizma privlači sve veći broj Francuza.

Prema povratnim informacijama francuskih turista nakon povratka s putovanja u Hrvatskoj, može se zaključiti kako je Hrvatska trenutačno jedna od najatraktivnijih europskih destinacija.

## Prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

Prednosti	Mogućnosti
<ul style="list-style-type: none"><li>• prirodne ljepote</li><li>• sigurnost</li><li>• povoljna i blaga klima tijekom cijele godine</li><li>• bogatstvo kulturne baštine</li><li>• autentična gastronomska ponuda</li><li>• relativna blizina destinacije</li><li>• tradicija i gostoljubivost</li><li>• prihvatljive cijene smještaja i usluga</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• geopolitički kontekst</li><li>• Hrvatska – jedna od najpoželjnijih <i>yachting</i> destinacija na Sredozemlju</li><li>• okrenutost parovima s dvostrukim primanjima bez djece, koje zanimaju kratki raznoliki odmori</li><li>• okrenutost radno aktivnom stanovništvu čija su djeca napustila roditeljski dom, a koji putuju cijele godine</li><li>• veliki interes francuskih individualnih gostiju za turizam „doživljaja“</li><li>• Francuzi putuju više puta godišnje</li><li>• Mogućnosti razvoja vikend turizma te turizma u pred i posezoni</li></ul>
Nedostaci	Opasnosti
<ul style="list-style-type: none"><li>• nedovoljna prepoznatljivost hrvatskog turističkog proizvoda</li><li>• nedostatan broj letova izvan sezone</li><li>• nedostatak smještajnih kapaciteta s 4* i 5*</li><li>• nedostatak turističke radne snage sa znanjem francuskog jezika</li><li>• nerijetko nekonzistentna i nemaštovita gastro ponuda</li><li>• nedovoljno razvijeni selektivni oblici turizma (golf, ruralni, ekoturizam,...)</li><li>• manjak pješčanih plaža kao i <i>all inclusive</i> hotela pogodnih za obitelji</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• agresivna konkurencija zemalja regije</li><li>• imperativ – kvaliteta smještaja i usluga</li><li>• slika destinacije masovnog turizma</li><li>• sačuvati naslijeđenu prirodnu baštinu i ljepote hrvatske obale</li><li>• sačuvati autentičnost turističke ponude</li><li>• Francuzi se okreću zamjenskim destinacijama – nedostatan kapaciteti i rani stop buking hotelijera</li></ul>

Do kraja 2017. realno je očekivati porast dolazaka od 10 % te porast noćenja od 5 %.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka je podjednak. Iako *online* agencije bilježe porast prodaje te se može govoriti o porastu individualnih dolazaka u odnosu na 2016., još uvijek se veliki broj Francuza okreće organiziranim putovanjima.

## Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
Travel Europe – Visit Europe	Jedan od vodećih organizatora putovanja za Hrvatsku s bogatom i raznovrsnom produkcijom tura, krstarenja, <i>all inclusive</i> proizvoda, autotura, vikend putovanja. Posjeduje značajne kapacitete i veliki broj regionalnih letova: 17 francuskih uzletišta s vlastitim čarter lancem. U 2017. uveo je novi program grupnih tura u Dalmaciji te novi program krstarenja od Splita do Dubrovnika na brodu „Il Mare“.
Jet Tours Thomas Cook	Istovremeno je i organizator putovanja (Jet Tours) i lanac turističkih agencija. Ima bogatu produkciju u splitskoj regiji te je dugi niz godina jedan od glavnih strateških partnera za Hrvatsku. Uz već postojeći klub Jet Tours u Supetru, u 2017. otvorio je klub Jet Tours u Milni.
Grupa TUI France (Marmara, Nouvelle Frontière, Look Voyages, Vacances Transat)	Nakon što je krajem 2016. kupio grupu Vacances Transat (Look Voyages i Vacances Transat), TUI France postao je jedan od najznačajnijih organizatora putovanja za Hrvatsku. Marmara je u 2016. po prvi put lansirala svoj hotelski klub u Bolu te je zahvaljujući odličnoj prodaji odmah postala jedan od najznačajnijih organizatora putovanja po broju klijenata koje dovodi u Hrvatsku. U svojoj produkciji za Hrvatsku nudi i hotele na Braču: Blue Sun Bonaca, Blu Sun Borak, Blue Sun Marina te hotel Velaris. Nouvelle Frontiere je nakon rekordne prodaje u 2016., u 2017. proširio produkciju u splitskoj regiji (Le Meridien Lav i Radisson Bleu) te razvio produkciju putovanja po mjeri i auto-tura koje su zabilježile odlične rezultate prodaje. Look Voyages je jedan od prvih francuskih organizatora putovanja u destinaciji koji je ponudio klub-proizvod s frankofonom animacijom. U 2017. raspolaže svojim klubovima hotel Dalmacija u Vodicama i hotel Epidaurus u Cavtatu. Vacances Transat nudi bogatu produkciju grupnih tura.
Top of Travel	Predlaže bogat i raznovrstan program u Hrvatskoj, velik broj tura, grupnih i individualnih putovanja. Nudi velik broj letova iz 15-ak francuskih gradova svakog tjedna, od polovine travnja do početka listopada, s kombinacijama ulaska/izlaska između Pule, Dubrovnika i Splita. Većinu prometa ostvaruje u svojim klubovima Top Club Quercus u Drveniku i Top Club Albatros u Cavtatu.
Grupa Karavel (Plein Vent, Fram, Promovacances)	Oko 20 % produkcije odnosi se na Istru (Promovacances), 20 % na Zadar (hotel Adria u Biogradu/Plein Vent), 30 % na Šibenik (hotel Zora u Primoštenu/Plein Vent) i 30 % na Dubrovnik (Promovacances). Nakon grupiranja s Framom i Plein Vent, postala je jedan od najvažnijih organizatora putovanja za Hrvatsku. Jedan je od prvih organizatora putovanja u Hrvatskoj koji je sudjelovao u lansiranju destinacije zahvaljujući devizi „kvaliteta po niskoj cijeni“. Prodaje isključivo na internetu i to vlastitu produkciju, ali preprodaje i proizvode drugih tradicionalnih organizatora putovanja. U avioprijevozu oslanja se na matičnog organizatora putovanja Fram, s kojim kreira sinergiju u zakupu kapaciteta – jamči kvalitetu i striktno selekcionirani proizvod te konstantnu kontrolu usluge.
Novasol	Specijalist za iznajmljivanje kuća, u posljednjih nekoliko godina zabilježio je odlične rezultate u Hrvatskoj. U 2017. značajno je proširio produkciju u Hrvatskoj te nudi 10.000 proizvoda u regijama Istre, Kvarnera, Dubrovnika i Splita.
Pierre & Vacances	Europski lider za iznajmljivanje rezidencijalnih apartmana. U 2016. je po prvi put otvorio produkciju u Hrvatskoj u zadarskoj regiji, Istri i Kvarneru. U 2017. proširili su produkciju na dubrovačku i splitsku regiju te su uzeli u menadžment apartmane/sobe <i>resorta</i> u Crvenoj luci (Biograd).

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
Grupa Voyageurs du Monde	Uključuje visokokvalitetne organizatore putovanja Voyageurs du Monde, Comptoir des Voyages i Terres d'Aventure specijalizirane za putovanja „po mjeri“, pustolovni turizam i sportska putovanja za mlade.
Salaün	Specijalist za ture koji preprodaje programe organizatora putovanja Travel Europe.
Verdié	Specijaliziran za ture te posjeduje lanac agencija u Francuskoj.
Ponant	Specijaliziran za krstarenja.
Interhome	Specijalist za iznajmljivanje kuća i apartmana.
Lagrange	Specijalist za iznajmljivanje kuća.
National Tours	Specijalist za auto-ture koji preprodaje putovanja organizatora putovanja Travel Europe.
Click&Boat	Online agencija za najam brodova u Hrvatskoj, bilježi odličnu prodaju.
Sunsail	Specijalist za najam brodova.
Amslav	Specijalist auto-tura i tura. U 2017. uvodi programe u splitskoj regiji.
Bemex Tours	Specijaliziran za Hrvatsku, nudi bogatu produkciju putovanja po mjeri, grupnih tura i krstarenja. U 2017. značajno širi produkciju krstarenja.
Voyages internationaux	U 2017. uvodi novi program grupnih tura Hrvatska i Italija.
La Française des circuits	Specijaliziran za grupna putovanja. U 2017. uvodi programe tura u Hrvatskoj.
Step Travel	B2B organizator putovanja koji je 2016. po prvi put otvorio produkciju u Hrvatskoj u programima u Zagrebu. U 2017. širi produkciju i uvodi program grupnih tura u Hrvatskoj.
UCPA	Specijalist za pustolovni turizam i sportska putovanja za mlade.
La Balaguère	Nudi zanimljive avanturističke programe.
VoyagePrivé.com	Online prodaja.
LastMinute.com	Europski i francuski lider u online prodaji, bilježi odličnu prodaju Hrvatske. Partneri za Hrvatsku: Visiteurope, Top Of Travel, Crystal, Promovacances, Marmara, Plein Vent, Fram, FTI, Look Voyages, Destination Clubbing.

Prema podacima SETO od studenoga 2016. do rujna 2017., polasci za Hrvatsku bilježe porast od 1,3 %, dok je u kumulativnim rezervacijama zabilježila porast od 2,4 %.

Izuzetno su pozitivni rezultati prodaje Hrvatske od studenoga 2017. do travnja 2018. U kumulativnim rezervacijama paket-aranžmana bilježi se porast od 106,2 %. Organizatori putovanja bilježe odličnu prodaju Hrvatske i porast dolazaka u odnosu na 2016. te ističu da prodaja ide uzlaznom putanjom koja će se nastaviti i u 2018.

## Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

CHARTER LETOVI FRANCUSKA-HRVATSKA 2017 (prema TO)				
Aéroport	Destination	Dates	TO	Compagnie
<b>TUI France</b>				
Paris CDG	Split	dimanche, 15/05 - 01/10	TUI	TUI Fly
Lyon	Split	dimanche, 15/05 - 01/10	TUI	TUI Fly
Nantes	Split	dimanche, 01/05 - 09/10	TUI	TUI Fly
Toulouse	Split	dimanche, 14/05-01/10	TUI	TUI Fly
Deauville	Brac	mardi, 13/06 au 26/09	TUI	TUI Fly
Lille	Split	dimanche, avril à octobre	TUI	TUI Fly
<b>TRAVEL EUROPE</b>				
Paris CDG	Dubrovnik	lundi, avril à octobre	Travel Europe	Travel Service
Lyon	Zagreb	lundi, 03/04 - 03/07 puis 28/08 - 16/10	Travel Europe	Travel Service
Lyon	Dubrovnik/Pula	lundi, 10/04 - 16/10	Travel Europe	Travel Service
Nantes	Dubrovnik	lundi, avril à octobre	Travel Europe / Salaun Holidays / National Tours	Travel Service
Marseille	Zagreb	lundi, 28/08-09/10	Travel Europe	Travel Service
Bordeaux	Pula / Dubrovnik	lundi, 15/05 - 19/06	Travel Europe / Salaun Holidays	Travel Service
		lundi, 25/09 - 02/10		
Toulouse	Zagreb	lundi 03/04 - 03/07	Travel Europe / Capitales Tours	Travel Service
		lundi, 28/08 - 16/10		
Toulouse	Dubrovnik / Pula	lundi, 17/04 - 15/05	Travel Europe / Capitales Tours / Salaun Holidays	Travel Service
		lundi, 05/06 - 12/06		
		lundi, 19/06 - 28/08		
Toulouse	Dubrovnik / Pula	lundi, 04/09-16/10		
<i>Départs ponctuels</i>				
Biarritz	Dubrovnik	uniquement 11/09	Travel Europe	Travel Service
Clermont-Ferrand	Dubrovnik	uniquement 11/09	Travel Europe	Travel Service
Metz	Dubrovnik	uniquement 04/09	Travel Europe	Travel Service
Mulhouse	Dubrovnik	uniquement 11/09, 25/09	Travel Europe	Travel Service
Rennes	Dubrovnik	uniquement 28/08	Travel Europe	Travel Service
Brest	Pula/Dubrovnik	05/06, 04/09	Travel Europe / Salaun Holidays	Travel Service
<b>TOP OF TRAVEL</b>				
Paris CDG	Dubrovnik	samedi, 08/04 - 21/10	Top of Travel	
Nantes	Dubrovnik	samedi, 08/04 - 30/09	Top of Travel, Look Voyages, Fram	Volotéa
Nantes	Pula / Dubrovnik	mardi, 11/04 - 13/06 et 05/09 -	Top of Travel	Volotéa
Lyon	Dubrovnik	samedi, 22/04-30/09 + 14/10	Top of Travel	Travel Service
Marseille	Dubrovnik	Samedi, 15/04 - 30/09	Top of Travel + Fram + Kuoni	Volotéa
Toulouse	Dubrovnik	Samedi, 08/04 - 07/10	Top of Travel + Fram + Look Voyages	Germania
Strasbourg	Dubrovnik	Samedi, du 27/05 au 30/09	Top of Travel	Volotéa
<i>Départs ponctuels</i>				
Mulhouse	Dubrovnik	samedi 08/04	Top of Travel	
Paris CDG	Dubrovnik / Pula	mardi 11/04	Top of Travel	
Châteauroux	Dubrovnik	samedi 15/04	Top of Travel	
Lyon	Pula / Dubrovnik	mardi 18/04	Top of Travel	
Limoges	Dubrovnik	samedi 22/04	Top of Travel	
Mulhouse	Dubrovnik / Pula	mardi 25/04	Top of Travel	
Clermont-Ferrand	Dubrovnik	samedi 29/04	Top of Travel	
Dole	Pula / Dubrovnik	mardi 02/05	Top of Travel	
Deauville	Dubrovnik	samedi 06/05 et 21/10	Top of Travel	
Bordeaux	Dubrovnik / Pula	mardi 09/05	Top of Travel	
Epinal	Dubrovnik	samedi 13/05	Top of Travel	
Pau	Pula / Dubrovnik	mardi 16/05	Top of Travel	
Dole	Dubrovnik	samedi 20/05 + 09/09	Top of Travel	
Toulouse	Dubrovnik / Pula	mardi 23/05	Top of Travel	
Le Havre	Dubrovnik	samedi 27/05 + 23/09	Top of Travel	
Marseille	Pula / Dubrovnik	mardi 30/05	Top of Travel	
Metz	Dubrovnik	samedi 03/06	Top of Travel	
Perpignan	Dubrovnik / Pula	mardi 06/06	Top of Travel	
Saint-Etienne	Dubrovnik	samedi 10/06	Top of Travel	
Paris CDG	Pula / Dubrovnik	mardi 13/06	Top of Travel	
Vatry	Dubrovnik	samedi 17/06	Top of Travel	
Cherbourg	Dubrovnik	samedi 24/06 + 16/09	Top of Travel	
Pau	Dubrovnik	samedi 02/09	Top of Travel	
<b>KARAVEL PROMOVACANCES</b>				
Paris CDG	Pula	jeudi, 20/07 - 31/08	Karavel Promovacances	ASL Airlines
Lyon	Pula	jeudi, 20/07 - 31/08	Karavel Promovacances	ASL Airlines
Nantes	Pula	jeudi, 20/07 - 31/08	Karavel Promovacances	ASL Airlines
Paris CDG	Dubrovnik		Karavel Promovacances	

## THOMAS COOK JET TOURS

environ 400 sièges par semaine

### Vol charter

Paris CDG	Split	dimanche, avril à septembre	Thomas Cook Jet Tours	
Lille	Split	vendredi, avril à octobre	Aquatour, Thomas Cook Jet Tours, Look Voyages	ASL Airlines

### Vols en co-affrètement

Lyon	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Thomas Cook Jet Tours + Plein Vent & Fram + Look Voyages (à partir du 28/05)	ASL Airlines
Marseille	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Thomas Cook Jet Tours, Kuoni, FTI, Plein Vent	Volotéa
Bordeaux	Split	avril à octobre	Thomas Cook Jet Tours, Plein Vent, Boomerang, FTI	Volotéa
Toulouse	Split	mardi, dimanche 02/04-28/10	Thomas Cook Jet Tours, Plein Vent, FTI	Volotéa
Nantes	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Thomas Cook Jet Tours, Plein Vent, Fram, Look Voyages	ASL Airlines

### PLEIN VENT

#### Vol charter

Paris CDG	Split	samedi, 16/04 - 30/09	Plein Vent	
-----------	-------	-----------------------	------------	--

#### Vols en co-affrètement

Lyon	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Plein Vent + Fram + Thomas Cook Jet Tours + Look Voyages (à partir du 28/05)	ASL Airlines
Marseille	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Plein Vent + Thomas Cook Jet Tours, Kuoni, FTI	Volotéa
Nantes	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Plein Vent, Thomas Cook Jet Tours, Fram, Look Voyages	ASL Airlines
Toulouse	Split	dimanche 16/04 - 30/09	Plein Vent + FTI Voyages, Thomas Cook Jet Tours	Volotéa
Bordeaux	Split	dimanche, 16/04 - 30/09	Plein Vent + FTI, Thomas Cook Jet Tours, Plein Vent, Boomerang	Volotéa

### LOOK VOYAGES

Paris	Zadar	dimanche, 14/05 - 28/09	Look Voyages	Transavia
Nantes	Split	dimanche, 14/05 - 28/09	Look Voyages + Plein Vent, Thomas Cook Jet Tours, Fram	ASL Airlines
Lyon	Split	dimanche, 14/05 - 28/09	Look Voyages + Plein Vent, Thomas Cook Jet Tours, Fram	ASL Airlines
Lille	Split	Vendredi, mi mai à septembre	Look Voyages, Aquatour, Thomas Cook Jet Tours	ASL Airlines
Paris	Dubrovnik	samedi, 29/04 - 27/10	Look Voyages	Transavia
Lyon	Dubrovnik	samedi, 29/04 - 27/10	Look Voyages	Hop!
Nantes	Dubrovnik	samedi, 29/04 - 27/10	Look Voyages + Top of Travel, Fram	Volotéa
Toulouse	Dubrovnik	samedi, 29/04 - 27/10	Plein Vent + FTI Voyages, Thomas Cook Jet Tours	Germania
Bordeaux	Dubrovnik	samedi, 29/04 - 27/10	Look Voyages + Thomas Cook Jet Tours, Boomerang, FTI	Volotéa

Nove redovne zračne linije u 2017.

Volotea

- Marseille – Split – nedjeljom od 16. travnja do 1. listopada, srijedom od 28. lipnja do 30. kolovoza
- Strasbourg – Dubrovnik – subotom od 27. svibnja do 30. rujna

Germania

- Toulouse – Dubrovnik, subotom od 8. travnja do 7. listopada

EasyJet

- Bâle-Mulhouse – Dubrovnik – srijedom i nedjeljom od 28. lipnja do 3. rujna

Autobuseri

Grupni sektor od velike je važnosti. Svake godine više od sedam milijuna Francuza realizira jedno grupno putovanje. Većina onih koji uobičajeno rezerviraju grupna putovanja pripadaju grupi seniora 50+ te više od 30 % rezervira putovanje preko specijaliziranih autobusera.

Autobuser	Ukupan prihod 2016. (u 000 eura)	Ukupan prihod 2015. (u 000 eura)	Promjena 2016./2015.
Verdié	88.922	89.384	- 0,52 %
National Tours	38.208	36.369	5,06 %
Euro Moselle Loisirs		32.521	
Richou Voyages	30.139	30.071	0,23 %
Michel Voyages	25.720	24.683	4,20 %
Voyages Le Vacon	24.327	25.434	- 4,35 %
Philibert Tourisme		21.912	
National Tours Groupes	18.517	13.782	25,57 %
Sabardu Tourisme	15.717	15.044	- 4,28 %
Phocéens Voyages	15.304	15.198	0,70 %
Perier Voyages	14.913	13.381	11,45 %



Autobuser	Ukupan prihod 2016. (u 000 eura)	Ukupan prihod 2015. (u 000 eura)	Promjena 2016./2015.
Voyages Girardot Org.	11.309	11.344	- 0,31 %
Royer Voyages		11.045	
Faure Tourisme	10.976	8.793	24,83 %
Transgallia	9.689	8.797	10,14 %
Ginhoux Voyages	8.911	8.542	4,32 %
Grondin Voyages		8.730	
Voyages Mugler-Ringenbach	8.667	8.857	- 2,15 %
Jacqueson Tourisme		6.538	
Cholet Voyages		6.084	
Dunois Voyages	6.017	7.376	- 18,42 %
Direct Diffusion	5.977	6.872	- 13,02 %
Voyages Christine Palpacuer	5.014	4.982	0,64 %
Voyages Bertrand		4.999	
Voyages Just	4.628	5.044	- 8,25 %
Boubet Voyages		4.546	
Voyages Rouillard	4.297	3.817	12,58 %
Gérard Pons Voyages		4.245	
Gandon Evasion	4.105	4.419	- 7,11 %
Daumin Voyages	2.646	3.278	- 19,28 %

### Individualni promet

Od siječnja do listopada Francuska je ostvarila 540.468 dolazaka (+ 9,33 %) i 2.060.581 noćenja (+ 5,11 %) i za Hrvatsku je deveto tržište po broju dolazaka i dvanaesto po broju noćenja.

## PREDVIĐANJA ZA 2018.

### TURISTIČKA SEZONA 2018. – OPĆI POKAZATELJI

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

Barometar SETO ukazuje na ohrabrujuće rezultate prodaje organizatora putovanja za zimsko razdoblje 2017./2018. te porast prodaje od 9 %. Pozitivne prognoze za nadolazeću sezonu baziraju se na sljedećim elementima:

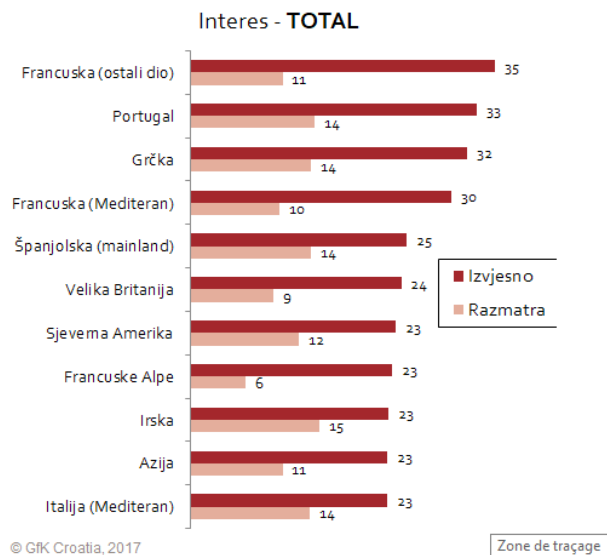
- Francuzi pozitivno percipiraju ekonomski porast Francuske
- ponovno pokretanje prodaje u ključnim destinacijama Srednjeg istoka (Egipat) i Sjeverne Afrike (Tunis)
- organizatori putovanja prilagođavaju se novim tendencijama, pojačavaju produkciju u srednjim destinacijama te poboljšavaju ponudu dalekih destinacija

#### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija

Statistički podaci barometra SETO – tendencije zimskih rezervacija 2017./2018.

- srednje destinacije
  - odlični rezultati prodaje za Egipat, Oman i Tunis
  - nastavak porasta prodaje za Kanarske otoke i Finsku
  - ukupna prodaja paket-aranžmana za srednje destinacije bilježi značajan porast
  - travanj 2018., koji uključuje uskršnje praznike, pokazuje vrlo pozitivne rezultate prodaje za Grčku i Italiju
- daleke destinacije
  - odlične rezultate prodaje u zoni Amerika/Karibi bilježe Dominikanska Republika, Martinik i Gadeloupe, uragani Irma/Maria nisu imali većeg utjecaja na prodaju
  - zona Afrika/Indijski ocean pokazuje odlične rezultate, osobito Zelenortski otoci, Mauricijus i Senegal
  - u Aziji/Pacifiku odlične rezultate prodaje bilježe Burma, Šri Lanka, Maldivi, Vijetnam i Australija

#### Interes za destinacijama (u sljedeće 3 godine)



#### Prognoze organizatora putovanja

Organizatori putovanja očekuju da će većina Francuza godišnji odmor u 2018. provesti u Francuskoj te da će europske destinacije biti omiljene destinacije onih koji godišnji odmor odluče provesti u inozemstvu. Portugal, Španjolska, Grčka i Italija i dalje će zauzimati vodeća mjesta među južноеuropskim destinacijama. Međutim, prezasićenost, manjak smještajnih kapaciteta i visoke cijene mogle bi predstavljati problem u trenutku kad se vraćaju nekoć omiljene destinacije Francuza Egipat, Tunis i Maroko.

Maroko ne predstavlja iznenađenje, budući da je 2016. uspio održati pozitivne rezultate prodaje. Egipat i Tunis bili su najveće iznenađenje 2017., a trenutačno stanje ukazuje na stalan porast prodaje ovih destinacija.

Prodaja Turske nastavlja silaznu putanju te teško može pokrenuti prodaju s obzirom na neriješene političke tenzije.

Trenutačno stanje prodaje ukazuje i na nastavak pozitivnih tendencija za daleke destinacije koje su 2017. zabilježile značajan porast u odnosu na prethodnu sezonu. Odlični rezultati očekuju se u Južnoj Africi, Zelenortskim otocima, Mauricijusu, Dominikanskoj Republici i Antilima.

Pretpostavlja se da će Kuba imati nešto lošije rezultate, odnosno da neće imati značajan porast prodaje budući da nije dovoljno spremna za iznenadni turistički „bum“ koji je započeo ukidanjem američkog embarga.

## TURISTIČKA SEZONA 2018. – HRVATSKA

### Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

Nakon vrlo dobrih rezultata Francuza u Hrvatskoj u 2017., organizatori putovanja smatraju da će se pozitivne tendencije prodaje Hrvatske nastaviti i u 2018.

Produkcija Hrvatske kod organizatora putovanja konstantno se širi, a nakon što su 2017. otvorene četiri nove zračne linije iz Francuske, u 2018 se očekuje otvaranje novih zračnih linija. Zračna kompanija Volotea najavljuje porast od 58 % u broju rotacija za Hrvatsku te otvaranje novih zračnih linija iz Toulousea za Dubrovnik, iz Nice za Split te iz Nantesa za Pulu.

Hrvatska je definitivno ušla u kategoriju omiljenih europskih destinacija Francuza, a njena bogata turistička ponuda sve je više prepoznata i privlači sve veći broj Francuza. Hrvatska je u očima Francuza percipirana kao sigurna destinacija, što predstavlja značajnu komparativnu prednost s obzirom na aktualnu geopolitičku problematiku. S obzirom na navedeno, realno je očekivati porast u dolascima i noćenjima od 5 %.

### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska je postala nezaobilazna destinacija svih značajnih organizatora putovanja s razvijenom produkcijom u europskim destinacijama. Svake godine organizatori putovanja obogaćuju i šire produkciju u Hrvatskoj.

### Novi proizvodi organizatora putovanja

Voyamar	Pripada grupi Marietton Développement i 2018. po prvi put otvara produkciju u Hrvatskoj s Naya Club 4* u hotelu Osmine u Slanom, što će pridonijeti značajnom povećanju broja dolazaka Francuza.
Look Voyages / TUI France	Napuštanje hotelskog kluba Dalmacija u Vodicama, koji je 2017. zamijenio klub Solaris u Šibeniku, zbog vrlo negativnih ocjena klijenata, budući da hotel nije bio renoviran. Krajem 2016. postao je dio TUI France, nakon što je TUI kupio grupu Vacances Transat.
Nouvelles Frontières (TUI France)	Slijedom odličnih rezultata prodaje u 2016. i 2017., konstantno širi produkciju u Hrvatskoj pa će se u produkciji za 2018., uz individualne boravke u hotelima, naći i originalni individualni programi po mjeri koji uključuju auto-ture s iznajmljenim vozilom, program krstarenja i program grupnih tura u Hrvatsku i bivše jugoslavenske republike.
Jet Tours Thomas Cook	Ima dva hotelska kluba na Braču te je izrazito prisutan u splitskoj regiji. U 2018. širi produkciju u Hrvatskoj otvaranjem novog programa krstarenja u Dalmaciji na brodu za 38 putnika.
Visit Europe	Nudi vrlo bogate programe u Hrvatskoj i konstantno širi produkciju (grupne ture, krstarenja, vikend programi, <i>all inclusive</i> proizvodi). U 2018. nudi novi program grupnih tura Hrvatska i Crna Gora. Hrvatska im je jedna od prioritarnih destinacija.
Novasol	Nakon što je 2017. u Hrvatskoj nudio više od 10.000 proizvoda i dalje širi produkciju u Hrvatskoj.
Voyageurs du Monde	Specijaliziran za luksuzna putovanja po mjeri, 2016. i 2017. značajno je obogatio produkciju u istarskoj regiji te širi produkciju grupnih tura, osobito šetačkih programa.

Comptoir des voyages	Pripada grupi Voyageurs du monde, čija su specifičnost putovanja po mjeri sa smještajem kod lokalne populacije te uključuju susrete s lokalnim stanovništvom. U želji za ponudom novih i inovativnih programa širi produkciju uključivanjem kulinarskih atelijera i uvođenjem programa seoskog i agroturizma.
Step Travel	B2B organizator putovanja koji je 2016. otvorio produkciju u Hrvatskoj <i>city break</i> programima u Zagreb. Godine 2017. proširio je produkciju uvođenjem grupnih tura od sjevera do juga Hrvatske, a 2018. planira širiti produkciju u splitskoj regiji.
Pierre & Vacances	Godine 2016. otvorili su produkciju u Hrvatskoj u zadarskoj regiji, Istri i Kvarneru, 2017. proširili su produkciju na splitsku i dubrovačku regiju, a 2018. nastavlja širenje produkcije.
Bemex Tours	Specijaliziran za Hrvatsku, nudi bogatu produkciju individualnih i grupnih putovanja te krstarenja. Nakon što su 2017. povećali produkciju krstarenja, 2018. namjeravaju još više povećati broj krstarenja koja će zbog velikog interesa postati ključni segment njihove produkcije.
Acte & Challenge	Specijaliziran za školska i edukativna putovanja, 2017. u produkciju uvodi Hrvatsku otvaranjem programa tura od Zagreba do Splita. U 2018. uvode školska putovanja po mjeri te su izuzetno zainteresirani za Hrvatsku kao novu destinaciju školskih putovanja.
Terre Constellée / Gritters Voyages	Novi organizator putovanja specijaliziran za astro-turizam, odnosno promatranje zvijezda, u čijoj produkciji za 2018. se nalazi i Hrvatska.
SLAViDOM	Novi organizator putovanja osnovan 2017., specijaliziran za ruralni turizam te će u produkciji za 2018. naglasak staviti na ruralni turizam u Gorskom kotaru, Lici i Slavoniji.
Amslav	Specijaliziran za Istočnu Europu, uveo je programe grupnih tura u Hrvatsku 2017. te 2018. nastavlja širiti produkciju u splitskoj regiji i razvijati vikend programe u Splitu zahvaljujući brojnim zračnim linijama iz Francuske.
La Française des circuits	Nakon što su 2017. uveli grupne programe u Hrvatskoj, namjeravaju širiti grupnu produkciju u Hrvatskoj u 2018.

### Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2017.

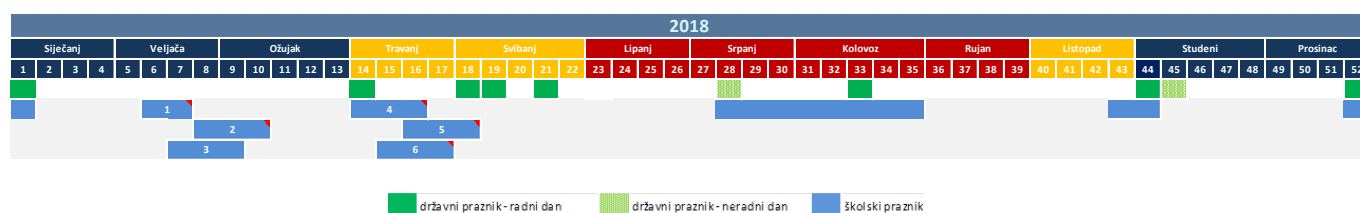
- Otvaranje dodatnih zračnih linija iz Francuske za Pulu te otvaranje direktnih zračnih linija za Split i Dubrovnik u zimskom razdoblju. Osim zračnih linija EasyJeta iz Pariza za Pulu u srpnju i kolovozu, u 2017. nije bilo direktnih letova iz Francuske za istarsku regiju, što predstavlja značajan problem organizatorima putovanja u prodaji istarske regije i Kvarnera. U zimskom razdoblju jedini direktni letovi iz Francuske za Hrvatsku su letovi Pariz – Zagreb, što predstavlja otežavajuću okolnost Francuzima koji žele posjetiti ostale dijelove Hrvatske.
- Visoke cijene hrvatskih hotela koje će 2018. biti znatno više nego 2017. je tendencija koja se opaža u svim južnoeuropskim destinacijama, a može predstavljati opasnost kada se na turističko tržište vraćaju Francuzima nekoć omiljene destinacije Tunis i Egipat, koje su u posljednje dvije godine uložile velika sredstva u luksuzne hotele koji se nude po vrlo povoljnim cijenama.
- Iako je prepoznatljivost Hrvatske na francuskom tržištu vidno porasla, neophodno je ulagati u oglašavanje jer još uvijek postoji veliki broj Francuza kojima je Hrvatska nepoznata destinacija te veliki broj turističkih agenata koji nedovoljno poznaju destinaciju. Stoga je neophodno intenzivno raditi na prezentacijama i obukama agenata te na organizaciji studijskih putovanja čiji je cilj upoznavanje bogate turističke ponude Hrvatske.
- Francusko tržište ima ogroman potencijal za razvoj selektivnih oblika turističke ponude, stoga je neophodno raditi na prepoznavanju Hrvatske kao destinacije idealne za razvoj nautike, kulturnog turizma, avanturizma, MICE i zdravstvenog turizma, budući da Hrvatska ima sve komparativne prednosti u navedenim selektivnim oblicima turizma koji su idealni za produženje sezone i povećanje dolazaka Francuza.
- Veliki broj francuskih turista putuje više puta godišnje te se veliki broj putovanja u pred i posezoni realizira u vrijeme školskih praznika.
- Hrvatska je dobro pozicionirana na francuskom

---

tržištu pa je potrebno nastaviti isticati komparativne prednosti pojedinih regija, različitost i bogatstvo turističke ponude. Uvažavajući potencijal francuskog tržišta i mogućnosti daljnjeg razvoja te činjenicu da se Hrvatska sa svojom turističkom ponudom uklapa u potražnju francuskog gosta, kao i nove trendove potrošača, još uvijek postoji značajan prostor za nove dolaske.

7. Proaktivnijim PR i marketinškim pristupom posebno prema najzanimljivijim ciljanim skupinama gostiju te boljom iskorištenošću suvremenih komunikacijskih alata, Hrvatska bi u sljedećim godinama trebala ostvariti još značajniji porast dolazaka francuskih gostiju s naglaskom na pojačanu potrošnju u Hrvatskoj, ali uz preduvjet dodatnih izravnih zračnih linija u pred i posezoni, ali i tijekom zime.

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2018.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2018	Ponedjeljak	1
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	2.4.2018	Ponedjeljak	14
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2018	Utorak	18
Dan pobjede (Victory 1945)	8.5.2018	Utorak	19
Uzašašće (Ascension Day)	10.5.2018	Četvrtak	19
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	21.5.2018	Ponedjeljak	21
Dan Bastille	14.7.2018	Subota	28
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary)	15.8.2018	Srijeda	33
Svi sveti (All Saint's Day)	1.11.2018	Četvrtak	44
Kraj I svj. rata (Armistice 1918)	11.11.2018	Nedjelja	45
Božić (Christmas)	25.12.2018	Utorak	52

Izvor: <http://en.parisinfo.com/practical-paris/practical-fact-sheets/holidays>

Školski praznici	2018.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2017	7.1.2018	
Zimski praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	10.2.2018	15.2.2018	1
Zimski praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	24.2.2018	11.3.2018	2
Zimski praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	17.2.2018	4.3.2018	3
Proljetni/ Uskršnji praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	7.4.2018	22.4.2018	4
Proljetni/ Uskršnji praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	21.4.2018	6.5.2018	5
Proljetni/ Uskršnji praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	14.4.2018	29.4.2018	6
Ljetni praznici	7.7.2018	2.9.2018	
Jesenski praznici	21.10.2018	4.11.2018	
Božićni praznici	23.12.2018	6.1.2019	

Izvor: Eurydice