

# FRANCUSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2018.



## 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 – 2.206.488 stanovnika.

Ostali veći gradovi: Marseille – 855.393 stanovnika, Lyon – 500.715 stanovnika, Toulouse – 471.941 stanovnika, Nice – 342.295 stanovnika, Nantes – 303.382 stanovnika, Montpellier – 282.243 stanovnika, Strasbourg – 277.270 stanovnika, Bordeaux – 249.712 stanovnika, Lille – 232.741 stanovnika

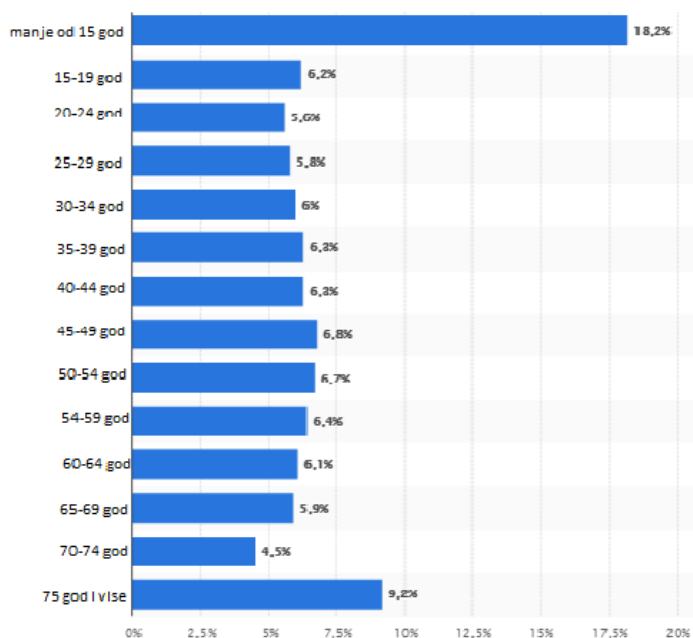
Izvor: INSEE od 1. siječnja 2018.

### Stanovništvo

67,187 milijuna stanovnika (+230.000 u odnosu na 2017), od toga 32.533.153 muškaraca i 34.653.485 žena (Izvor: INSEE).



### Udio populacije prema dobnoj starosti



Izvor: Statista, 01.01.2018.

## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

U 2018. Francuska je zauzela status osme svjetske ekonomske sile, nakon SAD-a, Kine, Japana, Njemačke, Velike Britanije i Indije.

Francuska ekonomija prvenstveno se bazira na uslugama te se sve više otvara prema međunarodnim trgovinskim razmjenama, osobito u okviru Europske unije.

### Nekoliko činjenica o turizmu u Francuskoj:

- Prva svjetska receptivna turistička velesila s ostvarenih više od 90 milijuna inozemnih dolazaka u 2018. godini.
- 87 milijuna inozemnih dolazaka ostvareno je u 2017. godini.
- Prihodi od turizma iznose oko 54 milijardi eura godišnje.
- Turizam u gospodarstvu zemlje sudjeluje sa 7,1 % BDP-a.

- Francuska vlada zadala je cilj do 2020. godine ostvariti 100 milijuna inozemnih dolazaka.
- U turističkom sektoru zaposleno je dva milijuna ljudi, a cilj je aktualne francuske Vlade, do 2020. otvoriti 300.000 novih radnih mjesta u turizmu.
- 38 UNESCO zaštićenih spomenika UNESCO baštine.
- 45 tisuća registriranih povijesnih znamenitosti i 8.000 muzeja.
- 4.000 različitih turističkih lokacija i turističkih evenata.
- 20-ak glavnih vinskih regija.
- Najposjećenija turistička destinacija na francuskom tržištu bez konkurencije je Pariz, gdje se nalaze i najznačajnija „must see“ mjesta (Disneyland Paris - godišnje 13,4 milijuna posjetitelja, Muzej Louvre - 9 milijuna posjetitelja, Dvorac Versailles - 6,7 milijuna posjetitelja, Eiffelov toranj - 5,8 milijuna posjetitelja).

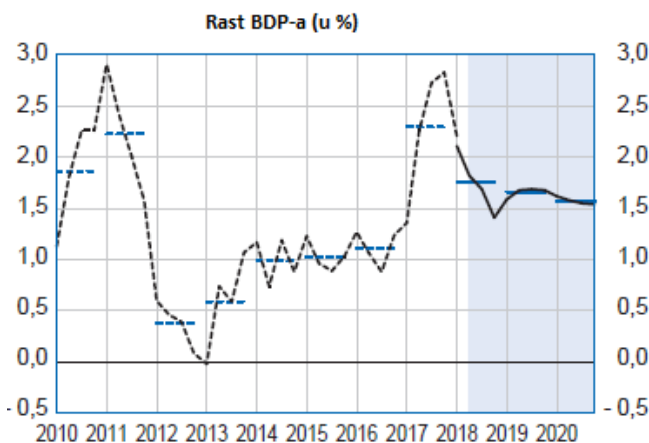
### Aktualno stanje gospodarstva

#### Makroekonomski pokazatelji

	2016.	2017.	2018.*	2019.*	2020.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	2.220,2	2.291,7	2.351,7	2.423,5	2,498,0
BDP po stanovniku (eura)	34.305	35.268	36.050	37.011	38.009
Realni rast BDP-a (%)	1,1	2,3	1,8	1,6	1,5
Izvoz robe (mlrd. eura)	456,8	486,6	509,8	535,2	554,3
Uvoz robe (mlrd. eura)	-483,5	-532,5	-571,9	-596,3	-612,1
Inflacija (%)	0,3	1,2	1,8	1,5	1,6
Nezaposlenost (%)	9,8	9,1	8,7	8,4	8,0

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

Prema statističkim podacima Insee (Institut national de la statistique et des études économiques), u drugom tromjesečju 2018 zabilježen je jednak porast BDP-a kao u prvom tromjesečju (0,2%). Francuska nacionalna banka predviđa dinamičan rast BDP-a u narednim godinama, međutim, vjeruje kako neće biti dostignut vrhunac postignut u 2017.



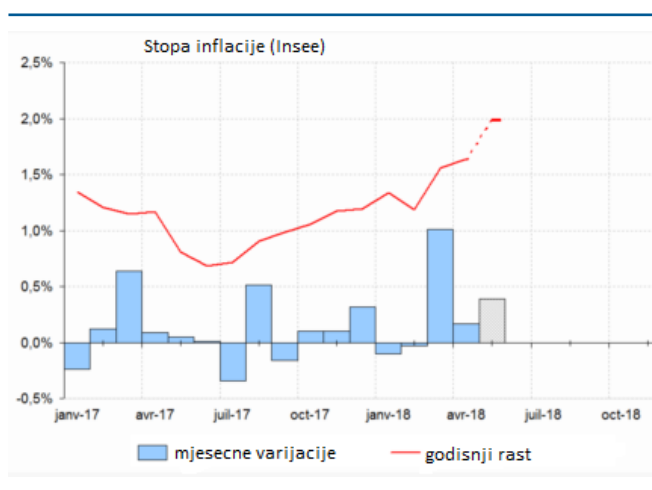
Izvor : Insee do prvog tromjesečja 2018 & Francuska nacionalna banka (predviđanja u plavoj boji)

Također, prema predviđanjima zavoda Insee, stopa nezaposlenosti u Francuskoj u drugom tromjesečju 2018. iznosila je 9,1 %. U odnosu na isto razdoblje prethodne godine, stopa nezaposlenosti smanjila se za 0,3 boda, a predviđa se da će se u naredne dvije godine broj nezaposlenih smanjiti za nešto više od 200.000 osoba.

Prosječna mjesečna neto plaća u Francuskoj iznosi 2.250 €. Značajne razlike u visini plaća muškaraca u odnosu na žene i dalje su prisutne: za isto radno mjesto muškarci u prosjeku imaju 18% veću plaću. Minimalna mjesečna neto plaća u Francuskoj iznosi 1.498,50 €.

U 2018. stopa inflacije kontinuirano raste; usporavanje rasta stope se očekuje krajem godine čime bi godina završila sa stopom inflacije od +1,7 %.

Vanjskotrgovinska bilanca Francuske negativna je već više od deset godina. U posljednjih 12 mjeseci francuski deficit dosegao je 60,9 milijardi eura, dok je u istom razdoblju u 2017. iznosio 63,5 milijardi eura. Unatoč laganom poboljšanju, očekuje se da će značajan deficit nastaviti kočiti porast francuske ekonomije.



# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

## TV

TV kanal	rujan, udio 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 %

Izvor: Mediametrie 2017.

## Radio

Radio	udio gledanosti (%)
RTL	14.6 %
FRANCE INTER	11.8 %
RMC	8.9 %
EUROPE 1	7 %
FRANCE INFO	6.2 %

Izvor: Mediametrie travanj-lipanj 2017.

## 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)

Ženski časopisi, časopisi za seniore, društveni i kulturni časopisi	Periodičnost	Naklada
Version Fémina	Tjednik	2.795.043
Notre Temps	Mjesečnik	760.343
Pleine Vie	Mjesečnik	698.688
Femme Actuelle	Tjednik	617.742
Télérama	Tjednik	546.430
Paris Match	Tjednik	529.227
Avantages	Mjesečnik	404.990
Madame Figaro	Tjednik	401.493
Marie Claire	Mjesečnik	381.404
Časopisi za gastronomiju i kuhanje	Periodičnost	Naklada
Régal	Dvomjesečnik	289.022
Cuisine Actuelle	Mjesečnik	143.070
Maxi Cuisine	Mjesečnik	139.546
Elle à Table	Dvomjesečnik	127.675
Marmiton Magazine	Dvomjesečnik	120.448
Cuisine et Vins de France	Dvomjesečnik	118.516

Specijalizirani turistički časopisi	Periodičnost	Naklada
Geo	Mjesečnik	250.038
National Geographic	Mjesečnik	108.716
National Geographic Traveller	Mjesečnik	100.000
Désir de Voyages	Dvomjesečnik	70.000
Grands Reportages	Mjesečnik	42.000
Hotel & Lodge	Dvomjesečnik	38.000
Voyager Ici & Ailleurs	Dvomjesečnik	29.000
Nacionalni tiskani dnevnici i besplatne tiskovine		Naklada
20 Minutes (besplatne)		933.036
CNews (besplatne)		895.535
Le Figaro		305.701
Le Monde		233.847
L'Equipe		234.899
Les Echos		123.636
Aujourd'hui en France		196.853
La Croix		91.467
Regionalni tiskani dnevnici		Naklada
Ouest France		678.860
Le Parisien Aujourd'hui en France		393.742
Sud Ouest		243.888
La Voix du Nord		216.116
Le Dauphiné Libéré		203.880
Le Télégramme		194.734
Le Progrès - La Tribune		242.539

## Internet

Izvor: Médiamétrie

### Mrežne stranice vjesnika – Konzultacije kompjuter + mobile

Support	Posjeti	Posjećene stranice
Orange.fr (email portal)	302.402.304	2.558.555.114
LeFigaro.fr	93.593.003	303.123.776
Francetvinfo.fr	87.414.586	242.489.173
LeMonde.fr	77.342.169	460.935.905
Bfmtv.com	75.611.113	144.677.790
20minutes.fr	70.443.611	172.091.811
L'Equipe.fr	70.250.805	164.535.433
Tele-loisirs.fr	69.696.235	119.420.946
Ouest-france.fr	45.963.861	99.262.898
Huffingtonpost.fr	43.604.372	226.621.240
Lexpress.fr	36.368.788	113.414.617
Ohmymag.fr	36.329.728	65.374.903
Doctissimo.fr	30.008.794	77.422.818
L'Obs.com	31.657.478	75.086.444
LeParisien.fr	27.029.164	78.550.842

### 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

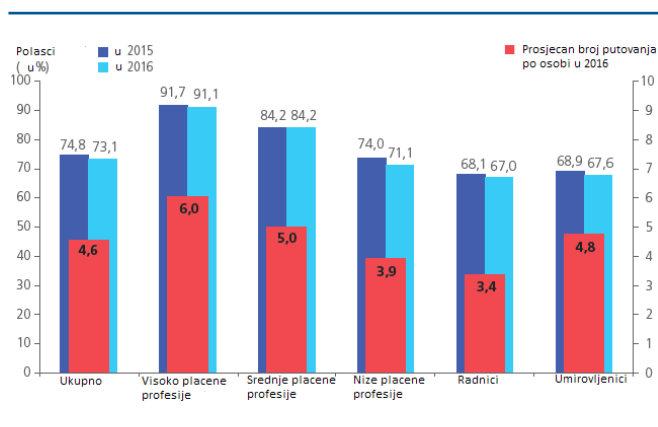
Support	Posjećene stranice
Carnets de traverse	<a href="http://www.carnets-de-traverse.com">www.carnets-de-traverse.com</a>
Voyages etc	<a href="http://www.voyagesetc.fr">www.voyagesetc.fr</a>
Un sac sur le dos	<a href="http://www.unsacsurledos.com">www.unsacsurledos.com</a>
One Day One Travel	<a href="http://www.onedayonetravel.com">www.onedayonetravel.com</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>
Les globe blogueurs	<a href="https://lesglobeblogueurs.com/">https://lesglobeblogueurs.com/</a>
Alex Vizeo	<a href="https://www.vizeo.net/">https://www.vizeo.net/</a>
Family Coste	<a href="http://www.familycoste.com/">http://www.familycoste.com/</a>
Votre tour du monde (Bruno Maltor)	<a href="https://www.votretourdumonde.com/">https://www.votretourdumonde.com/</a>
Le sac à dos (Ryan)	<a href="https://lesacados.com/">https://lesacados.com/</a>
Little Gypsy	<a href="https://littlegypsy.fr/">https://littlegypsy.fr/</a>



# PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA - posljednji dostupni podaci

U 2017. godini 64,2% Francuza (34,8 milijuna) otputovalo je na godišnji odmor, što predstavlja rekordan broj u posljednjih 16 godina (63,1% u 2016.). Pozitivni pomaci u francuskoj ekonomiji, povoljni meteorološki uvjeti te određeno „vraćeno samopouzdanje“ nakon razdoblja obilježenog terorističkim napadima, potaknuli su Francuze na veći broj putovanja.

Za Francuze je i tijekom 2017. vlastita zemlja bila omiljena destinacija, pa je tako 80 % Francuza provelo odmor u vlastitoj zemlji, što predstavlja porast od jednog boda u odnosu na 2016. Inozemne destinacije zabilježile su u 2017. porast od četiri boda u odnosu na 2016. (38 % polazaka).



Izvor: DGE

## Tip boravka prema razdoblju polaska za odlaske u inozemstvu:

	Kratki komercijalni smještaj	Dugi komercijalni smještaj	Dugi smještaj kod rodbine ili prijatelja
Stopa odlazaka (Francuska i inozemstvo)	37%	36%	29%
Prema broju osoba	19,8 milijuna	19,2 milijuna	15,8 milijuna
Razdoblje odlazaka (u inozemstvo):			
Veljača	18%	12%	16%
Uskrсни blagdani	20%	10%	17%
Ljetni praznici	48%	65%	75%
Blagdani Svih Svetih	16%	9%	12%
Božićni blagdani	24%	14%	25%
Razdoblja izvanškolskih praznika	39%	27%	22%

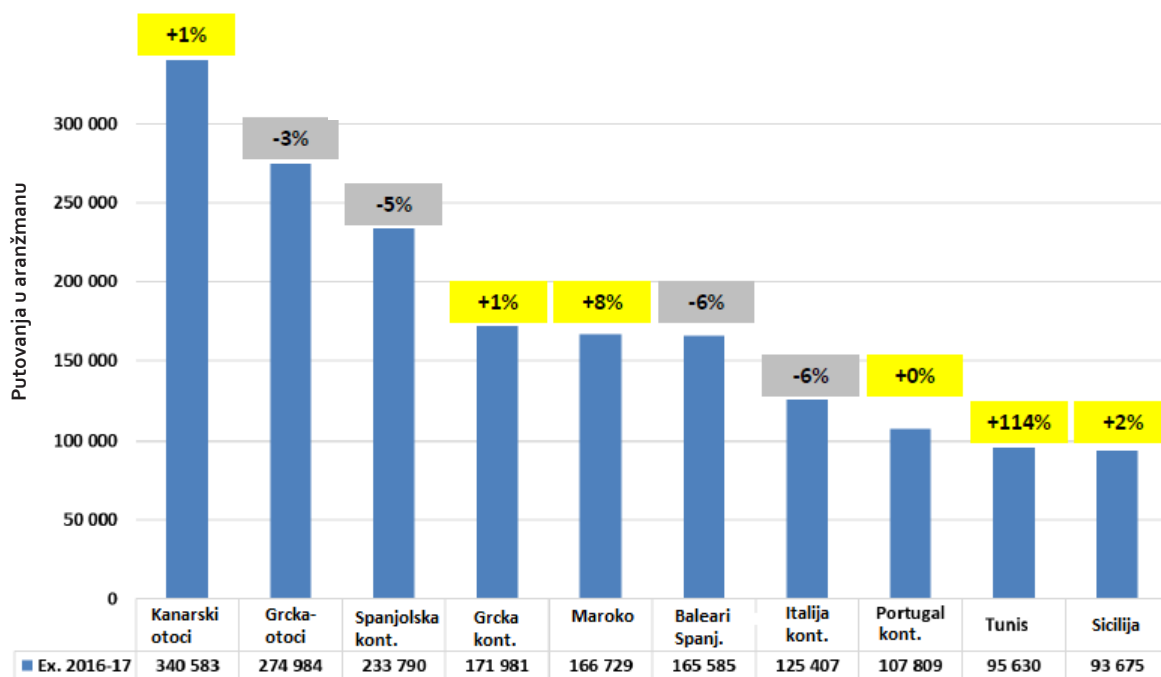
Izvor: Godišnji barometar Le Cabinet Raffour Interactif, 14. izdanje, « Courts séjours, vacances, nouvelles tendances et l'E-tourisme »

## Omiljene odmorisne destinacije

U 2017. očekivano su trijumfirale južnoeuropske destinacije koje su u kontekstu složene geopolitičke problematike već u 2016. ostvarile odlične rezultate prodaje na francuskom tržištu. Prednjačile su Španjolska, Portugal i Italija, kojima se na tronu najprodavanijih destinacija pridružila i Grčka, koja je u

2016. zbog migrantske krize imala nešto lošije rezultate. Turističku prodaju u 2017. obilježio je povratak na scenu sjevernoafričkih destinacija Maroka i Tunisa, koji su u 2016. imali velike gubitke zbog terorističkih napada i straha od putovanja u pretežito muslimanske zemlje.

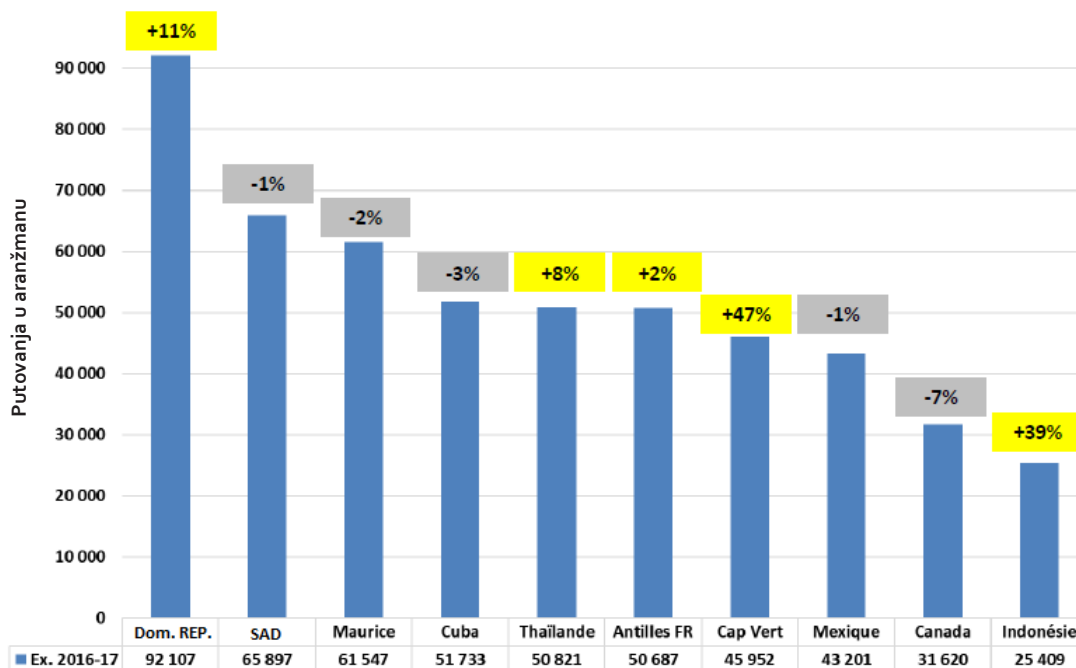
## Srednje destinacije: 01/11/2016 - 31/10/2017 (barometar SETO)



Među dalekim destinacijama najbolje rezultate prodaje ostvarili su Dominikanska Republika, SAD, Tajland, Mauricijus i Kuba. Iako su nakon predsjedničkih izbora i dolaska Donalda Trumpa na vlast kod francuskih organizatora putovanja postojale bojazni od pada prodaje za američko

tržište, SAD je ostvario odlične rezultate. Kuba je u 2017. održala status jedne od omiljenih destinacija Francuza, ali je zabilježila pad u odnosu na prethodnu sezonu zbog manjka hotelskih kapaciteta i općenito nepripremljenosti za naglim porastom potražnje.

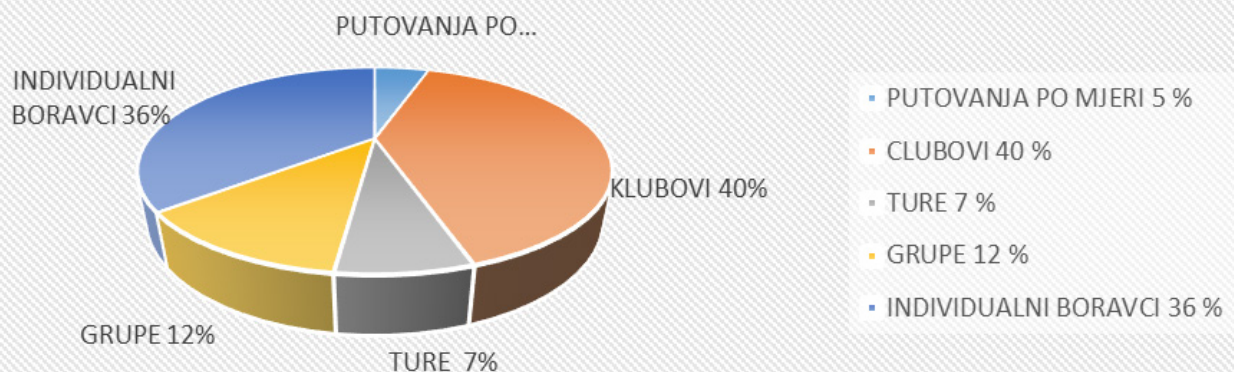
## Daleke destinacije: 01/11/2016 - 31/10/2017 (barometar SETO)



Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije iznosi 51% : 49%. Brojni Francuzi još

uvijek se okreću organiziranim putovanjima, bilo da je riječ o putovanjima rezerviranim putem fizičkih ili *online* agencija.

## SETO: ANALIZA PRODAJE PO PROIZVODIMA/LJETO 2017



Izvor: SETO (Udruženje francuskih turoperatora SETO)

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

Složena geopolitička situacija, blizina, razvoj željezničkog i low cost prometa, razvoj obiteljskog smještaja (Airbnb i sl.) te bogata i raznovrsna turistička ponuda snažno su doprinijeli povećanju broja putovanja u europske destinacije.

- **Francuska** - generalno najveći konkurent Hrvatskoj, ali i drugim destinacijama koje imaju velike aspiracije na ovom emitivnom tržištu jer vlastita zemlja ostaje „top“ destinacija Francuza, zbog bogate i raznovrsne turističke ponude, kao i cijelog niza subvencija kojima se stimuliraju domaći turistički boravci.
- **Španjolska** – prvo mjesto na listi omiljenih inozemnih destinacija Europe. Prednosti: bogata turistička ponuda (sunce i more, kulturna ponuda, *city break*, kvalitetna gastronomija, obiteljska putovanja), odlična zrakoplovna povezanost, bliska destinacija, ugodna klima, infrastruktura za svačiji budžet, idealna za grupna putovanja, hotelski klubovi nude infrastrukturu pogodnu za obitelji s djecom, odličan odnos kvalitete/cijene.
- **Italija** – prednosti su kultura, blizina, gastronomija, klima, gostoljubivost, prirodne ljepote, bogata turistička ponuda, odlična zrakoplovna povezanost, izuzetno je jaka u segmentu *city breaka*, nudi bogate vikend i kulturne programe.
- **Grčka** – prednosti su plaže, klima, gostoljubivost, dobro je turistički pozicionirana, odlična zrakoplovna povezanost. Jak je konkurent Hrvatskoj u segmentu nautičkog i kupališnog turizma, privlači sličnu klijentelu kao Hrvatska.
- **Portugal** – prednosti su odličan odnos kvalitete i cijene, odlična zrakoplovna povezanost, sve bolja afirmacija segmenta *city break* putovanja i kulturnog turizma.
- **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: Također, jaki su u segmentu *city break* putovanja (Berlin).

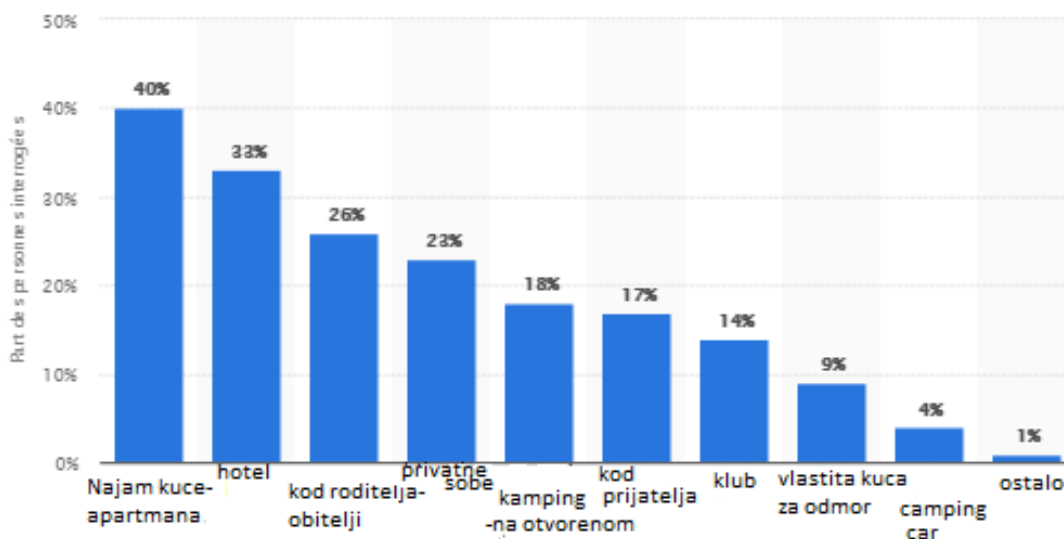
## Navike putovanja

Osobno vozilo najčešće je prijevozno sredstvo Francuza, što nije neobično s obzirom da većinom provode godišnji odmor u vlastitoj zemlji. Oni koji odlaze na odmor u inozemstvo najčešće putuju avionom (58,8%), dok 26,4% putuje osobnim vozilom, a potom slijede vlak (6,6%) i autobus (5%).

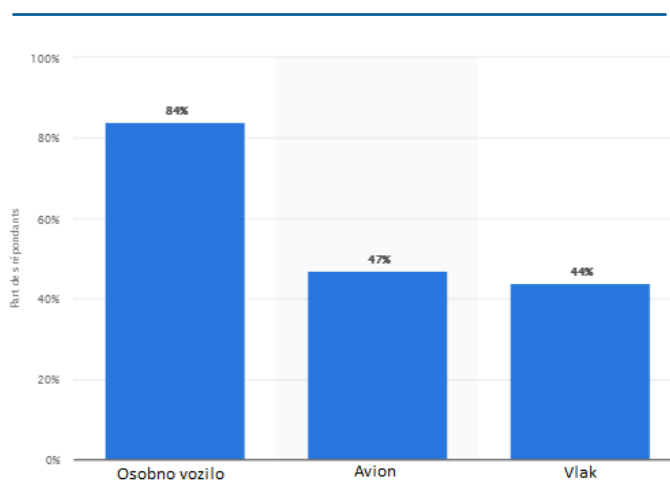
U 2017. godini 79% Francuza rezerviralo je godišnji odmor putem interneta, što predstavlja porast od 2% u odnosu na 2016. Više od polovice Francuza (53%) rezerviralo je u cijelosti ili djelomično odmor putem interneta, što predstavlja porast od 3 postotna boda u odnosu na 2016. U *online* prodaji prednjače zrakoplovne kompanije (45%), a potom slijedi prodaja smještaja (26%) te prodaja karata za prijevoz vlakom (18%). U prodaji hotelskog smještaja dominiraju *online* agencije (40%). Očekuje se da će prodaja putem *online* agencija u narednim godinama i dalje rasti te da će u 2020. obuhvaćati 43% *online* prodaje.

Podudarnost najtraženijih oblika smještaja i aktualne ponude u Hrvatskoj govori u prilog da je francusko emitivno tržište vrlo perspektivno u smislu novih akvizicija. Većina Francuza odlučuje se na najam kuća za odmor ili apartmana. Za spomenuti tip smještaja odlučuje se 35% Francuza u dobi 25-34 godine te 38% Francuza u dobi 50-64 godine, a ovakav tip smještaja je omiljen i za obitelji s djecom. Za seniore (65 godina i više) hotel ostaje omiljeni tip smještaja. Francuski turisti preferiraju kuću za odmor u odnosu na hotel zbog niza pogodnosti: 57% želi imati vrt, a 53% na odmoru priželjkuje kuću za odmor s bazenom.

## Omiljeni tip smještaja francuskih turista u 2017



Izvor: Statista



Izvor: Statista

## Online prodaja u francuskoj



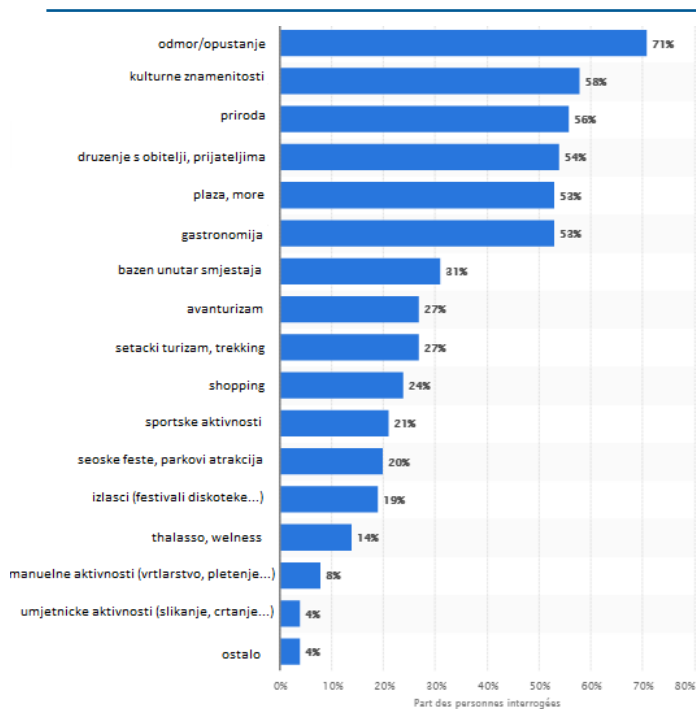
Izvor: Phocuswright, French Online Travel Overview Thirteenth Edition

## Motiv putovanja

Poznati kao izuzetno znatiželjni turisti, Francuzi žele u toku godišnjeg odmora konzumirati što više sadržaja te se rijetko zadovoljavaju konceptom sunce-more-plaža. Za francuskog turista razgledavanje kulturnih znameniti

predstavlja najčešći motiv putovanja u inozemnu destinaciju. Otkrivanje prirodne baštine, lokalne gastronomije, sportski i avanturistički turizam nalaze se u vrhu zanimanja francuskog turista.

Francuzi su u 2017. za odmor prosječno trošili 936 eura (38 eura više u odnosu na 2016.).



Izvor: Statista

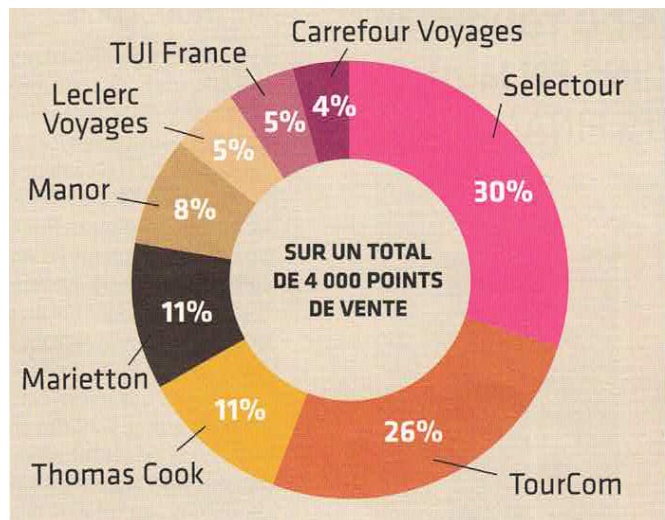


# PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

## Najznačajniji francuski lanci turističkih agencija

RÉSEAU	VA 2016 (M€)	VA 2015 (M€)	RÉSULTAT NET 2016 (M€)	RÉSULTAT NET 2015 (M€)	NOMBRE D'AGENCES À FIN 09/2017	NOMBRE D'AGENCES À FIN 09/2016	EFFECTIF À FIN 09/2017
<b>Selectour</b>	<b>2 501</b>	<b>2 544</b>	<b>0,38<sup>(1)</sup></b>	<b>0,17</b>	<b>1 190</b>	<b>1 211</b>	<b>4 000</b>
dont :							
▶ Marietton Développement	514 <sup>(2)</sup>	444	-0,9	0,7	445 <sup>(2)</sup>	123	1 600
▶ Bleu Voyages	204	206	NC	NC	39 <sup>(3)</sup>	38	280
▶ Verdier Voyages	105,1	107	2,6	2,5	35	32	250
<b>TourCom</b>	<b>2 500</b>	<b>2 400</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>1 050</b>	<b>800</b>	<b>3 000</b>
dont :							
▶ Voyages Masson	88	58	0,24	0,46	66	55	175
▶ Frequent Flyer Travel Paris	86	75	1,12 <sup>(4)</sup>	1	1	1	92
▶ Richou Voyages	39,5	39,6	0,18	0,25	29	27	86
<b>Manor</b>	<b>1 450</b>	<b>1 500</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>320</b>	<b>320</b>	<b>1 280</b>
dont :							
▶ Prêt à Partir	224 <sup>(5)</sup>	215,2	2,05 <sup>(5)</sup>	1,2	134	135	357
▶ Cap 5	121	119,1	1,42	1,1	21	20	110
▶ Jancarther Voyages	65	62	0,58	0,5	20	23	NC
▶ Travel Planet <sup>(6)</sup>	70	35	NC	0,26	2	2	70
<b>Leclerc Voyages</b>	<b>489,8</b>	<b>476,1</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>187</b>	<b>185</b>	<b>735</b>
<b>Thomas Cook France</b>	<b>350<sup>(7)</sup></b>	<b>351</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>450<sup>(8)</sup></b>	<b>426</b>	<b>950</b>
<b>Cediv Travel</b>	<b>297</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>	<b>198</b>	<b>NC</b>	<b>NC</b>
<b>Carrefour Voyages</b>	<b>288</b>	<b>278</b>	<b>-6,7</b>	<b>-4,3</b>	<b>167</b>	<b>162</b>	<b>600</b>
<b>FCM Travel Solutions<sup>(9)</sup></b>	<b>130</b>	<b>105</b>	<b>0,64</b>	<b>1,09</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>110</b>
<b>Uvet France<sup>(10)</sup></b>	<b>127</b>	<b>115</b>	<b>0,276</b>	<b>0,31</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>104</b>
<b>Salauñ Holidays</b>	<b>100</b>	<b>94</b>	<b>0,73</b>	<b>0,53</b>	<b>115</b>	<b>90</b>	<b>241</b>

## Udio na tržištu 8 najznačajnijih lanaca TA



## Najznačajniji francuski turoperatori

	TOUR-OPÉRATEUR	SIÈGE (OPT)	DIRIGEANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2016	CA 2015	VARIATION CA 2016/2015	RES. NET 2016	RES. NET 2015	RENTAB. NETTE 2016	RES. D'EXPR. 2016	RES. D'EXPR. 2015	RENTAB. D'EXPR. 2016
1	Groupe Club Med <sup>(1)</sup>	75	H. Gosard d'Estang	31/10/16	1 469,0	1 482,0	-0,9 %	NC	-40,00	NC	NC	NC	ND
2	TUI France	92	P. de Izaguirre	30/09/16	638,7	631,3	1,2 %	29,30	-42,20	4,6 %	-9,48	-30,12	-1,5 %
	dont Marmara / Hôtels Clubs TUI			30/09/16	432,0	NC	ND	NC	NC	NC	NC	NC	ND
	dont MIP Parcours des Îles/Arestaria			30/09/16	181,0	NC	ND	NC	NC	NC	NC	NC	ND
3	Transat France (Look Voyages / Vacances Transat) <sup>(2)</sup>	92	P. de Izaguirre	31/10/16	451,9	448,5	0,8 %	-22,50	-2,30	-5,0 %	NC	NC	ND
4	Groupe Voyageurs du Monde <sup>(3)</sup>	75	J.-F. Rial	31/12/16	379,3	361,8	4,8 %	13,60	10,00	3,6 %	20,50	17,30	5,4 %
	dont Voyageurs du Monde				167,9	155,0	5,6 %	9,90	4,20	5,9 %	10,90	8,33	6,5 %
	dont Terres d'Aventure				64,3	64,0	0,4 %	2,74	2,51	4,3 %	4,20	3,61	6,5 %
	dont Comptoir des Voyages				48,6	43,8	10,8 %	1,89	1,62	3,9 %	2,70	2,10	5,5 %
	dont Allibert Trekking				42,0	42,0	0,0 %	1,66	1,75	4,0 %	3,10	2,62	7,4 %
	dont Nomade Aventure				20,5	20,8	-1,6 %	0,42	0,35	2,1 %	0,67	0,45	3,3 %
5	Thomas Cook SAS (let tours)	92	N. Delord	30/09/16	365,3	374,7	-2,5 %	-21,94	-28,99	-6,0 %	-21,81	-22,80	-6 %
6	Groupe Fram <sup>(4)</sup>		A. Mendonça		NC	399,7	ND	NC	-17,20	ND	NC	NC	ND
7	Groupe NC Travel <sup>(5)</sup>	75	D. Kervella	31/12/16	225,0	210,0	7,1 %	3,50	2,80	1,6 %	NC	NC	ND
	dont Vesilles Voyages (Directours)			31/12/15	NC	126,1	ND	NC	-0,08	ND	NC	0,52	ND
8	Balambrs Clubs	75	F. Lequen	31/12/16	168,9	158,1	6,8 %	-2,70	-3,80	-1,6 %	NC	NC	ND
9	Thalasso M <sup>(6)</sup> /Oyages	92	S. Ben Slimane	31/12/16	159,1	137,2	16,0 %	0,40	0,86	0,3 %	NC	1,42	ND
10	Odalys Evasion	75	L. Dussolier	30/09/15	NC	176,3	ND	NC	4,20	ND	NC	6,60	ND
11	Kuoni/Travel Lab	93	E. Foiry	31/12/16	140,1	136,1	2,9 %	2,32	3,75	1,7 %	1,70	2,29	1,2 %
12	Salauñ Evasion <sup>(7)</sup>	29	M. Salauñ	30/09/16	124,5	109,1	14,1 %	1,14	1,15	0,9 %	2,44	1,66	2 %
13	Pierres Vacances-Centier Parc Distribution	75	M. Vallette	30/09/16	117,8	113,8	3,5 %	0,73	1,48	0,6 %	0,93	2,37	0,4 %
14	Exotismes	19	G. Cisneros	31/10/16	115,8	112,3	3,1 %	3,09	2,44	2,7 %	NC	3,02	ND
15	Croupe Verdier Voyages <sup>(8)</sup>	12	Y. Verdier	31/12/16	105,0	107,0	-1,9 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
16	Vacances Héliades	13	L. Magnin	31/10/16	94,2	103,4	-8,9 %	0,02	1,58	ND	-0,02	1,67	0,0 %
17	Le Cercle des Vacances	75	R.-M. Farugia	31/10/16	80,8	73,4	10,1 %	0,54	0,18	0,7 %	NC	NC	ND
18	Aerosun <sup>(9)</sup>	68	L. Abitbol	31/12/16	72,2	73,8	-2,1 %	0,94	1,41	1,3 %	NC	1,78	ND
19	Travel Factory	75	Y. Abehsera	30/06/16	68,8	63,5	8,3 %	-0,47	0,02	-0,7 %	NC	NC	ND
20	Marco Vasco <sup>(10)</sup>	75	C. de Becdeliévre	31/12/15	65,0	NC	ND	NC	NC	NC	NC	NC	ND
21	Futuroscope Destination	86	R. Bouin	30/09/15	NC	64,6	ND	NC	0,09	ND	NC	0,07	ND
22	Top of Travel	93	H. Stuckeschweiger	31/10/16	63,6	56,3	12,9 %	0,07	0,11	0,1 %	0,29	0,38	0,4 %

# OSVRT NA TURISTIČKU SEZONU 2018.

## Stanje na emitivnom turističkom tržištu

Nakon ostvarene rekordne turističke prodaje u 2017., turistička sezona 2018. bilježi još bolje rezultate. Ekonomska situacija u Francuskoj počela je krajem 2016. ostvarivati pozitivne pomake zahvaljujući kojima se približila rastu na razini euro zone. Opći povoljan kontekst na nivou svjetske ekonomske situacije s jedne strane te pozitivna orijentacija u domeni investicija s druge strane, pogodovali su ekonomskom porastu. Potrošnja po domaćinstvu zadržala je pozitivnu razinu zahvaljujući umjerenjima u evoluciji cijena i smanjenju stope nezaposlenosti, što je imalo pozitivan utjecaj na turističku industriju, odnosno na porast broja putovanja Francuza. Mnoge studije govore o utjecaju posljednjih predsjedničkih izbora na „novi elan“ Francuza prema putovanjima, što su pozitivne turističke tendencije koje se nastavljaju u 2018., godini koja prema dosadašnjim rezultatima obara rekordne brojeve odlaske Francuza na godišnje odmorište iz 2017.

Statistički podaci Udruženja francuskih turoperatora SETO - razdoblje od 01. svibnja do 31. kolovoza 2018.:

- Ostvaren je ukupan prihod od 2.183 milijuna eura (+5,7% u odnosu na 2017. godinu)
- Otputovalo je 2.705.115 francuskih turista (+2,7%)  
U srednje udaljene destinacije otputovalo je 1.455.633 Francuza (+11,9% u odnosu na 2017. godinu)
- U daleke destinacije otputovalo je 243.971 Francuza (-0,8% u odnosu na 2017. godinu)

## Omiljene odmorišne destinacije

Prema statističkim podacima Udruženja francuskih turističkih agencija (Les entreprises des voyages), najbolju prodaju među srednje udaljenim destinacijama bilježe južnoeuropske destinacije - Španjolska, Grčka i Italija, a potom slijede Tunis, Portugal, Maroko, Turska, Velika Britanija, Hrvatska i Egipat. Hrvatska posljednjih godina bilježi rekordne rezultate na francuskom tržištu te se po prvi put plasirala u prvih deset top srednje udaljenih destinacija Francuza. Južnoeuropske destinacije i ove godine nastavljaju s odličnom prodajom, a iznenađenje u 2018. godini priredili su Tunis, Maroko, Egipat i Turska, koji bilježe veliki porast prodaje i „povratak“ na turističku scenu. Promatrajući interes za dalekim destinacijama, SAD se i dalje nalazi na vrhu ljestvice, unatoč požarima (Kalifornija) koji su utjecali na pad prodaje (-7%), a Kanada i Tajland nastavljaju s kontinuirano odličnom prodajom. Raste i interes Francuza za Kinom (+10%) dok, primjerice, Kuba ove godine bilježi znatno lošije rezultate u odnosu na prošlu godinu, zbog manjka hotelskih kapaciteta i općenito nepripremljenosti za naglim porastom potražnje koji se dogodio u posljednje dvije godine.

Polasci u srpnju/kolovožu 2018. (barometar EDV)

SREDNJE UDALJENE DESTINACIJE	Turisti (%)	Ukupan prihod (%)	Prosječan budžet (%)
Španjolska	-3,0	-4,0	-1,0
Grčka	-2,0	15,0	17,0
Italija	1,0	2,0	1,0
Tunis	33,0	43,0	7,0
Portugal	-2,0	0,0	2,0
Maroko	-1,0	7,0	8,0
Turska	58,0	65,0	5,0
Ujedinjeno Kraljevstvo	-12,0	-3,0	11,0
Hrvatska	1,0	3,0	2,0
Egipat	51,0	61,0	7,0

DALEKE DESTINACIJE	Turisti (%)	Ukupan prihod (%)	Prosječan budžet (%)
SAD	-7,0	-11,0	-4,0
Kanada	7,0	12,0	14,0
Tajland	-10,0	-15,0	-14,0
Dominikanska Republika	10,0	8,0	-2,0
Kina	10,0	14,0	3,0
Mauricijus	5,0	2,0	-4,0
Indonezija	2,0	1,0	1,0
Meksiko	24,0	10,0	4,0
Vijetnam	5,0	-4,0	-30,0
Kuba	-15,0	-16,0	11,0



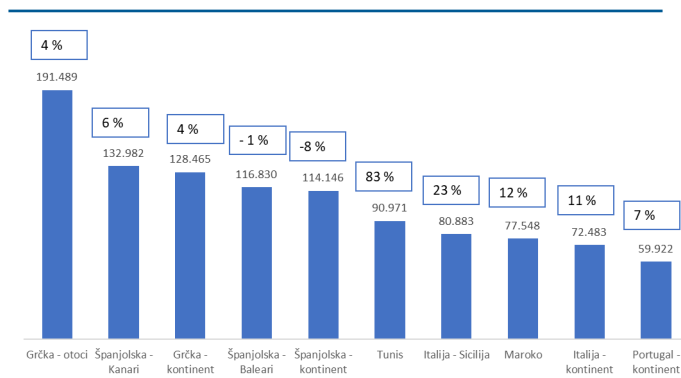
Posljednjih nekoliko godina južnoeuropske destinacije uvjerljivo su zauzele status omiljenih destinacija Francuza te su se i u 2018. pozicionirale na vrh ljestvice omiljenih destinacija. Razlozi tome su blizina, bogata turistička ponuda i sigurnost koja je postala važan element uslijed složene geopolitičke situacije i niza atentata koji su u 2016. pogodili Tunis, Egipat i Tursku. Međutim već se u prošlogodišnjoj sezoni osjetila opterećenost južnoeuropskih destinacija i polagani povratak na tržište nekoć omiljenih francuskih destinacija - Maroka, Tunisa, Egipta i Turske.

Preopterećenost i manjak kapaciteta u južnoeuropskim destinacijama s jedne strane, te snažne marketinške kampanje i ulaganja u luksuzne hotelske strukture povoljnih cijena s druge strane, potaknuli su francuske turoperatore na širenje produkcije u Tunisu, Maroku, Egiptu i Turskoj te su se spomenute destinacije u 2018. trijumfalno vratile na ljestvicu omiljenih destinacija Francuza i od početka godine konstantno bilježe veliki porast prodaje.

Ipak, u posljednje vrijeme se južnoeuropske destinacije često u francuskim medijima asociraju s masovnim turizmom, gdje se spominju i neki gradovi Hrvatske. Nakon članka o „turističkoj prenapučenosti“ Dubrovnika, nedavno je specijalizirani turistički časopis Echo Touristique objavio članak o destinacijama ugroženim masovnim turizmom, među kojima se spominje i Hrvatska, tj. Split, kao primjer grada čija se centralna jezgra transformirala u apartmane i hotele za turiste, te koja gubi lokalno stanovništvo i sve kulturne i umjetničke sadržaje koji su je karakterizirali. Naravno, problem je široko zastupljen te je, primjerice, Barcelona toliko opterećena masovnim turizmom da se razvio značajan „anti-turistički“ pokret koji konstantno provodi različite akcije u svrhu širenja anti-turističke propagande. Katalonsko brdo *Pedraforca* također je „opkoljeno“ turistima tijekom čitavog ljetnog razdoblja, što je izazvalo zabrinutost regije, koja je značajno ograničila broj šetača i alpinista. Lokalno stanovništvo talijanskog otoka Capri traži dobivanje

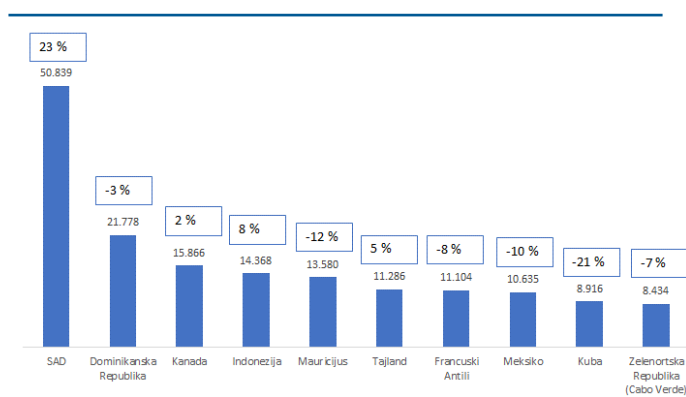
## Polasci u razdoblju svibanj-kolovoz 2018. (barometar Udruženja francuskih TO SETO)

### Srednje udaljene destinacije: prodaja paket aranžmana od 1. 5. do 31. 8. 2018.



Izvor: SETO

### Daleke destinacije: prodaja paket aranžmana od 1. 5. do 31. 8. 2018.



Izvor: SETO

statusa „ugroženog otoka“, dok Venecija svim silama pokušava stimulirati turističku promociju obližnjih gradića ne bi li smanjila prevelik priliv turista. Primjer Dubrovnika i pokušaj regulacije ulaska u grad mjeracem broja turista, naišao je u tom kontekstu na pozitivan odjek u pojedinim francuskim medijima (Le Monde) gdje se navodi kako je takva regulativa potrebna kako bi se umanjili negativni efekti pretjeranih dolazaka.

## Pregled organizatora putovanja

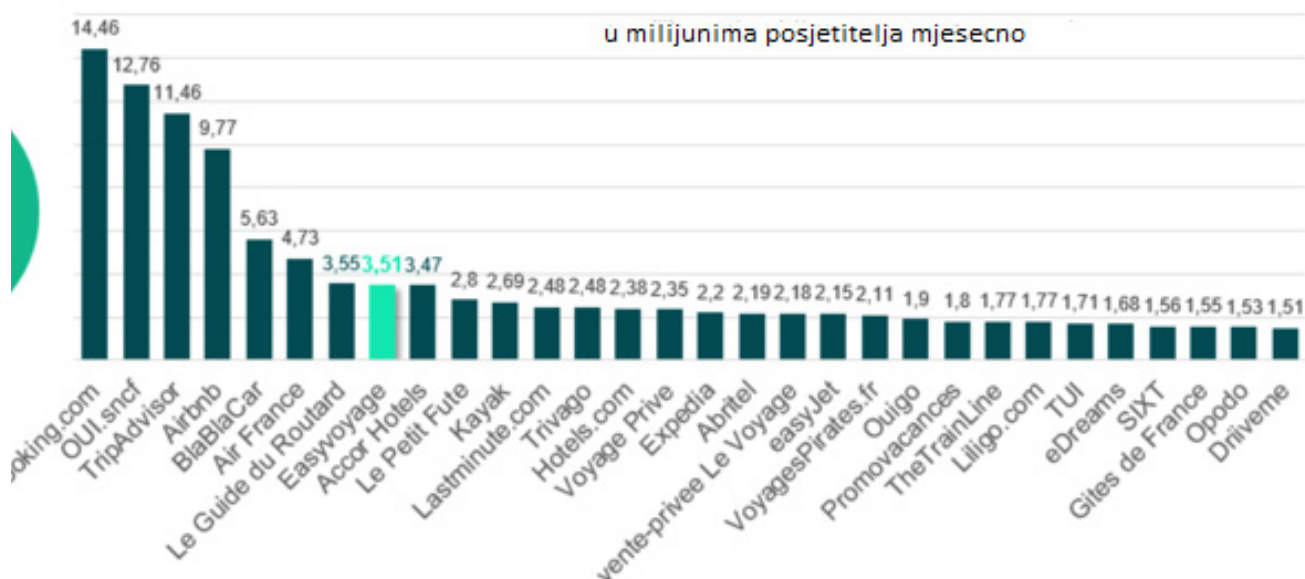
Organizator putovanja	Proizvodi	Brand	Broj klijenata
Pierre & Vacances	Rezidencije i apartmani u Francuskoj i Europi	Pierre & Vacances, Center Parcs	7.500.000
Odalys Vacances	Rezidencije, uglavnom u Francuskoj	Odalys	2.300.000
Groupe Club Méditerranée	Luksuzni klubovi i resorti	Club Med	1.250.000
TUI France (800 000)	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
+ Transat France (375 000)	Grupa TO, uključuje individualne boravke (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 TO, uključuje klasične TO, te ima snažnu moć na web-u ( <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 opći TO Jet Tours i lanac agencija Thomas Cook	Jet Tours (TO), Thomas Cook (distribution)	350.000
Travel Factory	Grupa TO specijalizirana za <i>online</i> prodaju skijaliških destinacija, najam kuća i boravaka za studente	Travelski, Locatour, Golden Voyages	320.000
Thalasso n°1	Grupa uključuje TO 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 TO 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	Jedan od vodećih francuskih organizatora putovanja za Hrvatsku s bogatom i raznovrsnom produkcijom tura, krstarenja, <i>all inclusive</i> proizvoda, autotura, vikend putovanja.	Travel Europe (grupe), Visit Europe (individualci)	185.000
Groupe Verdié Voyages	TO i lanac agencija	Verdié	150.000
Vacances Héliades	TO specijaliziran za Grčku	Héliades	125.000

Organizator putovanja	Proizvodi	Brand	Broj klijenata
Voyamar Aerosun	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
(grupa Marietton Developpement)	Grupa TO i lanac agencija (Ailleurs, Havas, Preference)	Voyamar Aerosun	120.000
Kuoni/Travel Lab	Grupa TO specijaliziranih za <i>à la carte</i> putovanja: Kuoni (opći TO), CelticTours (specijaliziran za VB/Irsku), Scanditours (specijalist Skandinavije), Vacances Fabuleuses (specijalist SAD), Donatello (specijalist Italije)	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 dalekih destinacija	Exotismes	86.000
Top of Travel	Opci TO	Top of Travel	75.000

U srpnju 2018., Médiamétrie je objavio listu 30 najznačajnijih web stranica za putovanja - po prvi put se jedna turistička web stranica našla ispred OUI.sncf. koji je do ove godine bila najposjećenija web stranica u Francuskoj.

Novi leader je Booking.com s 14,5 milijuna mjesečnih posjetitelja. Zanimljiva je i činjenica da je TUI jedini turoperator koji se našao na listi TOP 30 najposjećenijih web stranica za putovanja.

### Najznacajniji siteovi za putovanja u2018.

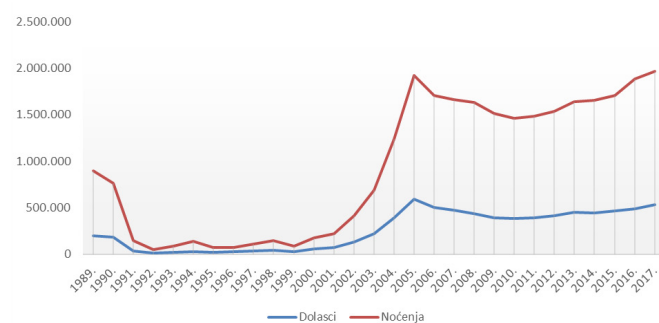


## DOPRINOS TRŽIŠTA UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

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.	490.604	105	245	1.882.270	110	209
2017.	536.072	109	268	1.969.831	105	219

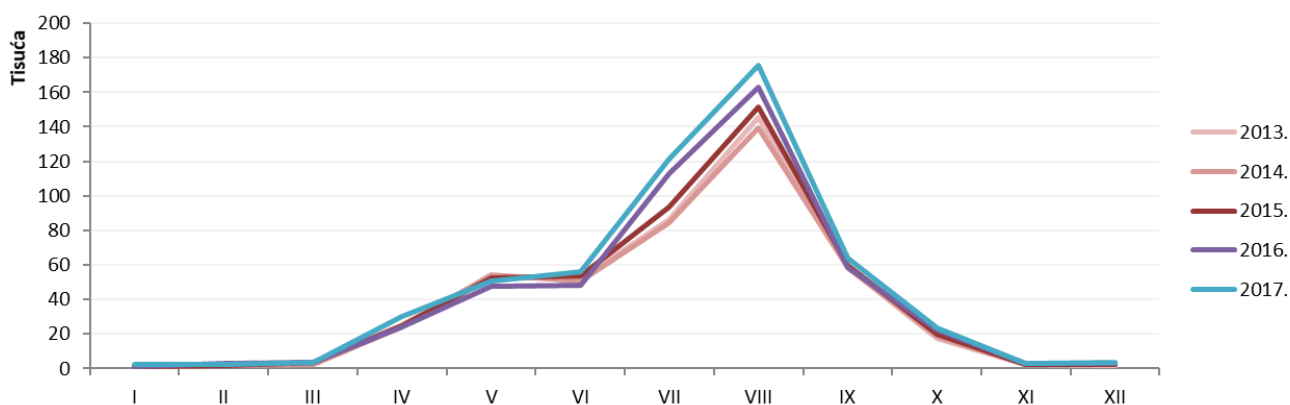
Izvor: DZS

### Dolasci i noćenja francuskih turista, razdoblje 1989. - 2017.



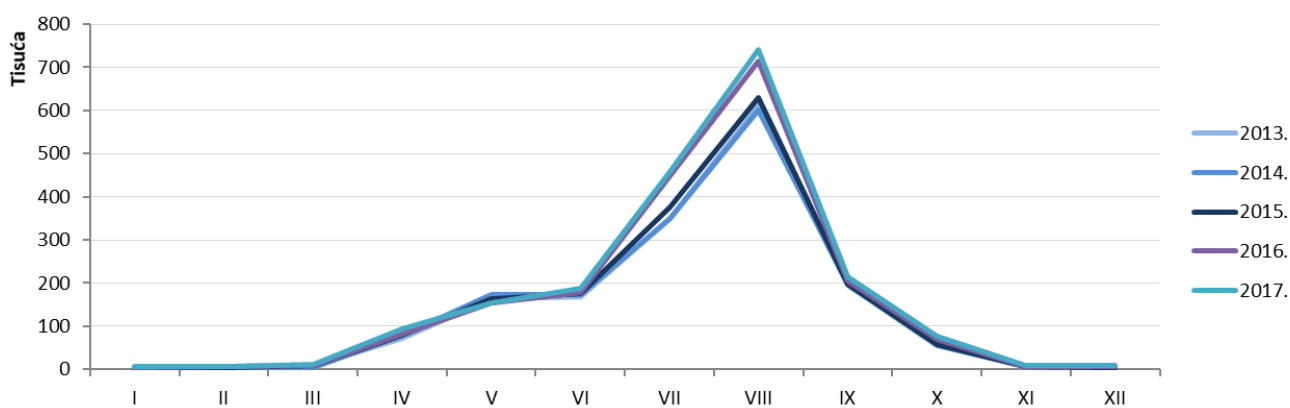
Izvor: DZS

## Dolasci i po mjesecima - Francuska



Izvor: DZS

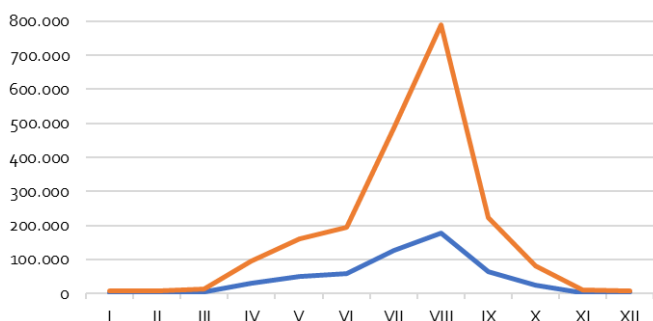
## Noćenja po mjesecima - Francuska



Izvor: DZS

## REZULTATI ZA 2017. PREMA SUSTAVU eVisitor

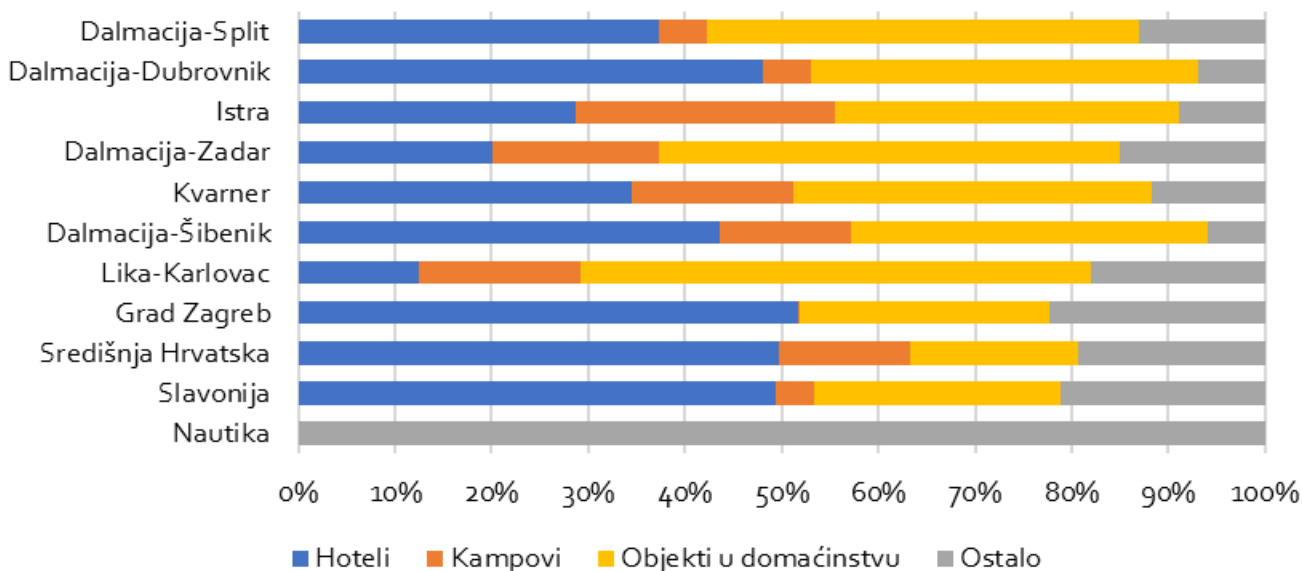
### Dolasci i noćenja francuskih turista, 2017.



### Top deset gradova/općina po noćenjima

	noćenja
Dubrovnik	245.771
Split	145.274
Bol	100.624
Zadar	83.192
Konavle	78.160
Supetar	63.640
Zagreb	55.114
Šibenik	49.895
Gradac	44.308
Pula	40.744

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



### Dolasci i noćenja po klasterima

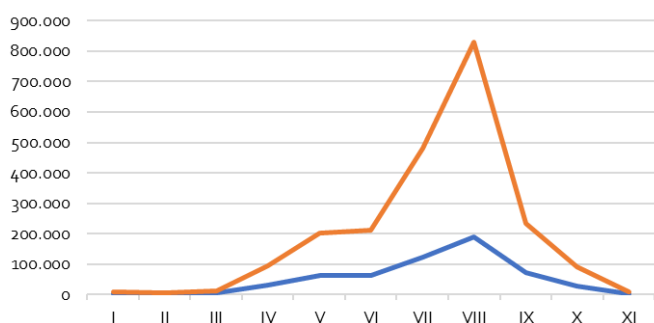
	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	138.478	610.411
Dalmacija-Dubrovnik	125.307	459.485
Istra	53.664	241.115
Dalmacija-Zadar	52.612	207.541
Dalmacija-Šibenik	36.958	148.380
Kvarner	42.984	139.445
Lika-Karlovac	50.887	116.528
Nautika	10.883	84.186
Grad Zagreb	28.139	55.114
Središnja Hrvatska	4.890	11.314
Slavonija	2.766	5.416
<b>Ukupno</b>	<b>547.568</b>	<b>2.078.935</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%	4,3%
18-24 godina	5,6%	6,6%
25-34 godina	9,5%	8,9%
35-44 godina	6,2%	5,8%
45-54 godina	7,4%	7,4%
55-64 godina	6,5%	6,7%
> 65 godina	7,3%	7,6%

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

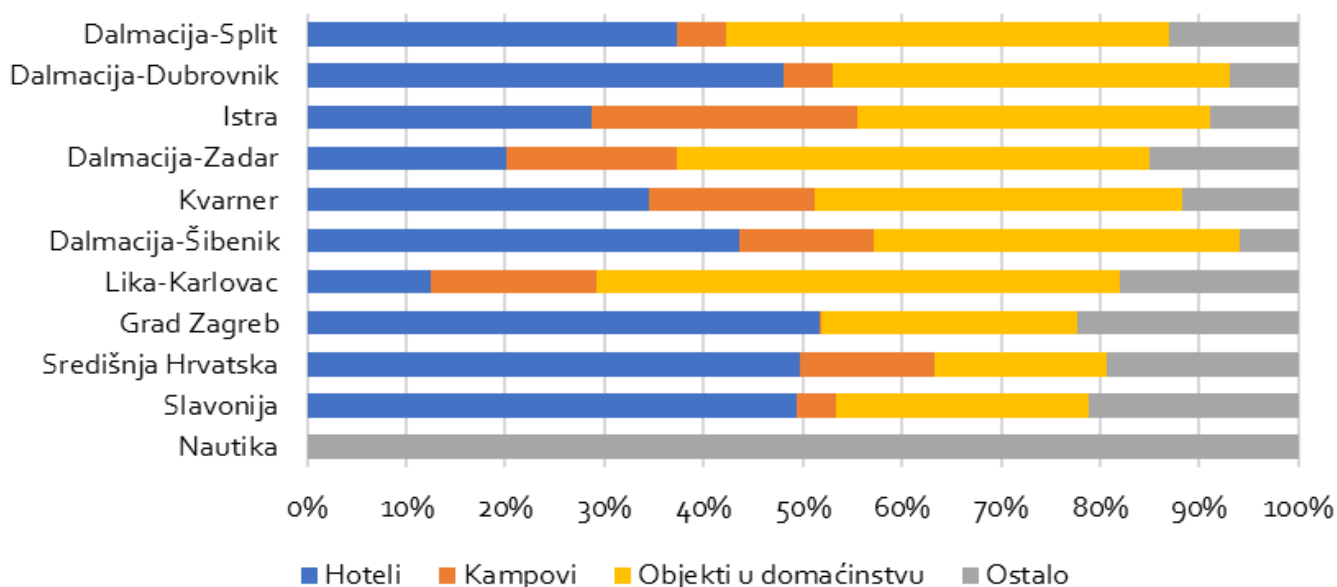
## Dolasci i noćenja francuskih turista, I. - XI. 2017.



## Top deset gradova/općina po noćenjima

	noćenja
Dubrovnik	245.130
Split	171.413
Bol	90.073
Konavle	86.884
Zadar	84.179
Supetar	63.988
Šibenik	60.743
Zagreb	56.129
Gradac	45.832
Pula	43.980

## Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, I. – XI. 2017.



## Dolasci i noćenja po klasterima

	dolasci	noćenja
Dalmacija-Split	159.228	678.820
Dalmacija-Dubrovnik	129.332	474.134
Istra	57.422	248.094
Dalmacija-Zadar	53.471	199.595
Kvarner	48.885	161.077
Dalmacija-Šibenik	37.506	138.606
Lika-Karlovac	54.891	117.868
Nautika	12.185	91.550
Grad Zagreb	28.688	56.129
Središnja Hrvatska	4.782	10.344
Slavonija	2.544	4.746
<b>Ukupno</b>	<b>588.934</b>	<b>2.180.963</b>

## Dolasci po dobi i spolu

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

## Aktualni imidž Hrvatske

Hrvatska se od kraja devedesetih godina na francuskom tržištu pozicionira kao destinacija s prepoznatljivom i kvalitetnom ponudom te postaje nezaobilazna turistička zemlja za široku publiku i organizatore putovanja. U očima Francuza najveću prednost Hrvatske predstavljaju njezine prirodne ljepote, raznovrsnost i očuvanost. Francuski turisti, bilo da prakticiraju nautički, kupališni, ruralni turizam ili pak ture, prvenstveno traže ljepotu pejzaža, očuvanost prirode, autentičnost. No, bez obzira što je Hrvatska relativno poznata turistička destinacija na francuskom tržištu, potrebno je nastaviti s ulaganjima u brandiranje hrvatskog turističkog proizvoda te promociju pojedinih proizvoda, budući da Francuzi još uvijek nedovoljno povezuju Hrvatsku sa selektivnim turističkim doživljajima kao što su: biciklizam, eno turizam, zdravstveni, poslovni turizam ili pak nautika, gdje treba tražiti priliku za nove dolaske.

Važno je naglasiti da se Hrvatska u Francuskoj smatra primarno avio destinacijom. Unatoč činjenici da se niskota-

rifni letovi između Francuske i Hrvatske počinju razvijati te da je u 2016. uvedeno devet novih zračnih linija, njihov je broj i dalje nedovoljan i ne pokriva sve emitivne regije, tako da se situacija ne može usporediti s nekim drugim tržištima. Po pitanju zrakoplovnih linija još uvijek značajno zaostajemo za konkurentima poput Grčke, Španjolske, Italije ili Portugala.

Povratne informacije od strane francuskih turista koji su proveli odmor u Hrvatskoj svjedoče da je Hrvatska na ovom tržištu postala jedna od najatraktivnijih europskih destinacija. Francuski turisti su generalno vrlo zadovoljni Hrvatskom, u rasponu od prirodnih ljepota do prihvatljivih cijena usluga, kvalitete smještaja te osjećaja sigurnosti. Najviše primjedbi imaju na nedovoljan broj direktnih zračnih linija, (ne)poznavanje francuskog jezika od strane turističkih djelatnika, ali mjestimični i nedostatnu / nemaštovitu gastronomsku ponudu te manjak „turističkih“ sadržaja, posebno u razdobljima pred i posezone. S obzirom da francuski gost dolazi iz zemlje s vrlo visokim životnim standardom, koja je ujedno i svjetska turistička velesila, Francuzi vrlo dobro mogu prepoznati kvalitetu i na njoj inzistiraju iz čega proizlazi i jedna od najvećih prijetnji za daljnji razvoj na ovom emitivnim tržištu.

### Prednosti

- prirodne ljepote
- sigurnost
- povoljna i blaga klima tijekom cijele godine
- bogatstvo kulturne baštine
- autentična gastronomska ponuda
- relativna blizina destinacije
- tradicija i gostoljubivost
- prihvatljive cijene smještaja i usluga

### Nedostaci

- nedovoljna prepoznatljivost hrvatskog turističkog proizvoda
- nedostatan broj letova izvan sezone
- nedostatak smještajnih kapaciteta s 4\* i 5\*
- nedostatak turističke radne snage sa znanjem francuskog jezika
- mjestimično nekonzistentna i nemaštovita gastro ponuda
- nedovoljno razvijeni selektivni oblici turizma (golf, ruralni, ekoturizam,...)
- manjak pješčanih plaža kao i *all inclusive* hotela pogodnih za obitelji

### Mogućnosti

- geopolitički kontekst
- Hrvatska – jedna od najpoželjnijih *yachting* destinacija na Sredozemlju
- okrenutost parovima s dvostrukim primanjima bez djece, koje zanimaju kratki raznoliki odmori
- okrenutost radno aktivnom stanovništvu čija su djeca napustila roditeljski dom, a koji putuju cijele godine
- veliki interes francuskih individualnih gostiju za turizam „doživljaja“
- Francuzi putuju više puta godišnje
- Mogućnosti razvoja vikend turizma te turizma u pred i posezoni

### Opasnosti

- agresivna konkurencija zemalja regije
- imperativ – kvaliteta smještaja i usluga
- slika destinacije masovnog turizma
- sačuvati naslijeđenu prirodnu baštinu i ljepote hrvatske obale
- sačuvati autentičnost turističke ponude
- Francuzi se okreću zamjenskim destinacijama – nedostatan kapaciteti i rani stop buking hotelijera



O činjenici da je Hrvatska postala jednom od najomiljenijih destinacija Francuza svjedoče i podaci o gledanosti na YouTube kanalu, prema kojima Hrvatska u Francuskoj zauzima treće mjesto, nakon Grčke i Japana. U svibnju

i lipnju ove godine, gledanost video uradaka o turističkim destinacijama povećala se za 44 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a broj pregleda video uradaka o Hrvatskoj povećao se 23 puta u posljednje tri godine.

#### Top 10 omiljenih destinacija Francuza u 2018. (YouTube kanal):

1. Grčka
2. Japan
3. Hrvatska
4. Alžir
5. Tajland
6. Italija
7. Maroko
8. Španjolska
9. Turska
10. Kina

Do kraja godine 2018. realno je očekivati porast broja dolazaka francuskih turista od 10 % te porast od 5 % u noćenjima.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka Francuza u Hrvatsku je 50:50. Razvidno je da i dalje ne treba zanemariti organizirani segment.

#### Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

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, <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“, a u 2018. novi brod-jahtu MS Mare Blu, koji je u travnju 2018. po prvi put zaplovio Jadranom. Riječ je o četvrtom brodu Visite Europe koji plovi hrvatskim vodama.
Thomas Cook Jet Tours	Thomas Cook je istovremeno turoperator (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. U 2018. zadržavaju svoja dva kluba JET TOURS MILNA & KAKTUS RESORT na Braču. Novost u produkciji 2018. je krstarenje YACHTING IN CROATIA, te tri ture (Tura u Dalmaciji, Od Splita do Crne Gore, Balkanska tura).
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 - u 2016. po prvi put je lansirao svoj hotelski klub u Bolu te je zahvaljujući odličnoj prodaji odmah postao jedan od najznačajnijih turoperatora po broju klijenata koje dovodi u Hrvatsku. Ovaj TO u svojoj produkciji za Hrvatsku nudi i hotele na Braču: Blue Sun Bonaca, Blu Sun Borak, Blue Sun Marina te hotel Velaris.  NOUVELLE FRONTIERE – konstantno širi produkciju putovanja po mjeri i auto-tura.  LOOK VOYAGES - 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, međutim u 2018. zatvara svoj klub u Vodicama i odlučuje zadržati samo klub Epidaurus u Cavtatu.  VACANCES TRANSAT – nudi bogatu produkciju grupnih tura.

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
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. U 2018. zadržava svoja dva kluba, Top Club Quercus u Drveniku i Top Club Albatros u Cavtatu. Novost u produkciji 2018. su formule TOP CULTURE (uključuje izlete u Trogir, Split, Mostar, Dubrovnik, Šibenik te na Krku) i TOP NATURE (uključuje izlete na Krku & Šibenik, Cetinu & Omiš, te jedno piknik krstarenje).
Grupa Karavel (Plein Vent, Fram, Promovacance)	Okolo 20% produkcije odnosi se na Istru (Promovacances), 20% na Zadar (hotel Adria Biograd/Plein Vent), 30% na Šibenik (hotel Zora u Primoštenu/Plein Vent), 30% na Dubrovnik (Promovacances). Nakon grupiranja s Framom i Plein Vent grupa Karavel postala je jedan od najvažnijih organizatora putovanja za Hrvatsku. Karavel Promovacances jedan je od prvih organizatora putovanja u Hrvatskoj koji je sudjelovao u lansiranju destinacije zahvaljujući platformi „kvaliteta po niskoj cijeni“. Prodaje isključivo na internetu i to vlastitu produkciju, ali preprodaje i proizvode drugih tradicionalnih organizatora putovanja.
Thalasso N°1 / O Voyages	Ovaj je najznačajniji francuski turoperator specijaliziran u domeni zdravstvenog/wellness turizma, poznat pod nadimkom "kreator zdravlja", u Hrvatskoj konačno otvorio produkciju 2018. godine. Riječ je o turoperatoru čije programe u domeni wellness i zdravstvenog turizma prodaje najveći broj francuskih turističkih agencija. Nude programe u Francuskoj, Europi, zemalja Indijskog oceana itd. Razvili su osobito bogatu produkciju u Tunisu, Maroku, Grčkoj, Kanarskim otocima, Sardiniji itd. Thalasso N°1 ostvario je u 2017. ukupan godišnji prihod od 170 milijuna eura te je preko njega putovalo više od 300 000 francuskih klijenata. Ovaj organizator putovanja u Hrvatsku konačno dolazi 2018. godine s produkcijom na Lošinju u hotelima grupacije Jadranke i s polascima od travnja za zračnu luku Rijeka. U Hrvatsku je od ove godine preko ovog specijaliziranog organizatora putovanja prisutan i brand Ovoyages – koji se prema ostvarenom prometu svrstava u najznačajnije francuske organizatore putovanja.
Voyamar	Voyamar je francuski organizator putovanja polustoljetne tradicije koji pripada grupi Marietton développement. U 2016. godini ostvarili su 80 milijuna eura poslovnih prihoda. Imaju prisutnu produkciju u više od 30 zemalja diljem svijeta (Mediteran, Azija, Afrika, Amerika...). Ovaj francuski TO je u Hrvatskoj prisutan od 2018. godine i to u Dubrovačko – neretvanskoj županiji gdje su otvorili prvi Naya Club 4* (koji djeluje u sklopu hotela Osmine u Slanom u blizini Dubrovnika). Za sljedeću godinu, ovaj kvalitetni francuski turoperator najavljuje snažan daljnji angažman u Hrvatskoj, nove rotacije u pred i sezoni. Imaju letove iz sedam francuskih gradova.
Novasol	Specijalist za iznajmljivanje kuća, u posljednjih je nekoliko godina zabilježio odlične rezultate u Hrvatskoj. U 2017. značajno je proširio produkciju u Hrvatskoj, te nudi 10 000 proizvoda u regijama Istre, Kvarnera, Dubrovnika i Splita. Nastavlja širiti ponudu i u 2018.
Pierre & Vacances	Riječ je o europskom leaderu za iznajmljivanje rezidencijalnih apartmana. Otvorio je po prvi put produkciju u Hrvatskoj u 2016. i to u zadarskoj regiji, Istri i Kvarneru. U 2017. proširili su produkciju na dubrovačku i splitsku regiju te su uzeli u menadžment apartmane/sobe resorta u Crvenoj luci (Biograd). U 2018. raskinuli su ugovor s Crvenom lukom, ali su otvorili produkciju u Hotelu Ivan i Hotelu Jure u Šibeniku.
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.
Salaün	Specijalist za ture koji preprodaje programe organizatora putovanja Travel Europe.
Verdié	Organizator putovanja na jugozapadu Francuske specijaliziran za ture, a posjeduje i lacinac agencija u Francuskoj.
Ponant	Francuski TO specijaliziran krstarenja.

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
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	<i>Online</i> agencija za najam brodova u Hrvatskoj, bilježi odličnu prodaju u Hrvatskoj.
Sunsail	Specijalist za najam brodova.
Amslav	Specijalist autotura i tura. U 2017. uvodi programe u splitskoj regiji, a u 2018 širi produkciju u Zagrebu.
Bemex Tours	Bemex Tours je TO specijaliziran za Hrvatsku, nudi bogatu produkciju putovanja po mjeri, grupnih tura i krstarenja. U 2017. i 2018. značajno širi produkciju krstarenja.
Voyages internationaux	U 2017. uvodi novi program grupnih tura Hrvatska & Italija. U 2018 nastavlja sa širenjem grupne produkcije u Hrvatskoj.
La Française des circuits	TO specijaliziran za grupna putovanja. U 2017. uvodi programe tura u Hrvatskoj, a u 2018. stavlja naglasak na produkciju u Zagrebu.
Step Travel	B2B turopreator koji je po prvi put otvorio produkciju u Hrvatskoj u 2016. programima u Zagrebu. U 2017. širi produkciju i uvodi program grupnih tura u Hrvatskoj, a u 2018. uvodi krstarenja.
UCPA	Specijalist za pustolovni turizam i sportska putovanja za mlade.
La Balaguère	TO koji nudi zanimljive avanturističke programe.
VoyagePrivé.com	<i>Online</i> prodaja.
LastMinute.com	Europski i francuski leader u <i>online</i> prodaji, bilježi odličnu prodaju Hrvatske. Njeni partneri TO za Hrvatsku su Visiteurope, Top Of Travel, Crystal TO, Promovacances, Marmara, Plein Vent, Fram, FTI, Look Voyages, Destination Clubbing.

Prema podacima nacionalnog Udruženja francuskih turopreatora (SETO) za razdoblje od studenog 2017. do rujna 2018. polasci za Hrvatsku kod TO članova SETO bilježe porast od 13 % u odnosu na isto razdoblje prošle godine, dok je u kumulativnim rezervacijama za razdoblje od svibnja do listopada 2018. Hrvatska zabilježila porast od 14,2 %.

Francuske turističke agencije također bilježe odlične rezultate prodaje Hrvatske, pa je tako na barometru Udruženja francuskih turističkih agencija Hrvatska zauzela 9. mjesto na ljestvici omiljenih srednjih destinacija. Stoga je realno očekivati da će se turistička sezona 2018. na francuskom tržištu završiti sa značajnim porastom prodaje u odnosu na 2017.

---

## Direktna zrakoplovna povezanost s Hrvatskom

### Redovne zračne linije Francuska - Hrvatska u 2018.

Hrvatska je povezana direktnim zračnim linijama iz velikih francuskih gradova te s gradovima u graničnim zonama poput Bâle-Mulhouse, Geneva, Charleroi, Luxembourg ili Stuttgart.



A STAR ALLIANCE MEMBER

#### Paris CDG-Zagreb

Dva puta dnevno - code share s Air France - cijele godine

#### Paris CDG-Split

Ponedjeljkom, srijedom, subotom, od 26. ožujka do 27. listopada

#### Paris CDG-Dubrovnik

Utorkom, četvrtkom, petkom, nedjeljom, od 25 ožujka do 26 listopada  
+ srijedom od 02 svibnja do 03 listopada

#### Lyon-Split

Subotom, od 28 travnja do 06 listopada



#### Paris Beauvais-Zadar

Nedjeljom i srijedom, od 25. ožujka do 24. listopada

#### Marseille-Zadar

Nedjeljom i srijedom, od 28. ožujka do 24. listopada



#### Toulouse-Dubrovnik

Subotom, od 14. travnja do 29. rujna

---



#### Paris Orly-Split

Od 15. travnja do 25. listopada  
Nedjeljom, četvrtkom u travnju  
Nedjeljom, utorkom, četvrtkom u svibnju, lipnju  
Nedjeljom, ponedjeljkom, utorkom, srijedom, četvrtkom, petkom u srpnju, kolovozu  
Nedjeljom, utorkom, četvrtkom u rujnu, listopadu

#### Paris Orly-Dubrovnik

Od 15. travnja do 25. listopada  
Nedjeljom, četvrtkom u travnju, svibnju, lipnju, rujnu, listopadu  
Ponedjeljkom, srijedom, četvrtkom, petkom, subotom, nedjeljom u srpnju, kolovozu



#### Paris CDG-Zagreb

Dva puta dnevno - code share s Air France - čitavu godinu

#### PARIS CDG-Dubrovnik - (Novost 2018)

Četvrtkom i subotom od 19. srpnja do 01. rujna

---



### **Nantes-Split**

Srijedom i nedjeljom  
od 09. svibnja do 03. studenog & subotom 03 studenog

### **Nantes-Dubrovnik**

Srijedom i subotom od 07. travnja do 03. studenog

### **Nantes-Pula - (Novost 2018.)**

Srijedom, od 30. svibnja do 03. listopada

### **Nice-Split - (Novost 2018.)**

Nedjeljom, od 22. travnja do 07. listopada

### **Bordeaux-Dubrovnik**

Od 07. travnja do 03. studenog.  
Subotom i srijedom u svibnju, rujnu, listopadu  
Ponedjeljkom, srijedom i subotom u lipnju, srpnju, kolovožu

### **Bordeaux-Split**

Srijedom i nedjeljom od 08. travnja do 03. studenog  
& subota 03 studeni

### **Toulouse-Split**

Od 15. travnja do 03. studenog  
Nedjeljom u travnju, svibnju, lipnju, rujnu  
Srijedom i nedjeljom u srpnju, kolovožu, listopadu  
& subota 03. studenog

### **Marseille-Dubrovnik**

Od 21. travnja do 03. studenog  
Subotom u travnju, srpnju, kolovožu, rujnu, listopadu  
Subotom i srijedom u svibnju, lipnju

### **Marseille-Split**

Od 22. travnja do 03. studenog  
Nedjeljom u svibnju  
Srijedom i nedjeljom u lipnju, srpnju, kolovožu, rujnu,  
listopadu

### **Strasbourg-Dubrovnik**

Subotom, od 24. travnja do 06. listopada



### **Paris Orly-Split**

Ponedjeljkom, srijedom, petkom, nedjeljom, od 25 lipnja  
do 02 rujna

### **Paris Orly-Dubrovnik**

Ponedjeljkom, utorkom, četvrtkom, subotom, nedjeljom,  
od 25 lipnja do 02 rujna

### **Paris CDG-Split**

Od 25. lipnja do 02. rujna  
Ponedjeljkom, utorkom, srijedom, četvrtkom, petkom,  
subotom  
+ nedjeljom u srpnju i kolovožu

### **Paris CDG-Pula**

Ponedjeljkom i petkom, od 25. lipnja do 31. kolovoza

### **Toulouse-Dubrovnik**

Utorkom i petkom, od 26. lipnja do 31. kolovoza

### **Lyon-Dubrovnik,**

Utorkom i subotom, od 26. lipnja do 01. rujna

### **Lyon-Split**

Četvrtkom i nedjeljom, od 28 lipnja do 02 rujna

### **Bâle-Mulhouse-Dubrovnik**

Srijedom i nedjeljom, od 27. lipnja do 02. rujna

### **Bâle-Mulhouse-Split**

Od 25. ožujka do 27. listopada  
Nedjeljom, ponedjeljkom, četvrtkom, subotom u ožujku,  
travnju, svibnju  
Ponedjeljkom, četvrtkom, petkom, subotom, nedjeljom  
u rujnu, listopadu  
Svaki dan u srpnju, kolovožu

### **Bâle-Mulhouse-Pula**

Od 26. lipnja do 01. rujna  
Utorkom i subotom

Charter zračne linije najznačajnijih francuskih TO iz Francuske za Hrvatsku u 2018.

Zračna luka	Regija	Datumi	Organizator putovanja	Charter kompanija
Paris CDG	Pula	26/03-29/10	Travel Europe	NC
	Dubrovnik	14/04-31/10	Voyamar	Broker ITC
		07/04-13/10	Top of Travel	Enter Air
		26/03-29/10	Travel Europe	NC
		16/04-02/07 & 27/08-29/10	Travel Europe	NC
		26/03-29/10	Travel Europe	NC
		04/09.	Top of Travel	NC
Split	09/04-24/09	Thomas Cook Jet Tours	NC	
Lyon	Dubrovnik	14/04-31/10	Voyamar	Broker ITC
		14/04-29/09	Top of Travel	Air Nostrum
		05/06.	Top of Travel	NC
	Split	08/04-24/09	Thomas Cook Jet Tours	NC
LILLE	Split	23/04-24/09	Thomas Cook Jet Tours	NC
Nantes	Dubrovnik	14/04-31/10	Voyamar	Broker ITC
		21/04-29/09	Top of Travel	Volotea
		16/04-02/07 & 27/08-29/10	Travel Europe	NC
		22/05.	Top of Travel	NC
		05/06.	Top of Travel	NC
		04/09.	Top of Travel	NC
		18/09.	Top of Travel	NC
	Pula / Dubrovnik	26/03-29/10	Travel Europe	NC
	Pula	12/06.	Top of Travel	NC
		15/05.	Top of Travel	NC
		29/05.	Top of Travel	NC
		11/09.	Top of Travel	NC
		25/09.	Top of Travel	NC
		Split	16/04-24/09	Thomas Cook Jet Tours
Marseille	Dubrovnik	Subotom od 21/04, srijedom od 30/05 do 29/09	Kuoni, Top of Travel, Voyamar	Volotéa
		Ponedjeljak, od 22/04	Salaun Holidays, Visit Europe	Travel Service
		14/04-31/10	Voyamar	Broker ITC
	Split	14/04-24/09	Thomas Cook Jet Tours	NC
		Nedjeljom, od 22/04	Kuoni, Jet Tours	Volotéa

Zračna luka	Regija	Datumi	Organizator putovanja	Charter kompanija
Bordeaux	Dubrovnik	Subota, 21/04-22/09	Voyamar	Broker ITC
		07/04-13/10	Top of Travel	Volotea
	Split	08/07-02/09	TUI	Volotea
Toulouse	Dubrovnik	Utorak, petak 26/06-31/08	Easyjet.com, Travel Evasion	Easy Jet
		Subota, 14/04-29/09	Germania.com, Top of Travel, Travel Evasion, Tui	Germania
		18/09.	Top of Travel	
		14/04-31/10	Voyamar	Broker ITC
		Četvrtak 12/07-19/07	Croisieurope	Travel Service
	Dubrovnik / Pula	ponedjeljak, 09/04 - 07/05	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Ponedjeljak, 21/05-28/05	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Ponedjeljak, 03/09-10/09	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Ponedjeljak, 17/09-24/09	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service (Smart Wings)
	Pula / Dubrovnik	Utorak, 18/09-25/09	Top of Travel	Volotea
		Ponedjeljak, 14/05-21/05	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Ponedjeljak, 11/06-18/06	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Ponedjeljak, 10/09-17/09	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Ponedjeljak, 24/09-01/10	Travel Europe, Salaun Holidays, Verdié Voyages	Travel Service
		Split	Nedjelja, 15/04-24/06	Volotea.com, Fram, jet Tours, Plein vent, Thomas Cook, Tui
	Srijeda, nedjelja, 27/06-28/10		Volotea.com, Fram, jet Tours, Plein vent, Thomas Cook, Tui	Volotea
	Strasbourg	Dubrovnik	Cetvrtak 17/05, 05/07	CroisiEurope
14/04-31/10			Voyamar	Broker ITC
Subota, 21/04-22/09			Top of Travel	Volotea
Pula / Dubrovnik		Utorak, 22/05	Top of Travel	NC
Rodez	Pula	29/05.	Top of Travel	NC
Châlons-Vatry	Pula	12/06.	Top of Travel	NC
Brest	Dubrovnik	09/06.	Top of Travel	Enter Air
		15/09.	Top of Travel	Enter Air

Zračna luka	Regija	Datumi	Organizator putovanja	Charter kompanija
Clermont-Ferrand	Dubrovnik	02/06.+13/10.	Top of Travel	Enter Air
Deauville	Pula	11/09.	Top of Travel	NC
	Dubrovnik	16/06.	Top of Travel	Enter Air
		06/10.	Top of Travel	Enter Air
Limoges	Dubrovnik	23/06.	Top of travel	Enter Air
Metz	Dubrovnik	08/09.	Top of Travel	Enter Air
Chateauroux	Dubrovnik	29/09.	Top of Travel	Enter Air
Dole Jura	Dubrovnik	26/05.	Top of Travel	Enter Air
Epinal	Dubrovnik	21/04.	Top of Travel	NC
La Rochelle	Dubrovnik	14/04.	Top of Travel	NC
Mulhouse	Dubrovnik	07/04.	Top of Travel	NC
Rodez	Dubrovnik	19/05.	Top of Travel	Enter Air
Rennes	Dubrovnik	12/05.	Top of Travel	NC
Perpignan	Pula	25/09.	Top of Travel	NC



## Autobuseri u 2018.

### Najznačajniji francuski autobuseri

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 %
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 %

---

Grupni autobuserski turizam je u Francuskoj jako važan. Ukupno je 1.500 autobusera, ali većina djeluje samo u segmentu prijevoza. U načelu, samo 200 autobusera ima status organizatora putovanja te programira ekskurzije, školska putovanja i prave turističke ture u inozemstvu. U većini je slučajeva riječ o snažnim obiteljskim tvrtkama od kojih neke imaju stalnu i vjernu klijentelu. Generiraju značajan promet po principu:

- Ukupno 50 % putovanja su ekskurzije, a 25 % putovanja duže je od pet dana
- Ukupno 50 % putovanja realizira se u proljeće, a 30 % u jesen
- Ukupno 70 % putovanja odvija se u Francuskoj, a 30 % u inozemstvu, uglavnom u Europi.

Klijentela koja autobusom putuje u inozemstvo pripada starijoj populaciji. Čak 90 % klijenata organizatora putovanja Salauna, jednog od najvećeg autobusera, starije je od 55 godina. Glavne destinacije u inozemstvu su Italija, Španjolska, Austrija, Portugal, Hrvatska i Grčka. Najznačajniji francuski autobuseri: Richou Voyages, National Tours, Verdié, Philibert Tourisme, Michel Voyages, Sabardu Tourisme, Simplon Voyages.

Individualni promet u 2018.

Od siječnja do kraja studenog u individualnom segmentu turističkog prometa s francuskog tržišta ostvarena su 381.372 dolaska (rast od 11,47 % u odnosu na isto razdoblje lani) i 1.316.857 noćenja (10,41 % u odnosu na isto razdoblje lani). Francuska je za Hrvatsku deveto tržište po broju dolazaka i dvanaesto po broju noćenja.

## PREDVIĐANJA ZA 2019.

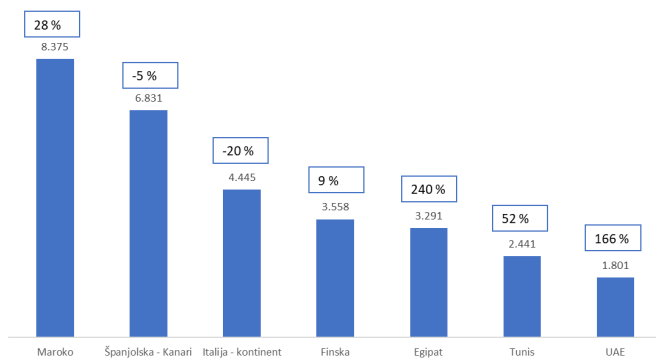
### TURISTIČKA SEZONA 2019. – OPĆI POKAZATELJI

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

Prvi statistički podaci Udruženja francuskih turoperatora SETO koji se odnose na prodaju u zimskom razdoblju od studenog 2018. do travnja 2019. ukazuju na pozitivne tendencije prodaje individualnog segmenta pa tako francuski TO bilježe porast prodaje od 2,9% u odnosu na isto razdoblje prošle godine (baza podataka obuhvaća prodaju ostvarenu do rujna 2018).

- Trenutačno stanje prodaje za srednje destinacije u zimskom razdoblju 2018./2019. ukazuje na porast od 3,6% u odnosu na prethodnu godinu
- Prodaja dalekih destinacija trenutno bilježi pad od 5,6%, što će se zasigurno promijeniti u nadolazećem razdoblju

#### Srednje udaljene destinacije: Stanje prodaje za zimsko razdoblje 2018./2019



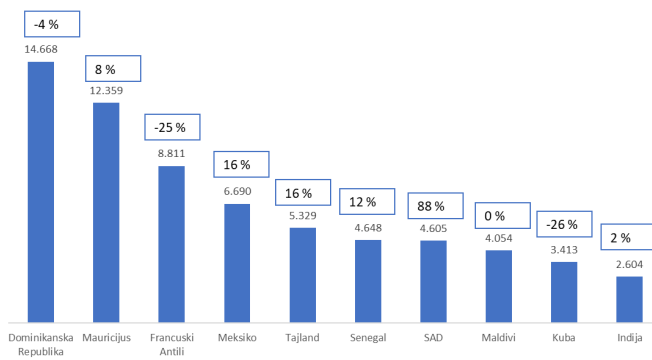
Izvor: barometar SETO - baza podataka obuhvaća prodaju do rujna 2018.

#### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2019. uz usporedbu s očekivanjima za 2018.

Tendencije prodaje (Statistički podaci SETO za zimsko razdoblje 2018./2019.):

- Nastavlja se značajan porast prodaje destinacija Srednjeg istoka, osobito Egipta te Sjevernoafričkih destinacija među kojima dominira Tunis.
- Izrazit interes za prodaju zone Amerika/Karibi s naglaskom na prodaju SAD-a i Meksika dok Karibi zaostaju s prodajom (posljedica uraganâ Irma i Maria)
- Dobri rezultati prodaje za zonu Afrika/Indijski ocean, osobito dobra prodaja Mauricijusa i Senegala
- Pozitivne tendencije prodaje zone Azija/Pacifik, naglasak na interesu za Tajland i Japan

#### Daleke destinacije: Stanje prodaje za zimsko razdoblje 2018./2019



Izvor: barometar SETO - baza podataka obuhvaća prodaju do rujna 2018.

## Prognoze organizatora putovanja

Statistički podaci Udruženja francuskih turističkih agencija koji obuhvaćaju prodaju 600 francuskih turističkih agencija u rujnu 2018. ukazuju na pozitivne tendencije prodaje za nadolazeću sezonu te bilježe porast od 3% u polascima i jednak nivo rezervacija u odnosu na rujan prošle godine. Francuski organizatori putovanja vjeruju da će Francuzi u 2019. uobičajeno u najvećem broju provesti godišnji odmor u Francuskoj. Ne samo zbog bogate ponude nego i čitavog koncepta raznih subvencija kojima se podupire domaći turizam. Jedan od četiri Francuza prima neki oblik subvencije za provođenje godišnjeg odmora u Francuskoj. Zemlja je to vrlo promišljene turističke strategije koja pretpostavlja snažan razvoj domaćeg turizma. Postoje razne subvencije od pokrivanja troškova putovanja, ali i troškova smještaja, transporta, usluga hrane i pića, a subvencionirani su nerijetko čak i posjeti kulturnim znamenitostima i muzejima. Zbog svih ovih razloga ne iznenađuje činjenica da se više od 60 % Francuza odlučuje na ostanak kod kuće. Ipak posljednjih godina sve više dolazi i do zaokreta te Francuzi u sve većem broju odlaze u inozemstvo. Nedavno je komentirajući ostvarene turističke rezultate i pad francuskih domaćih turista komentirao i sam Jean – Baptiste Lemoyne, državni tajnik pri Ministarstvu vanjskih poslova francuske Vlade zadužen za turizam koji je izjavio: „Ne treba čuditi

pad francuskih turista u Francuskoj, jer naši sugrađani sve više otkrivaju prednosti putovanja u inozemne destinacije. Upravo Tunis, Hrvatska i Grčka bilježe sve veći broj dolazaka francuskih turista što je zasigurno i jedan od razloga pada domaćih turista u Francuskoj“ – rekao je francuski državni tajnik za turizam.

Očekuje se značajan porast polazaka u francusku Polineziju i Antile.

Među srednjim destinacijama Španjolska, Grčka i Italija imat će najbolju prodaju među južноевропским destinacijama, a vrlo je moguće da će Tunis ući u sam vrh najbolje prodavanih srednjih destinacija. Realno je očekivati i različite rezultate prodaje Portugala, Maroka, Egipta, Turske i Hrvatske.

Među dalekim destinacijama vrlo dobre rezultate imat će zasigurno SAD, a očekuje se i dobra prodaja Kanade, Kine, Dominikanske Republike i Tajlanda. Ono što je obilježilo turističku sezonu 2018., a što će po svemu sudeći obilježiti i nadolazeću turističku sezonu 2019., je trijumfalni povratak Tunisa, Maroka, Egipta i Turske koji su se ponovno našli u centru interesa Francuza.

# TURISTIČKA SEZONA 2019. – HRVATSKA

## Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj

Francuzi su definitivno postali svjesni bogatstva hrvatske turističke ponude, o čemu svjedoče statistički podaci koji posljednjih godina pokazuju trend kontinuiranog porasta između 5 i 10 %. Nakon ostvarenih rekordnih turističkih rezultata u 2018., francuski organizatori putovanja očekuju da će se pozitivne tendencije prodaje nastaviti i u 2019.

Posebno veseli što nam Francuzi u sve većem broju dolaze upravo u razdobljima pred i posezone (u listopadu 2018. je ostvaren porast od 19% u dolascima i 13 % u noćenjima u odnosu na listopad 2017. godine), ali i u regije u kojima dosad nisu bili prisutni u velikom broju poput Zagreba, Slavonije, Istre ili pak Kvarnera (+17% noćenja i +15% više dolazaka). Sve je to posljedica širenja produkcije postojećih turoperatora, ali i otvaranja Hrvatske kao potpuno nove destinacije kod pojedinih francuskih organizatora putovanja. Svakako u prilog novim dolascima s ovog izuzetno potentnog tržišta ide i sve bolja zračna povezanost. Ove su godine iz Francuske, uz brojne charter letove iz gotovo svih većih francuskih gradova, uvedene tri nove redovne zračne linije: iz Nice za Split, Nantesa za Pulu te Pariza za Dubrovnik. Za sljedeću godinu najavljeno je otvaranje nekoliko novih izravnih zračnih linija iz francuskih gradova, prije svega za Dubrovnik i Split, ali i Pulu te vjerojatno za Zadar, što će zasigurno doprinijeti još brojnijim dolascima s ovog tržišta. Važno je naglasiti da se Hrvatska u Francuskoj smatra primarno avio destinacijom. Unatoč činjenici da se niskotarifni letovi počinju razvijati između Francuske i Hrvatske te da se svake godine otvaraju barem tri nova direktna leta, njihov je broj i dalje nedovoljan i ne pokriva sve emitivne regije te se ne može usporediti s nekim drugim tržištima. Po pitanju zračnih linija još uvijek značajno zaostajemo za konkurentskim destinacijama na francuskom tržištu poput Grčke, Španjolske, Italije ili Portugala gdje na tjednoj osnovi postoji više od 500 letova tjedno iz gotovo svih francuskih gradova.

S obzirom na sve izneseno, realno je očekivati daljnji porast prometa. U 2019. godini broj dolazaka i noćenja francuskih turista trebao bi rasti po stopi od oko 5 %, uz pret-

postavku najavljenih povećanja broja charter i direktnih letova.

Agresivnijim marketinškim pristupom prema najzanimljivijim ciljanim skupinama francuskih gostiju, ali i povećanjem vidljivosti hrvatskog turističkog branda na francuskom tržištu kao i dodatnim poboljšanjem zračne povezanosti svih francuskih regija s Hrvatskom trebali bi u sljedećim godinama postići i željene rezultate.

## Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska je postala nezaobilazna destinacija svih značajnih francuskih turoperatora s razvijenom produkcijom u europskim destinacijama. Iz godine u godinu francuski turooperatori konstantno obogaćuju i šire produkciju u Hrvatskoj.

**THALASSO N°1/O VOYAGES** - Ovaj je najznačajniji francuski turoperator u domeni zdravstvenog/*wellness* turizma u Hrvatskoj je po prvi puta pokrenuo programe tijekom 2018. godine (Kvarner – Lošinj). Nakon Kvarnera, najavljuju širenje produkcije i na druge hrvatske regije. Dolazak spomenutog TO značajan je za Hrvatsku radi strateški bitne ravnomjernije prostorne distribucije interesa francuskih gostiju. Francuzi su posljednjih desetljeća Hrvatsku gledali gotovo isključivo kroz prizmu Dubrovnika, gdje se francuski TO sve više susreću s nedostatnim hotelskim kapacitetima i ranim stop bookingom hotelijera. Naš je cilj preusmjeravati ih prema sjeveru Hrvatske i podjednako promicati bogatstvo svih hrvatskih regija. Za 2019. godinu najavljuju otvaranje prvog Ocluba na Lošinj, a u prodaji imaju još 30 hotela na Kvarneru, uz tjedne letove iz Pariza i Nantesa.

**TOP OF TRAVEL – TO** koji niz godina nudi vrlo bogatu i raznovrsnu individualnu i grupnu produkciju u Hrvatskoj te charter letove za Hrvatsku iz 15-ak francuskih gradova, u 2019. planira zadržati svoja dva kluba - Top Club Quercus u Drveniku i Top Club Albatros u Cavtatu te najavljuje otvaranje trećeg kluba Top Club Medena u Segetu. Top of Travel će u 2019. nuditi 10 atraktivnih grupnih tura u Hrvatskoj, a otvorit će i novi charter let iz francuskog grada Bergerac za Dubrovnik.

**VOYAMAR** - TO koji pripada grupi Marietton développement i koji je u 2018. po prvi put došao u Hrvatsku otvaranjem NAYA CLUB u hotelu Osmine u Slanom, zadržat će svoj Naya Club i u 2019. te razvija produkciju grupnih tura u Hrvatskoj.

**KARAVEL** - grupa koja obuhvaća velike TO Plein Vent i Fram te izuzetno snažnu *online* agenciju Promovacances, nudi bogatu produkciju u Hrvatskoj u 2019. Ključni proizvodi grupe Karvel bit će: Club Zora Plein Vent u Primoštenu, klub u hotelu Vis u Dubrovniku, individualni boravci u hotelu Mlini u Mlinima te grupna tura „Ljepote Jadrana“ i auto-tura „Šetnja dalmatinskom obalom“. Uz navedene proizvode grupa Karavel nudi 10 hotela u Istri, 29 hotela u dubrovačkoj regiji, 10 hotela u splitskoj regiji, 7 grupnih tura te charter letove iz 11 francuskih gradova.

**THOMAS COOK JET TOURS** - TO koji posjeduje dva hotelska kluba na Braču te je izrazito prisutan u splitskoj regiji, zadržat će u 2019. svoje klubove Jet Tours Kaktus i Milna na Braču, a nudit će i charter letove iz Pariza, Lillea, Nantesa i Lyona za Split. U 2019. nudit će i program grupnih tura „Otkrivanje Dalmacije“ kao i široku hotelsku ponudu u splitskoj i dubrovačkoj regiji te Zagrebu.

**VISITE EUROPE TRAVEL EUROPE** – i u 2019. godini nudi u Hrvatskoj različitu lepezu programa od boravaka u hotelima, bogatu i raznovrsnu produkciju tura u Istri, Kvarneru, Dalmaciji, Zagrebu, auto ture od sjevera do juga Hrvatske i charter letove iz brojnih francuskih gradova. U 2017. uveo je novi program grupnih tura u Dalmaciji te novi program krstarenja od Splita do Dubrovnika na brodu „Il Mare“, a u 2018. novi brod-jahtu MS Mare Blu, koji je u travnju 2018. po prvi put zaplovio Jadranom. Riječ je o četvrtom brodu Visite Europe koji plovi hrvatskim vodama.

**LOOK VOYAGES / TUI FRANCE** – nakon što je u 2018. napustio hotelski klub Dalmacija u Vodicama zbog kojih je imao brojne reklamacije, u 2019. će zadržati samo svoj klubu Epidaurus u Cavtatu.

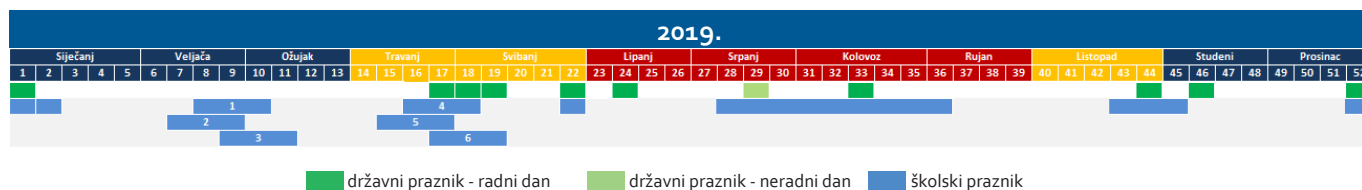
## Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja trebalo poduzeti u 2019.

Francuski organizatori putovanja, posebno oni visokokvalitetni koji se oslanjaju na zakupe sjedala na redovnim linijama, smatraju da je osnovni preduvjet za povećanje broja dolazaka Francuza u Hrvatsku adekvatno daljnje uvođenje novih zračnih linija u regije koje trenutno ne raspolažu direktnim zračnim linijama (Kvarner) ili raspolažu isključivo linijama u ljetnom razdoblju (Istra). Francusko tržište u porastu je u svim regijama u kojima postoje izravni letovi, a u sve većoj mjeri Francuzi se opredjeljuju i za druge hrvatske regije, ali su i dalje prepreka nedostatne avio linije. U ovom kontekstu, potrebno je poticati individualni promet koji se oslanja na niskotarifne i redovne zračne linije. Posebno je perspektivan daljnji razvoj regija Istre, Kvarnera, Zagreba i Zadar, s obzirom na povoljnu strukturu smještaja i proizvode koji u potpunosti odgovaraju očekivanjima francuskog turista na odmoru tijekom cijele godine u Hrvatskoj. Dobre razvojne perspektive ima i kontinentalna Hrvatska.

Neophodno je i nadalje ustrajati na povećanju vidljivosti hrvatskog turističkog branda kroz aktivni marketinški pristup u svim medijima. Hrvatsku treba nastaviti pozicionirati kao cjelogodišnju destinaciju s kvalitetnom premium ponudom, lifestyle destinaciju sa širokom ponudom različitih turističkih doživljaja. Francuska je u ovom trenutku jedno od zasigurno najizazovnijih emitivnih tržišta te se uz odgovarajuću marketinšku kampanju, koja će pratiti postavljene ciljeve HTZ -a, može očekivati dodatni porast broja dolazaka i noćenja iz Francuske.

Svakako treba imati na umu da su Francuzi nacija koja ima dug godišnji odmor (obaveznih 5 tjedana, s tim da veliki broj Francuza raspolaže sa 7,5 tjedana godišnjeg odmora) te da putuju više puta godišnje, osobito u vrijeme školskih praznika. Budući da je francusko tržište izuzetno potentno za produženje sezone u Hrvatskoj neophodno je zadržati fokus na promicanju selektivnih turističkih proizvoda koji u velikoj mjeri mogu dodatno povećati dolaske u pred i posezoni.

## Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2019.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	1.1.2019	Utorak	1
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	22.4.2019	Ponedjeljak	17
Praznik rada (Labour Day)	1.5.2019	Srijeda	18
Dan pobjede (Victory 1945)	8.5.2019	Srijeda	19
Uzašašće (Ascension Day)	30.5.2019	Četvrtak	22
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	10.6.2019	Ponedjeljak	24
Dan Bastille	14.7.2019	Nedjelja	29
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary)	15.8.2019	Četvrtak	33
Svi sveti (All Saint's Day)	1.11.2019	Petak	44
Kraj I svj. rata (Armistice 1918)	11.11.2019	Ponedjeljak	46
Božić (Christmas)	25.12.2019	Srijeda	52

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

Školski praznici	2019.		
	Početak	Kraj	
Božićni praznici i Nova godina	23.12.2018	6.1.2019	
Zimski praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	17.2.2019	3.3.2019	<b>1</b>
Zimski praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	10.2.2019	24.2.2019	<b>2</b>
Zimski praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	24.2.2019	10.3.2019	<b>3</b>
Proljetni/ Uskršnji praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	14.4.2019	28.4.2019	<b>4</b>
Proljetni/ Uskršnji praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	7.4.2019	22.5.2019	<b>5</b>
Proljetni/ Uskršnji praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	21.4.2019	5.5.2019	<b>6</b>
Praznici	31.5.2019	1.6.2019	
Ljetni praznici	7.7.2019	1.9.2019	
Jesenski praznici	20.10.2019	3.11.2019	
Božićni praznici	22.12.2019	5.1.2020	

Izvor: Eurydice