

FRANCUSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2022.



AKTUALNI OPĆI PODACI O TRŽIŠTU (zemljopisni, socio-demografski i ekonomski pokazatelji)

UVODNA NAPOMENA:

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

U takvom kontekstu 2020., te u nešto manjoj mjeri 2021. godina, donose dramatičan odmak od uobičajenih poslovnih okolnosti i obrazaca ponašanja na strani ponude i potražnje, tako da ranije ustanovljeni trendovi i prognoze temeljene na modelima izgrađenim u kontekstu stabilnih poslovnih odnosa doživljavaju korjenu promjenu.

Imajući u vidu navedeno, standardni format profila tržišta promijenjen je i prilagođen novonastalim okolnostima na način da su u odnosu na izdanja publicirana do 2019. godine.

Političko uređenje

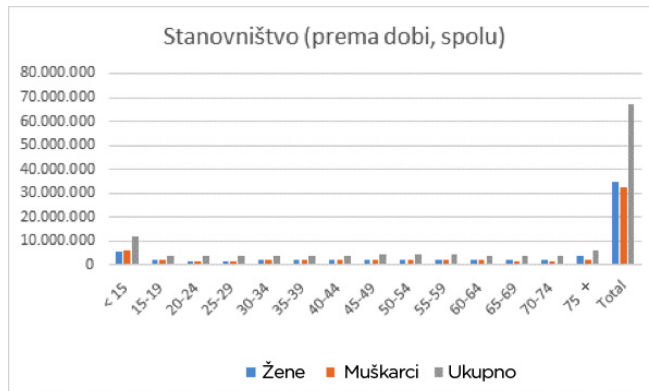
Francuska je parlamentarna republika – aktualni ustav datira od 4. listopada 1958. Predsjednik Emmanuel Macron, izabran 14. svibnja 2017. na pet godina. Sljedeći predsjednički izbori održat će se 10. odnosno 24. travnja 2022. Francuska ima dvodomni parlament. Nacionalna skupština ima 577 izabranih članova, a Senat: 330 članova.

Površina - 672.369 km².

Najveći gradovi – 10 najvećih francuskih gradova prema broju stanovnika (bez okolice) prema podacima INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques):

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

Stanovništvo (prema dobi, spolu)



Izvor: INSEE

Opće karakteristike gospodarstva

Francuska se tijekom 2021. godine podigla na ljestvici svjetskih gospodarskih sila pa je tako sa šestog dospjela na visoko peto mjesto najmoćnijih svjetskih ekonomija. Prema podacima Svjetske banke i Svjetskog monetarnog fonda ispred Francuske su SAD, Kina, Japan i Njemačka, dok je Francuska prestigla Veliku Britaniju, Indiju i Italiju. Unutar Europske unije Francuska se pozicionirala kao druga ekonomska velesila nakon Njemačke i prva europska zemlja po uvjerljivo najrazvijenijoj poljoprivredi - Francuska za potrebe zemalja EU-a proizvodi 1/3 količina žitarica, vina, mlijeka i mesa EU-a te izvozi 55% istih.

Ekonomija ove globalne velesile bazira se na razvijenom uslužnom sektoru i moćnoj industriji u kojoj, uz proizvodnju oružja i vojne opreme, dominiraju proizvodnja motornih vozila, strojeva, električnih uređaja, odjeće, kozmetike i lijekova. Francuska je i među vodećim zemljama u poljoprivredi i proizvodnji hrane te vodeći svjetski izvoznik vina.

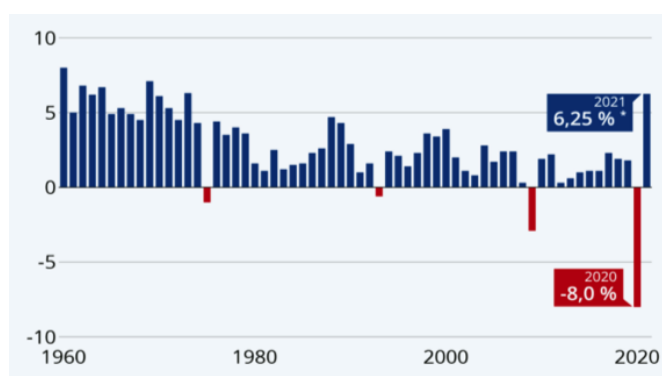
Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

Nakon povijesnog pada BDP-a u 2020. godini od gotovo -8%, tijekom 2021. godine Francuska predvodi gospodarski oporavak EU-a s visokom stopom rasta i dobrim izgledima da se gospodarska aktivnost do sredine 2022. godine vrati na predpandemijsku razinu. U drugom

trimestru bilježi se rast gospodarstva od čak 7%, što su povijesni rezultat kakav Francuska nije imala još od 1969. godine.

Francuska Vlada prognozirala je rast BDP-a u 2021. godini od 6,25%, no prema prognozama La Banque de France i Svjetskog monetarnog fonda BDP bi do kraja godine trebao dostići povijesni rast od 6,75%. kakav je posljednji put zabilježen još 1969. godine. BDP je u trećem kvartalu porastao za 3,0% i time je dostignuta razina gospodarskoga rasta prije krize (-0,1% u odnosu na četvrti trimestar 2019. godine)

Evolucija godišnje stope BDP-a od 1960. do 2021. u %

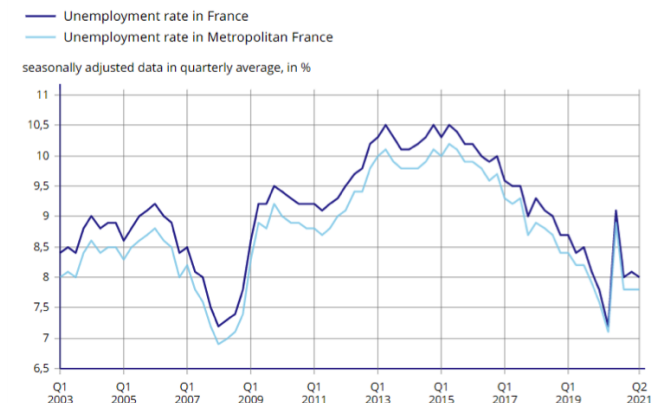


Izvor: INSEE

Postotak nezaposlenosti u 2020., aktualno stanje u 2021. i procjena budućeg trenda

U prvom kvartalu 2021. stopa nezaposlenih iznosila je stabilnih 8,1%. Stopa je u drugom kvartalu godine smanjena za jedan postotni bod i iznosi 8%. Smanjenje stope nezaposlenih rezultat je daljnje dinamizacije tržišta radne snage od strane francuske Vlade koja je poticala razvoj informatičkih zanimanja, kao i sve većeg interesa za uslužnim zanimanjima, njegovateljima i osobnim asistentima koji je poduprla s dodatnih pola milijuna eura. Nakon 2020. godinu koju je obilježila velika fluktuacija radne snage, tijekom 2021. ne očekuju se značajne promjene u broju nezaposlenih koji je na istoj razini s kraja 2019., odnosno, prije pojave COVID-19 krize.

Stopa nezaposlenosti u Francuskoj i usporedba od 2003. do 2021. godine

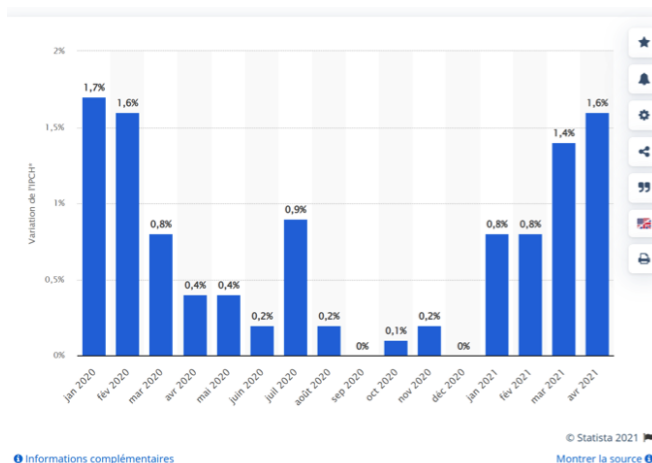


Source: INSEE

Prosječna plaća - 2.340 € neto, odnosno 39.300 € bruto godišnje.

Stopa inflacije – Inflacija u Francuskoj kao i u cijeloj Europi nastavlja ubrzavati, pa su tako potrošačke cijene već u rujnu porasle 2,2%, u odnosu na isti mjesec prošle godine. Taj porast je u listopadu još izraženiji te iznosi 2,6%. Rast cijena i inflacija posljedica su porasta cijene usluga (1,4% u odnosu na 0,7%) i energije (14,9 % u odnosu na 12,7 %).

Kretanje stope inflacije prema mjesecima od siječnja 2020. do travnja 2021.



Informations complémentaires

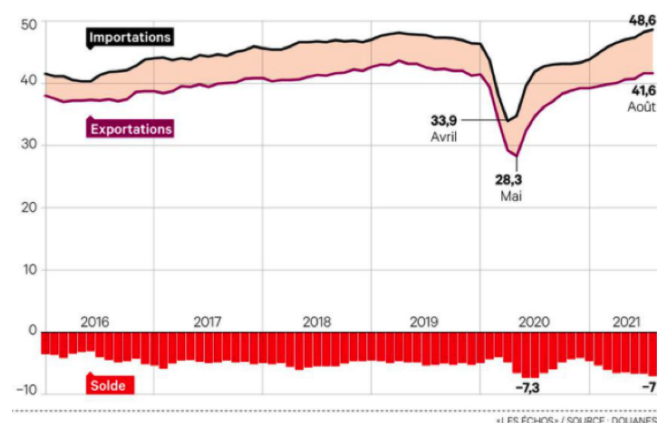
© Statista 2021
Montrer la source

Vanjskotrgovinska bilanca (aktualni podaci i trend)

Izvoz, koji se oporavlja od lipnja 2020., rastao je umjerenim tempom od početka 2021. Tijekom kolovoza 2021. bio je vrijednosno stabilan i iznosio je 98% razine iz 2019. Uvoz je u kolovozu 2021. bio nešto iznad prosječne vrijednosti za 2019. Ovaj trend je uglavnom posljedica naglog rasta uvoznih cijena sirovina i industrijskih proizvoda zabilježenih od početka godine.

Uvoz je rastao snažnije (+1,7%) od izvoza (+1,0%): vanjska trgovina je stoga negativno pridonijela rastu BDP-a (-0,2 boda). Vanjska trgovina ostaje ispod razine prije krize: -5,8% za uvoz i -9,5% za izvoz. Konačno, promjena zaliha pozitivno je pridonijela rastu BDP-a u ovom tromjesečju (+0,1 bod).

Usporedba uvoza i izvoza Francuske u milijardama eura



Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja i pandemije bolesti COVID 19 na ekonomiju i društvo u 2020. i 2021. godini - procjene za 2022.

Nacionalni institut za statistiku i ekonomske studije INSEE potvrdio je optimizam francuske Vlade i prognozu gospodarskoga rasta od 6% za 2021., nakon pada aktivnosti od 8% u 2020., uzrokovanog zatvaranjem i lockdownom uslijed pandemije virusa.

Masovno cijepljenje zaštitilo je poslovne aktivnosti od utjecaja virusa i kraj godine izgleda relativno dobro. Francuska vlada ističe da neće ići na zatvaranje, vjeruju da s trećom dozom mogu kontrolirati situaciju i opterećenje zdravstvenog sustava.

Inflacija iznosi 2%, što je bitno manje nego u drugim europskim i svjetskim velesilama.

Pandemija ima katastrofalan financijski utjecaj na turistički sektor, koji je tijekom 2020. pretrpio gubitke od gotovo 60 milijardi eura u odnosu na ukupan prihod realiziran tijekom 2019. godine, koji je iznosio 180 milijardi eura. Mjere pomoći za spas turizma koje podrazumijevaju očuvanje radnih mjesta zaposlenih u turizmu prelaze 19 milijardi eura. I dok je turistički sektor bitno narušen najprije terorizmom, poslije toga višemjesečnim prosvjedima „žutih prsluka“ te na poslijetku i potpunim prekidom turističkih kretanja uslijed COVID pandemije, sredinom 2021. ipak počinje oporavak. Oporavku su najviše pridonijeli upravo Francuzi, koji su uslijed nesigurnosti putovanja u najvećem broju ostali u Francuskoj. Tijekom više od godine dana, uslijed COVID krize glavne turističke atrakcije, restorani i kafići bili su zatvoreni, a kulturni i drugi događaji anulirani. Tijekom 2020. godine ostvareno je 40 milijuna stranih turističkih dolazaka. Francuska je među prvim zemljama razvila široku uporabu COVID potvrde koja je omogućila progresivno otvaranje kulturnih i drugih atrakcija za turiste.

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija (TV, dnevni listovi, magazini, online) po tematskim segmentima

Naklade, regionalna pokrivenost, čitanost, praćenje za medije

Najgledanije TV postaje

Rang	Ime	Gledanost
1	TF1	19.3 %
2	France 2	14.3 %
3	M6	9.6 %
4	France 3	9.5 %
5	TMC	3.2 %
6	France 5	3.1 %
7	ARTE	2.8 %
8	BFM TV	2.8 %
9	W9	2.4 %
10	C8	2.3 %

Izvor: médiamétrie

Najslušanije radio postaje

Rang	Ime	Slušanost
1	France Inter	10.5 %
2	RTL	9.2 %
3	France Info	8.1 %
4	NRJ	7.6 %
5	Nostalgie	6.2 %
6	Skyrock	6.1 %
7	France Bleu	5.3 %
8	RMC	5.2%

Izvor: apcm.fr

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

Rang	Aplikacije	Posjeti	Posjećenost stranica
1	Version Femina	tjednik	2.220.215
2	Notre Temps	Mjesečnik	675.128
3	Paris Match	tjednik	502.040
4	Télérama	tjednik	469.323
5	Pleine Vie	Mjesečnik	463.953
6	Femme Actuelle	tjednik	460.510
7	M Le Magazine du Monde	tjednik	434.011
8	Madame Figaro	tjednik	376.290
9	Avantages	Mjesečnik	323.081
10	Elle	tjednik	315.059

Izvor: apcm.fr

Najutjecajniji časopisi za gastronomiju

Rang	Ime	Periodičnost	Naklada
1	Régal	Dvomjesečnik	201.277
2	Maxi Cuisine	Mjesečnik	104.691
3	Elle à Table	Dvomjesečnik	97.029
4	Gourmand	Mjesečnik	90.710
5	Cuisine Actuelle	Mjesečnik	84.237
6	Marmiton	Dvomjesečnik	84.224
7	Cuisine et Vins de France	Dvomjesečnik	79.530

Izvor:apcm.fr

Specijalizirani časopisi za turizam

Rang	Ime	Periodičnost	Naklada	Broj čitatelja
1	National Geographic	Mjesečnik	50.596	3.086.000
2	Géo	Mjesečnik	143.781	2.710.000
3	Grands Reportages	Mjesečnik	42.000	650.000
4	Voyages & Hotels de Reve	tromjesečno	50.000	350.000
5	National Geographic Traveler	Mjesečnik	100.000	300.000
6	Hotel & Lodge	dvomjesečnik	51.250	241.000
7	Désirs de Voyage	dvomjesečnik	70.000	210.000
8	Voyager Ici & Ailleurs	tromjesečno	55.000	165.000
9	A/R Magazine	dvomjesečnik	25.000	140.000
10	Plongez !	dvomjesečnik	25.000	80.000

Izvor: apcm.fr

Nacionalni tiskani dnevници i besplatni časopisi

Rang	Ime	Naklada	Broj čitatelja
1	Le Monde	400.124	7.780.000
2	Le Parisien + Aujourd'hui en France	312.658	2.317.000
3	L'Equipe	218.245	2.284.000
4	Le Figaro	334.295	1.613.000
5	Libération	77.249	940.000
6	Les Echos	133.981	676.000
7	La Croix	80.655	566.000

Izvor:apcm.fr

Regionalni tiskani dnevici

Rang	Ime	Naklada	Broj čitatelja
1	Ouest France	626.643	2.084.000
2	Le Parisien	180.801	1.388.000
3	La Voix du Nord	195.545	999.000
4	Sud Ouest	211.419	956.000
5	Le Dauphiné Libéré	169.494	873.000
6	Le Progrès	148.332	794.000
7	La Nouvelle République	141.424	513.000
8	La Montagne	134.640	511.000
9	Dernières Nouvelles d'Alsace	124.771	524.000
10	Le Télégramme	176.327	497.000

Izvor:apcm.fr

Redosljed najznačajnijih internet /web portala

Rang	Ime	Gledanost
1	Orange.fr	138.660.635
2	LeFigaro.fr	136.845.266
3	Ouest-France.fr	127.270.337
4	Franceinfo.fr	122.119.791
5	Tele-Loisirs.fr	115.932.212
6	Bfmtv.com	103.816.933
7	LeMonde.fr	100.937.934
8	L'Equipe.fr	95.160.708
9	20minutes.fr	75.406.727
10	LeParisien.fr	74.784.333

Izvor:apcm.fr

Redoslijed najkorištenijih aplikacija

Rang	Aplikacije	Posjeta	Posjećenost stranica
1	L'Equipe	106.897.050	1.186.013.319
2	Tele-Loisirs	48.293.575	309.329.812
3	Le Monde	38.805.267	259.700.958
4	La Chaine Météo	37.001.821	956.000
5	Le Dauphiné Libéré	169.494	873.000
6	Le Progrès	148.332	794.000
7	La Nouvelle République	141.424	513.000
8	La Montagne	134.640	511.000
9	Dernières Nouvelles d'Alsace	124.771	524.000
10	Le Télégramme	176.327	497.000

Izvor:apcm.fr

Redoslijed najznačajnijih blogova o putovanjima

BLOG	URL
Votre Tour du Monde – Bruno Maltor	https://www.votretourdumonde.com/
Les droners	https://lesdroners.fr/
Carnets de traverse	http://www.carnets-de-traverse.com/
little gypsy	https://littlegypsy.fr/
One Day One Travel	http://www.onedayonetravel.com/
Travel me Happy	http://www.travel-me-happy.com/
WORLD else	http://www.worldelse.com/
les globe blogueurs	https://lesglobeblogueurs.com/
culturez-vous	https://culturezvous.com/en/home/
voyages etc	http://www.voyagesetc.fr/
un sac sur le dos	http://www.unsacsurledos.com/
madame oreille	https://www.madame-oreille.com/
best jobers	http://www.bestjobersblog.com/
maman voyages	http://www.bestjobersblog.com/
alex vizeo	https://www.vizeo.net/

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2020. i 2021. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Prije COVID krize Francuska je bila najposjećenija turistička zemlja svijeta, tj. treća zemlja na svijetu prema ostvarenim prihodima (90 milijuna inozemnih posjetitelja i 57 milijardi eura prihoda). Turizam u ukupnom gospodarstvu zemlje sudjeluje s oko 10% BDP-a te od ukupnog broja zaposlenih u Francuskoj 10% otpada na zaposlene u turizmu (otprilike 2 milijuna radnih mjesta).

COVID 19 je nametnuo i oblikovao novu stvarnost - korištenje novih tehnologija, svjesnost o utjecaju na okoliš, želju za socijalnom pravdom. Mjesecima su putovanja uslijed pandemije bila nedostižna no dok ista još uvijek nije iza nas, počinje se javljati optimizam. Već tijekom 2021. Francuzi uslijed velike procijepljenosti nadoknađuju izgubljeno vrijeme kroz velik broj putovanja. Ljeto 2021. je ipak obilježeno nastavkom epidemije uz snažno napredovanje Delta varijante virusa.

U Francuskoj je od 9. kolovoza 2021. obvezna "zdravstvena propusnica" ili „covid potvrda“ za putovanja avionom, vlakom i autobusom. "Zdravstvena propusnica" neophodna je od srpnja u ustanovama za starije.

Kriza je u Francuskoj prihvaćena kao prilika za razvoj novih turističkih iskustava i proizvoda. Tijekom svog govora u studenom 2021., predsjednik Republike Emmanuel Macron navodi kako je: "Francuska prije krize svake godine u prosjeku bilježila 15 milijardi eura ulaganja u turističku industriju. Danas ciljamo 20 milijardi eura godišnjih ulaganja."

Utjecaj pandemije bolesti COVID 19 na turistički promet u 2020. i 2021.

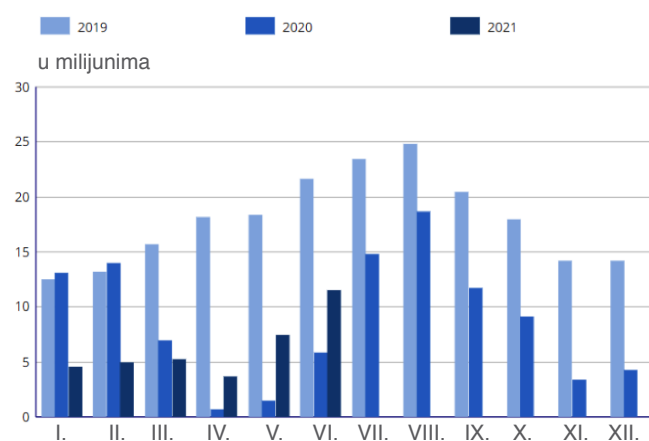
Pandemija Covid-19 poljuljala je turistički sektor, te izazvala bitne promjene u navikama turista i njihovim očekivanjima. Analizom tržišta utvrđen je velik potencijal za nove dolaskе s ovog tržišta koji se očituje u sljedećim prilikama:

- Francuzi su 2020. ostali kod kuće zbog straha i ograničenja u putovanjima, no situacija se u 2021. bitno promijenila. Straha više nema te je prisutna velika želja za putovanjima
- Francuzi su visoko na ljestvici zemalja svijeta s naj-

boljom procijepljenošću, s gotovo 90% cijepljenog odraslog stanovništva (prosinac 2021.)

- Sigurnost, fleksibilnost, last minute, tailor made, postaju temeljni preduvjeti turističkih putovanja
- Aktualna COVID situacija utjecala je na promjene u motivima putovanja, pa tako većina Francuza traži povratak prirodi, duge šetnje, razne sportove, biciklističke rute.
- Povećao se i broj rezervacija kampinga, odnosno, svih vrsta smještaja na otvorenome.
- Brojni Francuzi su ove godine, više nego ikad prije, otkrivali čari bungalova i koliba u prirodi, a najtraženiji su luksuzni kamperi.
- Samo trećina svih hotelskih soba u Francuskoj bila je zauzeta tijekom 2020. Krizom su najviše pogođeni luksuzni hoteli, prije svega uslijed izostanka inozemne klijentele. Povoljni hoteli i smještaj zabilježili su manji pad posjećenosti te su bili otvoreni tijekom cijele godine, čak i tijekom lockdowna, za smještaj radnika na prvoj liniji, pacijenata i njihovih obitelji. Tako se prosječni gubitak prometa u gospodarskom hotelijerstvu procjenjuje na 53%, dok sektor vrhunskih hotela bilježi gubitak od 73%. Posebno je oštećena pariška hotelska industrija, s prosječnom godišnjom popunjenošću od 22,6%, u usporedbi s 80% u 2019. godini.

Broj realiziranih noćenja u hotelima tijekom 2019., 2020. i 2021. po mjesecima

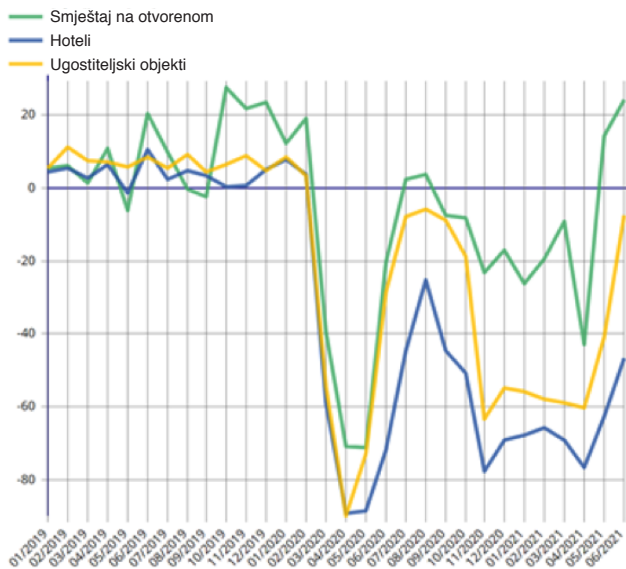


Izvor: INSEE

Sektor restorana doživio je sličnu sudbinu. Posjećenost restorana pala je za 35% tijekom godine, a promet je pao na -90% u travnju 2020., prema INSEE-u. Pad je iznosio

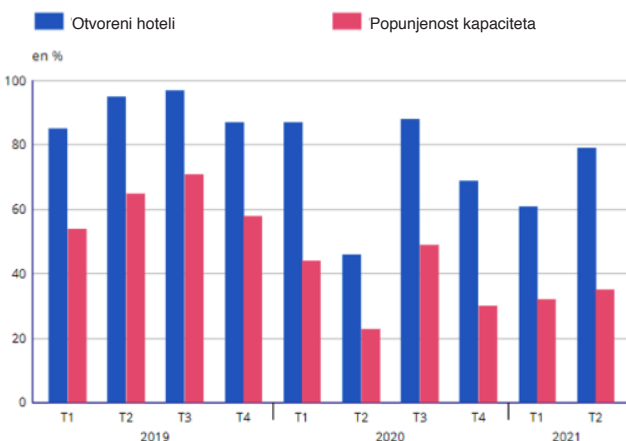
prosječno 28% između lipnja i listopada. S druge strane, lanci brze hrane su bolje odolijevali krizi, zabilježivši pad prodaje od 25%. Prema OECD-u, mjere za ograničavanje širenja virusa, dovele su do zatvaranja 75.000 restorana, 3.000 klubova i 40.000 kafića te otpuštanja milijun zaposlenika. Jedina iznimka je dostava, koja je porasla za 25%.

Evolucija ostvarenih poslovnih prihoda turističkih objekata 2020. i 2021. u odnosu na iste mjesece 2019.



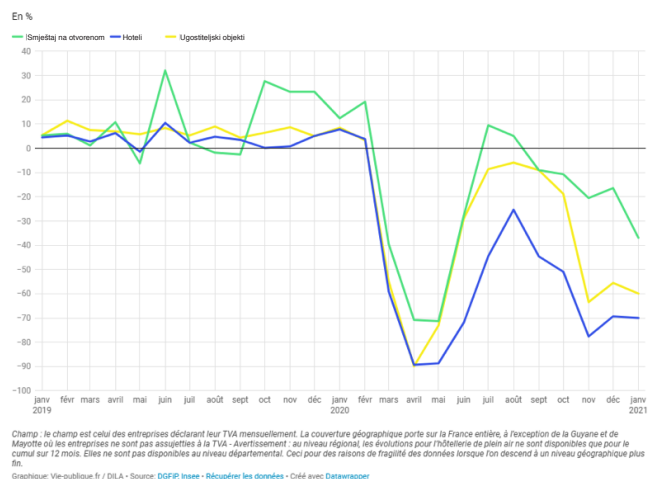
Izvor: INSEE

Stopa otvorenosti i zauzetosti hotela po sobi/po trimestru



Izvor: INSEE

Kretanje poslovnih prihoda hotela i restorana 2020. i 2021. u odnosu na isto razdoblje 2019. godine.



Izvor: DGFIP, INSEE

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2020. otputovali na odmor – procjene o broju putovanja u 2021.

Tijekom 2020. 60% Francuza je otputovalo na odmor (što u apsolutnim brojkama iznosi 32,7 milijuna), u odnosu na 68% prethodne godine. Istodobno je i prosječna potrošnja/budžet za putovanja smanjena za 30% u odnosu na godinu ranije. Budžet za putovanja Francuza tijekom 2020. iznosi 1.530 eura prosječno po obitelji, u odnosu na 2.190 eura u 2019.

U 2021., Francuzi su oprezni i nastavljaju birati, uglavnom odmore u Francuskoj. Većina rezervacija odvija se preko interneta. Uz sve veći dio cijepljene populacije, Francuzi ostaju u Francuskoj ili za odmor biraju bliske, atraktivne i sigurne europske destinacije.

Broj stanovnika koji su u 2020. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji – procjene za 2021.

Zbog preporuka Vlade, snažnih marketinških domaćih kampanja, ali i relativno loše epidemiološke situacije u zemlji, Francuzi su u najvećem broju proveli ljetne godišnje odmore u Francuskoj te slobodno možemo reći da je „turistički patriotizam“ tijekom COVID razdoblja spasio francuski turizam. Prema godišnjem istraživanju barometra Opodo, kojega je realizirao Cabinet Raffour Interactif, 6 od 10 Francuza koji su imali uplaćeni godišnji odmor u 2020., isti su ipak iskoristili. Najviše Francuza boravilo je tijekom odmora u vlastitoj zemlji, što je bitno drugačije nego prijašnjih godina. Ukupno je 90% Francuza prošle godine otputovalo na domicilni odmor.

Od 19 milijuna Francuza koji su tijekom 2019. na odmor otputovali u inozemstvo, u 2020. otputovalo ih je tek 6,5 milijuna, odnosno, 66% manje nego godinu dana ranije.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2020.– procjene za 2021.

Francuske destinacije Korzika i Azurna obala nalaze se na vrhu omiljenih ovogodišnjih destinacija Francuza. Među europskim destinacijama Portugal i Španjolska su privukli najveći broj Francuza ovog ljeta. Plasman najpopularnijih regije među Francuzima koji su otputovali na odmor:

- Regija PACA (22%)
- la Nouvelle Aquitaine (20%)
- l'Occitanie (17%)

Listu najpopularnijih europskih destinacija nakon Francuske predvodi:

- Španjolska (10%, -6% u odnosu na 2019.)
- Italija (6%, -4% u odnosu na 2019.)
- Portugal (4%, -3% u odnosu na 2019.)

Izvor: Europ-assistance

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije u 2020.

Nastavno na studiju Udruženja francuskih turističkih agencija Les Entreprises de voyage, koja obuhvaća prodaju ostvarenu u francuskim agencijama u studenom 2020., ukupan rezultat prodaje za sve destinacije bilježi pad od 92 % u odnosu na studeni 2019. (barometar Orchestra). Većina putovanja odvija se preko online bukinga, tj. u segmentu individualnog prometa.

Udruženje francuskih turističkih agencija Entreprises des voyages i Udruženje francuskih TO SETO, objavljuju krajem listopada 2020. zabrinjavajuće podatke po pitanju aktualnog stanja francuskog turističkog sektora.

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

Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020. – procjene za 2021.

Bilo da se radi o izboru prijevoza ili smještaju, Francuzi preferiraju odmor koji im umanjuje kontakte sa strancima. Više od 3/4 turista izjavljuje da namjerava otići na ljetovanje korištenjem individualnog prijevoznog sredstva, s vrlo izraženom sklonošću prema osobnom vozilu (70%). 19% i dalje planira ići avionom, 15% vlakom. Trendovi su slični i za 2022. s korištenjem osobnog automobila za lakše i sigurnije kretanje, s obzirom na manju proceduru i epidemiološke mjere u odnosu na javni prijevoz.



Izvor: Europ Assistance

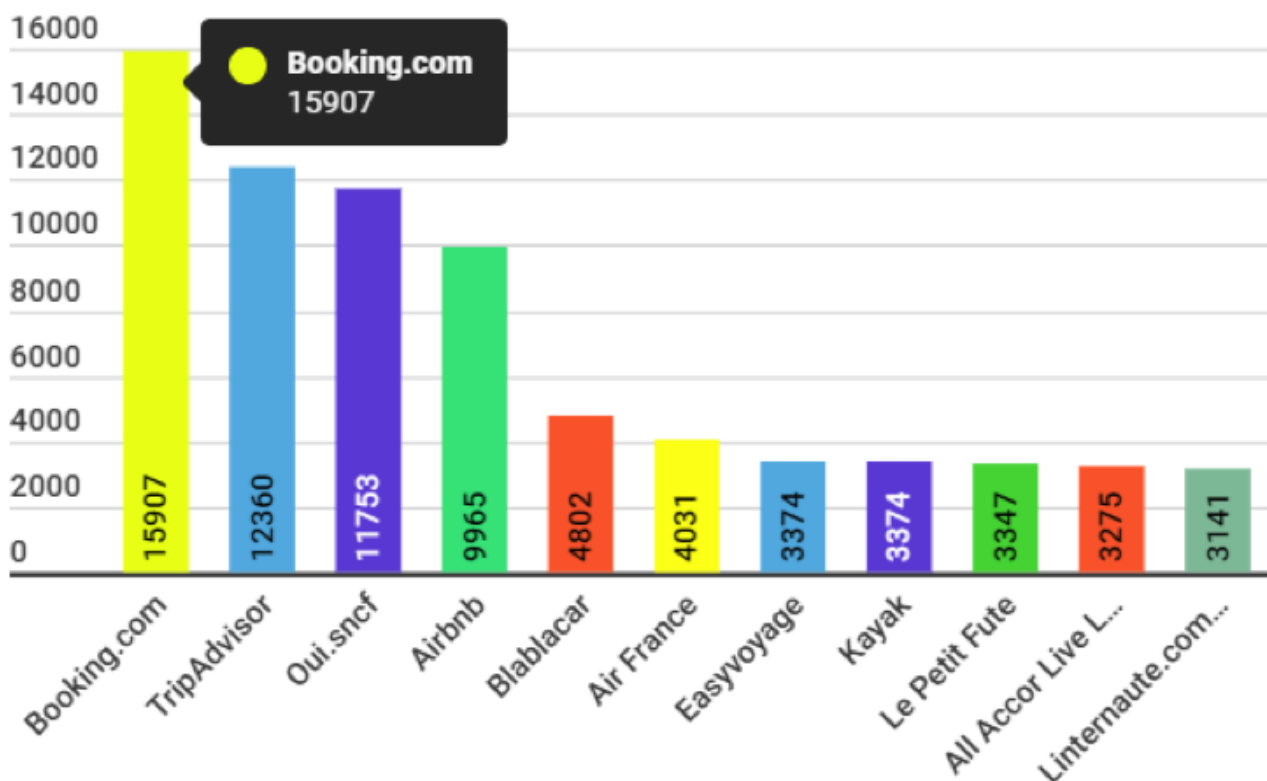
Koji su način organiziranja odmora / bukiranja turisti preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2020.– procjene za 2021.

Prema istraživanju barometra Opodo kojega je realizirao Cabinet Raffour Interactif 81% Francuza koji su bili na godišnjem odmoru pripremalo je svoj odmor preko interneta, odnosno, 60% njih rezerviralo je i platilo barem jedan dio usluga preko interneta, što su brojke na razini 2019.

Fleksibilnost rezervacija je jedan od osnovnih kriterija kod odabira godišnjeg odmora, uz izuzetan porast last minute rezervacija (35% rezervacija se odvija dva tjedna prije putovanja). U svibnju 2021. 66% Francuza još nije donijelo odluku gdje će provesti ljetni odmor. Samo 22% Francuza u svibnju je izjavilo da je već u cijelosti rezerviralo i platilo ljetni odmor, smještaj i prijevoz. Porast dugih rezervacija zamjetan je na platformama poput Airbnb i Booking.com, što je utjecaj aktualne tendencije rada iz kuće te mnogi Francuzi spajaju godišnji odmor i rad od kuće.

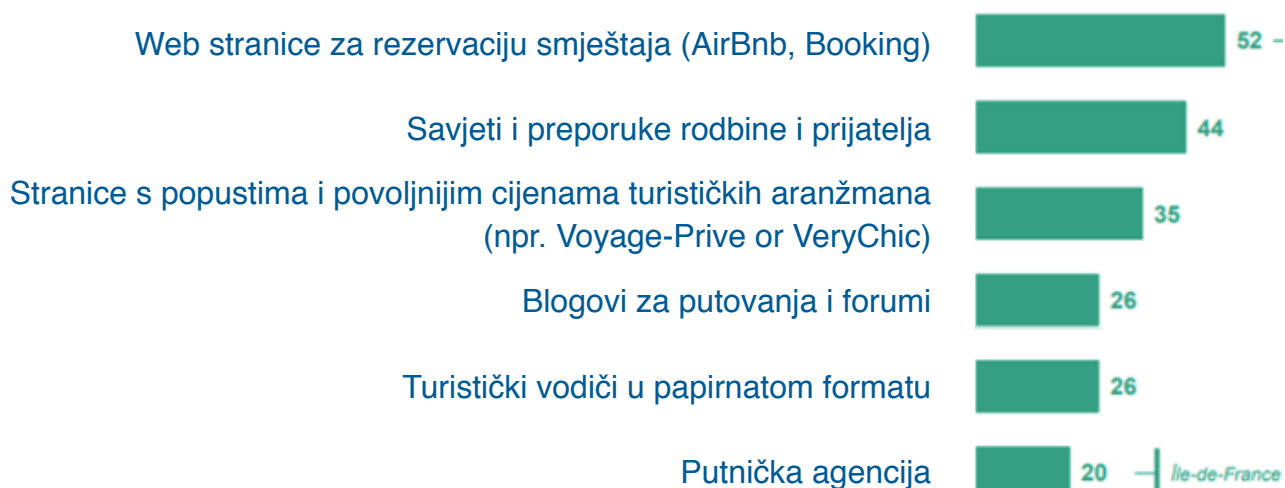
Prema istraživanju l'Observatoire Cetelem, većina Francuza tijekom pripreme odmora koristi online platforme poput Airbnb i Booking (52%). Taj trend posebno je izražen u pariškoj regiji (59%). Tijekom 2021. 44% Francuza odabire destinaciju jer im je netko kome vjeruju istu i preporučio. Posebne atraktivne ponude i popusti privukli su (35%) onih koji su otputovali na odmor. Preko agencije i dalje smještaj i odmor rezervira 20% Francuza.

Top 10 travel brandova koje Francuzi konzultiraju u pripremi odmora (srpanj 2021.)



Izvor: Mediamétrie & L'Echo Touristique

Način organiziranja odmora Francuza



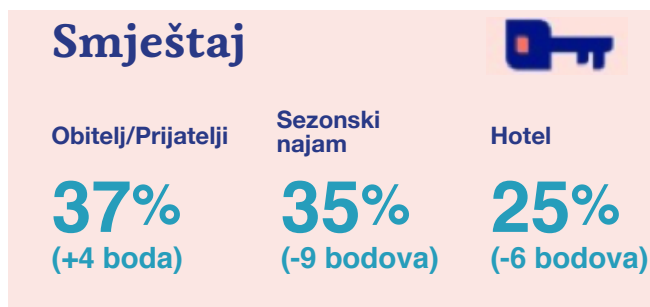
Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2020. – procjene za 2021.

Turistička aktivnost nastavlja se tijekom ljeta 2020. godine u hotelima, kampovima i ostalim kolektivnim turističkim smještajima (prenočištima za mlade, turističkim naseljima i sl.). Potaknuta prije svega francuskim turistima, posjećenost u ovim smještajima vratila se na 77% razine iz ljeta 2019.

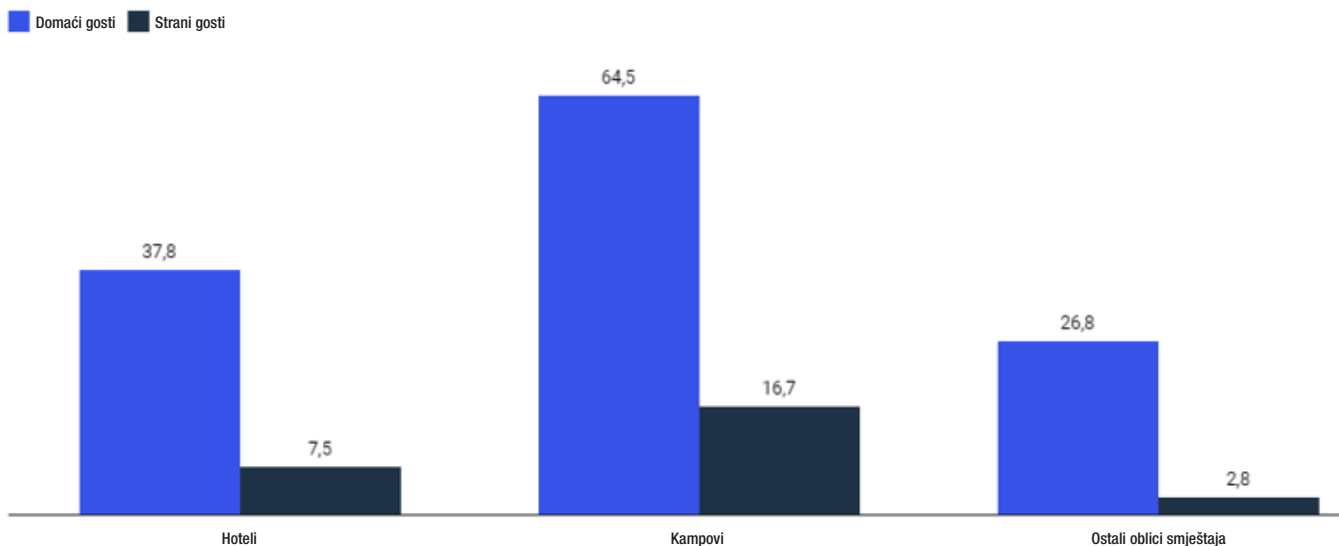
Nakon nekoliko mjeseci lockdowna, Francuzi izražavaju snažnu želju za boravkom sa svojim najdražima (46%). Kod prijatelja i obitelji je odmor provelo 37% onih koji su otputovali na odmor, + 4% u odnosu na 2019.).

Sezonski najam smještaja i dalje je vrlo popularan kod 35% francuskih turista, iako je primjetan pad popularnosti od 9 bodova u odnosu na 2019. (44%). Europski prosjek je 32%. Francuska u odnosu na europski prosjek manje privilegira hotele. I dok je europski prosjek 37%, taj omjer kod Francuza iznosi samo 25%.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja:



Broj realiziranih noćenja u hotelima, kampovima te ostalom turističkom smještaju tijekom ljeta 2020. (u milijunima).



Champ : France métropolitaine.

Graphique: Vie-publique.fr / DILA • Source: Insee, en partenariat avec les comités régionaux et départementaux du tourisme. • Récupérer les données • Créé avec Datawrapper

Izvor: INSEE

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2020.– procjene za 2021.

Prema studiji francuskog specijaliziranog turističkog časopisa ECHO TOURISTIQUE, 10 trendova obilježilo je putovanja Francuza tijekom 2021. godine :

- Francuzi su željni putovanja i sigurno će putovati čim prestanu karantene i zabrane putovanja
- Većina Francuza otputovat će u 2021. ili u neku od francuskih ili u neku od europskih srednje dalekih destinacija
- Francuzi će tražiti boravke u prirodi te će sela privući veći broj klijenata nego gradovi
- Striktne sanitarne mjere imat će značajan utjecaj kod odabira smještaja
- Beskontaktna tehnologije pojačat će se na aerodromima, u smještajnim i transportnim jedinicama. U aktualnoj situaciji ovakve tehnologije ulijevaju povjerenje klijenata.
- U 2022. će odlazak na godišnji odmor biti prioritet većine Francuza, čak i ispred svakodnevnog sporta. 79% ispitanih Francuza kaže da putovanja pridonose njihovom mentalnom i emocionalnom zdravlju više od drugih oblika odmora i opuštanja.
- 64% francuskih ispitanika kaže da su zbog nemogućnosti putovanja osvijestili važnost putovanja za njihovu dobrobit.
- 76% francuskih putnika slaže se da se njihovo emocionalno zdravlje poboljšava kada znaju da idu na odmor.
- U 2022. godini i dalje će se osjećati želja za autentičnom razmjenom iskustava s lokalnim zajednicama, osobito na putovanjima: gotovo tri četvrtine Francuza (72%) traži autentična iskustva koja su reprezentativna za kulturu njihovog odredišta.
- Francuski turisti za svoj odmor preferiraju more (62%) i planine (32%, +8 u odnosu na 2019.).
- Sigurnost i poznavanje destinacije i njenih stanovnika najvažniji su kriterij pri odabiru destinacije.
- Preferirat će besplatni smještaj kod obitelji ili prijatelja, 37% naspram 25% u hotelima.
- Porast potražnje za smještajem na otvorenom (19% potražnje).
- Prema motivima odabira destinacije 62% odabire plaže, 32% odnosno 8 poena više nego prošle godine selo, a 22% planine.

Izvor : Observatoire Cetelem

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2020. – procjene za 2021.

Prosječni budžet Francuza naglo je pao, dok je trajanje godišnjih odmora gotovo slično kao u 2019. Budžet iznosi 1.627 eura, što je smanjenje od 26% u odnosu na 2019. To smanjenje objašnjava se porastom posjeta ruralnim i lokalnim destinacijama te epidemiološkim kontekstom. 21% Francuza spremno je smanjiti svoj budžet za godišnji odmor, a među onima koji ne odlaze na odmor 35% tvrdi kako je nedostatak budžeta glavni razlog neodlaska na odmor. Tijekom 2020. budžet je bio glavni razlog neodlaska na odmor za 27% Francuza.

Izvor : Observatoire Cetelem

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Mjere pomoći za spas turizma koje podrazumijevaju očuvanje radnih mjesta zaposlenih u turizmu prelaze 19 milijardi eura. Pomoć države turizmu nastavljena je i 2021., kroz pomoć tvrtkama koje bilježe gubitak prihoda iznad 50% u periodu od siječnja do listopada 2021. No, bez obzira na obilnu pomoć države mnoge turističke tvrtke, organizatori putovanja i agencije morali su zatvoriti poslovanje. Najavljeno je zatvaranje turističkih agencija Galerie Lafayette Voyage te otkazi za skoro 200-njak zaposlenika. Printemps Voyages još je ovo ljeto zatvorio svoje turističke agencije, a TO National Tours ukinuo je 75 % radnih mjesta. American Express GBT najavio je plan reorganizacije i ukidanje 150 radnih mjesta. Povratak turističkih aktivnosti sporo se odvija te se procjenjuje da će do kraja 2022. epidemija utjecati na ukidanje 500.000 radnih mjesta u francuskom turističkom sektoru, ne uključujući sva radna mjesta indirektno vezana uz turistički sektor.

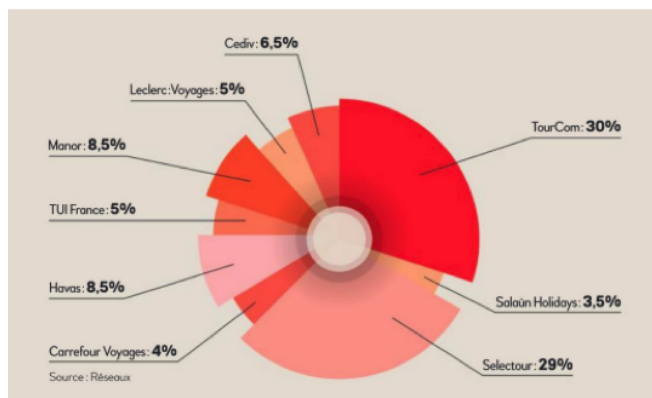
Broj novootvorenih agencija (crveno) i broj zatvorenih uslijed stečaja agencija (u plavome)

NOMBRE DE CRÉATIONS D'ENTREPRISES		NOMBRE DE DÉFAILLANCES D'ENTREPRISES	
2015	212	2015	87
2016	240	2016	70
2017	295	2017	54
2018	322	2018	54
2019	324	2019	61
2020 (au 15 septembre)	130	2020 (au 15 septembre)	40

Source : Altarea

Kriza bez presedana u povijesti turizma obuhvatila je sve sektore turizma. Prema Sindikatu francuskih turističkih agencija Travel Companies (EdV) iste bilježe gubitak u prometu između 70% i 80%, ili 20 milijardi eura. Poslovni turizam je jedan od najpogođenijih sektora. Prema istraživanju o utjecaju krize na poslovni turizam koje su proveli Atout France i tvrtka EY, tijekom 2020. realizirano je tek 5% svih planiranih događaja, dok je 54% planiranih događaja trajno otkazano.

Redoslijed najznačajnijih francuskih organizatora putovanja prema ostvarenom prihodu (prema zadnjim dostupnim informacijama)



Redosljed najznačajnijih francuskih organizatora putovanja prema ostvarenom prihodu (prema zadnjim dostupnim informacijama)

ENKC													
	TOUR-OPÉRATEUR	SIÈGE (DPT)	DIRIGEANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2019	CA 2018	VARIATION CA 2019/2018	RÉS. NET 2019	RÉS. NET 2018	RENTAB. NETTE 2019	RÉS. D'EXP. 2019	RÉS. D'EXP. 2018	RENTAB. D'EXP. 2019
1	Groupe Club Med ⁽¹⁾	75	H. Giscard d'Estaing	31/12/19	1711000	1617000	5,8 %	NC	NC	ND	139 500	126 400	8,2 %
2	TUI France ⁽²⁾	92	H. Van de Velde	30/09/19	872000	987000	-11,7 %	NC	NC	ND	NC	NC	ND
3	Groupe Karavel/ Promovacances/ Fram ⁽³⁾ dont :	75	Alain de Mendonça	31/12/19	NC	NC	ND	NC	NC	ND	NC	NC	ND
	▶ Fram/Plein Vent ⁽⁴⁾	31		21/12/19	200 000	180 000	ND	NC	NC	ND	NC	-6 000	ND
4	Groupe Voyageurs ⁽⁵⁾ dont :	75	J-F. Rial	31/12/19	NC	465 900	ND	NC	21 300	ND	NC	33 700	ND
	▶ Voyageurs du Monde	75			198 893	192 883	3,1%	18 320	21 029	9,2%	14 348	15 511	7,2%
	▶ Terres d'Aventure	75			74 477	73 049	2,0%	3 638	4 026	4,9%	5 390	6 102	7,2%
	▶ Comptoir des Voyages	75			66 123	62 416	5,9 %	2 600	2 605	3,9 %	NC	4 019	ND
	▶ Allibert Trekking	38			45 988	43 148	6,6%	1 977	1 972	4,3%	2 849	2 809	6,2%
	▶ Nomade Aventure	75			27 369	23 898	14,5 %	559	492	2,0 %	873	773	3,2 %
5	Groupe NG Travel ⁽⁶⁾ dont :	75	O. Kervella	31/12/19	268 000	235 000	14,0 %	8 000	6 000	3,0%	10 000	8 000	3,7%
	▶ Boomerang				NC	205 000	ND	NC	5 200	ND	NC	NC	ND
	▶ Directours				NC	30 000	ND	NC	800	ND	NC	NC	ND
6	Groupe Salaün ⁽⁷⁾ dont :	29	M. Salaün	30/09/19	NC	242 500	ND	NC	1 400	ND	NC	1 900	ND
	▶ Salaün Holidays				148 000	140 000	5,7 %	7 500	800	5,1 %	2 100	1 000	1,4 %
	▶ Nationaltours				43 700	46 100	-5,2 %	1 000	200	2,3 %	400	200	0,9 %
	▶ la Boutique des groupes				57 200	36 800	55,4 %	600	500	1,0 %	800	600	1,4 %
	▶ Nationaltours Groupes				NC	19 600	ND	NC	-100	ND	NC	100	ND
7	Thalasso N° 1/Ôvoyages	92	R. Benslimane	31/12/19	197 000	180 000	9,4 %	120	250	0,1 %	250	700	0,1 %
8	Croisieurope/ Alsace Croisières	67	C. Schmitter	31/12/19	195 940	186 084	5,3 %	NC	812	ND	NC	NC	ND
9	Belambra Clubs	93	F. Le Guen	31/12/19	184 000	188 000	-2,1 %	-3 523	1 581	-1,9%	-7 360	-1 213	-4,0%
10	Exotismes	13	G. Cisneros	31/12/19	143 968	131 700	9,3%	2 668	2 937	1,9%	3 949	4 431	2,7%
11	Kuoni France	93	E. Fairy	31/12/19	142 227	141 872	0,2%	639	1 367	0,4%	153	1 100	0,1%
12	FTI Voyages	68	A. Mazerolles	31/10/19	112 528	85 485	31,6%	-2 943	618	-2,6%	-2 891	694	-2,6%
13	Pierre&Vacances Center Parcs Distribution	75	Cohen Skalli	30/09/19	108 314	114 571	-5,5%	69	779	0,1%	1 324	192	1,2%

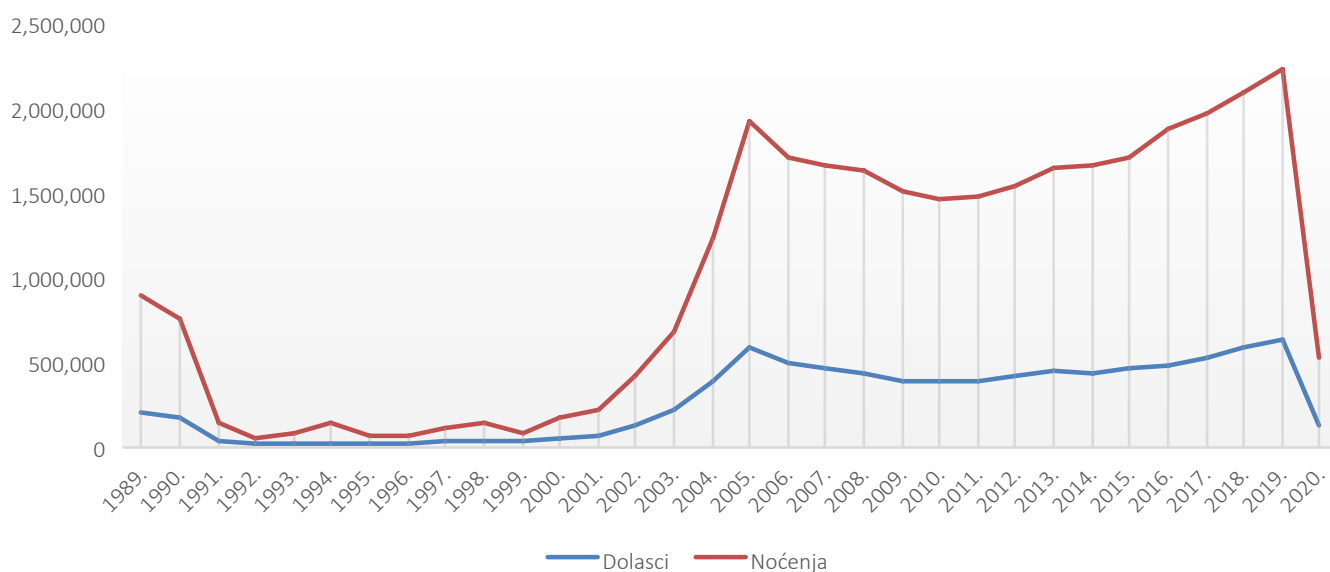
Izvor: Tour Hebdo, baza podataka 2020. za 2019

DOPRINOS 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.	490.604	105	245	1.882.270	110	209
2017.	536.072	109	268	1.969.831	105	219
2018.	583.130	109	292	2.088.534	106	232
2019.	629.231	108	315	2.228.227	107	247
2020.	137.823	22	69	527.671	24	59

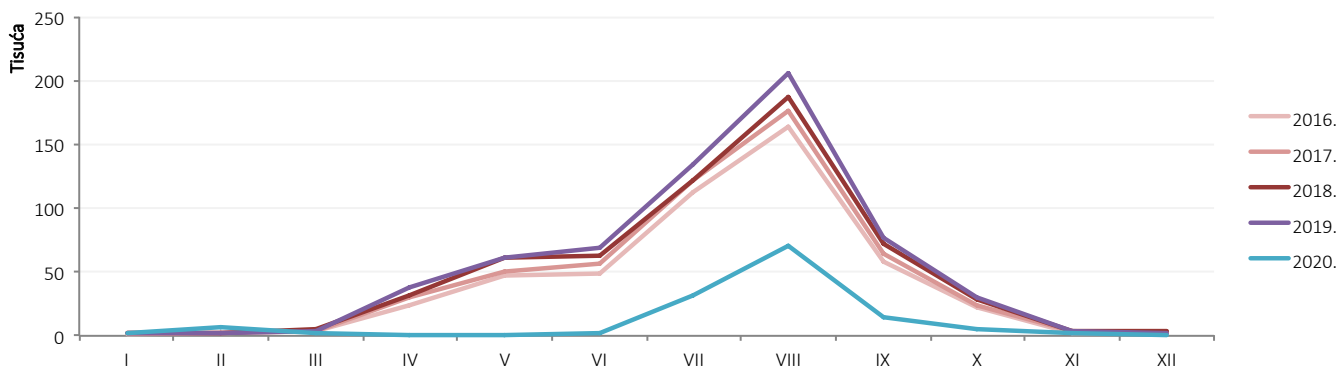
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci i noćenja francuskih turista, razdoblje 1989. - 2020.



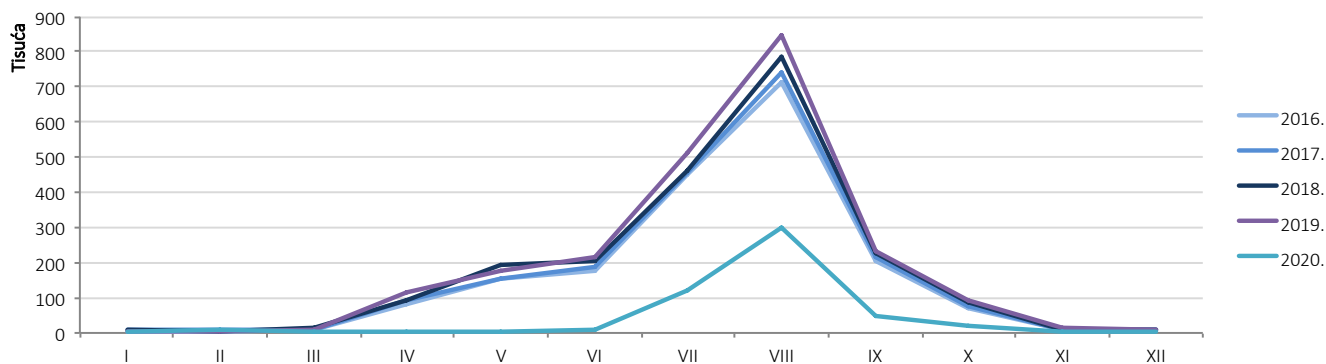
Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

Dolasci po mjesecima - Francuska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

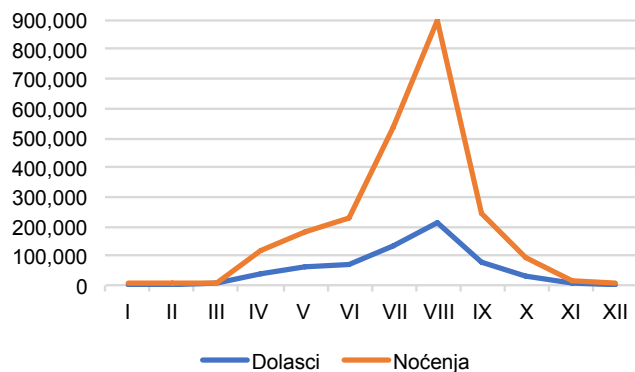
Noćenja po mjesecima - Francuska



Izvor: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

REZULTATI 2019. PREMA SUSTAVU eVISITOR

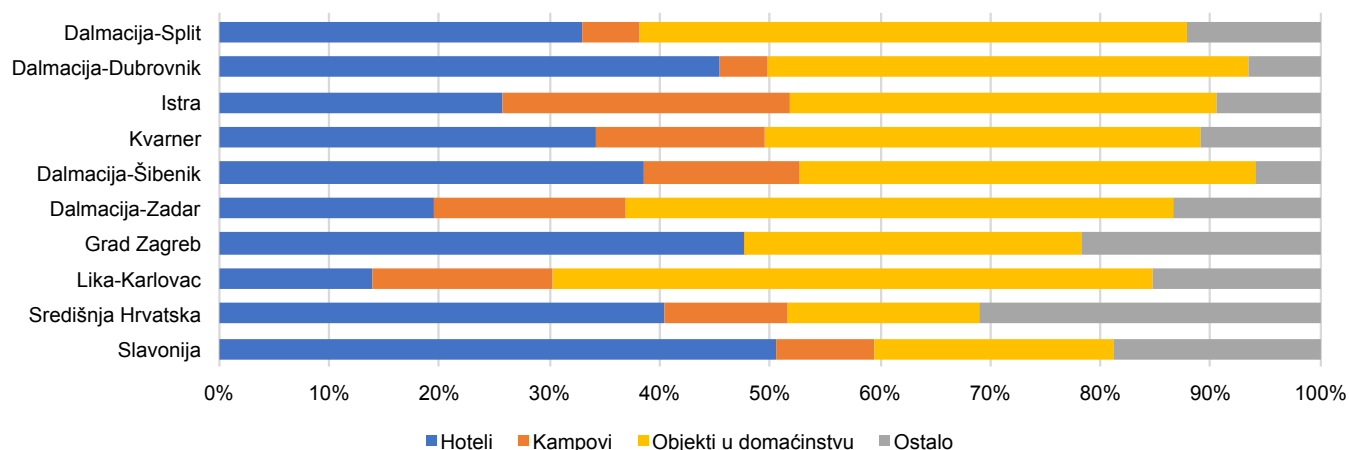
Dolasci i noćenja francuskih turista, 2019.



Dolasci i noćenja po klasterima

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

Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2019.



Top deset gradova/općina po noćenjima

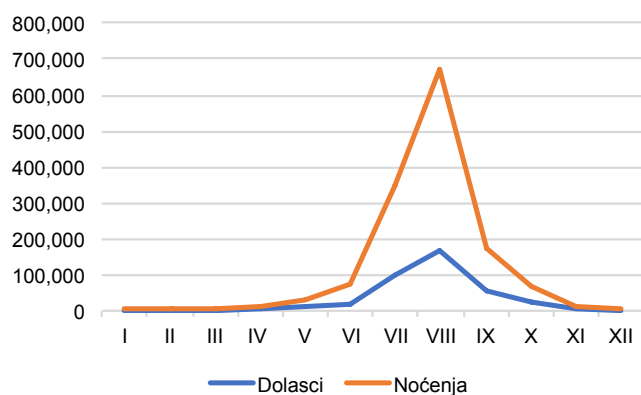
Grad općina	Noćenja
Dubrovnik	271.386
Split	204.635
Konavle	83.718
Zadar	78.938
Bol	66.949
Zagreb	66.408
Šibenik	57.700
Pula	55.289
Supetar	53.605
Gradac	50.680

Dolasci po dobi i spolu

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

REZULTATI 2021. PREMA SUSTAVU eVisitor

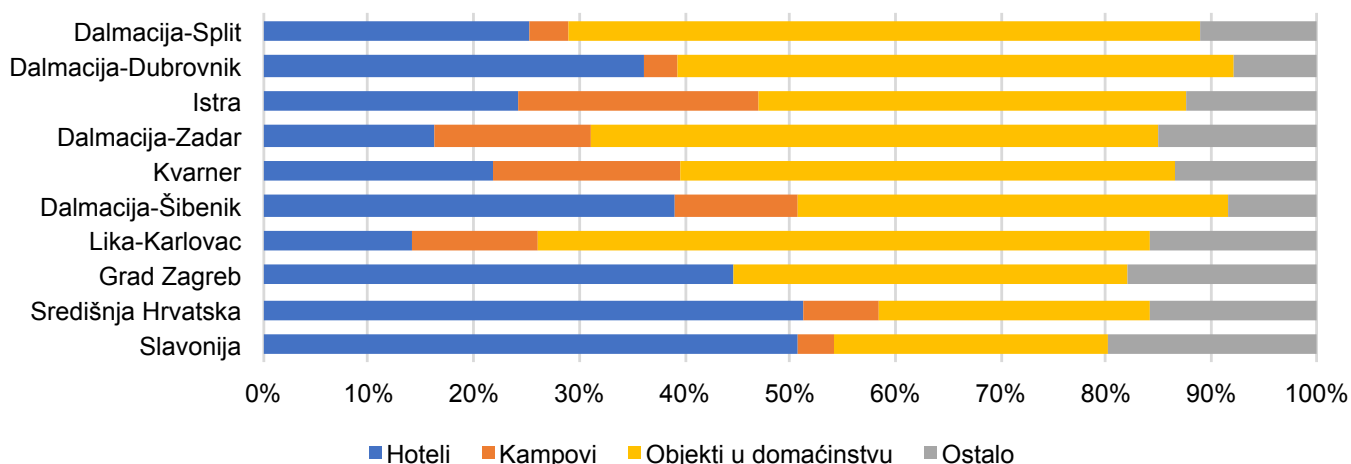
Dolasci i noćenja francuskih turista, 2021.



Dolasci i noćenja po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Dalmacija-Split	117.810	478.520
Dalmacija-Dubrovnik	91.441	324.921
Istra	30.658	123.969
Dalmacija-Zadar	30.948	112.381
Nautika	10.412	83.861
Kvarner	24.531	78.818
Dalmacija-Šibenik	20.995	75.677
Lika-Karlovac	31.804	67.066
Grad Zagreb	22.107	51.786
Središnja Hrvatska	3.472	7.770
Slavonija	1.777	3.553
Ukupno	385.955	1.408.322

Noćenja francuskih turista po klasterima prema vrstama smještaja, 2021.



Top deset gradova/općina po noćenjima

Grad općina	Noćenja
Split	190.314
Dubrovnik	185.056
Zagreb	51.786
Zadar	51.506
Hvar	37.568
Konavle	36.865
Šibenik	30.783
Župa dubrovačka	25.660
Seget	25.534
Kaštela	23.861

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	1,3%	1,2%
6-11 godina	2,2%	2,1%
12-17 godina	3,2%	3,4%
18-24 godina	7,4%	8,7%
25-34 godina	13,8%	13,4%
35-44 godina	7,0%	6,0%
45-54 godina	7,1%	6,8%
55-64 godina	5,2%	4,5%
> 65 godina	3,5%	3,2%

TOMAS Hrvatska 2019.

TOMAS istraživanja primarna su kvantitativna istraživanja u okviru kojih se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima (uz korištenje strukturiranog upitnika), a provode se s ciljem identifikacije stavova i potrošnje turista u hrvatskim turističkim destinacijama.

Posljednje u nizu, pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019. po prvi je puta provedeno na području cijele zemlje, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, tako da ujedno donosi rezultate obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj izvan razdoblja ljetne turističke sezone. Na takav način, istraživanje je reprezentativno za posljednju „standardnu“ turističku godinu prije pojave epidemije virusa COVID-19 te posljedične globalne društvene i gospodarske krize, s dramatičnim implikacijama na turistička putovanja u svjetskim razmjerima.

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

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

GLAVNI MOTIVI ODMORIŠNIH PUTOVANJA

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

MOTIV DOLASKA U HRVATSKU

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

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU

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

IZVORI INFORMACIJA

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

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA

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

TRENUTAK REZERVACIJE SMJEŠTAJA

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

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

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

AKTIVNOST TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI

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

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

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE MJESTA

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

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA

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

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI (u EUR)

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

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA

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

Aktualni imidž Hrvatske

U prvoj polovici 2020. godine iz Francuske za Hrvatsku gotovo da nije bilo turističkoga prometa, s obzirom da je Francuska tek 15. lipnja otvorila unutarnje granice s EU-om te da su tek početkom srpnja počele odvijati prve redovne zračne linije za Hrvatsku. Francuski turisti koji su rezervirali ljetni godišnji odmor u Hrvatskoj čekali su daljnji razvoj situacije, te se nadali da će se situacija stabilizirati i da će moći otputovati u Hrvatsku. Sigurnost destinacije, ali i dostupnost informacija o ulasku u zemlju, stanju pandemije i poduzetim sanitarnim mjerama postaju ključni kriterij odabira odmorišne destinacije, radi čega na tržištu vlada velik interes za Hrvatskom što potvrđuju i brojne objave u francuskim medijima, ali i svakodnevni pozivi opće i stručne javnosti. Hrvatska posjeduje sve komparativne prednosti te značajnim marketinškim i ostalim promotivnim aktivnostima, ali i osluškivanjem „pulsa tržišta“ i promptnim odgovorima mora zadržati dobru vidljivost kroz sve dostupne promotivne kanale.

Tijekom 2021. Hrvatska se promišljenom turističkom politikom uspjela probiti u sam vrh omiljenih destinacija francuskih gostiju uz Grčku, Španjolsku, Italiju i Portugal, a brojne aktivnosti rezultirale su percepcijom naše zemlje kao izuzetno sigurne, atraktivne i bliske europske destinacije. U regijama Dubrovnika, Splita i Zagreba Francuzi su ove godine bili među najbrojnijim turistima, dok ih u pojedinim destinacijama u vrhuncu sezone bilo i više nego tijekom rekordne 2019. Sve je više redovnih i sezonskih te čarter linija iz Francuske prema Hrvatskoj, a posebno nas veseli što su Francuzi sve brojniji gosti i u regijama u kojima ih dosad nije bilo u velikom broju poput Istre, Zagreba ili Kvarnera. Redovite su visoko dosežne medijske objave o Hrvatskoj kao jednoj od omiljenih ovogodišnjih destinacija Francuza (Le Figaro, Le Monde, Le Parisien, Forbes, GEO...).

Francuski mediji pozitivno predstavljaju Hrvatsku po pitanju sigurnosti destinacije, dostupnosti informacija o ulasku u zemlju i poduzetim sanitarnim mjerama koje postaju ključni kriterij odabira odmorišne destinacije.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku u 2020. i 2021.

Primjetan je daljnji rast broja individualnih dolazaka u odnosu na agencijske, čemu su pridonijeli i pandemijski uvjeti. Većina putovanja odvija se putem online bookinga, u samostalnoj organizaciji. Takve brojke ne iznenađuju, s obzirom na dosadašnji trend porasta individualnog segmenta u odnosu na organizirani. Također, mnogi francuski organizatori putovanja specijalizirani za Hrvatsku, u ozračju velike neizvjesnosti zbog COVID-a određene su charter letove uslijed visokih troškova bili prisiljeni zamijeniti zakupima na redovnim letovima pa je analogno tome rastao i broj novih redovnih linija, a time posredno i individualnih dolazaka.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2020. i 2021.

Većina francuskih turoperatora, unatoč neizvjesnosti, zadržava produkciju u Hrvatskoj u 2021. godini. Najveći francuski organizatori putovanja za Hrvatsku (Top of Travel, Travel Europe, Voyamar, Promovacances...) već su sredinom 2020. omogućili rezervacije za Hrvatsku za 2021. godinu. Svojim klijentima su bez ikakvih troškova omogućili odgodu planiranih putovanja te rezervacije po istoj cijeni, uvjetima i programima.

Glavni turoperatora kao što su Top Of Travel, Travel Europe, Voyamar, Promovacances, ali i avioprijevoznici kao što su Transavia, Volotea i Ryan Air u 2021. čak i povećavaju letove i programe za Hrvatsku. Ryanair je odlučio otvoriti bazu u Zagrebu i nuditi letove između Paris-Beauvaisa i glavnog grada Hrvatske cijele zime, a i Transavia je u srpnju 2021. lansirala novu liniju Pariz Orly-Zadar.

Rezultati organizatora putovanja u 2020. i 2021. (programi za Hrvatsku)

U nastavku rezultati i predviđanja pojedinih organizatora putovanja za Hrvatsku:

- GRUPA KARAVEL/FRAM/PROMOVACANCES je relativno nedavno sklopila višegodišnji ugovor o zakupu soba i klubu na Braču u Hrvatskoj i značajnom širenju produkcije u 2020. Nažalost, planovi se nisu ostvarili u planiranim brojkama uslijed pandemije, no u 2021. godini odlučili su unatoč velikom riziku zadržati produkciju u Hrvatskoj (Framissima Kaktus Resort Hotel na Braču – od travnja do listopada 2021) te investirati u podizanje vidljivosti desti-

nacije na tržištu. Među novitetima za 2021. godinu je i otvorena produkcija u Dubrovniku/Hotel More (5*). Osim chartera iz Lilla od travnja do listopada, planiraju zakup sjedala na 35 letova za Split i 24 za Dubrovnik, s polascima iz najvećih francuskih gradova.

- VOYAMAR MARIETTON DEVELOPMENT - 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). Nakon krize i nerealizirane sezone tijekom 2020. ovaj kvalitetni francuski turoperator za 2021. i 2022. godinu najavljuje snažan zračni angažman u razdoblju pred- posezone te u sezoni.
- TOP OF TRAVEL - ovaj jaki B2B organizator putovanja sa sjedištem u Parizu, nudi organizirane dolaske u Hrvatsku iz 22 francuska grada. Imaju tri hotelska kluba u Hrvatskoj Top Club Quercus (Drvenik), Top Club Albatros (Cavtat) i Medena (Donji Seget), a u 2021. su otvorili i četvrti klub. Osim klubova u ponudi imaju i 10-ak različitih tura po Hrvatskoj.
- TRAVEL EUROPE - ovaj partner je za 2021. imao 650 garantiranih polazaka iz 16 francuskih gradova za svoje glavne destinacije, među kojima je Hrvatska na prvom mjestu. Klijentima nude i opciju besplatnog otkaza rezervacije 62 dana prije polaska. Jedan je od najstarijih i najznačajnijih francuskih TO za Hrvatsku preko kojega svake godine u Hrvatsku dolazi oko 30.000 francuskih turista.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2021. godine

Brojne zračne kompanije uvodile su sukcesivno nove letove za Hrvatsku, a u vrhuncu sezone bilo je više direktnih i charter letova iz Francuske za Hrvatsku nego tijekom predpandemijskih godina. Među najvažnijima su letovi Transavie za Zadar, ali i brojne direktne linije za Dubrovnik i Split zračne kompanije Volotee iz Toulousea, Nantesa, Bordeauxa, linije RyanAira iz Pariza za Zagreb i Zadar te brojni polasci Air Francea iz Pariza za Dubrovnik.

- Croatia Airlines je tijekom ljeta imala 4 zračne linije tjedno iz Pariza za Split i Dubrovnik, svakodnevne zračne linije iz Pariza za Zagreb, te jednu zračnu liniju iz Lyona za Split. Nacionalna zračna kompanija nudi klijentima neograničen broj promjena rezervacija bez troškova.
- Air France od lipnja do kraja rujna otvara zračne linije za Split i Dubrovnik. U visokoj sezoni operira 11 letova za Dubrovnik, te 6 letova tjedno za Split. Od

29. ožujka ponovno su krenuli svakodnevni letovi iz Pariza za Zagreb.

- VOLOTEA – je najavila snažan red letenja iz niza francuskih gradova za Hrvatsku u razdoblju od travnja do listopada, te otvaranje nove zračne baze u Lyonu, uz već postojeće zračne baze u Marseillesu, Bordeauxu, Nantesu, Toulouseu i Strasbourgu. U 2021. godini imaju 12 direktnih zračnih linija iz francuskih gradova za Split i Dubrovnik. Za Split su najavljeni polasci iz Nantesa, Bordeauxa, Toulousea, Lyon, Marseilles i Nice. Za Dubrovnik su najavljene linije za Strasbourg, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Marseilles i Lyon.
- Kompanija Transavia najavila je red letenja za Hrvatsku za razdoblje od 29. ožujka do 2. listopada iz Pariza za Dubrovnik i Split, uz 5 letova tjedno, te 2 leta tjedno iz Nantesa za Dubrovnik. Uslijed velikog interesa za Hrvatsku, početkom srpnja uvodi redovnu liniju tri puta tjedan s pariškog aerodroma Orly za Zadar.
- EasyJet ima linije za Split, Pulu, Dubrovnik iz Pariza, Toulousea, Nantesa, Strasbourga, Lyona.

Autobuseri u 2021.

Uslijed pandemije i epidemioloških ograničenja, autobusnog organiziranog prijevoza iz Francuske za Hrvatsku gotovo da i nije bilo.

Francuski autobuseri izuzetno su pogođeni krizom izazvanom pandemijom. Riječ je o sektoru čije su se aktivnosti gotovo u potpunosti zaustavljene - otkazana su školska putovanja, turističke ekskurzije, grupna putovanja čiju klijentelu mahom predstavljaju seniori koji zbog straha od epidemije izbjegavaju putovanja. Kako bi prevladali krizu, vlada je osigurala paketa programa pomoći sektoru.

Individualni promet u 2021.

Individualni dolasci u ukupnoj strukturi dolazaka s ovog tržišta su u 2021. sudjelovali s udjelom od 77%. U 2022. se očekuje daljnji porast individualnih dolazaka uslijed otvaranja novih avio linija, ali i poremećaja na tržištu organiziranih putovanja te daljnje liberalizacije tržišta online agencija i platformi.

Najznačajniji francuski autobuseri

EN KC													
	AUTOCARISTE	SIÈGE (DPT)	DIRIGEANT	DATE DE CLÔTURE	CA 2019	CA 2018	VARIATION CA 2019/2018	RÉS. NET 2019	RÉS. NET 2018	RENTAB. NETTE 2019	RÉS. D'EXP. 2019	RÉS. D'EXP. 2018	RENTAB. D'EXP. 2019
1	Verdié Agence	12	Y. Verdié	31/12/2019	107 394	102 049	5,24 %	2146	1 668	2,00%	3154	3004	2,94%
2	National Tours	35	T. Houalard	30/09/2019	43 700	46 121	-5,25 %	1 000	184	2,29 %	400	167	0,92 %
3	Richou Voyages	49	D. Richou	31/12/2019	NC	32 795	ND	NC	498	ND	NC	NC	ND
4	Philibert Tourisme	69	M. Philibert	31/12/2019	27 144	25 518	6,37 %	271	270	1,00 %	513	384	1,89 %
5	Michel Voyages	71	T. Michel	30/09/2019	25 067	24 548	2,11 %	91	172	0,36 %	108	213	0,43 %
6	Sabardu Tourisme	13	S. Brimble	31/12/2019	NC	15 831	ND	NC	522	ND	NC	745	ND
7	Perier Voyages	76	D. Perier	31/10/2019	15 747	18 267	-13,80 %	84	591	0,53 %	61	543	0,39 %
8	Transgallia	10	D. Costel	31/03/2019	14 616	13 314	9,78 %	925	673	6,33 %	1 306	1 049	8,94 %
9	Phocéens Voyages	6	F. Meynard	31/03/2019	14 014	14 910	-6,01 %	12	41	0,09 %	0	4	0,00 %
10	Voyages Girardot Organisation	71	P. Girardot	31/12/2019	NC	13 747	ND	NC	188	ND	NC	204	ND
11	Faure Tourisme	38	R. Faure	31/12/2019	12 332	10 444	18,08 %	-69	-64	-0,56 %	-65	-43	-0,53%
12	Royer Voyages	67	P. Royer	31/12/2019	10 919	10 813	0,98 %	484	721	4,43 %	NC	847	ND
13	Ginhoux Voyages	7	F. Ginhoux	11/30/2019	10 341	10 123	2,15 %	179	240	1,73 %	260	351	2,51 %
14	Voyages Mugler-Ringenbach	67	L. Mugler	30/09/2019	NC	8 656	ND	NC	-92	ND	NC	-153	ND
15	Direct Diffusion	31	Y. Verdié	31/12/2019	5 825	6 022	-3,27 %	375	458	6,44 %	522	605	8,96 %
16	Voyages Christine Palpacuer	6	C. Palpacuer	31/10/2019	NC	5 552	ND	NC	305	ND	NC	434	ND
17	Voyages Rouillard	22	P. Rouillard	31/08/2019	4 695	5 020	-6,47 %	69	134	1,47 %	130	48	2,77 %
18	Voyages Bertrand	79	J. Bertrand	31/12/2019	NC	4 597	ND	NC	6	ND	NC	NC	ND
19	Dunois Voyages	28	O. Velter	31/12/2019	4 262	5 411	-21,23 %	-239	-216	-5,61%	-149	-164	-3,50%
20	Daumin Voyages	72	J-F. Ruille	30/09/2019	1 636	1 784	-8,30 %	-15	-25	-0,92 %	NC	NC	ND

TURISTIČKA SEZONA 2021. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2022.

Prema opsežnoj anketi o glavnim turističkim trendovima, francuski turisti u 2022. definitivno planiraju nadoknaditi izgubljeno vrijeme. Udio Francuza koji žele otići na godišnji odmor, a nisu to uslijed krize mogli tijekom posljednjih mjeseci, porastao je s 24% na 59%. Dok je zdravstvena kriza mjesecima kočila putovanja, putnike je učinila još entuzijastičnijima. 69% ispitanika prihvatiti će svaku priliku za odmor u nekoj zemlji, sve dok im budžet to dozvoljava. 71% ispitanika kaže da će rado posjetiti bilo koju destinaciju, ukoliko im putovanje omogućuje promjenu okoline.

Nakon mjeseci ograničenja i zatvaranja granica, Francuzi žele proširiti horizonte. 56% ispitanih kaže da želi upoznati nove ljude tijekom odmora, dok ljubavnu vezu priželjkuje 39% budućih putnika. Nešto više od trećine ispitanika kaže da želi odmor provesti u destinaciji s aktivnim noćnim životom.

Za 8 od 10 ispitanika, odmor izvan kuće više pridonosi njihovom mentalnom i emocionalnom zdravlju više nego drugi oblici odmora i opuštanja, poput joge ili meditacije. 64% Francuza smatra da su nedavna ograničenja putovanja osvijestila utjecaj putovanja na njihovu dobrobit.

Tijekom pandemije mnogi su Francuzi pretvorili svoje domove u urede za rad na daljinu, često miješajući slobodno vrijeme i profesionalne zadatke. Tijekom 2022. žele okrenuti ovu stranicu: 7 od 10 turista tijekom odmora planira potpuni odmak od poslovnih obveza, 68% preferira kraće godišnje odmore samo radi potpunog odmaka od posla.

Iako će redosljed preferiranih destinacija uvjetovati epidemiološka situacija, u 2022. Francuzi na vrh postavljaju destinacije sunca i mora. Jedna od najznačajnijih online travel agencija eDreams objavila je procjene redoslijeda deset top destinacija Francuza u 2022.

Prognoze organizatora putovanja za 2022.

Francuski organizatori putovanja svjesni su rizika u narednoj sezoni te mogućnosti da nove varijante virusa ponovno uzdrmaju turističko tržište. S druge strane, sva istraživanja pokazuju da Francuzi nisu izgubili želju za putovanjima te da će, ukoliko sanitarna situacija bude povoljna, u narednoj godini europske destinacije privući veći broj njihovih građana.

Platforma Edreams i Odigeo dali su procjenu 10 destinacija prema rezervacijama Francuza za 2022.

Top 10 des réservations des voyageurs Français pour 2022	Top 10 des recherches effectuées par les voyageurs Français pour un départ en 2022
1. Pointe-à-Pitre	1. Pointe-à-Pitre
2. Fort-de-France	2. New York City
3. Lisbonne	3. Fort-de-France
4. Dakar	4. Bangkok
5. Marrakech	5. Saint-Denis
6. Porto	6. Dubaï
7. Saint-Denis	7. Montréal
8. Paris	8. Tokyo
9. Rome	9. Cancun
10. Venise	10. Denpasar

Izvor: <https://www.tourhebdo.com/actualites/transport/aerien/la-plateforme-edreams-odigeo-presente-ses-predictions-de-voyage-pour-2022-679645.php>

TURISTIČKA SEZONA 2022. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2022.

Francuzi su 2020. ostali u vlastitoj zemlji zbog straha i ograničenja u putovanjima, no situacija se već u 2021. bitno promijenila. Straha je manje, radi se o naciji koja je među najbolje procijepljenima na svijetu i koja je jedna od prvih uvela COVID potvrde. Prisutna je velika želja za putovanjima, što potvrđuju i odlični rezultati Hrvatske u ovoj godini, a nastavak sličnog trenda očekuje se i tijekom 2022. godine. Dobre najave potvrđuju brojni organizatori putovanja, ali i zračne kompanije koje najavljuju uvođenje dodatnih linija i dodatnih programa za Hrvatsku.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2022.

Francuski organizatori putovanja nastavljaju širiti produkciju u Hrvatskoj u 2022. Već u studenom 2021. najavljene su brojne nove linije za Hrvatsku, među kojima RyanAir iz Bordeauxa za Zadar, a potvrđena je i linija iz Pariza za Zadar (Transavia) te brojne linije Volotee za Dubrovnik i Split.

U nastavku slijede najave zastupljenosti u programima najznačajnijih organizatora putovanja/agencija za 2022. godinu:

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
Travel Europe - Visit Europe	Tijekom 2021. imali su 650 garantiranih polazaka iz 16 francuskih gradova. Jedan je od vodećih francuskih organizatora putovanja za Hrvatsku, generalist. Nudi ture, krstarenja po Jadranu, all-inclusive proizvode, autoture, vikend ture itd. Od novosti za 2022. izdvajaju se programi za Zagreb tijekom Adventa, kulinarske gastro ture po Hrvatskoj, krstarenja za luksuznim brodovima, te program otkrivanja UNESCO baštine. Imaju velik broj regionalnih letova i vlastiti čarter lanac.
Grupa TUI France	TUI France u Hrvatskoj ostaje prisutan kroz klub Lookea Epidaurus u Cavtatu.
Top of Travel	TOP OF TRAVEL ovaj TO izuzetno je jak u B2B segmentu. ima velik broj čarter letova i najbolju čarter pokrivenost iz svih francuskih regija - lideri su u regionalnim polascima. Najavljuju dolaske u Hrvatsku iz 22 francuska grada. Snažan avio angažman za HR i četiri hotel kluba u HR (Split, Dubrovnik).
Grupa Karavel	Grupa Karavel je jedan od lidera na francuskom turističkom tržištu. KARAVEL je nedavno sklopio ugovor o zakupu soba i klubu na Braču, te u 2021. otvorio produkciju u hotelu u Dubrovniku. Osim vlastitih čartera iz Lilla od travnja do listopada, planiraju i zakup sjedala na letovima za Split i Dubrovnik, s polascima iz najvećih francuskih gradova. U pregovorima su oko zakupa još jednog hotela na Jadranu. Klijentima u 2022. predlažu gotovo 40 različitih programa po cijeloj Hrvatskoj.
Voyamar	Voyamar je francuski organizator putovanja koji pripada grupi Marietton développement prisutnoj više od 50 godina u turističkoj industriji Francuske. Voyamar/HAVAS Voyages - najavljuju čarter polaske iz više francuskih gradova (Paris, Lyon, Nantes, Bordeaux...), hotel klub u Dubrovniku (Slano), i porast realizacije tijekom 2022. godine.
Pierre & Vacances	Europski leader za iznajmljivanje rezidencijalnih apartmana kojemu je Hrvatska uz Portugal, Italiju i Španjolsku, jedna od glavnih destinacija, za 2022. zadržava svu produkciju u Hrvatskoj, posebno u Istri, na Kvarneru te južnoj i srednjoj Dalmaciji.

Organizator putovanja	Specifičnosti organizatora putovanja i njihovih proizvoda
Verdie	U produkciji 2022. nude zanimljive programe grupnih tura u Hrvatskoj te krstarenja Jadranom, ali i tailor made programe po cijeloj Hrvatskoj. Ovaj visokokvalitetni TO posljednjih godina intenzivno razvija produkciju u Hrvatskoj, a u 2022. najavljuje polaske već od travnja.
Ponant	Francuski TO specijaliziran za luksuzna krstarenja po mjeri. Svake godine širi produkciju u Hrvatskoj, iako je u 2020. ostvario minimalan broj dolazaka. Mini kruzer Le Lyrial prvi je kruzer koji je uplovio u jadranske luke nakon COVID krize u ljeto 2020.
Kuoni	Još jedan kvalitetan turoperator koji posljednjih godina intenzivno razvija programe u Hrvatskoj. Ostvarene brojke iz 2021. uvjetovale su i nove programe u 2022., pa tako klijentima nude ture po južnom Jadranu, luksuzna krstarenja, PONANT – jedna od lidera luksuznih krstarenja u produkciji 2022. nude krstarenja od Venecije preko Rovinja, Šibenika, Splita, Hvara, Korčule do Dubrovnika na luksuznoj jahti Le Lyrial.
Click&Boat	On-line agencija za najam brodova u Hrvatskoj. Nude široku paletu brodova koji se mogu iznajmiti duž obale, od Istre do Dubrovnika. Bilježe značajan pad prodaje, ali zahvaljujući trendovima i okrenutosti nautici uslijed krize, realiziran je velik broj rezervacija.
Rivages du Monde	Riječ je o jednom od glavnih riječnih turoperatora u Francuskoj. U ponudi imaju luksuzna krstarenja Jadranom, ali i krstarenje u sklopu europskih riječnih tura u sklopu kojih je predviđen i posjet Vukovaru te Kopačkom ritu.
Step Travel	Ovaj kvalitetni B2B turoperator specijaliziran za zemlje Rusije i Balkana u 2022. godini širi programe u Hrvatskoj. Osim krstarenja na luksuznoj jahti od svibnja do listopada, nude i kvalitetne tailor made programe tijekom Adventa u Zagrebu.
NG Travel (Directours, Kappa Club)	U Hrvatskoj i dalje najavljuje snažan angažman. Nemaju vlastite charter polaske nego zakupljena sjedala na redovnim linijama. Planiraju otvaranje novog Kappa kluba u Hrvatskoj. Imaju programe za hotele u Splitu (Ola, Coralia), ali i ture po cijeloj Hrvatskoj.

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika (prijevoznici, udruge/udruženja u turizmu i sl.) trebalo poduzeti u 2022.

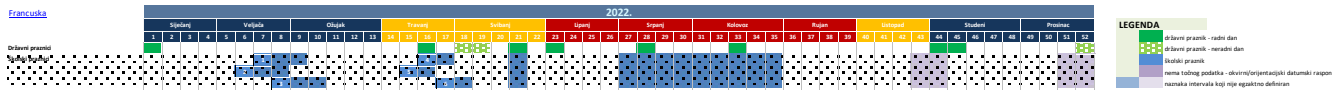
Organizatori putovanja nadaju se da epidemiološka situacija glede „petog vala“ neće dodatno uzdrmati tržište. Većina istraživanja pokazuje da se očekuje ponovno pokretanje prodaje u proljeće te izražen interes francuskog tržišta prema srednje dalekim destinacijama, s obzirom da su Francuzi u 2020. i 2021. zbog krize bili prisiljeni u znatno većem broju odmor provesti u svojoj zemlji.

U ovakvom kontekstu, Hrvatska ima sve komparativne prednosti da pored jakih turističkih konkurenata na

tržištu (prije svega Grčka, Španjolska, Italija i Portugal) sljedeće godine potvrdi svoj status sigurne, atraktivne i dostupne destinacije. Važno je definirati akcijski plan suradnje s partnerima na tržištu te ulagati u marketinške kampanje i promociju na način da odražavaju prilagodbu turističke ponude aktualnom kontekstu i novim tendencijama putovanja, stavljajući naglasak na alternativne regije, prirodu, autentičnost i sigurnost.

Cilj zajedničkih aktivnosti s partnerima je predstaviti Hrvatsku kao cjelogodišnju atraktivnu, ali prije svega sigurnu destinaciju, s obzirom na činjenicu da će upravo sigurnost, ali i dobro komunicirane poruke oko epidemiološke situacije u zemlji u 2022. i nadalje biti ključni kriterij odabira odmorišne destinacije.

Kalendar praznika i blagdana



Državni praznici i vjerski blagdani (Public Holidays)	2021.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2022.	Dan u tjednu	Tjedan u godini	2023.	Dan u tjednu	Tjedan u godini
Nova godina (New Year's Day)	01.01.2021	Petak	1	01.01.2022	Subota	1	01.01.2023	Nedjelja	1
Uskršnji ponedjeljak (Easter Monday)	05.04.2021	Ponedjeljak	15	18.04.2022	Ponedjeljak	16	10.04.2023	Ponedjeljak	15
Praznik rada (Labour Day)	01.05.2021	Subota	18	01.05.2022	Nedjelja	18	01.05.2023	Ponedjeljak	18
Dan pobjede (Victory 1945)	08.05.2021	Subota	19	08.05.2022	Nedjelja	19	08.05.2023	Ponedjeljak	19
Uzašašće (Ascension Day)	13.05.2021	Četvrtak	20	26.05.2022	Četvrtak	21	18.05.2023	Četvrtak	20
Duhovi ponedjeljak (Whit Monday)	24.05.2021	Ponedjeljak	22	06.06.2022	Ponedjeljak	23	29.05.2023	Ponedjeljak	22
Dan Republike/Dan Bastille	14.07.2021	Srijeda	29	14.07.2022	Četvrtak	28	14.07.2023	Petak	28
Velika Gospa (Assumption of the Virgin Mary)	15.08.2021	Nedjelja	33	15.08.2022	Ponedjeljak	33	15.08.2023	Utorak	33
Svi sveti (All Saint's Day)	01.11.2021	Ponedjeljak	45	01.11.2022	Utorak	44	01.11.2023	Srijeda	44
Kraj I svj. rata (Armistice 1918)	11.11.2021	Četvrtak	46	11.11.2022	Petak	45	11.11.2023	Subota	45
Božić (Christmas)	25.12.2021	Subota	52	25.12.2022	Nedjelja	52	25.12.2023	Ponedjeljak	52

Izvor: <https://www.feiertagskalender.ch/>

Školski praznici	2021./2022.	
	Početak	Kraj
Jesenski praznici	25.10.2021.	7.11.2022.
Božićni praznici i Nova godina	20.12.2021.	2.1.2022.
Zimski praznici/Karneval - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	14.2.2022.	27.2.2022.
Zimski praznici/Karneval - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	7.2.2022.	20.2.2022.
Zimski praznici/Karneval - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	21.2.2022.	6.3.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici - Besancon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon, Poitiers	18.4.2022.	1.5.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici - Aix-Marseille, Amiens, Caen, Lille, Nancy-Metz, Nantes, Nice, Orléans-Tours, Reims, Rennes, Rouen, Strasbourg	11.4.2022.	24.4.2022.
Proljetni/Uskršnji praznici - Creteil, Montpellier, Paris, Toulouse, Versailles	25.4.2022.	8.5.2022.
Paznici (spajanje vezano uz blagdan Uzašašća)	27.5.2022.	28.5.2022.
Ljetni praznici	8.7.2022.	31.8.2022.

Izvor: Eurydice