

Budapest, 2012. november 10.

Franciaország kiutazó piaca

A MINTEL „FRANCE OUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYÁRÓL

A londoni székhelyű MINTEL tanulmánya összefoglalást nyújt Franciaország gazdaságáról, turizmusának helyzetéről és ezen belül kiemelten foglalkozik a kiutazó turizmussal. A piac legfontosabb tulajdonságait elemezve, különösen a főbb desztinációkról, a demográfiai összetételről, a foglalási szokásokról, az utazások fő céljáról, a költségről és az utazások hosszáról nyújt tájékoztatást. Részletesen beszámol a közlekedési eszközökről és az igénybe vett szálláshelytípusokról. A tanulmány végén szó esik az utazásszervezők és utazási irodák szerepéről és a jövőbeli várható trendekről. Az alábbiakban röviden összegezzük a tanulmány legfontosabb megállapításait.

A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) 2011-es adatai szerint Franciaország a kiadások szerint a világ ötödik legfontosabb küldőpiaca. Ennek oka összetett, egyrészt a franciák nagy része meglehetősen magas jövedelmeket kap, valamint a munkavállalóknak gyakran 25 szabadnap áll rendelkezésére, amelyet a szabályozásoknak köszönhetően sokan kibővíthetnek akár 40 napra is. Nem elhanyagolható tény az sem, hogy a franciák évente 11 nemzeti ünnepet tartanak.

A Mintel becslése szerint a kiutazások száma 2012-ben 24,6 millió körül fog alakulni, és a kiadások várhatóan meghaladják majd a 29,0 milliárd eurót. A franciák általában minőségi szálláshelyeket, étkezési és programlehetőségeket, kirándulásokat keresnek az utazásaik során, így az egyes utazásokra jutó költség általában magas.

Az utóbbi időben sok francia visszafogta az utazási költségeit, inkább otthonához közelebbi úti célt választott, és csökkentették az utazások számát vagy az időtartamát. Azonban a főutazások tekintetében a lehető legkevesebb kompromisszumra voltak hajlandók. Mindennek eredményeképp a franciák szeretnek jó „üzleteket” kötni, ezért használják az ár-összehasonlító weboldalakat és veszik igénybe a last minute foglalási lehetőségeket és speciális ajánlatokat.

A franciák jellemzően inkább saját maguk szervezik és foglalják le az utazásaikat, ehhez leginkább az internetet veszik igénybe. Az okostelefonok és más mobiltechnológiák nagy mértékű használata valószínűleg további jelentős növekedést idéz elő az ország online utazási piacán. Jelenleg még kevés foglalás történik a telefonok segítségével.

Európa a legnépszerűbb desztináció a franciák körében, a listát Spanyolország és Olaszország vezeti. A francia turisták számára fontos a kultúra, a városnézés, ennek ellenére értékelnik tudják a wellness vagy a tengerparti utazásokat is. Más desztinációválasztások háttérében felfedezhető a franciák kalandvágyó szelleme, egyre többen utaznak Kínába, Thaiföldre és Vietnámba is. A helyi kultúra és nyelv megismerése szintén fontos a franciáknak, így népszerű ország még Tunézia, Marokkó és Kanada. Az észak-afrikai országok meglátogatásában fontos szerepet játszik, hogy sok francia onnan származik. A jól ismert politikai zavargások miatt Egyiptom és Tunézia 2011-ben sok francia turistát elveszített, bár valószínűleg néhány év múlva itt is növekedés várható.

A francia DGCIS (Versenyképesség, Ipar és Szolgáltatások Általános Igazgatósága) legutóbbi „Memento du Tourisme: Edition 2011” című publikációjából kiderül, hogy a francia kiutazó turizmus 2007 és 2010 között a gazdasági válság eredményeképp főleg az üzleti utak esetében mutatott csökkenést. Habár a Mintel kutatóintézet enyhe csökkenést jósolt tavaly, a turistaérkezések száma várhatóan fokozatosan növekedik majd 2012-ben és a további években. Az utazási aktivitás 37,6% körüli alakulásával a francia kiutazó piac növekedése behatárolt, a közvetlen jövőben valószínűleg visszafogott lesz az ország gazdasági és az eurozóna jól ismert problémái miatt.

Ahogy említettük, az internet szerepe fontos a francia kiutazó turizmusban. A fejlődő technológiának köszönhetően az információkeresési és a foglalási szokások megváltoztak. Egyre fontosabb szerepet játszik, hogy a turizmusban érdekelt oldalaknak (repülőjegy- és szállásfoglalási oldalak, turisztikai hivatalok honlapjai) legyen mobiltelefonra is alkalmazható verziójuk. A hotelek és más turisztikai vállalkozások közvetlen marketingcsatornákon keresztül, mint például a Facebook, próbálják elérni a fogyasztókat. A franciák is kedvelik a külföldi hotelek Facebook oldalait, ahol vendégek véleményeit és speciális ajánlatokat is olvashatnak.

További információk:

Magyar Turizmus Zrt.
Kutatási Iroda
Tel.: 488-8710
Fax.: 488-8711
E-mail: kutatas@itthon.hu
Internet: www.itthon.hu