

Perfil del Mercado del Turismo

FRANCIA

Documento elaborado por Oficina Comercial de Francia
en Mayo 2012

pro|CHILE

I. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO TURÍSTICO

Con más de mil millones de clientes, la industria de turismo es líder de las actividades de servicio en el mundo. Es un sector muy amplio y dinámico en la economía globalizada.

Representa un tercio del comercio internacional de servicio y es el sector económico que tiene el crecimiento más rápido.

En 2011, represento cerca de 9,1% del PIB global con más de 255 millones de empleos, es decir 8% de los empleos mundiales según la Cumbre Mundial del Turismo (abril 2012).

La OMT (Organización Internacional de Turismo) espera que el sector represente cerca de 300 millones de empleos en 2020.

En 2011, se contabilizó cerca de 980 millones de llegada de turistas en el mundo y se esperan mil millones de turistas en 2012.

Francia sigue siendo la primera destinación turística del mundo (en volumen) con casi 80 millones de turistas extranjeros en 2011 (+ 3% entre 2010 y 2011 según Frederic Lefèbvre, ex Secretario de Estado al turismo).

En valor, está en el tercer lugar detrás de Estados Unidos con 62 millones de turistas extranjeros en 2011 y España con 56,9 mil millones de Euros en 2011 (+ 8,1% entre 2010 y 2011 según el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio). China podría convertirse en la primera destinación turística de aquí al 2020.

El turismo es el primer sector económico en Francia, con un excedente de 7,9 mil millones de dólares y representando 6,9% del PIB.

Este sector emplea a 1 millón de personas en 230 000 empresas facturando 120 mil millones de Euros.

En 2011, cerca de 14,2 millones de franceses viajaron al extranjero según L'Express.

En 2010, el promedio del presupuesto anual por franceses fue de 1364 Euros, es decir el segundo de Europa, detrás de los noruegos (1692 Euros) y delante de los daneses (1345 Euros).

Francia se ubicó en el quinto lugar (después de Alemania, EEUU, UK y China) de la clasificación mundial de países que realizaron el mayor gasto por turismo internacional, desembolsando 38.500 millones de dólares en 2009.

Fuente: OMT, "Barómetro de Turismo, junio 2010"; DGCIS-Informe 2010

II. TAMAÑO DEL MERCADO:

- Datos generales:

Nombre oficial	República francesa
Capital	París
Población	65 350 000 habitantes (01/2012)
PIB	€ 2.070.300 millones (2012)
PIB /Hab	€ 44.400 (2011)
Salario neto mensual promedio	1.605 € (INSEE 2011)
Tasa inflación	+2,1% (2012)
Tasa desempleo	9,8% (4° trimestre 2011)
Moneda	Euro (€)

5 principales ciudades	Número de habitantes (intramuros)
París	2,2 millones (2012)
Marsella	840 000 (2011)
Lyon	480 000 (2012)
Tolosa	446 000 (2010)
Burdeos	237 000 (2009)

- Feridos nacionales y promedio de vacaciones:

Días Feriados	2012	2013	2014
Año nuevo	1 de enero	1 de enero	1 de enero
Lunes de Pascua	9 de abril	1 de abril	21 de abril
Día del trabajo	1 de mayo	1 de mayo	1 de mayo
8 de mayo 1945	8 de mayo	8 de mayo	8 de mayo
Jueves de ascensión	17 de mayo	9 de mayo	29 de mayo
Lunes de Pentecostés	28 de mayo	20 de mayo	9 de junio
Día nacional	14 de julio	14 de julio	14 de julio
Asunción	15 de agosto	15 de agosto	15 de agosto
Todo los santos	1 de noviembre	1 de noviembre	1 de noviembre
Armisticio	11 de noviembre	11 de noviembre	11 de noviembre
Navidad	25 de diciembre	25 de diciembre	25 de diciembre

La duración normal de vacaciones en Francia son 25 días, es decir 5 semanas. Además, cabe destacar que el horario legal es de 35 horas por semana pero muchas personas trabajan 39 horas y recuperan días libres. Así que generalmente, muchos franceses tienen más de 25 días de vacaciones.

Calendario Escolar

Francia está dividida en tres zonas para evitar que toda la gente se vaya de vacaciones al mismo tiempo.

Este calendario genera estacionalidad en los viajes de los franceses: Verano, Invierno y Primavera. Normalmente prefieren no viajar en Navidad y Fin de Año.

Calendario escolar de 2012-2013

Vacaciones	Zona A Caen, Clermont-Ferrand, Grenoble, Lyon, Montpellier, Nancy-Metz, Nantes, Rennes, Toulouse	Zona B Aix-Marseille, Amiens, Besançon, Dijon, Lille, Limoges, Nice, Orléans-Tours, Poitiers, Reims, Rouen, Strasbourg	Zona C Bordeaux, Créteil, Paris, Versailles
Vuelta a clase de los profesores	Lunes 3 de septiembre 2012		
Vuelta a clase de los alumnos	Martes 4 de septiembre 2012		
Vacaciones de Todos los Santos	Del sábado 27 de octubre 2012 al jueves 8 de noviembre 2012		
Vacaciones de Navidad	Del sábado 22 de diciembre de 2012 al lunes 7 de enero 2013		
Vacaciones de Invierno	Del sábado 23 de febrero de 2013 al lunes 11 de marzo 2013	Del sábado 16 de febrero de 2013 al lunes 4 de marzo 2013	Del sábado 2 de marzo de 2013 al lunes 18 de marzo 2013
Vacaciones de Primavera	Del sábado 20 de abril 2013 al lunes 6 de mayo 2013	Del sábado 13 abril 2013 al lunes 29 de abril 2013	Del sábado 27 abril 2013 al lunes 13 de mayo 2013
Vacaciones de Verano	A partir del 4 de julio de 2013		

- Los destinos preferidos de los franceses.

Los 100 destinos preferidos de los franceses en 2009

LES CENT DESTINATIONS PRÉFÉRÉES
DES FRANÇAIS EN 2009

Pays	Nombre de touristes en 2009	Variation/2008 en %
1 Espagne (Baléares et Canaries inclus)	7 916 165	-2,90
2 Italie (1)	4 820 493	NC
3 Grande-Bretagne	3 808 000	+4,70
4 Maroc	1 710 201	0
5 Portugal	1 666 917	+5,10
6 Tunisie	1 344 697	-3,60
7 Allemagne	1 249 522	+2,40
8 États-Unis	1 204 490	-3,20
9 Belgique	1 104 909	+2,30
10 Turquie	932 000	+5,30
11 Grèce	806 803	-7,90
12 Suisse	685 842	+2,20
13 Martinique/ Guadeloupe	683 857	-11,60
14 Pays-Bas	574 000	-0,20
15 Égypte	551 694	-6
16 Autriche	478 600	+1,20
17 Thaïlande	427 061	+7,19
18 Chine	424 800	-1,20
19 Canada	407 653	-3,20
20 Croatie	406 037	-7,60
21 Irlande	399 000	-5,70
22 Baléares	349 855	-4,60
23 Réunion	344 325	+10,70
24 Suède (1)	280 490	+15,70
25 République dominicaine	279 879	-4
26 Maurice	275 599	+6
27 Israël	265 000	-6
28 Sénégal	214 817	-5,60
29 République tchèque	224 891	-4,60
30 Hongkong	217 568	-5,20
31 Pologne	215 000	0
32 Brésil	205 860	-4,10

Pays	Nombre de touristes en 2009	Variation/2008 en %
33 Inde	195 000	-11
34 Vietnam	174 525	-4,20
35 Bulgarie	172 326	+41,30
36 Algérie (3)	170 233	NC
37 Mexique	164 283	-21,30
38 Indonésie	152 874	+28,00
39 Roumanie	150 052	-18,10
40 Dubai	141 759	-9,40
41 Japon	141 000	-4,30
42 Canaries	137 670	-17,80
43 Hongrie	133 448	-3,00
44 Liban	120 408	+30,80
45 Singapour	119 721	+7,70
46 Afrique du Sud	116 517	-8,90
47 Luxembourg	114 300	+4,00
48 Malaisie	110 054	+27,90
49 Norvège	105 000	+6,00
50 Cambodge	96 169	+7,60
51 Madagascar	95 985	-54,40
52 Russie	94 176	-8,80
53 Australie	93 300	+8,90
54 Finlande	84 000	-17,70
55 Cuba	83 500	-8
56 Malte	72 630	-10,60
57 Argentine	69 429	-3,40
58 Jordanie	65 225	+15,30
59 Pérou	64 960	+3,30
60 Chili	63 623	+1
61 Guyane	59 365	-4%
62 Pays Baltes (3)	57 651	NC
63 Slovénie	53 815	-8
64 Ukraine (2)	50 403	NC
65 Maldives	50 373	+4,70
66 Danemark (3)	47 310	NC
67 Slovaquie (2)	43 958	NC

Pays	Nombre de touristes en 2009	Variation/2008 en %
68 Kenya	41 062	+97,40
69 Polynésie	39 256	-7,40
70 Laos (2)	39 077	NC
71 Mali	38 261	-8,50
72 Syrie (2)	37 662	NC
73 Abu Dhabi	34 776	-5,30
74 Monténégro	33 080	+35,20
75 Seychelles	31 341	-0,20
76 Colombie	30 366	+11
77 Islande	28 818	+10,10
78 Bolivie (4)	27 304	NC
79 Nouvelle-Calédonie	26 832	-13,30
80 Chypre	26 180	-27,50
81 Guatemala	26 146	+21,30
82 Costa Rica	25 299	-27,00
83 Taïwan	25 245	+5,30
84 Bénin (2)	25 000	NC
85 Philippines	24 572	+7,30
86 Nouvelle-Zélande	23 227	+10
87 Venezuela (2)	23 026	NC
88 Cap-Vert (2)	21 057	NC
89 Népal (3)	20 250	NC
90 Tanzanie (2)	19 598	NC
91 Équateur (2)	18 876	NC
92 Oman	18 042	+37,80
93 Serbie (2)	16 324	NC
94 Sri Lanka	15 886	+50
95 Namibie (3)	15 019	NC
96 Zimbabwe (3)	14 446	NC
97 Bahamas	13 667	-5,30
98 Niger (3)	12 084	NC
99 Panama	11 166	-29,00
100 Birmanie (2)	10 889	NC

(1) En nuitées. (2) Chiffres 2008. (3) Chiffres 2007. (4) Chiffres 2006.

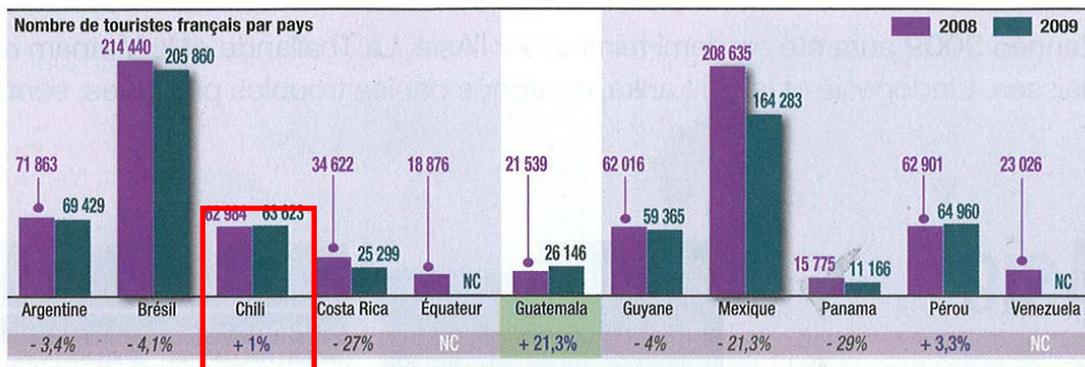


Francia sigue siendo el destino preferido de los franceses.

España, Italia, Grecia y EEUU estan en el top 10 de los destinos favoritos del verano 2011, y son muy apreciados.

Túnez, Marruecos y Egipto son históricamente los destinos preferidos de los franceses pero las repercusiones de la “primavera árabe” sobre el turismo siguen existiendo, sobre todo en Marruecos (- 1% de turistas franceses en 2011; y la actividad de los TTOO bajo un 15%). Túnez y Egipto empiezan a recuperar su retraso. (Figaro Economie)

Turistas franceses en América Latina en 2009:

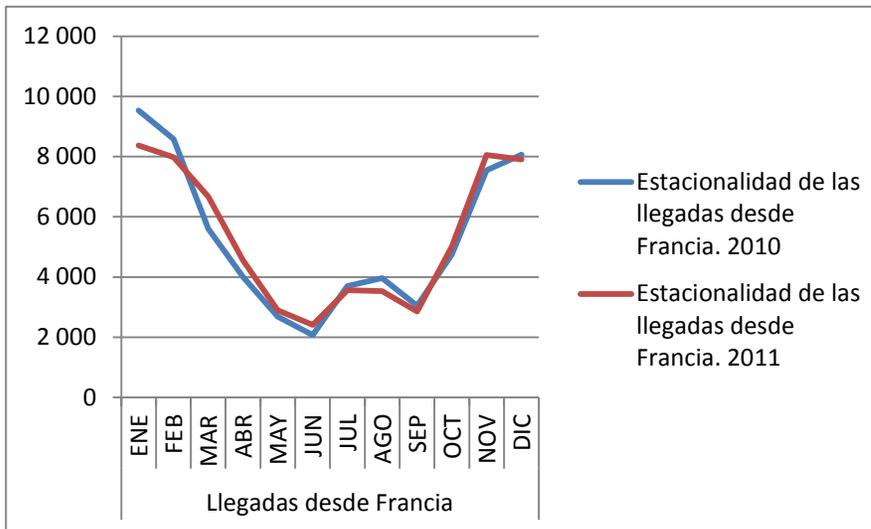


En 2010, 63.538 franceses viajaron a Chile, un poco menos que los 67.894 turistas alemanes.

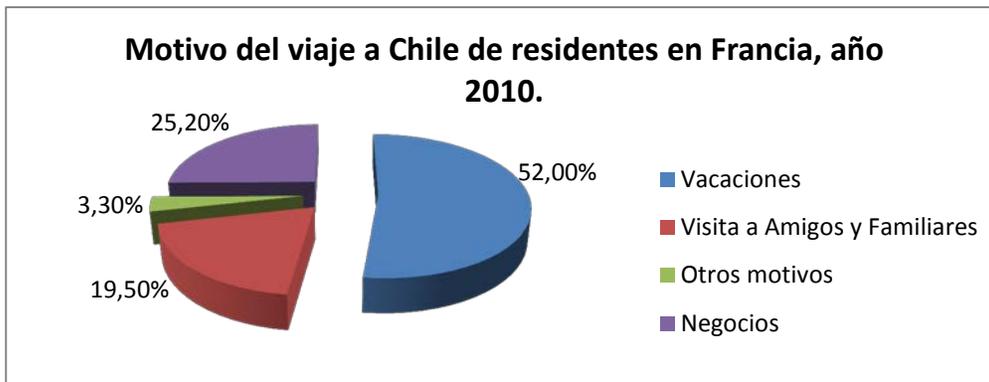
Turistas franceses en Chile:

Según las estadísticas reportadas del Servicio Nacional de Turismo de 2010, los turistas franceses gastaron un promedio de 1.088,80 US\$ para los que visitaron Chile por vacaciones y 1.321,50 US\$ para los que visitaron Chile por negocios.

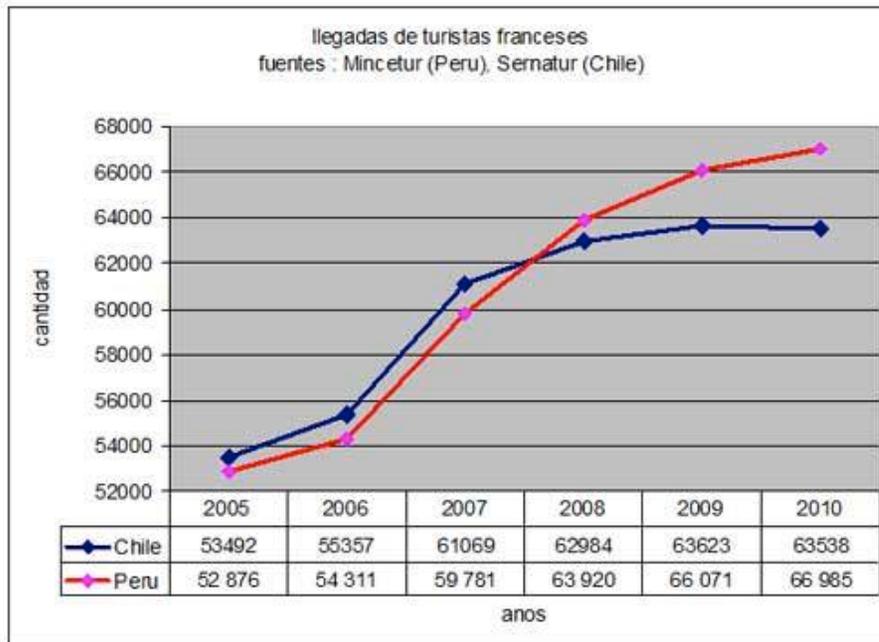
La estacionalidad del viaje de los franceses a Chile se refleja por una disminución importante de las visitas entre Abril y Octubre y, siendo entre Noviembre y Marzo los meses donde se registran la mayor cantidad de llegadas. Se observa el mismo fenómeno en 2010 y 2011.



En cuanto a la motivación de viaje de los franceses a Chile, la principal motivación en 2010 fue Vacaciones con un 52%, luego Viajes por negocios con un 25,2% y en tercer lugar las Visitas a Amigos y Familiares con un 19,5%.



El Dilema Chile/Perú:



Desde 2008, los turistas franceses “prefieren” Perú (66 985 llegadas en 2010) sobre Chile (63 538 llegadas en 2010), lo que se explica principalmente por la permanente promoción turística que hizo Perú esos últimos años (*workshops*, reportajes, presentaciones...).

Con la apertura de vuelos directos entre París y Lima en Junio 2011 (los vuelos directos entre París y Santiago también existen), el número de turistas franceses en Perú debería seguir aumentando pero un factor en contra es que el nuevo gobierno peruano decidió no mantener la *agregaduría* de turismo en Francia, lo que podría disminuir su *top of mind*.

Proyecciones de Turismo Mundial en 2020 (en millones de turistas):

	1995	1999	2000	2001	2010	2020
Mundo	565,5	650,5	698,8	688,6	1006,4	1561,1
África	20,2	26,5	27,6	28,5	47	77,3
Américas	108,9	122,2	129	119,3	190,4	282,3
Asia del este/Pacifico	81,4	97,6	11,9	114,9	195,2	397,2
Europa	338,2	380,2	403,3	400,5	527,3	717
Medio Oriente	12,4	18,2	20,6	19,4	35,6	68,5
Asia del Sur	4,2	5,8	6,4	6	10,6	18,8

Fuente: OMT

- Métodos de reserva:

Método de reserva	%
Agencia de viaje en línea	42,8 %
Directamente a transportista o hotel	32,3%
Agencia de viaje tradicional	21,3
Agencias de viaje de supermercado (Auchan, Carrefour, etc)	3,6%

Fuente: L'Echo Touristique (medio de prensa profesional), "Hors série, octobre 2010".

Estos métodos varían según el tipo de viaje: los "city breaks" se compran por Internet, mientras que los viajes a la medida se compran en agencias de tradicionales.

En marzo 2011, un estudio de Protourisme indicó que 61% de los franceses que van a viajar al extranjero están pensando en reservar todo o parte de su viaje en Internet.

- Duración de la estadía por destino:

	N° de viajes	N° de pernoctaciones	Duración promedio (en pernoctaciones)
Total	21.3 millones	198.1 millones	9,3
<i>Europa</i>	69,90%	55,50%	7,4
España	15,60%	14,70%	8,7
Italia	11,40%	8,80%	7,2
Bélgica/Luxemburgo	5,80%	2,40%	3,9
Alemania	5,00%	2,50%	4,7
Gran Bretaña	3,00%	1,90%	6
Portugal	3,00%	4,30%	13,1
Grecia	2,30%	2,90%	11,4
<i>Américas</i>	6,70%	10,50%	14,6
EEUU	2,80%	4,50%	15
<i>África</i>	14,80%	17,80%	11,2
Túnez	5,30%	5,70%	10,1
Marruecos	3,80%	4,50%	11
Egipto	1,80%	1,90%	9,8
<i>Asia/Oceanía</i>	5,50%	9,20%	15,7
<i>Dptos y Colectividades francesas de Ultramar</i>	3,20%	7,00%	15,7

III. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

1. CIFRAS CLAVES

Mientras que casi un 60% de los hogares franceses salían de viaje en 2007, solamente un 54% lo hizo en 2010 (OMT). En 2012, la tendencia se mejora: un 70% de los franceses planean salir de vacaciones (contra un 58% de los europeos), según el 12° barómetro vacaciones Ipsos/Europ Assistance.

En 2011, las estancias de los franceses aumentaron tanto en Francia (+ 2,7%) como en el extranjero (+ 7,1%), según Frederic Lefebvre, ex Secretario de Estado encargado del Turismo.

En Francia, 2011 fue uno de los mejores años para el turismo desde 2000, ya que la ocupación de los hoteles y los campings franceses aumento de un 3%: entre mayo y septiembre del 2011, los campings (+3,2% en 2011) registraron 107 millones de noches (el mejor nivel desde hace 10 años) y los hoteles (+2,8% en 2011) registraron 198 millones de noches (un record desde 2007). La actividad de los campings y hoteles en Francia aumenta gracias a la llegada de los turistas franceses sobre todo, pero la frecuentación de los turistas extranjeros representa un tercio de la ocupación de los campings y hoteles... y va aumentando. (INSEE)

Destaquemos que el hecho de salir de vacaciones cambia según el grupo socioeconómico. Por ejemplo, en enero 2012, 36% de los ejecutivos viajaron, contra 13% de los obreros y 16% de los inactivos. (OMT)

Estos porcentajes varían según el momento del año pero podemos decir que las clases con ingresos más altos viajan mas que las demás.

2. DESARROLLO DEL TURISMO DE INCENTIVO O DE NEGOCIOS EN FRANCIA (MICE)

La facturación de este mercado llegó a 8,91 mil millones de euros, con un aumento de un 1,2% en 2011, según el Gabinet Coach Omnium. El Turismo de negocio representa un 20% del mercado de turismo global.

En Francia, las tendencias son la autenticidad, actividades en naturaleza de auto-superación más que actividades llamativas.

Los destinos privilegiados son los países del mediterráneo, que son destinos baratos y que permiten desconectar completamente de Francia. Hasta la “primavera árabe” del principio de 2011, se privilegiaba países de África del Norte, mientras que ahora sería más Grecia o España. Los países árabes van recuperando sus turistas pero todavía no recuperaron su retraso.

Francia sigue siendo el mercado receptivo más grande del mundo. Las empresas que más organizan este tipo de eventos son las que emplean profesionales tales como los rubros de bancos, seguros, industria farmacéutica y estudios de abogados.

El costo es el principal factor de elección aunque en un grado distinto si es evento para empleados o clientes. El precio medio de un día contando actividades y noche de hotel es de 150 a 250 euros en Francia. Un día de actividad sin pernoctar está más cerca de los 100 euros por persona, por lo tanto dado la restricciones presupuestaria dada la crisis, este formato aumentó en un 4% en 2010.

Dentro de Francia, París es la ciudad más atractiva representando un 80% del mercado para las ferias y congresos. En lo que se refiere a la organización de congresos, París esta en el segundo lugar de las ciudades organizadoras de congresos (174 congresos en 2011), después de Viena. Francia esta en el quinto lugar de los países organizadores de congresos (428 en 2011), después de Estados Unidos, Alemania, España y Reino Unido, según la clasificación anual establecida por ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones).

Para seminarios y congresos menos importante se está empezando a elegir ciudades más pequeñas y más baratas.

3. SELECCIÓN DE LOS DESTINOS

Fuente de información para preparar viajes	Tasa
Internet	78,8%
Guías de viajes	62,3%
Boca a boca (familia, amigos etc.)	47%
Consejos de agencias de viajes	35,6%
Artículos de prensa, programa televisivo, películas etc.	32,3%

Criterio de elección del destino	Tasa
El precio más bajo	57%
Oferta amplia y consejos que se dan	49,6%
Calidad del consejo y personalización del viaje	45,7%
Facilidad de acceso a la información, rapidez	38%
Garantía en caso de problema	25,2%
Otros	2,9%

4. TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO

Intereses de los franceses que viajan	Tasa
Descubrimiento (museo, monumentos, etc.)	79,6%
Conocer nuevas culturas	70,3%
Descanso (playas, piscina, etc.)	59,2%
Aventura	28,1%
Actividad física y deportiva	25,1%
Divertimiento (bar, discoteca, etc.)	15,3%

Fuente: Tour Hebdo n°1445, 18 marzo 2011.

5. PERFIL DEL TURISTA

El perfil del francés que viaja al extranjero es un profesional, ciudadano y con un ingreso medio líquido de más de 3.700 euros mensual.

Un cuarto de los que viajan al extranjero tienen un presupuesto anual de viaje de más de 3500 euros por hogar. En 2011, un 29% tiene un presupuesto superior al de 2010 y un 10% uno más bajo.

Perfil del turista francés según la edad:

Menos de 35 años:

- Presupuesto limitado
- Criterio principal : el precio
- Reserva de último minuto
- Compran en internet

35-54 años

- Presupuesto medio : 2000 Euros
- Criterio principal : oferta y precio
- Viajes cerrado en paquete

Más de 55 años:

- Presupuesto superior a 2000 Euros
- Compran principalmente en agencias , pero también en Internet
- Viajes organizados y muy preparados.

Fuente = Tour Hebdo n°1445, 18 marzo 2011.

IV. ESTABILIDAD POLITICA Y ECONOMICA DE DICHO MERCADO

Francia es una república constitucional unitaria cuya mayor parte del territorio y de la población esta en Europa (Francia metropolitana), comprendiendo también regiones en el Pacífico, Américas y océano Índico. Francia representa 12,5% de la población de Europa con cerca de 70 millones de habitantes.

Su economía es capitalista, pero con intervencionismo del Estado bastante fuerte, hacen de este país uno de los líderes en los sectores del agroalimenticio, aeronáutico, automóvil, productos de lujo, turismo y nuclear.

Los sectores económicos de Francia se dividen de la siguiente manera:

Agricultura: 1.8%

Industria: 19.2%

Servicios: 79%

Francia tiene una economía abierta al mundo siendo el quinto lugar en término de exportación y el sexto para las importaciones. Sus intercambios se efectúan principalmente con países de la Unión Europea.

Además, es el tercer país receptor de inversión directa al extranjero, detrás de Estados Unidos y Reino Unido y segundo emisor de IDE detrás de Estado Unidos.

En 2011, Francia es la quinta potencia mundial económica, detrás de Estados Unidos, China, Japón, Alemania y delante de Brasil (que paso delante de Reino Unido) con un PIB de 2.070.300 millones de Euros.

Con un poco más de 40.000 USD por habitante, Francia ocupa el 18° lugar detrás de países de Europa, Estados Unidos, Japón entre otros.

No obstante, en estos tiempos de crisis mundial, la economía francesa comienza a dar signos claros de desaceleración. Una tasa de crecimiento inferior al 2% interanual (1,7% en 2011) puede provocar que la economía no genere empleo. Asimismo, una menor capacidad de crecimiento puede permitir a Francia recuperar su triple A, perdido en enero de 2012 (nota actual AA+).

Francia está en el promedio de Europa a nivel de desempleo con una tasa de 9,8% mientras países como España y Grecia tienen una tasa superior al 20%.

Fuente: INSEE, OCDE, FMI

V. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

1. CONECTIVIDAD DE LOS HOGARES FRANCESES

El 64,4% de los franceses tienen acceso a Internet y 90,6% a la alta velocidad. (INSEE)

Tasa de los individuos que usaron un computador en promedio, en los tres últimos meses (%)	Francia 2008	Francia 2009	Francia 2010 (Insee)
Casi cada día	54	56	80
Por lo menos una vez a la semana	13	13	17
No usaron computador	20	20	25

Fuente: Eurostat 2010 e Insee

Actividad en Internet de los tres últimos meses en Francia	Francia 2010
Actividad de entretenimiento e informática	
Servicio de viajes y alojamientos	51,8
Leer/descargar diarios/revistas de información en línea	27
Descargar software	25,2
Actividad de comunicación	
Comunicar	41,1
Enviar/recibir mensajes electrónicos	91,1
Actividades administrativas y bancarias	
Buscar información de organismos públicos	62
Usar servicios bancarios	65,5
Actividad de comercio	
Vender bienes y servicios	29,2

Fuente: Insee

Internet es la primera fuente de información. Los sitios de agencias de viajes son las más usadas (50%), delante de los sitios privados de operadores (40%). Los blog y fórum sobre turismo representan 22 % y los comparadores de precios 15%.

2. TRANSPORTE HACIA CHILE:

En Francia las salidas de vuelos de larga distancia salen todos desde París. Existen vuelos desde el resto de Francia hacia París que llegan en 1h30 máximo.

Existen tres compañías que permiten llegar fácilmente a Chile todos los días desde Francia, con tiempo de vuelos entre en 14 y 18 horas:

- Air France: Vuelo directo
- Lan-Iberia : Vuelo vía Madrid
- Tam: Vuelo vía São Paulo

El precio fluctúa entre 1500 a 2500 USD en clase económica.

VI. POLITICA NACIONAL SOBRE TURISMO

La política de Turismo en Francia está gestionada por el “Ministerio de Economía, Finanzas e Industrias”. Se creó la agencia de desarrollo turístico “Atout France” que está a cargo de modernizar y desarrollar el rubro en Francia siguiendo tres objetivos:

- Promover y desarrollar la marca « Francia » en lo internacional
- Adaptar su oferta a la demanda turística nacional e internacional
- Acompañar cada uno de los socios, privados y públicos con el objetivo de aumentar la competitividad económica

La agencia de desarrollo turístico de Francia es un Agrupación de Interés Económico (GIE), que permitió establecer un modelo de asociación pública-privada contando con:

- una sede en Paris, 5 delegaciones territoriales y 36 oficinas en el extranjero (de las cuales una en Buenos Aires que cubre Chile)
- 150 colaboradores en la sede central y 250 en la red de oficinas
- más de 1100 socios

Cada año se desarrollan más de 2000 operaciones de promoción hacia el público, prensa y profesionales: campañas de comunicación, relación de prensa, acción de e-marketing, organización de eventos, acción BtoB, publicación técnicas, asistencia técnicas en montajes de proyectos.

Las principales políticas públicas implementadas para el desarrollo del subsector son anuncios de medidas especiales como subsidios, normas de calidad para el alojamiento, entre otras.

Con la elección del nuevo Presidente François Hollande el 6 de mayo de 2012 y el cambio de gobierno, Sylvia Pinel, 34 años, fue designada Ministra Delegada a la Artesanía, el Comercio y el

Turismo. Su objetivo es dar un “nuevo impulso a la intervención pública” en el turismo “en cooperación con todos los operadores y todos los actores”.

Sus tres prioridades (evocadas en el programa del Partido Socialista durante las elecciones) son:

- hacer entrar en vigor el derecho a las vacaciones para todos
- reforzar la atractividad del destino Francia
- llegar a un nivel de excelencia del sector turismo en cuanto a la calidad y la durabilidad

VII. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

1. LOS 10 TTOO MÁS IMPORTANTES EN EL MERCADO FRANCÉS:

Nombre TTOO	Facturación 2011	Facturación 2009
Fusion Nouvelles Frontières/ Marmara	1.800 millones €	n-a
Groupe Club Méditerranée	1.420 millones €	1.360 millones €
Thomas Cook	n-a	666 millones €
Groupe Voyageurs du Monde	278 millones €	239 millones €
Vacances Transat	240 millones €	201 millones €
Kuoni	202 millones €	199 millones €

2. FERIAS

Feria	Sector	Fecha	Lugar
Top Resa www.iftm.fr	Feria profesional de turismo y de viajes	18 al 21 de septiembre 2012 ; 24 al 27 de septiembre de 2013	Paris Porte de Versailles, Francia
Map Pro www.lemondeaparispro.com	Workshop Internacional de profesionales grupo de turismo receptivos	18 al 19 de octubre de 2012	Paris Porte de Versailles, Francia
Mondial du Tourisme www.lemondeaparis.com	Feria de turismo y de viajes (Abierta al publico general)	15 al 18 de marzo de 2012; 21 al 24 de marzo de 2013	Paris Porte de Versailles, Francia

3. CAMPANAS DE OTROS PAÍSES

- Argentina:

www.argentina.travel

- Embajada de Brasil

Servicio de turismo

34, cours Albert 1er

75008 Paris

Francia

Turismo: + 33 (0)1 45 61 63 76

Mail: tourisme@bresil.org ; ebt.fr@embratur.gov.br ; assistant.ebt.fr@embratur.gov.br

Web : www.bresil.org ; www.braziltour.com

- Colombia:

Oficina de Turismo en Proexport

21-23 Boulevard Haussmann

75009 Paris

Mail: gcastillo@proexport.com.co

Tel: +33 1 56 03 66 52

Web: www.colombia.travel

- Ecuador:

Web: <http://ecuador.travel>

Durante la feria Top Resa en septiembre pasado, Ecuador sorprendió con su gran presencia publicitaria en la feria y en los metros.

- Mexico:

Web: www.visitmexico.com

- Perú (el gobierno peruano decidió no mantener la agregaduría de turismo en Francia)

Web: www.peru.travel

Perú está promocionando fuertemente su destinación en Francia teniendo una identidad visual más dinámica, acción de comunicación hacia los profesionales (campaña publicitaria, roadshows, eductour, etc) y del público general (campaña publicitaria realizada a través de afiches en las ciudades) y desarrollo de su oferta turística. Se hizo una gran campaña este año en conjunto con Air France que abrió líneas directas hacia Lima en junio pasado.

VIII. OTRA INFORMACION RELEVANTE SOBRE EL MERCADO

VISA:

Un francés no necesita visa para ingresar a Chile. Se establece el plazo máximo de estadía de 90 días. No paga ningún impuesto a la entrada del país. Es necesario tener un pasaporte válido 6 meses de la fecha de entrada y pasaje de avión de ida y regreso.

IX. CONTACTOS RELEVANTES (ASOCIACIONES, CÁMARAS DE COMERCIO, ETC.)

- **Portal del Ministerio de Economía, Finanza e Industria sobre el sector Turismo**

www.tourisme.gouv.fr

- **Sitio web del turismo en Francia (equivalente a Chile.travel)**

<http://fr.franceguide.com>

<http://int.rendezvousenfrance.com/en> (sitio en inglés)

- **A tout France** (Agencia de desarrollo del turismo en Francia)

www.atout-france.fr

- **Portal de las oficinas de turismo en Francia**

www.tourisme.fr

- **Oficina de Turismo de París**

www.parisinfo.com (sitio en español)

X. FUENTES DE INFORMACION RELEVANTES EN INTERNET.

- **Información del sector turístico editado por el gobierno francés**

www.veilleinfotourisme.fr

- **Diarios en línea**

www.laquotidienne.fr

www.lechotouristique.com

www.pros-du-tourisme.com/tourhebdo

- **OMT (organización mundial de Turismo)**

<http://unwto.org/fr> (sitio web en español)