



**turismo
connect**

Francia

22 julio 2021



Contenidos

- 1. Panorama general y actual - Francia*
- 2. Panorama del que partimos. Datos turísticos último trimestre 2020*
- 3. Perfil Viajero Francés*
- 4. Tendencias 2021 - Los viajes y viajeros francés*
- 5. Canal Comercial*
- 6. Canal Comercial – Presentación LastMinute*
- 7. Tendencias viajes 2021*



1. Panorama general y actual

Francia – Panorama general y actual

- Mas del **37% de la población vacunada** con dos dosis, fin de agosto 50% de los franceses serán totalmente vacunados
- **Un certificado verde digital será obligatorio** a partir del 21 de julio de 2021, en todos los recintos culturales y de ocio (teatros, cines, museos, parques de atracciones..), de lo contrario se exigirá una prueba PCR o antigénica. Desde el 1 de agosto, la tarjeta sanitaria será obligatoria en cafés, bares y restaurantes, aviones, trenes, etc.
- Desde el 9 de junio, **las conferencias y seminarios de empresa** pueden volver a ocurrir en Francia.
- **Test PCR** pagando por turistas extranjeros
- **Introducción de una lista de destinos con código de colores** para los viajeros franceses. Chile es en rojo, todos los viajeros deben presentar una razón convincente para entrar y a su regreso, un test PCR o antigénicos será necesario, una cuarentena obligatoria de 7 días para las personas vacunadas y de 10 días para las no vacunadas
- **El 59% de los franceses tiene ganas de volver a viajar** y 45% ha sentido un mayor deseo que antes de volver a explorar el mundo





2. Panorama del que partimos. Datos turísticos último trimestre 2020

Repartición de las salidas antes la Covid-19



Una fragmentación de la industria

La industria comercial francesa está muy fragmentada. También está muy diversificada en términos de oferta y potencial.

En esta visión general del sector francés, hay que saber que hemos tenido en cuenta los rendimientos de los viajeros a partir de 2019. De hecho, las cifras de 2020, debido a Covid-19, no reflejan los rendimientos habituales de los actores del comercio.

Reservas de paquetes de noviembre de 2019 a marzo de 2020 a través de TOs (fuente SETO) :



En 2019, **6,3 millones de franceses viajaron a través de un TO** incluyendo 3,8 millón (+7% respecto a 2018), es en viajes combinados. Esto representó 5.016 millones de euros (+2,5%), incluyendo 4.281 millones de euros en paquetes (-1,5%).

*Fuente : Tendencias de la temporada de invierno 2019/20 de la SETO (Asociación Francesa de Operadores Turísticos)

30% son viajeros de última hora

- › El 45% de los franceses desean viajar en temporada baja.
- › En general, 3 de cada 10 reservas se hacen de 1 a 3 meses antes del viaje. El 19% de las reservas se realizan de 6 meses a 1 año antes de la salida, especialmente para grupos (60%)
- › El fin de semana representa el 59% de los días de salida

Incremento de reservas de última hora



Desde el segundo trimestre de 2020 (Covid-19), la mayoría de las reservas son de última hora (de D-15 días a D-2 meses).



¿Están los franceses preparados para viajar?

En 2021 :

- El **59%** de los franceses tiene ganas de volver a viajar
- El **45%** ha sentido un mayor deseo que antes de volver a explorar el mundo
- El **24%** ha previsto viajar más en el futuro para compensar lo ocurrido en 2020



Más de $\frac{1}{4}$ de los franceses (18 %) tiene previsto viajar al extranjero antes de finales de 2021 (frente al 6% a finales de 2020)

En cuanto al presupuesto :

45% de los franceses ha declarado que su presupuesto para viajes no cambiará en 2021

7% "sólo" mencionó un impacto negativo de la crisis en su poder adquisitivo

La seguridad es la clave !



Medidas sanitarias

Dado que la seguridad será uno de los principales criterios de decisión de los viajeros franceses, es importante empezar a **comunicar todas las medidas sanitarias y de seguridad aplicadas** por el gobierno, las autoridades locales, las empresas de transporte, los hoteles y los operadores terrestres.

La importancia de la seguridad

64% de los franceses reservarán un determinado alojamiento si existe una política clara de salud e higiene

16% de los franceses aceptarán hacer una cuarentena para viajar a un destino

50% podría optar por alquilar un coche en el destino para evitar el transporte público



38%

Declararse listo para viajar en cuanto estén vacunados



3. Perfil del viajero francés

36 días de vacaciones al año

25.2%



Tasa de salida para estancias en el extranjero o en los DOM (17,6 millones de franceses)

73.8%



Los franceses realizan al menos un viaje al año



+11% de gasto en ocio y vacaciones (48.000 millones de dólares)



El 18% de la población francesa tiene previsto viajar al extranjero a finales de 2021 (frente al 6% a finales de 2020).



40,9

Millones USD

Gastos fuera de Francia



8.5

Noches

Media de las estancias en el extranjero o en los DOM



Un presupuesto de vacaciones similar en 2021

El 45% de los franceses afirma que su presupuesto para viajes no cambiará en 2021



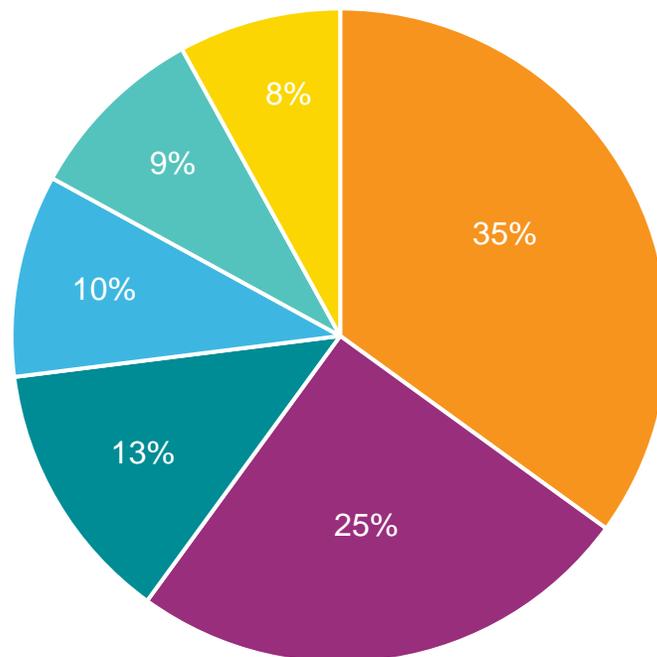
49 millones de salidas internacionales de ciudadanos franceses en 2019 (fuente: OCDE)

Los gastos

2 277 €: El presupuesto medio para viajes al año por persona

2 201 €: El presupuesto medio de las vacaciones de verano por hogar (un aumento del 13% en comparación con 2019)

Repartición de los gastos para vacaciones 2019



■ Accommodation ■ Flight ■ Food ■ Shopping ■ Transport once there ■ Activities



4. Tendencias 2021 sobre los viajes y viajeros francés

¿Cómo viajarán los franceses en 2021?

Los 3 factores principales para la elección del destino en 2021



51% Naturaleza y actividades al aire libre



41% Salud y seguridad



25 % Asequibilidad

Tendencias crecientes que hay que tener en cuenta



Slow turismo



Alimentación y digital

Slow tourism: ¿el futuro de los viajes después de Covid-19?

La crisis de Covid-19 también ha sido un factor crítico de cambio en la forma en que la gente siente los viajes y cómo piensa en sus futuras vacaciones. La gente anhela más que nunca la naturaleza y la autenticidad, pero también quiere viajar de **forma más responsable**.

El **turismo lento** es algo más que una tendencia reciente debida a la crisis, es también toda una **nueva forma de concebir lo que significa viajar basado en la reconexión**. El turismo lento se está convirtiendo cada vez más en **un nuevo modelo de viaje**.

El 52% de los franceses confirma estar afectado por un **alto nivel de ansiedad** en su vida diaria, y el 62% dice que se queda constantemente sin tiempo, de ahí el creciente interés por una forma más lenta de viajar.



Preocupación por el ecoturismo

La interrupción forzosa de los viajes provocada por la crisis de Covid-19 ha hecho que los turistas **sean aún más conscientes del impacto de sus viajes**. Por ello, cada vez más viajeros quieren minimizar su **huella ecológica y fomentar las economías locales**.



47%

Los franceses quieren viajar de forma más sostenible en el futuro



55%

Querrán ver cómo se utiliza su dinero para las comunidades locales



25%

Los viajeros franceses están dispuestos a pagar entre un 5 y un 10% más por unas vacaciones con menor impacto en el medio ambiente



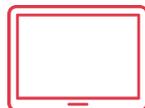
63%

Se espera que el sector turístico ofrezca más opciones sostenibles en la oferta de viajes



E-tourists

400

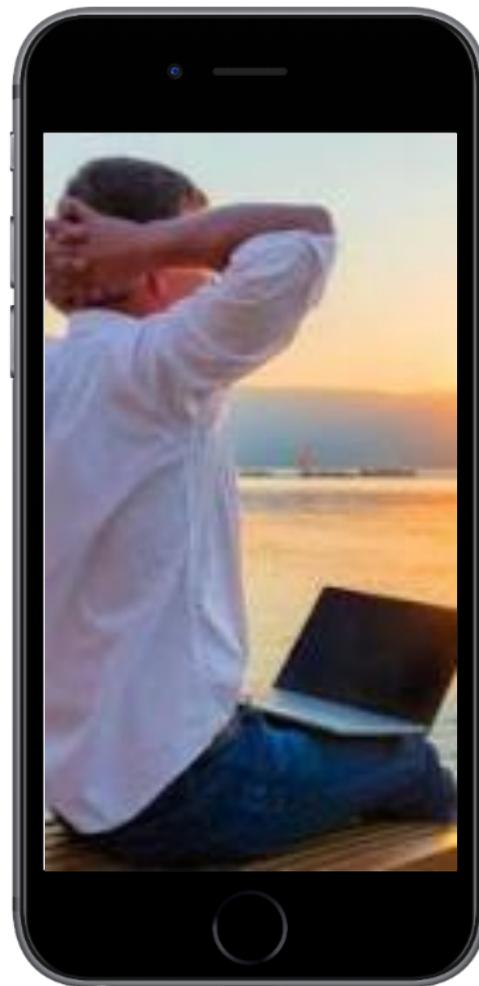


"Tiempos digitales" para preparar su viaje (90% en el móvil)

79%



Los viajeros franceses utilizan al menos un sitio web o una aplicación de reservas una vez en sus vacaciones



55%

La población reserva y paga sus vacaciones por Internet



58%

los viajeros utilizan el móvil para preparar sus vacaciones

Turismo local y responsable: qué piensan los franceses

Para los viajes de mañana, los franceses darán más importancia a



40% Llegar por sí mismos a su destino



32% las cuestiones y políticas medioambientales



30 % Transportes compensados o con bajas emisiones de carbono

Turismo de proximidad en los próximos 2 años



Alojamiento : preferencias del viajero responsable



Quedarse en casa de amigos o familiares



Alquiler privado (Airbnb, etc.)



Bed & Breakfast



Casa de vacaciones



Hotel independiente 3,4*



5. Canal Comercial

30% de reservas a través del trade



35%

Proveedor de servicios
(aerolínea, hotel)



30%
Agencia de viajes,
operador turístico



17%
Plataformas de búsqueda
(Liligo, kayak, Trivago...)



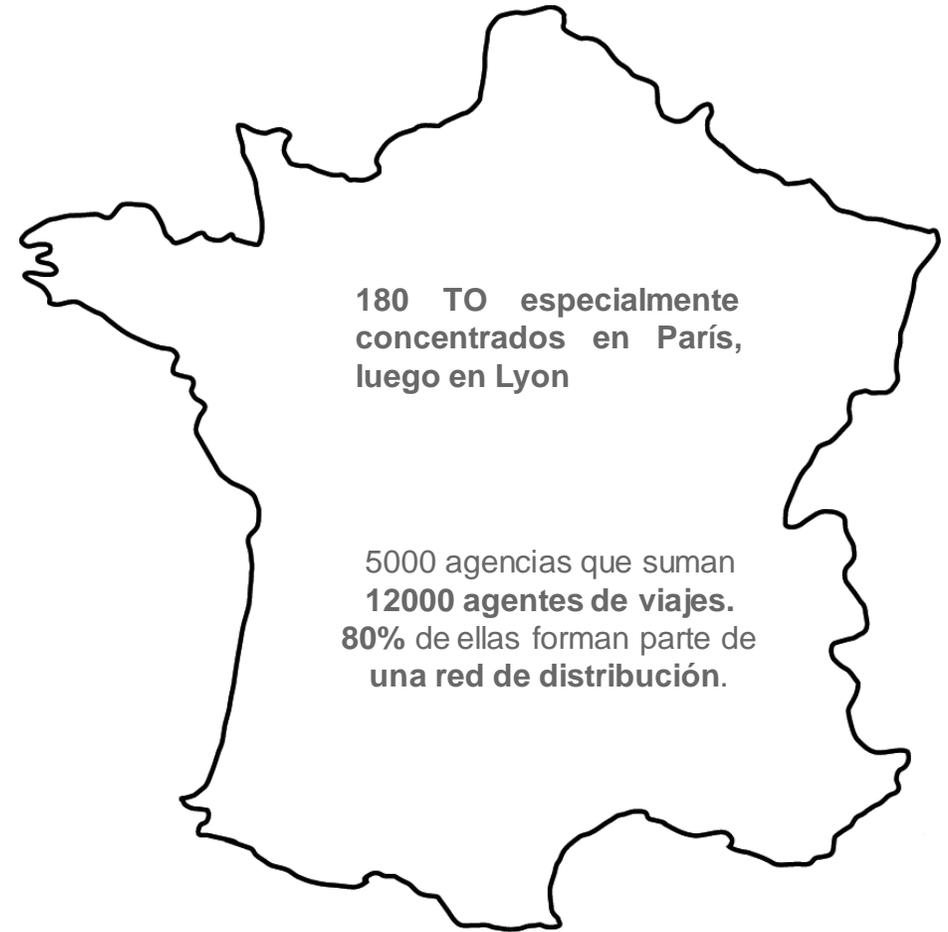
- › Plataforma de reservas
(airbnb, booking.com, etc.)
- › Otros (comités de empresa,
asociaciones)



Una producción concentrada en París, una gran diversidad de TOs especializados

Alta diversidad de TO's **especializados por segmento** (FIT, grupos o ambos), por canal de distribución (BtoC, BtoB o ambos), por oferta (balneario, cultura, senderismo...) o por zona (Asia, Norteamérica...).

LOs **TO deben adaptarse** al cierre de fronteras para seguir haciendo ventas. Por ejemplo: un TO históricamente especialista en la zona de América latina, ahora también vende destinos europeos para mantener un cierto nivel de actividad.



180 TO especialmente concentrados en París, luego en Lyon

5000 agencias que suman **12000 agentes de viajes**.
80% de ellas forman parte de una red de distribución.

Operadores turísticos y socios que venden Chile

Top 12	Operador turístico	NB pax
1	Croisières d'exception	650
2	Misterfly	524
3	Syltours	124
4	Altiplano	126
5	Alma Latina	112
6	Monde Authentique	105
7	TUI France	100
8	Verdie Voyages	87
9	Terres Lointaines	65
10	Salaun Holidays	58
11	Richou Voyages	28
12	Meltour	20

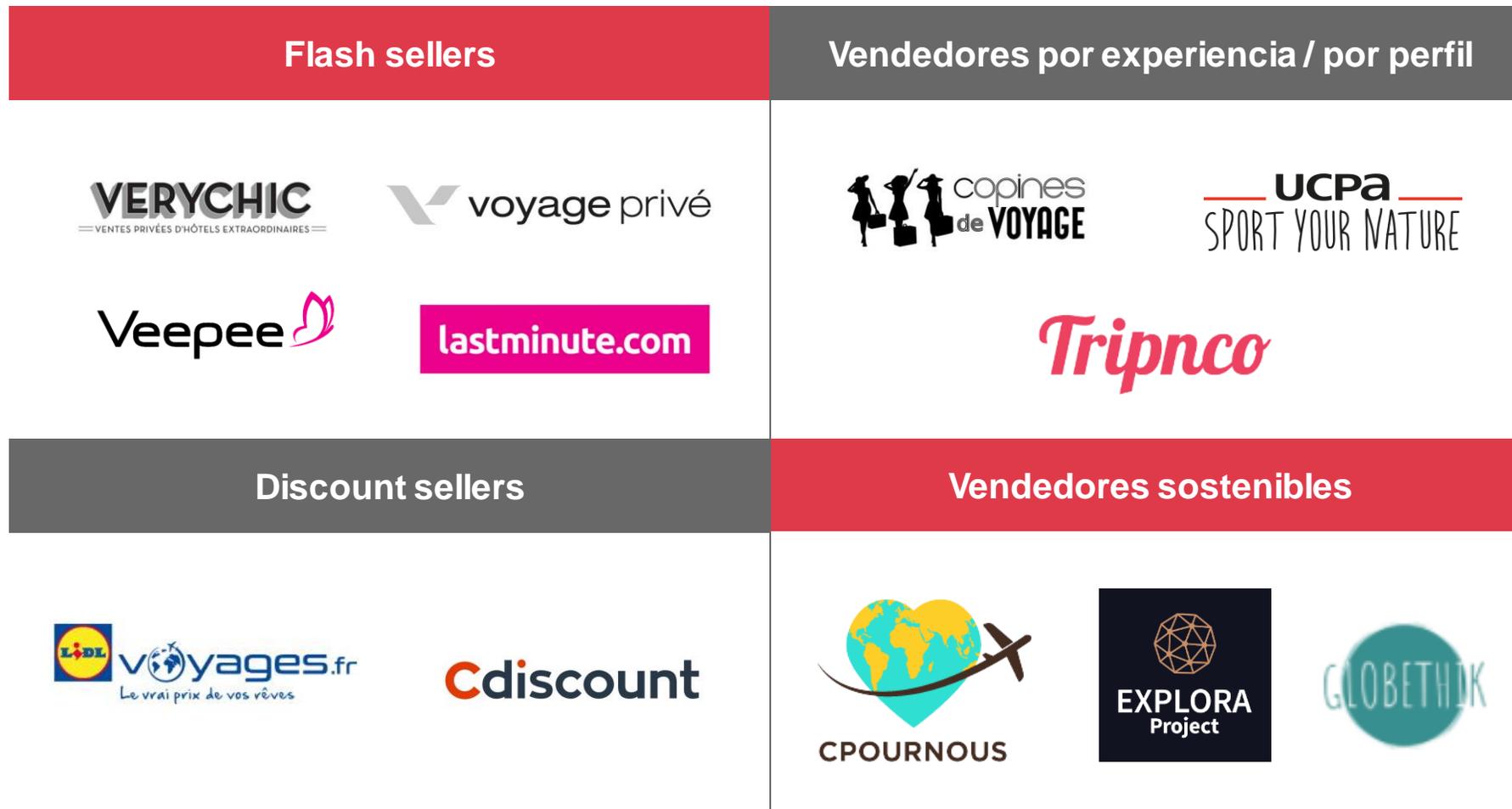


Top 10 TTOOs en Francia

(pax 2019 - fuente: Echo Touristique Summer 2019)

- 1 : TUI France
- 2 : Karavel / Promovacances
- 3 : Voyageurs du Monde
- 4 : Voyage Privé
- 5 : Jet Tours
- 6 : NG Travel
- 7 : Salaun
- 8 : Travel Lab (Kuoni France)
- 9 : FTI Voyages
- 10 : Exotismes

Aparición de nuevos vendedores



Aparición de nuevos vendedores





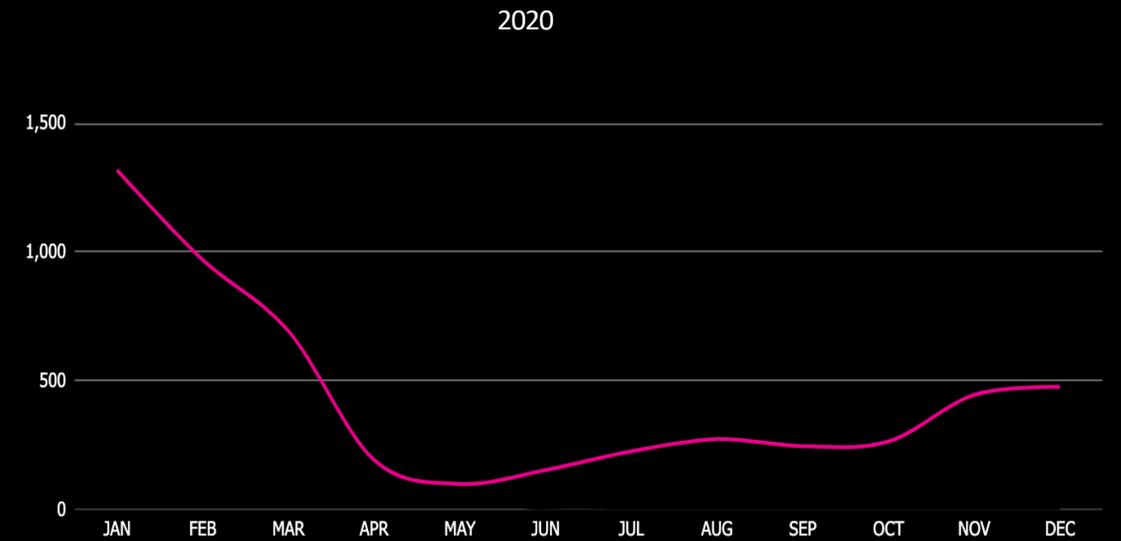
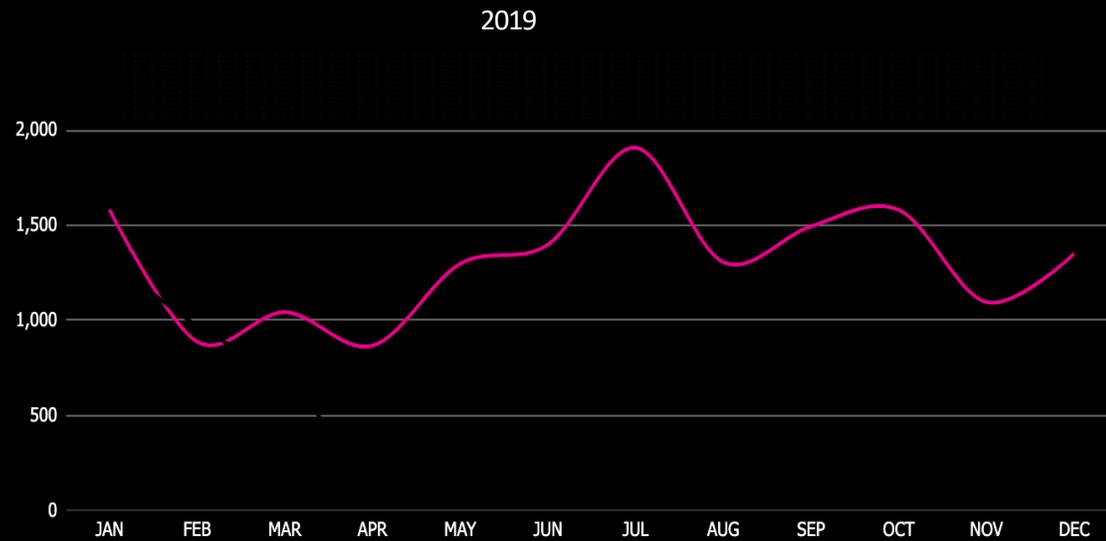
6. Canal Comercial – Presentación Lasminute

Tendencia de búsquedas a Chile desde Francia



www.chile.travel

2019 vs. 2020

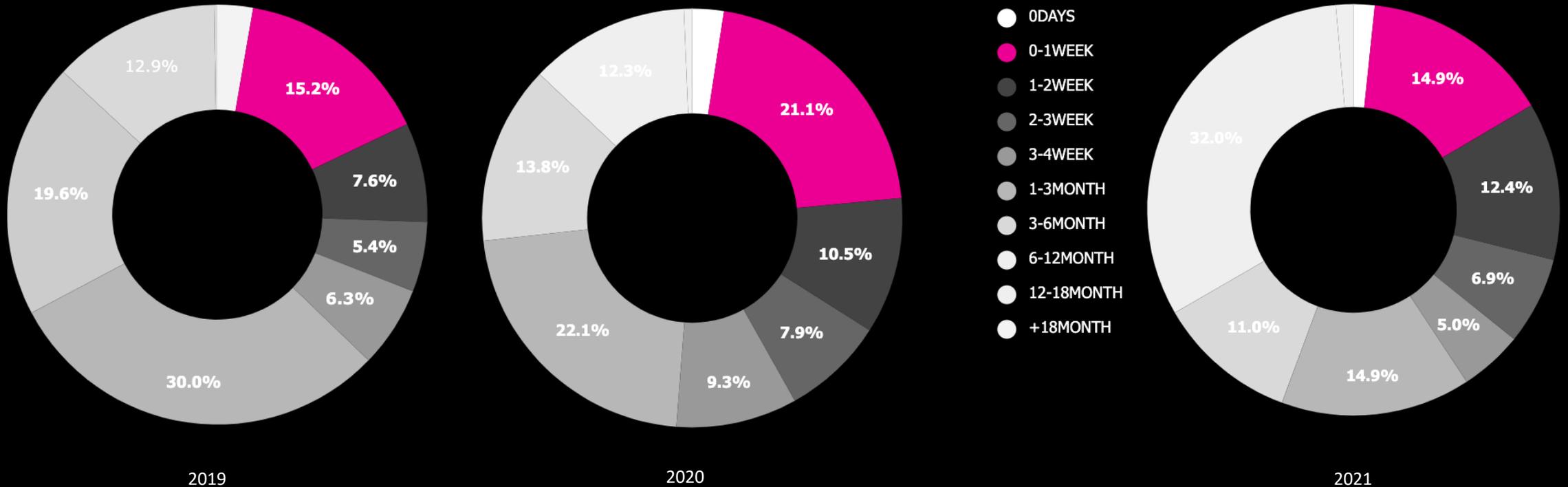


Fuente: lastminute.com Data Warehouse

Lead times Inbound a Chile

Los gráficos muestran la distribución del tiempo de espera desde que se inició la búsqueda hasta la fecha de salida.

Lead times busquedas a Chile desde Francia

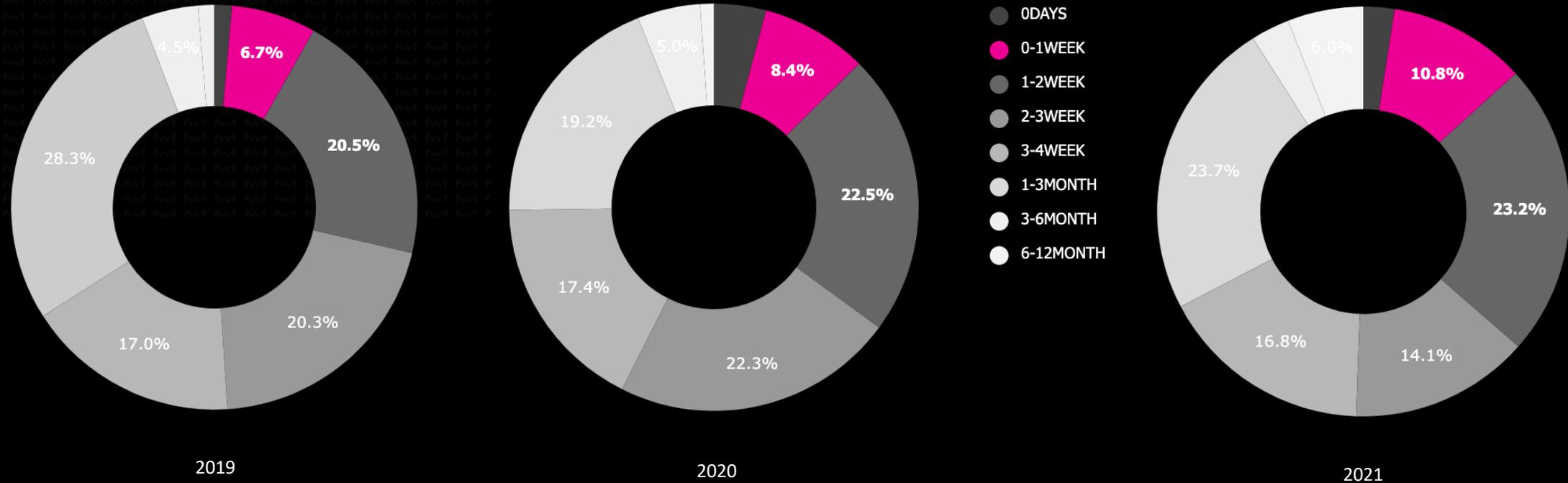


Source: lastminute.com Data Warehouse

Duración de la estancia

Los gráficos muestran la distribución del tiempo de estancia en Chile

Duración de la estancia en Chile desde Francia en los años 2019 vs 2020 vs 2021

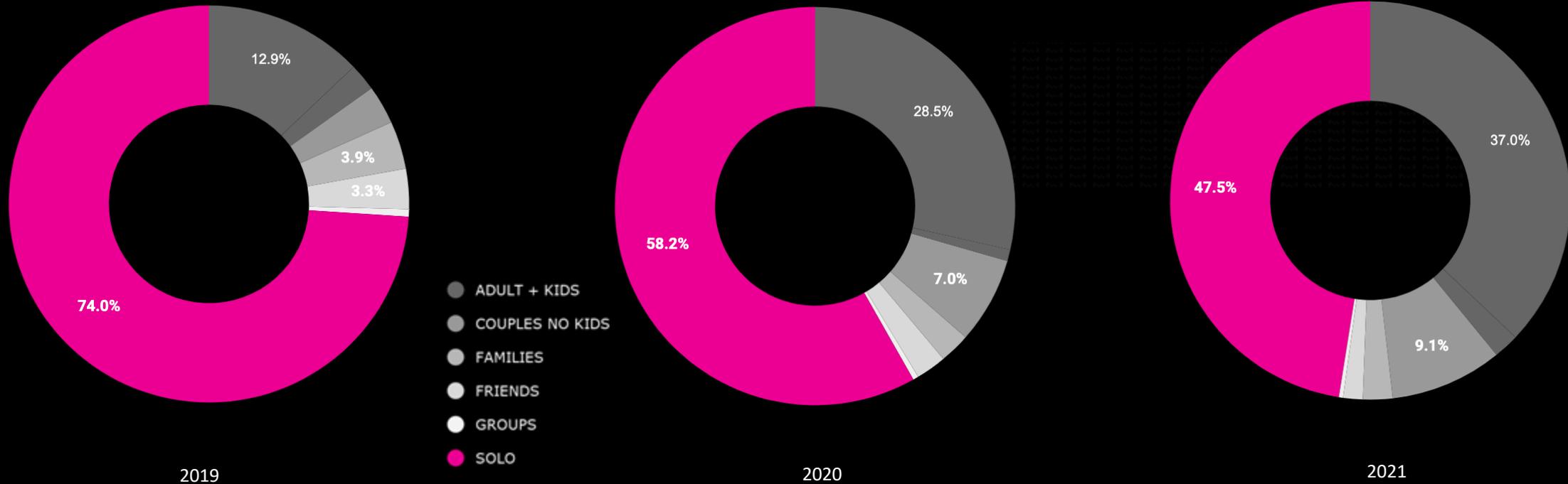


Source: lastminute.com Data Warehouse

Tipología de Audiencia a Chile desde Francia

Los gráficos muestran la distribución de búsqueda por tipo de pasajero

2019 vs 2020 vs 2021 mercado Francia



Fuente: lastminute.com Data Warehouse



7. Tendencias viajes 2021

To adapt post Covid marketing & trade strategies & activities



www.chile.travel



Medidas sanitarias

Dado que la seguridad será un criterio de decisión primordial para los viajeros franceses, es importante comunicar y actualizar todas las medidas sanitarias y de seguridad aplicadas por el gobierno, las autoridades locales, las empresas de transporte, los hoteles y los operadores terrestres.



Desarrollar ofertas medioambientales en zonas menos conocidas

Como las OT están pensando en el futuro del turismo, de una manera más responsable, favorecerán a los destinos que estén trabajando en una forma sostenible de visitar su país. Las OT también necesitan más ofertas con actividades en zonas menos concurridas para espaciar a los turistas.

Eventos virtuales e híbridos

Es esencial seguir organizando eventos virtuales y promoviendo el E-learning, ya que muchos TO y TA siguen trabajando a distancia y a tiempo parcial y porque las medidas sanitarias pueden cambiar rápidamente. También son necesarios los eventos híbridos, que permiten más actividades y activaciones alternativas.



Probablemente más intermediación

La gente seguirá viajando y probablemente con más intermediación. A raíz de la crisis de Covid, los turistas franceses se han dado cuenta de la necesidad de reservar a través de una agencia de viajes o de una OT, de tener un seguro y un apoyo en caso de repatriación, cancelación o aplazamiento.

