

Analiza Rynku Turystycznego Francji

Pierre Tabaszewski- II rok SUM,
turystyka międzynarodowa

Spis treści:

I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej ...	4
II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa)	15
III. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa).....	23
IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski	27
V. Analiza SWOT rynku turystycznego Francji	33
VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego ...	34

WPROWADZENIE:

FRANCJA jako rynek turystyczny należy do ścisłej światowej czołówki.

Od roku 1990 znajduje się na pierwszym miejscu na świecie pod względem liczby turystów (najchętniej wybierany kraj docelowy turystów), oraz na trzecim miejscu pod względem przychodów z turystyki.

Po rekordowym roku 2006, gdy Francję odwiedziło blisko 80mln turystów, przyszło lekkie obniżenie, związane z kryzysem ekonomicznym, by przynieść znowu ożywienie w roku 2010-2011. W dalszej części pracy podam dokładne dane statystyczne obrazujące tę tendencję.

Prognozy rynku turystycznego we Francji przewidują 100 mln turystów w roku 2015 i chcą poprawić statystykę tak, żeby Francja zajęła:

- 1-sze miejsce na świecie pod względem liczby turystów
- 2- gie miejsce na świecie pod względem przychodów z turystyki (chcą wyprzedzić drugą do tej pory Hiszpanię)
- 9-te miejsce pod względem przychodów przeliczanych na jednego turystę.

Potencjał Francji jest ogromny, szczególnie jako kraju docelowego. Na jej atrakcyjność składa się duża liczba i różnorodność punktów zainteresowania turystów jak:

- różnorodność pejzażu (zróżnicowanie ukształtowania terenu
- bogata spuścizna historyczna, kulturowa, artystyczna
- dobry klimat
- bogata oferta hotelowa
- łatwy i dobry dostęp do środków transportu i komunikacji
- bogata oferta parków rozrywki.

We Francji rozwinięta jest znakomicie każda forma turystyki. Istnieją jednak jeszcze możliwości jej rozwoju, szczególnie związane z nowymi tendencjami (wraz ze zmianami w stylu życia np. ekoturystyka, turystyka kulinarna, specjalna oferta dla nowych turystów np. turystów z Azji).

Francja jako kraj z dużą liczbą ludności, bogaty, z bogatym społeczeństwem, nawykłym do podróżowania jest również bardzo interesująca dla Polski. Jest dużym rynkiem potencjalnych klientów turystycznych, którzy odpowiednio zachęceni mogliby częściej przyjeżdżać do naszego kraju.

W dalszej części pracy pokażę tendencje związane z liczbą i potencjałem klientów francuskich dla rynku turystycznego w Polsce.

Spróbuję również, wskazać ewentualne propozycje, które mogą wpłynąć na wzrost liczby turystów francuskich w Polsce. Mam nadzieję, że moje propozycje zainteresują branżę turystyczną w Polsce i zostaną wykorzystane w promocji i ofercie turystycznej Polski.

Przygotowując pracę, korzystałem głównie z Internetu francuskiego, danych francuskich organizacji i stron rządowych (DGCIS) , Banku Francji i francuskich organizacji turystycznych. Niektóre dane,

(szczególnie z ostatniego roku), nie są kompletne, czasem są to dane szacunkowe lub na bazie przeprowadzonych ankiet. Możliwe jest jednak na ich podstawie, przeprowadzenie analizy rynku, szczególnie jeśli chodzi o turystykę we Francji.

Gorzej jest ze znalezieniem adekwatnych danych dotyczących turystów francuskich przybywających do Polski. Problem ten poruszę w dalszej części pracy.

I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej

1. Ogólne informacje o Francji

Położenie.¹

Francja położona jest w Europie Zachodniej. Sąsiaduje z Niemcami, Szwajcarią, Włochami (granica wschodnia) Belgią i Luksemburgiem (granica północna) oraz z Hiszpanią, Andorą i Monaco (granica południowa). Od północy ograniczona jest Morzem Północnym, na południu Morzem Śródziemnym. Na wschodzie przez Ren i Ocean Atlantycki na zachodzie. Francja jest trzecim co do wielkości państwem w Europie (powierzchnia 547 030 km kw.)

Długość granic lądowych wynosi 2889 km, zaś linia brzegowa 3427 km.

Rzeźba terytorium Francji jest zróżnicowana: ponad połowę terytorium stanowią płaskie i pagórkowate niziny do 200 m n.p.m., 1,5 % stanowią wysokie góry (Alpy i Pireneje). Reszta to stare góry (Wogezy, masyw Centralny, Masyw Armorykański) i tzw. baseny tzn.

charakterystyczne dla Francji niskie tereny otoczone zewsząd terenami wyższymi (Basen Paryski, Akwitański, Loary).

Klimat.²

Francja charakteryzuje się klimatem umiarkowanym, raczej łagodnym. We Francji występują cztery rodzaje klimatu:

- klimat oceaniczny i wilgotny, często z chłodnym latem (na zachodzie Francji na linii Bayonne-Lille)
- klimat półkontynentalny ze srogą zimą i gorącym latem (Alzacja, Lotaryngia, wzdłuż doliny Rodanu i w górach – Alpy i Pireneje)
- klimat umiarkowany z chłodną zimą i gorącym latem (na północy, w regionie paryskim i regionie Centre)
- klimat śródziemnomorski z łagodną zimą i upalnym latem (na południu Francji).

W terytoriach zamorskich może to być klimat zwrotnikowy, podzwrotnikowy czy równikowy

¹ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Francja>

² <http://pl.franceguide.com/>

Historia³

Historia Francji w bardzo istotny sposób determinuje rozwój turystyki w tym kraju. Zabytki i odkrycia archeologiczne dają świadectwo jej ponad 2500-letniej historii.

Istotnym elementem, dzięki któremu większość zabytków zachowała swą autentyczność jest mała skala zniszczeń w czasie II wojny światowej (ucierpiała głównie Normandia i tereny na płn. kraju).

Oto historia Francji w dużym skrócie:

Między 1500 a 500 r. p.n.e. na tereny dzisiejszej Francji przybyli celtyccy Gallowie. W 52 r. n.e. po starciu z Juliuszem Cezarem dostali się pod panowanie Cesarstwa Rzymskiego. IV-V w. tereny Galii (dawnej Francji) były atakowane przez barbarzyńskie plemiona Wizygotów (osiedlili się między Loarą a Garonną), Franków (osiedlili się w płn. Francji) i Burgundów (dzisiejsza Burgundia).

V-X w. na terenie Francji panują Merowingowie i Karolingowie. Wewnętrzne konflikty doprowadzają do rozpadu na małe państwa feudalne. W 732 r. Karol Młot pokonuje Maurów (tym sposobem Francja uniknęła najazdu Muzułmanów). Wnuk Karola Młota – Karol Wielki, umocnił państwo, przeprowadził istotne reformy i w 800 r. został koronowany na Cesarza Cesarstwa Rzymskiego. W IX w. Francję nękały Wikingowie (Normanowie), osiedlają się w dolinie dolnej Sekwany, tworząc państwo Normanów (dzisiejsza Normandia).

Francja odegrała kluczową rolę w wyprawach krzyżowych.

1309 r. – Papież Klemens V (Francuz z pochodzenia) przenosi stolicę apostolską z Rzymu do Awinionu

1337-1453- Wojna stuletnia z Anglią, walka o tron pomiędzy Kapetyngami i królem angielskim Edwardem III.

1429 – powstanie ludowe pod wodzą Joanny d'Arc zdecydowało o zwycięstwie Francuzów

Od 1465 r. Ludwik XI zjednoczył Francję (1480 r. przyłączono Prowansję, 1482 Burgundię).

1494-1559 – Francja rywalizuje z Habsburgami o hegemonię w Europie.

1562-1589 – krwawe wojny religijne między katolikami a protestantami (noc św. Bartłomieja 1572r.), zakończone przez wstąpienie na tron Henryka IV (dynastia Burbonów), edykt nantejski w 1598 r. zapewnia równouprawnienie religijne.

Panowanie Ludwika XIV – to szczyt absolutyzmu i potęgi Francji. Następuje wzrost potęgi morskiej Francji i rozkwit handlu kolonialnego (następują aneksje terytoriów zamorskich jak: posiadłości w Kanadzie, Luizjanie, na Antylach, w Indiach i w Afryce).

³ <http://www.world-adventure.net/kraj.php?krid=16&trid=2>

Za panowania Ludwika XVI następuje znaczne osłabienie ustroju, wzrost nienawiści do absolutnych władców, co znajduje wyraz 14.VII 1789 r. zdobyciem przez lud Bastylii, Francja zostaje monarchią konstytucyjną, przeprowadzone zostają reformy tzw. Deklaracja Praw Człowieka i Obywatela. Dzień ten jest do dziś Świętem narodowym Francji. PO straceniu króla i królowej w 1792 r. zostaje zniesiona monarchia i ogłoszona I Republika.

1799r. – Napoleon Bonaparte przejmuje władzę, w 1804 r. zostaje koronowany na Cesarza Francuzów. Liczne podboje Napoleona powiększają potęgę Francji, by w 1814 roku doprowadzić (po klęsce z Rosją) do upadku Napoleona.

1814-1815 . – Kongres Wiedeński, przywrócenie na tron dynastii Burbonów

1848r. – Rewolucja Lutowa, obalenie rządów Ludwika Filipa – ustanowienie II Republiki.

1852-1870 - czasy drugiego cesarstwa. Wypowiedzenie wojny Prusom, przegranej przez Francję (Francja traci w 1871 r. Alzację i Lotaryngię).

1871 r.- ustanowienie III Republiki, Zbuntowane społeczeństwo tworzy tzw. Komunę Paryską i obejmuje władzę. Rząd przenosi się do Wersalu.

1914-1918- udział Francji w I wojnie światowej, Francja odzyskuje Alzację i Lotaryngię.

1939 r. Przystąpienie Francji do II wojny światowej, kapitulacja w czerwcu 1940 r. i podział Francji na strefę okupacyjną i marionetkowe państewko z rządem w Vichy.

1944 – lądowanie aliantów amerykańskich, angielskich i kanadyjskich w Normandii i wyzwolenie Francji.

1946 – 1958 – rządy IV Republiki

Od 1958 r. do dzisiaj – V Republika

Podstawowe dane gospodarcze⁴

Francja ze swym potencjałem ekonomicznym zajmuje:

- 3 miejsce w Europie (po Niemczech i Wielkiej Brytanii)
- 6 miejsce w świecie (po USA, Japonii i Chinach)
- 4 miejsce wśród największych inwestorów na świecie
- 3 miejsce pod względem napływu inwestycji zagranicznych
- 5 miejsce wśród największych światowych eksporterów i importerów (w tym 2-miejsce w eksporcie produkcji rolno-spożywczej i 3- miejsce pod względem usług)

⁴ <http://www.copernic-avocats.com/Przewodnik-gospodarczy-Francja-2009-2010.pdf>

Najważniejsze gałęzie przemysłu francuskiego to:

- przemysł obronny
- przemysł lotniczy
- przemysł samochodowy
- przemysł energetyczny (energetyka jądrowa)
- przemysł wysokich technologii
- przemysł chemiczny i farmaceutyczny
- silnie zróżnicowane rolnictwo.

Trzeba również nadmienić, że Francja ma jedną z najlepiej rozwiniętych infrastruktur transportowo-drogowych i co ważne dla niniejszej pracy, infrastrukturę hotelarsko-gastronomiczną.

Struktura gospodarki francuskiej w tworzeniu PKB wygląda następująco:

Przemysł 20%

Energetyka 8%

Budownictwo 7%

Rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze 5%

Transport 5%

Handel i usługi 52%

Wskaźniki makro-ekonomiczne Francji

Podstawowe wskaźniki makroekonomiczne (% zmiana w skali roku)

	2008	2009	2010	2011*	2012*
PKB	0,2	-2,6	1,6	1,8	2,0
Konsumpcja prywatna	0,5	0,6	1,7	1,6	1,8
Konsumpcja publiczna	1,7	2,7	1,4	0,6	0,3
Nakłady brutto na środki trwałe	0,5	-7,1	-1,4	3,4	5,0
Stopa bezrobocia	7,8	9,5	9,7	9,5	9,2
Realne jednostkowe koszty pracy	0,9	2,5	0,3	-0,7	-0,8
Inflacja	3,2	0,1	1,7	2,2	1,7
Eksport	-0,5	-12,4	10,5	6,7	6,6
Import	0,6	-10,7	8,2	6,8	7,5
Deficyt budżetowy w % PKB	-3,3	-7,5	-7,0	-5,8	-5,3
Deficyt publiczny w % PKB	67,7	78,3	81,7	84,7	86,8

Źródło: European Economic Forecast, Spring 2011 (*dla 2011 i 2012 prognoza)

Polsko-francuskie obroty towarowe w latach 2007-2011 (w mln EUR)

	2007	2008	2009	2010	$\frac{2010}{2009}$	I-VI.2011*	$\frac{2011}{2010}$
Obroty	12 355,7	13 933,8	11 782,2	13 953,0	118	7 530,2	106
Eksport	6 202,7	7 210,4	6 826,2	8 155,62	120	4317,1	102
Import	6 152,9	6 723,4	4 956,0	5 797,42	117	3 213,0	111
Saldo	49,8	486,9	1 870,2	2 358,20	-	1 104,1	-

*Źródło: dane wg GUS, * dane wstępne*

Jeśli chodzi o wzajemne relacje gospodarcze Polski i Francji, to wyglądają one następująco:

Francja jest 4-tym partnerem handlowym Polski (udział 6% w całości naszych obrotów) i 3-cim inwestorem zagranicznym w Polsce (12% wartości inwestycji zagranicznych).

Polska dla Francji to: 10-ty klient i 15-ty dostawca, Polska pozostaje najważniejszym (obok Rosji) partnerem w Europie Środkowo-Wschodniej.

Ludność.

W 2011 r. Francję zamieszkiwało ok.65 milionów mieszkańców. Stanowi to ok. 1% światowej populacji. Francuzi stanowią 82% populacji (53,3 mln), Muzułmanie 10% (6,5 mln), emigranci 8% (5,2 mln). Gęstość zaludnienia to ok. 108 osób/km². Przewidywana średnia długość życia wynosi obecnie 81 lat. W Francji ok. 73% populacji żyje w miastach.

Spółeczeństwo francuskie przekształca się stopniowo ze społeczeństwa katolickiego w laickie. Oto jak wygląda procentowo udział wyznawców poszczególnych religii:

Katolicy 48,5-52%

Muzułmanie 8,5-10%

Protestanci 1,5-2,1%

Żydzi 1-1,3%

Hinduiści 0,8-1%

Sikhowie 0,7-1%

Ateiści 32-38,5%

Podział administracyjny Francji⁵



Pierwsze próby podziału Francji na departamenty i gminy miały miejsce już po Rewolucji Francuskiej w XVIII wieku. Obecny podział administracyjny ustalony został w drugiej Polowie XX wieku. Dzieli on Francję na 22 regiony (w Europie), 5 regionów zamorskich (Gujana Francuska, Gwadelupa, Martynika, Reunion, Majotta – od 2011 r.), zamorskie wspólnoty (Nowa Kaledonia, Polinezja Francuska, Wallis, Futura, St. Martin) i 2 terytoria specjalne (St. Pierre i Miquelon). Mniejsze jednostki administracyjne to: departamenty, okręgi, kantony i gminy.

Waluta. We Francji obowiązuje euro (EUR).

Przepisy wizowe. Dokumenty, które uprawniają do wjazdu na teren Francji to paszport lub dowód osobisty (pobyt trwający nie dłużej niż 90 dni)

Ustrój.

Francja jest republiką parlamentarną. Konstytucja Francji mówi, że „Państwo francuskie jest niepodzielną, laicką, demokratyczną i socjalną republiką”. Władza wykonawcza we Francji

⁵ http://pl.wikipedia.org/wiki/Podzia%C5%82_administracyjny_Francji

należy do prezydenta, wybieranego w wyborach powszechnych co 5 lat. Prezydent ma prawo powoływania i odwoływania premiera, którego musi zatwierdzić Zgromadzenia Narodowe (izba niższa parlamentu). Prezydent jest odpowiedzialny za politykę zagraniczną, jest głównym dowódcą wojska i ma prawo wydawać dekrety, a także negować ustawy. Władza ustawodawcza należy do dwuizbowego Parlamentu, który dzieli się na Zgromadzenie Narodowe (577 deputowanych- 5 letnia kadencja, wybierani przez obywateli) i Senat (343 członków wybieranych na 6 letnią kadencję przez lokalne władze departamentów). Senat jest ciałem doradczym.

Ustrój ten jest charakterystyczny dla Francji i rzadko występuje na świecie. Uważany jest za wyjątkowo silny i stabilny.

2.Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów

Wielkość, struktura i dynamika odwiedzin

Geografia atrakcji ⁶

Paryż- największe miasto i stolica Francji. Położone jest ono na północy Francji nad rzeką Sekwaną. Najslynniejszą atrakcją Paryża jest **Wieża Eiffla (fr.Tour Eiffel)**. uznawana za symbol Francji. Położona jest na Polu Marsowym. Została zbudowana na Wystawę Światową roku 1889r. Ma wysokość 324 m. Inną ważną atrakcją jest **Luwr (fr. Louvre, Musée du Louvre)**- jedno z największym muzeów na świecie i największe w Paryżu ma powierzchnię 210 000 m², z których ok. 60 000 m poświęconych jest zbiorom dzieł sztuki. Położone jest w sercu miasta. Najslynniejsze eksponaty znajdujące się w muzeum to m.in.Mona Lisa, Wenus z Milo. Luwr jest najczęściej odwiedzanym muzeum na świecie. Inną atrakcją turystyczną jest **La Defense**- dzielnica biznesowa Paryża. Powstała w latach 60-tych, gdy wzrosło zapotrzebowanie na przestrzeń biurową. W jej skład wchodzi najwyższe budynki Paryża oraz ekskluzywne hotele. **Centrum Pompidou**- składa się z biblioteki oraz muzeum sztuki. Zostało ono otwarte w 1977 r. Położone jest w dzielnicy Beaubourg. **Pałac Wersalski- (fr. Château de Versailles)**- pałac królewski,symbol monarchii absolutnej, obecnie muzeum, promowany jako jedna z największych atrakcji turystycznych Francji. Położony jest na obrzeżach Paryża. **Katedra Notre-Dame**- położona jest na **Île de la Cité**, na wyspie na Sekwanie w Paryżu.

Lazurowe Wybrzeże (fr. Côte d'Azur)- region turystyczny na południu Francji. Co roku przyjeżdża tu 10 mln turystów. Najważniejsze miasta na Lazurowym Wybrzeżu to: **Saint-Tropez**- wypoczywają tam znane osobistości, w mieście z łatwością odnajdziemy duże luksusowe hotele i restauracje; **Nicea**- znana ze swoich plaż jest drugą po Paryżu

⁶ <http://www.atrakcje-turystyczne.com/europa/francja/>

najpopularniejszą destynacją turystyczną, w zabytkowej części miasta występują liczne zabytki. W Nicei znajduje się ponad 2000 obiektów hotelarskich. Inną popularną formą noclegu są kempingi. Będąc na Lazurowym wybrzeżu nie można zapomnieć o **Monako**- położone 18 km na wschód od Nicei, państwo miasto znane głównie z Grand Prix F1, inne atrakcje to kasyna, plaże, porty. Odwiedzana jest corocznie przez 700 000 turystów

Szlak Zamków nad Loarą- stanowi atrakcję dla turystów związanych z turystyką poznawczą. W Dolinie Loary znajduje się ponad 300 zamków i pałaców. Pochodzą one z różnych epok (średniowiecze, renesans). Najbardziej znanym miastem tego regionu Francji jest Tours. Większość zamków pochodzi z okresu renesansu i została zaprojektowana dla królów i arystokratów francuskich przez włoskich artystów. Zamki nad Loarą były miejscem wypoczynku dla możnych francuskich.

Alpy i Pireneje- bogata oferta dla aktywnych turystów, związana z uprawianiem narciarstwa i turystyką wspinaczkową.

Francja posiada 32 obiekty wpisane na Światową Listę Dziedzictwa UNESCO, co świadczy o jej niezwyklej atrakcyjności.

- **Oto lista najważniejszych i najciekawszych obiektów do zwiedzania we Francji:**

Rocamadour (lista UNESCO)

Carcassonne (lista UNESCO)

Nancy i Place Stanislas (lista UNESCO)

Avignon i Pałac Papieski (lista UNESCO)

Besanson i jego Cytadela (lista UNESCO)

Cytadela w Vauban

Lazurowe Wybrzeże

Amfiteatr w Nimes i Arles

Pałac w Wersalu

Zamki nad Loarą (lista UNESCO)

Bretonia

Zamek Książąt bretońskich w Nantes

La Rochelle i jej stary port

Fort Boyard

Stare Miasto w Lyon (Lista UNESCO)

Bordeaux centrum historyczne

Annecy i jej znane jezioro

Centrum historyczne w Metz i Centrum Pompidou w Metz (otwarte w 2010 r, nie mylić z paryskim)

Centrum historyczne w Reims- katedra i Pałac du Tau (lista UNESCO)

Centrum historyczne w Rouen : zegar Gros Horloge, katedra Notre Dame, Place Vieux Marche

Katedry w Chartres i Amiens

Wybrzeże Akwitanii i wydmy du Pyla

Alpy : Chamonix i Mont Blanc
Mont-Saint-Michel
Parki Rozrywki: Disneyland Paris, Park Asterix, Futuroscope, Francja w miniaturze,
Walibi, Nigloland etc.
Wielkie konstrukcje: wiadukt w Millau, wiadukt w Garabit
Zamki w Roussillon
Senlis – stare miasto
Sarlat i grotty w Lescaux (malowidła prehistoryczne)
Parki Narodowe
Paryż (najczęściej zwiedzane miasto na świecie)
Lourdes- miejsce kultu katolickiego
Pont du Gard (lista Unesco)
Prowansja
Puy de Dome
Puy Mary i Mont du Cantal
Dolina l'Ubaye (Alpy)
Fortyfikacje Vauban
Ardeche
Pałac Koenigsbourg
Bagna La Camargue

Najczęściej zwiedzane miejsca we Francji (wg l'ONT w 2008 roku):

1. Paryż (30 mln turystów)
2. Disneyland Paris (15,3 mln)
3. Katedra Notre Dame (13,5 mln)
4. Lasek w Fontainebleau (13 mln)
5. Targ Staroci Saint- Oven (11 mln)
6. Bazylika Sacre-Coeur Montmartre (10,5 mln)
7. Muzeum w Luwrze (8,5 mln)
8. Park i pałac w Wersalu (7,5 mln)
9. Wieża Eiffla (7 mln)
10. Centrum George Pompidou w Paryżu (6,6 mln)
11. Starówka w Lyonie (6 mln)
12. Pałac w Wersalu (5 mln)
13. Bazylika w Lourdes (4,7 mln)
14. Katedra w Strasburgu (4,5 mln)
15. Nicea (4,3 mln)
16. Święto światła w Lyonie (4,2 mln)
17. Posiadłość w Saint-Cloud (4,1 mln)
18. Monte Carlo (4 mln)
19. Centrum naukowe La Villette (3,9 mln)
20. Park Miribel-Jonage (3,5 mln)
21. Mont-Saint-Michel (3,25 mln)

- 22. Carcassonne (3,2 mln)
- 23. Starówka w Strasburgu (3,1 mln)
- 24. Port i miasto La Rochelle (3 mln)
- 25. Muzeum l'Orsay (3 mln)

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna

a) infrastruktura komunikacyjna we Francji należy do najlepszych w Europie:

- drogowa : całkowita długość dróg wynosi 893300 km, w tym autostrady 12000 km

- kolejowa : krajowa sieć kolejowa wynosi ok. 30 tys. km,(co daje Francji 2 miejsce w Europie). Francja posiada najlepszą w Europie sieć szybkich połączeń obsługiwanych przez TGV (train a grande vitesse), czyli pociągi dużych prędkości (średnia prędkość wynosi 320 km/godz., a rekord prędkości wynosi 574,8 km/godz). Pociągi te obsługują ok. 30 stacji docelowych za granicą (Belgia, Holandia, Niemcy, Anglia, Włochy, Szwajcaria) oraz ok. 100 stacji krajowych.

- lotnicza: Francja posiada obecnie ok. 300 lotnisk, w tym 55 dużych portów lotniczych. Największym i najważniejszym przewoźnikiem są linie Air France. Istotnym elementem rozwoju infrastruktury lotniczej jest rodzima produkcja w Tuluzie samolotów pasażerskich Airbus (bardzo popularnych we wszystkich liniach lotniczych świata).

- szlaki wodne: drugi w Europie system żeglowny, 8500 km szlaków wodnych głównie na Sekwanie, Rodanie, Garonnie, Renie, Loarze).

b) infrastruktura turystyczna we Francji jest doskonale rozwinięta. Pozwala ona na przyjęcie ponad 80 milionów turystów w ciągu roku, stale się rozwija i nastawiona jest na ciągłe podnoszenie standardu świadczonych usług.

Przedstawię poniżej możliwości zakwaterowania turystów w różnego rodzaju placówkach noclegowych oraz liczbę oferowanych łóżek (dane z 01.01.2012)

Liczba oferowanych łóżek (dane 01.01.2012)

Tabela nr 3

Rodzaj placówki	Liczba placówek w tys.	Liczba łóżek w tys.	%
Hotele	17	1229,4	6,1
Rezydencje turyst. itp.	2,1	664,6	3,3
Kempingi	7,8	2716,6	13,4
Kluby wakacyjne i pensjonaty	1,1	271,2	1,3
Pokoje do wynajęcia	161,8	728,2	3,6
Zajazdy	36,8	73,6	0,4
Schroniska młodzieżowe	0,3	35,6	0,2
Druga rezydencja (domy letniskowe)	2902,9	14514,6	71,7
Razem:	3129,8	20233,8	100

Jak widać we Francji liczba placówek oferujących zakwaterowanie wynosi ok. 3129,8 tys. Niebagatelną rolę odgrywają tzw. drugie rezydencje, które posiadają nie tylko Francuzi, ale również wielu Niemców, Brytyjczyków, Belgów.

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.

Francja jako kraj strefy euro jest atrakcyjna dla wszystkich Europejczyków należących również do strefy euro. Ceny w krajach tej strefy są podobne i niekonieczna jest wymiana waluty, co bardzo ułatwia podróżowanie. Jest krajem bogatym, z wysokim dochodem, dlatego Francuzi mogą sobie pozwolić na podróże, zarówno po Francji jak i za granicę.

CTI (consommation touristique interieure) czyli wydatki na turystykę poniesione we Francji stanowią 7,1% PKB (rok 2010) i wyniosły 137,6 mld euro, z czego 92,2 mld euro to wydatki poniesione przez turystów francuskich (co stanowi 68,5 % konsumpcji turystycznej wew., czyli 4,9 % PKB). Turyści zagraniczni „pozostawili” we Francji 43,3 mld euro co stanowi 31,5% konsumpcji turystycznej wew. oraz 2,2 % PKB.

Ogólnie wśród społeczeństwa francuskiego wydatki globalnie na sektor turystyczny stanowią ok. 10 % wydatków gospodarstw domowych (noclegi, agencje podróży, transport lotniczy, sektor restauracji, itp.).

Aby dać wyobrażenie o skali wydatków na turystykę można podać dla przykładu, że 30% wydatków w restauracjach i kawiarniach i 27% wydatków na paliwo, to wydatki poniesione przez turystów (francuskich i zagranicznych).

W dalszej części pracy przytoczę dane liczbowe, które potwierdzą, że ok. dwie trzecie wszelkich dochodów z turystyki zostaje wypracowana przez turystów francuskich.

5. Narodowa administracja turystyczna

Podstawową jednostką, która zajmowała się promowaniem turystyki we Francji jest Office National du Tourisme. Francja była pierwszym krajem, który stworzył na wniosek ministra Alexandra Milleranda taką jednostkę już w 1910 roku. W 1920 powstało pierwsze biuro informacji turystycznej w Londynie pod nazwą „Maison de la France”, przemianowanej w 2009 roku na „Atout France”. „Atout France” posiada aktualnie 33 biura za granicą, które zajmują się promowaniem i rozwojem turystyki francuskiej. Wszelkie informacje związane z turystyką we Francji umieszczane są na oficjalnych stronach Office du Tourisme pod nazwą „France Guide”. Oczywiście władze regionalne, departamentalne bądź lokalne mają prawo tworzyć własne organizacje pod nazwą „Syndicat d’initiative” dotyczące promocji ich regionu, czy lokalnych atrakcji. Również grupy profesjonalne tworzą własne grupy np. zrzeszenia hotelarzy, restauratorów, przewodników turystycznych itp.

II. Rynek recepcji turystycznej (zagraniczna turystyka przyjazdowa)

1. Przyjazdy i główne kraje emitujące:

Francja z ponad 80 mln turystów jest od wielu lat pierwszym krajem docelowym turystów na świecie.

Tabela nr 4

Przyjazdy turystów zagranicznych do 10 najczęściej odwiedzanych krajów				
Miejsce w 1980	Miejsce w 2011	Kraj	Przyjazdy w 2011 w mln	Zmiana 2011/2010 (w %)
1	1	Francja	81,4	4,9
2	2	USA	62,3	4,2
18	3	Chiny	57,6	3,5
3	4	Hiszpania	56,7	7,6
4	5	Włochy	46,1	5,7
52	6	Turcja	29,3	8,5
7	7	Wlk. Brytania	29,2	3,2
9	8	Niemcy	28,4	5,7
25	9	Malezja	24,7	0,5
8	10	Meksyk	23,4	0,6
Źródło: Organisation mondiale du tourisme.				

Tabela nr 5

Przychody z turystyki 10 najlepiej zarabiających na niej krajów				
Miejsce w 1980	Miejsce w 2011	Kraj	Przychody w 2011 (w mld \$)	Zmiana 2011/2010 (w %)
1	1	USA	116,1	12,2
4	2	Hiszpania	59,9	14
2	3	Francja	54,5	17
34	4	Chiny	48,5	5,9
3	5	Włochy	43	10,9
6	6	Niemcy	38,8	11,9
5	7	Wlk. Brytania	35,1	8,3
24	8	Australia	31,4	5,4
-	9	Makao	nd	nd
19	10	Hong Kong	27,7	24,9
Źródło: Organisation mondiale du tourisme.				

Dane przedstawione w powyższych tabelkach potwierdzają pierwsze miejsce Francji jako najchętniej odwiedzanego kraju na świecie i 3-cie miejsce pod względem przychodów z turystyki. Ciekawe są dane dotyczące innych państw, co na przestrzeni 30-tu ostatnich lat daje obraz zmieniających się preferencji turystycznych, często związanych ze zmianami polityczno-ekonomicznymi (jednak pozycja Francji pozostaje niezachwiana).

Wśród turystów zagranicznych ok. 85% stanowią turyści z Europy. Wśród nich więcej niż połowa, to turyści z Niemiec, Wlk. Brytanii i Beneluxu. W ostatnich latach daje się zauważyć wzrost liczby turystów z krajów, których gospodarka ostatnio bardzo przyspieszyła np. Chiny, Indie, Brazylia. To sektor turystów, do których powinna zostać skierowana akcja promocyjna w celu zwiększenia ich liczby, gdyż ich potencjał stale wzrasta (coraz bogatsza klasa średnia, która stanowi trzon osób przyjeżdżających do Francji).

Poniższa tabela przedstawia wielkość i dynamikę przyjazdu turystów zagranicznych do Francji na przestrzeni 2009-2011 roku

Tabela nr 6

Przychody Francji z turystyki (3 miejsce na świecie)						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
w mld \$	46,3	54,3	56,6	49,5	46,6	54,5
% na świecie	6,2	6,3	6	5,8	5	5,3
% w Europie	12,3	12,5	12	12	11,4	11,7

Analizując okres od 2006 do 2009 widać, że trudniejszy okres dla turystyki francuskiej dotyczył lat związanych z kryzysem gospodarczym (spadek liczby turystów oraz przychodów z turystyki) szczególnie w roku 2008 i 2009. Od roku 2010 obserwujemy wzrost liczby turystów.

Tabela nr 7

Turyści zagraniczni we Francji (w tys.)				
	2009	2010	2011	Ewolucja 2010/2011 (w %)
Europa	65245	65710	67732	3,1
Belgia	10165	10013	10109	1
Niemcy	10692	11410	11648	2,1
Szwajcaria	5438	5450	5667	4
Włochy	7250	7178	7987	11,3
Anglia	12193	12246	12378	1,1
Hiszpania	4874	4939	5467	10,7
Holandia	7224	7002	6497	-7,2
Kraje UE	58704	59079	60732	2,8
Strefa €	43971	44448	45486	2,3
Ameryka	5491	5679	6608	16,4
USA	3061	2909	3325	14,3
Kanada	873	962	925	-3,8
Brazylia	627	777	951	22,4
Azja i Oceania	4205	4538	5002	10,2
Bliski Wschód	835	889	780	-12,3
Chiny	740	910	1127	23,9
Japonia	697	596	622	4,3
Australia	952	1021	1143	12
Afryka	1823	1721	2069	20,2
BRIC	1795	2479	2891	36,9
RAZEM:	76764	77648	81411	4,8

Tabela nr 8

Wydatki turystów we Francji i ich udział w PKB					
	2006	2007	2008	2009	2010
Wydatki turystów (w mld €)	128,5	135,8	139,7	136,6	137,6
Turyści francuscy	86,3	90,5	94,5	94	94,2
Obcokrajowcy	42,2	45,3	45,2	42,6	43,3
Udział wpływów z tur. w PKB (w %)	7,15	7,2	7,23	7,23	7,12
Turyści francuscy	4,8	4,8	4,89	4,98	4,88
Obcokrajowcy	2,35	2,4	2,34	2,25	2,24
Ewolucja wydatków turystów (w %)	4,3	5,7	2,9	-2,2	8,7
Turyści francuscy	4,5	4,9	4,4	-0,5	0,2
Obcokrajowcy	3,8	7,3	-0,2	-5,7	1,7

Tabela nr 9

Oferta zakwaterowania z 01.2012 we Francji			
	Placówki (w tys.)	Łóżka	
		w tys.	w %
Hotele	17	1 229,40	6,1
Pensjonaty	2,1	664,6	3,3
Kempingi	7,8	2 716,60	13,4
Ośrodki wakacyjne	1,1	271,2	1,3
Apartamenty turystyczne	161,8	728,2	3,6
Pokoje gościnne	36,8	73,6	0,4
Schroniska młodzieżowe	0,3	35,6	0,2
Razem kwatery komercyjne:	226,9	5 719,30	28,3
Domy letniskowe	2 902,90	14 514,60	71,7
Razem:	3 129,80	20 233,80	100

Źródło: Insee, DGCIS, partenaires régionaux, SNRT, FNGF.

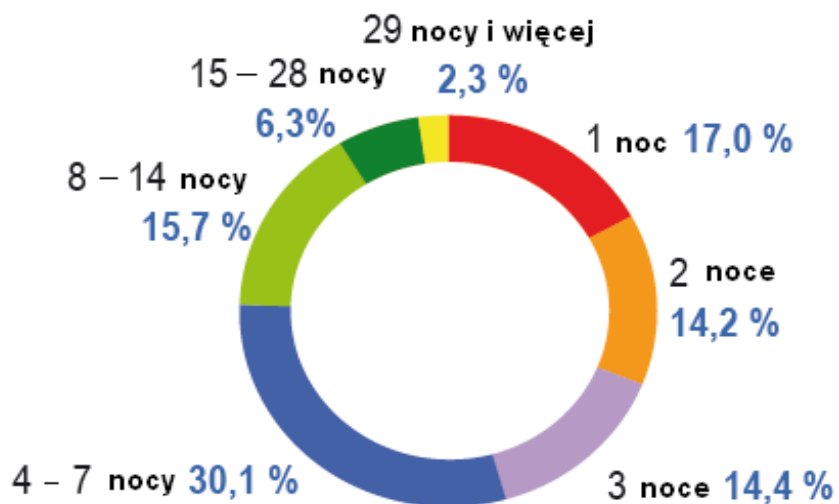
Tabela nr 10

Przyjazdy, noclegi i dochody z turystyki zagranicznej według kontynentów				
	Liczba turystów w tys.	Noclegi w tys.	Liczba wycieczkowiczów w tys.	Przychody w mln €
Razem:	81 411	581 314	118 784	39 160
Europa	67 732	448 696	114 597	30 782
UE	60 732	407 284	89 905	27 555
Strefa euro	45 486	298 258	83 778	21 686
Ameryka	6 608	60 441	2 488	3 855
Azja i Oceania	5 002	41 418	1 032	2 908
Afryka	2 069	30 760	667	1 615

Źródło: DGCIS, Banque de France, enquête EVE (résultats provisoires).

Procentowy rozkład liczby turystów według długości pobytu we Francji.

Wykres nr 3



Jak widać na wykresie, najwięcej turystów (30,1 %) pozostaje we Francji 4-7 nocy. Turyści jednodniowi stanowią jednak też ważny odsetek (17 %).

Jak już wspominałem, najwięcej turystów przyjeżdża do Francji z Europy, szczególnie z krajów UE. Przyjazdy ułatwiają przepisy o ruchu bezwizowym z Schengen. Turyści przyjeżdżają najczęściej z powodów turystyczno-wypoczynkowych, odwiedzin znajomych a także z powodów profesjonalnych (udział w szkoleniach, konferencjach, warsztatach itp.

Wśród turystów europejskich najczęstszym środkiem lokomocji jest samochód. Wraz z rozwojem tanich linii lotniczych coraz częściej wybierany jest samolot, rzadziej pociąg. Przy przemieszczaniu się turystów na terenia Francji bardzo popularne są szybkie pociągi TGV, oferujące doskonały komfort i szybkość przejazdu. Poza tym pociągi przyjeżdżają do centrum danego miasta, co wyklucza konieczność straty czasu przy dojazdach z i na lotniska..

Wśród turystów spoza Europy najczęstszym środkiem transportu jest samolot (krótki czas podróży). Przy doskonale rozwiniętej sieci lotnisk we Francji nie ma problemu, by dolecieć do każdego regionu, w pobliże miejsca docelowego. Bardzo dobrze działają sieci wypożyczalni samochodów, co ułatwia turystom transport wewnątrz kraju i jest bardzo korzystne, szczególnie przy wyjazdach rodzinnych lub w małych grupach (transport 3-ech, 4-ech lub 5-ciu osób jest bardzo atrakcyjny cenowo).

2. Dochody z turystyki przyjazdowej

Podsumowując powyższe dane, widzimy, że wydatki turystów we Francji w roku 2010 wyniosły 137,6 mld euro, z czego zdecydowaną większość ponieśli turyści francuscy (ponad 2-krotnie). Udział wpływów z turystyki stanowił 7,1 % PKB (turyści francuscy „wypracowali” 4,88 % PKB, zaś obcokrajowcy 2,24% PKB).

Patrząc na wskaźniki, jakie niesie sektor turystyczny dla gospodarki francuskiej, można podać jeszcze następujące wskaźniki określające wagę tego sektora:

- a) wymiana turystyczna z zagranicą w 2011 roku:
 - przychody z turystyki zagranicznej: 39,2 mld euro
 - wydatki turystów francuskich za granicą: 31,7 euro.Wynika z tego, że saldo pozostaje dodatnie i wynosi 7,5 mld euro (dane : Banque de France)
- b) Przedsiębiorstwa sektora turystycznego w 2010 roku

Tabela nr 11

Przedsiębiorstwa sektora turystycznego 2010				
	Liczba przedsiębiorstw	Zatrudnienie na pełnym etacie	Obroty w mln €	Vat w mln €
Zakwaterowanie	36 143	150 627	21 322	9 283
Restauracje	147 099	407 892	42 612	19 318
Sprzedaż napojów	48 223	41 300	6 823	3 084
Agencje podróży	5 969	33 488	13 532	1 873
Razem	237 434	633 307	84 289	33 557
Udział w gospodarce	7,90%	5,50%	2,50%	3,50%
Źródło: Insee, Esane 2010.				

Jak widać na załączonej tabeli, sektor turystyczny stanowi prawie 8% udziału w gospodarce państwa, poziom zatrudnienia na pełnym etacie to 5,5 % ogółu zatrudnionych. Wskaźnik ten waha się w zależności od sezonu i nie obejmuje liczby zatrudnionych w niepełnym wymiarze godzin

Tabela nr 12

Zatrudnienie w sektorze turystycznym we Francji					
2006	2007	2008	2009	2010	Ewolucja 2009/2010
797137	833683	837514	841244	857720	2%
Źródło: Compte satellite du tourisme, base 2005, DGCIS ; Comptes nationaux, base 2005, Insee.					

Patrząc na dane o całkowitym zatrudnieniu w sektorze turystycznym widać, że liczba zatrudnionych rośnie z roku na rok, co świadczy o zwiększaniu się liczby turystów i zapotrzebowaniu na oraz większą liczbę usług turystycznych.

3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.

Jak już wcześniej przedstawiłem, rynek francuski jest od zawsze najciekawszym rynkiem turystycznym świata. Ciekawe są zmiany dotyczące turystów z „nowych” krajów, które po zmianach polityczno-gospodarczych w ich rodzimych krajach zaczęły tworzyć nową rzeszę turystów żądnych poznać ciekawe turystycznie miejsca. Ponieważ we Francji jest tych miejsc bardzo dużo, stała się ona dla nich jedną z pierwszych planowanych miejsc docelowych. Liczba turystów z Chin, Indii, Brazylii, Korei pd. czy Rosji wciąż rośnie i to dzięki nim

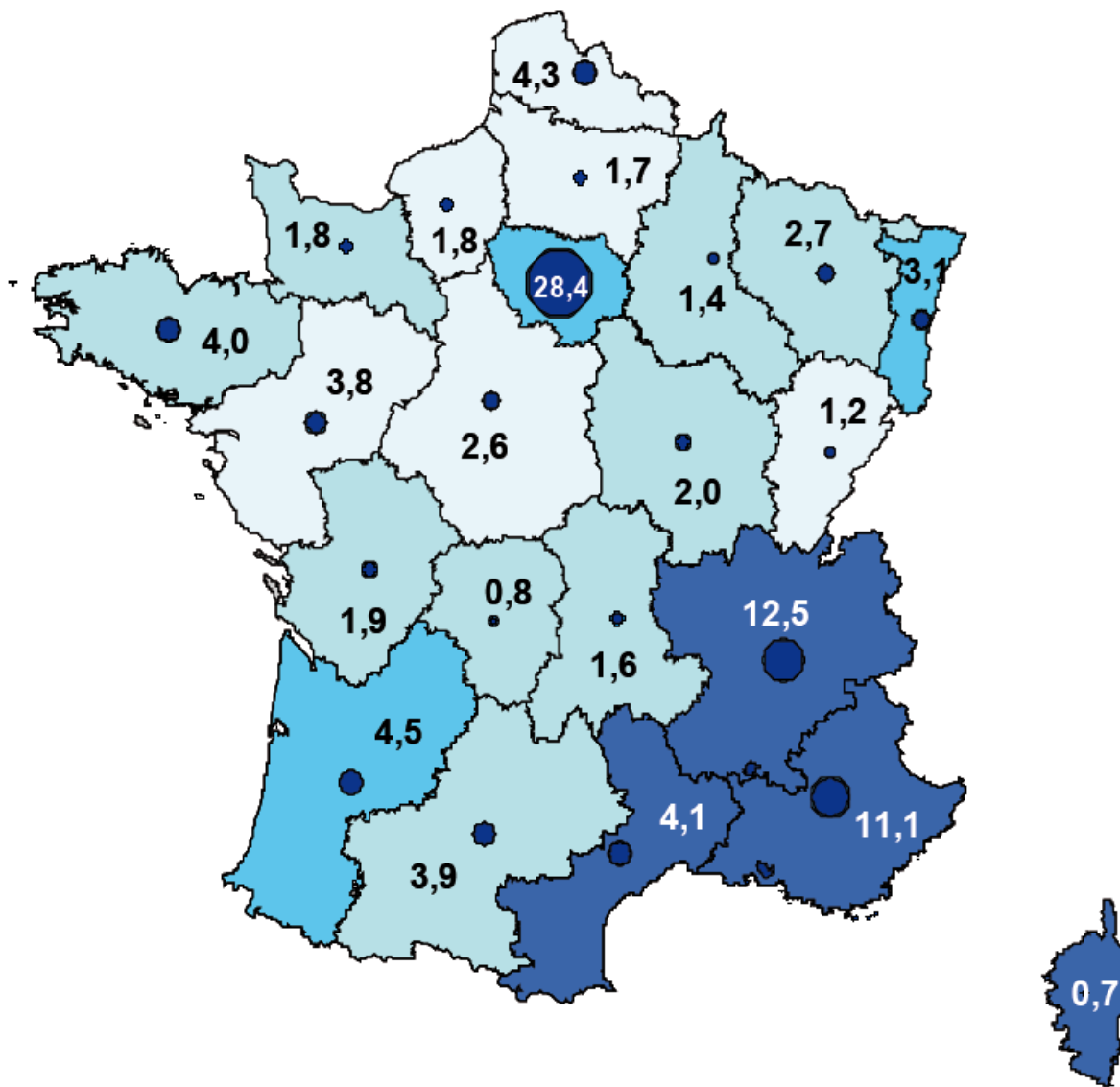
turystyka we Francji wciąż się rozwija i dostarcza coraz większe sumy do budżetu państwa. Stwarza to warunki do wzrostu zatrudnienia w sektorze turystycznym.

Cele turystów są niezmiennie od lat. Oferta francuska wciąż się rozwija i nadąża za modą np. na niektóre rodzaje turystyki (np. ekoturystyka, ekoturystyka, thalassoterapia itp.) czy modne rodzaje sportów. Klienci poszukują nie tylko wartości poznawczych, które oferuje rynek turystyczny Francji, ale także wszelkiego rodzaju relaksu, przyjemności i aktywnego wypoczynku.

Duży odsetek turystów przyjeżdża również w celach służbowych, związanych z wykonywaną pracą, szkoleniami, udziałem w różnego rodzaju konferencjach, warsztatach czy też nauką we francuskich uniwersytetach.

4. Główne obszary koncentracji zagranicznego/przyjazdowego ruchu turystycznego

Procentowy rozkład liczby zatrudnionych w sektorze turystycznym wg. regionów.



Jak widać na załączonej mapce (liczba zatrudnionych w sektorze turystycznym świadczy o ilości turystów) najczęściej odwiedzanymi regionami Francji są:

Ile-de-France

Rhone-Alpes

Provence-Cote d'Azur

Languedoc-Roussillon

Aquitaine

Alsace

Liczby dotyczące najczęściej odwiedzanych miejsc i atrakcji turystycznych Francji przedstawiłem w rozdziale pierwszym, dotyczącym głównych atrakcji turystycznych Francji.

III. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa).

1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Francji w turystyce zagranicznej

Francuzi , ze wskaźnikiem PKB na głowę mieszkańca w wysokości 25300 euro i najdłuższymi w Europie wakacjami, są bardzo istotną grupą turystów, zarówno dla Francji, jak również innych krajów na świecie. Francuzi znacznie częściej podróżują po Francji, niż wyjeżdżają za granicę. Trudno się temu dziwić, gdy we Francji mają tak wiele atrakcji turystycznych, wspaniały klimat, bardzo duży dostęp do morza i wielu z nich posiada własne domy letniskowe (tzw. druga rezydencja) w atrakcyjnych lokalizacjach. Często korzystają z nich wymieniając się ze znajomymi, czy rodziną.

Są też istotną grupą wycieczkowiczów (wyjazdy jednodniowe poza miejsce zamieszkania). Podróże zagraniczne są dłuższe niż podróże po Francji. Wyjazdy krajowe są częstsze, lecz krótsze.

Wszelkie dane dotyczące podróży Francuzów dobrze obrazują poniższe tabele.

Tabela nr 13

Skala wyjazdów Francuzów (co najmniej jedna noc poza miejscem zam.)		
	Skala wyjazdów (w %)	Średnia liczba podróży na osobę
Razem wyjazdy indywidualne	75,9	4,9
Krótkie wyjazdy (1-3 noclegów)	52,3	3,6
Długie wyjazdy (co najmniej 4 noclegi)	66,3	2,7
Po Francji Metropolitalnej	72,3	4,5
Za granicę lub do krajów DOM	24,9	1,6
Źródło: DGCIS, enquête SDT.		

Tabela nr 14

Podróże Francuzów			
	Podróże w tys.	Noclegi w tys.	Średnia długość podróży
Razem liczba podróży	203 609	1 185 758	5,8
Francja Metropolitalna	180 481	969 159	5,4
Zagranica + DOM	23 128	216 599	9,4
Krótkie podróże (1-3 noce)	105 493	196 675	1,9
Francja Metropolitalna	100 696	186 086	1,8
Zagranica + DOM	4 797	10 590	2,2
Długie podróże (co najmniej 4 noce)	98 116	989 083	10,1
Francja Metropolitalna	79 785	783 073	9,8
Zagranica + DOM	18 331	206 010	11,2
Źródło: DGCIS, enquête SDT.			

Tabela nr 15

Wycieczki jednodniowe Francuzów	
	liczba w tysiącach
Razem:	47 542
Francja Metropolitalna	44 152
Zagranica + DOM	3 390
Źródło: DGCIS, enquête SDT.	

Tabela nr 16

Rodzaj zakwaterowania w podróżach po Francji			
	Rozdział podróży (w %)	Rozdział noclegów (w %)	Średnia długość podróży (w nocach)
Zakwaterowanie komercyjne	29,8	34,2	6,2
Hotel	10,5	6,1	3,1
Kemping	5,7	9	8,5
Pokoje gościnne, wynajem itp.	11,3	16,3	7,7
Zakwaterowanie niekomercyjne	70,2	65,8	5
Domy letniskowe	9,9	16,3	8,8
Rodzina	46,3	38,7	4,5
Znajomi	11,4	8,2	3,8
Razem Francja Metropolitalna	100	100	5,4

Tabela nr 17

Podróże według rodzaju rezerwacji			
	Francja Metropolitalna	Zagranica + DOM	Razem
Podróże rezerwowane (w tys.)	67 504	19 835	87 339
W biurze turystycznym lub u touroperatora (w %)	5,3	40,8	14,8
Ajenci usług turystycznych (w %)	64,8	42,6	59,3
Inne organizacje rezerwacji (w %)	29,9	16,6	25,9
Udział podróży rezerwowanych (w %)	37,4	85,8	42,9
Źródło: DGCIS, enquête SDT.			

1. Wydatki na podróże zagraniczne

Jak już wcześniej podawałem sektor turystyczny jest bardzo ważnym sektorem gospodarki Francji. Francuzi wydają na podróże po Francji 94,2 mld euro, zaś na podróże zagraniczne 31,7 mld euro. (patrz rozdz. II pkt.2).

Ogólnie we Francji wydatki globalne na sektor turystyczny stanowią ok. 10% wydatków gospodarstw domowych . Dla przykładu 30% wydatków na restauracje i kawiarnie i 27% wydatków na paliwo, to wydatki wypracowane przez turystów.

Zrobić tabelę o podróżach Francuzów

I Najczęstsze cele podróży (tab. str.98 memento 2012)

Ulubione destynacje mieszkańców Francji

Tabela nr 18

Podróże za granicę i do krajów DOM			
	Podróże (w tys.)	Noclegi (w tys.)	Średnia długość pobytu (w nocach)
Europa	16 639	126 444	7,6
Hiszpania	3 733	33 149	8,9
Włochy	2 467	18 125	7,3
Wlk. Brytania	1 618	8 274	5,1
Benelux	1 428	5 259	3,7
Niemcy	1 170	7 616	6,5
Ameryka	1 851	27 684	15
USA	845	11 837	14
Afryka	2 611	30 568	11,7
Maroko	778	8 325	11,1
Tunezja	648	6 624	10,2
Azja i Oceania	1 266	19 522	15,4
Razem zagranica (bez DOM)	22 374	204 293	9,1
DOM	754	12 306	16,3
Źródło: DGCIS, enquête SDT.			

Francuzi najczęściej podróżują po Europie, w dalszej kolejności pñ. Afryce (dawne kolonie francuskie jak Maroko, Algieria, Tunezja do dzisiaj francuskojęzyczne), Ameryce i Azji. Bardzo chętnie odwiedzają zamorskie departamenty (głównie Gwadelupę, Martynikę). Oczywiście jest, że podróże te ze względu na wysokie koszty nie są tak częste i liczne jak podróże do bliższych destylacji.

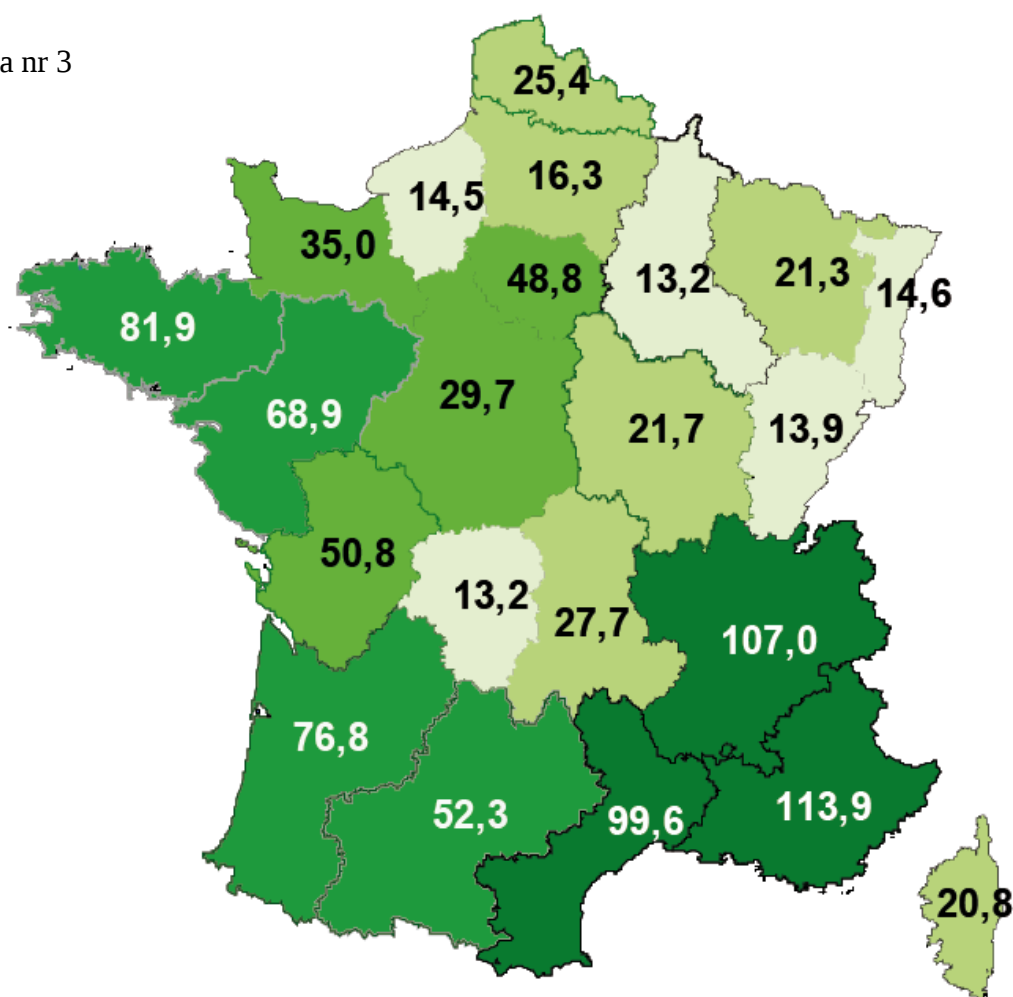
Jeśli chodzi o podróże po Francji, to najczęstszym celem podróży Francuzów są: odwiedziny rodziny, wakacje, cele turystyczne, rozrywka, odwiedziny znajomych, zdrowie, pielgrzymki itp.

Najczęściej podróżują na wybrzeże (30,9% w 2011r.), w góry (13,9% w 2011 r.). Preferują tereny wiejskie (30,6%) niż miejskie (20,9%), brak danych (3,7%)- źródło DGCIS, ankieta SDT.

Na poniżej zamieszczonej mapce (ilość noclegów w danym regionie w mln) widać doskonale regiony turystyczne preferowane przez Francuzów.

Liczba noclegów Francuzów w danym regionie w milionach

Mapka nr 3



IV. Znaczenie badanego rynku dla Polski

1. Analiza przyjazdów do Polski z Francji.

Dane liczbowe, które wykorzystuję poniżej pochodzą z badań polskiego Instytutu Turystyki. Niestety, nie udało mi się zdobyć danych pochodzących ze strony francuskiej, być może dlatego, że nikt ich nie przeprowadzał lub nie są dla Francuzów istotne. Ponieważ zdecydowana większość francuskich turystów przyjeżdża do Polski samochodami, podanie wiarygodnych danych jest przy braku kontroli granicznej niemożliwa. Dane zbierane w punktach zakwaterowania też mogą być tylko szacunkowe, gdyż wielu Francuzów przyjeżdża do znajomych, czasem korzysta z małych pensjonatów, które nie prowadzą rzetelnej rejestracji gości.

Przyjazdy Francuzów do Polski

Tabela nr 19

	Przyjazdy ogółem	Zmiana %	Przyjazdy turystów	Zmiana %
2007			258 tys.	12,2%
2008			215 tys.	-10%
2009	240 tys.	0%	215 tys.	0%
2010	260 tys.	8%	225 tys.	5%
2011	280 tys.	8%	240 tys.	7%

Źródło: badanie i oszacowanie Instytutu Turystyki

Noclegi Francuzów :

Tabela nr 20

	Korzystający	Zmiana %	Liczba noclegów	Zmiana %
2009	174 tys.	-4,7%	359,4 tys.	-6,8%
2010	187,3 tys.	7,6%	380,9 tys.	6%
2011	198,6 tys.	6%	403,9 tys.	6%

Źródło: badania i oszacowania Instytutu Turystyki

Wydatki Francuzów w Polsce:

Wydatki w \$ US na osobę:

2008 - 623 \$US

2009 - 627 \$US

2010 - 567 \$US

Przy średniej długości pobytu w Polsce należy przyjąć, że Francuzi wydawali w Polsce średnio ok. 100 \$US dziennie. (dane Instytutu Turystyki).

Najczęściej podawanym celem podróży do Polski był cel służbowy, w dalszej kolejności turystyczno-wypoczynkowy, odwiedziny u krewnych i znajomych.

Najczęstszym środkiem lokomocji był samochód.

Liczba turystów z Francji zaczęła rosnać od roku 2010. Rocznie oszacowano wzrost liczby turystów na ok. 6% rok do roku.

Należy obserwować tę tendencję w kolejnych latach, uważam, że dzięki właściwej promocji Polski na rynku francuskim liczba turystów z Francji powinna się w najbliższych latach podwoić. Wpłyne na to również coraz lepsza oferta zakwaterowania w Polsce (nowe hotele o wysokim standardzie, który tak lubią Francuzi) , coraz lepsza infrastruktura komunikacyjna (więcej lotnisk, coraz lepsze drogi). Należy się również otworzyć na nowe formy turystyki, które mogą zainteresować Francuzów.

Wg. danych statystycznych Polskiej Organizacji Informacji

Turystycznej w Paryżu, w ciągu roku 2007, liczba Francuzów proszących o informacje o Polsce wzrosła z 52897 (2006) do 55340 (2007).

Najczęściej poszukiwanym produktem turystycznym były krótkie wyjazdy (długie weekendy), wycieczki objazdowe, pobyt zorganizowany w dużych miastach: Warszawie, Krakowie, Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu, Zakopanem. Dotyczyło to wyjazdów indywidualnych, bez pośrednictwa biur podróży. Coraz częściej pytano o wycieczki zorganizowane z wyjazdem z Francji. Najczęściej zapytania dotyczyły wyjazdu małych grup (do 10 osób) bez pośredników lub za pośrednictwem biur podróży. Najczęściej poszukiwane formuły to: przejazd + hotel, tylko zakwaterowanie, wynajem samochodu, rezerwacja biletów na koncerty, wystawy, do muzeum, opery czy innych wydarzeń kulturalnych, organizacji polowań czy pobytów tematycznych (np. architektura drewniana, architektura religijna, zabytkowe koleje wąskotorowe, turystyka rowerowa). Coraz większe zainteresowanie budzi turystyka medyczna (np. hotel = chirurgia plastyczna, hotel = stomatologia). Polska budzi też duże zainteresowania wśród młodych turystów (uczniów i studentów) jako miejsce wymiany turystycznej z uczniami polskich szkół i uczelni (udział w Erasmusie).

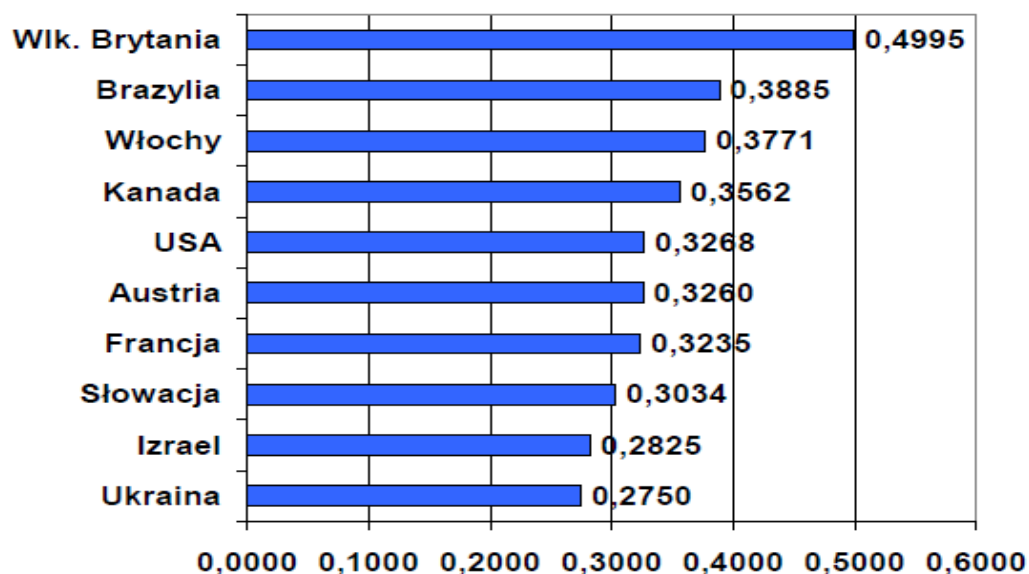
1. Wskaźnik Użyteczności Turystyki zagranicznej Francji dla Polski.

Tabela nr 21

WSKAŹNIK UŻYTECZNOŚCI TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ WUTZ 2011 Wskaźniki cząstkowe dla Polski DANE ZA 2010 R.

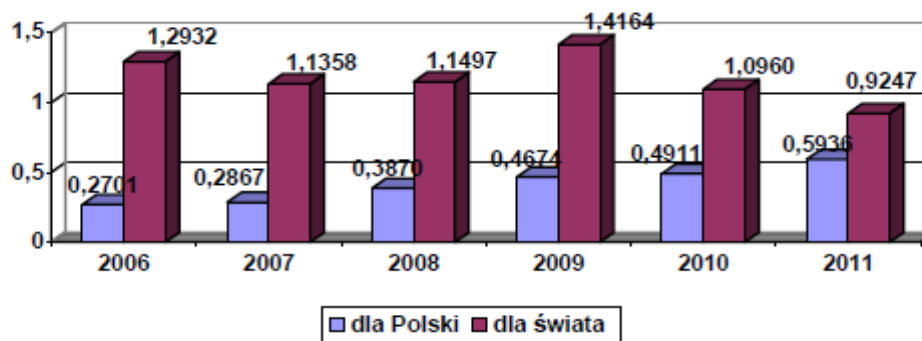
Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę ¹		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
1	Niemcy	3383,3	1,0000	333	0,1479	4520	1,0000	835,1	1,0000	5,5	0,1462	3,2941
2	Ukraina	1364,85	0,4026	364	0,1705	1350	0,2963	81,7	0,0963	2,95	0,0784	1,0441
3	W. Brytania	261,95	0,0762	531	0,2907	485	0,1043	323,8	0,3867	0,8	0,0212	0,8791
4	Litwa	326,6	0,0953	169	0,0298	620	0,1343	72,75	0,0856	18,8	0,5000	0,8450
5	Białoruś	637,3	0,1872	267	0,1005	970	0,2120	60,1	0,0704	10,05	0,2673	0,8374
6	USA	200,95	0,0581	821	0,5000	240	0,0499	153,3	0,1822	0,08	0,0020	0,7922
7	Włochy	156,85	0,0450	582	0,3277	265	0,0550	174,75	0,2079	0,4	0,0106	0,6462
8	Francja	130,3	0,0372	563	0,3141	225	0,0466	156,9	0,1865	0,35	0,0092	0,5936
9	Austria	156,85	0,0450	490	0,2613	310	0,0655	52,5	0,0613	3,7	0,0983	0,5314
10	Japonia	40,8	0,0107	729,5	0,4342	55	0,0089	48,25	0,0562	0,04	0,0010	0,5110
11	Kanada	55,7	0,0151	743	0,4438	75	0,0133	24,5	0,0277	0,2	0,0052	0,5051
12	Rosja	281,2	0,0819	287	0,1148	400	0,0855	180,4	0,2147	0,3	0,0079	0,5048
13	Brazylia	11,95	0,0022	796	0,4821	15	0,0000	9,2	0,0094	0,008	0,0001	0,4938
14	Izrael	34,8	0,0089	497	0,2668	70	0,0122	134,5	0,1597	0,9	0,0239	0,4715
15	Czechy	795,2	0,2340	199	0,0514	175	0,0355	62,2	0,0729	1,7	0,0451	0,4389
16	Łotwa	47,75	0,0128	128	0,0000	270	0,0566	34,4	0,0396	12,0	0,3191	0,4281
17	Korea	23,55	0,0056	673	0,3932	35	0,0044	13,6	0,0146	0,07	0,0018	0,4196
18	Norwegia	48,4	0,0129	403	0,1990	120	0,0233	92,6	0,1094	2,45	0,0651	0,4097
19	Holandia	115,4	0,0328	334	0,1486	335	0,0710	86,1	0,1016	2,0	0,0531	0,4071
20	Słowacja	657,2	0,1914	279	0,1094	95	0,0178	30,6	0,0350	1,75	0,0465	0,4001
21	Hiszpania	56,7	0,0154	422	0,2122	125	0,0244	110,75	0,1312	0,3	0,0079	0,3911

Kraje o największym wzroście wartości wskaźnika WUTZ 2011 Polska do 2006



ZMIANA WARTOŚCI WUTZ 2006-2011

Francja



3. Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku turystycznym Francji i zaangażowanie marketingowe Francji w Polsce.

Najbardziej zaangażowanym ośrodkiem promocji Polski na terenie Francji jest biuro Polskiej Organizacji Informacji Turystycznej z siedzibą w Paryżu. Podejmuje ono wspólnie z ambasadą i konsulatami polskimi we Francji szereg akcji promujących Polskę. Prowadzi również sondaże, różnego rodzaju ankiety. Prowadzi akcję informacyjną dla Francuzów pragnących udać się do Polski. Pośredniczy również w kontaktach z francuskimi biurami podróży, które są zainteresowane sprzedażą wycieczek do Polski. Ten aspekt powinien zostać poważnie potraktowany, gdyż oferta wycieczek do Polski oferowana we francuskich biurach podróży jest bardzo mizerna. Koncentruje się głównie na rezerwacjach hoteli, wypożyczaniu samochodów. Brak jest ciekawej, kompleksowej oferty na krótkie i tanie pobyty w Polsce (we Francji działa 5200 biur podróży, a polska oferta jest w zaledwie kilkudziesięciu). Jej działania (choć w chwili obecnej bardzo się poprawiły) nie są jednak wystarczające.

Przełomowym momentem w kampanii promocyjnej Polski był rok 2011. Polska Organizacja turystyczna dostała na promocję Polski 30 mln euro. Kampania ruszyła na rok przed organizacją Euro 2012 i miała za zadanie zmienić postrzeganie Polski w oczach mieszkańców Francji (także Niemiec i Wlk. Brytanii) i zachęcić ich do przyjazdu do Polski. Kampania pod hasłem „Move Your Imagination” została naprawdę bardzo dobrze przygotowana.

We Francji pojawiły się spoty reklamowe w najbardziej popularnych kanałach telewizyjnych, a także w popularnych czasopismach. Przedstawiały Polskę jako kraj nowoczesny (zerwanie ze stereotypem konia ciągnącego wóz i obdartego, starego rolnika), kraj ludzi młodych, intrygujący, ciekawy, z bardzo dobrą bazą turystyczną (nowe hotele z dobrą relacją jakości do ceny). Kampania była nastawiona na pozytywne skojarzenia i emocje, zmuszająca osoby oglądające do postawienia sobie pytania: Polska-dlaczego tam jeszcze nie byłem?

Kampania promocyjna postawiła również na Internet, strona główna Polskiej Organizacji Turystycznej we Francji została bardzo profesjonalnie przygotowana, można znaleźć w niej wszystkie potrzebne informacje, jest na bieżąco aktualizowana (informacje o wszystkich wydarzeniach godnych obejrzenia w Polsce dla wszystkich grup wiekowych).

Polska jest obecna na wszystkich targach związanych z turystyką (np. targi w Berlinie, targi w Paryżu, Les Thermalies, le salon de l’eau et du bien-etre”- dotyczące oferty sanatoryjnej, SPA pod hasłem „ W poszukiwaniu zdrowia i urody w Polsce” itp.). W celach promocyjnych wykorzystuje się ważne wydarzenia kulturalne (np. rok Chopinowski) czy sportowe (np. EURO 2012), wszelkiego typu mistrzostwa.

Wg. najnowszych badań na zlecenie POT, marketing turystyczny na najbliższe lata powinien zostać skierowany na nast. aspekty: wykorzystanie polskich ośrodków sanatoryjnych (starsza grupa wiekowa), turystyki medycznej (chirurgia plastyczna itp.), turystykę aktywną (konną, rowerową, żeglarską śródlądową, itp.), turystykę ekologiczną (agroturystyka na wysokim poziomie, nieskażone tereny Polski wschodniej i pld.wsch), turystykę kulturalną (festiwale, koncerty, konferencje), turystykę rozrywkową w dużych miastach (poprawa wizerunku innych dużych miast niż Kraków i Warszawa) itp.

Jeśli chodzi o marketing turystyki francuskiej w Polsce, to poza ofertą wyjazdów do Francji za pośrednictwem biur podróży, nie ma jakiegś globalnej akcji promocyjnej. Oferta biur podróży jest dość szeroka , gdyż zainteresowanie Polaków wyjazdami do Francji jest również duże.

W akcjach promocyjnych Francji na terenie Polski bierze cały czas udział Instytut Francuski, który organizuje różnego rodzaju wystawy, pokazy filmowe (jednak trafia to do wąskiej grupy odbiorców), Ambasada francuska, czy też Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa.

Myślę, że w pojęciu Francuzów (co wg. mnie nie jest słuszne) Polacy nie są jeszcze traktowani jako istotna grupa potencjalnych turystów, dlatego nie prowadzą u nas żadnej większej kampanii marketingowej.

4. Analiza wyjazdów Polaków do Francji.

- Liczba turystów z Polski we Francji:

Tabela nr 22

Liczba turystów z Polski we Francji					
	2009	2010	2011	Ewolucja 2010/2011	Udział w całk. liczbie turystów
Liczba turystów w mln.	0,4	0,3	0,4	17,80%	0,50%
Źródło: Enquete EVE, rezultat 2011 prowizoryczny, www.tourisme.gouv.fr					

- Noclegi turystów polskich we Francji:

Tabela nr 23

Noclegi turystów polskich we Francji					
	2009	2010	2011	Ewolucja 2010/2011	Udział w cał. liczbie noclegów (w %)
noclegi Polaków w mln	3,1	3,3	3,9	0,70%	18%
Źródło: Enquete EVE, DGCIS, rezultat 2011 prowizoryczny, www.tourisme.gouv.fr					

- Średnia długość pobytu we Francji:

Tabela nr 24

Średnia długość pobytu we Francji			
	2010	2011	Ewolucja 2010/2011
Ilość nocy	8,8	8,9	0,2
Źródło: Enquete EVE, DGCIS, rezultat 2011 prowizoryczny, www.tourisme.gouv.fr			

Polacy coraz częściej i chętniej wyjeżdżają do Francji. Sprzyja temu coraz lepsza sytuacja finansowa Polaków, lepsza oferta turystyczna i relacja jakości usług do ceny (np. warunki do uprawiania narciarstwa i koszt wyciągów narciarskich), a także charakterystyczny dla Polski bardzo wysoki poziom cen w sezonie turystycznym w miejscowościach wypoczynkowych. Bardzo duża jest średnia długość pobytu (prawie dziewięć noclegów). Polacy wyjeżdżają rzadziej, ale na dłużej. Uważam, że podana w statystykach liczba turystów z Polski jest znacznie zaniżona (dotyczy głównie oficjalnej, zarejestrowanej liczby turystów). Znaczna liczba turystów przebywa we Francji u znajomych i rodzin , przyjeżdża samochodem i nie jest nigdzie odnotowywana.

V. Analiza SWOT rynku turystycznego Francji

ATUTY:

1. Dobre położenie geograficzne i zróżnicowane ukształtowanie terenu.
2. Klimat sprzyjający turystyce (śródlądowy i umiarkowany).
3. Ogromne i atrakcyjne dziedzictwo historyczno-kulturowe (zabytki, muzea, architektura).
4. Paryż jako światowe centrum kultury, rozrywki, mody i nauki.
5. Dobra infrastruktura komunikacyjna (lotniska, koleje, drogi, szlaki wodne).
6. Bardzo dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna (hotele, kempingi, schroniska)
7. Doskonała infrastruktura sportowa do uprawiania turystyki aktywnej (stacje narciarskie, sporty wodne, żeglarstwo itp.)
8. Najlepsza na świecie kuchnia (restauracje i kawiarnie).
9. Duża ilość parków rozrywki (naukowe, bajkowe, historyczne, rozrywkowe).
10. Bogata oferta turystyczna (oprócz tradycyjnych, turystyka enologiczna, ekoturystyka, turystyka uzdrowiskowa, pielgrzymkowa itp.).

SŁABE STRONY:

1. Duża sezonowość (szczególnie wśród turystów francuskich).
2. Zbyt słabo rozwinięta infrastruktura turystyczna i sportowa w Pirenejach.
3. Wysokie ceny noclegów (szczególnie w dobrych hotelach).
4. Dominacja turystyczna Paryża.
5. Niedocenianie innych miast francuskich mimo niezaprzeczalnych walorów turystycznych.
6. Zbyt silna ingerencja w środowisko naturalne (elektrownie atomowe).

SZANSE:

1. Duży wzrost liczby turystów z krajów BRIC (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny) oraz z nowych państw UE
2. Dalszy wzrost oferty i znaczenia tanich linii lotniczych.
3. Polepszenie oferty turystycznej w Pirenejach.
4. Wejście kolejnych państw do strefy Euro.
5. Ustabilizowany kurs euro i \$.

ZAGROŻENIA:

1. Konkurencja rynków turystycznych „wschodzących” np. Chin, państw Europy południowo-wschodniej.
2. Szybko rosnąca liczba „drugich rezydencji” (Francuzów i innych Europejczyków).

3. Zwiększająca się liczba emigrantów (głównie muzułmanów i związane z tym zagrożenie terrorystyczne).
4. Zwiększenie liczby bezrobotnych.
5. Długotrwały kryzys gospodarczy (nikt nie wie ile lat może potrwać).
6. Dalszy wzrost cen paliw.

VI. Prezentacja przykładowej oferty dla danego segmentu demograficzno-społecznego

FRANCJA ALPY SABAUDZKIE *Valloire*

młodzieżowy obóz narciarsko-snowboardowy 12-19 lat

V A L L O I R E zwane Złotą Doliną łącznie z pobliskim Valmeinier, oddaje do dyspozycji miłośników białego szaleństwa 150 km tras, z czego 70% leży powyżej 2000 m n.p.m. Łącznie 83 trasy na różnicy poziomów 1170 m, pozwalają znaleźć wspaniałe warunki jazdy narciarzom o różnym stopniu wtajemniczenia. Najbardziej wykwalifikowanym polecamy dwie trasy z homologacją FIS- zjazdową o długości 3810 m, 1000 m różnicy poziomów oraz tzw. Super G – 2250 m długości i 650 m różnicy poziomów. Na miłośników deski czeka profesjonalny snowpark oraz snowcross. Między stacjami wyciągów jeżdżą skibusy oraz mini pociąg. Miasteczko łączy nowoczesność w zakresie infrastruktury narciarskiej z tradycyjną alpejską atmosferą. Po nartach można odwiedzić przytulne restauracje, bary, puby, dyskoteki, lodowisko, kręgielnie, wellness, kino lub wziąć udział w imprezach na wolnym powietrzu np. wyścigu psich zaprzęgów czy międzynarodowych zawodach w rzeźbie w lodzie.

ZAKWATEROWANIE

7 noclegów w rezydencji **Les Chalets du Galibier** usytuowanej w odległości 200m od wyciągów krzesełkowych i 1km od centrum miasteczka, gdzie kursują bezpłatne busy. W rezydencji znajduje się: kryty, podgrzewany basen (bezpłatnie), sala kominkowa, bilard (2€/1gra), boxy na narty, dostęp do Internetu Wifi (7€/dzień, 20€/tydzień), sauna i jacuzzi (1 seans gratis). Apartamenty 4 i 6 osobowe z balkonami i tv kablową.

Apartament 4os. (32m²) - kącik kuchenny, łazienka, pokój dzienno-sypialny z podwójną kanapą, 1 sypialnia z podwójnym łóżkiem.

Apartament 6os. (40m²) - kącik kuchenny, łazienka, pokój dzienno-sypialny z podwójną kanapą, 1 sypialnia z dwoma łóżkami pojedynczymi, 1 pokój z łóżkiem piętrowym.

WYŻYWIENIE

kuchnia polska: śniadanie, lunch pakiet na narty, gorąca obiadokolacja. Świadczenia rozpoczynamy od obiadokolacji w dniu przyjazdu, kończymy śniadaniem w dniu wyjazdu.

TRANSPORT

autokar klasy LUX.

KADRA

kierownik, wychowawcy - instruktorzy narciarstwa, instruktor snowboardu (przy min. 10 os.).

■ UBEZPIECZENIE

KL 10000€, NNW 2000€, bagaż do 200€, koszty ratownictwa.

Polecamy dodatkowe ubezpieczenie (OC, ubezpieczenie sprzętu narciarskiego/snowboardowego) – 65zł/os.

■ STACJA NARCIARSKA/SKIPASS

skipass 6-dniowy, obejmujący 2 stacje narciarskie **Valloire i Valmeinier** (1430-2590m). 83 trasy o łącznej długości 150 km (6 czarnych, 32 czerwone, 25 niebieskich, 20 zielonych), 1 snowpark rozmiarów XL, 4 trasy slalomowe, 3 trasy saneczkowe, 1 Arva park i ponad 400 armatek śnieżnych. Na terenie stacji znajdują się 33 wyciągi: 2 gondole, 17 wyciągów krzesełkowych i 14 wyciągów orczykowych. Maksymalna różnica poziomów 1160m. Warunki narciarskie i trasy zobacz na stronach: www.valloire.fr, www.valmeinier.com

■ FAKULTATYWNIE

wyjazd do położonej najwyżej w Europie stacji narciarskiej **Val Thorens** – ok. 22€/dzień.

■ TERMIN/CENA

- | | | |
|----------------------------------|--------------------|----------------------------|
| 1. 11/01 - 20/01/2013 | 1450 zł | + skipass 117 € |
| 2. 18/01 - 27/01/2013 | 1450 zł | + skipass 117 € |
| 3. 25/01 - 03/02/2013 | 1450 zł | + skipass 145 € |

■ MIEJSCE/GODZINA WYJAZDU

· [wyświetl tabelę wyjazdów](#)

■ CENA ZAWIERA

zakwaterowanie, wyżywienie, transport, ubezpieczenie, opiekę kadry, bieliznę pościelową, ręczniki, takse klimatyczną, korzystanie z basenu, 1 seans w saunie lub hammam.

■ CENA NIE ZAWIERA

opłaty za skipass, kaucji zwrotnej za apartament (50€/os.), opłaty za zgubiony skipass (2€), jeżeli apartament nie zostanie posprzątany, lokatorzy są zobowiązani do zapłaty za sprząatanie (70-85€/apartament).

■ NALEŻY ZABRAĆ

sprawny sprzęt narciarski lub snowboardowy, mały plecakzek, ważny paszport lub dowód osobisty, strój kąpielowy, okulary przeciwsłoneczne/gogle, krem ochronny, ręcznik na basen. Zalecamy zabranie kasków ochronnych (obowiązkowe do 18 roku życia).

■ UWAGA

Każdy uczestnik może zabrać jedną torbę podróżną lub plecak (do 20kg), jedną parę nart lub jedną deskę snowboardową i jedną sztukę bagażu podręcznego.

Przedstawiona wyżej, przykładowa oferta wyjazdu na obóz narciarski do Francji przeznaczona jest dla młodzieży (12-19 lat).

Jest ofertą kompletną, bardzo dokładnie określa warunki dotyczące wyjazdu. Jest ofertą atrakcyjną, konkurencyjną wobec podobnych ofert wyjazdów młodzieżowych na terenie Polski. Oczywiście, biorąc pod uwagę odległość, koszty transportu są nieporównanie wyższe , koszty karnetów porównywalne (porównując infrastrukturę narciarską w Polsce i Francji, karnet francuski jest tańszy).

Przy wyjazdach młodzieżowych istotną składową ceny jest wynagrodzenie dla opiekunów (opieka 24 godz/dobę). Rozkład dnia jest ciekawszy w ofercie francuskiej (większa część dnia spędzona na stoku narciarskim, bez konieczności powrotów na obiad). Oferta noclegowa także bardziej atrakcyjna we Francji (lepsze warunki noclegowe- kuchnia w apartamencie,TV kablowa, dostęp do basenu, sauny).

Dodając do tego korzyści związane z poznaniem nowego kraju, jego atrakcji, możliwość „szlifowania” języka francuskiego, poznaniem krajów tranzytowych w czasie podróży (chociaż z okien autokaru), uważam w/w ofertę za bardzo konkurencyjną w stosunku do ofert krajowych.

PODSUMOWANIE

Znaczenie rynku turystycznego Francji w światowej turystyce jest bardzo wysokie. Świadczą o tym jej miejsca w rankingach (1-sze miejsce pod względem ilości turystów , 3-cie pod względem przychodów z turystyki). W ostatnim roku Francja doświadczyła dużej konkurencji Chin, na co powinna zwrócić uwagę.

Szeroka gama atrakcji i usług turystycznych (od bezpośredniego wypoczynku na plażach poprzez zwiedzanie atrakcyjnych zabytków, muzeów, miejsc kultu religijnego, do turystyki aktywnej jak narciarstwo i wspinaczki wysokogórskie), przyciąga co roku rzesze turystów.

Podobnie reagują turyści z Polski, ciekawi oglądanych wcześniej tylko w telewizji miejsc i atrakcji, które oferuje Francja. Z roku na rok rośnie liczba Polaków wyjeżdżających do Francji. Mimo dużo mniejszych możliwości finansowych Polaków, wyjeżdża tam znacznie więcej osób, niż przyjeżdża do Polski z Francji. Szacowane liczby przyjeżdżających Francuzów do Polski, to ok. 280 tysięcy rocznie, zaś Polaków do Francji ok. 400 tysięcy (oczywiście, jak pisałem wcześniej, te liczby są prawdopodobnie dużo wyższe w rzeczywistości).

Ponieważ dużo więcej Francuzów przyjeżdża do Polski w celach biznesowych niż turystycznych, marketing Polski powinien skupić się na odwróceniu tej proporcji (ci, co przyjeżdżają w sprawach biznesu i tak przyjadą). Powinniśmy dążyć, żeby liczba turystów przyjeżdżających do nas z Francji, była chociaż porównywalna do liczby Polaków tam wyjeżdżających (przecież Francuzów jest prawie 60 mln, a Polaków 38 mln).

Wraz ze zmianami ekonomicznymi w naszym kraju, poprawia się sytuacja w Polsce. Rośnie potencjał turystyczny, poprawia infrastruktura i co za tym idzie obraz Polski w oczach odwiedzających ją turystów. Około 85% turystów francuskich, którzy odwiedzili Polskę w ostatnim okresie było zadowolonych z pobytu.

Uważam, że odpowiednia i nieustająca promocja aktualnie „modnych” i poszukiwanych przez Francuzów form turystyki, jest w stanie wpłynąć na wzrost zainteresowania Polską i co za tym idzie zwiększeniem liczby turystów. Zwłaszcza, że turyści francuscy zwykle wydają więcej, wybierają hotele o najwyższym standardzie i podróżują często. Turystyka aktywna, kulturalna, ekoturystyka, usługi sanatoryjno-medyczne, odnowa biologiczna, to aspekty, na których powinien skupić się marketing Polskiej Organizacji turystycznej. Gdy do tego dodamy atrakcyjne, krótkie, rozrywkowe pobyty w miastach, to z pewnością uzyskamy większe zainteresowanie turystów francuskich.

Wpłynąć na to może również rozwój sieci połączeń tanimi liniami lotniczymi, które mogą lądować obecnie na wielu nowo powstających w Polsce lotniskach, co znacznie ułatwi szybkie dotarcie do najbardziej oddalonych rejonów Polski.

Ponieważ wpływy z turystyki są niebagatelne i zapewniają wzrost zatrudnienia w wielu branżach z nią związanych, powinniśmy dążyć wszelkimi sposobami do zapewnienia wysokiej atrakcyjności Polski na rynkach zagranicznych. A rynek francuski jest pod tym względem jednym z bardziej interesujących.

Wykaz zamieszczonych tabel:

- Tabela 1- Wskaźniki makroekonomiczne Francji
- Tabela 2- polsko-francuskie obroty towarowe 2007-2011
- Tabela 3- Liczba oferowanych łóżek
- Tabela 4- Przyjazdy turystów zagranicznych do 10-ciu najczęściej odwiedzanych krajów świata
- Tabela 5- Przychody z turystyki 10-ciu najlepiej zarabiających krajów
- Tabela 6- Przychody Francji z turystyki
- Tabela 7- Turyści zagraniczni we Francji (w tys.)
- Tabela 8- Wydatki turystów we Francji i ich udział w PKB
- Tabela 9- oferta zakwaterowania z 01.01.2012 we Francji
- Tabela 10- Przyjazdy, noclegi i dochody z turystyki zagranicznej według kontynentu
- Tabela 11- Przedsiębiorstwa sektora turystycznego w 2010
- Tabela 12- Zatrudnienie w sektorze turystycznym we Francji
- Tabela 13- Skala wyjazdów Francuzów
- Tabela 14- Podróże Francuzów
- Tabela 15- Wycieczki jednodniowe Francuzów
- Tabela 16- Rodzaj zakwaterowania w podróżach po Francji
- Tabela 17- Podróże według rodzaju rezerwacji
- Tabela 18- Podróże za granicą i do krajów DOM
- Tabela 19- Przyjazdy Francuzów do Polski
- Tabela 20- Noclegi Francuzów w Polsce
- Tabela 21- WUTZ 2011
- Tabela 22- Liczba turystów z Polski we Francji
- Tabela 23- Noclegi turystów polskich we Francji
- Tabela 24- Średnia długość pobytu

Wykaz zamieszczonych wykresów:

- Wykres 1- kraje o największym wzroście wskaźnika WUTZ 2011
- Wykres 2- Zmiana wartości WUTZ (2006-2011)
- Wykres 3- Procentowy rozkład liczby turystów według długości pobytu we Francji

Wykaz zamieszczonych mappek:

- Mapka 1- Podział administracyjny Francji
- Mapka 2- procentowy rozkład liczby zatrudnionych w sektorze turystycznym według regionów
- Mapka 3- Liczba noclegów Francuzów według regionów

Bibliografia:

- www.atrakcje-turystyczne.com
- www.bryk.pl
- <http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/tourisme/tourismegouvfr>

www.veilleinfotourisme.fr
swietapolska.com
www.regard-est.com
www.world-adventure.net
www.e-francja.eu
www.intur.com.pl
www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr
www.insee.fr
francja.lovetotravel.pl
www.copernic-avocats.com
pl.wikipedia.org
fr.wikipedia.org
fr.franceguide.com
www.rp.pl
www.pologne.travel/fr
www.harctur.krakow.pl
Z.Kruczek „Europa. Geografia turystyczna” 2008

