

# ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



## 3.

FRANCIA 2023

Estructura del Sector Turístico

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en París

NIPO: **115-23-008-X**

Junio 2023



### TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

### DATOS CLAVE

Francia es un mercado emisor maduro para España. A su vez, es el primer destino turístico del mundo por volumen, por delante de España, si bien por gasto está por detrás de nuestro país.

Como en el resto de países, el sector del turismo francés se vio muy afectado por la pandemia. De esta forma, el consumo turístico interior<sup>1</sup> disminuyó en 2020 a un 5,3% del PIB, frente al 7,5% de 2019. En 2021, la reactivación progresiva del sector conllevó una mejora del peso del turismo en el PIB francés, que se situó en un 6,4%, si bien aún por debajo de su nivel pre-pandemia.

El sector emisor está compuesto por 6.696 empresas, a fecha de mayo de 2023<sup>2</sup> (esa cifra ascendía a 8.900 en 2019, año de referencia pre-pandemia).

4

Durante los dos años de pandemia, el sector turístico recibió 45.500 millones de euros en ayudas estatales, de las que se beneficiaron 320.000 empresas turísticas, según el último informe publicado por el Tribunal de Cuentas, en febrero de 2023.

Dichas ayudas lograron contener las quiebras de empresas, que en 2020 y 2021 incluso fueron un 44% menores que en 2019, según la consultora especializada “Altares”.

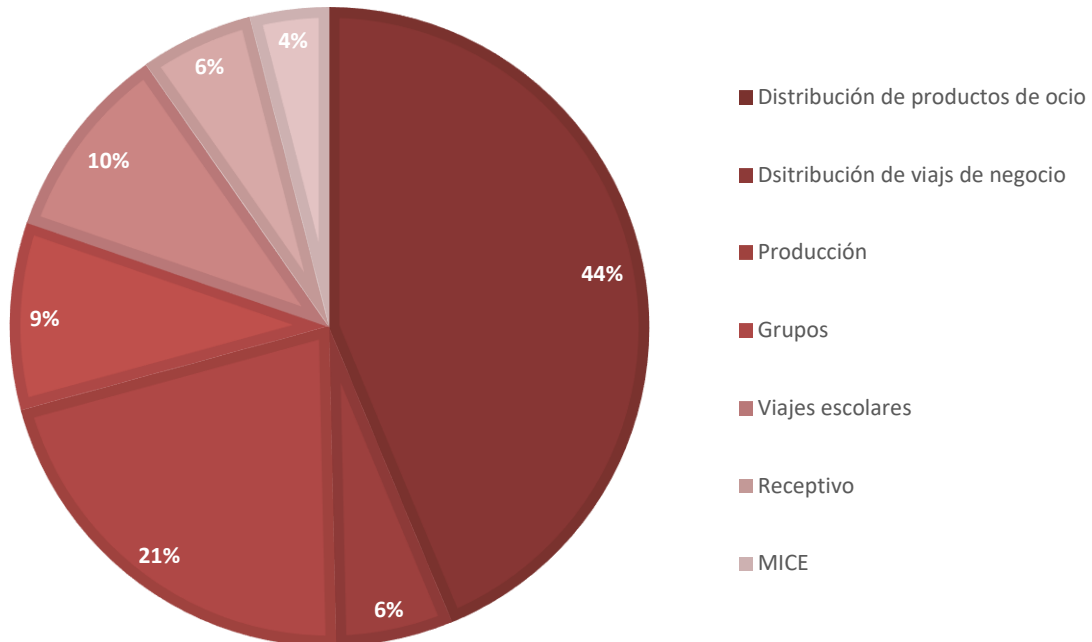
En 2022, con la progresiva desaparición de las ayudas estatales –unido en ciertos casos a la imposibilidad de reembolsar los préstamos garantizados por el Estado–, las quiebras de empresas turísticas aumentaron respecto a la época de pandemia, si bien se mantuvieron por debajo de las registradas en 2019: un total de 90, frente a las 72 de 2021 y a las 97 de 2019, según “Altares”.

Antes de la pandemia, el sector turístico emisor representaba unos 28.000 empleos y una facturación de alrededor de 11.800 millones de euros. La pandemia conllevó una pérdida de más del 46% de la cifra de negocios anual en 2020 y 2021. Esas pérdidas de facturación alcanzaron el 60% y el 70% en los sectores de las agencias de viaje y del transporte aéreo, respectivamente.

<sup>1</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística francés (INSEE) – Mayo 2023 – El consumo turístico interior agrupa el conjunto de gastos turísticos, incluidas las compras de bienes durables, segundas residencias y gastos profesionales.

<sup>2</sup> Según el Registro de Atout France que se menciona en el siguiente párrafo. Esta cifra incluye también las empresas que se dedican al transporte y al alquiler de vehículos y de apartamentos de uso turístico.

Según un informe conjunto de la Asociación de Turoperadores (SETO) y las “Empresas del Viaje” (EDV), las principales asociaciones de la producción y la distribución, respectivamente, los sectores en los que se divide la actividad de ambos sectores es la siguiente:



Fuente: Estudio EDV-SETO – Octubre 2020

Con respecto a la situación actual del sector turístico francés, merecen destacarse las siguientes tendencias:

- Procesos de concentración empresarial: una absorción por grandes grupos de empresas más pequeñas, en especial en el sector de la producción.
- Concentración vertical de la actividad (producción + distribución) y reestructuraciones en profundidad: los grupos de producción han incorporado redes de distribución y han incrementado sus ventas directas a través de sus propios portales online.
- Reestructuraciones empresariales: digitalización y pérdida de puestos de trabajo.

Por último, hay que destacar que, si bien debido a la pandemia, las agencias de viaje y la turoperación incrementaron su porcentaje de ventas respecto al e-turismo (pasando del 18% en 2019 al 32% en 2021), a lo largo de 2022, la venta de viajes online ha vuelto a ganar cuotas de mercado respecto a la intermediación tradicional, estimándose que en el curso de 2023, ésta volverá a retroceder a su nivel de 2019.

## SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

### Características generales

Desde hace más de una década, se ha producido un proceso importante de concentración<sup>1</sup>, ligado al aumento de la digitalización y a la importancia creciente de las OTA's.

6

A ello hay que sumar la desaparición de la filial francesa de Thomas Cook, a raíz de la quiebra a nivel mundial de dicho grupo, así como la pérdida de cuota de mercado de TUI Francia, debido también a las dificultades económicas de este otro grupo a nivel mundial.

El proceso de concentración afecta tanto a la estructura y características de la producción como a la adquisición de redes de distribución o a la entrada en la venta directa en modo "OTA" (ejemplo de Promovacances del grupo Karavel o el aumento de cuota de mercado de VeePee a través de las ventas de última hora de viajes).

Hay que precisar que los grupos de turoperación que trabajan en Francia no cuentan con aerolíneas propias integradas en sus estructuras.

Antes de la pandemia, el sector aumentaba anualmente en número de clientes y en facturación<sup>2</sup>. El producto "estrella" de la turoperación eran los paquetes con estancias en "hoteles-club", en fórmula "todo incluido".

<sup>1</sup> Las operaciones de concentración más importantes han sido las llevadas a cabo por el grupo Marietton Développement, que en 2016 compró Havas Voyages y en 2023 ha adquirido Bleu Voyages, y el grupo NG Travel, que en 2020 compró el turoperador Jet Tours.

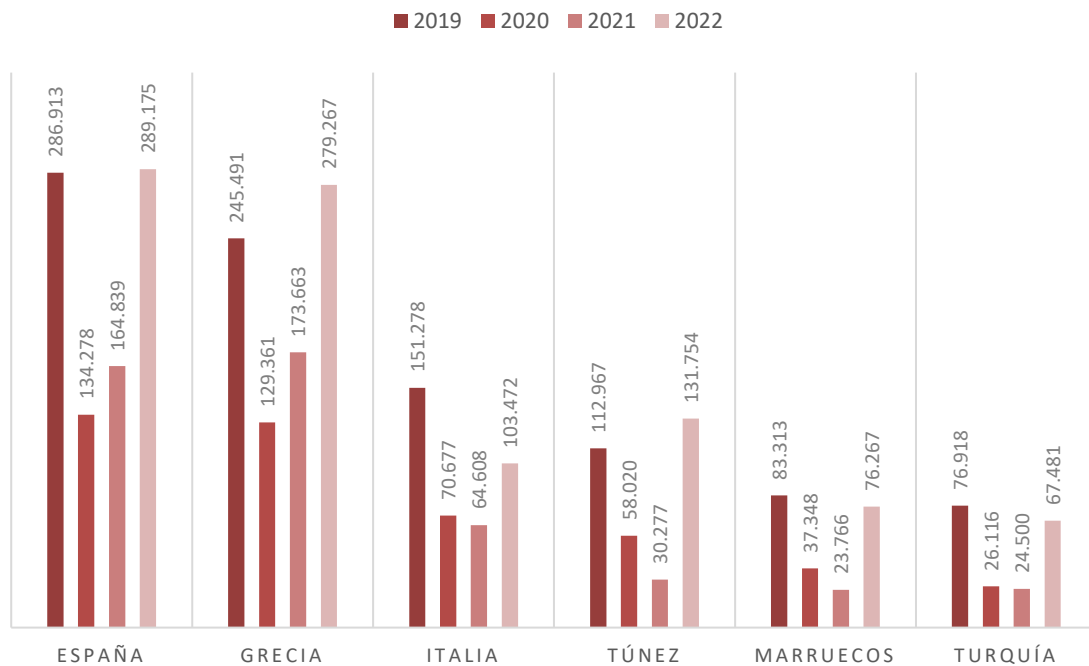
<sup>2</sup> Fuente: Asociación de Turoperadores (SETO) – Principal asociación del sector, que agrupa a 70 de los 150 turoperadores que trabajan en el mercado francés. Datos del ejercicio 2028-2019: 4.300 millones de euros de facturación (+4% interanual) y 6,3 millones de clientes (+7% interanual).

## ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2023

La pandemia ha tenido enormes repercusiones negativas para los turoperadores, que perdieron más del 50% de su volumen de ventas entre 2020 y 2021.

Sin embargo, a lo largo de 2022, los turoperadores han consolidado el proceso de reactivación iniciado ya en 2021, recuperando los volúmenes de 2019, e incluso sobrepasándolos para los tres destinos más vendidos del mercado -España, Grecia y Túnez-, como muestra el siguiente gráfico<sup>1</sup>:



Como se puede observar, Túnez, Marruecos y Turquía, desaparecidos de la comercialización debido a la pandemia, están entre los 6 destinos más vendidos. Túnez y Marruecos representan el 29% de las ventas de los TTOO, mientras que España, Grecia e Italia representan el 39%.

Respecto a la temporada invernal 2022-2023<sup>2</sup>, la reactivación de ventas prosigue. Según datos de SETO, los TTOO han registrado un total de 632.264 paquetes (+49% interanual), por una facturación de 1.048 millones de euros (+61% interanual) y un precio medio por paquete de 1.658 euros (+8,6% interanual).

<sup>1</sup> Fuente: SETO – Resultados Verano 2022 (1 mayo-31 octubre) – España incluye Península, Baleares y Canarias – Grecia incluye Península e islas – Italia incluye Península, Cerdeña y Sicilia.

<sup>2</sup> Fuente: SETO – Datos referentes al período del 1 noviembre 2022 al 31 marzo 2023.

### Principales turoperadores

El siguiente apartado recoge una clasificación no exhaustiva de los principales turoperadores que trabajan en el mercado francés. Quedan excluidos aquellos turoperadores que no comercializan España, como por ejemplo Kuoni y Asia. Hay que resaltar que desde la desaparición de la filial francesa de Thomas Cook en 2019, ningún otro gran grupo de la turoperación francesa ha quebrado.

#### 1. Grupo Karavel

Es el principal productor del mercado de la turoperación francesa. En 2021, su facturación fue de unos 200 millones de euros. Esta cifra está lejos de los 500 millones de euros que, según las últimas cifras comunicadas por el grupo, facturaba anualmente en época pre-pandemia. Cuenta con unos 600 empleados. Promovacances es la principal plataforma del grupo, que comercializa su oferta principalmente online, canal en la que se ha convertido en líder del mercado francés con más de 7 millones de visitantes únicos al mes. El grupo Karavel opera a través de marcas dirigidas a segmentos y productos diferenciados: FRAM, ABCroisiere, Partir Pas Cher, Club Privé Vacances, Un Monde à deux, Skigloo y el turoperador Plein Vent.. A partir de 2015, y a raíz de la adquisición de FRAM -líder de ventas de destinos españoles en Francia durante más de 20 años- tiene también 60 puntos de venta bajo la marca de Promovacances.

#### 2. Marietton Developpement

Este grupo tiene su sede en Lyon y es propiedad de la familia Abitbol, si bien en su accionariado participan también 3 fondos de inversión. Tiene 1.650 empleados en toda Francia y es a la vez productor y distribuidor. En el último decenio ha adquirido 18 marcas de turoperación y distribución, que ha integrado en su estructura, conservando sus denominaciones.

La última adquisición la realizó en 2022, con la compra del grupo Bleu Voyages, compuesto por 30 agencias de viaje bajo esta marca, 7 plataformas de reserva y organización de viajes de negocio y un servicio de organización de viajes de grupo.

Las agencias de Bleu Voyages pasan a integrar la red de distribución del grupo Marietton, compuesta por 515 agencias bajo este nombre (42 de ellas las compró en 2020 a TUI Francia), otras 260 en franquicia y 27 plataformas de turismo de negocios.

Como productor, Marietton Developpement posee cuatro turoperadores: Héliades, Austral Lagons, Voyamar y Solea (esta última participada en un 50%). Los cuatro comercializan sus productos bajo sus propias marcas.



En 2022, el volumen de negocio del grupo fue de unos 2.000 millones de euros, cifra que representa el mismo volumen que en 2019. La marca Havas Voyages representó 760 millones de ventas.

### 3. TUI Francia

Es la filial francesa de la multinacional de origen alemán, TUI. Su facturación en 2021 fue de cerca 170 millones de euros. En 2019, TUI Francia realizó una facturación de 917 millones de euros. Debido a la pandemia, el grupo perdió el 80% de su cifra de negocios. Es propietaria de los turoperadores Nouvelles Frontières, Marmara y Lookéa. Estos dos últimos centran su producción en la comercialización de “hoteles-clubs” (10 bajo la marca Lookéa y 10 bajo la de Marmara). Nouvelles Frontières, por su parte, está especializado en circuitos de grupo, contando con una oferta de 60 circuitos.

También tiene en propiedad otras marcas de turoperación como Aventuria, Moorings, Sunsail, JV, Touraventure y Passion des îles, además de otras tres marcas que comercializan oferta hotelera (Robinson, Magic Life y Sensimar).

En diciembre de 2020 vendió su participación del 27% en el capital de la aerolínea Corsair International. A lo largo de 2020 llevó a cabo una reestructuración que implicó la supresión del 65% de su plantilla (583 empleos sobre un total de 904) y la desaparición de los 65 puntos de venta con la marca TUI Francia.

### 4. NG Travel

Fundado en 2008 por Olivier Kervella, desde principios de 2023 está participado en un 30% por el fondo de inversión Andera Acto. En 2022 declaró una cifra de negocios superior a los 400 millones de euros, objetivo que se había fijado en 2018 y que representa un aumento del +45% respecto a 2019. Tiene unos 200 empleados.

Es especialista en la producción y comercialización de “hoteles-clubs” a través de sus tres marcas: Kappa Club, Club Coralia y Eldorado. Esta última marca la adquirió tras haber comprado en 2021 el turoperador que la produce, Jet Tours. Actualmente, las tres marcas citadas comercializan un total de 100 “hoteles-club” frente a los 50 que comercializaban en 2018.

Es propietario también de tres turoperadores: el citado Jet Tours y Directours y Promoséjours, que se comercializan bajo estas marcas. En 2022 entró en la rama de la hotelería, con la compra y gestión de un primer hotel en Bali, que comercializa bajo la marca Kappa Senses.

Otros turoperadores a subrayar dentro del panorama de la producción francesa son:

- Thalasso nº1 /Ovoyages – Comercializa en B2B y en B2C cinco marcas: Thalasso nº1, Aquaprilèges (spa de alta gama), 1001 Soleils, Partonsenfrance.com y ÔClub. En 2021 tuvo un cifra de negocios de unos 83,5 millones de euros (+107,4% respecto a la de 2020). Sin embargo, su facturación en los dos años de la pandemia disminuyó un 26,3% respecto a la de 2019. El grupo tiene unos 100 empleados y distribuye sus productos online (no tiene agencias físicas) y es especialista en las Islas Canarias. Para este destino, según los últimos datos disponibles<sup>1</sup>, Thalasso nº1 tiene unos 140.000 clientes anuales.
- FTI Voyages – Es la filial francesa del grupo alemán FTI. En 2021 registró una facturación de casi 50 millones de euros, que supuso un incremento interanual del 24%. Sin embargo, respecto al 2019, la facturación de la filial francesa perdió más de un 50%. Tiene menos de 20 empleados y respecto a España, es uno de los turoperadores que más clientes tiene para Baleares (unos 25.000 anuales).
- Verdié Vacances – La sede de este grupo está en Rodez, al noroeste de Toulouse. Comercializa su producción a través de la red de 40 agencias de su propia marca instaladas en París y el sur de Francia. Tiene unos 170 empleados. Su cifra de negocios en 2021 fue de unos 85 millones de euros, que representaron un aumento interanual del +12%. En 2022 alcanzó el 60% de la actividad que tenía en 2019 y vendió unos 150.000 paquetes. De ellos, unos 50.000 fueron a destinos españoles. Está especializado en viajes de grupo y circuitos.

Se deben mencionar a los dos grupos siguientes, pues si bien su actividad principal es la gestión de establecimientos en Francia también realizan actuaciones como emisores:

1. Grupo Pierre & Vacances-Center Parcs: es un grupo francés que opera en el sector de las residencias de vacaciones y de los alquileres de apartamentos turísticos. Dividía su actividad en dos sectores: propiedades inmobiliarias turísticas (21% de su facturación anual) y gestión de actividades turísticas (79% de su facturación anual). En abril de 2023, el grupo anunció el cese de su actividad inmobiliaria, para concentrarse exclusivamente en su parte turística. Tiene unos 8 millones de clientes anuales y cotiza en la Bolsa de París. En 2014 lanzó una actividad online con Maeva.com, una plataforma de alquileres turísticos entre particulares que opera en Francia y en España.

<sup>1</sup> Fuente: datos publicados en 2021 por la revista especializada L'Echo Touristique".

En el ejercicio 2021-2022, su facturación fue de 1.202 millones de euros, duplicando así el montante de ejercicio precedente, muy afectado por la pandemia. La reactivación ha proseguido en el primer trimestre del ejercicio 2022-2023, con una facturación de unos 352 millones de euros, que representan un incremento interanual de cerca del 20%. El grupo realiza el 80% de sus ventas a través de sus propios canales. El 48% de las mismas proceden de su portal online.

2. Odalys Vacances: es una marca del grupo Odalys. La facturación de este último en 2022 fue de unos 300 millones de euros, cifra que, según el propio grupo, es superior a la de 2019. Cuenta con más de 2 millones de clientes anuales y tiene unos 1.300 empleados. Odalys Vacances gestiona y comercializa unas 550 residencias turísticas y apartamentos en Francia, Córcega, España, Cerdeña, Italia, Portugal y Croacia, por un total de cerca de 150.000 camas. En 2022 amplió su oferta con la adquisición del grupo Flower Campings, líder en el sector de los campings en Francia, con una red de más de 150 establecimientos propios y otros 120 en franquicia.

## 11

### Respecto a España.

Hay que señalar que la organización de los viajes a España de los franceses se realiza mayoritariamente de forma individual. Esta tendencia se ha acentuado incluso respecto a la época pre-pandemia. Según la encuesta Frontur del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2019, el 10,4% de franceses que visitaron España organizó sus viajes individualmente, en 2021 y 2022 ese porcentaje fue aún menor (el 7,9% y el 8,7%, respectivamente).

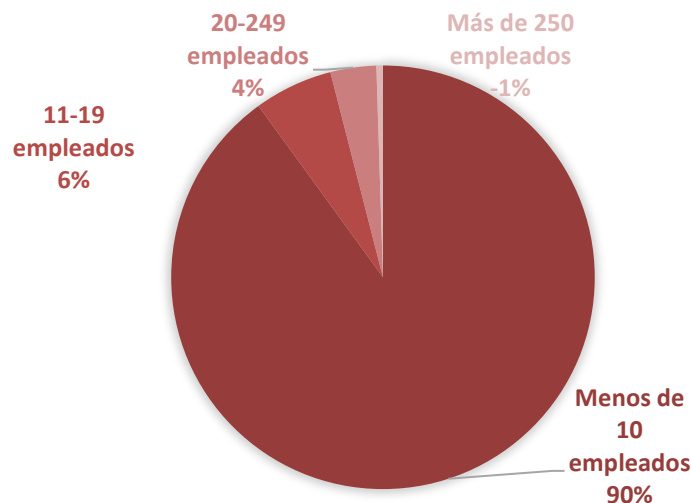
De esta forma, las ventas de la turoperación del destino España (Península, Canarias y Baleares) ofrecen cifras moderadas. No obstante, hay que señalar que Canarias sigue vendiéndose a través de turoperación mayoritariamente (sobre todo estancias en hoteles-club, que es uno de los productos preferidos de los turistas franceses).

Las ventas de Canarias por turoperación representan más del 50% del total de ventas de España. Como consecuencia directa de los años de pandemia, el peso de Canarias -y también de Baleares- en las producciones de los turoperadores franceses se ha incrementado en cerca de un 30%, según fuentes del sector consultadas por esta OET.

## SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

### Características generales

La distribución tradicional está muy fragmentada en Francia<sup>1</sup>. He aquí un gráfico sobre el porcentaje de distribuidores en base a su número de empleados:



Fuente: Instituto Nacional de Estadística francés (INSEE)

Como se puede apreciar, el 90% de los distribuidores son micro-empresas. Sin embargo, esta proporción se invierte en términos de facturación, pues el 10% de distribuidores con más de 10 empleados realiza el 50% de la facturación total del sector.

Por sexo y edad, hay que destacar que el 75% de los empleados del sector son mujeres y que 2 de cada 5 asalariados tienen menos de 30 años<sup>2</sup>.

A nivel de reparto geográfico, el 37% de los puntos de venta se encuentra en la región de París, que es la más poblada del país, con unos 12 millones de habitantes, y también la que cuenta con un mayor potencial turístico emisor tanto a nivel doméstico como internacional. El 13% de las agencias tradicionales está en Provenza-Alpes-Costa Azul (PACA), en el sur, que es la segunda región turística de Francia por su potencial tanto receptor como emisor.

<sup>1</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística francés (INSEE)

<sup>2</sup> Fuente: Empresas del Viaje (EDV), la principal asociación de agencias de viaje de Francia, con más de 2.000 miembros.

De las 6.696 empresas dedicadas al viaje que figuran en el registro de Atout France a fecha de 2023, se estima que unas 4.000 corresponden al apartado de agencias de viaje, según cálculos officiosos de la consultora especializada “Altares”. Esa cifra se ha mantenido estable en el último decenio, con un bajo índice de quiebras.

### Estructura del sector

Por lo que respecta a la estructura del sector, los puntos de venta independientes son minoritarios, primando los siguientes tipos de agrupaciones:

- Redes de distribución: son agrupaciones de agencias independientes desde el punto de vista jurídico y financiero aunque formen parte de una marca. Una red puede, a su vez, englobar a otras. Este es el caso de las principales, que son:

-Selectour: cuenta con unos 1.200 puntos de ventas, 575 de los cuales bajo su marca homónima; los restantes corresponden a las 515 agencias del Grupo Marietton Developpement (de las que 335 pertenecen a la marca de tuoperación Havas Voyages y otras 30 a la marca Bleu Voyages); 172 agencias al grupo Salaün Holidays; 30 agencias del grupo Verdie Voyages, 10 agencias del grupo Voyages Girardot y 9 plataformas de viajes profesionales de Bleu Voyages.

-Tourcom : cuenta con unos 1.200 puntos de venta, la mayoría bajo su propia marca, pero engloba también a otras 2 redes: Univaimer (65 agencias) y Richou Voyages (27 agencias).

-Manor : 320 agencias, de las que el 86% son puntos de venta al público, 8% plataformas especializadas en viajes de negocios y 6% agencias que trabajan en contrato de concesión para la gestión de los viajes dentro de una empresa.

- Gran distribución: 200 agencias propiedad del grupo E. Leclerc y otras 156 propiedad del grupo Carrefour. Están ubicadas en los supermercados de esas marcas.
- CEDIV: es una cooperativa de 215 agencias independientes.

Por número de agencias, la clasificación es la siguiente:

| Clasificación<br>n | Turoperador                               | Nº de agencias |
|--------------------|-------------------------------------------|----------------|
| 1                  | Selectour                                 | 1.200          |
| 2                  | Tourcom                                   | 1.200          |
| 3                  | Marietton Developpement                   | 515            |
| 4                  | Gran Distribución (E.Leclerc y Carrefour) | 356            |
| 5                  | Manor                                     | 320            |
| 6                  | CEDIV                                     | 215            |

Fuente: elaboración propia OET París con datos de portales online de empresas concernidas

## PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

14

En 2022, las ventas on-line de viajes, estancias y paquetes turísticos representaron el 32% de todo el comercio electrónico en Francia, según el balance anual de la Federación Francesa de Venta y Comercio a Distancia (FEVAD).

El e-turismo ocupa el tercer lugar del comercio electrónico global en Francia, por detrás de las ventas de moda y de productos culturales.

Tras el final de las restricciones de movilidad impuestas por la pandemia, las ventas online de viajes turísticos progresaron en 2022 un +55% interanual y un +16% respecto a 2019, de acuerdo con los datos de la FEVAD.

Respecto a las audiencias de los portales del sector del E-turismo más visitados, los últimos datos disponibles<sup>1</sup> señalan que en 2022, un total de 47,6 millones de franceses visitaron mensualmente alguna de las páginas web englobadas en el segmento de "Turismo y Destinos". Esa audiencia representó un incremento del 27% respecto a 2021.

Booking volvió a ocupar la primera posición como portal del sector turístico más visitado por los franceses, con 13 millones de visitantes únicos por mes.

La segunda posición la ocupa el portal internet de los ferrocarriles estatales franceses (SNCF Connect es su nuevo nombre; antes era Oui.sncf), con 11,4 millones de visitantes únicos. Esta cifra ascendía a 14 millones en 2019.

<sup>1</sup> Fuente: datos publicados en noviembre 2022 por Médiamétrie, consultora especializada en medición de audiencias de redes sociales e internet. Visitantes únicos a través de ordenador, teléfono portátil y tableta

# ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2023

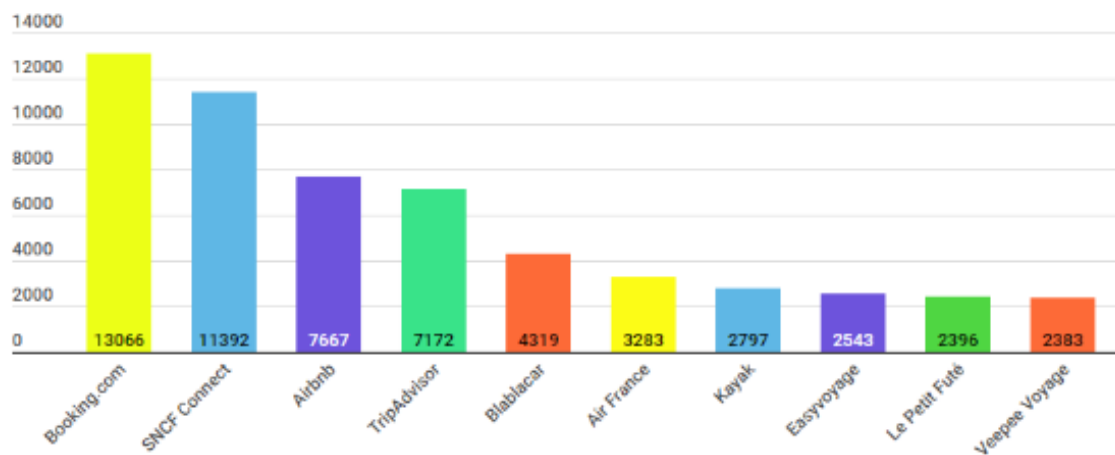
Airbnb ocupa el tercer lugar, con 7,7 millones de visitantes únicos, seguido de TripAdvisor es el que ha registrado 7,1 millones.

Respecto a los aumentos interanuales de visitantes más importantes, destaca el del portal de contenido turístico Easyvoyage, que ha registrado un incremento interanual del 26% y el del portal de ventas de último minuto de paquetes y estancias turísticas Veepee Voyage, cuyo crecimiento interanual ha sido del 24%.

Por el contrario, la aerolínea de bandera Air France y el comparador Kayak han registrado las pérdidas de audiencia interanuales más marcadas (un -14% y un -16%, respectivamente).

Respecto a las ventas realizadas por las agencias de viajes a través de sus portales online (y también de sus canales off line), el barómetro Orchestra-L'Echo Touristique señala un incremento general para el conjunto del año 2022 del +4% respecto a 2019.

El siguiente gráfico muestra los portales más visitados en Francia a finales de 2022:



Fuente : Médiamétrie//NetRatings – Noviembre 2022. Excluidas las web de la red de metro de París y Uber – los datos corresponden a millones de visitantes únicos por mes.

## Centrales de Compras

### ASHA

Creada en enero de 2016 bajo el estatus de GIE (Groupement d'Intérêt Economique), es la principal central de compras de Francia. En 2022, su facturación fue de 4.500 millones de euros, según los directivos de Asha.

Es propiedad del grupo Marietton y a ella pertenecen las dos principales redes de distribución tradicional de Francia, Selectour y Havas Voyage (a su vez propiedad de Marietton), y la cooperativa de agencias independientes CEDIV. En su capital está



participada en un 50% por el fondo de inversión Certares, que también es propietario del 50% de American Express (Amex) y Travel Leader. De esta forma, Asha ha entrado a formar parte de un GIE con Amex y Travel Leader (que generan anualmente un BSP de 120.000 millones de dólares a nivel mundial).

#### TourCom

Creada en 1990, tiene un estatus de agrupación voluntaria de agencias de viajes desde el punto de vista jurídico y financiero. Por número de agencias adherentes y facturación anual, es la segunda red de distribución del país, con unas 1.200 agencias. En 2011 creó con Manor un GIE especializado en el sector MICE y que actualmente se llama “TourCom Travel Management”, que en época pre-pandemia realizaba una facturación de 3.000 millones de euros y tenía más de 800 puntos de venta. Por su parte, Manor es otro GIE que reúne a 320 agencias adherentes, por una facturación total anual de 1.400 millones de euros, y que se beneficia del poder de contratación de TourCom como central de compras. [www.tourcom.fr](http://www.tourcom.fr)

## 16

#### Bancos de Camas

En Francia operan las principales plataformas B2B de este tipo. Sin embargo, aquí señalamos sólo las únicas dos que están basadas en el país y que son de propiedad francesa. Se trata de :

- Teldar Travel: creada en 2010, tiene su sede en la región de París. Gestiona una plataforma con más de 1,4 millones de alojamientos, entre hoteles y apartamentos y residencias privadas de alquiler. [www.teldartravel.com](http://www.teldartravel.com)
- All4go: creada en 2016, este “bed bank” tiene su sede en Burdeos. Gestiona una plataforma con más de 300.000 hoteles y 900 servicios de transfert a nivel mundial. [www.all4go.com](http://www.all4go.com)

## ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

#### Asociaciones Profesionales

##### Empresas del Viaje (EDV)

Es el órgano de la patronal del sector de las agencias de viajes tradicionales en Francia. Creada en 1944, cambió su estatuto y su nombre en abril de 2016 (antes se denominaba “Asociación Nacional de Agentes de Viajes”-SNAV). Cuenta con 1.600 empresas como miembros, que representan a 3.650 puntos de venta, y tiene 9 delegaciones regionales. [www.entreprisesduvoyage.org](http://www.entreprisesduvoyage.org)



### Asociación de Turoperadores (SETO)

En 2013 cambió su nombre de CETO a SETO. Creada en 1973, es la principal asociación del sector de la turoperación tradicional que reúne a 70 de los 150 turoperadores tradicionales presentes en el mercado francés. Junto con EDV, constituye los principales interlocutores del sector privado frente a las instituciones estatales turísticas francesas. [www.seto.to](http://www.seto.to)

### Asociación Profesional de Solidaridad del Turismo (APST)

Es el organismo que garantiza la solvencia y que cubre en caso de quiebra a los turoperadores y a las agencias de viajes que forman parte del mismo, y que actualmente se cifran en unas 3.800. [www.apst.travel](http://www.apst.travel)

### Unión de Oficios e Industrias de la Hostelería (UMIH)

Principal organización profesional de hoteles, cafés, restaurantes y locales nocturnos, que representa a 80.000 empresas independientes. Este sector representa el 60% de la facturación global del Turismo y más de un millón de puestos de trabajo. [www.umih.fr](http://www.umih.fr)

### Federación de Comercio Electrónico y Venta a Distancia (FEVAD)

Son miembros unas 600 empresas de venta a distancia –por correspondencia y teléfono- y 800 portales internet, entre ellos las agencias turísticas online (OTA). [www.fevad.com](http://www.fevad.com)

### Unión Nacional para la Promoción y el Desarrollo del Alquiler de Vacaciones (UNPLV)

Principal asociación del sector de los apartamentos turísticos de alquiler. Sus miembros representan el 85% de los más de 700.000 apartamentos turísticos existentes en Francia. Forman parte de ella las empresas Abritel, CléVacances, SeLogger, InterHome, Homelidays, TripAdvisor y la Asociación de Profesionales de Apartamentos de alquiler Amueblados. [www.unplv.fr](http://www.unplv.fr)

### Confederación de Representantes del Turismo (CAT)

Creada en junio de 2017, esta organización reúne a 14 asociaciones profesionales con el objetivo de unificar el sector turístico francés –tanto empresarial como institucional– frente al Gobierno. [www.acteursdutourisme.fr](http://www.acteursdutourisme.fr). Forman parte de la misma:

- Las Empresas del Viaje - EDV
- La Asociación de Turoperadores – SETO
- La Unión de Oficios e Industria de la Hostelería – UMIH
- La Federación Nacional de Hostelería al Aire Libre – FNHPA
- La Federación Nacional de Transportes de Viajeros – FNTV

- La Asociación de Residencias de Turismo y Apartahoteles -SNRT
- La Unión Francesa de Oficios del sector MICE - UNIMEV
- El Instituto Francés del Turismo -IFT
- El Comité de Armadores Fluviales - CAF
- El Consejo Nacional de las Profesiones del Automóvil - CNPA
- Los Territorios Esquiabiles de Francia - DSF (Domaines Skiabiles de France)
- La Agrupación Nacional de Cadenas - GNC
- El Sindicato Nacional de la Restauración Pública Organizada - SNRPO
- La Asociación Nacional de los Actores del Turismo - ANAT

#### **Federación Nacional de Aviación Mercantil (FNAM)**

Creada en 1990, es la principal organización profesional del sector aéreo, junto con la Unión de Aeropuertos Franceses (UAF), asociación esta última que agrupa a las empresas gestoras de 156 aeropuertos enclavados en territorio francés. La FNAM reúne a más de 370 empresas y su objetivo es promocionar y desarrollar la aviación comercial, garantizar la seguridad aérea y la competitividad del transporte aéreo en Francia.  
[www.fnam.fr](http://www.fnam.fr)

85%

56%

69%



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 