

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

FRANCIA 2024

Estructura del Sector Turístico

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en París

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

Características generales

Francia es un mercado clave para España, ocupando en 2022 y 2023 el segundo puesto como mercado emisor internacional. 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.

El sector del turismo ha dejado atrás la pandemia, situándose nuevamente en el 7,5% del PIB francés, el mismo nivel que tenía en 2019. En 2023, sus ingresos por turismo extranjero incluso superaron el nivel pre-pandemia, situándose en 63.500 millones de euros (57.000 millones en 2019).

El sector emisor está compuesto por unas 7.000 empresas¹ (en 2019 eran casi 9.000). Las ayudas estatales y los préstamos garantizados por el Estado otorgados al sector durante la pandemia (45.500 millones de euros, de los que se beneficiaron 320.000 empresas turísticas²), lograron contener las quiebras de empresas, según la consultora especializada "Altares".

La progresiva desaparición de las ayudas y la imposibilidad de reembolso de los préstamos ha conllevado un incremento de las quiebras de empresas turísticas en 2022 (90 quiebras) y en 2023 (102 quiebras, que superan así el nivel de las 97 de 2019), según "Altares".

Los sectores de la producción y distribución perdieron el 60% de su facturación anual por la pandemia. En 2023 han recuperado dicha pérdida. Según el balance anual para 2023 de las "Empresas del Viaje" (EDV), la principal asociación de agencias de viaje de Francia, en 2023, la facturación global de los "operadores de viajes" aumentó un +21% interanual, mientras el número de clientes lo hizo en un +6%.

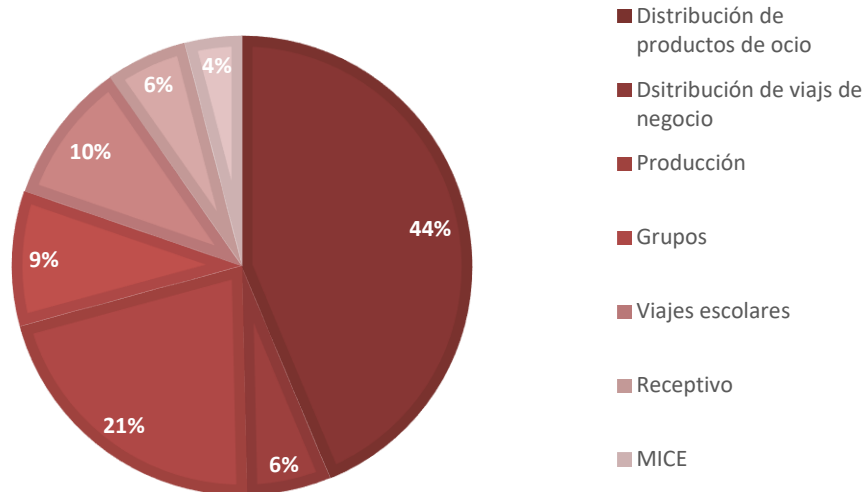
¹ Fuente: Registro de Atout France – Mayo 2024 – La cifra incluye también las empresas que se dedican al transporte y al alquiler de vehículos y de apartamentos de uso turístico.

² Fuente: informe del Tribunal de Cuentas de febrero 2023.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2024

Según un informe conjunto de la Asociación de Turoperadores (SETO)¹ y EDV, los principales sectores de actividad de agencias y turoperadores son los siguientes:



Fuente: SETO y EDV – Actualizado a mayo de 2024

5 Situación actual

Merecen destacarse las siguientes tendencias en los sectores de la producción y la distribución franceses:

- Concentración horizontal y vertical: absorción por grandes grupos de empresas más pequeñas e incorporación de redes de distribución en el sector de la producción.
- Incremento de las ventas directas a través de portales online propios.
- Multiplicidad de nuevas micro empresas especializadas: forman parte de grandes grupos pero se lanzan al mercado, especialmente al online, con marca propia.
- Reestructuraciones empresariales: digitalización y pérdida de puestos de trabajo.

¹ SETO es la principal asociación de turoperadores de Francia, con un total de 150 empresas socias.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Situación general

está en camino de remontar por completo los efectos negativos de la pandemia, tanto a efectos de número de clientes como de facturación, según se desprende de las cifras del SETO respecto a 2023¹:

- Los paquetes vendidos en las temporadas de verano e invierno registran sendos aumentos interanuales del +11% y del +15%, respectivamente.
- La facturación en las temporadas estival e invernal registran sendos incrementos interanuales del +15,9% y del 5,3%.

Las cifras del SETO correspondientes al conjunto del año 2022 también confirmaron la recuperación del sector: +97,3% interanual en el número de paquetes vendidos (1,38 millones) y +109% interanual de la facturación (1.737 millones de euros), si bien esta última aún siguió estando por debajo de la de 2019 en un -9%.

6

Actualidad

El sector se ve marcado a mediados de 2024 por dos acontecimientos importantes: 1. la quiebra de la filial francesa del grupo FTI –el 10 de junio, una semana después de la anunciada por su casa-madre alemana-, así como 2. la adquisición de Carlson WagonLit Travel (CWT) por parte de American Express Global Business Travel (Amex GBT).

1. Quiebra de FTI Voyages:

Hasta su quiebra, FTI Voyages operaba fundamentalmente en B2B, tenía unos 20 trabajadores en plantilla, su sede estaba en el noreste de Francia (Alsacia) y su cifra de negocios anual era de 49,5 millones de euros, ocupando así el puesto 45º en el ranking de las empresas de turoperación y distribución francesas.

Al operar fundamentalmente en B2B, FTI Voyages vendía sus paquetes en Francia a través de unas 4.000 agencias de viaje (online y tradicionales). Respecto a los destinos españoles, las ventas de FTI Voyages se centraban en paquetes a Canarias, Costa del Sol y Baleares, con especial hincapié también en un acuerdo con la cadena Riu. Por el

¹ Cifras correspondientes a la temporada de verano 2023 y a la de invierno 2023-2024, desglosadas de esta forma, a la espera de que SETO publique el balance final.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2024

momento no se dispone información sobre el volumen de paquetes comercializados hacia España.

Respecto a los viajes vendidos directamente por FTI en el mercado francés, el impacto se cifra en “varios miles de paquetes”, según informó el 17 de junio la ATPS, el organismo que se ocupará del reembolso de estos viajes de FTI Voyages. Sin embargo, teniendo en cuenta la cifra de negocios anual y el posicionamiento en el ranking de la turoperación francesa de FTI Voyages, se estima que el impacto de su quiebra no será muy relevante, analizado de forma global desde la visión del mercado emisor francés hacia España.

2. Compra de CWT por Amex GBT:

Por lo que se refiere a la futura integración de CWT en Amex GBT, por el momento se desconoce cómo dicha operación afectará a nivel de empleo y de organización empresarial a las filiales francesas de ambos grupos.

La filial francesa de Amex GBT es la empresa más importante del sector en Francia y tiene una facturación anual de más de 1.000 millones de euros y su sede está en las cercanías de París. No se tienen datos, por el momento, sobre la facturación anual de la filial francesa de CWT (que, a nivel europeo, es la tercera empresa, con una facturación global de 4.400 millones de euros).

7

Principales grupos

Existen 560 empresas clasificadas del sector de la producción en Francia. El siguiente cuadro recoge una clasificación de los 15 principales productores de viajes según su cifra de negocio (2022) que trabajan en el mercado francés.

OPERADORES DE TURISMO FRANCIA	LOCALIDAD	Cifra de Negocio
Euro Disney Vacances SAS	77700 Chessy	1.200 M€
Karavel	75010 Paris	199,7M€
Thalasso n° 1	92300 Levallois Peret	190,6M€
Voyageurs du Monde	75002 Paris	175,9M€
TUI France	92300 Levallois Peret	170,6M€
Exotismes	13013 Marseille	169,5M€
Versailles Voyages	75002 Paris	123,9M€
Travel Lab	93400 St Ouen	108,5M€
CDS Groupe	92210 St Cloud	105,6M€
SA Futuroscope Destination	86130 Jaunay Marigny	82,7M€
Perfect Stay.com	75008 Paris	79,9M€

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2024

OPERADORES DE TURISMO FRANCIA	LOCALIDAD	Cifra de Negocio
Mondial Tourisme	75010 Paris	70,7M€
Tourisme organisation Production	93100 Montreuil	70,6M€
Marco Vasco	75015 Paris	64,1M€
Comptoir des voyages	75005 Paris	62,0M€

Fuente: portal www.verif.com y consultora Altares

No obstante lo anterior, tras la pandemia se ha producido una concentración del sector con la creación de grandes grupos que van a agrupar tanto operadores de producción como agencias de distribución.

1. Marietton Developpement

8

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. En 2023, el volumen de negocio del grupo fue de unos 2.200 millones de euros (unos 2.000 millones en 2022), sobrepasando así el volumen de 2019. Tiene 1.650 empleados en toda Francia y es a la vez productor y distribuidor. En los últimos años ha adquirido 18 marcas de producción y distribución, que ha integrado en el grupo, conservando su estructura y sus denominaciones.

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 cuanto a la red de distribución del grupo Marietton, destaca la compra a finales de 2018 de la red Selectour compuesta por unas mil agencias 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. Destaca la marca Havas Voyages con más de 300 agencias que representó 760 millones de ventas y otras 30 a la marca Bleu Voyages); 172 agencias al grupo Salaün Holidays; 30 agencias del grupo Verdie Voyages y 10 agencias del grupo Voyages Girardot.

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.

2. 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.

9

3. Grupo Karavel-Promovacances

Según las últimas cifras disponibles, su facturación rondaría los 350 millones de euros anuales. Cuenta con unos 600 empleados. Karavel es el principal distribuidor que opera a través de distintas marcas: 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 distribuye a través de marcas dirigidas a segmentos y productos diferenciados: FRAM –líder de ventas de destinos españoles en Francia durante más de 40 años-, ABCroisiere, Partir Pas Cher, Club Privé Vacances, Un Monde à deux, Skigloo y Plein Vent.

A finales de 2023, el fondo de Abu Dhabi Adnec –filial de uno de los 3 grandes fondos soberanos de Emiratos Arabes Unidos- anunció la compra de Promovacances (que hasta ese momento pertenecía al fondo Equistone Partners Europe SAS).

4. TUI Francia

Es la filial francesa de la multinacional de origen alemán, TUI. En 2023, y por primera vez en los últimos diez años, cerró su ejercicio comercial en positivo, según anunció sin especificar cifras concretas.

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.

5. Thalasso n°1 /O voyages -

Distribuidor que comercializa tanto en B2B y en B2C a través de cinco marcas: Thalasso n°1, Aquaprivilèges (spa de alta gama), 1001 Soleils, Partonsenfrance.com y ÔClub. En 2022 tuvo un cifra de negocios de unos 190 millones de euros (+46% respecto a la de 2021). 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 disponibles¹, Thalasso n°1 tiene unos 140.000 clientes anuales.

10

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 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, 2022 y 2023 ese porcentaje fue aún menor (el 7,9%, el 8,7% y el 8,0%, respectivamente).

De esta forma, las ventas de la turoperación del destino España (Península, Canarias y Baleares) ofrecen cifras moderadas.

En este sentido, es preciso señalar que, si bien son superiores a las correspondientes a los destinos peninsulares, las cifras de turistas franceses que llegan en turoperación a Canarias y Baleares representan un 33% y un 27%, respectivamente, del total del mercado emisor francés a dichos destinos, según datos de la encuesta Egatur.

No obstante, hay que destacar que España –y especialmente Canarias y Baleares- es el primer destino para la turoperación francesa, según queda reflejado en los resultados de ventas del SETO.

¹ Fuente: datos publicados en 2021 por la revista especializada L'Echo Touristique”.

Según las cifras de la temporada invernal 2023-24 de SETO, España ha sido el destino más vendido, con un total de 157.000 paquetes, por un crecimiento interanual respecto a la misma temporada de 2022-23 del +14,4%.

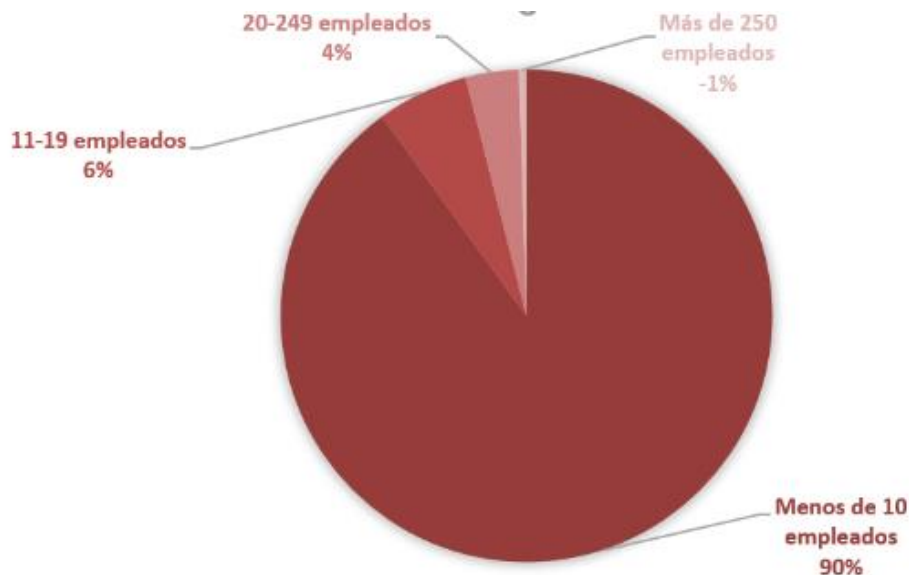
Respecto a la temporada estival de 2023, España también fue el destino internacional más vendido por los turoperadores, con un total de 334.000 paquetes. Por subdestinos, Baleares, Canarias y la Península se situaron entre los diez primeros lugares por ventas: Baleares en tercera posición, con casi 160.000 paquetes (+11,7% interanual), por detrás de Túnez y las islas griegas. Canarias fue el sexto destino más vendido, con 106.000 paquetes (+5,6% interanual), seguido de la Península española, con unos 68.000 paquetes y un aumento interanual del +8,1%.

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

11

Características generales

La distribución tradicional está muy fragmentada en Francia, como muestra el siguiente gráfico:



Fuente: Instituto Nacional de Estadística francés (INSEE) - 2022 - Porcentaje de empresas de distribución turística en base a su número de empleados.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2024

El 90% de los distribuidores son micro-empresas. Sin embargo, la 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 años¹.

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.

De las 6.696 empresas dedicadas al viaje que figuran en el registro de Atout France a fecha de 2023, se estima que unas 1.655 corresponden al apartado de agencias de viaje.

El siguiente cuadro recoge una clasificación de las 10 principales agencias de según su cifra de negocio que trabajan en el mercado francés.

12

AGENCIAS DE VIAJES	LOCALIDAD	CIFRA DE NEGOCIO
Voyage Reduc BSP Auto	75012 Paris	210,1M€
Odalys Evasion	75011 Paris	208,4M€
FRAM	31000 Toulouse	150,6M€
Salaun Holidays	29590 Pont de Buis	140M€
Avico	75017 Paris	131,7M€
Havas Voyages	92310 Sevres	81,6M€
TravelFactory	93400 St Ouen	74M€
Global Business Travel France	92130 Issy Les Moulineaux	53,1M€
Vacances Bleues	13003 Marseille	52,1M€
Voyage Privé	13090 Aix en Provence	50,4M€

¹ Fuente: Empresas del Viaje (EDV), la principal asociación de agencias de viaje de Francia, con más de 2.000 miembros - 2023

Las dos primeras empresas del ranking corresponden al alquiler de coches y de apartamentos y casas respectivamente. Como se ha explicado en el apartado anterior, gran parte de estas agencias forman parte de grandes grupos y distribuyen viajes.

Asimismo, hay que destacar la importancia creciente de la creación de micro empresas, muchas de ellas on-line que tras la pandemia ha adquirido el sector de agencias especializadas en viajes “a medida”, especialmente para el segmento Premium y grupos así como del segmento MICE. Destacan asimismo la creación de agencias on-line de nicho (viajes deportivos, aventura, etc.)

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

El E-Turismo

13

En 2023, el E-Turismo, es decir, la venta online de viajes, estancias y paquetes turísticos, se convirtió en el primer sector de actividad del E-Comercio en términos de clientes, según el balance anual de la Federación Francesa de Venta y Comercio a Distancia (FEVAD)¹.

Así, el 59,3% de compradores online franceses (6 de cada 10) correspondieron a clientes del E-Turismo. Este porcentaje es 4,4 puntos más elevado que en 2022.

Por primera vez, dicho sector se ha hecho con el podio del E-Comercio, por delante de la Moda (54,3% de ciber-compradores) y los Productos Culturales (49,4%).

Un 66% de los ciber-compradores de productos de E-Turismo corresponde a edades entre 25 y 34 años; el 70% tiene estudios superiores y realiza trabajo cualificados profesionalmente y el 66% vive en aglomeraciones urbanas de más de 100.000 habitantes. Además, el 41% son compradores de productos turísticos exclusivamente a través del canal online, sin utilizar nunca los canales tradicionales de venta (agencias físicas a pie de calle o call centers).

En términos de facturación global del E-Turismo, en 2023 las ventas de productos turísticos online ascendieron a 42.000 millones de euros. Esta cifra representó un incremento interanual del 13%, según la FEVAD.

¹ La FEVAD cuenta con unas 800 empresas asociadas y es la organización que representa todo el sector del comercio electrónico y la venta a distancia en Francia.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2024

Dicho aumento se atribuye, según la misma fuente, al efecto combinado del incremento tanto del número de transacciones como del precio medio por paquete. No obstante, el aumento de la facturación ha sido más moderado que los registrados en 2022 y 2021, cuando alcanzaron un 55% y un 42%, respectivamente, debido a un efecto “rebote” tras la pandemia.

Los productos turísticos más vendidos online en 2023 han sido el alojamiento, tanto de hoteles como de apartamentos en alquiler (un 36% de las ventas) y el transporte, tanto billetes de tren como de avión (otro 36%).

Las ventas de alojamiento disminuyeron 3 puntos porcentuales en 2023 respecto al año anterior, mientras que las de transporte lo hicieron 7 puntos porcentuales. No obstante, estas pérdidas en los subsectores no se contradicen con el aumento generalizado de las ventas del E-Turismo (que engloban otras prestaciones).

Respecto al perfil de la clientela del E-Turismo, los ciber-compradores de entre 25 y 34 años son los más activos (3,5 compras online frente a la media de 2,8). En general, compran más alojamiento online (en un 45%).

14

Los ciber-compradores de entre 15 y 24 años compran más transporte (en un 41% frente a la media, que es de 29%), especialmente billetes de tren (20%) y de autobús (22%).

Los hogares con niños constituyen también un grupo de ciber-compradores muy activo, con una media de compra de productos de E-Turismo de 3,1. Por el contrario, los ciber-compradores mayores de 50 años son los menos activos, con 2,4 compras online frente a la media de 2,8.

Por número de clientes, los portales del E-Turismo más importantes en Francia son los siguientes:

Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 <i>Sur base acheteurs de la catégorie</i>
1	 Booking.com	6 561 739	29%
2	 airbnb	5 155 766	23%
3	 snfconnect	3 266 845	15%
4	 AIRFRANCE	2 601 907	12%
5	 ouigo	1 887 015	8%
6	 Hotels.com	1 880 144	8%
7	 easvJet	1 651 313	7%
8	 E.Leclerc	1 636 098	7%
9	 leboncoin	1 558 637	7%
10	 RYANAIR	1 505 302	7%

Fuente: Estudio FEVAD-Toluna – Enero 2024

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2024

A nivel global de E-Turismo, y como ya ocurre desde hace años, Booking ocupa el podio, al igual que el de la clasificación de los principales portales de venta online de alojamiento, que refleja la siguiente tabla:

Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 <i>Sur base acheteurs de la catégorie hébergement</i>
1	 Booking.com	6 439 094	36%
2	 airbnb	5 362 220	30%
3	 Hotels.com	1 955 431	11%
4	 E.Leclerc	1 701 613	10%
5	 leboncoin	1 621 050	9%
6	 ACCOR HOTELS	1 322 304	7%
7	 Cités de France	1 087 154	6%
8	 voyage privé	1 038 025	6%
9	 B.B	1 036 449	6%
10	 Veepee	901 641	5%

Fuente: Estudio FEVAD-Toluna - Enero 2024

15

Como se puede apreciar, los grupos franceses ocupan las principales posiciones a partir del cuarto lugar. Asimismo, en esta clasificación entran, en octava y décima posición, dos OTA's que en los últimos diez años han ido ganando cuota y clientela mediante un modelo de ventas-flash online de excedentes de producción de la turoperación tradicional: Voyage Privé y Veepee (Vente Privée).

En el subsector de la venta de transporte online, los principales portales quedan también reflejados en la siguiente imagen:

Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 <i>Sur base acheteurs de la catégorie Transport</i>
1	 snfcconnect	3 397 661	30%
2	 AIRFRANCE	2 706 096	24%
3	 OUIGO	1 962 577	17%
4	 BlaBlaCar	1 561 959	14%
5	 Booking.com	1 398 255	12%
6	 easyJet	1 380 065	12%
7	 RYANAIR	1 247 797	11%
8	 FLIXBUS	1 106 056	10%
9	 transavia	1 046 148	9%
10	 Expedia	784 076	7%

Fuente: Estudio FEVAD-Toluna - Enero 2024

Hay que resaltar que Booking aún está lejos del liderazgo que tiene en cuanto a venta de alojamientos. Sin embargo, es el único portal que se posiciona también dentro de los diez más importantes del mercado por número de clientes respecto a la venta de transporte.

Centrales de Compras

ASHA

Creada en enero de 2016 bajo el estatus de GIE (Groupement d'Intérêt Economique – Grupo de Interés Económico), es la principal central de compras de Francia. En 2023 afirma haber realizado una facturación de 6.000 millones de euros, frente a los 4.500 millones logrados en 2022.

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

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
- 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

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

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

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

Unión de Oficios e Industrias de la Hotelería (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

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

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

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. Forman parte de la misma:

- Las Empresas del Viaje - EDV
- La Asociación de Turoperadores - SETO
- La Unión de Oficios e Industria de la Hotelería - UMIH
- La Federación Nacional de Hotelería 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

Mediación del Turismo y del Viaje (MTV)

Creada en 2011, esta figura entró en funciones en Francia el 1 de enero de 2012. Es independiente e imparcial y su objetivo, como su nombre indica, es mediar en todo conflicto entre los consumidores y los profesionales del sector turístico y del viaje para encontrar una solución amistosa y evitar la intervención de la justicia.

Desde el 1 de enero de 2024, el Mediador de Turismo es Jean-Pierre Mas, que ha sustituido al primer y único Mediador hasta dicha fecha, Jean-Pierre Teyssier.

Desde 2017, el Mediador del Turismo francés forma parte de la red Travel_Net, que integran otras 13 entidades europeas de este tipo, bajo el apoyo de la Comisión Europea.

Pueden recurrir al Mediador del Turismo tanto los consumidores como los profesionales (turoperadores, agencias de viajes, compañías aéreas, grupos de restauración o asociaciones profesionales del sector turístico). En 2023, trató 21.373 dossiers que, en el 94,6% de los casos fueron presentados por consumidores. El 63% de esos dossiers afectaron a litigios sobre el sector aéreo, el 18,6% a paquetes turísticos, el 3,7% a alojamiento y el 1,6% a cruceros.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

