TURESPAÑA

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

3.

FRANCIA 2025
Estructura del Sector Turístico

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2025

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Consejería de Turismo de España en París
NIPO: 219-25-003-0
Junio 2025

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

FRANCIA 2025

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 clave para España, pues es su segundo mercado emisor internacional. Como receptor, es el primer destino mundial[1] por número de turistas, aunque por gasto se sitúa detrás de España.

En 2024, el sector del Turismo representó casi el 8% del PIB francés y 2 millones de empleos directos e indirectos. Los ingresos por turismo internacional ascendieron a 71.000 millones de euros, representando un incremento interanual del +12% (respecto a los 57.000 millones de euros de 2019, dicho aumento es del 24,5%).

En 2024[2], existían 5.188 empresas en el sector de agencias de viajes y turoperadores turísticos en Francia[3], con un crecimiento del 5,9 % desde 2019. Por segmento, la división es la siguiente:

- Agencias de viajes: 4.172 empresas en 2024, con un crecimiento del 2,1 % desde 2019 .
- Turoperadores: 1.016 empresas en 2024, con un crecimiento del 7,2 % desde 2019.

Los sectores de la distribución y de la producción generaron unos ingresos globales en 2024[4] de aproximadamente 16.300 millones de euros, con un crecimiento acumulado del 1,5 % entre 2019 y 2024. La división por segmento fue la siguiente:

- Agencias de viajes y otros operadores: ingresos de 6.600 millones de euros en 2024, con un crecimiento del 13,1 % desde 2019 .
- Turoperadores: ingresos de 9.700 millones de euros en 2024, con un crecimiento del 1,7 % desde 2019.

El empleo global fue de 40.727 personas en 2024, con un crecimiento del 6,2 % desde 2019 . Su distribución por segmento fue la siguiente:

- Agencias de viajes: 29.120 empleados en 2024, con un crecimiento del 0,7 % desde 2019.
- Turoperadores: 28.176 empleados en 2024, con un crecimiento del 10,2 % desde 2019.

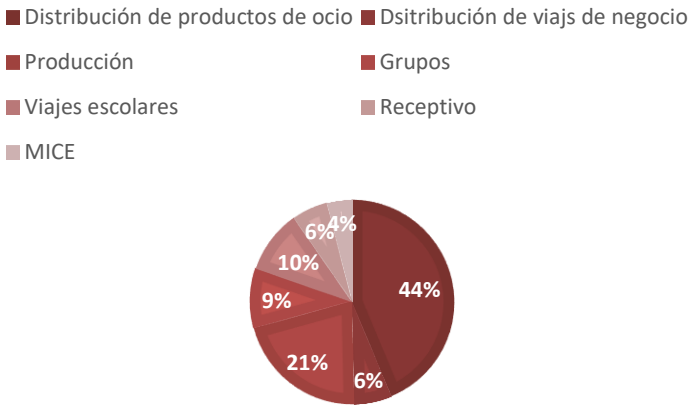
[1] Fuente: en 2024, Francia recibió unos 100 millones de turistas, según Atout France. España recibió 94 millones, según la encuesta Frontur del Instituto Nacional de Estadística.
[2] Fuente: Informe “Travel Agencies & Tour-Operators in France – Market Research Report 2014-2029” – Mayo 2025.
[3] Fuente: Informe “Travel Agencies & Tour-Operators in France – Market Research Report 2014-2029” – Mayo 2025. El sector incluye las agencias de viaje tradicionales, los turoperadores y los servicios de reserva de viajes online.

[4] Fuente: Informe “Travel Agencies & Tour-Operators in France – Market Research Report 2014-2029” – Mayo 2025.

Los sectores de actividad de agencias y turoperadores se reparten de la siguiente forma[1]:

Fuente: SETO y EDV – Actualizado a mayo de 2025

El tamaño del mercado de los sectores de la distribución y de la producción ha estado creciendo en Francia a una tasa compuesta anual (CAGR) del 21,8 % entre 2020 y 2025, y se estima que siga creciendo durante los próximos cinco años.



Situación actual

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

- Concentración horizontal y vertical: absorción por los grupos más grandes de otras empresas más pequeñas – de las que conservan, sin embargo, sus marcas de comercialización- y compra de redes de distribución por parte de los productores para controlar y ampliar la comercialización de sus productos.
- Incremento de las ventas directas a través de portales online propios.
- Multiplicidad de nuevas micro empresas especializadas en nichos de mercado: 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. Innovaciones tecnológicas que impactan la experiencia de compra y las ventas en general.

[1] Fuente: informe conjunto de SETO y de "Las Empresas del Viaje" (EDV), la principal asociación de agencias de viaje de Francia – Ultimos datos disponibles a fecha de 2024.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Situación general

El sector ha remontado los efectos negativos de la pandemia. En 2024, los miembros del "Sindicato de Empresas de Tour-Operación" (SETO), la principal asociación del sector de la producción[1], registraron los siguientes resultados:

- Un aumento de facturación del +12,9% interanual, para alcanzar los 3.947 millones de euros.
- Un aumento del número de clientes del +4,5% interanual, para alcanzar los más de 2,5 millones de personas.

Actualidad

A la hora de redactar este informe, el sector se ve marcado por las quiebras y operaciones de fusiones y adquisiciones que se detallan a continuación:

1. Quiebra de la red de distribución *Univairmer/Tomorrow Travel*. Presentada a principios de 2025, un total de 56 agencias de la red han sido compradas por otros grupos, mientras que otras 19 han cerrado definitivamente. Los grupos que han adquirido 47 puntos de venta son Prêt à Partir, Verdié, Selectour y Cediv (ésta última es la cooperativa de agencias independientes), por un total de 1,5 millones de euros.

2. Relanzamiento de la marca *Jet Tours*. Esta marca -que fue creada en 1968 por Air France- pertenecía a Thomas Cook y, con la quiebra de dicha turoperador en 2019, desapareció del mercado. En 2020 fue comprada por el grupo de turoperación NG Travel, que ha decidido relanzarla con el objetivo de alcanzar los 180 millones de facturación dentro de cinco años.

3. Compra de Hello Travel por el especialista en turismo de aventura, Altaï Group. El fondo de inversión Genairgy ha realizado la operación, cuyo montante no ha sido comunicado. Este fondo es el accionista mayoritario de Altaï Group, que en 2024 realizó una facturación de 55 millones de euros. La de Hello Travel fue de 25 millones de euros. Fundado en 2015, Altaï Group es propietario de las marcas de turoperación especializadas en turismo de naturaleza y de aventura Atalante, 66° Nord y Altaï Travel. "Hello Travel" es, a su vez, propietario de las marcas "Copines de Voyage" y "Les Aventureurs", que seguirán comercializando sus productos bajo dichos nombres.

4. El grupo Elux ha adquirido la mini-red de distribución "La Route des Voyages", que en 2024 realizó una facturación de casi 8 millones de euros. Creada en 1993, "La Route de Voyages" cuenta con 6 agencias de viaje -Burdeos, Lyon, Toulouse, Annency, Angers y Ginebra- que mantendrán su nombre tras la adquisición. Por su parte, el grupo Elux -que se posiciona como un turoperador "premium" con

[1] SETO cuenta con más de 150 turoperadores como socios.

dossieres por viaje de una media de 22.000 euros- realizó una cifra de negocio en 2024 de 16,5 millones de euros (14,5 millones en 2023).

5. El Grupo de Interés Económico (GIE) Manor, especializado en los viajes de negocio, con 300 puntos de venta en Francia y un volumen de negocios anual de unos 2.500 millones de euros, ha creado "Manor Loisirs" en colaboración con otro GIE denominado Papmut. "Manor Loisirs" estará especializado en viajes de ocio y contará con 430 agencias, por un volumen de negocios anual medio de 500 millones de euros.

6. Acuerdo del grupo francés Karavel-FRAM y el grupo italiano Alpitour World para la compra por parte de FRAM de la filial francesa de Alpitour. Esta última, creada en 2017 bajo la denominación de Alpitour France queda integrada en FRAM a partir de abril de 2025, al igual que sus dos marcas, "Bravo" y "Sea Club", que conservan sus nombres comerciales. Se desconoce el montante de esta operación de compra.

Principales grupos

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.

La tabla siguiente ofrece los principales turoperadores de Francia por cifra de negocios anual[1]:

Nombre de la empresa	Cifra de negocios[2] (en millones de euros)	Resultado neto[3] (en millones de euros)
Euro Disney Vacances	1.600*	6*
Directours (grupo NG)	365,8	13,3
Thalasso N° 1	254,8	7,2
Voyageurs du Monde	221	21
Karavel	No Comunicado	No Comunicado
Exotismes	181,6	6,8
TUI Francia	No Comunicado	No Comunicado
FRAM	No Comunicado	No Comunicado
Le Cercle des Vacances	145,3*	2,3*
Salaün Holidays	No Comunicado	No Comunicado
Dertour Francia	137,3	4,7
Aerosun (gr. Marietton)	129,5	10,7
La France du Nord au Sud	120,2	568 K[4]

[1] Fuente: plataforma especializada en resultados empresariales www.infonet.fr. La lista procede del subsector identificado por infonet como empresas con "actividad de agencias de viaje, turoperadores, servicios de reserva y actividades asimiladas". Sin embargo, de la lista completa de dicho subsector se han tomado en el presente informe sólo las empresas dedicadas a la "actividad de turoperación", excluyendo el resto ("agencias de viaje, servicios de reserva y actividades asimiladas").
[2] Las cifras de negocios de la presente tabla marcadas con un asterismo se refieren a datos de 2024. Aquéllas que no lleven asterisco se refieren a datos de 2023.
[3] Las cifras de resultados netos de la presente tabla marcadas con un asterismo se refieren a datos de 2024. Aquéllas que no lleven asterisco se refieren a datos de 2023.

[4] En miles de euros, no en millones como el resto de la tabla

Nombre de la empresa	Cifra de negocios[2] (en millones de euros)	Resultado neto[3] (en millones de euros)
Travel Planet Francia	92,5	934 K
Voyage Privé	No Comunicado	No Comunicado
Comptoir des Voyages (g. Voyageurs du Monde)	91,5	8,4
Teldar Travel	90,5	1,3
Verdie	89,9	3,3
Global Business Travel	87,7	-2,6
Havas Voyages (grupo Marietton)	81,6	7
Perfectstay.com	No Comunicado	No Comunicado
Club Med	79,9	4,9
Terres d'Aventure (grupo Voyageurs du Monde)	79,6	5,1
Le Monde à la Carte (grupo Marietton)	72,5	3,2
Travelfactory	72,4	6,6
Voyages E.Leclerc	64,6	910 K
Partir	64,1	2,5
Beachcomber Tours	63,5*	1,1*
Les experts du voyage	61,9*	2,7*
Experience sport Travel	60,9*	5,4*
UCPA Vents et Voyages	54,5	779 K
Vacances Bleues	53	960 K
Egencia Francia	52,1	-117,7
Allibert	50,5	3
Nautil	48,8	2,4
Vacances Heliades	48,5	1,6
Syltours	47,9*	516 K*
Carrefour Voyages	45,8	819 K
Sagarmatha	42,9	639 K
Travel Evasion	36,6	856 K
Hurtigruten France	36,5	1,1
Plein Vent	No Comunicado	No Comunicado
Nomade Aventure	34,3	1,4
BCD Travel Francia	31,7	1,3
Intermedes	No Comunicado	No Comunicado
Richou Voyages	29	506 K
Altai Francia	27,8	203 K
La Phratrie	27,6	214 K

Fuente: www.infonet.fr – Mayo 2025

Asimismo, a continuación se ofrecen informaciones sobre algunos de los principales grupos de turoperación de Francia:

1. 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. Uno de ellos es Certares, que desde 2018 es propietario del 49% del grupo.

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. Desde 2001 ha adquirido 29 empresas de turoperacion y de distribución de las que, en al menos 18 casos, ha conservado su estructura y denominación comercial.

Como productor, Marietton Developpement posee los siguientes turoperadores: Havas Voyages, Ailleurs Business, Héliades, Austral Lagons, Voyamar y Solea (esta última participada en un 50%). Todos comercializan sus productos bajo sus propias marcas. En 2024, las ventas de esos cuatro turoperadores alcanzaron los 25 millones de euros (+12% interanual), representando el 15% de las ventas totales del grupo.

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, otras 260 en franquicia y 27 plataformas de turismo de negocios.

La marca Havas Voyages es, además de turoperador, red de distribución. Representa casi 800 millones de euros en ventas y que cuenta con unas 530 agencias: 300 bajo la marca homónima, 30 bajo la marca Bleu Voyages, 172 bajo la marca Salaün Holidays, otras 30 del grupo Verdie Voyages y 10 agencias del grupo Voyages Girardot.

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. Su cifra de negocios en 2024 ha sido de unos 500 millones de euros. Tiene unos 200 empleados.

Es especialista en la producción y comercialización de “hoteles-clubs” a través de sus tres marcas, Kappa, Coralia y Eldorador, por un total de 127 establecimientos en los que en 2024 se alojaron unas 200.000 personas (+8% interanual).

Es propietario también de tres turoperadores: Directours, Promoséjours y Boomerang Voyages. Este último registró en 2024 una facturación de 460 millones de euros (+7% interanual), por un total de 330.000 clientes.

3. Grupo Karavel-Promovacances

Según las últimas cifras disponibles , su facturación rondaría los 350 millones de euros anuales. Cuenta con unos 1.000 empleados. Karavel es el principal distribuidor que opera a través de distintas marcas: Promovacances, la principal plataforma online del

grupo, y FRAM, que cuenta con una red de 160 agencias de viaje tradicionales bajo esta marca.

Las plataformas online del grupo tienen más de 7 millones de visitantes únicos al mes y la clientela anual del grupo es de más de 800.000 personas.

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-, Promovacances, Club Jumbo, ABCroisiere, Partir Pas Cher, Plein Vent, Ecotour.com, Alpitour France y Bravo Club.

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).

FRAM está considerado el líder de ventas del destino España en el mercado francés. Según cifras facilitadas por esta marca a la OET de París, en 2024 vendió casi 74.000 paquetes a Lanzarote y otros 80.400 a Tenerife.

4. TUI Francia

Es la filial francesa de la multinacional de origen alemán, TUI. En 2024, su facturación aumento un +10% respecto a 2023, según anunció el grupo, pero sin especificar cifras concretas. En 2023, TUI Francia había cerrado en positivo su ejercicio comercial por primera vez en diez años (tampoco se anunciaron cifras específicas).

Es propietaria de los turoperadores Nouvelles Frontiéres, 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.

Sus TUI Stores son un total de 199, repartidos por toda Francia. General el 29% de las ventas de toda la filial francesa de TUI, mientras que el portal online TUI.fr general 16% de ventas y el grupo de 22 agentes comerciales independientes asociados a la red de TUI Stores genera otro 22% de ventas.

5. Ô Voyages (ex Thalasso n°1)

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 2024 tuvo un cifra de negocios de unos 325 millones de euros (250 millones en 2023).

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, tiene más de 140.000 clientes anuales.

7.- Grupo Voyageurs du monde

El grupo Voyageurs du Monde, alcanzó en 2024 una facturación de 735,5 millones de euros (+6% interanual). Es uno de los principales turoperadores franceses, especializado en viajes personalizados y de aventura. La distribución de su volumen de negocio es la siguiente: 56% corresponde a viajes a medida, el 28% a viajes de aventura y el 16% a viajes en bicicleta. Cuenta con unos 1.880 empleados.

Desde 2001 pertenece al grupo Voyageurs du Monde el turoperador "Terres d'Aventure", especializado en viajes de aventura, senderismo y trekking, con más de 1.600 itinerarios que incluyen viajes a pie, en grupo, en. familia, a medida y en bicicleta. Con sede en París, y alrededor de 200 empleados, la facturación de Terres d'Aventure en 2023 fue de unos 80 millones de euros (74 millones en 2019). No se disponen de cifras de clientela fiables, si bien se estima que se sobrepasa los 20.000 clientes (últimos datos disponibles).

También forma parte del grupo el turoperador "Comptoir des Voyages" desde 1996. Especializado en viajes a medida y de aventura y con sede en París, su facturación en 2023 fue de unos 92 millones de euros (últimos datos disponibles).

8.- Cercle des Vacances

Fundado en 2002, tiene su sede en París y ofrece viajes a medida. Opera también bajo las marcas de "Cercle des Voyages", "Billets Discount", "Vacances Australie" y "Croisiris". En 2023 (últimos datos disponibles) contaba con 113 empleados y su facturación ascendió a 135,5 millones de euros (+45,8% interanual). No se dispone de cifras oficiales sobre el número de clientes. Sin embargo, el crecimiento en la facturación sugiere una expansión significativa.

9.- Salaün Holidays

Es a la vez turoperador y distribuidor, con una red de 157 agencias propias implantadas en Francia y en Bélgica. Creado en 1932 como un modesto autocarista de la región de Bretaña, a lo largo de sus 90 años de historia, se ha transformado en uno de los principales turoperadores franceses, manteniendo su carácter familiar y su enfoque en la calidad del servicio. Tiene más de 500 empleados y su red de distribución cuenta con más de 3.000 puntos de venta asociados. Posee las marcas de productos turísticos generalistas "Salaün Holidays", "Nationaltours" y "BT Tours" (Bélgica), así como las marcas de productos turísticos especializados "Nordiska", "HUGH!", "Alpes Express" y "Amiclub". Su facturación en 2023 fue de 148,7 millones de euros (últimos datos disponibles). De ellos, 6 millones de euros correspondieron a su actividad como autocarista. No se dispone de cifras oficiales sobre su número de clientes anuales.

Asimismo, deben tenerse en cuenta dos empresas, que si bien su actividad principal es la gestión de establecimientos 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). Sin embargo, en 2023, abandonó su actividad inmobiliaria para centrarse exclusivamente en la turística, para fortalecer así su posición en el mercado europeo.

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. Actualmente opera 283 sitios turísticos en Europa, con 44.500 alojamientos (apartamentos, casas y villas). En 2023, a través de su marca Maeva, adquirió Vacansoleil, ampliando su oferta en el sector del camping y turismo al aire libre.

En 2024, este grupo consolidó su recuperación financiera y operativa, logrando resultados positivos tras más de una década de pérdidas. Su facturación total fue de 1.900 millones de euros, de los que 1.800 millones correspondieron a actividades turísticas, representando un incremento interanual del 3,7%.

2. Grupo Odalys: en diciembre de 2024 adoptó el nombre Magora para reflejar su diversificación en seis áreas: gestión de residencias (turísticas, de negocios, estudiantiles y para personas mayores), gestión de campings (marca Flower), venta de mobil-homes, administración de propiedades, transacciones inmobiliarias y renovación de espacios.

Sus marcas comerciales son: Odalys Vacances (residencias turísticas en destinos de playa y montaña); Odalys City (apartahoteles urbanos orientados al turismo de negocios, representando el 60% de la actividad en este segmento); Odalys Campus (residencias estudiantiles en Francia, España, Portugal y Bélgica); Happy Senior (residencias no medicalizadas para personas mayores autónomas) y Flower Campings (red de campings franquiciados con más de 130 sitios y 530.000 clientes anuales). Las cinco marcas siguen operando bajo sus nombres originales citados.

En 2024, la facturación estimada del grupo fue de 400 millones de euros. En 2023, esa cifra de negocios fue de 221,9 millones de euros (+6,5% interanual). Para 2025 hay programadas más de 25 aperturas de nuevos proyectos, incluyendo uno en Sevilla.

El grupo opera más de 550 establecimientos en Francia y Europa del Sur, con una capacidad total de 128.000 camas, por un total de más de 2,5 millones de clientes anuales. Sólo en Francia cuenta con unos 1.300 empleados.

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 los últimos cuatro años, este porcentaje ha descendido progresivamente, de forma que en 2024 se sitúa en un 7,6%.

Por este motivo, las ventas de la turoperación del destino España (Península, Canarias y Baleares) ofrecen cifras moderadas.

Es preciso señalar que 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.

Pese a lo hasta aquí expuesto, 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.

Los turoperadores franceses dividen los destinos españoles en Península, Baleares y Canaria, contabilizándolos separadamente. Por eso, Canarias encabezaba la lista de los diez destinos más vendidos en la temporada invernal 2023-24, con 93.758 paquetes y un aumento interanual del +14,4%, según el SETO. En su conjunto, sumando Península, Baleares y Canarias, España fue el destino más vendido, con alrededor de 150.000 paquetes y un crecimiento interanual de más del +10%.

Respecto a la temporada estival de 2024, España también fue el destino internacional más vendido por los turoperadores, con un total de 323.735 paquetes, por delante de Grecia y sus islas. Por subdestinos, Baleares fue el tercer destino más vendido, con casi 146.000 paquetes (-3,2% interanual), Canarias fue el sexto, con unos 106.000 paquetes (+1,4% interanual), y la Península ocupó el séptimo lugar, con unos 72.500 (-4,1% interanual).

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

Características generales

La distribución tradicional está muy fragmentada en Francia. El 90% de los distribuidores son micro-empresas, con menos de 10 empleados.

La proporción se invierte si hablamos de facturación: el 50% de la facturación total del sector la realiza el 10% de empresas con más de 10 empleados.

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[1].

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 con el mayor potencial turístico emisor tanto a nivel doméstico como internacional. Le sigue Provenza-Alpes-Costa Azul (PACA), en el sur de Francia, con un 13% de agencias de viajes.

[1] Fuente: Empresas del Viaje (EDV) - datos de 2023, últimos disponibles.

Estructura del sector

El sector de la distribución en Francia se divide de la siguiente manera:

1.- Agencias de viajes tradicionales: representan el 20% del mercado.. Se dividen en tres tipos:

- Agencias agrupadas en una red de distribución:
  La principal es "Selectour"., con más de 1.000 puntos de venta asociados, que representan 400 empresas y unos 4.000 colaboradores en total. Cuenta con una división dedicada a los viajes de negocios, "Selectour Affaires", con 270 agencias especializadas en la gestión de los viajes corporativos, por un total de 1.000 empleados. En 2024, tuvo una facturación de unos 6.600 millones de euros (+2% interanual)[1]. No se dispone de cifras oficiales sobre número total de clientes.

- Agencias independientes: no pertenecen a ninguna marca y, en general, basan su modelo de negocio en nichos de mercado, centradas en segmentos específicos como viajes de lujo, turismo gastronómico, viajes de aventura o culturales. Ofrecen experiencias personalizadas y suelen tener un conocimiento profundo del destino o tipo de viaje que ofrecen.

  El principal representante de este segmento es la CEDIV (Centre d'Études des Indépendants du Voyage), una cooperativa fundada en 2002. En 2024, contaba con aproximadamente 230 agencias y unos 600 profesionales como miembros. En 2024, su facturación alcanzó los 260 millones de euros (+30% interanual), destacando un aumento del 22% interanual en las ventas de billetes aéreos y un incremento del 15% en las de paquetes de estancias de ocio. CEDIV ha establecido alianzas con diversos actores del sector turístico para ampliar su oferta y mejorar la competitividad de sus agencias. En 2024, se anunció una colaboración con la plataforma española Civitatis, permitiendo a las agencias del grupo acceder a más de 92,000 actividades en 3,900 destinos a través de la herramienta Cediv'Package . Portal oficial: www.cediv.travel

- Agencias integradas o franquiciadas : pertenecen a los grandes grupos de turoperación pero se identifican por sus propias marcas de comercialización. Entre las más importantes cabe citar Havas Voyages y Salaün (del grupo Marietton), TUI Store, Nouvelles Frontières (del grupo TUI) Club Med, Verdié Voyages, etc.

2.- Agencias de viajes online (OTA's): representan el 80% de la distribución total del mercado[2].

[1] Fuente: informaciones publicadas por el diario turístico especializado "L'Echo Touristique".
[2] Las OTA's las incluimos en el parágrafo sobre el E-Turismo del presente estudio de mercado.

3.- Agencias de las marcas de la gran distribución: representan el 10% restante del mercado.

Hace 20 años no existían, pero se han impuesto en el panorama de la distribución francesa gracias a sus volúmenes de compras y a las importantes ofertas que ello les permite hacer.

Los "gigantes" de la gran distribución que tienen redes de agencias de viajes en Francia son dos: Leclerc Voyages, que tiene 195 agencias, Carrefour Voyages, con 167 puntos de venta, de los que 30 son en franquicia. La estrategia de ambas marcas es colocar sus agencias de viajes al lado de sus correspondientes hipermercados para captar clientela.

Auchan Voyages, por su parte, no se encuadra en esta tipología, pues no pertenece a la marca homónima de gran distribución. Es propiedad desde 2015 del grupo Marietton Développement, que la gestiona de forma centralizada. Tiene 13 agencias de viajes tradicionales en los hipermercados Auchan de 6 regiones francesas.

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 2024 afirma haber realizado una facturación de 6.400 millones de euros, frente a los 6.000 millones logrados en 2023.

Es propiedad del grupo Marietton Developpement y de Selectour. 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).

El turismo de negocios (incluido el MICE) representa el 60% de la facturación de Selectour (unos 2.460 millones de euros) y el 50% de la de Marietton (unos 1.150 millones de euros).

El crecimiento interanual de las ventas de productos de turismo de negocios de Asha en 2024 ha sido del +4,5%, mientras que el aumento interanual de las de turismo de ocio asciende a +2%.

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 octubre de 2024, el grupo alemán RTK International ha entrado en el capital de TourCom a la altura del 30%. Esta operación ha conllevado que TourCom tenga acceso a 6.000 puntos de venta en 12 países además de Francia, por una cifra de negocios de 9.000 millones de euros anuales.

Tiene también un GIE especializado en el sector MICE denominado "TourCom Travel Management", que fue creado en 2011 en colaboración con la central de compras Manor.

Manor

Es otro GIE que reúne a 320 agencias adherentes, por una facturación total anual de 2.500 millones de euros. Tradicionalmente especializado en el turismo de negocios, en 2024 creó "Manor Loisirs" en colaboración con el GIE Papmut, introduciéndose así en el sector de los viajes de ocio y generalistas. La nueva "Manor Loisirs" es una entidad con 430 agencias y un volumen de negocio de 500 millones de euros anuales.

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

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

El E-Turismo[1]

En 2024, el E-Turismo reiteró su liderazgo como primer sector de actividad del E-Comercio en Francia, según el balance anual de la Federación Francesa de Venta y Comercio a Distancia (FEVAD)[2].

Las ventas de productos turísticos online en Francia ascendieron a unos 43.700 millones de euros, cifra que supone un incremento interanual del 4%, según la FEVAD.

[1] Se entiende por E-Turismo la venta online de viajes, estancias, paquetes y otros servicios y productos turísticos.
[2] 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.

Este aumento interanual ha sido mucho más moderado que los registrados en los últimos 4 años (en 2023, 2022 y 2021, el E-Turismo en Francia subió, respectivamente, un 13%, un 55% y un 42% interanual, debido a un efecto "rebote" tras la pandemia.

Los productos turísticos más vendidos online en 2024 han sido el alojamiento (estancias en hoteles y alquiler de apartamentos) en un 39% y el transporte (avión y tren), con una cuota de mercado del 36%.

Respecto al perfil de la clientela del E-Turismo, los ciber-compradores más activos fueron los de la franja 25-34 años (3,5 compras frente 2,8 de media). En general, compran alojamiento (el 45% de ellos) y transporte (el 41%), especialmente billetes de tren (20%) y de autobús (22%).

Las familias con niños compran también muchos productos turísticos online, con una media de 3,1 compras. Los ciber-compradores mayores de 50 años son los menos activos, con 2,4 compras online frente a la media de 2,8.

Respecto a la división de las principales empresas que realizan las ventas en el sector del E-Turismo, las Agencias de Viajes OnLine (OTA's por sus siglas en inglés) tienen una cuota de mercado del 24%, mientras que la cuota de los portales de marcas de turoperación y redes de distribución representa el 32%. El restante 44% de las ventas totales se reparte entre plataformas de reservas como Booking, Expedia

En cuanto a las principales OTA's que operan en el mercado francés, (dejando de lado Booking y Expedia) se exponen a continuación las principales:

1.- Voyage Privé
Especializada en un modelo de ventas-flash online de excedentes de producción de paquetes de lujo de la turoperación tradicional, fue fundada en 2004 en Aix-en-Provence (sur de Francia), donde tiene su sede. Lanzó su página web oficialmente en 2006 e inició su expansión internacional en 2008. Actualmente también opera en España, Italia, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Suiza, Alemania, Holanda, Bélgica y Polonia. En 2016 adquirió Splendia, un portal de reservas online especializado en hoteles y villas de lujo, que le permitió ampliar su oferta de alojamientos de alta gama y mejorar su tecnología de gestión de contenidos y conectividad con hoteleros. Desde la pandemia, el grupo no ha comunicado sus cifras de facturación (que en 2019 fue de 744 millones de euros, con un crecimiento interanual del 18%). En cuanto a número de clientes, Voyage Privé afirma tener más de 44 millones de socios en Europa, con más de 1 millón de clientes anuales.
2.-CDiscount
Es la segunda plataforma de comercio digital en Francia, sólo por detrás de Amazon. En 2021 captaba el 22,6% de las compras online en el mercado francés. Fundada en 1998, inicialmente se centraba sólo en la venta de CD y DVD de segunda mano y posteriormente diversificó sus ventas añadiendo otros productos, entre ellos los turísticos. Aunque no se dispone de cifras específicas para 2024, según los últimos datos disponibles de 2022, la plataforma contaba con 10 millones de clientes activos y 23 millones de visitantes únicos mensuales, y su facturación rondaba los 4.000 millones de euros anuales. En 2023, dado el peligro de quiebra que acechaba a su casa-madre, el grupo Casino, CDiscount realizó una importante reestructuración, adaptando su modelo de negocio hacia un "market place" y servicios B2B para mejorar su rentabilidad.

3.-Veepee
Anteriormente conocida como Vente-privee.com, es una empresa francesa pionera en el modelo de "ventas flash" online de excedentes de producción de la turoperación tradicional. Fundada en 2001, la compañía ha evolucionado hasta convertirse en un referente del comercio electrónico en Europa. En 2023, Veepee registró un volumen de negocio de 3.200 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 7% interanual. La plataforma realizó más de 25.000 ventas flash y vendió 80 millones de productos, colaborando con 7.000 marcas. Actualmente, Veepee cuenta con 66 millones de miembros en 10 países y emplea a unas 5.000 personas.

Las OTA's representan el 24% del total de las ventas del E-Turismo. La reserva en directo en las páginas web de productores y distribuidores representa el 32% del total de las ventas del E-Turismo.

3.- Grupo eDreams Odigeo
Especialista de la venta online de billetes aéreos, este grupo logró en 2024 una facturación de 718 millones de euros (+6% interanual) y su clientela ascendió a 7,26 millones de viajeros (+25%). Este grupo
Por número de clientes, tres portales del E-Turismo, se situaron en la clasificación de las 20 plataformas de E-Comercio más importantes en Francia en 2024, según la clasificación de Mediametrie/Net Rating. Dichos portales fueron:

- Booking, en octava posición, con 17,5 millones de visitantes únicos por mes;
- SNCF Connect (la RENFE francesa), en décimo tercera posición, con 14 millones de visitantes únicos por mes;
- Airbnb, en décimo octava posición, con 10,3 millones de visitantes únicos por mes.

Si nos atenemos solamente al sector del E-Turismo, los portales más visitados son[1]:

Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 *Sur base acheteurs de la catégorie*
1	Booking.com	6 561 739	29%
2	airbnb	5 155 766	23%
3	sncfconnect	3 266 845	15%
4	AIRFRANCE	2 601 907	12%
5	ouigo	1 887 015	8%
6	Hotels.com	1 880 144	8%
7	easyJet	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

[1] Fuente: últimos datos disponibles, según el estudio FEVAD con la consultora Toluna-Harris Interactif, publicado en enero de 2024 (fecha de la última publicación disponible).

Si nos atenemos a los portales de venta online de alojamientos, la clasificación es la siguiente:

Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 *Sur base acheteurs de la catégorie hébergement*
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		1 087 154	6%
8	voyage privé	1 038 025	6%
9		1 036 449	6%
10	Veepee	901 641	5%

Según la tabla precedente, 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 en sus ofertas de alojamiento (Voyage Privé y Veepee).

Respecto a la venta de transporte online, los principales portales quedan también reflejados en la siguiente tabla:

Position 2023	Site E-commerce	Nombre de clients	Pénétration 2023 *Sur base acheteurs de la catégorie Transport*
1	sncfconnect	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

Asimismo, en la siguiente tabla se ofrecen las audiencias mensuales de los portales online de las principales marcas de agencias de viajes tradicionales del mercado francés[1]:

Position	URL du site	Nb. de visites estimées mensuelles
1	www.selectour.com	67120
2	agences.havas-voyages.fr	23000
3	www.voyageursdumonde.fr	20337
4	www.promovacances.com	8071
5	www.pagesjaunes.fr	7874
6	agences-de-voyages.tui.fr	7005
7	www.tui.fr	6259
8	www.leclercvoyages.com	4737
9	www.maisonsduvoyage.com	2777
10	www.fram.fr	2452
11	www.ateliersduvoyage.com	2417
12	fr.mappy.com	1997
13	www.pretapartir.fr	1704
14	www.verdie-voyages.com	1659
15	agence.visagesdumonde.fr	1492
16	www.perier-voyages.com	1041
17	www.comptoirdesvoyages.fr	999

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

[1] Fuente: barómetro publicado mensualmente por la revista especializada turística "Tour-Hebdo". Los datos que ofrece la tabla están actualizados a marzo de 2025.

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, SeLoger, 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 Esquiables de Francia – DSF (Domaines Skiables 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)

Esta institución entró en funciones en Francia el 1 de enero de 2012. Es independiente e imparcial y su objetivo es mediar en los conflictos entre consumidores y profesionales del sector turístico para lograr una solución 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).

Según el informe de 2023, el último disponible[1], el Mediador trató a lo largo de 2023 trató 21.373 dosieres que, en el 94,6% de los casos fueron presentados por consumidores. El 63% de esos dosieres afectaron a litigios sobre el sector aéreo, el 18,6% a paquetes turísticos, el 3,7% a alojamiento y el 1,6% a cruceros.

www.mtv.travel

[1] La Mediación del Turismo presenta sus informes anuales en el mes de junio. Se está a la espera, por tanto, del informe correspondiente a 2024, que será publicado en junio de 2025.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO
TURESPAÑA