

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

FRANCIA

Estructura del Sector Turístico

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Plataformas de reservas y contratación on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

Características generales

Según el Ministerio de las Pequeñas y Medianas Empresas, Comercio, Artesanía, Turismo y Poder Adquisitivo francés, en 2025 el sector turístico representó el 8 % del PIB francés y generó alrededor de 2 millones de empleos directos e indirectos. En 2025: con 102 millones de visitantes, Francia es el país más visitado del mundo. Además, registró un máximo histórico con 77.500 millones de euros en ingresos internacionales por turismo en la balanza de pagos, +9 % respecto a 2024, y un saldo positivo de 20.100 millones de euros. (Respecto a los 57.000 millones de euros de 2019, dicho aumento es del 35,9%).

No obstante, este informe se centra exclusivamente en la composición del sector turístico emisor y no en el sector turístico en su conjunto. Por ello, no se analizan otros ámbitos de actividad, como el alojamiento, los servicios receptivos, las actividades turísticas o el transporte, que explican en gran medida el peso del turismo en el PIB francés.

4

Es importante también señalar que, al tratarse de un mercado con un peso muy grande de turismo individual, en particular hacia España, la estructura del sector emisor es reducida en comparación a otros mercados donde el viaje organizado tiene un papel relevante.

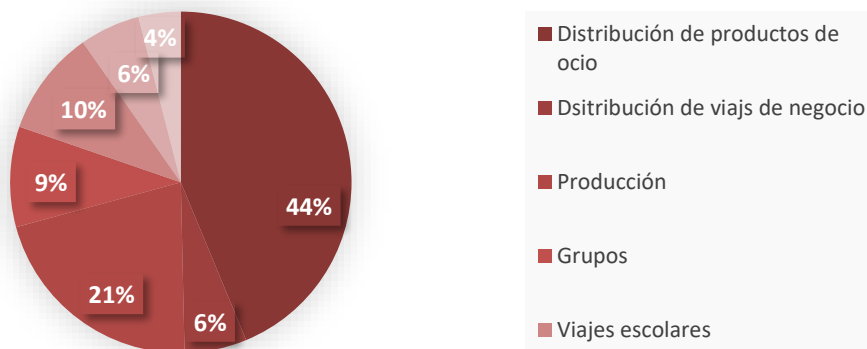
Tras la pandemia, los sectores franceses de la producción y la distribución atravesaron importantes procesos de transformación, entre los que destacan:

- Reestructuraciones empresariales: revisión de las condiciones laborales, despidos y reducción importante de puestos de trabajo y relevo generacional en las plantillas.
- Concentración horizontal y vertical: absorción de empresas más pequeñas o especializadas por parte de grandes grupos/consorcios empresariales, manteniendo en muchos casos sus marcas comerciales; y adquisición de redes de distribución por parte de los productores con el objetivo de controlar y ampliar la comercialización de sus productos.
- Incremento de las ventas directas por parte de los grandes grupos/consorcios empresariales a través de portales online propios y acuerdos con OTAs. Para lo que realizaron importantes inversiones tecnológicas, con un impacto directo en la experiencia de compra y en las ventas en general.
- Proliferación de nuevas microempresas especializadas en nichos de mercado que operan esencialmente en el canal online. Muchas de estas nuevas

empresas son consecuencia de las reestructuraciones de empleo antes mencionadas.

De acuerdo con los datos del INSEE relativos al código NAF-APE 79 —“Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas”¹—, en 2025 Francia contaría con un total de 20.788 empresas registradas en este ámbito de actividad.

Los sectores de actividad de agencias y turoperadores²:



Fuente: SETO y EDV – Actualizado a mayo de 2025

El tamaño del mercado de los sectores de la distribución y de la producción en Francia ha registrado un crecimiento a una tasa compuesta anual (CAGR)³ del 21,8 % entre 2020 y principios del 2025. Sin embargo, el sector de la turoperación y de las agencias de viajes en Francia registró en 2025 un total de 104 quiebras, de las que 16 fueron de turoperadores.

La contracción de la demanda francesa a partir de mayo de 2025, derivada de la inestabilidad política y del impacto de la situación económica y geopolítica sobre la percepción y la confianza de los hogares, lleva al SETO (Sindicato de Empresas de Tour-Operadores) y al de las agencias de Viajes EDV (Entreprises du Voyage) a anticipar para

¹ Código APE (Activité Principale Exercée): identificador asignado por el INSEE (Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos) en Francia para clasificar la actividad principal de una empresa. El Código 79 comprende exactamente tres códigos APE/NAF:

- 79.11Z - Activités des agences de voyage: Venta de viajes, paquetes turísticos, alojamiento y servicios de transporte por cuenta de clientes o al público en general.
- 79.12Z - Activités des voyagistes: Creación y organización de paquetes turísticos para su venta directa o a través de agencias de viajes. Incluye la organización de viajes combinados, circuitos y estancias.
- 79.90Z - Autres services de réservation et activités connexes: Servicios de reserva de entradas (espectáculos, deportes), reserva de restaurantes, organización eventos, alquiler de coches o servicios de guía turística.

² Fuente: informe conjunto de SETO y de “Las Empresas del Viaje” (EDV), la principal asociación de agencias de viaje de Francia – Últimos datos disponibles a fecha de 2024.

³ La CAGR mide la tasa de rendimiento constante de una magnitud (como ingresos o número de clientes) durante un período de tiempo específico, asumiendo que los beneficios se reinvierten al final de cada año. Elimina la volatilidad y los picos anuales para mostrar una tendencia limpia.

2026 un mercado turístico marcado por la resiliencia y la adaptación a un nuevo entorno socioeconómico de incertidumbre y por cambios impulsados por el imparable ascenso de la Inteligencia Artificial. Esto último es el principal tema de discusión en todos los foros, comunicados y estudios del sector turístico francés en la actualidad.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Principales Grupos/Consortios empresariales

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.

A continuación, se ofrecen informaciones sobre algunos de los tres principales grupos franceses:

6

1. Marietton Développement

El principal grupo es Marietton. Con sede en Lyon, su propiedad pertenece a la familia Abitbol y a 3 fondos de inversión, entre ellos Certares, que desde 2018 es propietario del 49% del grupo.

Orientado a los viajes vacacionales, City break y circuitos clásicos fundamentalmente, cuenta con más de 29 empresas de turoperación y distribución de las que, al menos 18, conservan una estructura y denominación comercial independiente. En 2025, el volumen de negocio del grupo fue de unos 2.300 millones de euros (unos 2.000 millones en 2022), sobrepasando así el volumen de 2019. De esa cifra, unos 1.000 millones de euros corresponden a su departamento de turismo de negocios. En total emplea a 1.710 personas en toda Francia.

A lo largo de la última década, el grupo ha ido consolidando su posición mediante la adquisición de empresas de producción y distribución, así como a través de la toma de participaciones en el capital de dichas compañías.

En 2015, Marietton dio un paso estratégico importante al adquirir Havas Voyages, empresa que pertenecía entonces a Vivendi y cuyos orígenes históricos se remontan a la célebre agencia de prensa fundada por Charles-Louis Havas en el siglo XIX. Posteriormente, en 2019, el grupo liderado por Laurent Abitbol adquirió e integró una gran parte de la red de Thomas Cook France tras su quiebra, integrando las agencias bajo la marca Havas. En la

actualidad, Havas Voyages que cuenta con unas 530 agencias: 300 bajo la marca homónima y factura casi 800 millones de euros en ventas.

En 2018 adquirió la red Selectour compuesta por unas mil agencias: 515 agencias bajo este nombre, otras 260 en franquicia y 27 plataformas de turismo de negocios.

Como productor, Marietton Développement posee los siguientes turoperadores, entre otros: Havas Voyages, Ailleurs Business, Héliades, Austral Lagon, Voyamar y Solea (esta última participada en un 50%). Todos comercializan sus productos bajo sus propias marcas.

Además tiene acuerdo preferenciales de ventas en 30 agencias de viaje de las siguientes marcas: Bleu Voyages, 172 Salaün Holidays, 36 del grupo Verdier Voyages y 10 del grupo Voyages Girardot.

2. Grupo Karavel-Promovacances

7

Karavel Promovacances es un grupo turístico francés especializado en la producción y distribución de viajes, con una fuerte orientación hacia la venta online y los paquetes vacacionales dinámicos. Fundado en el año 2000, el grupo integra actividades de turoperación, distribución digital y comercialización de productos turísticos propios y de terceros, ofreciendo viajes de media y larga distancia, estancias vacacionales, circuitos y cruceros. Asimismo, Karavel Promovacances ha reforzado progresivamente su posicionamiento en el mercado mediante adquisiciones estratégicas y participaciones en empresas del sector, ampliando su capacidad de producción y su red de distribución en Francia.

Según las últimas cifras disponibles, tiene una facturación total de más de mil millones de euros. Cuenta con unos 1.000 empleados. 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 capital está en manos de Equistone Partners Europe, junto con participaciones del equipo directivo histórico del grupo.

Sus tres empresas más importantes son: Karavel es el principal distribuidor que opera a través de distintas marcas; Promovacances, la principal plataforma online del grupo, y FRAM cuenta además con una red de 160 agencias de viaje tradicionales bajo esta marca.

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.

3.- Grupo Voyageurs du Monde

Especializado en el segmento Premium tanto de viajes a medida —a través de marcas como Voyageurs du Monde y Comptoir des Voyages— como de viajes de aventura —con enseñas como Terres d’Aventure, Nomade Aventure y Allibert—, el grupo Voyageurs du Monde se ha consolidado progresivamente como uno de los actores franceses con mayor dimensión internacional dentro del sector turístico francés.

En sus orígenes, el grupo comenzó operando como receptivo en Francia para grupos anglófonos, antes de diversificar progresivamente sus actividades y ampliar su presencia internacional. Esta estrategia de crecimiento externo y especialización sectorial se reforzó particularmente en el segmento del senderismo y los viajes de aventura, iniciado en 2001 con la adquisición de Terres d’Aventure. Posteriormente, el grupo amplió esta actividad mediante la integración de operadores especializados como Nomade Aventure, Allibert o La Pèlerine (2014) entre otros..

La internacionalización del grupo se aceleró especialmente tras la adquisición, en 2017, de los turoperadores británicos Original Travel y KE Adventure Travel, especializados respectivamente en viajes a medida y viajes de aventura. Gracias a estas operaciones, la participación de los ingresos generados en el extranjero aumentó en diez puntos porcentuales, hasta alcanzar el 21 % de la facturación total, reforzando así la capacidad del grupo para desarrollar internacionalmente sus dos principales líneas de negocio.

En 2025, el grupo ha firmado un acuerdo con Amadeus, líder en tecnologías para el sector de los viajes para reforzar la expansión internacional de sus actividades, especialmente en Bélgica, Suiza, Canadá, Reino Unido y Estados Unidos a través de la tecnología NDC.

Es importante señalar la compra este año de 2026 del 100% del turoperador francés Altaï especialista en viajes de aventura, deporte y naturaleza por el grupo australiano Intrepid Travel. Voyageurs du Monde pasará a tener un competidor fuerte en este segmento. El grupo australiano, que está adquiriendo empresas en Europa para expandirse, está especializado en viajes de turismo de aventura suave con inmersión local en grupos reducidos. Las mujeres que viajan solas representan el 65% de sus clientes.

Otro grupo a tener en cuenta es New Generation Travel (NG). NG Travel comercializa sus servicios a través de sus marcas Boomerang Voyages y Promoséjours, y también

ofrece viajes a medida en su sitio web Directours.com. NG Travel trabaja fundamentalmente en la comercialización de sus Clubs de viajes: Kappa Club (un club diferente), Club Coralía (un club sencillo) y Nosylis Collection (lujo y viajes a medida), muy apreciados por los viajeros franceses.

El Sector de la distribución

El número de empresas registradas en 2025 con el código APE 79.12Z (Activités des voyagistes: Creación y organización de paquetes turísticos para su venta directa o a través de agencias de viajes. Incluye la organización de viajes combinados, circuitos y estancias) es de 2.620.

A continuación, se relacionan las diez principales empresas de producción de viajes, con base en los resultados correspondientes a sus actividades desde 2024 en adelante. No se incluyen en esta clasificación la empresa líder del sector: Eurodisney Vacances SAS, comercializadora de los paquetes turísticos de Disneyland Paris ni Destination Futuroscope, por responder a una tipología de actividad específica vinculada a los parques temáticos.

9

Principales empresas de producción			
Empresa	Grupo empresarial	Facturación	Sede social
Thalasso N° 1	Moon Strategy	330M€	Levallois (Isla de Francia)
Plein Vent	Karavel- Promovacances	250M€	Toulouse
Exotismes	Empresa familiar	170M€	Marsella
Salaun Holidays	Empresa familiar	140M€	Bretaña
Dertour France	Grupo Rewe (Alemania)	138M€	St Ouen (Isla de Francia)
Aerosun - Voyamar	Marietton	136M€	Lyon
Leclerc Voyages	Grupo Leclerc	115M€	Ivry (Isla de Francia)
Terres d' Aventures	Voyageurs du Monde	86M€	Paris
PerfectStay	HBX Group (España)	80M€	Paris
Le Monde à la carte	Marietton	77M€	Sèvres (Isla de Francia)

Fuente: Plataforma Infonet¹, 2026

Las empresas más importantes turísticas se centran, en su mayoría, en vacaciones de sol y playa dirigidas a un público general. Entre ellas, las de mayor facturación suelen enfocarse en una clientela con presupuesto ajustado, ofreciendo paquetes accesibles que se comercializan tanto a través de agencias de viajes tradicionales como de plataformas online (OTAs) como Booking.com, Expedia, Agoda o eDreams. Plataformas locales como Cdiscount, Bourse des Voyages, Veepee y otras similares han ganado

¹ Infonet es un portal de BigData para servicios e información legal, regulatoria y financiera sobre los 10 millones de empresas francesas en tiempo real

relevancia en el mercado al facilitar la reserva de viajes económicos, combinando vuelos, alojamiento y servicios adicionales con precios competitivos..

A continuación se amplía la información sobre los productores de viajes franceses más relevantes para el destino España:

- **Ôvoyages y Thalasso N°1** son dos marcas de viajes de referencia en la industria turística francesa. Mientras Thalasso N°1 está especializada en estancias de bienestar y vacaciones orientadas a la talasoterapia, Ôvoyages cuenta con un posicionamiento más generalista en el segmento económico y destaca como líder en numerosos destinos vacacionales de corta y larga distancia. Su oferta incluye algunos de los principales destinos de sol y playa del mercado turístico internacional. De los casi 600 paquetes que tiene para España, el 60% son a Canarias, el 28% a Baleares, especialmente Mallorca y 8,5% a las costas catalanas. Por su parte Thalasso N°1 comercializa las Islas de Fuerteventura y Gran Canaria. Para Canarias, tiene más de 140.000 clientes anuales.
- **Plein Vent** es un turoperador francés especializado en viajes de media distancia a precios asequibles. Fundado en Niza en 1975 y perteneciente al grupo Fram desde 2008, ofrece paquetes vacacionales a destinos populares de Europa y el Mediterráneo a precios muy competitivos, a menudo presentados como la opción económica de las agencias de viajes Fram del grupo Marietton. Sus paquetes están disponibles desde numerosas ciudades de provincias francesas, con una larga trayectoria de servicio desde aeropuertos como Lyon y Marsella. Sus destinos principales son los clásicos de sol y playa como Grecia, Creta, Croacia, España (Islas Baleares, Islas Canarias, Andalucía), Marruecos y Túnez, así como destinos más lejanos como México y la República Dominicana.
- **Salaün Holidays**, originariamente un autocarista local, se ha convertido en uno de los principales tour operadores y agencias de viajes de Francia. Es especialista en circuitos (38% de sus ventas) y viajes de grupo, pero también propone viajes individuales, personalizados y a la carta. A través de sus marcas generalistas —como Salaün Holidays, Nationaltours, la Boutique des Groupes y BT Tours en Bélgica, Salaün ofrece opciones de largo y medio alcance, en modalidades de circuitos, estancias, crucero o turismo balneario. Tiene también una actividad como autocarista, con 20 líneas de autocares en actividad. Posee una red propia de Agencias de viaje con una red de 141 agencias implantadas principalmente en las regiones del oeste y norte de Francia.
- **Aerosun-Voyamar** es el turoperador insignia del grupo Marietton Développement, Voyamar ofrece sus productos económicos a través de sus catálogos: "Voyamar Collection", especializados en regiones específicas del mundo; un catálogo general que presenta sus paquetes turísticos y

vacacionales; y el catálogo Naya Club, la marca de sus hoteles resort ubicados en la región mediterránea. Su oferta, distribuida principalmente B2B a través de redes de agencias de viajes, abarca una amplia gama de destinos especialmente en la cuenca mediterránea, pero también en el Caribe y el Océano Índico y otros destinos vacacionales. Ofrece paquetes vacacionales a destinos populares a precios competitivos. De las cerca de 800 paquetes que tiene para España, casi el 80% son para los archipiélagos de Baleares y Canarias.

- **E. Leclerc.** Su modelo de negocios está enfocado en el turismo de masas, vacaciones familiares y paquetes turísticos de costa (Francia, España, Marruecos y Túnez). Se basa en un modelo de precios agresivo y ofertas masivas de turoperadores asociados. Los hoteles-club suponen el 38% de sus ventas globales, la hotelería el 27% y el alquiler vacacional el 12%. Cuenta con 250 agencias físicas, utilizando la capilaridad de los hipermercados Leclerc para alojar a sus agencias de viajes así como la importancia de su web para las compras on-line, lo que les permite acceder a millones de clientes diarios. El número de clientes anuales fue de 850.000, cifra que supuso un aumento interanual del 7 %. España es su principal destino especialmente las costas catalanas y los archipiélagos pero también el resto de costas españolas.
- **Terres d'Aventure** es el productor más importante del grupo Voyageurs du Monde y está especializado en viajes de aventura, senderismo y trekking para un público de poder adquisitivo alto. Propone más de 1.600 paquetes que incluyen viajes en grupo, en familia y a medida. Para España proponen 77 propuestas en España Verde, Pirineos, Canarias y Menorca fundamentalmente.

Autocaristas

Si bien no figuran en el ranking anterior, España es el destino principal de los viajes internacionales que organizan los principales autocaristas franceses. A continuación se relacionan aquellos con una flota de autocares superior a 200. Todos ellos están especializados en la organización de viajes de grupo: viajes para grupos escolares y viajes para empresas, comités de empresa, asociaciones y entidades locales para rutas y viajes culturales.

- **KL Tours** (Colmar- Grand Est) Empresa familiar alsaciana desde hace 90 años, KL Tours es mayorista de grupos, agencia de receptivo y posee una red de agencias de viajes generalista. Tiene una flota de 550 autobuses.
- **Ruban Bleu** (Rodez- Occitania) Ruban Bleu Voyages ofrece viajes organizados y visitas guiadas en Francia y en el extranjero. Tiene una pequeña red de agencias de viaje. Flota de autocares: 550.

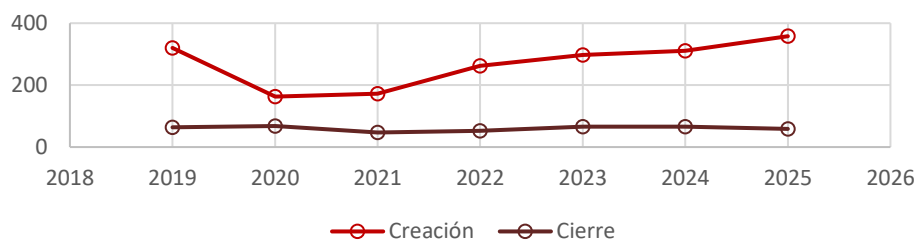
- . **Transports Voisin** (Nantes) Groupe Voisin reúne a Transports Voisin, Michel y Grosbois, así como a las agencias de viajes V comme Voyages, Voyages Martinet y CDM Travelling. Flota de autocares: 335
- . **Verdié**, (Rodez- Occitania) grupo fundado en 1985 con una primera agencia en Toulouse. Dispone de una flota de 330 autocares y posee además una red de 36 agencias físicas en el sur de Francia.
- . **Prêt à Partir** (Nancy- Grand Est)- Su historia comienza con la apertura de una gasolinera en 1948 y continúa hoy con la organización de viajes. Revenden sus paquetes turísticos a los grandes operadores. Tiene una flota de 277 y dispone de una red de más de 100 agencias de viaje.
- . **Ginhoux Voyages**. (Aubenas (Ardèche) Rhône- Alpes) 277 autocares. Además de diseñar excursiones y viajes de grupo poseen una pequeña red de agencias de viajes en el sur de Francia.
- . **Sumian Voyages** (Vanelles- Marsella). Empresa de transporte, en 1998, crea Sumian Evasion para la producción de viajes en autocar. Flota: 220.

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

Características generales

El código APE 7911Z corresponde a las actividades de las agencias de viajes. El número de empresas registradas en 2025 con este código en el INSEE es de 7.824. En este número se incluyen tanto las agencias físicas como las que operan solamente en internet. En el anexo 1 se muestra la distribución geográfica de agencias en el país.

Creación de empresas: Evolución de número de nuevas agencias de viaje en Francia



Fuente: Plataforma Infonet, 2026

En 2026, 302 agencias se encuentran en proceso de liquidación debido a la contracción de la demanda francesa a partir de mayo del pasado año.

En cuanto al tamaño empresarial por número de trabajadores, según datos de la Asociación empresarial Les Entreprises du Voyage (EDV)¹, el sector de las agencias de viajes estaba compuesto en 2024 por 4.003 empresas con plantilla, de las cuales un 87% eran microempresas (menos de 11 empleados). En cuanto a la distribución geográfica del empleo, destaca Île-de-France, donde se concentra el 44% de los trabajadores del sector. Esta alta proporción se debe a que la mayoría de las grandes empresas (con 300 o más empleados) tienen su sede central en esta región. Tras Île-de-France, las regiones con mayor peso son Auvernia-Ródano-Alpes (Lyon) y Provenza-Alpes-Costa Azul (Marsella), cada una con un 11% del total, seguidas de Occitania (Toulouse), que representa el 7%.

Como se señalaba en la primera parte del informe, la salida de la pandemia ha introducido cambios significativos en las plantillas y condiciones laborales del sector de las agencias de viaje:

- Como figura en el Anexo 2, el 56% de los empleados en puestos intermedios lleva menos de 4 años en el sector, mientras que el 43% de los trabajadores en

¹ Fuente: Informe Económico y Social de la Rama de Operadores de Viajes 2025 – EDV Enero 2026

niveles inferiores también tiene esa misma antigüedad. Todos ellos han comenzado a trabajar después de la pandemia, produciéndose en pocos años un importante relevo generacional.

- Además, durante la renegociación de las condiciones laborales para los empleados previos a la pandemia, una parte importante de los trabajadores de mayor edad pasaron a la contratación a tiempo parcial como figura en el anexo 3.
- Finalmente, entre las modificaciones de las condiciones de trabajo cabe mencionar asimismo que la participación en ferias, workshops, presentaciones o viajes de familiarización no se incluyen ya como tiempo efectivo de trabajo.

Todo lo anterior resulta especialmente relevante, ya que incide directamente en las estrategias tradicionales de promoción que las entidades turísticas dirigen al mercado organizado francés. Por tanto, el diseño de estas acciones debe adaptarse a las nuevas circunstancias del sector, para garantizar su eficacia y pertinencia.

14

En el siguiente cuadro se relacionan las diez principales agencias de viajes tradicionales correspondientes al código APE 7911Z ordenadas por facturación:

Principales agencias de viaje en Francia			
Empresa	Grupo empresarial	Facturación	Sede social
TUI France	TUI (Alemania)	567M€	Clichy (Isla de Francia)
Versailles Voyages	NG Travel	456M€	Paris
FRAM	Marietton	420M€	Toulouse
Voyageurs du monde	Voyageurs du monde	230M€	Paris
Karavel - Promovacances	Karavel - Promovacances	161M€	Paris
Cercle de Vacances	independiente	148Me	Paris
Amex GBT	Long Lake + Amex + Expedia (EE.UU)	113M€	Rueil-Malmaison (Isla de Francia)
Havas Voyages	Marietton	109M€	Sèvres (Isla de Francia)
Comptoir de voyages	Voyageurs du Monde	100M€	Paris
Verdie	Verdié	93M€	Rodez (Occitania)

Fuente: Plataforma Infonet, 2026

Como se puede observar en el cuadro, la mayoría de las agencias están vinculadas a un gran grupo. Las características de estos grupos ya se han detallado en el apartado anterior sobre Producción. No se incluyen explicaciones sobre TUI y AMEX, ya que sus descripciones se recogen en los informes de los mercados de Alemania y Estados Unidos, respectivamente. Por ello, este apartado se analiza exclusivamente la red de agencias de Cercle de Vacances.

Cercle de Vacances es una gencia especializada en viajes de ocio de alta gama y viajes a medida. Ofrece servicios a particulares que buscan vacaciones de alta calidad, viajes de larga distancia y experiencias personalizadas diseñados en colaboración con expertos y asesores especializados en el destino. Ofrece viajes en todo el mundo aunque está especializada en larga distncia: Latinoamérica, Oceanía, África, Asia y Norteamérica.

Aunque no se han incluido en el cuadro, en esta lista figuran en las 10 primeras posiciones las siguientes empresas:

15

- Avico principal bróker europeo de vuelos chárter y líder mundial en servicios de aviación,
- Trigano Camp, principal agencia de construcción, venta y alquiler de caravanas y autocaravanas
- La France du Sud au Nord, agencia on-line de alquileres estacionales de apartamentos y bungalows en campings que opera exclusivamente en Francia.
- Odalys Evasion (Magora). Magora es un gran grupo inmobiliario y de gestión de residencias vacacionales, aparthoteles, residencias para mayores, de estudiantes, etc...
- Otelys (BSP Travel) Comercializa principalmente servicios alquiler de coches a través de tarifas negociadas para empresas (B2B) y particulares (B2C).

PLATAFORMAS DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

En 2025, el turismo representó casi el 25% de todo el comercio electrónico en Francia, con un 65,7 % de compradores online que declararon haber realizado al menos la compra de un producto o de una prestación turística a lo largo del año, según el balance anual de la Federación Francesa de Venta y Comercio a Distancia (FEVAD) . La compra en internet se consolida como la opción predominante para los viajeros franceses: la proporción de internautas para reservar sus viajes y actividades turísticas es cinco veces mayor que la de aquellos que aún prefieren hacerlo principalmente en agencias físicas.

Ranking de plataformas on-line de ventas de viajes en Francia

		Clientes	Cuota
1		6 439 094	36%
2		5 362 220	30%
3		1 955 431	11%
4		1 701 613	10%
5		1 621 050	9%
6		1 322 304	7%
7		1 087 154	6%
8		1 038 025	6%
9		1 036 449	6%
10		901 641	5%

Fuente: Informe FEVAD 2025 (estudio Toluna Harris Interactive)

El ranking refleja, en primer lugar, una de las características básicas de la demanda francesa: la organización individual de los viajes (para España, según datos de Frontur, solamente el 8% viaja con paquete turístico) de ahí la importancia de la compra on-line de servicios turísticos de forma separada — frente a los paquetes turísticos tradicionales. Ninguna de las diez empresas del ranking se dedica exclusivamente a la venta de viajes combinados.

La clasificación también confirma el dominio de los grandes actores digitales internacionales, una tendencia común en el conjunto de Europa. Booking.com ocupa la primera posición, con un 36 % de los compradores franceses. Aunque las reservas de alojamiento constituyen el núcleo de su actividad, la plataforma también comercializa paquetes turísticos mediante acuerdos de marca blanca con Lastminute y Trivago. Este modelo también está presente en la plataforma francesa de comercio electrónico Showroomprivé y como se verá más tarde en Veepee.

Airbnb consolida su crecimiento y mantiene la segunda posición (30 %), impulsada por un avance de +5,4 puntos en 2025. Más abajo en el ranking aparecen otros actores vinculados al alojamiento: Leboncoin, plataforma de compraventa entre particulares con oferta de alquiler vacacional; Accor y B&B Hotels, cadenas hoteleras; y Gîtes de France, especializada en turismo rural.

Voyages E.Leclerc es la única agencia de viajes presente en el ranking. Su posición se apoya en la potencia comercial de la red de hipermercados del grupo. Destaca su entrada en el Top 5, tras avanzar diez posiciones y ganar +3,2 puntos. Este crecimiento podría explicarse por su fuerte presencia en el B2B: según la agencia Eskimoz, las redes Voyages Carrefour, Leclerc Voyages y Voyage Privé concentran cerca del 70 % del tráfico SEO de las agencias de viajes francesas.

Voyage Privé, en octava posición fue fundada en 2004 por Denis Philippon y cuatro socios y aplica al turismo el modelo de “ventas privadas”. Su negocio se basa en un club exclusivo que ofrece ventas flash de viajes y estancias de gama alta con descuentos procedentes de excedentes de turoperación y hotelería. La empresa afirma contar con más de 44 millones de miembros en Europa y superar el millón de clientes anuales.

Veepee —anteriormente Vente-privee.com— fue pionera en Francia en el modelo de ventas flash online, inicialmente centrado en excedentes turísticos como Voyage Privé. Posteriormente evolucionó hasta convertirse en uno de los principales actores europeos del comercio electrónico multisectorial, ampliando a todos los sectores. En la actualidad trabaja con unas 7.000 marcas. Según los últimos datos disponibles, su volumen de negocio asciende a 3.300 millones de euros, de los cuales el 70 % procede del mercado francés.

Aunque no figura en el ranking, destaca por su interés para la oferta española, la startup francesa Evaneos¹, impulsada por el auge de los viajes a medida. La plataforma conecta directamente a agencias receptoras locales con el consumidor final y registra el mayor crecimiento relativo del sector (+150 %).

¹ No ha aparecido hasta ahora en el informe al no estar dentro de la APE 75. Está clasificada con el código APE 63.12Z – Servicios de Información- Portales de internet

Finalmente, la irrupción de la inteligencia artificial generativa y de los agentes autónomos podría transformar profundamente el modelo de negocio de las OTAs. El futuro del sector podría desplazarse desde la búsqueda manual en plataformas con miles de opciones hacia recomendaciones personalizadas generadas por sistemas como ChatGPT o Google Gemini. Este cambio podría reducir la cuota de mercado y las comisiones de actores como Booking, Expedia o Airbnb, al facilitar que las mejores ofertas aparezcan fuera de sus plataformas. Aunque las OTAs seguirían desempeñando un papel relevante, su posición como intermediarios centrales podría verse debilitada.

Sistemas de Centrales de Reserva (CRS) y Sistemas Globales de Distribución (GDS)

La digitalización del turismo y el crecimiento de las reservas online continúan reforzando la importancia estratégica de los CRS en el mercado francés. La capacidad de integrar múltiples canales de distribución, optimizar precios en tiempo real y conectarse con plataformas globales se ha convertido en un elemento clave de competitividad para hoteles, agencias y operadores turísticos.

18

El mercado francés de CRS está dominado por grandes proveedores tecnológicos internacionales, especialmente en el sector hotelero y aéreo. Estos sistemas permiten centralizar inventarios, tarifas y disponibilidad, conectando a hoteles y proveedores turísticos con OTAs, agencias de viajes y GDS globales.

Entre los principales actores presentes en Francia destacan:

- Amadeus: líder europeo de tecnología turística y principal proveedor de soluciones de distribución en Francia. Además de su papel como GDS, ofrece soluciones CRS y PMS para hoteles a través de Amadeus Hospitality. Mantiene una fuerte implantación entre cadenas hoteleras, aerolíneas y agencias francesas.
- Sabre Hospitality: uno de los mayores proveedores mundiales de CRS hoteleros. Está especialmente implantado entre cadenas internacionales presentes en Francia y hoteles orientados al mercado corporativo y de distribución global.
- Oracle Hospitality (Opera PMS/CRS): muy utilizado por cadenas hoteleras internacionales y establecimientos de gama alta. Opera constituye uno de los estándares tecnológicos más extendidos en la hotelería francesa.
- D-EDGE: empresa francesa especializada en soluciones CRS, channel manager y distribución hotelera. Es uno de los actores tecnológicos nacionales más relevantes y mantiene una fuerte presencia en hoteles independientes y cadenas medianas. La compañía pertenece actualmente al grupo Accor.

- Mews: plataforma cloud en fuerte crecimiento en Europa, especialmente entre hoteles independientes, boutique hotels y establecimientos urbanos digitalizados.
- SiteMinder: proveedor internacional ampliamente implantado en hoteles franceses, particularmente en el segmento independiente y vacacional. Su fortaleza reside en la conectividad multicanal y la integración con OTAs y metabuscadores.
- TravelClick (actualmente integrada en Amadeus Hospitality): tradicionalmente muy presente en cadenas hoteleras internacionales y establecimientos urbanos de gran capacidad.

La evolución tecnológica del sector está impulsando una creciente integración entre CRS, channel managers, motores de reservas y herramientas de inteligencia artificial. Los sistemas actuales ya no se limitan únicamente a la gestión de reservas, sino que incorporan funciones avanzadas de revenue management, personalización de ofertas, análisis de datos y automatización comercial.

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

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.

Según el informe de 2024, publicado en diciembre de 2025 (último disponible), el Mediador trató a lo largo del año trató 24.597 dossiers, presentados mayoritariamente por consumidores. El 65% de esos dossiers afectaron a litigios sobre el sector aéreo.

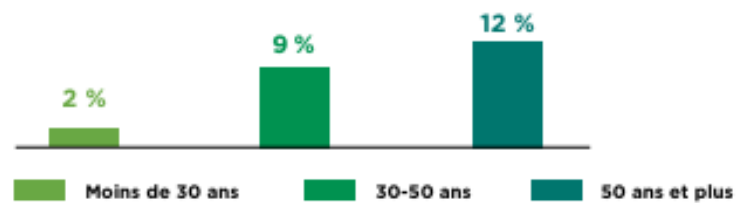
Anexo 1: Distribución % de las agencias de viajes en el territorio francés



Catégorie	Moins d'1 an	1-4 ans	5-9 ans	10 ans et plus
Professions intermédiaires	22%	34%	17%	27%
Employés	27%	16%	20%	37%

Source : INSEE - Enquête Emploi 2023 (code NAF 79 : Activités des agences de voyages, voyagistes, services de réservation et activités connexes)

Anexo 3: Porcentaje de contratos a tiempo parcial por edad de los asalariados de las agencias de viaje francesas



Source : Insee, BTS 2022 (ex-DADS), salariés au 31/12/2022

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

