

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de París

NIPO: 115-23-008-X

Octubre 2023

TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político-sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	2,4	0,6	0,9
RENTA DISPONIBLE (euros per cápita)	24.953	26.050	26.598
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	17,4	17,2	17,1
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	51,7	51,2	50,8
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	28.307.700	28.757.000	29.094.400
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	7,3	7,1	7,3
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	5,2	5,2	2,5
IPC (2012=100)	118,3	124,5	127,6
	2021	2022	2023*
DIF. INFLACIÓN (Francia) 2021 y 2022: tasa anual media * Últimos mes publicado: tasa media últimos 12 meses (Tasa anual menos tasa anual española).	0,3	3,2	1,3

Fuente: Euromonitor y Eurostat.

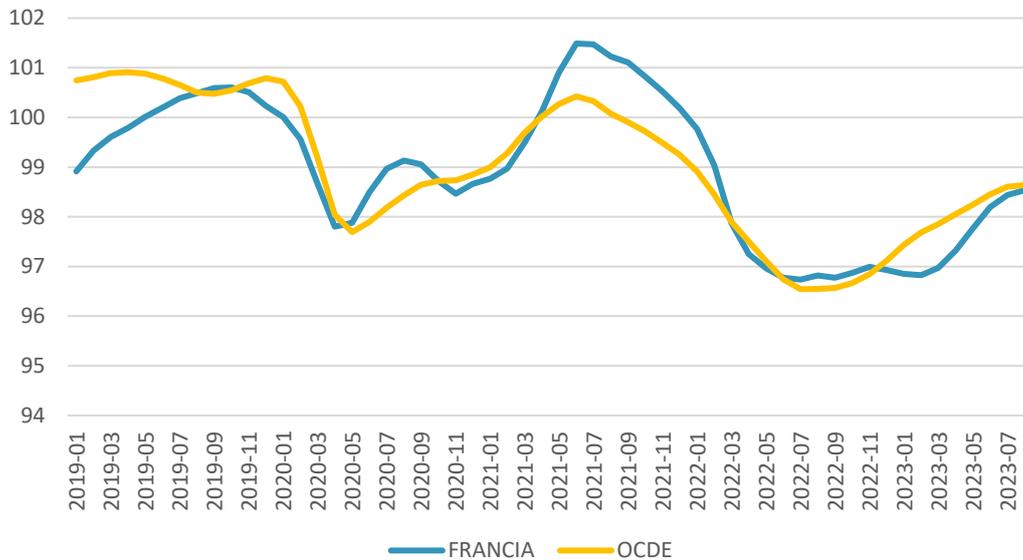
Desde mediados de 2022, el crecimiento del PIB en Francia se ha mantenido relativamente lento, reflejando la pérdida de impulso de la recuperación post-Covid fundamentalmente debido al contexto de la guerra en Ucrania y las tensiones en los mercados.

Para 2024, el Banco de Francia mantiene previsiones de crecimiento moderado señalando la influencia de factores de posible ralentización: restricciones monetarias y eventuales nuevas subidas en los precios internacionales de energía y materias primas.

En cuanto a la confianza del consumidor, como puede verse en el siguiente gráfico, Francia registró un descenso mucho más marcado a principios de 2023 que la media de la OCDE coincidiendo con los meses de conflictividad social debido a la reforma de las pensiones en el país. A medida que el año ha avanzado los hogares franceses han

ido recuperando confianza para situarse al mismo nivel de la media de la OCDE en julio de 2023.

Índice confianza del consumidor



5

Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

FACTORES POLITICO SOCIALES

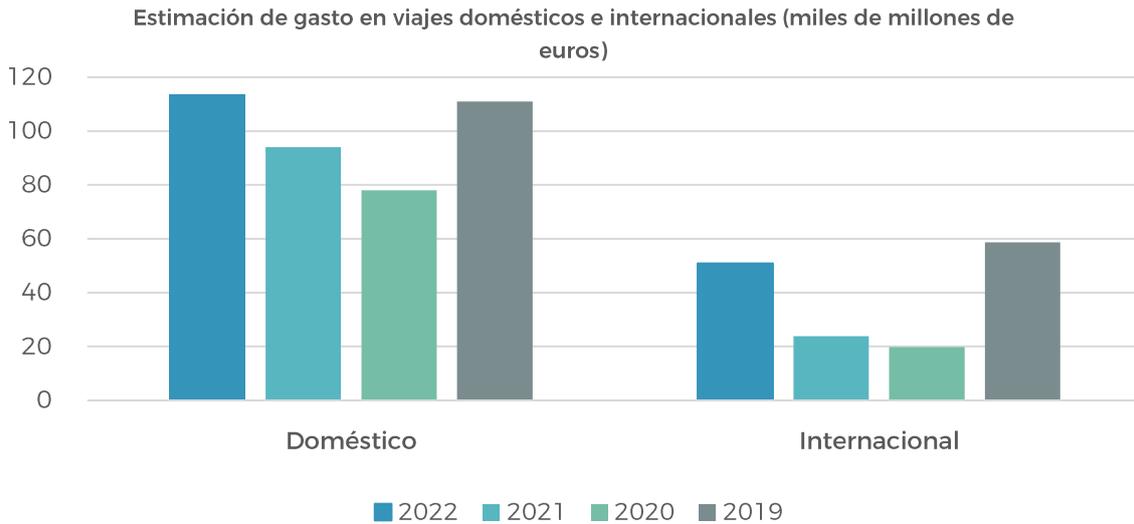
La conflictividad social ha dominado la actualidad en 2023. La reforma de las pensiones provocó huelgas muy mediatizadas también a nivel internacional, pues afectaron gravemente a transportes y servicios públicos a finales del 2022 y primer cuatrimestre del año. En el mes de julio, se produjo una nueva oleada de disturbios como consecuencia del fallecimiento de un joven por un disparo policial.

Para 2024, la celebración de los juegos olímpicos en París y las inversiones previas podrían tener consecuencias en cuando a la propensión viajera de los franceses.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

En 2022, de acuerdo con los datos del INSEE, los franceses realizaron 208,4 millones de viajes, de los que el 87,7% fueron domésticos. Los viajes internacionales fueron de 25,9 millones, el 12,4% del total. Estas cifras de viajes al exterior están aún lejos de las del 2019 (-28,3%). No existen sin embargo estadísticas por mercado.

Los datos disponibles de la demanda turística de los franceses muestra una clara recuperación del viaje doméstico: en 2022, su gasto sobrepasó el nivel pre-pandemia en un +2,3%. Esta tendencia prosigue en 2023: el año terminará con un incremento interanual del gasto en viajes domésticos del +10%, según estimaciones de Euromonitor.



6

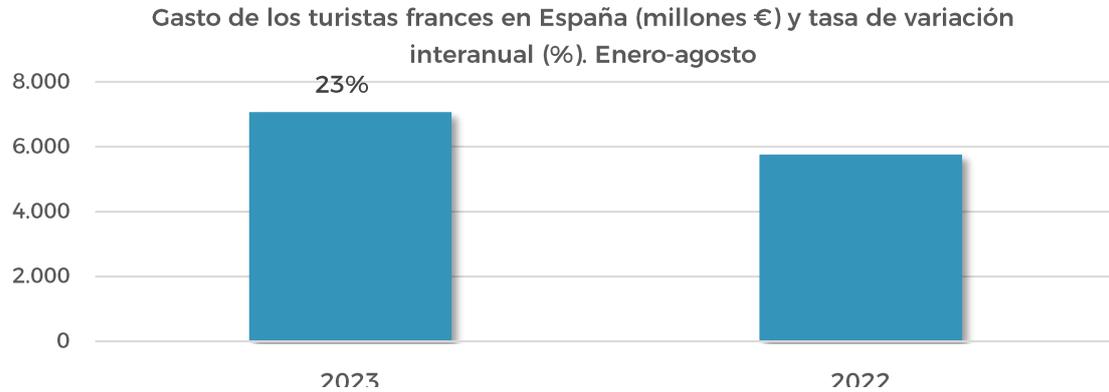
Fuente: Euromonitor

Por su parte, los viajes internacionales de los franceses han registrado asimismo una evolución positiva aunque todavía lejos de las cifras de 2019 (-12,3% de gasto turístico). En 2023, esos desplazamientos internacionales están consolidando su reactivación, tanto interanualmente (+20,9%) como respecto a 2019 (+5,9%), según Euromonitor,

Respecto a España, en lo que va de 2023, la demanda de viajes por parte de los franceses mantiene un comportamiento al alza, tanto en volumen como en gasto. La tendencia del gasto es claramente positiva respecto al mismo período de 2022 (+22,6%), según el siguiente gráfico. Ese buen comportamiento del gasto de los turistas franceses a lo largo de 2023 se hace aún más patente si se compara con el mismo período de 2019 (+25,8%). Ya en 2022, el gasto francés entre enero-agosto superó en un +2,5% su nivel pre-pandemia.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024



Fuente: encuesta EGATUR (INE) – período enero-agosto 2023 (último disponible)

Francia ha sido en el periodo enero-agosto 2023 el tercer mercado internacional para España. Esta posición se explica fundamentalmente por un incremento del número de turistas: 8,3 millones de turistas (+19,5% respecto al mismo periodo de 2022) como por un incremento de la estancia media: (7 días, con un incremento del 1,7%).

INDICADORES DE PROSPECTIVA

7

Percepción, consideración e intención del viaje

La percepción general de España como destino turístico aunque sigue en retroceso desde principios de 2023 respecto a 2022, en particular en el índice global y especialmente en el de producto, situándose en niveles inferiores a los del periodo pre-pandemia.

En el último semestre de 2023, ha continuado degradándose la percepción general del mercado francés hacia España como se muestra en el siguiente gráfico:



Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto= índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad= índice de percepción de seguridad.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024



8 Como muestra el gráfico precedente, la degradación de la percepción de los franceses ha sido generalizada para todos los destinos competidores. España, en este contexto de competencia, mantiene una posición más resiliente que el resto de países (1,3 puntos de retroceso para nuestro país frente a 4,6 puntos en el caso de Italia, 6,7 puntos para Grecia y 4,8 puntos para Turquía).

España tiene una posición de liderazgo respecto a sus principales competidores en el mercado francés en los índices de Yougov de consideración (adelantando a Italia desde el anterior informe) y en intención de viaje. España se ha mantenido en 2023 como destino internacional preferido de los franceses y se prevé que lo siga siendo en el Invierno 2023-2024 (como también lo fue en la temporada invernal de 2022).

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN			
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	35,1	35,4
2	Italia	34,8	35,0
3	Portugal	30,8	31,0
4	Grecia	28,8	35,1
5	R. Unido	15,2	16,1
6	Marruecos	14,7	13,2
7	Túnez	7,3	8,1

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE			
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	15,8	15,8
2	Italia	15,4	15,5
3	Portugal	12,3	11,0
4	Grecia	9,5	12,3
5	Marruecos	5,0	4,8
6	R. Unido	4,1	4,9
7	Túnez	2,1	2,4

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Portugal	80,0	84,0
2	Grecia	75,2	78,7
3	Italia	71,3	73,1
4	España	70,8	70,0
5	R. Unido	55,5	56,2
6	Marruecos	54,5	48,2
7	Túnez	28,7	20,3

Fuente: <https://es.yougov.com/>

En cuanto a los índices de satisfacción se sitúa en 4 posición. Sin embargo, todos los destinos registran peores valoraciones respecto a 2022 con pérdidas interanuales más significativas que España.

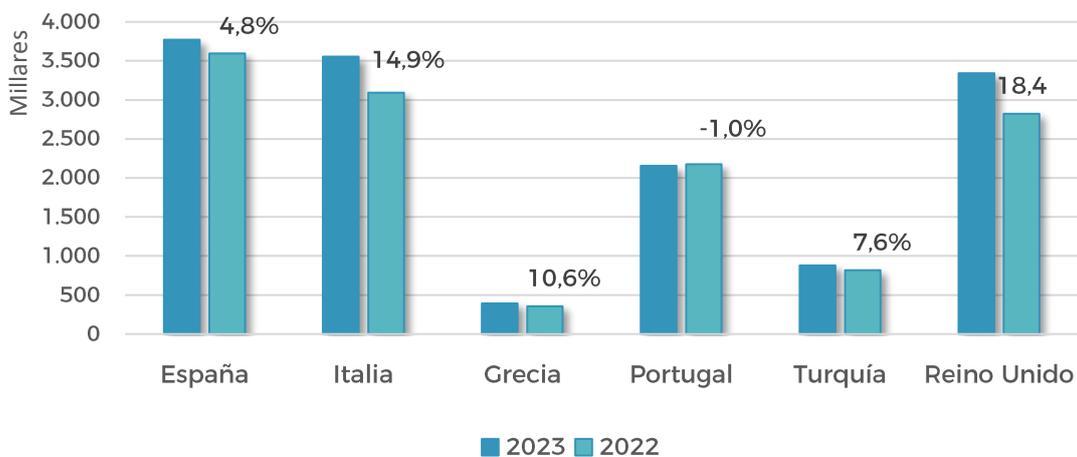
Previsiones de vuelos

9

Como punto de partida, es importante recordar que solo el 40% de los turistas franceses que vienen a España llegan en avión.

En volumen, las capacidades programadas desde Francia para el Invierno 2023-2024 (del 1 de octubre de 2023 al 31 de marzo de 2024) a España y a sus principales 5 competidores registran un aumento del +9,6% en relación a la temporada invernal 2022-2023, con un total de 14.093.778 asientos disponibles.

Asientos programados para la temporada de invierno

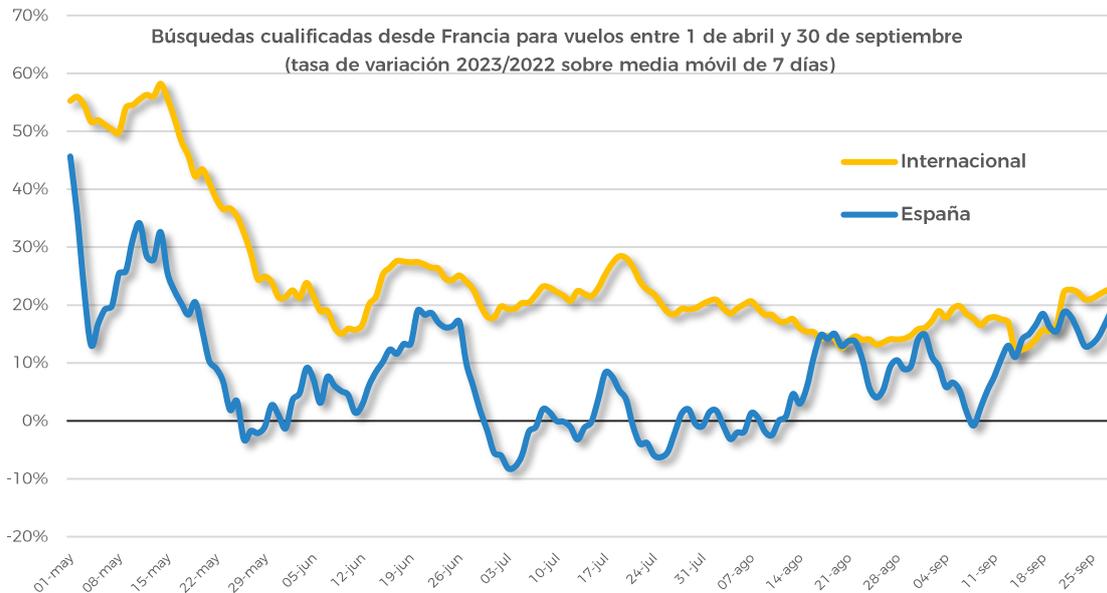


Fuente: OAG Schedules Analyser

Como muestra el gráfico precedente, España es el primer destino internacional en Francia por asientos programados en la temporada invernal (ya ocupó esa primera posición también en el verano de 2023), registrando además un aumento interanual del 4,8%.

Los incrementos interanuales en capacidades aéreas de Italia y Reino Unido, los competidores de España en temporada invernal por sus productos cultural y de turismo urbano, son muy importantes. Turquía y Grecia también muestran aumentos interanuales mucho más considerables que las de España.

Búsquedas y reservas



Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

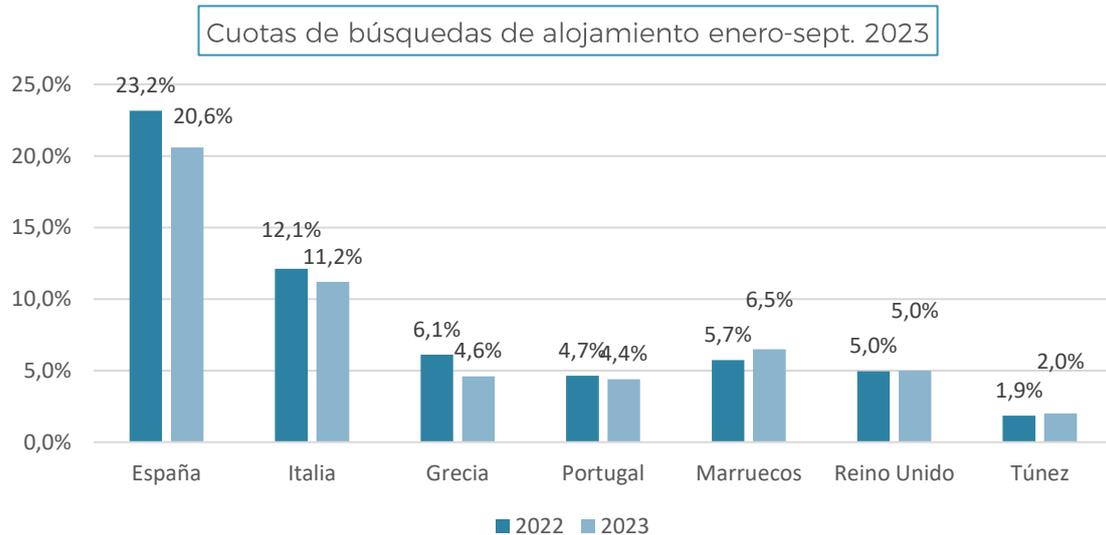
Las búsquedas de vuelos desde el mercado francés en el motor de búsqueda de Skyscanner de cara al Invierno 2023-2024 se mantienen positivas en particular hacia nuestro país, igualando e incluso superando durante algunos días las búsquedas con el total de vuelos internaciones en agosto y septiembre.

Por lo que se refiere a las búsquedas de alojamiento, el gráfico siguiente recoge las realizadas en Google para España y sus principales 6 destinos competidores en Francia de cara al Invierno 2023-2024.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

España ocupa la primera posición, al igual que ya en el verano de 2023 y en el Invierno de 2022. Asimismo, esa primera posición es neta respecto a sus competidores, pues al situado en segunda posición, Italia, le saca 9,4 puntos.



11

Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

También al igual que en las temporadas estival 2023 e invernal 2022, Marruecos es el tercer destino más buscado por los franceses para el Invierno 2023-2024. Este dato confirma una vez más la normalización de la comercialización de este país tras la pandemia, si bien aún no se disponen de datos para poder evaluar cómo el terremoto acontecido en el mes de septiembre ha afectado a las ventas de viajes a este destino para la temporada invernal 2023-2024.

No obstante, el gráfico precedente pone de manifiesto una pérdida generalizada de cuota de mercado no sólo de España, sino del conjunto de estos competidores. Ello puede ser debido a la posible contracción de la demanda por la situación económica.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Los franceses han reactivado sus viajes internacionales, como indica el importante incremento interanual del gasto de dichos desplazamientos estimado para finales de 2023 (+10%).

Según el informe sobre la temporada estival 2023 publicado por la Asociación de Turoperadores (SETO) a principios de octubre 2023 -con datos referentes al período 1 de mayo a 30 de septiembre-, las principales características que han definido el consumo turístico de los franceses en lo que va de 2023 han sido :

- Mayor incremento de los viajes fuera de temporada.
- Viajes más cortos y con menos gasto.
- Elección de destinos baratos o cercanos.

La accesibilidad por carretera y el aumento interanual del 14,2% de capacidades aéreas a España son factores que le favorecen de cara a las perspectivas del Invierno 2023-2024. Hay que tener en cuenta, además, que dichas capacidades son superiores entre un 15% y un 50% a las de sus principales competidores.

Ateniéndonos además a las perspectivas de viajes internacionales, al aumento de las búsquedas de vuelos y alojamientos, y a los indicadores de intención de viaje, España volverá a confirmarse como el primer destino internacional para los franceses en la temporada invernal 2023-2024.

No obstante, la situación de la economía y el consecuente menor poder adquisitivo de los viajeros podrían afectar al comportamiento viajero del mercado emisor francés.

En este sentido, habrá que vigilar especialmente la pérdida de competitividad de España frente a Francia debido a la inflación especialmente para determinados servicios (restauración y hotelería, entre otros) y la evolución de los precios de los billetes y de la gasolina.

En cualquier caso la buena relación calidad/precio de los alojamientos hoteleros que ofrece España, la cercanía y el clima son factores determinantes para el mantenimiento de la demanda de este mercado hacia nuestro país, sobre todo en un contexto de incertidumbre.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

FRANCIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

