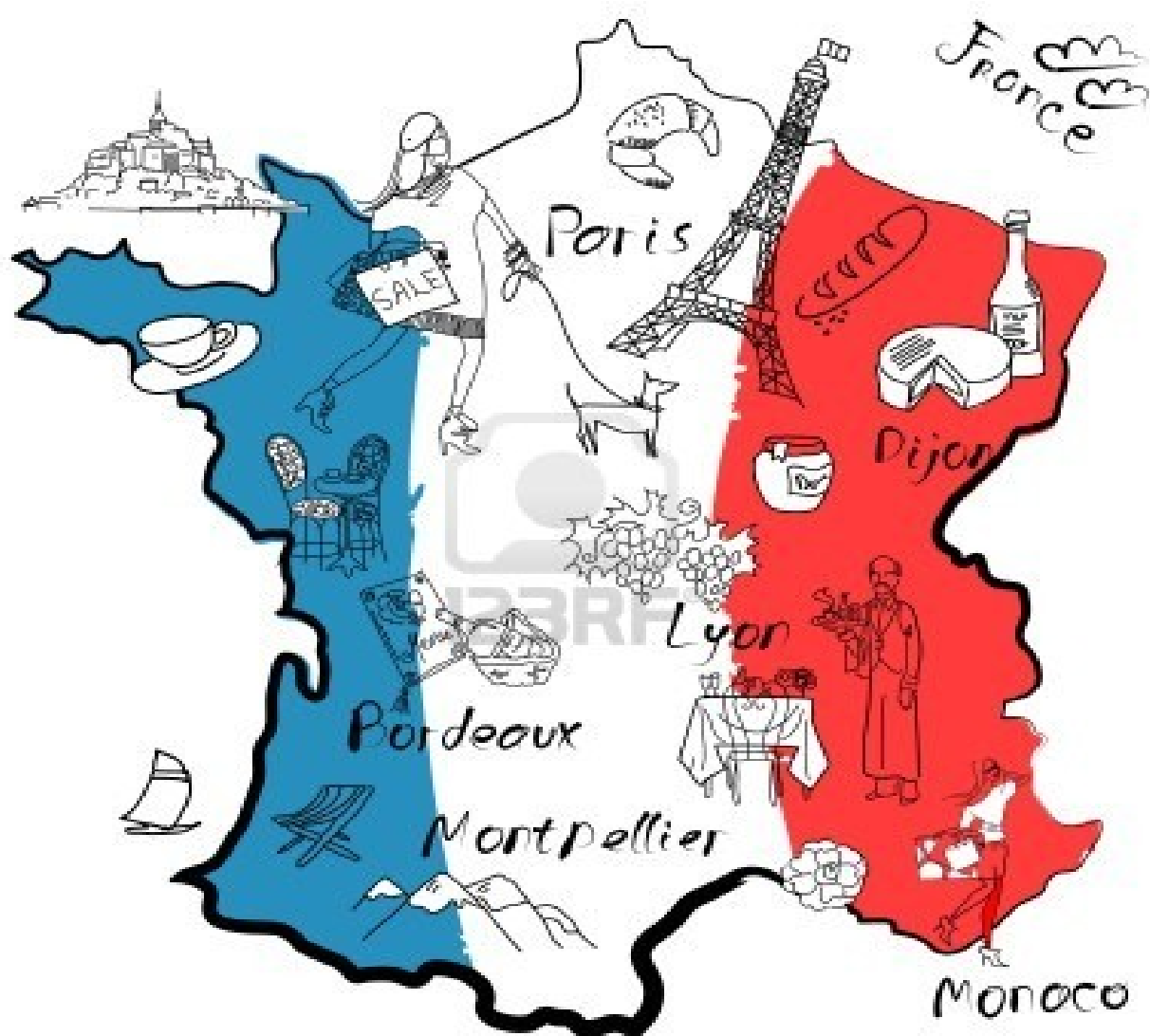


**Akademia Wychowania Fizycznego
im. Bronisława Czecha w Krakowie**

Analiza Rynku Turystycznego Francji 2012



Maria Paterek
II rok SUM
Turystyka Międzynarodowa

Spis Treści

Wprowadzenie.....	3
I Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej.....	4
1. <i>Ogólne informacje o Francji warunkujące rozwój turystyki.....</i>	<i>4</i>
2. <i>Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.....</i>	<i>9</i>
3. <i>Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.....</i>	<i>11</i>
4. <i>Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.....</i>	<i>13</i>
5. <i>Narodowa organizacja i administracja turystyczna.....</i>	<i>14</i>
II Rynek recepcji turystycznej-zagraniczna turystyka przyjazdowa do Francji.....	15
1. <i>Przyjazdy do Francji i główne kraje emitujące.....</i>	<i>15</i>
2. <i>Dochody z turystyki przyjazdowej – wielkość, struktura i dynamika.....</i>	<i>23</i>
3. <i>Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych...26</i>	
4. <i>Główne obszary koncentracji zagranicznego, przyjazdowego ruchu turystycznego.....</i>	<i>29</i>
III Rynek emisji turystycznej- turystyka wyjazdowa.....	32
1. <i>Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Francji w turystyce zagranicznej.....</i>	<i>32</i>
2. <i>Wydatki na podróże zagraniczne.....</i>	<i>36</i>
3. <i>Ulubione destynacje mieszkańców Francji.....</i>	<i>38</i>
IV Znaczenie francuskiego rynku turystycznego dla Polski.....	39
1. <i>Analiza przyjazdów do Polski/regionu z opisywanego rynku.....</i>	<i>39</i>
2. <i>Wskaźnik WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej).....</i>	<i>44</i>
3. <i>Zaangażowanie marketingowe Polski na rynku francuskim i zaangażowanie marketingowe Francji w Polsce.....</i>	<i>47</i>
4. <i>Analiza wyjazdów Polaków do Francji.....</i>	<i>48</i>
V Analiza SWOT.....	50
VI Prezentacja przykładowej oferty turystycznej do Francji.....	51
Podsumowanie.....	53
Źródła, spis tabel, spis rycin.....	54

Wprowadzenie

Turystyka to obecnie bardzo ważna gałąź gospodarki a z pewnością jedna z najszybciej rozwijających się i najbardziej dochodowych. Dzisiejsze trendy pokazują, że w wielu krajach przynosi ona ogromne wpływy do budżetu państwa i niejednokrotnie jest jego głównym źródłem dochodów. Tak wielki wzrost popytu na wyjazdy jest spowodowany m. in. wzrostem zamożności oraz większą ilością czasu wolnego. Trend ten występuje w dużej mierze w Ameryce Północnej oraz Europie, gdzie leży opisywany przeze mnie kraj. W mojej pracy postanowiłam skupić się na światowej potędze turystycznej jaką jest Francja. Jest ona liderem w ilości przyjazdów zagranicznych i trzecim na świecie krajem który generuje z turystyki największą ilość przychodów. Dla turystów z Polski Francja jest również jednym z najchętniej odwiedzanych krajów. Francuzi, choć preferują turystykę krajową, coraz częściej odwiedzają także Polskę, często poszukując nowych, ciekawych destynacji.

Praca została napisana z myślą o analizie ruchu turystycznego Francji i podzielona na 5 części, na które składają się: krótka charakterystyka uwarunkowań turystyki we Francji, analiza zagranicznego ruchu przyjazdowego, analiza Francji jako rynku emisji turystycznej, znaczenie badanego rynku dla Polski oraz analiza SWOT i przykładowa oferta wycieczki do Francji dla wybranego segmentu turystów. Analizie poddane zostaną także przyjazdy turystów Francuskich do Polski. Niniejsza praca może być przydatna dla polskich przedsiębiorstw turystycznych, które na podstawie dokonanej przeze mnie analizy mogą wnioskować o zasadności planowanych inwestycji (We Francji lub w Polsce, z ofertą dla turystów z francuskich).

Dane potrzebne do wykonania tej pracy zebrałam metodą desk research- analizując źródła wtórne dostępne w różnych publikacjach internetowych. Główne publikacje, które okazały mi się przydatne to „Memento du tourisme- Edition 2011”, Badania Instytutu Turystyki, Raport OECD- Tourism Trends and Policies 2012, badania Eurostat- „Europe in figures, Eurostat Yearbook 2011” oraz publikacja Głównego Urzędu Statystycznego- „Turystyka w 2011 r.”.

I. Podstawowe uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej, krajowej i wyjazdowej.

1. Ogólne informacje o Francji warunkujące rozwój turystyki.

Francja ze względu na swoją liczbę ludności, potencjał gospodarczy, pozycję w Europie, silną armię (trzeci po Rosji i USA arsenał nuklearny), uchodzi za jedno z najpotężniejszych państw świata. Nazwa "Francja" pochodzi od germańskiego plemienia Franków, które zajmowało region po upadku Cesarstwa Zachodniorzymskiego. W otaczającym Paryż regionie Île-de-France powstało państwo francuskie.

1.1 POŁOŻENIE

Francja jest państwem znajdującym się w Europie Zachodniej. Położenie wśród bogatych krajów zachodu sprzyja tam rozwojowi infrastruktury turystycznej oraz napływowi zamożnych turystów z zachodu. Terytorium kraju od południa łączy się z Morzem Śródziemnym, na północy z Morzem Północnym a od zachodu z Oceanem Atlantyckim. Zwłaszcza linia brzegowa morza Śródziemnego wpływa na bardzo rozwiniętą turystykę wypoczynkową. Na Morzu Śródziemnym znajduje się ponadto Korsyka - wyspa należąca do Francji. W skład terytorium kraju wchodzi posiadłości poza Europą. Są to cztery departamenty zamorskie: Gwadelupa, Martynika, Réunion i Gujana Francuska oraz dwie "zbiorowości terytorialne": Mayotte, Saint-Pierre i Miquelon, trzy terytoria zamorskie: Polinezja Francuska, Nowa Kaledonia, Wallis i Futuna oraz Francuskie Ziemie Południowo-polarne (Les Terres Australes et Antarctiques Françaises). Na wszystkich obszarach wyspiarskich turystyka dominuje w gospodarce. Francja kontynentalna graniczy z Belgią, Luksemburgiem, Niemcami, Szwajcarią, Włochami, Monako, Andorą i Hiszpanią. Kraje sąsiadujące są zarazem ważnymi rynkami emisyjnymi do Francji, w tym zwłaszcza Niemcy. Terytoria zamorskie graniczą również z Brazylią, Surinamem i Antylami Holenderskimi. Kraj jest połączony z Wielką Brytanią przez tunel pod kanałem La Manche co istotnie wpływa na ilość przyjeżdżających stamtąd turystów.¹

1.2 KLIMAT

Klimat we Francji różni się, w zależności od regionu: klimat górski panuje we wszystkich pasmach górskich, śródziemnomorski w Prowansji i na Korsyce, oceaniczny na zachodzie kraju, który sięga aż do 150 km od wybrzeża oraz klimat kontynentalny na północnym-wschodzie.

¹ http://pl.wikipedia.org/wiki/Francja#System_prawny (8.01.2013)

Zachodnia część Francji to klimat łagodny, z dużymi opadami, zaś wschodnia to ciepłe lata, ale mroźne zimy.

Wilgotny klimat umiarkowany panujący na północy kraju (chłodne lata i dość ciepłe zimy) wpływa na typowy rozkład przyjazdów turystów w ciągu roku- najczęściej latem, mniej zimą. Wiosna to najlepsza pora na zwiedzanie położonej na północy stolicy, dosyć często zdarzają się tam jednak wtedy deszcze.

Na południu lata są suche, a temperatura często przekracza 30°C, co sprzyja typowo wypoczynkowemu charakterowi turystyki na wybrzeżu Morza Śródziemnego. Sporadycznie występują silne burze i grad. Zimy są łagodne (temperatury na południu rzadko spadają poniżej 10°C) i często deszczowe. Jeszcze więcej opadów można się spodziewać wiosną. Na południa wieje porywisty, chłodny Mistral. Wiatr ten wieje głównie zimą i wiosną, przynosząc słoneczną pogodę i jasne, bezchmurne niebo.

1.3 PODSTAWOWE DANE GOSPODARCZE

Francja jest szóstym najlepiej rozwiniętym krajem świata i jedenastym w rankingu warunków życia. Ma to ogromny wpływ na jakość oferowanych tam usług turystycznych oraz infrastrukturę. Kraj jest w gronie założycieli Unii Europejskiej, co znacznie ułatwia przemieszczanie się mieszkańcom Unii na jej terytorium. Ma także największą powierzchnię spośród państw wspólnoty. Francja jest członkiem- założycielem Organizacji Narodów Zjednoczonych, wchodzi także w skład Frankofonii, G8 oraz Unii Łacińskiej. Należy do Rady Bezpieczeństwa ONZ, w której posiada prawo weta. Przynależność do wielu istotnych, międzynarodowych organizacji sprawia, że wysoko rozwinięty jest tam przemysł turystyki biznesowej. Jest to spowodowane licznymi konferencjami i spotkaniami organizowanymi na jej terenie.

Francja podzielona jest na 25 regionów. Ze względów administracyjnych w 1790 r. kraj podzielono także na departamenty (obszary o wielkości ok. 6100 km²). We Francji kontynentalnej i na Korsyce jest ich 96, a w byłych koloniach zamorskich 5. Większość z nich nosi nazwy związane z cechami geograficznymi danej części kraju. Poszczególne regiony są niejako „markami” turystycznymi we Francji i kojarzą się zwykle z konkretną atrakcją lub typem uprawianej turystyki. Każdy region ma też swój symbol, czym pragnie wyrazić swoją odrębność od pozostałych. Poniższy rysunek przedstawia podział Francji na regiony wraz z ich symbolami.²

² http://francja.lovetotravel.pl/gospodarka_we_francji (15.01.2013),
<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1516504> (15.01.2013)

która całkowicie zastąpiła franka na początku 2000 r. Decyzja ta miała istotny wpływ na zwiększenie ruchu turystycznego pomiędzy Francją a innymi krajami strefy Euro. Spowodowała też podniesienie wygody podróży między tymi krajami.

Przepisy wizowe we Francji nie są rygorystyczne, co ułatwia przyjazdy zagraniczne do tego kraju. Dokumentem podróży uprawniającym obywateli UE do bezwizowego wjazdu i pobytu do 90 dni na terytorium Republiki Francuskiej jest paszport bądź dowód osobisty. Te same zasady obowiązują przy podróżach do francuskich departamentów zamorskich, tj. Gwadelupy, Martyniki, Gujany Francuskiej i Reunion. Natomiast przy wyjazdach na obszar francuskich zamorskich wspólnot terytorialnych (poza metropolią i wymienionymi wyżej departamentami zamorskimi) na okres przekraczający 90 dni niezbędna jest wiza. W przypadku pobytu nie przekraczającego trzech miesięcy obywatele UE uzyskują prawo pobytu w innym państwie członkowskim bez żadnych dodatkowych warunków i formalności poza koniecznością posiadania ważnego dowodu tożsamości lub paszportu. Prawo swobodnego przemieszczania się i pobytu ma też członek rodziny obywatela UE, niezależnie od jego przynależności państwowej.⁴

1.6 HISTORIA

Francja jest znana z ciekawej i burzliwej historii, po której pamiętki zachowały się do dzisiaj. Wielu turystów przybywa tam aby na własne oczy ujrzeć pozostałości po czasach rzymskich, panowaniu Merowingów i Karolingów, Karola Wielkiego, Wikingów czy Rewolucji Francuskiej. Francja słynie również z takich postaci jak m. in. Ludwik XIV czy Napoleon oraz z pamiątek historycznych i architektonicznych jakie po sobie pozostawili. Bardzo znane są m. in. zamki usytuowane na terenie całego kraju, czy liczne muzea, głównie w Paryżu.

1.7 KULTURA

Francja jest jedną z kolebek europejskiej cywilizacji. Po upadku Cesarstwa Rzymskiego to właśnie Karolingowie władający terenami dzisiejszej Francji stali się jednymi z najpotężniejszych władców Europy. Przez kolejne wieki kultura francuska nieodmiennie inspirowała inne narodowości, wskazując nowe trendy, tworząc nowe nurty, proponując nowatorskie rozwiązania. Tak jest z resztą do dziś i wielu artystów przybywa tu w celu zainspirowania się duchem Francji, przepełnionej śladami po wielkich malarzach, architektach, pisarzach czy kompozytorach. Nieodłącznym elementem kultury Francuzów jest również moda, która stała się tam miliardowym przemysłem i przyciąga rzesze zarówno inwestorów jak i turystów.

⁴ <http://francja.geozeta.pl/wizy> (8.01.2013)

Rodowici Francuzi zamieszkują głównie zachodnie regiony kraju, są skupieni przede wszystkim w Bretanii, Normandii i Poitou, także w Owernii i na wybrzeżach Pikardii. Warto zaznaczyć, że mimo formalnej i coraz bardziej ugruntowanej jednolitości narodowej, żywe są nadal regionalne różnice kulturowe, widoczne w architekturze, w gastronomii i obyczajach. Jest to istotny czynnik wpływający na turystykę, zwłaszcza, że różnice te zanikają, i są traktowane przez społeczności lokalne jako atut promujący dany departament czy region. Ich szczególnym przejawem jest występowanie regionalnych lub lokalnych dialektów i języków. Choć używane są coraz rzadziej stanowią jednak podstawę odrębności Alzatzików, Bretończyków, Katalończyków, Flamandów, a zwłaszcza Basków i Korsykanów. Odrębną grupę mieszkańców Francji stanowią liczne mniejszości narodowe.⁵

Niezaprzeczalną szansą na jeszcze większy rozwój turystyki jest tworzenie nowych turystycznych szlaków kulturowych we Francji. Planowane jest przeprowadzenie przez Francję m. in. takich szlaków jak CERTO (Cultural European Routes: Tools for a coordinated communication & marketing strategy), TECH- TOUR (Technology and Tourism- promocja szlaków rzymskich i bizantyjskich), Szlak kulturowy dolnego i średniego biegu rzeki Dunaj (dochodziłyby aż do Francji), ODYSSEA CULTURES EURO-MED- szlaki kulturowe portów śródziemnomorskich oraz WE.COME- (hidden WondErs of our COMMon European heritages).⁶

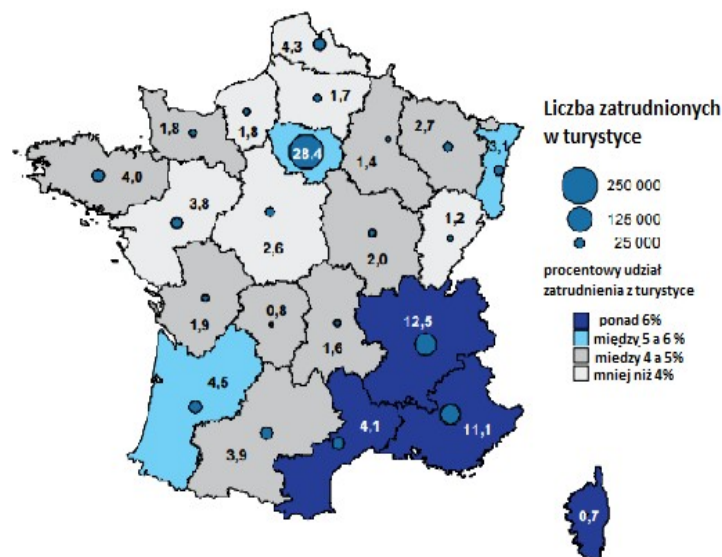
1.8 STRUKTURA ZAWODOWA

Struktura ludności zawodowo czynnej we Francji to 71,5% pracujących w usługach, przemysł wraz z budownictwem to 24% zatrudnionych, rolnictwo, leśnictwo i rybołówstwo stanowią pozostałą część. Bezrobotni stanowią 9,9 %. W sektorze turystyki w 2010 roku zatrudnione było aż 857 720 osób, z czego prawie dwie trzecie (66%) w usługach i jedna piąta (21%) w hotelach. Zatrudnienie w turystyce w poszczególnych regionach kształtuje się zgodnie z poniższym rysunkiem.⁷

⁵ http://francja.lovetotravel.pl/kultura_francuska (15.01.2013)

⁶ http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural-routes/index_en.htm#h2-1 (4.01.2013)

⁷ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf (27.11.2012) s. 42 oraz http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-policy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 175 (15.11.2012)



Ryc.2 Zatrudnienie w turystyce prowincjach

Źródło: „Memento du Tourisme, Edition 2011” http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 42 (27.11.2012)

1.9 CECHY NARODOWE

Francuzi są bodaj najbardziej specyficznym narodem europejskim. Cechuje ich duma i zbyt wysokie poczucie własnej wartości. Często można się spotkać z określeniem, że Francuzi są nieprzystępni. Z zewnątrz wydają się niezależni, samodzielni, a nawet egoistyczni. Słyną ze słabej znajomości języków obcych, co wynika głównie z ich przekonania, że to inni powinni się uczyć francuskiego. Ma to duży wpływ na turystykę przyjazdową. Turyści z tego względu nie zawsze są w stanie porozumieć się tam w języku angielskim. Ich duma i przywiązanie do swojej kultury i kraju niejednokrotnie wzbudzają szacunek u innych narodowości i są dla nich wzorem do naśladowania.

2. Atrakcje turystyczne przyciągające największą liczbę turystów.

Główne atrakcje Francji można podzielić według sześciu podgrup. Są nimi: tereny alpejskie, wybrzeże morza Śródziemnego, atrakcje Paryża, szlaki turystyki kulinarnej- głównie win i serów, festiwale we Francji oraz architektura, kultura i sztuka. Turyści którzy odwiedzają Francję zwykle kierują się chęcią zobaczenia atrakcji znajdujących się w ramach tych właśnie podgrup. Oferty biur podróży przewidują zwykle połączenie różnych atrakcji w jeden, bogaty w atrakcje i wydarzenia pakiet. Najczęściej odwiedzanymi regionami we Francji są Île-de-France wraz ze stolicą kraju,

Paryżem, gdzie znajduje się najwięcej atrakcji związanych z kulturą, oraz południowe regiony- Prowansja-Alpy i Wybrzeże Lazurów i Rodan- Alpy.

Poniżej przedstawione są najczęściej odwiedzane we Francji atrakcje, wraz z podziałem na te związane z kulturą oraz pozostałe. Tabela przedstawia także dynamikę ich odwiedzin na przestrzeni lat 2006- 2010 oraz departamenty w których występują.⁸

Tabela 1. Najczęściej odwiedzane atrakcje we Francji związane z kulturą

ATRAKCJE ZWIĄZANE Z KULTURĄ- ODWIEDZINY W MILIONACH/ROK							
Lp.	Miejsce	Departament	2006	2007	2008	2009	2010
1	Muzeum Luwr	Paryż	8,35	8,26	8,24	8,39	8,35
2	Wieża Eiffla	Paryż	6,7	6,8	6,93	6,6	6,7
3	Wersal	Wersal	4,04	5,33	5,61	5,66	6,09
4	Centre Georges Pompidou	Paryż	2,33	2,74	2,75	3,53	3,13
5	Muzeum Orsay	Paryż	3	3,17	3,03	3,02	2,99
6	Park la Villette	Paryż	3,06	3,03	3,04	3,06	2,87
7	Muzeum naturalnej Historii	Paryż	1,34	1,37	1,08	1,62	1,95
8	Cmentarz amerykański w Omaha	Colleville	1,45	1,4	1,3	1,77	1,55
9	Galeria narodowa w Grand Palais	Paryż	0,93	0,82	1,27	1,58	1,53
10	Brama triumfalna	Paryż	1,33	1,54	1,57	1,53	1,51
11	Muzeum Armii Krajowej	Paryż	1,13	1,19	1,27	1,22	1,41
12	Muzeum sztuki kultur pozaeuropejskich	Paryż	0,95	1,38	1,39	1,5	1,33
13	Opactwo Mont- Saint- Michel	Mont- Saint- Michel	1,12	1,23	1,2	1,23	1,28
14	Zamek i muzeum książąt Bretanii	Nantes	-	1,56	1,39	1,27	1,09
15	Muzeum Grévin	Paryż	0,68	0,76	0,75	0,77	0,82

Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 136, 137

Tabela 2. Najczęściej odwiedzane atrakcje we Francji nie związane z kulturą

ATRAKCJE NIE ZWIĄZANE Z KULTURĄ- ODWIEDZINY W MILIONACH/ROK							
Lp.	Miejsce	Departament	2006	2007	2008	2009	2010
1	Disneyland W Paryżu	Meme-la Vallee	12,8	14,5	15,3	15,4	15,5
2	Park Futuroscope	Poitiers	1,4	1,6	1,61	1,7	1,83
3	Park Asterixa	Plailly	1,66	1,62	1,8	1,82	1,66
4	Park Puy du Fou	Les Epesses	1,2	1,21	1,31	1,44	1,47
5	Wiadukt Millau	Millau	0,82	1,08	0,81	0,8	1,61
6	Park zoologiczny Bois du Boulogne	Lille	1,06	1,02	1,01	0,93	0,85
7	Kolejka linowa na szczyt Aiguille du Midi	Chamonix	0,4	0,46	0,49	0,8	0,78
8	Ścieżka na lodowiec Mer de Glace	Chaminix	0,79	0,83	0,82	0,81	0,72
9	Statki wycieczkowe w Strasburgu	Strasbourg	0,67	0,73	0,74	0,76	0,71
10	Wyroby szklane w Biot	Biot	0,73	0,74	0,7	0,7	0,7
11	Park zoologiczny Palmyre	Les Mathes	0,71	0,71	0,67	0,75	0,68
12	Zoo Du bois de Coulange	Amneville-Les- Themes	0,49	0,56	0,59	0,63	0,59
13	Park Nausicaa	Boulogne- Sur- Mer	0,62	0,58	0,57	0,57	0,57
14	Park rozrywkowy Nigloland	Dolancourt	0,45	0,47	0,47	0,5	0,49
15	Park rozrywkowy Walygator	Maizieres-les- Themes	0,25	0,33	0,4	0,45	0,49

Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 136, 137

Wśród atrakcji związanych z kulturą największą popularnością cieszy się Luwr. Liczba odwiedzin nie jest tam jednak dużo wyższa w porównaniu do pozostałych obiektów tego typu, gdyż

⁸ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 136, 137 (27.11.2012)

większość z nich jest zlokalizowana w niedalekim położeniu i turyści często odwiedzają je w ciągu jednego wyjazdu. W przypadku atrakcji nie związanych z kulturą widzimy znaczą przewagę w liczbie odwiedzin w Disneylandzie w Meme-la-Valle w okolicach Paryża.

3. Infrastruktura turystyczna i komunikacyjna.

Pod względem infrastruktury turystycznej Francja wypada bardzo dobrze na tle innych krajów. W 2010 najwięcej było tam restauracji - 142 tys., następnie innych obiektów związanych z gastronomią - 47 tysięcy. Hoteli i podobnych obiektów było 19 tys. przy czym innych obiektów zbiorowego zakwaterowania 11 tys. W 2010 we Francji znajdowało się również 5 tys. kampingów. Liczba biur podróży i agencji turystycznych wyniosła 4 tys. a innych powiązanych przedsiębiorstw związanych z usługami rezerwacyjnymi - 1,5 tysiąca.⁹

3.1 HOTELE

We Francji zdecydowanie przeważa ilość hoteli 2- gwiazdkowych nad pozostałymi. Jest ich 9 tys. podczas gdy 3- gwiazdkowe to jedynie 4 tysiące. Pozostałe kategorie to kolejno: 1-gwiazdkowe hotele - 3 tysiące obiektów oraz 4 i 5 gwiazdkowe - razem 952 hotele. Razem we Francji działa 17 tys. hoteli, w tym 3 tys. należących do sieci hotelowych. Wszystkie hotele we Francji są w stanie przyjąć 612 tys. gości w ciągu jednego dnia.¹⁰

Francja jest Europejskim liderem pod względem liczby hoteli należących do łańcuchów hotelowych. Główne sieci hotelowe działające na terenie Francji to przede wszystkim Accor i Louvre. Obydwa oferują noclegi na terenie całej Francji w różnych kategoriach. W 2011 działały tam aż 1423 hotele sieci Accor. Jest to jednocześnie trzeci na świecie łańcuch hotelowy. Wśród luksusowych hoteli we Francji dominuje Lucien Barrière i jest to jedyna obecna tam sieć hoteli 5-gwiazdkowych. Inne luksusowe hotele takie jak na przykład znany Crillion w Paryżu działają niezależnie lub są częścią innego, zróżnicowanego ze względu na kategorie łańcucha. Wśród hoteli 4- gwiazdkowych dominuje Sofitel oraz Pullman. Obie sieci należą jednocześnie do grupy hoteli Accor. Hotele 3- gwiazdkowe to głównie Novotel oraz Mercure. Hotele w klasie ekonomicznej, 2-gwiazdkowe to przede wszystkim Ibis, Etap, Campanile oraz Kyriad. Hotele najniższej klasy we Francji, 1-gwiazdkowe to najczęściej F1 (Formule 1) i Première Classe. Oferują one zakwaterowanie w bardzo niskiej cenie. Poza sieciami hotelowymi, działa wiele niezależnych

⁹ http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 180 (15.11.2012)

¹⁰ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 52, 53 (27.11.2012)

hotelu, wśród nich jednym z najbardziej rozpoznawalnych jest hotel Negresco w Nicei.¹¹

3.2 BIURA PODRÓŻY

Szacunkowa liczba biur podróży i agencji turystycznych we Francji to 5 tys. Większość z nich należy do sieci, jak na przykład American Express, lub działa na zasadzie franszyzy, jak np. Thomas Cook. Niezależne biura to m. in. Selectour lub TourCom.¹²

Infrastruktura komunikacyjna jest we Francji doskonale rozwinięta. Posiada dobrze utrzymany system dróg, w tym aż 8 tys km autostrad, które łączą Paryż z innymi większymi miastami w kraju.

3.3 POCIĄGI

We Francji praktycznym, szybkim i wygodnym środkiem transportu jest pociąg. Liczne połączenia między miastami zapewnia SNCF- Francuskie Koleje Państwowe oraz TGV- Train a Grande Vitesse czyli pociągi o dużej prędkości. Poruszają się one z prędkością do 300 km/h. Długość linii kolejowych we Francji to 29370 tys. km. Z Paryża można dostać się pociągiem do Londynu pociągiem Eurostar oraz do Brukseli pociągiem Thalys.

3.4 AUTOBUS

Podróże autobusem to kolejny niedrogi i pewny wybór. Dworce znajdują się w pobliżu każdego SNCF. Połączenia autobusowe są częste, jednak nie tak popularne jak pociągi. Linie autobusowe zapewniają ponadto połączenia z głównymi miastami Europy.

3.5 SAMOLOT

Najszybszym środkiem komunikacji we Francji jest podróż samolotem. Połączenia te są możliwe głównie dzięki liniom krajowym Air France oraz Air Liberté i innym liniom lotniczym - zarówno europejskim i światowym. Na terenie Francji funkcjonuje 476 lotnisk i 32 portów lotniczych. Są one najczęściej położone poza miastami, lecz mają dobre połączenie z centrami miast dzięki autobusom wahadłowym. Większość linii lotniczych oferuje na loty krajowe różne taryfy zniżkowe. Średnia długość krajowego lotu to 1h. Najważniejsze lotniska to:¹³

- Grenoble Saint- Geoir (GNB)
- Paryż Beauvais (BVA)
- Paryż Orly (ORY)
- Paryż Charles de Gaulle (CDG)

¹¹ <http://about-france.com/france-hotel-guide.htm> (2.01.2013)

¹² http://fr.wikipedia.org/wiki/Agence_de_voyages (8.01.2013)

¹³ <http://www.mojeprzeloty.pl/lotniska.php> (2.01.2013) oraz <http://www.biletylotnicze.pl/porty-lotnicze/Francja> (2.01.2013)

- Marsylia (MRS)
- Nantes (NTE)
- Nicea (NCE)
- Lyon (LYS)
- Lille (LIL)
- Saint- Tropez (LTT)
- Strasburg (SXB)
- Tuluza (TLS)

4. Podstawowe determinanty konsumpcji turystycznej ludności.

Francja to najliczniejsze z najbogatszych społeczeństw na świecie. Mieszkają tam aż 62 miliony ludzi. W rankingu najbogatszych społeczeństw zajmuje piąte miejsce za Szwajcarią, Norwegią, Australią i Singapurem.¹⁴ Dochód narodowy brutto per capita wynosi 42 tys. dolarów. Ze względu na liczebność Francja dysponuje aż 6% światowych zasobów. Mieszka tu ponad 2,2 mln milionerów. Aż 40% społeczeństwa należy do grupy najbogatszych a 50% to bogata klasa średnia, dysponująca majątkiem w wysokości 10- 100 tys. dolarów. Najbiedniejsi stanowią zaledwie 0,3% ludności kraju. Warunki do uprawiania turystyki są więc dla mieszkańców bardzo korzystne. I zadowolają najbardziej wymagających. Francja znajduje się wśród najbogatszych państw świata, mimo że prognozy finansowe dla 2011 pogorszyły się w stosunku do lat poprzednich. Dochody publiczne (1 014 780 mln Euro) są nieco niższe niż wydatki (1 118 428 mln Euro). Na tle innych krajów dynamika powiększania się tej dysproporcji nie jest jednak znaczna.¹⁵

Turyści francuscy wydają coraz więcej na turystykę krajową. W 2010 wydali 94,2 mld Euro, w 2009 roku 94 mld Euro, w 2008- 94,5 mld Euro, a w roku 2007 było to 90,5 mld Euro. Jest to spowodowane większą ilością podróży przy obecnie obserwowanym spadku cen w turystyce i wzroście zarobków. W 2007 roku ceny na produkty wzrosły tam o 3,5%, ale już w 2008 spadły o -1,7%, w 2009 o -2,6% a w 2010 wzrosły o 0,4%.¹⁶ Ponadto wiele z dobrze sytuowanych materialnie obywateli Francji to ludzie starsi, którzy cechują się większą ilością czasu wolnego, który mogą przeznaczyć na turystykę.

¹⁴ <http://platine.pl/top-5-najbogatsze-spoleczenstwa-swiata-0-692716.html> (8.01.2013)

¹⁵ <http://www.obserwatorfinansowy.pl/forma/analizy/rzad-nie-planuje-budzetu-oszczednosci/> (8.01.2013)

¹⁶ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/compte-satellite/compte-satellite-2005-2010.pdf s. 19, 31 (27.11.2012)

5. Narodowa administracja turystyczna i organizacja turystyczna.

Turystyka, która wcześniej przypisana była do Ministerstwa Infrastruktury, teraz należy do Ministerstwa Gospodarki i Finansów. Do niego należy sekretariat turystyki, w ramach którego pracuje, utworzona na podstawie wydanej w 2009 roku ustawy o rozwoju i modernizacji usług turystycznych, agencja o nazwie ATOUT France. Powstała ona z połączenia ODIT France, dawniej agencji rozwoju produktu turystycznego i Maison de la France, która promowała Francję za granicą. ATOUT France stała się najważniejszą organizacją w państwie w dziedzinie turystyki. Pełni zasadniczą rolę w realizacji polityki rządu i promuje branżę. Agencja odpowiada również za klasyfikowanie bazy noclegowej, prowadzenie rejestru działalności tour operatorów i przewozów turystycznych. W ramach sekretariatu turystyki działa również Dyrekcja Generalna ds. Konkurencji, Przemysłu i Usług (DGCIS), ustanowiona w 2009 roku, łącząc dawną Dyrekcję Generalną Przedsiębiorczości, handlu, rzemiosła, usług i zawodów związanych z turystyką.

Państwo ustanawia wytyczne co do prowadzenia polityki turystycznej, a także do współpracy międzynarodowej w zakresie turystyki. Koordynuje publiczne i prywatne inicjatywy w turystyce i opracowuje plany rozwoju realizowane przez władze lokalne oraz regionalne. Dla regionów (Rad Regionalnych) formułuje cele krótkookresowe koordynując działania regionalnych Komitetów Turystyki (RTCs). Departamenty Turystyki (DTC), wdrażają i kształtują politykę turystyczną w departamentach, pomagają w promocji i reklamie produktów turystycznych, współpracy z lokalnymi firmami turystycznymi i partnerami. Rada Gmin pomaga w tworzeniu biur turystycznych, zapewnia informacje dla turystów i promuje lokalną turystykę.

Budżet i strategie rozwoju turystyki

Projekt budżetu w 2012 przewidywał 87,9 mln Euro dla programu rozwoju turystyki. Jest to trzystopniowa inicjatywa, która:

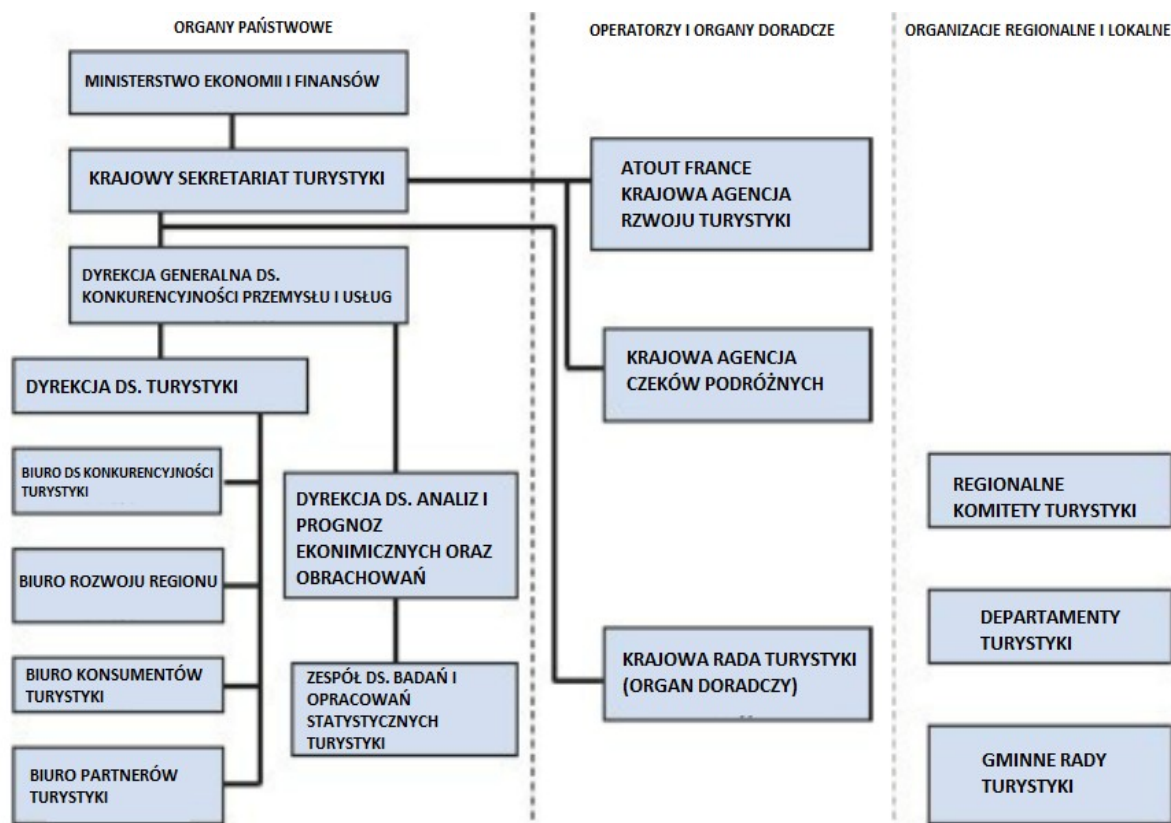
- a) promuje Francję zarówno w kraju jak i za granicą,
- b) inwestuje w atrakcyjność turystyczną Francji,
- c) rozwija politykę, która ułatwia uczestnictwo w wyjazdach turystycznych.

Pierwsza inicjatywa - promowanie Francji koncentruje się na dotacjach na ATOUT- Narodową administrację turystyczną, która otrzymuje większość środków z tego budżetu (35,64 milionów EUR). Budżet ATOUT nie jest całkowicie zależny od państwa, dofinansowują ją też osoby prywatne. W 2011 jej budżet wyniósł dzięki temu 76,4 mln Euro.

Druga inicjatywa – inwestycja w atrakcyjność turystyczną Francji otrzymała dotację z budżetu

w wysokości 11,69 mln Euro i koncentruje się głównie na rozwoju turystyki zrównoważonej.

Trzecia inicjatywa - promowanie powszechnego dostępu do wakacji - obejmuje działania Krajowej Agencji Czeków Podróżnych, która zajmuje się promowaniem turystyki socjalnej, jak również równym dostępem do infrastruktury turystycznej dla społeczeństwa.¹⁷



Ryc. 3 Struktura administracyjna podmiotów związanych z turystyką

Źródło: „OECD Tourism Trends and Policies 2012” http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 175 (15.11.2012)

II. Rynek recepcji turystycznej- zagraniczna turystyka przyjazdowa do Francji.

1. Przyjazdy i główne kraje emitujące.

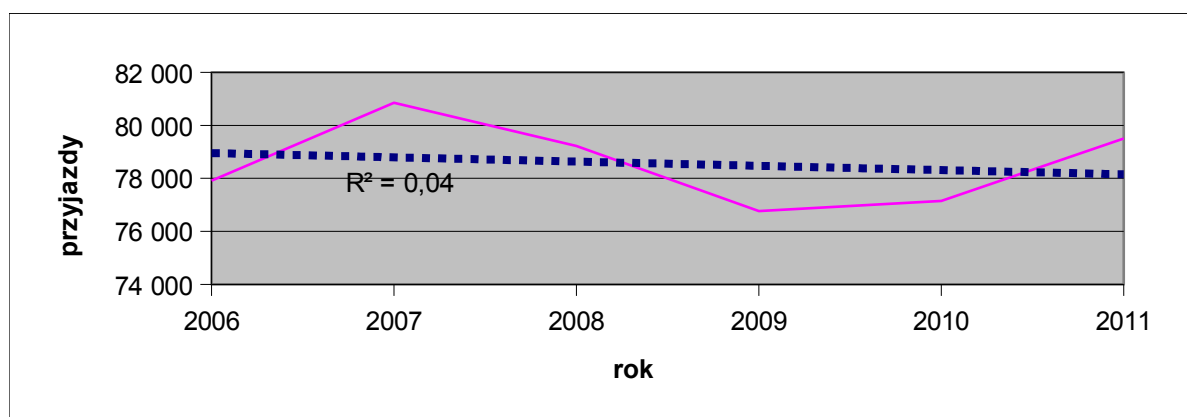
WIELKOŚĆ, STRUKTURA, DYNAMIKA I PROGNOZA PRZYJAZDÓW DO FRANCJI ORAZ POZYJCJA KRAJU W EUROPIE I NA ŚWIECIE

Turystyka przyjazdowa odgrywa istotną rolę w gospodarce Francji. Odnotowuje się tam najwięcej przyjazdów zagranicznych na świecie - 77.1 milionów w 2010 (wzrost o 0,5% w stosunku do roku poprzedniego) i 79,5 milionów w 2011 (wzrost o 3% w stosunku do roku

¹⁷ http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf str. 175, 176 (15.11.2012)

poprzedniego).¹⁸ Narodowością przyjeżdżającą do Francji najczęściej w 2010 byli Brytyjczycy - ich przyjazdy stanowiły 15.7% wszystkich przyjazdów zagranicznych. Drugi w kolejności pod względem liczebności przyjazdów byli Niemcy - 14.8%, następnie Belgowie - 12.9%, Włosi - 9.3% oraz Holendrzy - 9.1% wszystkich przyjazdów zagranicznych. Na wymienione pięć krajów przypada razem niemalże dwie trzecie wszystkich przyjazdów zagranicznych.¹⁹

Największa ilość turystów przyjeżdżających do Francji została odnotowana w 2007 roku. Przyjechało ich wtedy aż 80.9 milionów. Po nieznacznym spadku ich ilości do 76.8 milionów w 2009, obecnie odnotowuje się coraz więcej przyjazdów. Linia trendu przyjazdów zagranicznych do Francji wskazuje na niewielką tendencję spadkową w przeciągu ostatnich 6 lat. Obecnie odnotowuje się wzrost ilości przyjazdów.



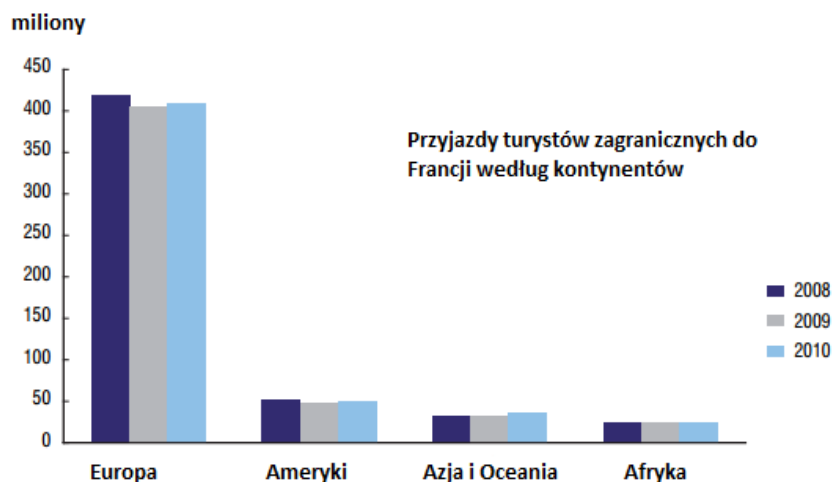
Ryc. 4. Przyjazdy turystów zagranicznych do Francji w latach 2006- 2011
Źródło: opracowanie własne na podst. „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s. 6

Francja jest obecnie (dane na 2011) krajem w którym odnotowuje się najwyższą ilość przyjazdów zarówno w Europie jak i na świecie. Krajami sąsiadującymi z Francją w których odnotowuje się dużą liczbę przyjazdów, a zatem konkurencyjnymi pod względem atrakcyjności są w kolejności: Hiszpania- 56,7 mln (wzrost o 7,6% w stosunku do roku 2010), Włochy- 46,1 mln (wzrost o 5,7%), Wielka Brytania (sąsiedztwo przez kanał La Manche)- 29,2 mln (wzrost o 3,2%) oraz Niemcy- 28,4 mln (wzrost o 5,5%). Żaden z tych krajów nie odnotowuje jednak tak dużej ilości przyjazdów co Francja, można więc powiedzieć, że jej pozycja w tym zakresie jest stabilna. Do drugiej w Europie pod względem ilości przyjazdów Hiszpanii przyjechało w 2011 aż 20 mln turystów mniej niż do Francji.

¹⁸ „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s. 6, 7

¹⁹ http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-policy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 175, 180 (15.11.2012)

Na arenie światowej, na drugim miejscu, tuż za Francją plasuje się USA- 62,3 mln (4,2% wzrostu w stosunku do 2010, a następnie Chiny- 57,6 mln (3,4% wzrostu).²⁰



Ryc. 5 Przyjazdy turystów zagranicznych do Francji według kontynentów
Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011"

http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 121 (27.11.2012)

Ze względu na kontynent z którego przyjeżdżają turyści, drugie po Europie miejsce zajmują Ameryki z aż ośmiokrotnie mniejszym wynikiem. Nieznacznie mniejsze, w stosunku do roku 2009 są przyjazdy turystów z Azji i Oceanii oraz Afryki. Wyjątek stanowi Afryka, gdzie liczba wyjazdów pozostała bez zmian.²¹

Według prognoz UNWTO do 2030 liczba przyjazdów do Europy zwiększy się. Z prognoz wynika, że w liczba przyjazdów do Europy zachodniej, w tym w znacznym stopniu do Francji, zwiększy się z 153,7 mln obecnie, do 192 mln w 2020 i aż 222 mln w 2030.²²

ŚRODKI LOKOMOCJI

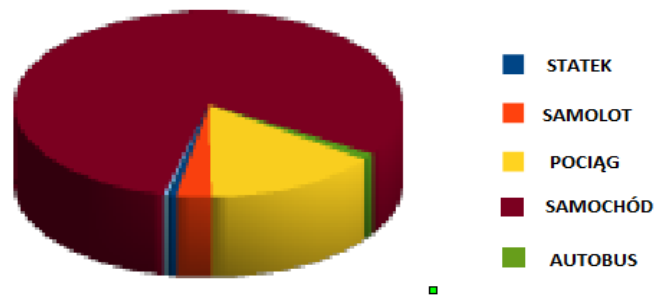
Pod względem używanych środków lokomocji turyści przyjeżdżający do Francji najczęściej wybierają transport lądowy, na drugim miejscu lotniczy a najrzadziej morski. Pośród transportu lądowego najczęściej wybierany jest samochód, następnie pociąg oraz autobus. Procentowy udział przyjazdów ze względu na typ transportu przedstawia diagram.²³

²⁰ „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s. 6

²¹ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 121 (27.11.2012)

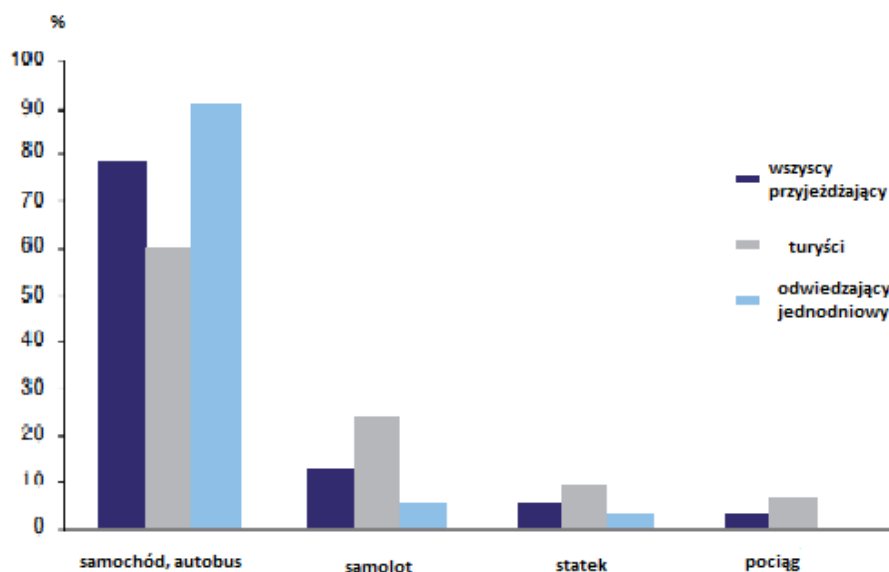
²² „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s. 15

²³ <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>
Number of trips - holiday trips (4 or more overnight stays) - by main mode of transport - annual data (27.12.2012)



Ryc. 6 Przyjazdy turystów zagranicznych według środka lokomocji
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Eurostatu

Wśród wszystkich przyjeżdżających do Francji z zagranicy, lądowe środki lokomocji, takie jak samochód czy autobus, dominują u odwiedzających jednodniowych, którzy wykorzystali je w aż 90% przyjazdów. Turyści, (korzystający z co najmniej jednego noclegu) wybrali drogę lądową w 60% przyjazdów. Z kolei odwiedzający jednodniowi dużo rzadziej wybierają samolot (5%), statek (3 %) oraz pociąg (wartość zbliżona do zera). Te środki lokomocji były domeną turystów, i kolejno, w przypadku samolotu było to 20% przyjazdów, statku- 10% i pociągu 5%. Wynika z tego, że turyści przyjeżdżający na dłużej wybierają samochód rzadziej niż osoby przyjeżdżające na 1 dzień.²⁴



Ryc.7 Wybierane środki lokomocji z podziałem na odwiedzających jednodniowych i turystów

Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011" http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 126 (27.11.2012)

²⁴ "Memento du Tourisme Edition 2011" s. 126

CELE PRZYJAZDÓW

Biorąc pod uwagę cel przyjazdu do Francji, aż połowa turystów kierowała chęcią wypoczynku. Drugim w kolejności motywem była chęć poznania kultury i zwiedzanie (32% wszystkich przyjazdów). 22 % przyjeżdżających uzasadniło swoje odwiedziny aktywnym wypoczynkiem, 19% odwiedzinami u rodziny i znajomych. Tyle samo, bo 19% przyjechało na zakupy. 8 % turystów motywowało się chęcią uprawiania turystyki kwalifikowanej a 5% przyjechało na kongresy, szkolenia i sympozja. Wielu z pośród turystów deklaruje więcej niż jeden cel przyjazdu, jednakże zdecydowanie częściej są to motywy osobiste- 88% przyjazdów niż biznesowe (12%). Narodowościami przyjeżdżającymi w celach biznesowych częściej niż inne są Chińczycy (28% przyjazdów służbowych) oraz Belgowie (27%). Spośród wszystkich przyjazdów zagranicznych do Francji, wiele z nich, niesklasyfikowanych jako przyjazdy turystyczne, jest przejazdami tranzytowymi. Wśród obcokrajowców przejeżdżających przez Francję, lecz mających inny cel podróży najwięcej jest Hiszpanów (71% przyjazdów), Luksemburczyków (54%), Szwajcarów i Niemców (po 53%) oraz Włochów (51%). Co ciekawe Portugalczycy, znacznie częściej do Francji przyjeżdżają (59% przyjazdów), niż przez nią przejeżdżają (41%), choć leży ona na jedynej drodze lądowej łączącej Portugalię z resztą Europy.²⁵



Ryc. 8 Motywy przyjazdów turystów zagranicznych do Francji w 2010 r.
Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 124-127

ZAKWATEROWANIE

We wszystkich krajach Unii Europejskiej, zgodnie z przyjętą metodologią badań statystycznych w dziedzinie turystyki, turystyczna baza obiektów zbiorowego zakwaterowania obejmuje dwie grupy obiektów. Pierwszą z nich stanowią hotele i podobne obiekty, drugą zaś pozostałe obiekty

²⁵ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s.124-127 (27.11.2012)

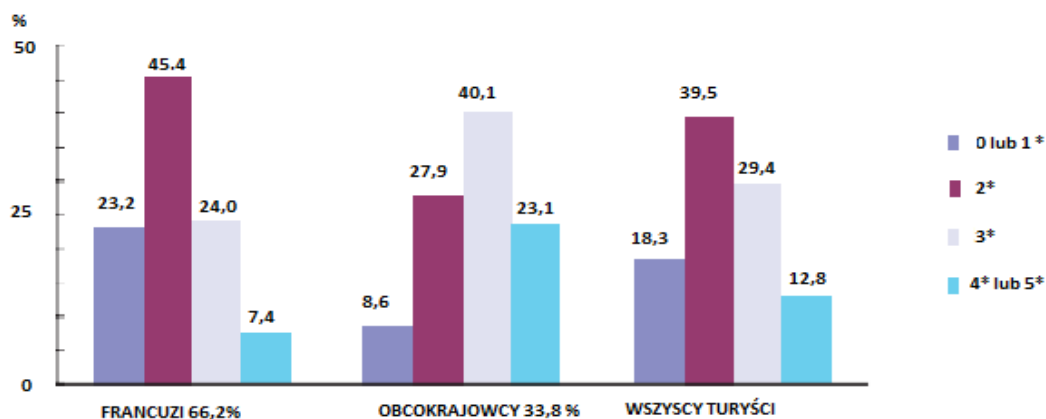
zbiorowego zakwaterowania. Jak podaje Eurostat - Urząd Statystyczny Unii Europejskiej, w 2010 roku w krajach UE znajdowało się 456 870 obiektów zbiorowego zakwaterowania, w tym 203 866 obiektów hotelowych tj. hoteli, moteli i pensjonatów i podobnych obiektów. Razem przypadało na nie 22,4 miliony miejsc.

Francja, razem z Włochami, Niemcami, Hiszpanią oraz Wielką Brytanią oferowała w sumie 72% wszystkich miejsc w obiektach zbiorowego zakwaterowania w Unii Europejskiej. Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania we Francji ogółem w 2011 wynosiła 25,4 tys. w tym 17,5 tys. hoteli i podobnych obiektów, na które przypadało w sumie 5 865 tys. miejsc noclegowych.

W 2011 we Francji zostało udzielonych ogółem 403 854 tys. noclegów turystom zagranicznym. W tym najwięcej, bo 324 014 tys. noclegów w hotelach. W innych obiektach hotelowych było to 21 078 tys. Następne w kolejności były hostele (17 936 tys), kempingi (7 812 tys), ośrodki szkoleniowo- wypoczynkowe (4 906 tys), pensjonaty (3 985 tys), ośrodki wczasowe (3 151 tys), szkolne schroniska młodzieżowe (2 019), zakłady uzdrowiskowe (1763 tys.), motele (1 625 tys), schroniska młodzieżowe (1 643 tys), domy wycieczkowe (1 337 tys), zespoły domków turystycznych (618 tys), inne schroniska (611 tys.), domy pracy twórczej (593 tys), pola biwakowe (273 tys) oraz ośrodki kolonijne (50 tys). W pozostałych, niesklasyfikowanych obiektach w 2011 udzielono 10 440 tys. noclegów.²⁶

Biorąc pod uwagę kategorię odwiedzanego hotelu turyści zagraniczni przyjeżdżający do miast wybierali najczęściej obiekty 3- gwiazdkowe- 40,1% udzielonych noclegów, drugie pod względem popularności były hotele 2-gwiazdkowe (27,9%), następnie wybierane były hotele 4 i 5-gwiazdkowe (23,5%). Najmniej noclegów udzielono w hotelach 1- gwiazdkowych i bez kategoryzacji (8,6%). Wykres przedstawia typ hotelu wybierany przez turystów przyjeżdżających do miast, wraz z podziałem na turystów zagranicznych i krajowych.

²⁶ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf s. 63,68,135-138, 196-207 (28.12.2012)

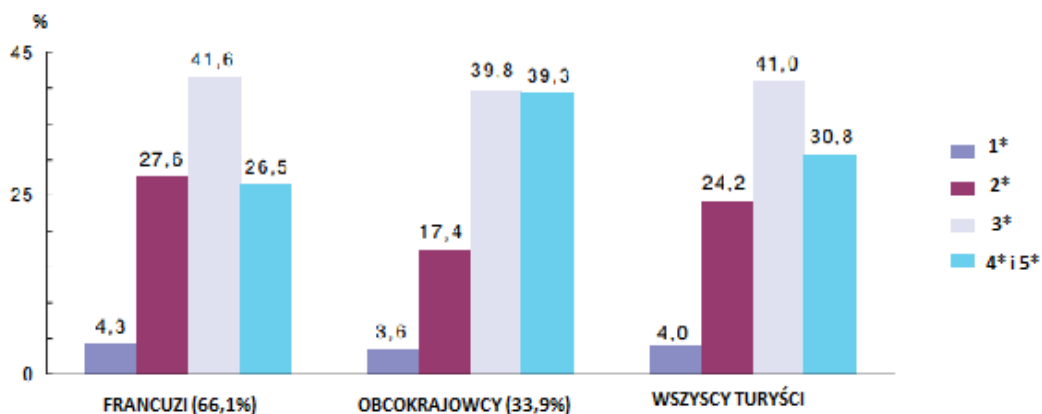


Ryc. 9 Noclegi udzielone turystom w miastach z podziałem na kategorię hotelu

Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011"

http://www.dgcis.redressementproductif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 70, 71 (27.11.2012)

Z kolei turyści zagraniczni którzy wybrali zakwaterowanie poza miastem wybierali równie często hotele 3- gwiazdkowe (39,8% udzielonych noclegów) jak i hotele 4 i 5- gwiazdkowe (39,3%). Hotele 2-gwiazdkowe udzieliły noclegu 17,4% turystom zagranicznym przebywającymi poza obszarami miejskimi. Tam również najrzadziej wybierane były tam hotele 1- gwiazdkowe i bez kategoryzacji (3,6%). Poniższy wykres przedstawia typ hotelu wybierany przez turystów na obszarach wiejskich wraz z podziałem na turystów zagranicznych i krajowych.²⁷



Ryc. 10. Noclegi udzielone turystom poza miastami z podziałem na kategorię hotelu

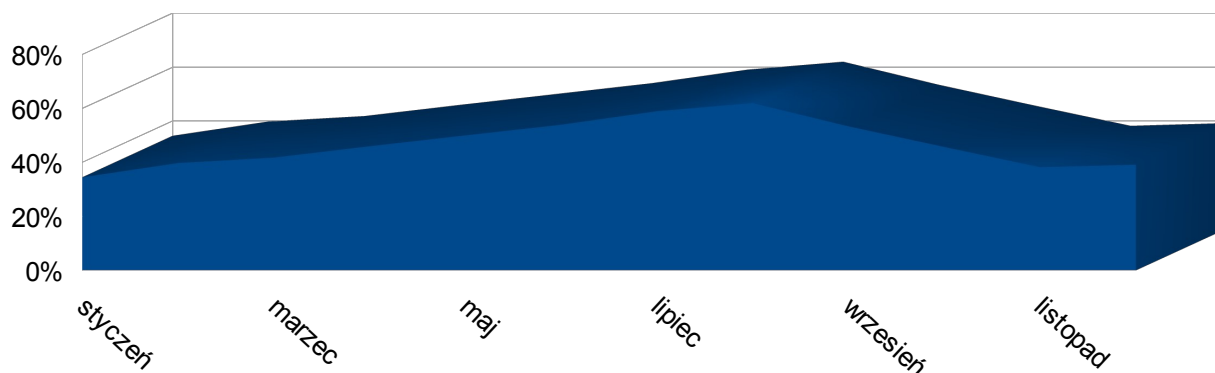
Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011"

http://www.dgcis.redressementproductif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 80, 81 (27.11.2012)

²⁷ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf str. 70,71, 80,81 (27.11.2012)

Wskaźnik stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach był zbliżony do krajów UE z południa Europy, gdzie sezon turystyczny trwa zdecydowanie dłużej niż na północy i wyniósł we Francji 47% . Jego wartość była podobna w takich krajach jak Cypr- 55,0%, Malta- 53,3% i Hiszpania- 45,2%.

Miesięczny rozkład stopnia wykorzystania bazy hotelowej i podobnych obiektów przedstawia poniższy wykres. Potwierdza on typowe dla strefy umiarkowanej zjawisko sezonowości.



Ryc 11 Stopień obłożenia hoteli we Francji według miesięcy
Źródło: opracowanie własne na podst. badań GUS „Turystyka w 2011 r.” s. 65

We Francji odnotowano w 2010 największą dynamikę wzrostu popytu na usługi noclegowe w UE i wzrósł on o 32,8%. We Francji odnotowano również największy wzrost liczby noclegów udzielonych gościom z zagranicy z pośród krajów Europejskich. Wyniósł on 22,0%. Dla porównania w drugiej kolejności była Estonia ze wzrostem 16,9%, oraz Litwa i Łotwa ze wzrostem po 12,5% w stosunku do roku 2009.²⁸

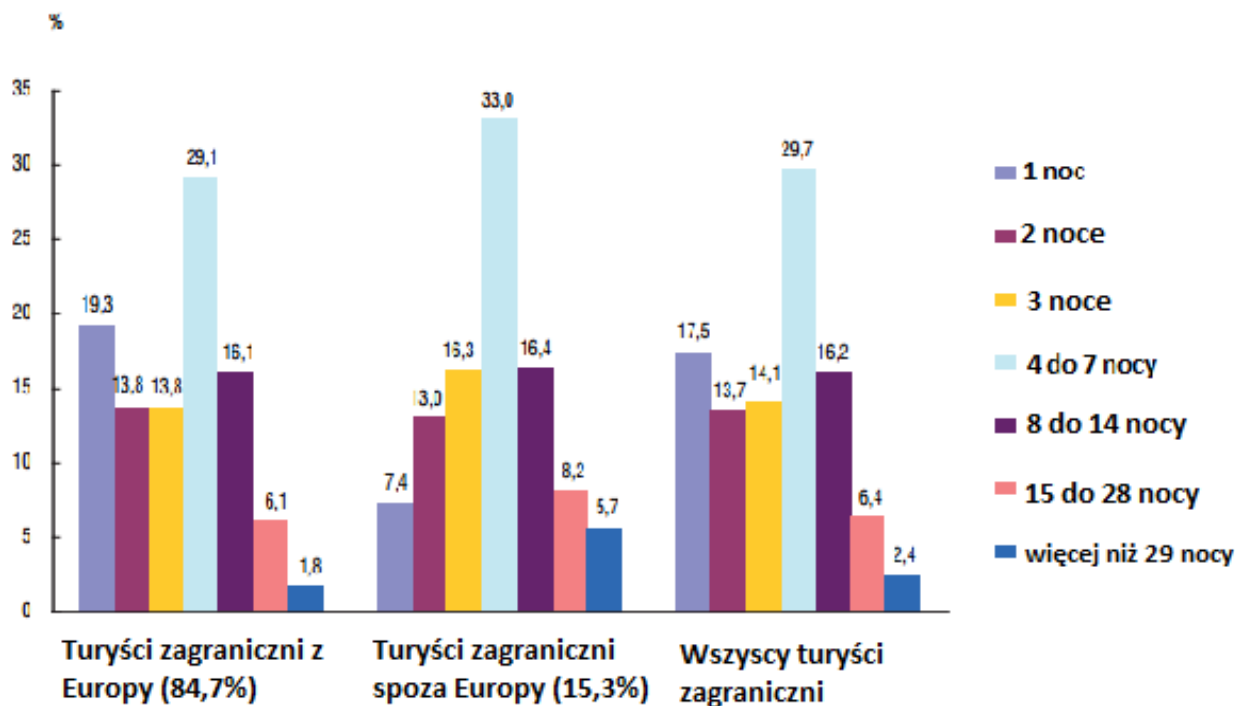
DLUGOŚĆ POBYTU

Turyści przyjeżdżający do Francji najczęściej korzystają z 4 do 7 noclegów (29% procent wszystkich przyjazdów zagranicznych). Przyjazdy obejmujące 1 noc stanowią 17,5% przyjazdów. W następnej kolejności najczęstsze są przyjazdy na 8 do 14 dni (16,2%), potem na 3 dni (14,1%), 2 dni (13,7%) oraz 15 do 28 dni (6,4% przyjazdów zagranicznych). Najrzadsze są pobyty które trwają ponad 29 dni (2,4%).

Turyści spoza Europy, którzy stanowią 15,3% wszystkich przyjezdnych zagranicznych, pozostają częściej (33% przyjazdów) na 4 do 7 noclegów, niż turyści z Europy (29,1% przyjazdów). Na jeden nocleg we Francji decyduje się natomiast o wiele więcej turystów z Europy

²⁸ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf s. 65 (28.12.2012)

(19,3%) niż spoza jej granic (7,4%). Jest to spowodowane dłuższym czasem dojazdu i rzadszymi, lecz dłuższymi pobytami. Wskazuje na to, wyższa niż w przypadku turystów Europejskich, ilość przyjazdów do okres 15 do 28 dni (8,2%) oraz powyżej 29 dni (aż 5,7%).²⁹



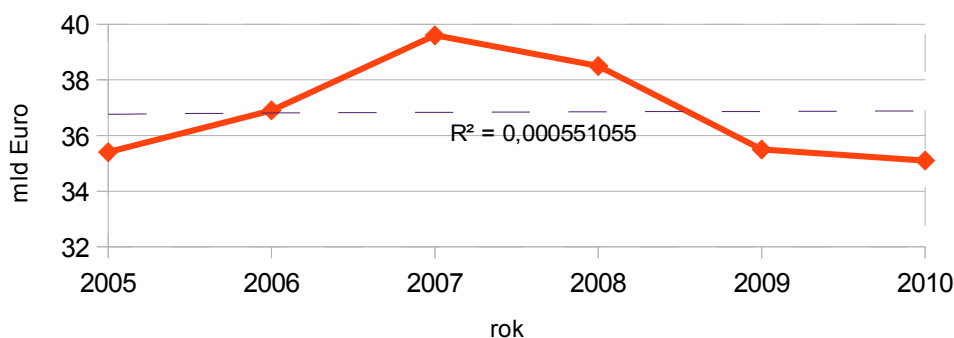
Ryc. 12 Długość pobytu turystów zagranicznych we Francji w 2010 r.

Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011" http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 123 (27.11.2012)

2. Dochody z turystyki przyjazdowej – wielkość, struktura i dynamika.

Całkowity dochód z turystyki przyjazdowej we Francji w 2010 wyniósł 35,1 mld Euro i zmalał w stosunku do roku 2009 (35,5 mld Euro). Na przestrzeni ubiegłych lat wykazuje niewielką tendencję spadkową. Największy spadek miał miejsce w 2009 roku w czasie recesji gospodarczej. Całkowity dochód w 2010 był większy niż wydatki na turystykę (29 mld Euro) o 6 mld Euro. Przychody z turystyki przyjazdowej z krajów UE wyniosły razem 25,1 mld Euro, w tym z krajów strefy Euro 19,5 mld Euro. Przychody z turystyki przyjazdowej z pozostałych krajów Unii Europejskiej wyniosły 5,6 mld Euro, a z państw kandydujących 123 mln Euro. Dochody z turystyki przyjazdowej z pozostałych państw świata w 2010 wyniosły 9,9 mld Euro.

²⁹ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf str. 123 (27.11.2012)



Ryc. 13 Dochody z turystyki przyjazdowej we Francji 2005-2010
 Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 131

Największe przychody w 2010 roku Francja uzyskała z przyjazdów turystów Niemieckich (5 288 mln Euro), następnie Brytyjczyków (4 676 mln Euro), Belgów (4 598 mln Euro), Holendrów (3 161 mln Euro), Włochów (2 830 mln Euro), Szwajcarów (2 551 mln Euro) oraz turystów z USA (1 731 mln Euro). Pięć pierwszych państw pod względem generowania dochodów pokrywa się z krajami emitującymi najwięcej wyjazdów zagranicznych do Francji, jednak ich kolejność nie jest dokładnie taka sama.³⁰

Przychody z turystyki w porównaniu do innych krajów plasują się na trzecim miejscu na arenie światowej oraz drugim w Europie (18,6% Europejskich dochodów z turystyki). Większe przychody z turystyki osiągają jedynie USA (58,4% dochodów z turystyki w Amerykach), oraz Hiszpania (20,7% dochodów z turystyki w Europie) pomimo niższej liczby przyjazdów³¹

Wartość sektora turystycznego we Francji wynosi 41,6 mld Euro. Według Rachunku Satelitarnego turystyki, w 2011 turystyka we Francji wygenerowała 7,1% Produktu Krajowego Brutto.³² Dla podkreślenia znaczenia dochodów z turystyki przyjazdowej w gospodarce Francji, dochody z innych ważnych sektorów gospodarki wynosiły kolejno: eksport w przemyśle spożywczym- 36,6 mld Euro, eksport w energetyce - 21 mld Euro, eksport w przemyśle samochodowym- 39,4 mld Euro. Dochody z turystyki wyniosły 35,1 mld Euro.³³

Ze względu na rodzaj dóbr i usług na które turyści zagraniczni wydają najwięcej pieniędzy i z których Francja uzyskuje największe dochody główne znaczenie mają usługi transportowe- 10 528 mln Euro, następnie zakup dóbr materialnych - 9 505 mln Euro (w tym paliwa - 2 753 mln Euro i

³⁰ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 131 (27.11.2012)

³¹ „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s. 6, 7, 10

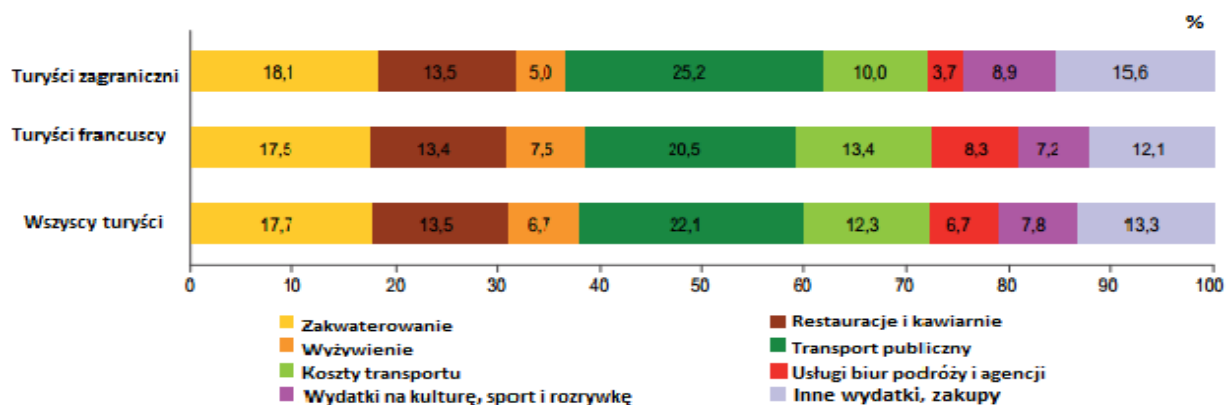
³² http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 175 (15.11.2012)

³³ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 130 (27.11.2012)

artykułów spożywczych zakupionych poza restauracją - 2 110 mln Euro). Duże znaczenie ma także zakwaterowanie- 9 065 mln Euro, usługi gastronomiczne - 5 648 mln Euro, inne usługi- 3 911 mln Euro, usługi związane z rekreacją i wypoczynkiem - 2 054 mln Euro, usługi biur podróży oraz przewodników- 1 545 mln Euro oraz usługi związane z kulturą- 1 078 mln Euro. Razem, turyści zagraniczni wydali we Francji w 2010 roku 43 341 mln Euro.³⁴

Ze względu na strukturę wydatków na zakwaterowanie, turyści zagraniczni najwięcej wydają na hotele - 67%, z niewielką roczną tendencją spadkową od 2005. Wpływy z zakwaterowania turystów zagranicznych w domkach wakacyjnych i innych kwaterach sezonowych to 18% z tendencją rosnącą. Z kolei wpływy z przyjazdów na campingi utrzymują się od 2005 na stałym poziomie i wynoszą średnio 10% wpływów z zakwaterowania. Pozostałe typy zakwaterowania generowały 9% wpływów.

Poniżej przedstawiono strukturę wydatków turystów zagranicznych oraz ich zmianę na przestrzeni lat 2005-2010. Najbardziej wzrósł procentowy udział wydatków na usługi transportowe, oraz nieznacznie na zakwaterowanie. Na stałym poziomie utrzymały się wydatki na usługi gastronomiczne, żywność, opłaty związane z użytkowaniem samochodów, usługi biur podróży i przewodników oraz związane z rekreacją, sportem i kulturą. Z kolei znacznie mniej turyści wydają na kupno innych dóbr. W porównaniu do turystów krajowych, podział wydatków kształtuje się podobnie, z tą różnicą, że turyści zagraniczni wydają więcej na usługi związane z transportem (o 5%) oraz na zakupy (o 3,5%). Turyści krajowi wydają z kolei więcej na opłaty związane z użytkowaniem samochodów (o 3,4%) oraz usługi biur podróży i touroperatorów (o 5%).

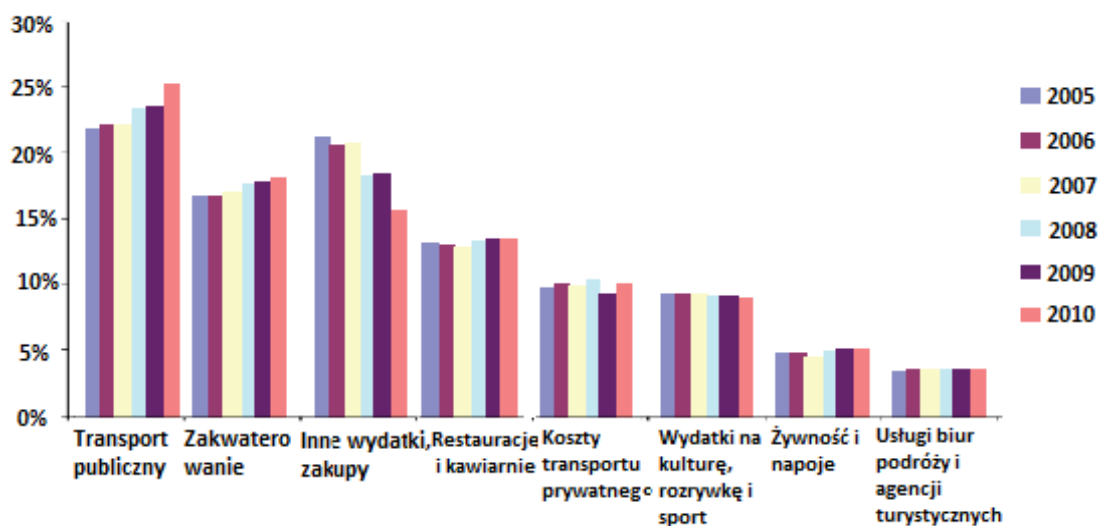


Ryc. 14 Porównanie struktury wydatków turystów zagranicznych i krajowych we Francji

Źródło: „Le compte satellite du tourisme 2005- 2010” http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/compte-satellite/compte-satellite-2005-2010.pdf s. 13 (27.11.2012)

³⁴ http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-policy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 181 (15.11.2012)

Wydatki turystów zagranicznych we Francji w głównej mierze zależą od ceny oferowanego produktu. Ta zależność powiększa się od 2005 roku. Ilość wydanych pieniędzy w mniejszym stopniu zależy od jakości produktu. Najmniej turyści uwzględniali jakość w 2009, kiedy rozpoczął się kryzys gospodarczy, jednak od tamtej pory dochody z lepszych jakościowo produktów wzrastają. Najbardziej turyści kierują się wielkością dóbr i długością usług. Ta tendencja kształtuje się tak samo jak wydatki ze względu na jakość.³⁵



Ryc. 15 Dynamika wydatków turystów zagranicznych we Francji z podziałem na poszczególne dobra i usługi 2005-2010

Źródło: „Le compte satellite du tourisme 2005- 2010” http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/compte-satellite/compte-satellite-2005-2010.pdf s. 32 (27.11.2012)

3. Analiza profili konsumenckich turystów pochodzących z najważniejszych rynków emisyjnych.

Najważniejszym rynkiem emisyjnym pod względem ilości przyjazdów była w 2010 w pierwszej kolejności Wielka Brytania- 12 071 tys. przyjazdów (15.7% wszystkich przyjazdów), następnie Niemcy- 11 381 tys. (14.8%), Belgia- 9 989 tys. (12.9%), Włochy- 7 170 tys. (9.3%) oraz Holandia- 6 995 tys. (9.1%). Ze względu na dochody z przyjazdów tych turystów najważniejszym rynkiem emisyjnym są Niemcy (5 288 mln Euro), następnie Wielka Brytania (4 676 mln Euro), Belgia (4 598 mln Euro), Holandia (3 161 mln Euro), oraz Włochy (2 830 mln Euro). Wynika z tego, że Brytyjczycy, choć przyjeżdżają do Francji częściej niż Niemcy, to jednak wydają tam mniej

³⁵ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/compte-satellite/compte-satellite-2005-2010.pdf s. 13, 32, 35, 36 (27.11.2012)

pieniędzy. Ten sam trend dotyczy Holendrów, którzy wydają więcej niż turyści z Włoch, chociaż przyjeżdżają tam rzadziej.

Na przestrzeni lat, ilość przyjazdów turystów z Wielkiej Brytanii była największa w 2007 (14 269 tys.) i od tego czasu sukcesywnie zmniejszała się. Również wśród przyjazdów Niemców odnotowuje się corocznie od 2005 zmniejszenie ilości przyjazdów, z niewielkim wzrostem w 2010 roku. Ilość przyjazdów Belgów zwiększyła się od 2005 roku w przeciwieństwie do odwiedzin turystów z Włoch, którzy przyjeżdżają do Francji coraz rzadziej. To samo dotyczy Holendrów, których przyjazdy są sukcesywnie coraz rzadsze od 2005 z wyjątkiem roku 2009 kiedy to zanotowano większą ilość przyjazdów.³⁶

Wśród wymienionych powyżej pięciu głównych rynków emisyjnych Niemcy i Włosi częściej przebywają we Francji przemieszczając się do innego kraju niż podróżując tam bezpośrednio. Takie pobyty jednak nie są kwalifikowane jako przyjazdy turystyczne. Aż 53% wszystkich przyjazdów Niemców do Francji jest spowodowane tranzytem i odpowiednio 51% przyjazdów Włochów. Z pozostałych głównych rynków emisyjnych Brytyjczycy najczęściej przybywają do Francji jako do obranej wcześniej destynacji (66% przyjazdów). Następne są w kolejności odpowiednio Holandia (60%) oraz Belgia (59%).

Turyści z wszystkich opisywanych rynków emisyjnych dużo częściej przyjeżdżają do Francji w celach osobistych niż biznesowych. Odsetek przyjazdów biznesowych jest największy u Belgów (28%), następnie u Niemców (20%), Włochów (19%) i Brytyjczyków (11%). 9% przyjazdów Holendrów jest spowodowane biznesem.³⁷

Zauważa się również zależność między rynkiem emisyjnym a długością pobytu we Francji. Przyjeżdżający z Wielkiej Brytanii najczęściej korzystają z co najmniej jednego noclegu, natomiast są dopiero na 7 miejscu wśród krajów z których pochodzą odwiedzający jednodniowi. Średnia ilość spędzonych we Francji nocy jest u nich najwyższa spośród wszystkich krajów emisyjnych. Drugim krajem emitującym najwięcej turystów są Niemcy. Przyjeżdża stamtąd mniej więcej tyle samo odwiedzających jednodniowych co turystów. Są równocześnie drugim krajem z którego turyści spędzają średnio we Francji największą ilość noclegów. Trzecim krajem w kolejności z którego przyjeżdża najwięcej turystów jest Belgia, która równocześnie emituje najwięcej odwiedzających

³⁶ http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-polilcy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 180 (15.11.2012)

³⁷ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf str 124, 125 (27.11.2012)

jednodniowych. Pod względem średniej ilości wykorzystanych noclegów są trzeci pośród wszystkich krajów emisyjnych. Z Włoch przyjeżdża niewiele więcej odwiedzających niż turystów za to cechuje ich stosunkowo niska średnia długość pobytu. Holendrzy dużo częściej pozostają we Francji na choć jeden nocleg niż zwiedzają bez wykorzystania noclegu. Pod względem średniej długości pobytu zajmują 4 miejsce w rankingu.

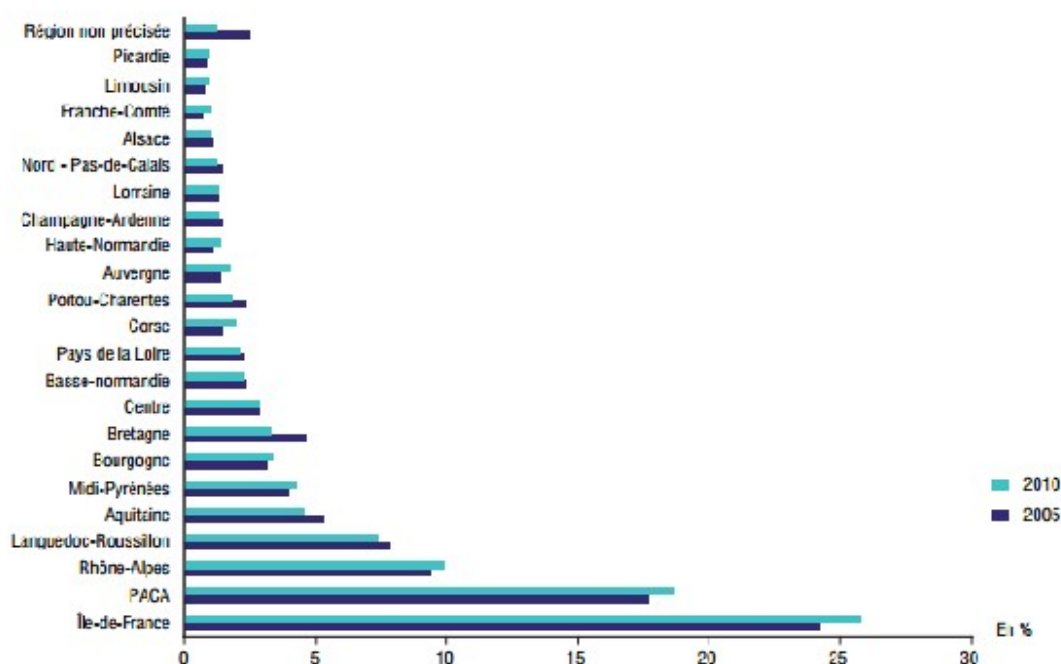
W 2010 przyjazdy turystów zagranicznych do hoteli stanowiły 28% w porównaniu do turystów krajowych. Pod tym względem, najważniejszym rynkiem emisyjnym była Wielka Brytania, z której przyjechało do hoteli 5 290 tys. turystów, na łącznie 10 786 tys. noclegów co stanowiło odpowiednio 5% przyjazdów do hoteli (spadek o 4,6% w stosunku do roku 2009) oraz 5,6% wszystkich noclegów w hotelach (spadek o 6,7%). Drugie pod tym względem były Niemcy, z których przyjazdy do hoteli stanowiły 2,8%, ze wzrostem o 1,6% względem roku poprzedniego a noclegi stanowiły 3,1% ze wzrostem o 1,9%. Przyjazdy Belgów to 2,6% wszystkich przyjazdów do hoteli (wzrost o 2,8%), ilość noclegów była mniejsza (2,7%), ze wzrostem w stosunku do 2009 o 1,8%. Przyjazdy Włochów stanowiły również 2,6% wszystkich przyjazdów (spadek o 1,3%), jednak ilość noclegów była większa (3,3% wszystkich udzielonych noclegów)- wzrost o 1,9%. Przyjazdy Holendrów do hoteli stanowiły jedynie 1,6% z dużym spadkiem, aż o 7,4%. Liczba udzielonych im noclegów na terenie Francji stanowiła 1,7% z odpowiednio dużym spadkiem (-7,1%).

Wśród wszystkich rynków emisyjnych odnotowany został spadek (0,5%) udzielonych noclegów w hotelach i innych obiektach zakwaterowania zbiorowego (68% noclegów) względem kwater prywatnych, drugich domów oraz domów krewnych i znajomych (32% noclegów). W Europie wskaźnik ten był dodatni i wyniósł 0,2%. Największy odsetek turystów nocujących w kwaterach prywatnych, wśród najważniejszych krajów emisyjnych odnotowano u turytów Brytyjskich (31,7%) z tendencją spadkową od 2005 o 2,5%. Drugi pod tym względem są Niemcy (29,9%) z tendencją wzrostową o 2,1%. Odsetek turystów z Włoch nocujących w kwaterach prywatnych wyniósł 28,2% i wykazał spadek o -1,4% w stosunku do noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania. Belgowie w 26,6% przyjazdów nocowali w kwaterach prywatnych i odnotowuje się wzrost o 1,9% na przestrzeni lat 2005- 2010. Najrzadziej z takich noclegów, wśród opisywanych krajów, korzystają Holendrzy (17,9%) z dużą tendencją wzrostową (5,2%).³⁸

³⁸ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s.72, 73, 122, 128 (27.11.2012)

4. Główne obszary koncentracji zagranicznego, przyjazdowego ruchu turystycznego.

Najczęściej odwiedzanym regionem we Francji jest Île-de-France, w którego obrębie jest położony Paryż. Koncentruje się tam aż 26% przyjazdów zagranicznych. Częstość przyjazdów na przestrzeni lat 2005-2010 wzrosła o 24%. Kolejnym regionem przyciągającym dużą ilość turystów jest PACA (Prowansja- Alpy- Lazurowe wybrzeże) gdzie obecna ilość przyjeżdżających to 19% i również sukcesywnie wzrasta od 2005. W obrębie tego regionu znajdują się zarówno Alpy francuskie, jak i popularny fragment wybrzeża- Wybrzeże Lazurowe. Następny w kolejności jest region Rodan- Alpy (10% przyjazdów) w którym przyjazdy zagraniczne również wykazują tendencję wzrostową.

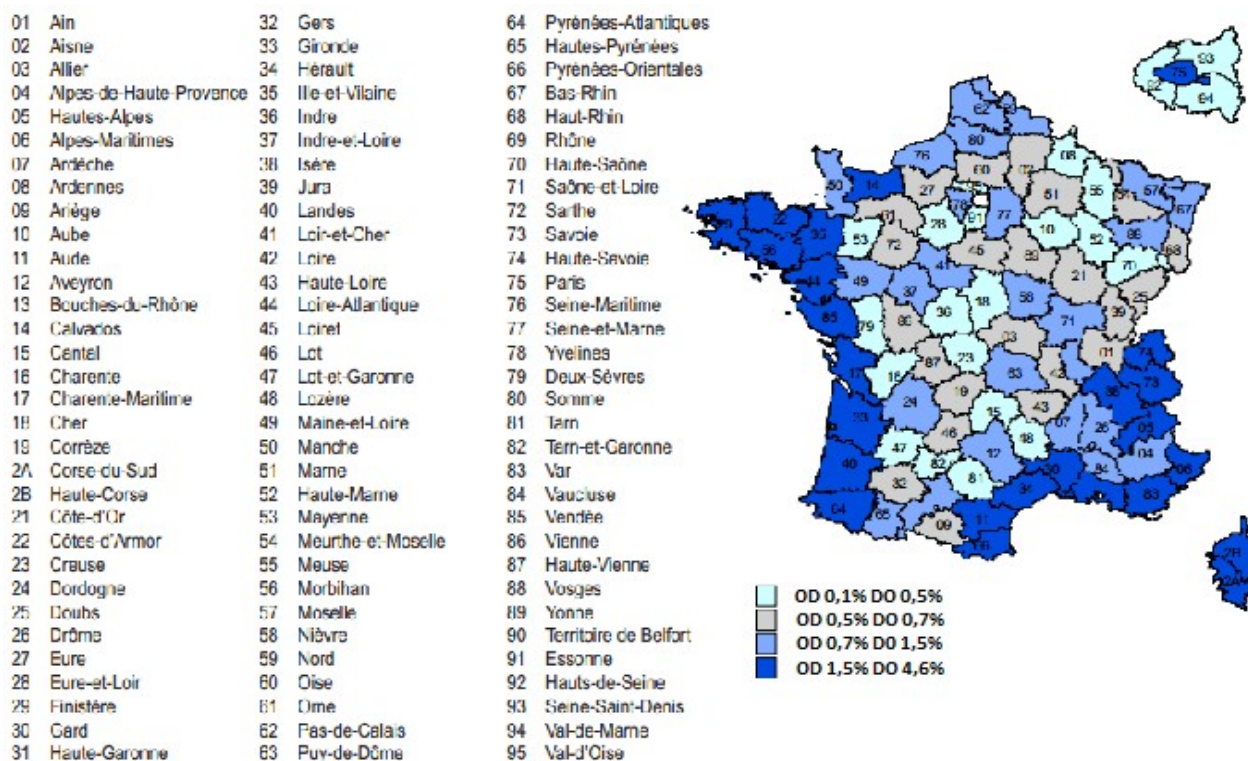


Ryc. 16 Zmiana ilości udzielonych noclegów w poszczególnych regionach w latach 2005- 2010

Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf
s. 129 (27.11.2012)

Następnymi najczęściej odwiedzanymi regionami są w kolejności Akwitania i Pireneje Centralne, obie położone na wybrzeżu w swoim sąsiedztwie, przyjmują po 4% przyjazdów zagranicznych. Akwitania w przeciwieństwie do Pirenejów Centralnych, dodatkowo posiadającej istotny walor turystyczny- Pireneje, wykazuje spadek liczby turystów na przestrzeni lat. Najrzadziej odwiedzanymi regionami Francji są Pikardia, Limousin oraz Franche-Comté, położone kontynentalnie. W tych regionach odnotowuje się tylko po 1% przyjazdów

zagranicznych, z niewielką tendencją zwyżkową. Pozostałe prowincje wykazują procentowy udział przyjazdów między 2% a 4%. Wyjątkiem tutaj jest Bretania, gdzie procentowy udział przyjeżdżających turystów w znacznym stopniu spada od 2005.



Ryc. 17 Departamenty w których udzielono największej liczby noclegów w 2010

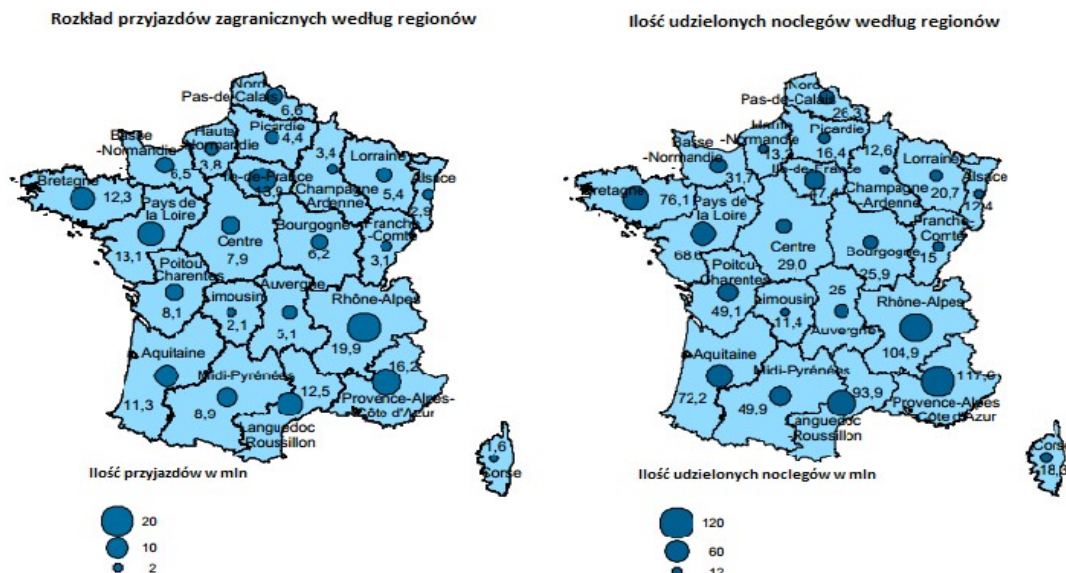
Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011" http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf

s. 104 (27.11.2012)

Na załączonym podziale Francji według departamentów można zaobserwować szczegółowy rozkład długości przyjazdów turystów zagranicznych według nocy spędzonych w hotelach i innych obiektach zbiorowego zakwaterowania. Dominującymi pod tym względem są departamenty położone na terenach alpejskich oraz nadmorskich, gdyż głównym typem wypoczynku jest tam turystyka pobytowa. W ten trend wpisują się również departamenty położone na Korsyce (średnia długość pobytu to aż 11,1 dni) , w przeciwieństwie do Paryża gdzie notuje się równie długie pobyty jak na wybrzeżu i na terenach górskich. Z racji ilości atrakcji w stolicy jest to zrozumiałe.

Na poniższym rysunku widać porównanie poszczególnych departamentów Francji pod względem ilości przyjazdów i długości pobytów. Tereny alpejskie cechują się zarówno największą ilością przyjazdów jak i długością pobytu (średnio 5,3 dnia w rejonie Rodan- Alpy i 7,2 dnia w PACA). Jak jednak widać obie wielkości nie zawsze są od siebie zależne, i szczególnie na

wybrzeżu długość pobytu zdecydowanie przewyższa ilość przyjazdów. Odwrotną zależność można zauważyć w departamencie Île-de-France, na terenie którego leży Paryż. Występuje tam większą ruchliwość turystów spowodowana specyfiką dużego miasta i typem turystów przybywających do stolicy. Średnia długość pobytu to 3,4 dnia, podczas gdy przyjazdy to aż 13 926 tys. w 2010.³⁹



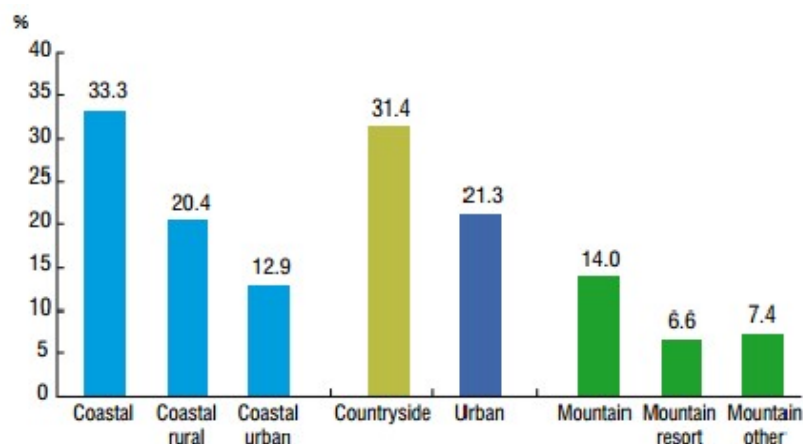
Ryc. 18 Porównanie ilości przyjazdów zagranicznych do poszczególnych regionów i ilości udzielonych noclegów

Źródło: "Memento du Tourisme Edition 2011" http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 93 (27.11.2012)

Porównując przyjazdy do hoteli ze względu na jego lokalizację: miasto-wieś, zauważa się większą ilość przyjazdów do hoteli miejskich w regionach, które charakteryzuje obecność dużych metropolii. Z kolei te, które mają więcej atrakcji związanych z przyrodą lub atrakcji pozamiejskich wskazują na większe wykorzystanie hoteli położonych na obszarach wiejskich. Regionem gdzie odnotowuje się najwięcej przyjazdów zagranicznych do hoteli w mieście jest Île-de-France, następnie PACA, Rodan- Alpy, Alzacja oraz Pireneje Centralne. Regionami odnotowującymi najwięcej przyjazdów do hoteli poza miastem są kolejno PACA, Langwedocja-Roussillon, Rodan- Alpy oraz Akwitania. Z regionów położonych poza rejonem Francji kontynentalnej najczęściej odwiedzana jest Gwadelupa, ze średnią długością pobytu 3,7 dni. Następnie Reunion (2,1 dni) Martynika (6 dni) oraz Guyana (4,4 dni).⁴⁰

³⁹ http://www.dgcis.redressementproductif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 92, 93, 104, 129 (27.11.2012)

⁴⁰ http://www.dgcis.redressementproductif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 68, 69, 74, 78, 79 (27.11.2012)



Ryc. 19 Przyjazdy zagraniczne do Francji ze względu na warunki geograficzne

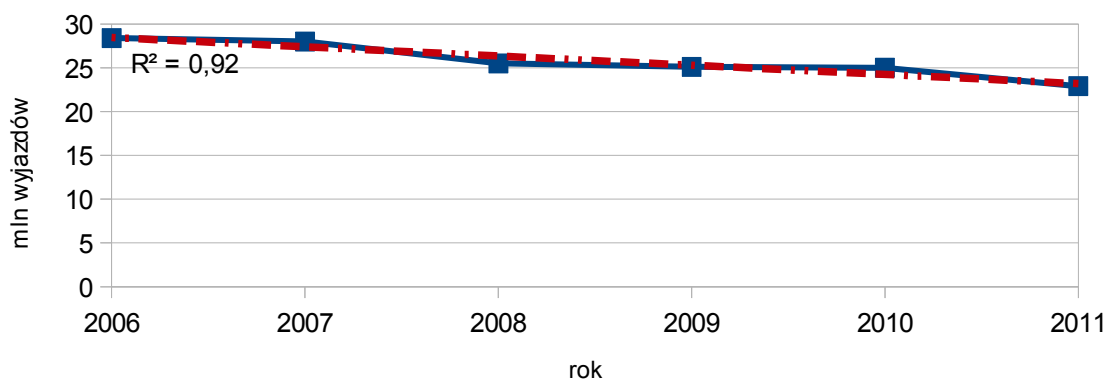
Źródło: „Memento du Tourisme”

http://www.dgcis.redressementproductif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/c_cles/chiffres_cles10_gb.pdf

III. Rynek emisji turystycznej (turystyka wyjazdowa)

1. Poziom aktywności turystycznej mieszkańców Francji w turystyce zagranicznej:

W 2011 roku Francuzi wyjechali za granicę 22,9 mln razy⁴¹, co stanowi spadek względem roku 2010, kiedy liczba wyjazdów zagranicznych wyniosła 25 mln. Na przestrzeni lat tendencja wyjazdów zmalała z 28.4 mln w 2006 przez 28 mln w 2007, po 25.5 mln i 25.1 mln w 2008 i 2009. Na przestrzeni tych lat widać, że wyjazdy zagraniczne Francuzów są coraz rzadsze i ich liczba maleje sukcesywnie z każdym rokiem, jednak w dalszym ciągu są pod tym względem liderami w UE.⁴²



Ryc. 20 Wyjazdy zagraniczne Francuzów 2006- 2011

Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 64

⁴¹ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-028/EN/KS-SF-12-028-EN.PDF s. 4 (27.12.2012)

⁴² http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 64 (27.11.2012) oraz http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-policy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 179 (15.11.2012)

W 2011 najwyższą aktywność turystyczną Francuzów zanotowano w trzecim kwartale roku i wyniosła ona 61% wyjazdów wszystkich obywateli powyżej 15 roku życia. Na dłuższe wycieczki (więcej niż 4 noce) udało się wtedy 51% wszystkich Francuzów. W drugim kwartale roku procentowy udział w podróżach wyniósł 45%, gdzie 28% udało się na długie wyjazdy. Trzeci pod tym względem jest ostatni kwartał roku w wyniku odpowiednio 39% wyjazdów i 22% wyjazdów trwających dłużej niż 4 dni. W pierwszym kwartale roku aktywność turystyczną odnotowano u 36% społeczeństwa, a na dłuższy wyjazd wyruszyło 22% obywateli. W każdym kwartale aktywność turystyczna Francuzów była wyższa niż średnia w Unii Europejskiej.⁴³

Z punktu widzenia wielkości popytu na usługi turystyczne, generowanego przez mieszkańców poszczególnych krajów, zdecydowanymi liderami w 2010 byli Niemcy (106,1 mln podróży ogółem). Francuzi plasują się na drugim miejscu (93,8 mln) a kolejni są Brytyjczycy (61,2 mln).

Najwięcej podróży za granicę realizują mieszkańcy najbogatszych krajów UE- Niemiec (27,6% wszystkich podróży zagranicznych) oraz Wielkiej Brytanii (25,4%). Francja jest pod tym względem trzecia i jej procentowy udział we wszystkich wyjazdach zagranicznych w Europie wynosi 8%, tuż przed Holandią (6,7%). Następnymi krajami w kolejności pod względem generowanych wyjazdów zagranicznych są Włochy (5,3%), Hiszpania (3,5%), Belgia (3,1%), Szwecja (2,9%), Austria (2,7%) oraz Niemcy (2%). Na 10 wymienionych rynków emisyjnych przypada razem 87,3% noclegów za granicą w UE.

Średnia ilość dni za granicą na jednego mieszkańca kraju, wśród obywateli UE wynosi 4,7. Pod tym względem Francja plasuje się dopiero na 20 miejscu. Najwyższą średnią ilości nocy za granicą na jednego mieszkańca kraju w Europie charakteryzuje się Luksemburg, Cypr, Szwajcaria i Wielka Brytania.⁴⁴ W 2010 najwięcej wyjazdów zagranicznych w skali roku odnotowano w sierpniu (3,5 tys.) i lipcu. Następnie w kwietniu, maju oraz październiku. Najrzadziej Francuzi wyjeżdżają w styczniu. Najwięcej noclegów za granicą przypada na sierpień (45,4 tys.) i jest to aż 2 razy więcej niż w następnym w kolejności lipcu. Kolejne są odpowiednio wrzesień, kwiecień, maj i październik. Najmniej noclegów odnotowano w styczniu. Najdłuższe wyjazdy Francuzów za granicę liczone średnią ilością noclegów, przypadają na miesiące wakacyjne, w tym pierwszej kolejności na sierpień (13,1 dni), następnie lipiec (10,7 dni), oraz wrzesień (10,3 dni). Poniższe diagramy przedstawiają porównanie udziału podróży zagranicznych Francuzów w poszczególnych

⁴³ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-028/EN/KS-SF-12-028-EN.PDF s. 5 (27.12.2012)

⁴⁴ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xber/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf s. 65 (28.12.2012)

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CD-11-001/EN/KS-CD-11-001-EN.PDF s. 349 (28.12.2012)

miesiącach, ze względu na ilość wyjazdów oraz długość pobytu.⁴⁵

Porównanie ilości wyjazdów zagranicznych w poszczególnych miesiącach, 2010



Porównanie ilości noclegów zagranicznych w poszczególnych miesiącach, 2010



Ryc. 21 Wyjazdy i noclegi zagraniczne Francuzów z podziałem na miesiące
Źródło: opracowanie własne na podstawie „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 108

ŚRODKI LOKOMOCJI

Turyści francuscy najczęściej wybierają się w podróże turystyczne samochodem- 75,4% wszystkich wyjazdów. W następnej kolejności najchętniej korzystają z pociągu (13,1%) oraz samolotu (7,3%), autokaru (1,8%), kampera (1,3%) i statku (0,5%). Inne środki lokomocji stanowią 0,6%. Podobnie często turyści używają tych środków lokomocji odbywając podróże po kraju. Wyjeżdżając za granicę najczęściej decydują się na samolot (55,5% wyjazdów zagranicznych) a następnie na samochód (27,5%), autokar (8,2%), autobus (5,8%), statek (2,1%) lub kamper (0,7%). Nieokreślone środki lokomocji stanowią w wyjazdach zagranicznych 0,2%.

Na przestrzeni lat 2006-2010 najbardziej wyraźnym trendem jest wzrost ilości podróży zagranicznych samochodem, pociągiem i samolotem. Spadek nastąpił w odniesieniu do wyjazdów autokarowych i kamperami. Odnotowano też częstsze wyprawy statkami i innymi środkami lokomocji.⁴⁶

⁴⁵ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 108 (27.11.2012)

⁴⁶ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 96 (27.11.2012)

ZAKWATEROWANIE

Turyści francuscy wybierając się za granicę dużo częściej wybierają obiekty zakwaterowania zbiorowego (74,1% wyjazdów), niż kwatery prywatne (25,9%) - drugie domy oraz mieszkania krewnych i znajomych. Wskaźnik ten jest odwrócony w przypadku turystyki krajowej. W 2010 roku w sumie z obiektów zbiorowego zakwaterowania za granicą skorzystali 16 016 tys. razy, w tym 12 013 tys. razy z hoteli, 2 210 tys. razy z wynajętych domków lub pokoi oraz 463 tys. razy z kempingów. Z kwater prywatnych za granicą Francuzi skorzystali zdecydowanie rzadziej i było to 5 593 tys. razy, w tym 3 310 tys. razy przyjechali do domów krewnych, 1 501 tys. razy skorzystali z domów znajomych oraz 370 tys. razy zatrzymali się w „drugich domach”. Na przestrzeni lat 2006-2010 tendencja ta utrzymuje się na zbliżonym poziomie.

Wyjeżdżając na wakacje, turyści francuscy korzystają średnio z 5,8 noclegów. Długość ta jednak bardzo się różni w przypadku wyjazdów krajowych (5,3 dnia) i zagranicznych (aż 9,5 dnia). Wynika z tego, że im dalsza podróż tym jednocześnie i dłuższa. Biorąc pod uwagę średnią ilość nocy w poszczególnych obiektach, Francuzi wybierający się za granicę, dłużej korzystają z kwater prywatnych (średnio 11,5 dni) niż obiektów zbiorowego zakwaterowania (średnio 8,7 dni). Wśród kwater prywatnych za granicą turyści najdłużej korzystają z „drugich domów”- średnio 17,4 dni, w następnej kolejności z domów krewnych- 12 dni a najkrócej z domów znajomych- 8,1 dni. Nocując w obiektach zbiorowego zakwaterowania decydują się na najdłuższy pobyt na kempingach (średnio 14,6 dni), następnie w wynajętych domkach lub pokojach - 11,7 dni a najkrócej w hotelach- 7,8 dni, co może być związane z kwestiami ekonomicznymi. Na przestrzeni lat 2006-2010 tendencja ta utrzymuje się, z wyjątkiem sukcesywnie rosnącej długości pobytu w „drugich domach” obywateli Francji.⁴⁷

DŁUGOŚĆ POBYTU

W 2011 Francuzi odbyli 203 851 tys. podróży, w tym jedynie 11% z nich to podróże zagraniczne. Całkowita ilość odbytych długich podróży, czyli, wg Eurostatu- takich, które obejmują co najmniej 4 noclegi wynosiła 98 292 tys, przy czym jedynie 18% to wyjazdy zagraniczne, a 82% to krajowe. Krótkie podróże (obejmujące od jednego do trzech noclegów) były częstsze- 105 559 tys. wyjazdów, i w zdecydowanej większości dotyczyły turystyki krajowej (95%). Można z tych danych wywnioskować, że zagraniczne podróże Francuzów zdecydowanie częściej trwają dłużej

⁴⁷ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 98,99 (27.11.2012)

niż 4 dni (w 2011 było to 17 793 tys.) niż krócej niż 4 dni (5 278 tys.).⁴⁸

CELE WYJAZDÓW

Turyści francuscy najczęściej wyjeżdżają z kraju w celu odwiedzenia rodziny - 38% wyjazdów, przy czym najwięcej takich wyjazdów odbywają w grudniu (Święta Bożego Narodzenia), oraz listopadzie i styczniu. Drugim najczęstszym motywem wyjazdu jest wypoczynek i podróże zorganizowane (31%), głównie wybierane w lipcu i sierpniu (miesiące wakacyjne). Następnie plasują się wyjazdy dla zdrowia, na szkolenia oraz na pielgrzymki (11,8%), których częstość rozkłada się równomiernie w ciągu roku. Wyjeżdżający za granicę nie sprecyzowali żadnego konkretnego celu w 10,3% przypadkach, za to 9% wyjazdów było spowodowane odwiedzinami u znajomych. Taki motyw wyjazdu jest najczęstszy w styczniu.

Turyści francuscy kierujący się wyjazdem na wypoczynek i zorganizowane wycieczki poza granice kraju spędzają tam średnio najwięcej dni (7,5) przy czym najdłuższe wyjazdy odnotowuje się w miesiącach lipiec, sierpień, wrzesień, jako najbardziej sprzyjających turystyce wypoczynkowej. Drugie pod względem długości wyjazdu były podróże w celach zdrowotnych, szkolenia i pielgrzymki, również dłuższe w miesiącach wakacyjnych. Na podróże do rodziny przypadło średnio po 4,1 dnia, przy czym najdłuższe pobyty przypadają na wakacje oraz na grudzień i styczeń. Średnio po 3,2 dni Francuzi pozostawali u odwiedzanych za granicą znajomych, w tym najdłużej w lipcu, sierpniu i wrześniu. Najkrótsze (1,5 dnia) okazały się wyjazdy których cel nie został sprecyzowany.⁴⁹

2. Wydatki na podróże zagraniczne.

W 2011 Francuzi wydali na wyjazdy zagraniczne 31 380 mln Euro. W 2010 było to mniej, bo 29 064 mln Euro. Na tle innych krajów, pod względem wydatków na turystykę zagraniczną, Francja plasowała się na piątym miejscu. Najwięcej na turystykę za granicą w 2011 wydali Niemcy- 63 438 mln Euro. Kolejne były USA- 59 525 mln Euro, Chiny- 54 633 mln Euro oraz Wielka Brytania- 38 078 mln Euro. W Europie pod względem wydatków Francja plasuje się na trzecim miejscu za Niemcami i Wielką Brytanią. Taki rozkład wydatków utrzymuje się od 2009 roku. Wydatki na turystykę zagraniczną w 2011 na jednego mieszkańca wyniosły 497 Euro i było to mniej niż w Australii, Niemczech, Kanadzie i Wielkiej Brytanii.⁵⁰

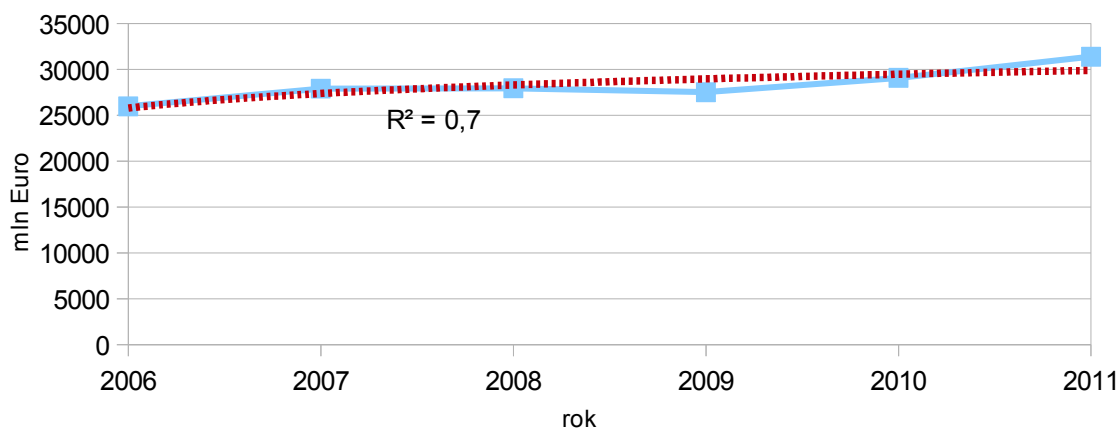
⁴⁸ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-028/EN/KS-SF-12-028-EN.PDF str. 4 (28.12.2012)

⁴⁹ http://www.dgcis.redressementproductif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 97 (27.11.2012)

⁵⁰ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CD-11-001/EN/KS-CD-11-001-EN.PDF s. 343, 352 (28.12.2012)

„UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s.13 (wartości przeliczone dla średnich kursów walut na 2011: USD- 2,98 PLN, EUR- 3,96 PLN)

Wydatki na zagraniczną turystykę wyjazdową Francuzów, na przestrzeni lat 2006-2010 mają tendencję wzrostową. W 2007 był to wzrost z 25 965 mln Euro do 27 898 mln Euro. W 2008 wydatki nieznacznie wzrosły do 27 926 mln Euro, by w 2009, ze względu na recesję gospodarczą, zmaleć do 27 510 mln Euro. Od tego czasu wydatki Francuzów z każdym rokiem rosną, przez 29 064 mln Euro do 31 380 mln Euro w 2011.⁵¹



Ryc.22 Wydatki Francuzów na turystykę zagraniczną 2006- 2011

Źródło: opracowanie własne na podst. raportu „OECD Tourism Trends and Policies 2012” s. 180

W 2010 dochody z turystyki przyjazdowej we Francji były o 6 056 mln Euro większe, niż wydatki. Na podróże po Unii Europejskiej Francuzi wydali w 2010 łącznie 15 360 mln Euro, aż 10 mln Euro mniej niż przychody z przyjazdów mieszkańców Unii. W krajach strefy Euro wydali 12 882 mln Euro a w pozostałych krajach Unii 2 478 mln Euro. W krajach kandydujących było to 805 mln Euro. Wydatki na turystykę zagraniczną w pozostałych krajach świata wyniosły ich 12 889 mln Euro, w przybliżeniu tyle ile w krajach strefy Euro. W tym wydatki na podróże do Afryki wyniosły 4 357 mln Euro, Ameryk (oprócz USA i Kanady) 1 192 mln Euro i do Azji (oprócz Chin i Japonii) 1 932 mln Euro.

Ze względu na wydatki w poszczególnych krajach, pierwsze miejsce zajmuje Hiszpania. Turyści francuscy wydali tam w 2010 aż 4 120 mln Euro. Kolejne miejsce zajmują Włochy - 2 633 mln Euro, Wielka Brytania - 1 936 mln Euro, Szwajcaria - 1 709 mln Euro, Stany Zjednoczone- 1 290 mln Euro oraz Niemcy - 1 101 mln Euro.

Pod względem dysproporcji w wydatkach na turystykę przyjazdową do danego kraju i przychodach z przyjazdów jego obywateli, najbardziej odznacza się Hiszpania. Francja notuje aż 2 199 mln Euro mniej przychodów z ich przyjazdów niż sama wydaje na turystykę do tego kraju.

⁵¹ http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-policy-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf s. 180 (15.11.2012)

Odwrotny trend dotyczy Holandii gdzie bilans to 2 867 mln Euro dochodów więcej oraz Wielkiej Brytanii - 2 740 mln Euro więcej.

3. Ulubione destynacje mieszkańców Francji.

Turyści francuscy najczęściej za cel podróży obierają samą Francję. Turystyka krajowa stanowi 89% wszystkich wyjazdów turystycznych a turystyka zagraniczna jedynie 11%. Mimo tej dysproporcji ilość wyjazdów zagranicznych francuzów pozostaje na wysokim poziomie na arenie światowej.

Biorąc pod uwagę najczęściej odwiedzany kontynent, aż 72,9% podróży zagranicznych odbywa się w granicach Europy. Drugim najczęściej odwiedzanym kontynentem jest Afryka (14%), następnie Ameryka (7,4%). Najmniej liczne są wyjazdy do Azji (5,7%).

Pięć najczęściej odwiedzanych przez Francuzów krajów należy do Unii Europejskiej. Pierwszym z nich jest Hiszpania, gdzie w 2010 odbyło się aż 3 538 tys. wyjazdów. Stanowi to 16,9% wszystkich wyjazdów zagranicznych. Kolejnymi, najczęściej obieranymi destynacjami są: Włochy 10,9%, Wielka Brytania 7,5%, Belgia i Luksemburg 6% oraz Niemcy 5,3% wyjazdów zagranicznych. Szóstym w kolejności odwiedzanym przez Francuzów krajem, a zarazem pierwszym poza Europejskim jest Tunezja- 4,9% wyjazdów.

Wyjeżdżając do dalszych krajów, turyści francuscy przebywają tam średnio dłużej, niż w tych położonych bliżej. Wyjazdy do Azji i Oceanii są średnio najdłuższe (16 dni), w tym najbardziej jest to widoczne na przykładzie Australii (27,6 dni) oraz Tajlandii (19,9 dni) i Indii (16,6 dni). Średnio 11,7 dni przypada na pobyt Francuzów w Afryce, w której najdłużej turyści pozostają w Algierii (25,6 dni). Wyjeżdżając do Ameryk przeciętnie bawią tam oni 14,5 dnia, najdłużej pozostając w Kanadzie (15,8 dni) oraz na Dominikanie (10,6 dni).

Biorąc pod uwagę dynamikę preferowanych destynacji Francuzów, najbardziej widocznym trendem na przestrzeni lat 2006-2010 jest wzrost ilości wyjazdów do Wielkiej Brytanii i Irlandii oraz do Portugalii. Skraca się również średnia długość pobytu w Amerykach, a wydłuża w krajach Afrykańskich. Stała jest za to długość pobytu w Europie i Azji i Oceanii.⁵²

Ze względu na podział wyjazdów na te do miast i do terenów wiejskich, przeważa liczba wyjazdów na wieś. Takie pobyty są również dłuższe i trwają średnio 18,8 dni, podczas te w mieście 12,4 dni.

⁵² http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 94, 95, 131 (27.11.2012)

IV. Znaczenie rynku francuskiego dla Polski.

1. Analiza przyjazdów Francuzów do Polski.

WIELKOŚĆ, STRUKTURA, DYNAMIKA I PROGNOZA PRZYJAZDÓW ORAZ POZYCJA KRAJU NA TLE REGIONU I SUBREGIONU

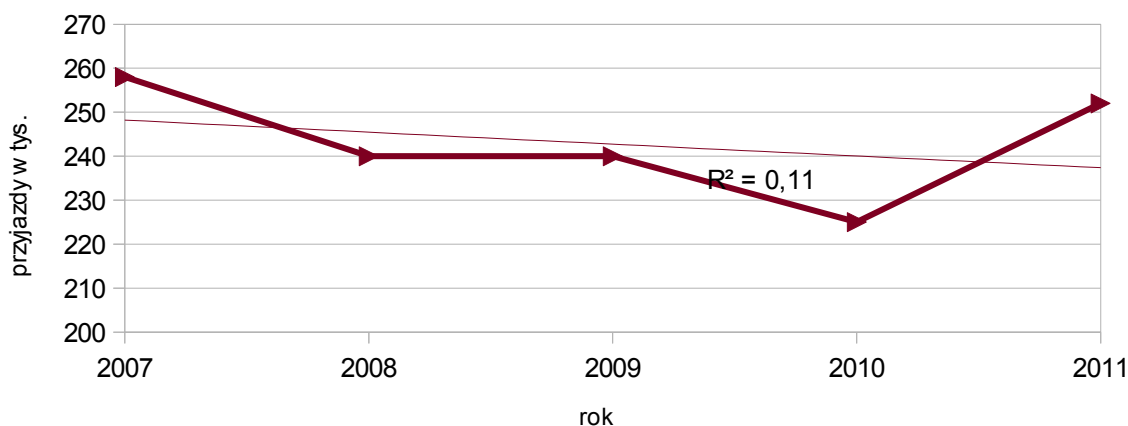
Ogółem w 2011 zanotowano w Polsce 107 639 tys. przyjazdów turystów zagranicznych. Francja, jako mniej ważny rynek emisyjny do Polski zajmuje 15 miejsce ze względu na ilość przyjazdów. Narodowościami, które najczęściej przyjeżdżają do Polski są Ukraińcy (52 185 tys.), Białorusini (31 452 tys.) oraz Rosjanie (10 928 tys.). Kolejnymi krajami które emitują więcej turystów na rynek polski są kolejno: Wielka Brytania, Niemcy, Irlandia, Izrael, USA, Litwa, Słowacja, Czechy, Filipiny oraz Rumunia.

W 2011 liczba turystów z Francji którzy przyjechali do Polski wyniosła 252 tys. Najwięcej przyjazdów przypadło na sierpień (40 tys.) i było to prawie dwa razy tyle, co w drugim miesiącu wakacyjnym - lipcu (24 tys. przyjazdów). Drugim najważniejszym miesiącem ze względu na ilość przyjmowanych turystów francuskich był styczeń. Odnotowano wtedy 27 tys. przyjazdów. Następny pod tym względem plasuje się kwiecień. Przyjechało wtedy tyle samo turystów, co w lipcu- 24 tys. Następnymi, najchętniej wybieranymi przez Francuzów miesiącami na podróż do Polski były wrzesień i marzec (po 21 tys. przyjazdów). Kolejny był luty (19 tys. przyjazdów), następnie maj i czerwiec (po 18 tys. przyjazdów), oraz październik (16 tys przyjazdów). Miesiącami w których odnotowano najmniej przyjazdów były w 2011 listopad i grudzień (po 12 tys. przyjazdów).⁵³ Na przestrzeni lat przyjazdy Francuzów do Polski malały od 2007, by w ostatnim roku wzrosnąć. W 2007 było to odpowiednio 258 tys. przyjazdów, w 2008 i 2009 - po 240 tys. (spadek o 7%), w 2010 - 225 tys, a w 2011 - 252 tys.⁵⁴

⁵³ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf s. 160, 161 (28.12.2012)

⁵⁴ <http://www.intur.com.pl/inne/turzag2009.pdf> s. 32 (30.12.2012)

<http://www.intur.com.pl/przyjazdy.php?r=15> (30.12.2012)



Ryc. 23 Przyjazdy Francuzów do Polski w 2007- 2011
 Źródło: opracowanie własne na podst. badań Instytutu Turystyki

Tabela 3 Dynamika przyjazdów turystów do Polski z poszczególnych regionów emisyjnych Francji

Rok	2008	2009	2010
Region paryski	23	21	23
Nord Pas de Calais	16	15	14
Alzacja i Lotaryngia	7	8	9
Bretania i Normandia	11	13	12
Dolina Rodanu i Alpy	9	10	9
Prowansja i Łazurowe Wybr.	6	7	8
Inne	2	2	2
Dolina Loary	9	8	7
Akwitania	5	5	4
Pireneje	4	3	4
Burgundia	4	4	5
Ówernia	4	4	3

Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020
<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>
 s. 145 (30.01.2013)

CELE PRZYJAZDÓW I DŁUGOŚĆ POBYTU

Najczęstszym celem przyjazdu Francuzów do Polski okazały się sprawy biznesowe i zawodowe (33%), następnie typowa turystyka (zwiedzanie) która przyciągnęła do Polski 30% turystów z Francji. W odwiedziny do krewnych i znajomych przyjechało 13% turystów, w celach tranzytowych 3% a na zakupy 2% Francuzów. Wśród przyjazdów służbowych zdecydowanie dominowały delegacje (53%), na drugim miejscu samodzielne interesy (23%). Pozostałe rodzaje przyjazdów służbowych stanowiły 24%.

Tabela 4 Najczęściej wybierane przez Francuzów destynacje, typ wyjazdu oraz motyw,

Rok	2008	2009	2010
objazdy z biurami	5	4	9
objazdy campingowe[p. s.164]	9	8	10
objazdy indywidualne(2-4 tyg.)	86	88	81
Kraków	26	25	26
Warszawa	25	27	30
Poznań i Wielkopolska	8	8	9
Gdańsk, Malbork	7	9	10
Szczecin i Pomorze	4	3	2
turystyka specjalistyczna	2	3	2
Mazury	5	4	3
Łódź	4	5	4
Śląsk	4	4	4
Dolny Śląsk	5	5	6
podróże do miejsc zagłady	2	3	2
turystyka religijna	1	2	1
region południowo-wsch.	3	2	1

Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020

<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>
s. 145 (30.01.2013)

Dużo częściej turyści z Francji korzystali z samodzielnie zaplanowanej wycieczki (43%) niż z pełnego pakietu (25%). 32% Francuzów którzy wybrali się do Polski wybrało pakiet częściowy lub zorganizowało wyjazd w inny sposób.

30 % przyjezdnych Francuzów pozostało w Polsce od 1 do 3 noclegów. Na wyjazd trwający ponad tydzień zdecydowało się 20% turystów z Francji. Na 3 do 7 noclegów przypada pozostałe 50% przyjazdów. Średnia ilość noclegów w Polsce to dla Francuzów 5,3 dni. 42% turystów przyjeżdżających z Francji odwiedza Polskę raz w ciągu roku. 11 i więcej razy przyjeżdża 1% z nich. Od 2 do 10 razy przyjeżdża 57% odwiedzających nas Francuzów. Średnia liczba wizyt to 2,3 przyjazdów do Polski w ciągu roku.⁵⁵

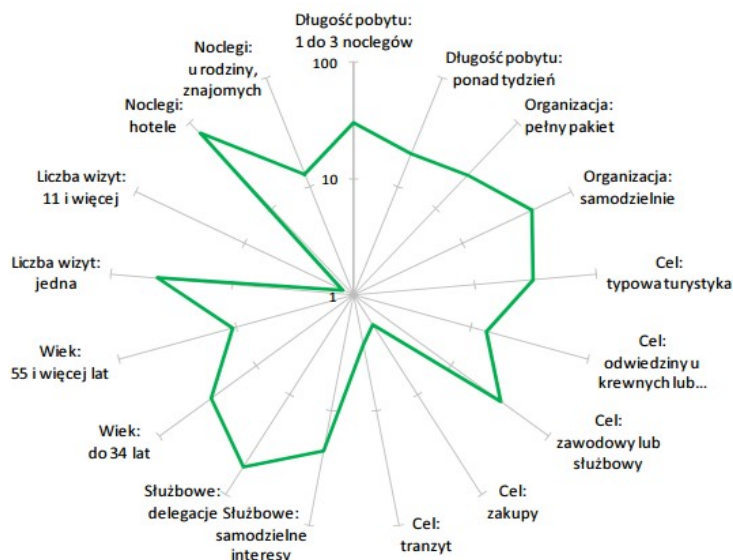
ŚROKI LOKOMOCJI

Na 252 tys. przyjazdów Francuzów w 2011 roku, aż 190 tys. odbyło się drogą lotniczą, przy czym najczęściej docelowym lotniskiem była Warszawa-Okęcie. Następnie najczęściej Francuzi lądowali w Katowicach-Pyrzowicach. Kolejno uczęszczane były Poznań-Ławica, Kraków-Balice, Gdańsk-Rębiechowo, Wrocław-Starachowice i Łódź-Lublinek. Najrzadziej turyści francuscy

⁵⁵ <http://www.intur.com.pl/inne/turzag2009.pdf> s. 93 (30.12.2012)

<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>
s. 143 (30.01.2013)

korzystali z lotnisk Rzeszów-Jasionka, Szczecin-Goleniów i Bydgoszcz. 4 tysiące turystów wybrało drogę morską, przy czym w zdecydowanej większości przypadków portem docelowym był Gdańsk. Pozostałe 58 tys. przyjazdów pozostaje na połączenia samochodowe, kolejowe i autobusowe.⁵⁶



Ryc. 24 Profil zwiedzających Polskę Francuzów

Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020

<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>
s. 144 (30.01.2013)

ZAKWATEROWANIE

W Polsce wystąpił wzrost ilości noclegów udzielonych gościom z zagranicy w roku 2011 wyniósł 4,7%. We Francji było to 22%.

Wskaźnik stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach w 2010 w Polsce wyniósł 32,0% i utrzymywał się na poziomie zbliżonym do krajów takich jak: Republika Czeska, Węgry i Belgia, ale zdecydowanie poniżej krajów z południa Europy – Francji (47,0%) i Hiszpanii (45,2%), w których sezon turystyczny trwa zdecydowanie dłużej niż na północy. Natomiast, wśród krajów, gdzie średnie wykorzystanie miejsc było w 2010 roku niższe niż w Polsce, znalazły się: Łotwa (27,3%), Litwa (27,0%), Słowacja (26,0%), Rumunia (25,0%), Bułgaria (24,5%) i Luksemburg (23,1%).⁵⁷

W 2011 r. turyści z Francji skorzystali w Polsce z turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania w sumie 198 572 razy. Największą popularnością cieszą się wśród nich Hotele - 166,37 tys. przyjazdów, następnie w kolejności są inne obiekty hotelowe (8,8 tys.), hostele (8,13

⁵⁶ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf s. 162 (28.12.2012)

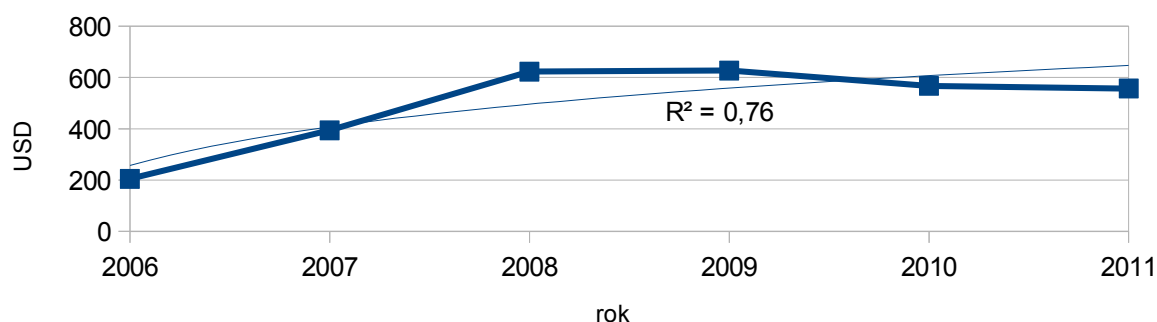
⁵⁷ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf s. 65 (28.12.2012)

tys), kempingi (4,2 tys), ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (1,52 tys.), pensjonaty (1,15 tys.), motele (1,08 tys.), ośrodki wczasowe (732), szkolne schroniska młodzieżowe (722), inne schroniska młodzieżowe (693), pozostałe schroniska (572), domy wycieczkowe (389), zakłady uzdrowiskowe (211), domy pracy twórczej (157), zespoły domków turystycznych (185), pola biwakowe (150) oraz jedynie 5 przyjazdów do ośrodków kolonijnych. Inne, niesklasyfikowane obiekty odnotowały 3 498 przyjazdów turystów z Francji.

Wszystkie polskie obiekty zbiorowego zakwaterowania w 2011 r. udzieliły w sumie Francuzom 404,85 tys. noclegów. Obiektami, które odnotowały tych noclegów najwięcej były hotele - 324 tys. Na drugim miejscu plasują się pod tym względem inne obiekty hotelowe (21 tys.), następnie hostele (19,94 tys.), kempingi (7,81 tys.), ośrodki szkoleniowo- wypoczynkowe (4,9 tys.), pensjonaty (3,99 tys.), ośrodki wczasowe (3,15 tys.), szkolne schroniska młodzieżowe (2,19 tys.), zakłady uzdrowiskowe (1,76 tys.), motele (1,63 tys.), schroniska młodzieżowe (1,64 tys.), domy wycieczkowe (1,34), zespoły domków turystycznych (618), schroniska (611), domy pracy twórczej (593), pola biwakowe (273) i ośrodki kolonijne, które udzieliły 50 noclegów. Inne, niesklasyfikowane obiekty udzieliły razem 10,44 tys. noclegów.⁵⁸

WIELKOŚĆ, STRUKTURA, DYNAMIKA I PROGNOZA WYDATKÓW ORAZ POZYCJA KAJU POD TYM WZGLĘDEM NA TLE REGIONU I SUBREGIONU

Turyści francuscy w 2011, wydali w Polsce 104 mln Euro. Na tle innych krajów jest to odległa, 25 pozycja. Wielkość wydatków Francuzów w Polsce jest zbliżona do ich wydatków w takich krajach jak Finlandia, Malta i Węgry. ⁵⁹



*Ryc. 25 Średnie wydatki turysty francuskiego w Polsce w latach 2006- 2011
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Instytutu Turystyki*

⁵⁸ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/ks_turystyka_w_2011.pdf s. 131-138 (28.12.2012)

⁵⁹ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 131 (27.11.2012)

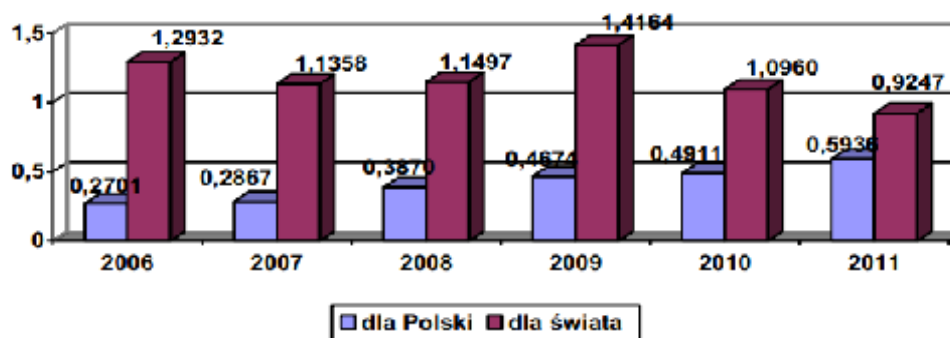
Przeciętne wydatki na jednego turystę francuskiego wynosiły w 2011 r. 557 USD i był to spadek względem roku 2010 (567 USD) oraz 2009 (627 USD). Do 2009 odnotowywano wzrost wydatków z 205 USD w 2006, przez 394 USD w 2007 do największego wzrostu w 2008 - 623 USD wydane średnio przez jednego turystę z Francji. Ogólnie odnotowuje się wzrost średniego poziomu wydatków turystów francuskich w Polsce.⁶⁰

W 2011 przeciętne wydatki turystów francuskich w ciągu jednego dnia kształtowały się na poziomie 89 USD. Jest to wartość zbliżona do wydatków turystów ze Słowacji, Holandii, Austrii, Włoch, Białorusi i Rosji oraz do średniej wydatków wszystkich turystów zagranicznych ogółem (80 USD). Dużo wyższy średni poziom wydatków charakteryzuje turystów z Ukrainy (168 USD) a dużo niższy turystów z Belgii (39 USD).⁶¹

Najważniejsze dla Polski rynki emisyjne można podzielić na trzy grupy: o najwyższych wydatkach przeciętnych, przekraczających średnią dla ogółu badanych, wśród których znajduje się Francja (są to także: Ukraina, Włochy, Wielka Brytania, Austria), o wydatkach średnich (Niemcy, Holandia, kraje skandynawskie, Węgry) oraz o wydatkach relatywnie najniższych (Czechy, Słowacja, Litwa, Rosja, Białoruś, Belgia).⁶²

2. WUTZ (Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej)

Posiłkując się Wskaźnikiem Użyteczności Turystyki Zagranicznej WUTZ dla 2011, Francja zajmuje miejsce 8 ze względu na znaczenie danego rynku emisyjnego dla Polski. Oznacza to, że jest dla Polski jednym z krajów o największym znaczeniu pod kątem potencjału turystycznego.



Ryc. 26 Zmiana wartości WUTZ Francji dla Polski i świata w latach 2006- 2011

Źródło: „Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej 2011” Publikacja POT
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/> s. 22 (30.01.2013)

⁶⁰ <http://www.intur.com.pl/wydatki.php?r=1&w=9#> (30.12.2012)

⁶¹ http://www.intur.com.pl/inne/komunikat_3_2011.pdf s. 4,5 (30.12.2012)

⁶² <http://www.intur.com.pl/inne/turzag2009.pdf> s. 110, 111 (30.12.2012)

Wartość wskaźnika wynosi 1,59. Kraje, które plasują się wyżej od Francji to kolejno: Niemcy, Ukraina, Wielka Brytania, Białoruś, USA i Włochy. Na przestrzeni lat 2006-2011 wskaźnik ten dla Polski na tendencję wzrostową i stopień wzrostu z roku na rok powiększał się, z 0,27 w 2006 do 0,59 w 2011. W skali światowej ma jednak tendencję spadkową i w 2011 wyniósł 0,92 (w 2006 było to 1,29).

Tabela 5 Wartości Wskaźnika użyteczności turystyki zagranicznej dla najważniejszych dla Polski krajów 2011

Lp.	Kraj	Wielkość wydatków w Polsce		Wielkość wydatków w Polsce na 1 turystę ¹		Liczba przyjazdów turystów zagr. do Polski		Korzystający z polskich hoteli		Turyści w Polsce jako % mieszkańców		Łącznie wartości standaryzowane
		w mln USD	wartość stand.	w USD	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w tys.	wartość stand.	w %	wartość stand.	
1	Niemcy	3383,3	1,0000	333	0,1479	4520	1,0000	835,1	1,0000	5,5	0,1462	3,2941
2	Ukraina	1364,85	0,4026	364	0,1705	1350	0,2963	81,7	0,0963	2,95	0,0784	1,0441
3	W. Brytania	261,95	0,0762	531	0,2907	485	0,1043	323,8	0,3867	0,8	0,0212	0,8791
4	Litwa	326,6	0,0953	169	0,0298	620	0,1343	72,75	0,0856	18,8	0,5000	0,8450
5	Białoruś	637,3	0,1872	267	0,1005	970	0,2120	60,1	0,0704	10,05	0,2673	0,8374
6	USA	200,95	0,0581	821	0,5000	240	0,0499	153,3	0,1822	0,08	0,0020	0,7922
7	Włochy	156,85	0,0450	582	0,3277	265	0,0550	174,75	0,2079	0,4	0,0106	0,6462
8	Francja	130,3	0,0372	563	0,3141	225	0,0466	156,9	0,1865	0,35	0,0092	0,5936

Źródło: „Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej 2011” Publikacja POT <http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/> s. 5 (30.01.2013)

Tabela 6 Macierz atrakcyjności i potencjału rynków,

Macierz atrakcyjności i potencjału rynków

Atrakcyjność rynku (wielkość rynku, stopa wzrostu, wydatki, położenie geograficzne)	Pozycja polskiej turystyki na wybranych rynkach (dostępność komunikacyjna, liczba noclegów w Polsce do liczby noclegów na Węgrzech i w Czechach, pozycja polskich produktów)		
	Silna / utrzymywać	Średnia / intensyfikacja inwestycji	Słaba / inwestować długoterminowo
Wysoka Znacząca szansa na osiągnięcie celu	Niemcy, Wielka Brytania	Francja, Włochy	USA Chiny, Indie, Brazylia
Średnia Osiągnięcie celu trudniejsze i może zależeć od czynników o charakterze obiektywnym	Dania, Norwegia, Szwecja Rosja, Ukraina	Irlandia, Węgry Austria, Holandia, Czechy	Hiszpania, Belgia, Szwajcaria Kanada, Korea, Japonia
Niska Niewielkie znaczenie lub ograniczona szansa na znaczącą zmianę pozycji	Litwa, Białoruś, Łotwa, Estonia	Finlandia	Portugalia Izrael, Australia

Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012- 2020
<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf>
s. 49 (30.01.2013)

W Macierzy GE, który ocenia pozycje kraju pod kątem atrakcyjności i potencjału rynku Francja zajmuje wysokie miejsce pod względem atrakcyjności rynku oraz średnie pod względem intensyfikacji turystyki w Polsce.⁶³

Poniżej znajduje się zbiorcze zestawienie najważniejszych cech charakterystycznych rynku emisyjnego Francji do Polski:

Popyt realny:

- dominacja Krakowa i Warszawy na krótki pobyt
- Poznań i Wielkopolska
- Gdańsk i Pomorze
- Turystyka biznesowa
- turystyka aktywna i specjalistyczna

Poszukiwany standard:

- hotele trzygwiazdkowe i o wyższym standardzie, kwatery

Rozpoznawalność „top of mind” i spontaniczna:

- Kraków i okolice – 77%
- Warszawa – 56%
- Gdańsk, Trójmiasto i okolice – 41%
- Zakopane, Tatry – 21%
- Wrocław – 9%
- Poznań – 6%

Grupy docelowe:

- młodzież
- stowarzyszenia
- segment 35+

Produkty priorytetowe:

- turystyka miejska i kulturowa: Warszawa, Kraków, MICE
- turystyka aktywna i specjalistyczna: Warmia i Mazury, Poznań, Wrocław z Dolnym Śląskiem (w tym Sudety), Małopolska, Gdańsk z Pomorzem, turystyka rowerowa.

⁶³ „Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej 2011” Publikacja POT
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/> s. 8, 22 (30.01.2013)

Priorytetowe rynki emisyjne:

- Wielki Paryż
- Nord Pas-de-Calais
- Bretania i Normandia
- Alzacja i Lotaryngia
- Wielki Lyon

Słabe strony produktów:

- niski stopień komercjalizacji przez biura podróży produktów niszowych
- mała liczba połączeń lotniczych spoza Paryża ⁶⁴

3. Zaangażowanie marketingowe Polski we Francji i zaangażowanie marketingowe Francji w Polsce.

We Francji, jako w jednym z coraz ważniejszych rynków emisyjnych, Polska jako destynacja turystyczna jest aktywnie promowana przez POT. W szczególności POT usiłuje wykreować wizerunek Polski jako atrakcyjnej destynacji dla przemysłu spotkań, turystyki aktywnej oraz kulturowej.

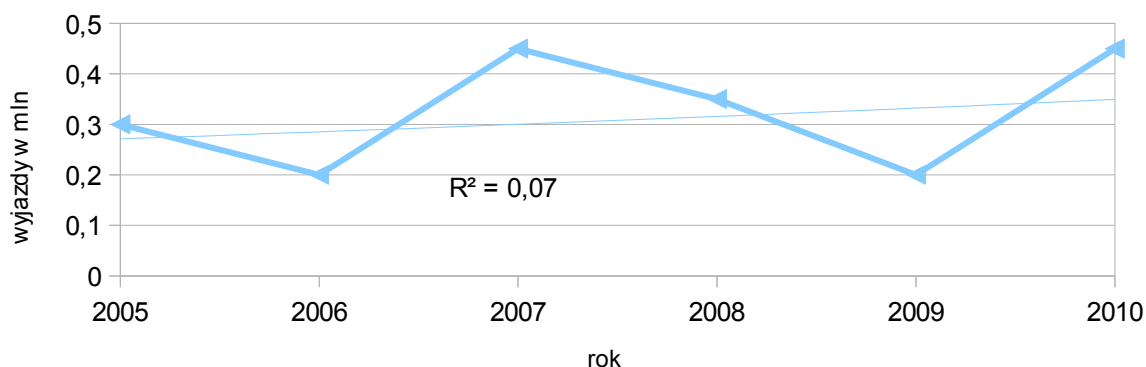
Za pozytywne cechy charakterystyczne Polski promowane na rynku francuskim turyści uważają przede wszystkim Jana Pawła II, Lecha Wałęsę i Solidarność, Chopina, historię i architekturę naszego kraju, bogatą kulturę, autentyczność i szczerść ludzi, religię katolicką, silną wiarę i patriotyzm, mnogość muzeów, życie nocne w stolicy, Kraków, ciekawą gastronomię i polską wódkę. Za negatywne cechy Polski turyści francuscy uważają: niewiele rozrywek i „ponurość” kraju, nudę, niesprzyjający turystyce klimat, ciężki przemysł, słabo rozwiniętą infrastrukturę oraz obrazy powojenne.

Rokiem w którym Polska skupiła się szczególnie na promocji naszego kraju we Francji jako rynku priorytetowym, był 2012. Do kampanii wykorzystano hasło *Move Your Imagination*. W roku 2018 POT ponownie zamierza skupić uwagę na promocji na rynku francuskim, tym razem jako na rynku uzupełniającym. Rok 2019 ma być ponownie skoncentrowany na Francji jako na rynku priorytetowym.⁶⁵ Poniżej znajduje się logo, którym POT promuje Polskę na rynkach zagranicznych, między innymi we Francji.

⁶⁴ <http://www.pot.gov.pl/plany-i-sprawozdania-pot/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2008-2015/> s. 124 (15.01.2013)

⁶⁵ <http://www.pot.gov.pl/plany-i-sprawozdania-pot/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2008-2015/> s. 58, 78 (15.01.2013)

zwiększa się nieznacznie, jednak charakteryzują je znaczne skoki. Duży spadek wyjazdów zanotowano w 2009, prawdopodobnie z powodu recesji gospodarczej.⁶⁷



Ryc. 28 Wyjazdy Polaków do Francji w latach 2005- 2010
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Instytutu Turystyki

CELE I DŁUGOŚĆ POBYTU

Wśród celów wszystkich wyjazdów zagranicznych Polaków dominują podróże w celach turystyczno-wypoczynkowych (52%), następnie odwiedziny u krewnych i znajomych (24%), służbowych (19%), religijnych (2%) i szkoleniowych (1%). Wśród wszystkich wyjazdów zagranicznych w celach służbowych, 9% z nich to wyjazdy do Francji. W 7% wszystkich podróży o charakterze turystyczno-wypoczynkowym Polacy wybrali Francję jako destynację. Kiedy odwiedzali krewnych i znajomych udali się tam w 4% wyjazdów.

Średnia długość pobytu turysty polskiego we Francji wyniosła w 2010 aż 9,3 dni i był to wzrost względem roku poprzedniego (9,1 dni).⁶⁸

ZAKWATEROWANIE I WYDATKI POLAKÓW WE FRANCJI

We Francji w 2011 r. wzrósł popyt na usługi hotelarskie mierzony liczbą udzielonych noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania. Odnotowano tam największą dynamikę wzrostu popytu na usługi noclegowe w krajach Unii Europejskiej (32,8% wzrostu). Największy w UE był tam również wzrost liczby noclegów udzielonych gościom z zagranicy (22,0%). Wskaźnik stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach wyniósł we Francji 47%. Dla porównania w Polsce było to 32%.

⁶⁷ <http://www.intur.com.pl/inne/wyjpol10.pdf> s. 10 (30.12.2012)

<http://www.intur.com.pl/polacy.php?o=1&t1=13> (30.12.2012)

⁶⁸ <http://www.intur.com.pl/inne/wyjpol10.pdf> s. 11 (30.12.2012)

Przyjazdy Polaków do hoteli francuskich wyniosły 207 tysięcy. Było to 0,2% wszystkich noclegów udzielonych turystom i pod tym względem Polska znajduje się na 11 pozycji w Europie. Przyjazdy turystów zagranicznych z Europy wyniosły 21%. Względem roku poprzedniego odsetek przyjazdów Polaków do hoteli we Francji wzrósł o 6,3%. Liczba noclegów udzielonych w 2010 Polakom w hotelach francuskich wyniosła 438 tys. i było to 0,2% wszystkich udzielonych tam noclegów. Względem roku poprzedniego odsetek ten wzrósł o 10,9%. Noclegi udzielone wszystkim turystom zagranicznym z Europy to 24,7%.

Wydatki Polaków we Francji w 2010 wyniosły 106 mln Euro i było to więcej o 2 mln Euro niż wydatki turystów francuskich w Polsce. W 2010 wydali oni w naszym kraju 104 mln Euro. Widzimy więc, że różnica w wydatkach jest relatywnie mała choć liczba Francuzów przyjeżdżających do Polski jest dużo niższa niż Polaków odwiedzających Francję. Możemy z tego wnioskować, że wydatki na jednego turystę są większe w przypadku Francuzów niż Polaków. W porównaniu do innych, Polska znajduje się na 17 miejscu wśród krajów Europejskich ze względu na poziom wydatków na turystykę we Francji.⁶⁹

V. Analiza SWOT:

Mocne strony turystyki we Francji:

1. Klimat śródziemnomorski na wybrzeżu M. Śródziemnego
2. Obszary nadmorskie nad Oceanem Atlantyckim i M. Śródziemnym – turystyka letnia
3. Obszary górskie – Alpy Zachodnie z najwyższym szczytem Mont Blanc (4807 m n.p.m.) - turystyka zimowa i Pireneje–turystyka uzdrowiskowa i zimowa
4. Sztuka i architektura, ogromne dziedzictwo historyczno-kulturowe
5. Paryż jako międzynarodowy ośrodek skupiający artystów–światowe centrum rozrywki
6. Ponad 1000 placówek typu muzealnego np. Luwr, Wersal, Orsay
7. Dobrze rozwinięta infrastruktura hotelowa i towarzysząca
8. Dobrze rozwinięta sieć dróg, połączeń kolejowych, lotniczych i morskich
9. System żeglownych rzek: Sekwana, Yonne, Marna i Oise
10. Paryż jako światowa stolica mody

⁶⁹ http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf s. 72, 73, 131 (27.11.2012)

Słabe strony turystyki we Francji:

1. Sezonowość w przyjazdach turystów
2. Duże miasta znajdują się w dużym rozproszeniu (np. Paryż, Marsylia, Lyon)
3. Większość obiektów turystycznych skoncentrowana w Alpach Północnych
4. Dominacja Paryża i najbliższej jego okolicy
5. Pierwotna roślinność silnie przekształcona przez człowieka
6. Dominacja obiektów hotelowych dla bogatej klienteli w strefie nadmorskiej

Szanse turystyki francuskiej:

1. Powiększanie się obszaru UE i jednej waluty
2. Duże nakłady na ochronę środowiska
3. Organizacja wielkich kompleksów turystyczno – wypoczynkowych
4. Plany otwarcia licznych szlaków kulturowych
5. Rozwój archeologii przemysłowej (Lotaryngia, Alzacja)

Zagrożenia turystyki francuskiej:

1. Coraz większa koncentracja bazy noclegowej w strefie śródziemnomorskiej, w Alpach i w wielkich miastach
2. Stopniowo postępujący przesyt dominującą tam turystyką wypoczynkową
3. Poszukiwanie nowych, nieznanych destynacji
4. Wykupywanie ziemi i organizowanie na niej drugich domów głównie przez Holendrów i Niemców
5. Stosunkowo wysokie bezrobocie

VI. Prezentacja przykładowej oferty turystycznej do Francji.

Program 11-dniowej oferty łączącej w sobie cechy typowej wycieczki objazdowej (m.in. Paryż, Carcassonne, Avignon, Loundres, Bordeaux, Arcachon) oraz wypoczynkowej (Lazurowe wybrzeże). Wycieczka jest oferowana przez biuro podróży Ecotravel w cenie 2000zł/os od czerwca do września 2013 roku. Segment do którego skierowana jest oferta to turyści z całej Polski, preferujący charakter wypoczynkowy i krajoznawczy wyjazdu, w średnim lub starszym wieku, o dochodach powyżej przeciętnej w Polsce. Ze względu na specyfikę wyjazdu dodatkowym wyznacznikiem segmentu jest będzie wyższe lub średnie wykształcenie oraz zainteresowanie kulturą, historią i architekturą Francji.

1 dzień- wyjazd z Polski.

2 dzień- przyjazd, zwiedzanie Paryża, zwiedzanie pieszo i komunikacją miejską. Wizyta zaczyna się od wjazdu na wieżę Montparnasse, skąd można podziwiać wspaniałą panoramę miasta. Następnie przejście na wyspę Cite– do najstarszej części Paryża, gdzie zobaczyć można Katedrę Notre Dame. Następnie dzielnica artystów Montmartre, Moulin Rouge, Place Pigalle oraz Bazylika Sacre Coeur. Wieczorem zakwaterowanie w hotelu w okolicach Paryża, nocleg.

3 dzień- wyjazd do miasta pod Wieżę Eiffle’a, z której szczytu roztacza się najwspanialsza panorama Paryża. Później przejazd na Pola Elizejskie, Łuk Triumfalny. Następnie zwiedzanie Luwru - najslawniejszego muzeum Paryża - 2 h z licencjonowanym przewodnikiem. Zwiedzanie: Muzeum Perfum, Fragonard, (możliwe zakupy) oraz Muzeum Figur Woskowych, Grevin. Po zwiedzaniu czas wolny na obiadokolację. Na koniec dnia, rejs statkiem po Sekwanie, podczas którego zobaczyć można najwspanialsze zabytki stolicy Francji widziane z perspektywy Sekwany, której nabrzeża wpisano na listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO. Przejazd na nocleg w okolicach Orleanu.

4 dzień- Wizyta w zamkach nad Loarą: Chambord i Blois. Blois jako ulubiona a francuskich królów, świadek licznych intryg dworskich, zamek budowany od XIII wieku, aż do czasów rewolucji francuskiej to intrygująca mieszanina stylów architektonicznych. Chambord - największy i najbardziej efektowny obiekt w Dolinie Loary, zachwyca swoimi wnętrzami oraz licznymi wieżami i tarasami. Chambord to zamek walecznego króla Franciszka I. Projektantem budowli był najprawdopodobniej Leonardo da Vinci, którego Franciszek sprowadził do Francji. Przejazd na nocleg w okolicach Bordeaux.

5 dzień- przejazd w kierunku Oceanu Atlantyckiego na zwiedzanie Arcachon - słynącej z najlepszych we Francji ostryg, krótki spacer po promenadzie. Następnie centrum Bordeaux stolicy największego regionu winiarskiego kraju, jednego z najpiękniejszych miast Francji, słynącego ze swojej klasycystycznej zabudowy. Zwiedzanie m.in. placu Giełd z budynkiem giełdy, gotycko-romańskiej katedry Saint-Andre, Teatru Wielkiego, spacer po słynnej alei Esplanade des Quinconces („Pięciokątna Esplanada”) z pomnikiem Żyryndystów. Przejazd na nocleg do Lourdes. Wieczorem możliwy udział w procesji ze świecami.

6 dzień- dzień przeznaczony na wizytę w Sanktuarium w Lourdes-krótki spacer z pilotem. W programie Grota Objawień, Bazylika Górna, Krypta oraz Bazylika Różańca Świętego. Wyjazd około 17.00. Przejazd na nocleg w okolicach Carcassonne.

7 dzień- Zwiedzanie Carcassonne- średniowieczne miasto-twierdza, otoczone dwoma pierścieniami murów obronnych, świadek krucjaty przeciwko Katarom. Zwiedzanie m.in. romańsko- gotyckiej bazyliki Saint Nazaire oraz Zamku Księżęcego, spacer wzdłuż odrestaurowanych murów.

Następnie przejazd do Avignon - miasta papieża, słynącego z: murów obronnych, romańskiej katedry Notre Dame, Pałacu Papieskiego oraz oczywiście „niedokończonego mostu w Avignon” - mostu św. Benezeta. Następnie przejazd do Pont du Gard - imponującego, trójpoziomowego akweduktu rzymskiego z 19 r. p.n.e. Przejazd na nocleg na Lazurowe Wybrzeże.

7-11 dzień- pobyt na Lazurowym Wybrzeżu. W trakcie pobytu istnieje możliwość skorzystania z wycieczek fakultatywnych do: Nicei, Cannes, Kanionu Verdon.

11 dzień-wykwaterowanie, wyjazd w godzinach późno popołudniowych.⁷⁰

Podsumowanie:

Niezaprzeczalnie Francja oferuje turystom bardzo szeroką gamę ofert i atrakcji. Turystów z całego świata przyciągają głównie miasta światowej sławy, jak Paryż , Lyon, Marsylia, Renne, Saint-Tropez oraz wybrzeże Morza Śródziemnego i tereny alpejskie. Zaczyna wzrastać również popularność Francji jako cel wyjazdów weekendowych czy urlopowych. Spowodowane jest to między innymi uruchomieniem taniej sieci połączeń lotniczych z różnymi krajami. Przyciąga tam też potencjał krajobrazowy i turystyka kwalifikowana. Zarówno różnorodna oferta turystyczna, jak i korzystna lokalizacja pośród zamożnych krajów Europy zachodniej, bogata kultura, rozwinięta infrastruktura oraz rozpoznawalna „marka turystyczna” jaką jest Francja wpływa na to, że jest ona najczęściej odwiedzanym krajem świata. Jest ona również coraz częściej odwiedzanym krajem przez Polaków. Zwłaszcza w ostatnich latach ilość podróży naszych rodaków do Francji wzrosła. Nadal ograniczeniem są tutaj relatywnie wysokie ceny takich podróży. Wskazuje na to średni poziom wydatków na jednego turystę polskiego w porównaniu do innych, bogatszych społeczeństw. Pod względem emisji turystów zagranicznych Francja zajmuje wysoką, trzecią lokatę. Niezaprzeczalnie jest więc jednym z najważniejszych rynków turystycznych, w większym stopniu dla świata, lecz i dla Polski, która odnotowuje w ostatnich latach wzrost ilości przyjazdów Francuzów. Ogólna tendencja rozwoju turystyki jest wzrostowa, z wyjątkiem roku 2009 kiedy zanotowano obniżenie aktywności turystycznej, zarówno Francuzów jak i innych społeczeństw. Spowodowane to było prawdopodobnie recesją gospodarczą. Od tego momentu ilość odbywanych rocznie podróży jest jednak wyższa. Pomimo, że ilość przyjazdów turystycznych do

⁷⁰ <http://www.ecotravel.pl/oferta,87704495,francja,arcachon,hotel,wypoczynek-i-zwiedzanie-francji.html> (9.01.2013)

Francji ma tendencję wzrostową są jeszcze obszary w które można inwestować. Z pewnością warto byłoby rozwinąć działania promocyjne za granicą i inwestować jeszcze więcej w turystykę zrównoważoną.

Źródła:

http://francja.lovetotravel.pl/gospodarka_we_francji <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1516504> (15.01.2013)
<http://francja.geozeta.pl/wizy> (8.01.2013)
http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural-routes/index_en.htm#h2-1 (4.01.2013)
http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/memento/2011/memento-2011.pdf (27.11.2012)
http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/tourism-poliley-and-trends-july-2012_1343137032392.pdf (15.11.2012)
<http://about-france.com/france-hotel-guide.htm> (2.01.2012)
<http://www.mojeprzeloty.pl/lotniska.php> (2.01.2012)
<http://www.obserwatorfinansowy.pl/forma/analizy/rzad-nie-planuje-budzetu-oszczednosci/> (8.01.2012)
http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/compte-satellite/compte-satellite-2005-2010.pdf (27.11.2012)
<http://platine.pl/top-5-najbogatsze-spolczenstwa-swiata-0-692716.html> (8.01.2013)
<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do> (27.12.2012)
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database> (27.12.2012)
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf (28.12.2012)
http://www.dgcis.redressement-productif.gouv.fr/files/files/archive/www.tourisme.gouv.fr/stat_etudes/c_cles/chiffres_cles10_gb.pdf (29.12.2012)
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-12-028/EN/KS-SF-12-028-EN.PDF (28.12.2012)
<http://www.intur.com.pl/inne/turzag2009.pdf> (30.12.2012)
http://www.intur.com.pl/inne/komunikat_3_2011.pdf (30.12.2012)
<http://www.intur.com.pl/wydatki.php?r=1&w=9#> (30.12.2012)
<http://www.pot.gov.pl/plany-i-sprawozdania-pot/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2008-2015/> (31.12.2012)
<http://www.iuve.pl/dowiadujemy-sie/wiadomosci/article/polska-porusza-wyobraznie/> (8.01.2013)
<http://www.ecotravel.pl/oferta.87704495.francja.arcachon.hotel.wypoczynek-i-zwiedzanie-francji.html> (9.01.2013)
http://pl.wikipedia.org/wiki/Francja#System_prawny (8.01.2013)
<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2012-2020.pdf> (30.01.2013)
<http://www.pot.gov.pl/dane-i-wiedza/badania-i-analizy/> (30.01.2013)
 „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition”

Spis tabel

Tabela 1. Najczęściej odwiedzane atrakcje we Francji związane z kulturą	
Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 136, 137.....	10
Tabela 2. Najczęściej odwiedzane atrakcje we Francji nie związane z kulturą	
Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 136, 137.....	10
Tabela 3 Dynamika przyjazdów turystów do Polski z poszczególnych regionów emisyjnych Francji	
Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 s.145.....	40
Tabela 4 Najczęściej wybierane przez Francuzów destynacje, typ wyjazdu oraz motyw,	
Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 s. 145.....	41
Tabela 5 Wartości Wskaźnika użyteczności turystyki zagranicznej dla najważniejszych dla Polski krajów	
Źródło: „Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej 2011” Publikacja POT s. 5.....	45

Tabela 6 Macierz atrakcyjności i potencjału rynków,

Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012- 2020 s. 49.....45

Spis rycin

Ryc. 1 Symbole regionów we Francji	6
Źródło: http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1516504	6
Ryc.2 Zatrudnienie w turystyce prowincjach	9
Źródło: „Memento du Tourisme, Edition 2011” s. 42.....	9
Ryc. 3 Struktura administracyjna podmiotów związanych z turystyką	15
Źródło: „OECD Tourism Trends and Policies 2012” s. 175.....	15
Ryc. 4. Przyjazdy turystów zagranicznych do Francji w latach 2006- 2011	16
Źródło: opracowanie własne na podst. „UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition” s. 6.....	16
Ryc. 5 Przyjazdy turystów zagranicznych do Francji według kontynentów	17
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 121.....	17
Ryc. 6 Przyjazdy turystów zagranicznych według środka lokomocji	18
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Eurostatu.....	18
Ryc.7 Wybierane środki lokomocji z podziałem na odwiedzających jednodniowych i turystów	18
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 126.....	18
Ryc. 8 Motywy przyjazdów turystów zagranicznych do Francji w 2010 r.	19
Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 124-127.....	19
Ryc. 9 Noclegi udzielone turystom w miastach z podziałem na kategorię hotelu	21
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 70, 71.....	21
Ryc 10. Noclegi udzielone turystom poz miastami z podziałem na kategorię hotelu	21
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” str. 80, 81.....	21
Ryc 11 Stopień obłożenia hoteli we Francji według miesięcy	22
Źródło: opracowanie własne na podst. badań GUS „Turystyka w 2011 r.” s. 65.....	22
Ryc. 12 Długość pobytu turystów zagranicznych we Francji w 2010 r.	23
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 123.....	23
Ryc. 13 Dochody z turystyki przyjazdowej we Francji 2005-2010	24
Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 131.....	24
Ryc. 14 Porównanie struktury wydatków turystów zagranicznych i krajowych we Francji	25
Źródło: „Le compote satellite du tourisme 2005- 2010” s. 13.....	25
Ryc. 15 Dynamika wydatków turystów zagranicznych we Francji z podziałem na poszczególne dobra i usługi 2005-2010, Źródło: „Le compote satellite du tourisme 2005- 2010” s. 32.....	26
Ryc. 16 Zmiana ilości udzielonych noclegów w poszczególnych regionach w latach 2005- 2010	29
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 129.....	29
Ryc. 17 Departamenty w których udzielono największej liczby noclegów w 2010	30
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 104.....	30
Ryc. 18 Porównanie ilości przyjazdów zagranicznych do poszczególnych regionów i ilości udzielonych noclegów	31
Źródło: „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 93.....	31
Ryc. 19 Przyjazdy zagraniczne do Francji ze względu na warunki geograficzne	32
Źródło: „Memento du Tourisme”	32
Ryc. 20 Wyjazdy zagraniczne Francuzów 2006- 2011	32
Źródło: opracowanie własne na podst. „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 64.....	32
Ryc. 21 Wyjazdy i noclegi zagraniczne Francuzów z podziałem na miesiące	34
Źródło: opracowanie własne na podstawie „Memento du Tourisme Edition 2011” s. 108.....	34
Ryc.22 Wydatki Francuzów na turystykę zagraniczną 2006- 2011	37
Źródło: opracowanie własne na podst. raportu „OECD Tourism Trends and Policies 2012” s. 180.....	37
Ryc. 23 Przyjazdy Francuzów do Polski w 2007- 2011	40
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Instytutu Turystyki	40
Ryc. 24 Profil zwiedzających Polskę Francuzów	42
Źródło: Strategia marketingowa Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 s. 144.....	42
Ryc. 25 Średnie wydatki turysty francuskiego w Polsce w latach 2006- 2011	43
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Instytutu Turystyki.....	43

Ryc. 26 Zmiana wartości WUTZ Francji dla Polski i świata w latach 2006- 2011	
Źródło: „Wskaźnik użyteczności turystyki zagranicznej 2011” Publikacja POT s. 22.....	44
Ryc. 27 Hasło POT promujące Polskę za granicą	
Źródło: http://www.iuve.pl/dowiadujemy-sie/wiadomosci/article/polska-porusza-wyobraznie/	48
Ryc. 28 Wyjazdy Polaków do Francji w latach 2005- 2010	
Źródło: opracowanie własne na podst. badań Instytutu Turystyki.....	49

Wyrażam zgodę na opublikowanie wykonanego przeze mnie projektu na stronie AWF Kraków poświęconej realizacji przedmiotu „Rynki turystyczne i rekreacyjne”. Oświadczam, że został on wykonany zgodnie z obowiązującymi zasadami i nie narusza niczych praw autorskich.