

Információk Franciaország utazási piacáról – A Phocuswright French Online Travel Overview alapján –

A gazdasági recesszió évei után Franciaország helyzetében is lassú javulás figyelhető meg. A pozitív makrogazdasági körülmények, az alacsony olajár, az alacsony kamatlábak és a kedvező valutaárfolyam optimizmusra adnak okot. Ugyanakkor a magas munkanélküliségi arány és a stagnáló fogyasztói költés hosszan elhúzódó bizonytalanságot mutat a francia fogyasztók jelentős részénél. Ennek eredményeképpen – noha Franciaországot az „utazók nemzeteként” is emlegetik – a belföldi utazási kedv továbbra is lanyha. Habár a franciák körében a belföldi utazások száma 3%-kal növekedett 2015-ben, az átlagos költés csökkent, mivel az utazók az olcsóbb megoldásokat keresik, rövidebb időre utaznak el és sokszor barátoknál, rokonoknál szállnak meg a költséget csökkentése érdekében.

Elsősorban az online utazási piac növekvő szerepe miatt a francia utazási piac 2,9%-kal bővült 2015-ben. Az online foglalások mértéke 5,4%-kal bővült és elérte a 18,7 milliárd eurót, leginkább az online utazási ügynökségeknek köszönhetően. Az online foglalási csatornák rendkívül népszerűvé váltak a kevésbé komplex vakációk esetében. Azzal együtt, hogy az online csatornák – azon belül is egyre növekvően a mobil – kulcsszerepet játszanak az utazásvásárlási döntésekben, a többcsatornás utazástervezés továbbra is igen népszerű a francia utazási piacon.

A mobiltelefonok használatának fontossága folyamatosan növekszik a francia online utazási piacon. Az utazáskeresés népszerű tevékenység a francia mobilhasználók körében, az összes okostelefonos keresés mintegy negyede utazással kapcsolatos volt. Mivel az utazók egyre gyakrabban használják utazásvásárlásra is a telefont, a mobilos tranzakciók száma is növekszik. Ugyanakkor a mobilos utazási foglalások még leginkább kisebb értékű, egyszerűbb szolgáltatások körében jellemzőek, mint a vasúti és repülőjegyek vásárlása, illetve az autókölcsönzés. A Booking.com részesedése az online piacon 40%-os. Ahogy a szolgáltatók és az online utazási ügynökségek fokozatosan növelik szerepüket és erejüket, ezzel egy időben a francia hagyományos utazásszervezők helyzete egyre nehezebbé válik a piacon.

Azon franciák körében, akik továbbra is utaznak, alapvető változások figyelhetők meg mind az úti célok kiválasztásánál, mind a foglalási preferenciák tekintetében, ami az egyensúly megbillenéséhez vezet az ország utazási piacának szereplői között. A hagyományos úti célok (pl. Észak-Afrika) esetében tapasztalható politikai bizonytalanságok, valamint a belföldi és külföldi terrorfenyegetettség miatt a francia utazók óvatosabban választanak úti célt és inkább Spanyolország, Olaszország és Görögország mellett döntenek.

Forrás: Phocuswright French Online Travel Report Eleventh Edition (megjelenés: 2015. december)