

## Informace o trhu

### Kulturní specifika trhu

Francie vykazuje ve srovnání s ČR vyšší míru individualismu, důrazu na jistotu a požitkářství. Jedná se o specifickou skupinu turistů, kteří výrazněji cílí na destinace, kde se nesetkávají s jazykovou bariérou. I když jsou čím dál více schopni komunikace v angličtině, jazyková bariéra patří stále k hlavním důvodům, proč necílí své cesty v ČR mimo hlavní město.

Nejsilnější asociací s ČR je pro francouzské turisty jednoznačně Praha, dále zejména kulturní témata a postupně objevují i českou gastronomii. Preferují trávení volného času na nových místech a upřednostňují zajímavý program a aktivity. Zajímavý program je důležitější než nízká cena. Česká republika není na francouzském trhu asociována s tématem luxusu.

### Trendy v oblasti ČR

Stejně jako v mnoha jiných zemích i ve Francii je trendem ekologicky zodpovědné cestování. Respekt k životnímu prostředí se odráží hlavně ve výběru ubytování a způsobu dopravy do destinace. V období od 1. září 2022 do 30. dubna 2023 vzrostl počet vyhledávání venkovských destinací vzdálených méně než 250 km od Paříže o více než 60 %.

Kromě trendu udržitelnosti se francouzští cestovatelé také stále více zajímají o nová, méně známá místa a autentičnost. Místní zážitky, autentická kuchyně a kulturní interakce jsou pro ně klíčové. Po období omezení a uzavření během pandemie se také objevuje jev tzv. „Revenge travel“, který označuje touhu cestovatelů kompenzovat ztracený čas a cestovat co nejčastěji.

Posledním trendem, který je třeba zmínit, je wellbeing. Cestovatelé lákají především omlazovací kúry, sylvoterapie (lesní koupele), kurzy jógy a meditace, které jim pomohou obnovit duševní a fyzické zdraví a načerpat novou sílu do života.

### Motivace cest do Česka

- . Praha
- . Návštěvy regionů
- . Památky
- . Gastronomie
- . Studium

### Víza a kontakty

Pro cesty mezi Českem a Francií nejsou potřebná víza.

#### Velvyslanectví ČR v Paříži

15 Avenue Charles Floquet, 75007 Paris  
e-mail: paris@mzv.gov.cz

**Honorární konzuláty** se nachází v následujících městech:

- . Dijon
- . Lille
- . Lyon
- . Marseille
- . Nantes
- . Strasbourg

### Státní svátky a prázdniny ve Francii

#### Státní svátky:

01.01.2024	Nový rok
01.04.2024	Velikonoční pondělí
01.05.2024	Svátek práce
08.05.2024	Den vítězství 1945
09.05.2024	Nanebevstoupení Páně
20.05.2024	Svatodušní pondělí
14.07.2024	Den dobytí Bastily
15.08.2024	Den Nanebevzetí Panny Marie
01.11.2024	Svátek všech svatých
11.11.2024	Den příměří 1918
25.12.2024	Vánoce

#### Školní prázdniny:

23.12.-08.01.2024	Vánoční prázdniny
10.02.-10.03.2024	Zimní prázdniny
06.04.-05.05.2024	Jarní prázdniny
06.06.-02.09.2024	Letní prázdniny

Francie je rozdělena na 3 zóny (A, B, C). Vánoční a letní prázdniny jsou společné pro všechny zóny. Zimní a jarní se liší podle zón. První datum je začátek prázdnin škol v první zóně. Konečné datum je konec prázdnin škol v poslední zóně.

### Vnímání LGBTQ+ ve Francii

Podle strategie platné pro roky 2020 – 2023 „Plan national d'actions pour l'égalité des droits, contre la haine et les discriminations anti-LGBTQ+“ vytvořené francouzskou vládou a LGBTQ+ sdruženími se ve Francii kontinuálně pracuje s navýšením mezilidské rovnosti. Plán zahrnuje 42 cílů rozdělených do čtyř skupin (uznání práv LGBTQ+ lidí; posílení jejich přístupu k právům; boj proti nenávisti vůči LGBTQ+ lidem; a zlepšení každodenního života).

Ve Francii se také vypisují granty na LGBTQ+ projekty. Například v regionu Pas-de-Calais se bylo do 1.12.2023 možné přihlásit o granty v rámci projektu „Contre le racisme, l'antisémitisme, les discriminations liées à l'origine et la haine anti-LGBTQ+“, který podporuje iniciativy v bojích proti rasismu, antisemitismu a nenávisti vůči LGBT. Jedno z mot pařížské radnice je „Paris, capitale des droits LGBTQI+“ (Paříž, hlavní město LGBTQI+ práv). Radnice v Paříži také v rámci LGBTQ+ akcí vyvěšuje symbolické duhové LGBTQ+ vlajky.

V roce 1975 považovalo 24 % Francouzů homosexualitu za normální projev sexuality. V roce 2019 toto číslo stoupl na 85 %.

## Média a komunikační kanály

### Mediální obraz Česka ve Francii

Nejčastější asociací, kterou si Francouzi s Českem spojují je Praha, kultura, hrady a zámky, hezká krajina, hezká města, historie, pivo. V komunikaci se stále objevují automatismy spojené s názvem Československo.

Francouzi vidí Českou republiku jako turisticky dostupnou a bezpečnou destinaci, kde můžou strávit příjemný čas za dobré peníze. Oceňují české hrady a zámky, památky zapsané na seznamu UNESCO. Rádi tráví čas kulturně, chodí do divadel, na koncerty a zajímají se o umění. Rádi hledají spojitosti mezi Českem a Francií, například Mucha, Kafka, Kundera, Napoleon. Francouzi bývají příjemně překvapení, když se dozví o kvalitním českém lázeňství. Obecně si lázeňství asociují spíše s Maďarskem.

Největší francouzské deníky vnímají ČR v oblasti politiky jako plnohodnotného západního partnera. Vystihují ČR jako podporovatele západu (postoj k válce na Ukrajině, tematizace přijetí eura), často zmiňují aktuálního prezidenta Petra Pavla.

V oblasti turismu se často tematizuje Praha, cestování vlakem. Deník Figaro publikoval články o lázních na západu ČR v kontextu ruské invaze na Ukrajině.

Cestování do Česka je v současné době ovlivněno válkou na Ukrajině, kterou turisté vnímají jako teritoriálně velmi blízkou a pravidelně se objevují dotazy, jaké (a zda) jsou v Česku vidět její efekty.

### Nejznámější influenceři, blogeři, cestovatelské portály a časopisy

#### TOP 5 influencerů

- [Bruno Maltor](#)
- [Petaouchnok](#)
- [Globetolter](#)
- [Les Droners](#)
- [Anthony Mateo](#)

### Největší outgoingové cestovní kanceláře

- Havas Voyage (služební a rekreační cesty)
- Selectour - Ailleurs Voyages (síť nezávislých CK)
- Voyages Leclerc (nízkonákladové dovolené)
- Salaun Holidays (zájezdy)

### Největší mediální zdroje

#### TV stanice:

- TF1
- France 2
- France 3

#### Rádio:

- Radio France National
- Radio France
- RTL

#### Tisk/noviny/magazíny:

- Le Monde (celostátní)
- Libération (celostátní)
- Le Figaro (celostátní)
- Dernière Nouvelles d'Alsace (regionální)
- Le Courrier Picard (regionální)
- Le Progrès de Lyon (regionální)
- L'Express (magazín)
- Le Point (magazín)
- Le Nouvel observateur (magazín)

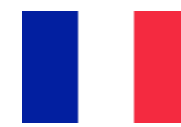
### Významné veletrhy ve Francii

#### Zaměřené na turismus:

- IFTM Top Resa
- Ditex
- Voyages Insolites
- Senioreva

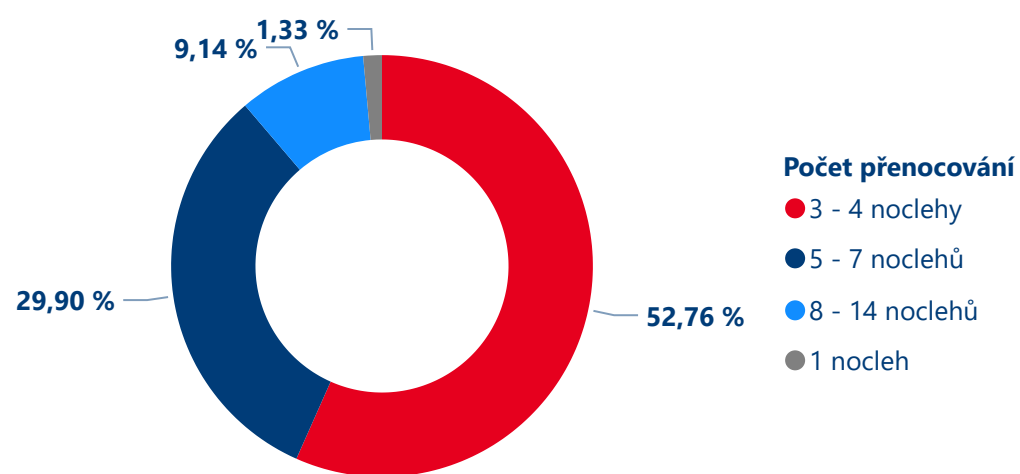


Veletrh IFTM Top Resa

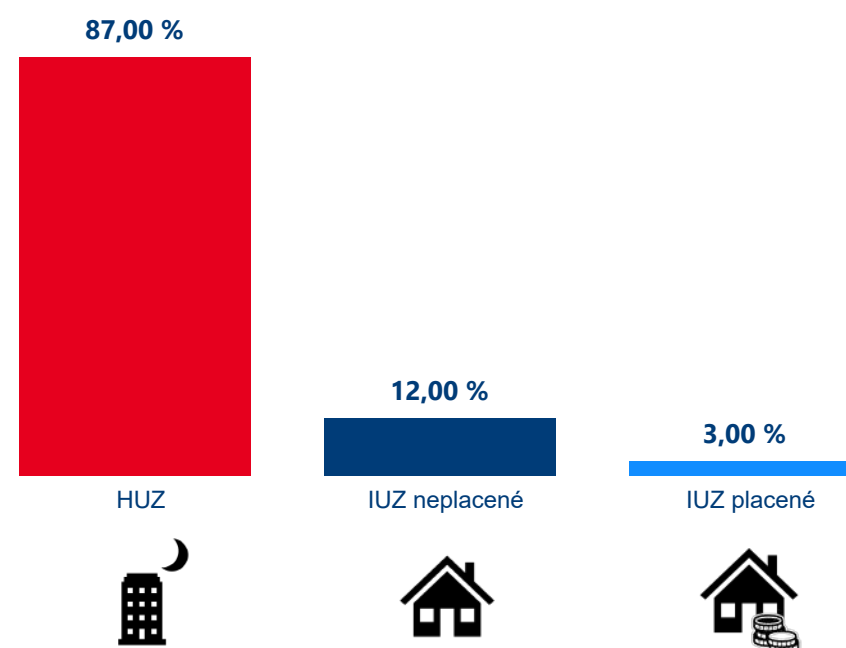


## Profil francouzského návštěvníka v Česku

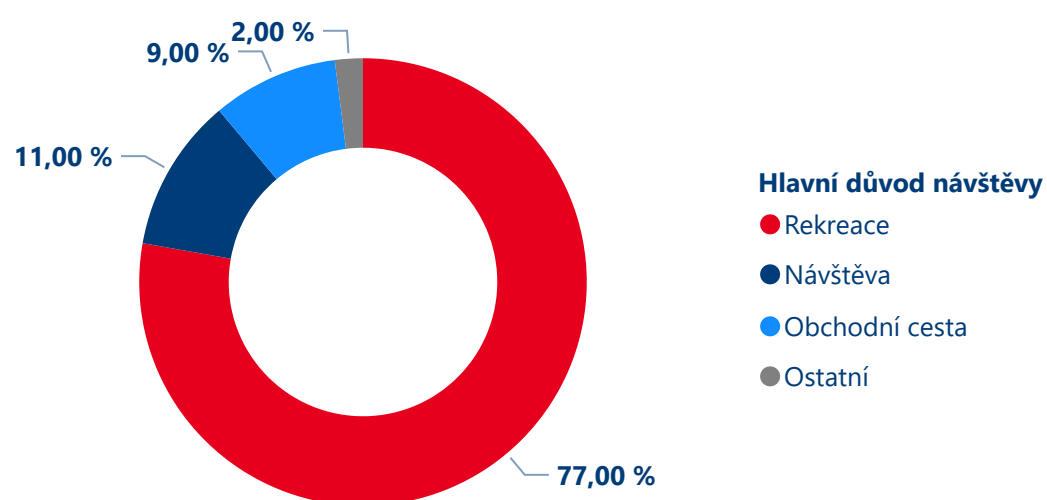
### Počet přenocování během dovolené



### Typ ubytování



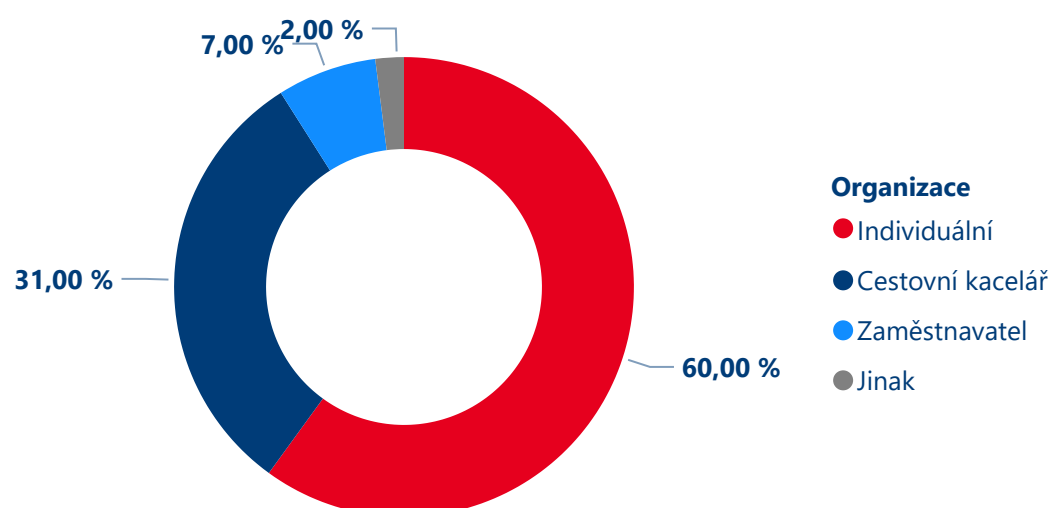
### Hlavní důvod návštěvy



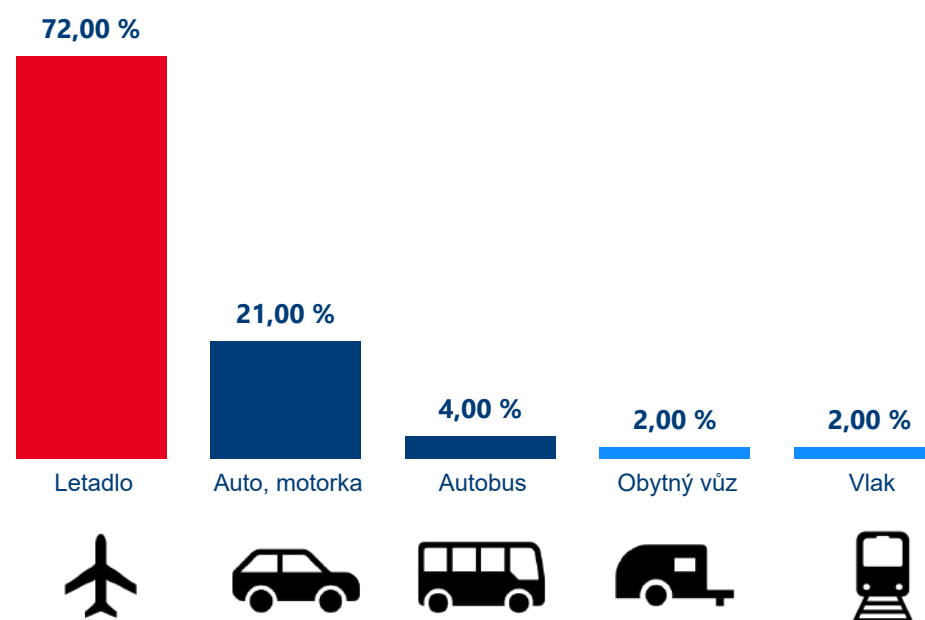
### Aktivity během pobytu



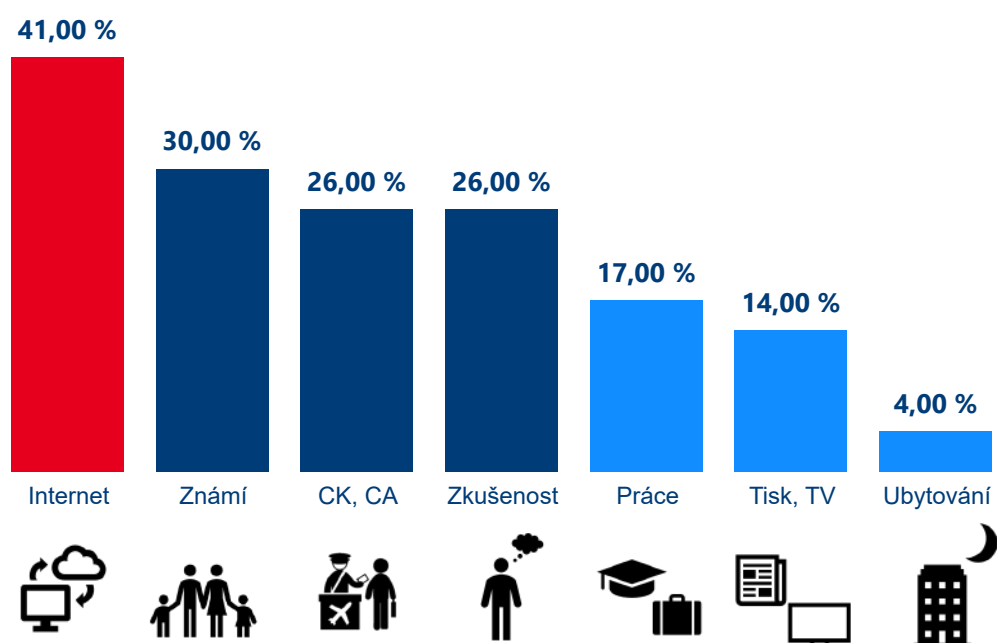
### Organizace cesty



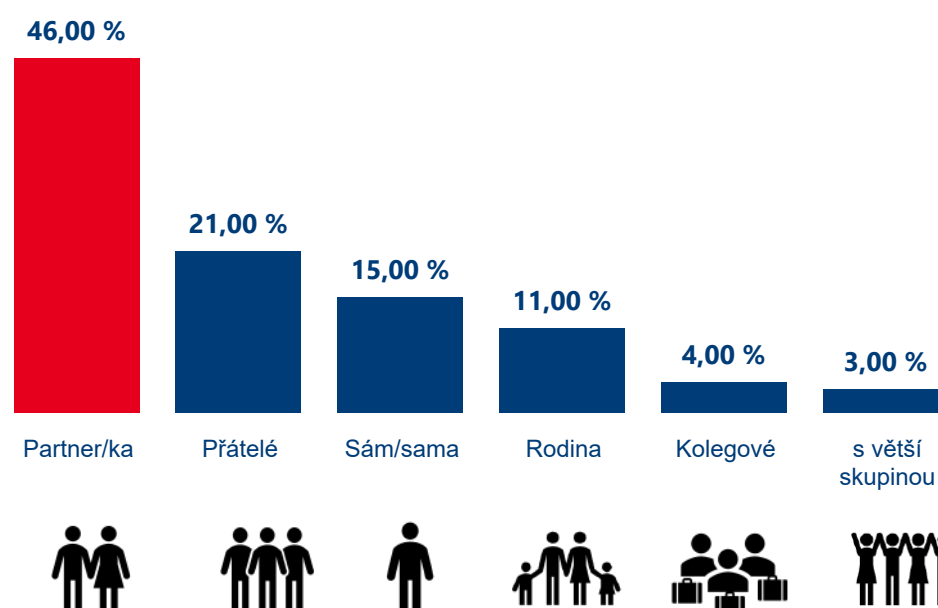
### Dopravní prostředek

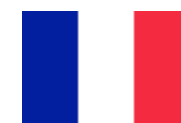


### Informační zdroj návštěvníka



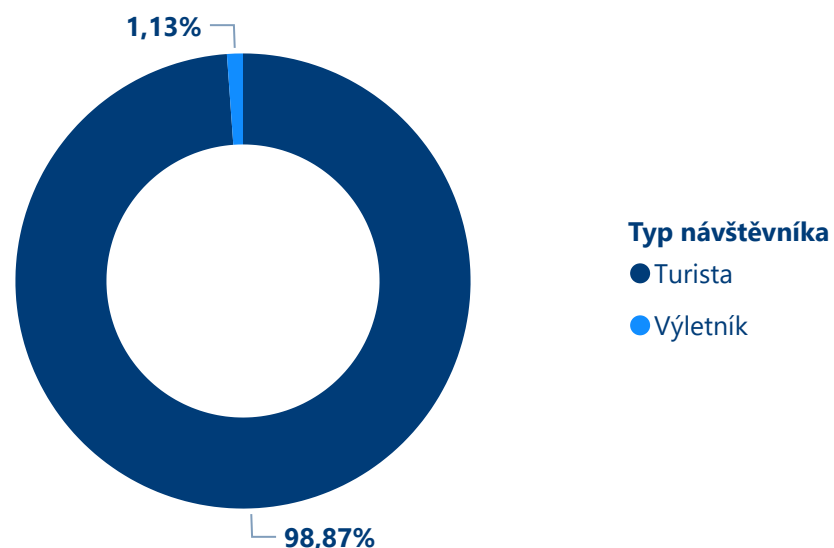
### Doprovod návštěvníka





## Profil francouzského návštěvníka v Česku

### Struktura návštěvníků

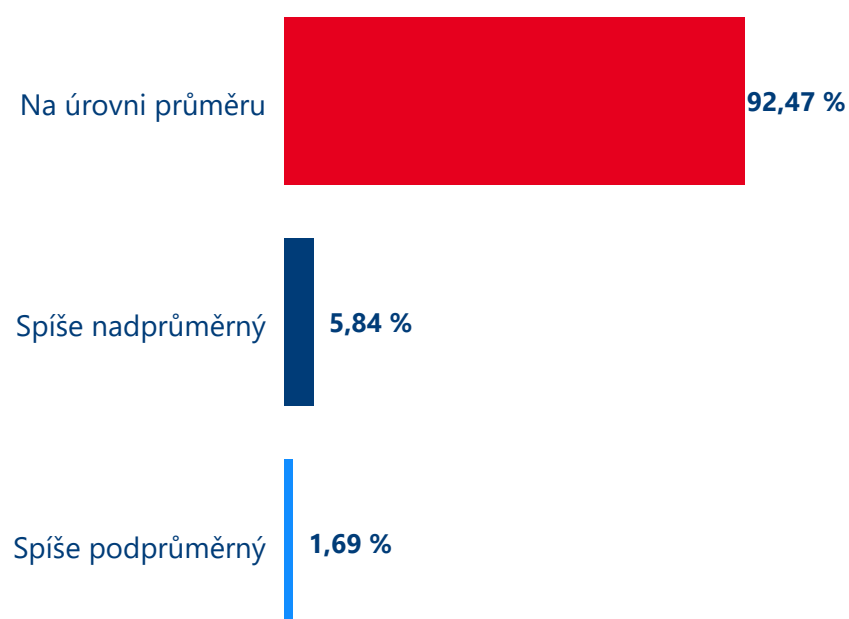


### Zdrojová města <sup>1</sup>

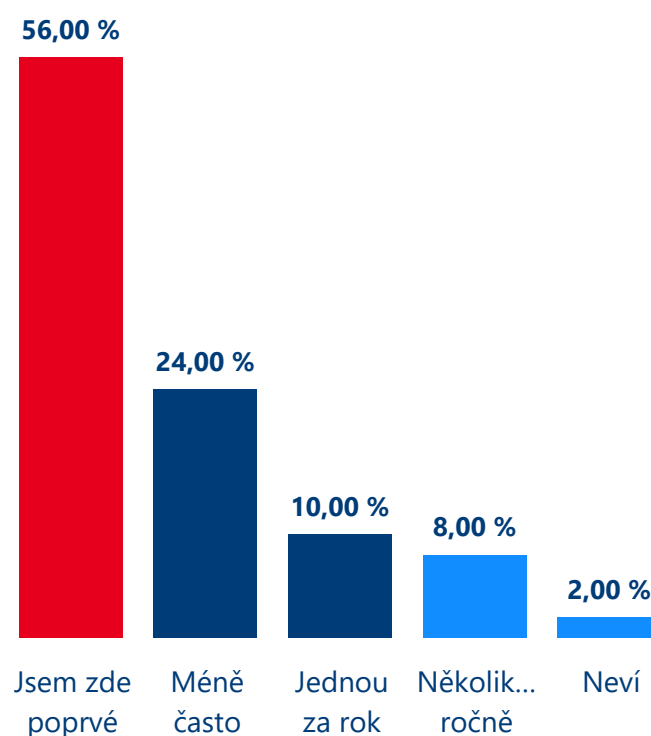
Nejvíce Francouzů cestujících do České republiky pochází z následujících měst:

- Paříž
- Lyon
- Toulouse
- Nice
- Marseille
- Bordeaux

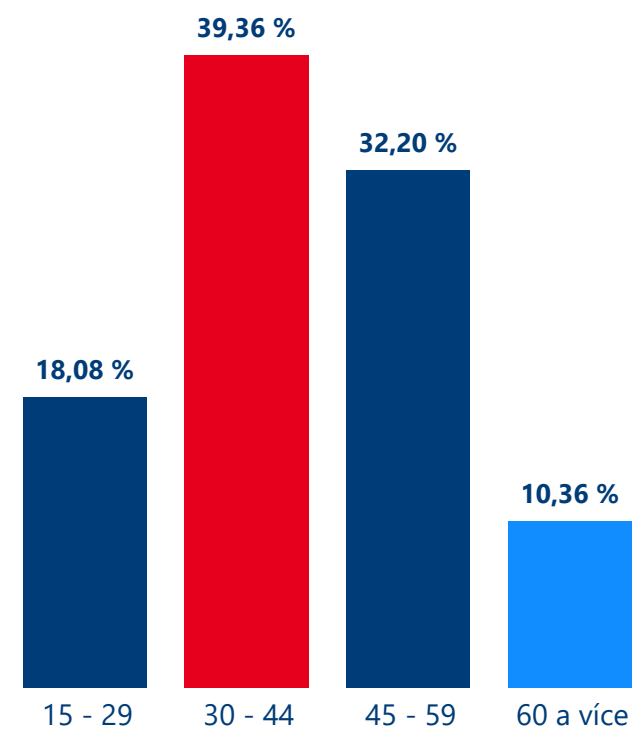
### Příjmová úroveň domácností



### Frekvence návštěv



### Věková struktura návštěvníků



### Průměrné výdaje na os/den (v CZK)

1 426

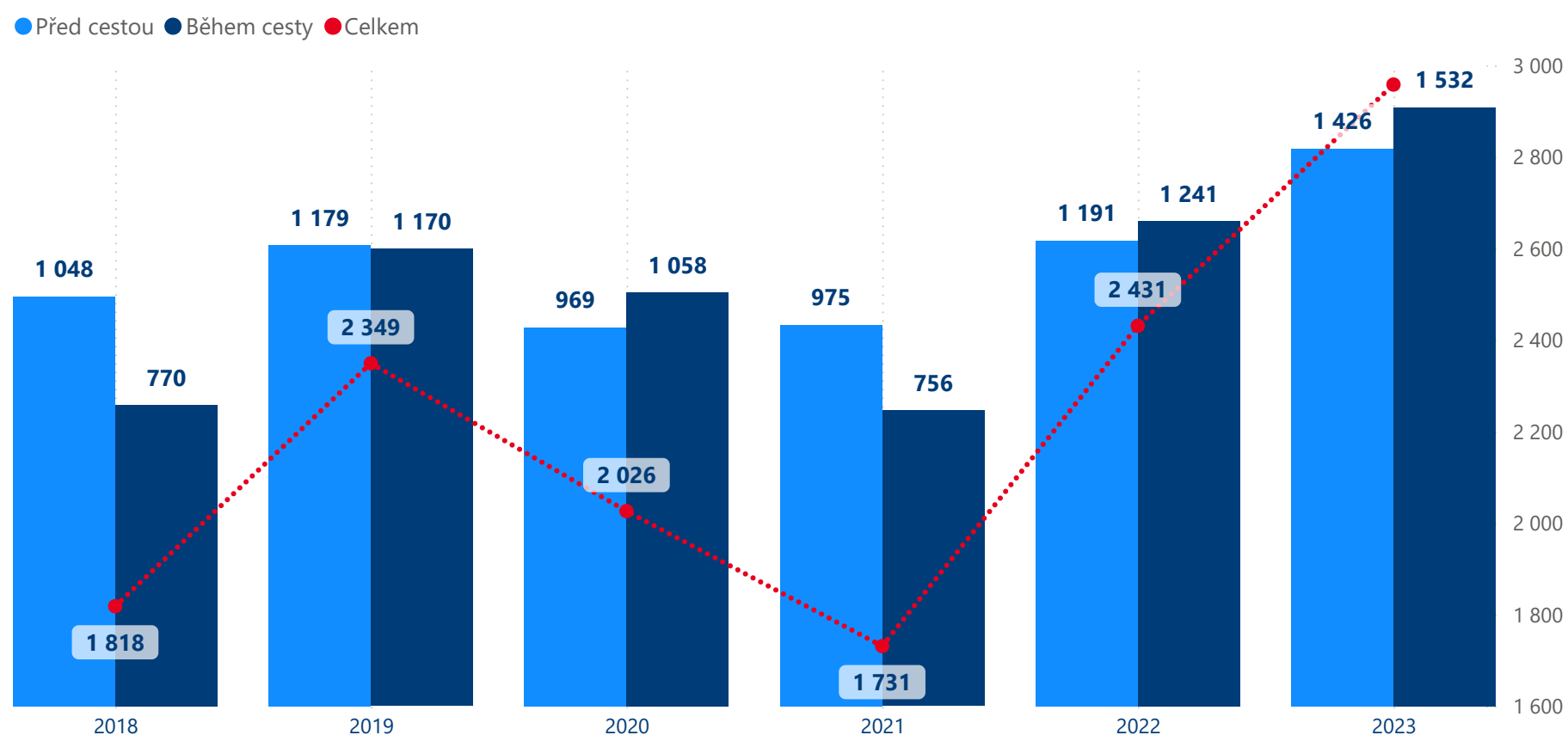
Před cestou

1 532

Během cesty

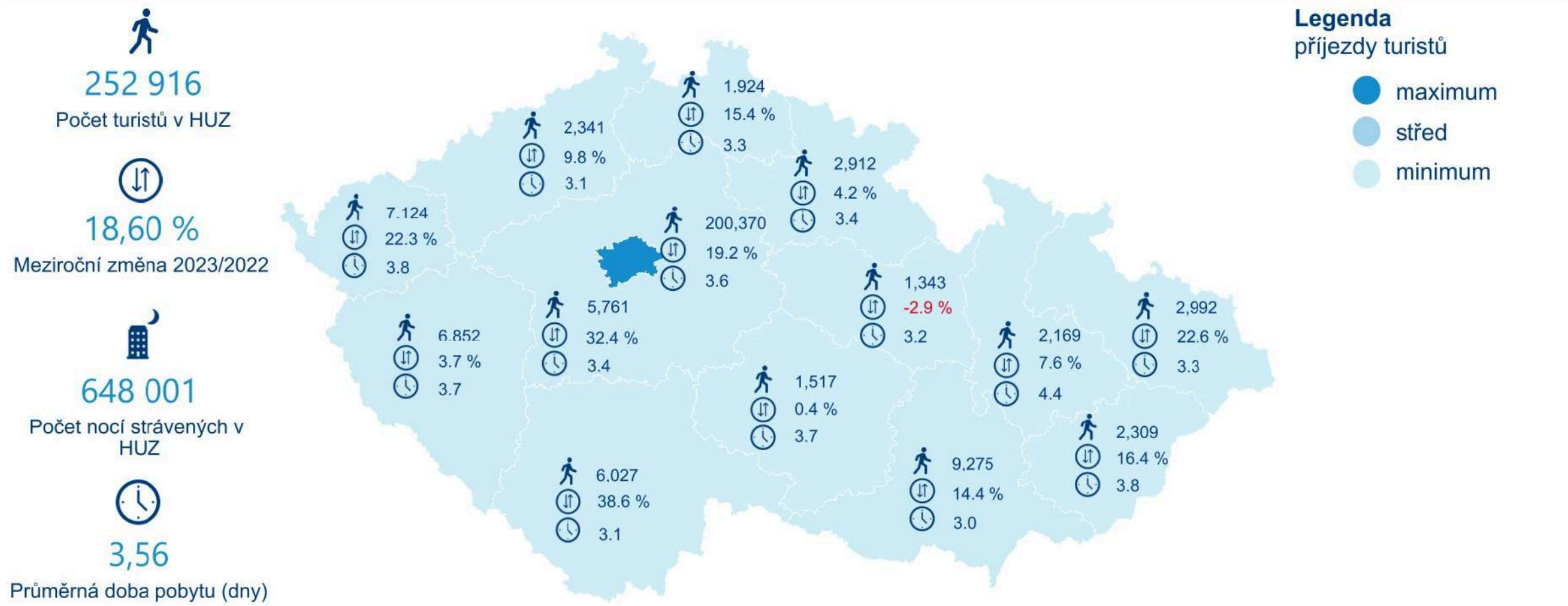
2 958

Celkem

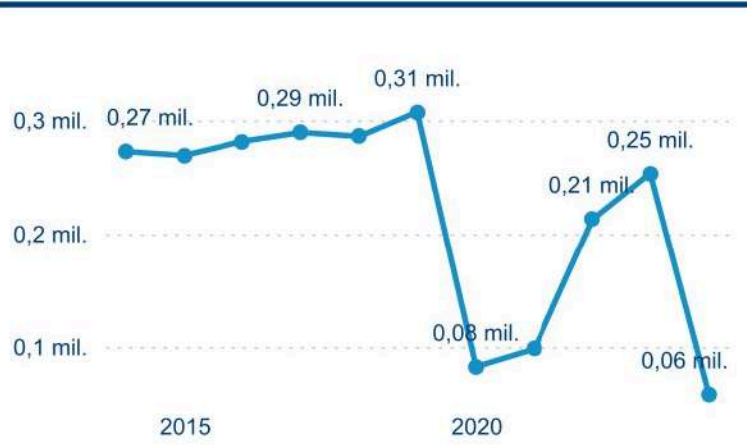




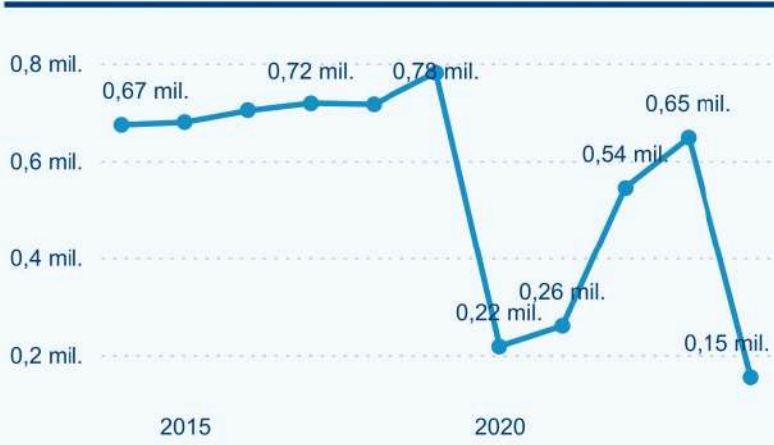
Hromadná ubytovací zařízení dle krajů



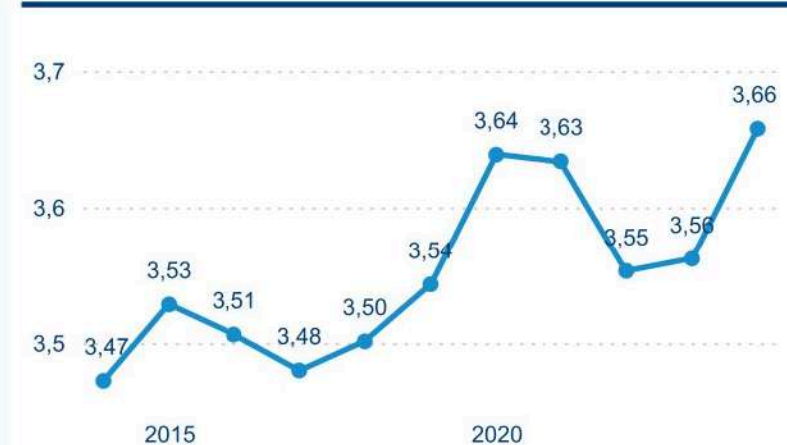
Počet turistů v HUZ



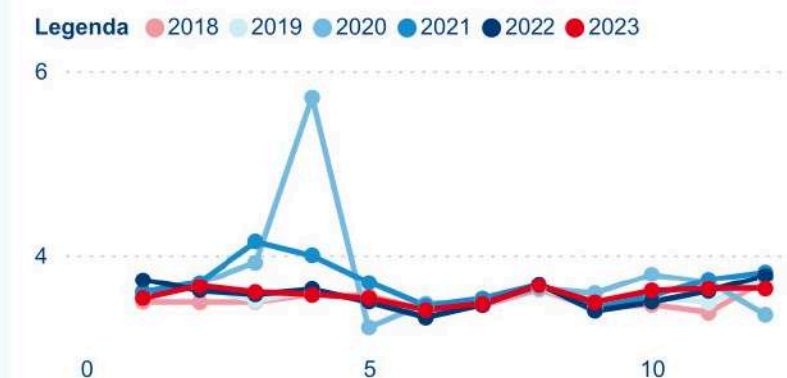
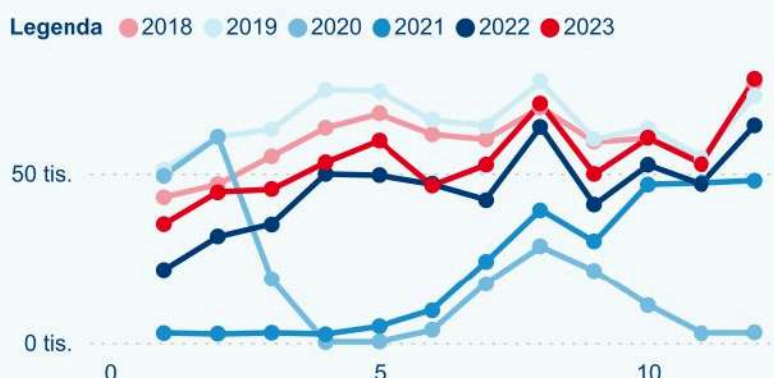
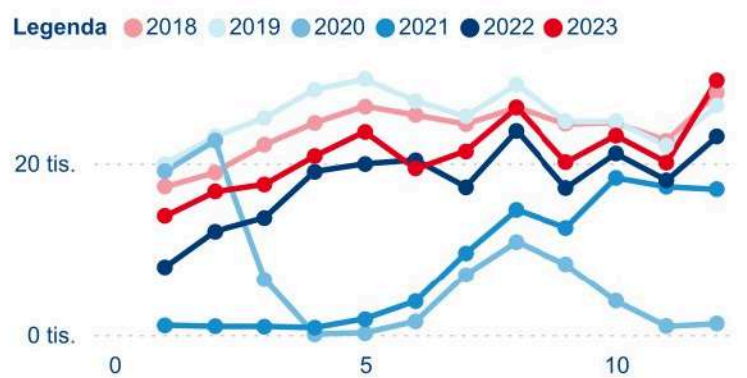
Počet přenocování v HUZ



Průměrná doba pobytu (dny)



Sezonální srovnání



Rozložení v krajích

Kraj	Podíl (%)
Hlavní město Praha	79,22%
Jihomoravský kraj	3,67%
Karlovarský kraj	2,82%
Plzeňský kraj	2,71%
Jihočeský kraj	2,38%
Středočeský kraj	2,28%
Moravskoslezský kraj	1,18%
Královéhradecký kraj	1,15%
Ústecký kraj	0,93%
Zlínský kraj	0,91%
Olomoucký kraj	0,86%
Liberecký kraj	0,76%
Kraj Vysočina	0,60%
Pardubický kraj	0,53%

Kraj	Podíl (%)
Hlavní město Praha	80,53%
Karlovarský kraj	3,04%
Plzeňský kraj	2,89%
Jihomoravský kraj	2,80%
Středočeský kraj	2,10%
Jihočeský kraj	1,93%
Olomoucký kraj	1,14%
Královéhradecký kraj	1,05%
Moravskoslezský kraj	1,04%
Zlínský kraj	0,98%
Ústecký kraj	0,75%
Liberecký kraj	0,67%
Kraj Vysočina	0,63%
Pardubický kraj	0,45%

Kraj	Průměrná doba pobytu (dny)
Olomoucký kraj	4,4
Karlovarský kraj	3,8
Zlínský kraj	3,8
Plzeňský kraj	3,7
Kraj Vysočina	3,7
Hlavní město Praha	3,6
Středočeský kraj	3,4
Královéhradecký kraj	3,3
Liberecký kraj	3,3
Moravskoslezský kraj	3,3
Pardubický kraj	3,2
Ústecký kraj	3,1
Jihočeský kraj	3,1
Jihomoravský kraj	3,0

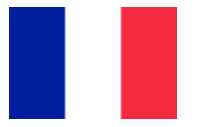
Praha a regiony



Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

Legenda ● Praha ● Regiony mimo Prahu

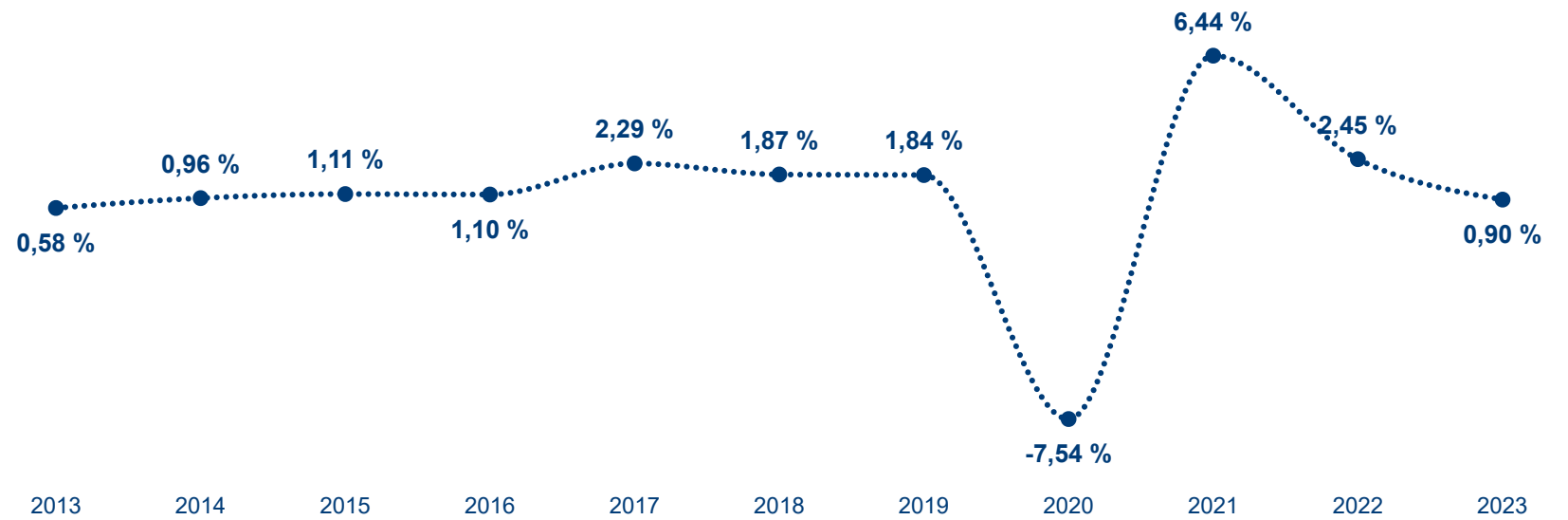


## Makroekonomická data

Meziroční růst HDP (%) <sup>1</sup>

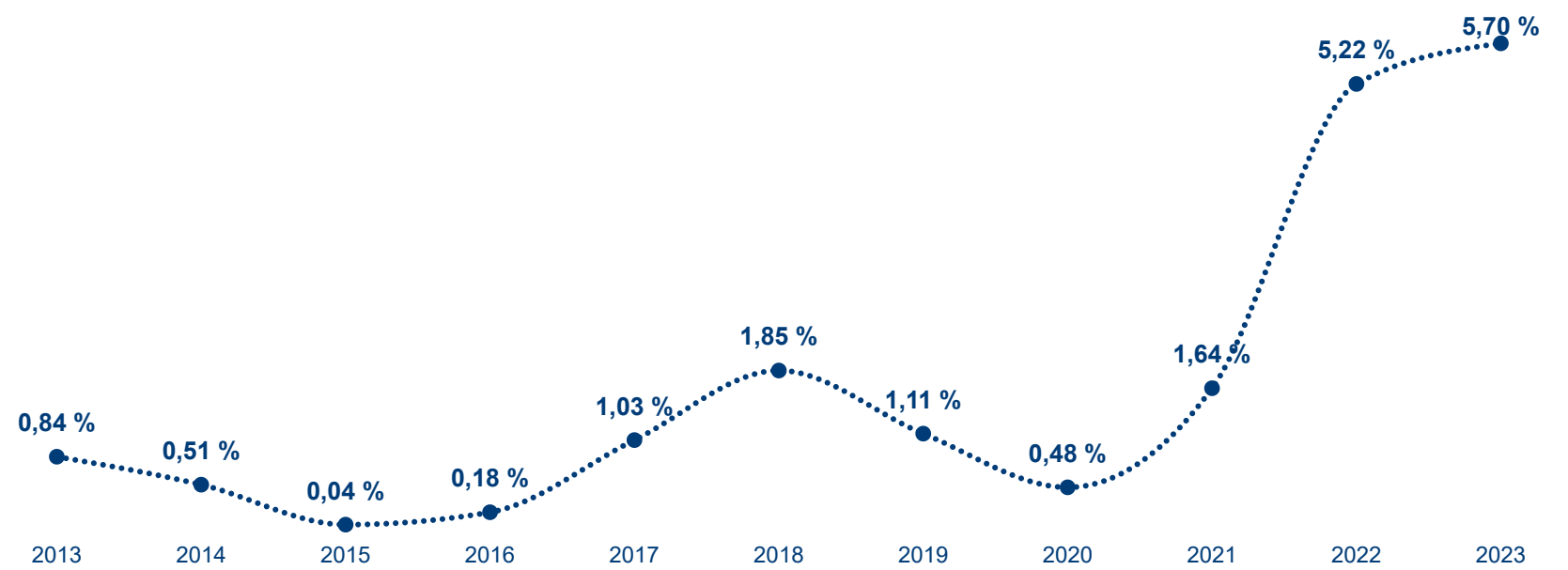
0,90 %

Meziroční růst HDP 2023

Roční míra inflace (%) <sup>2</sup>

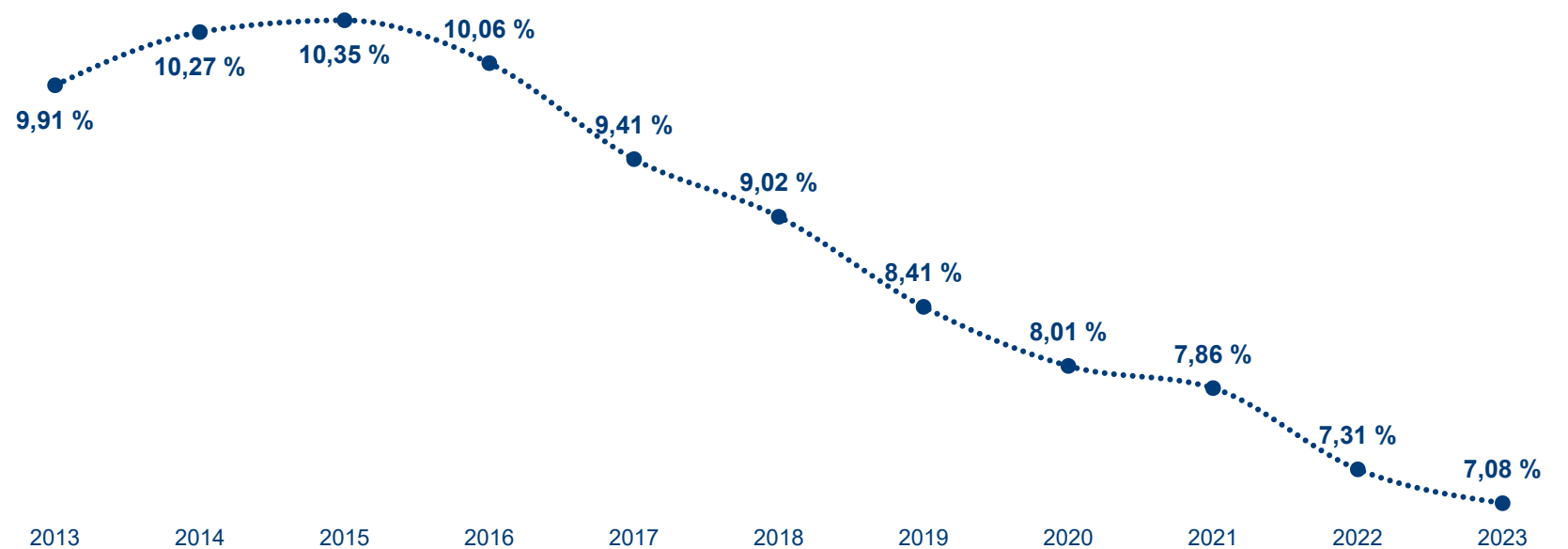
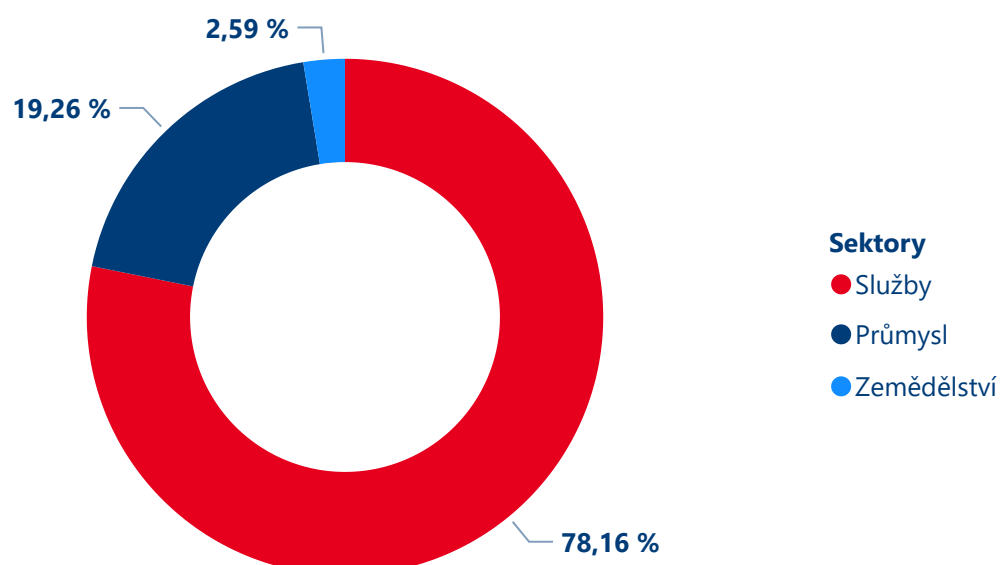
5,70 %

Míra inflace 2023

Nezaměstnanost <sup>3</sup>

7,08 %

Nezaměstnanost 2023

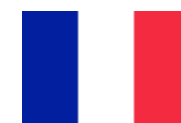
Zaměstnanost podle sektoru 2022 <sup>4</sup>

## Průměrná hrubá měsíční mzda ve Francii 2023

2 340 EUR

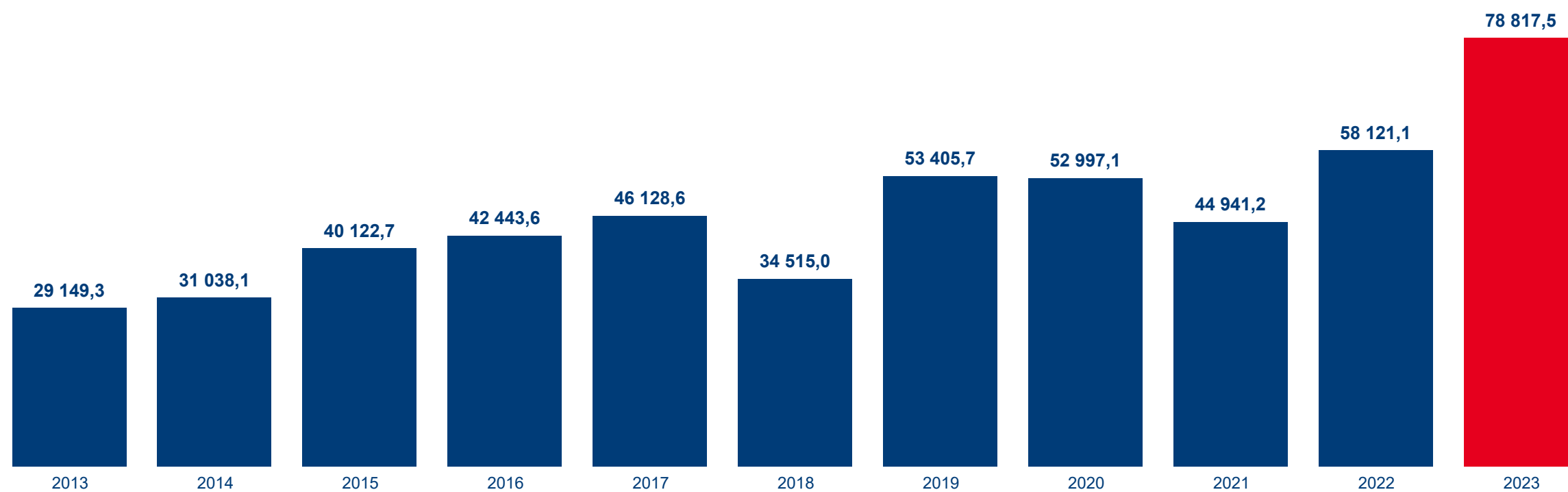
## Minimální měsíční mzda ve Francii 2023

1 766,92 EUR



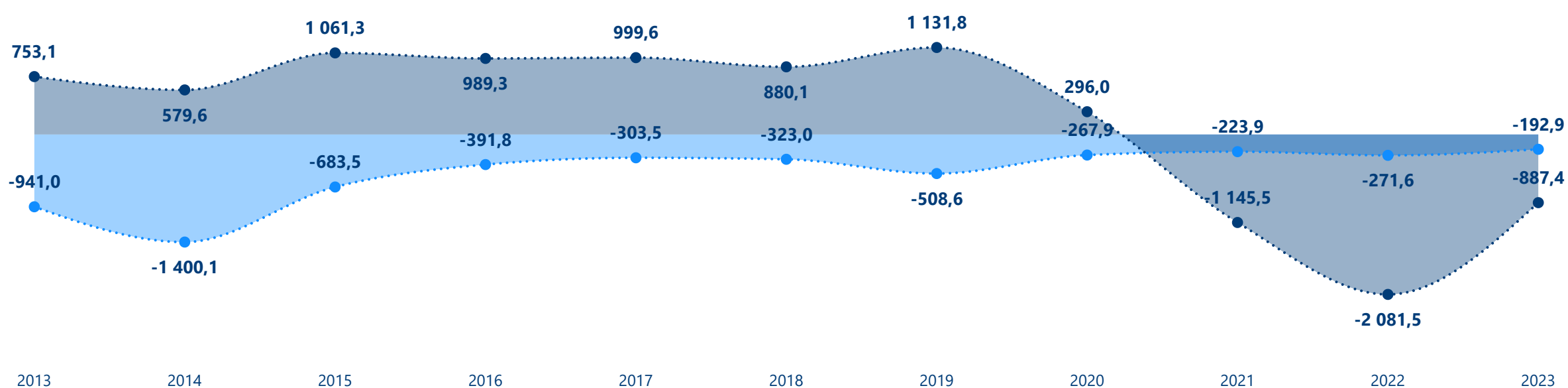
## Makroekonomická data

### Saldo běžného účtu platební bilance (v mil CZK)

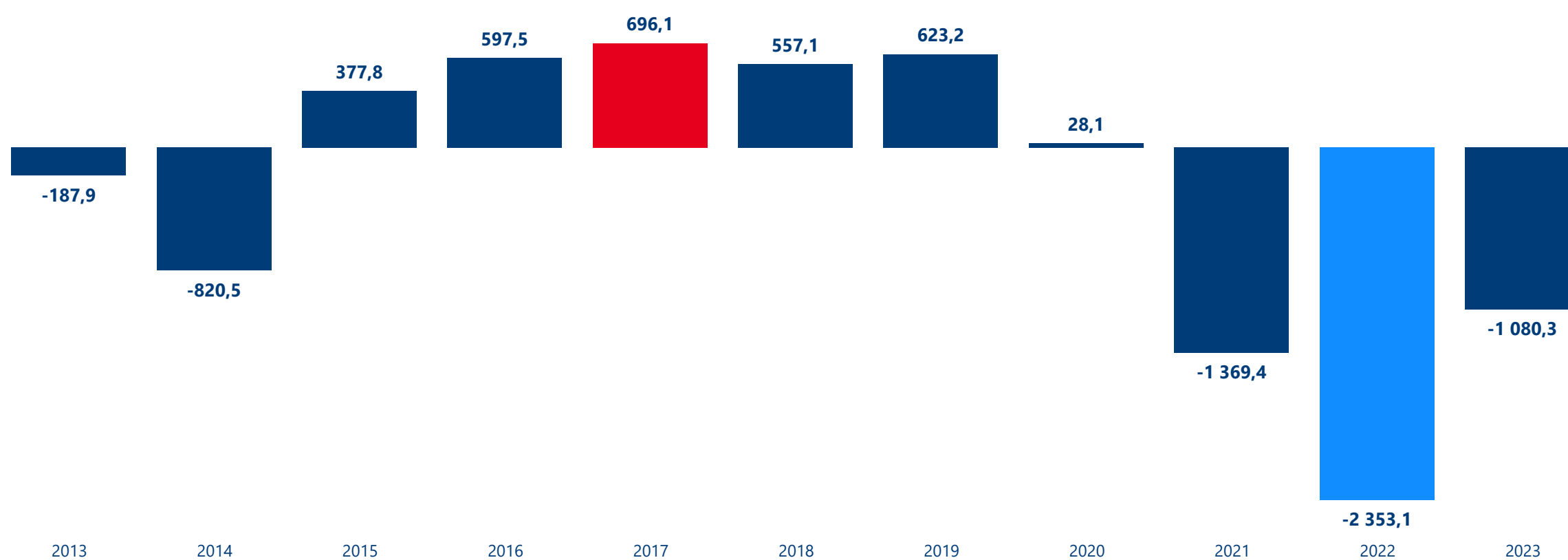


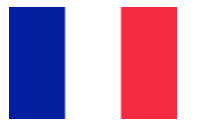
### Saldo PB cestovní ruch - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK)

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty

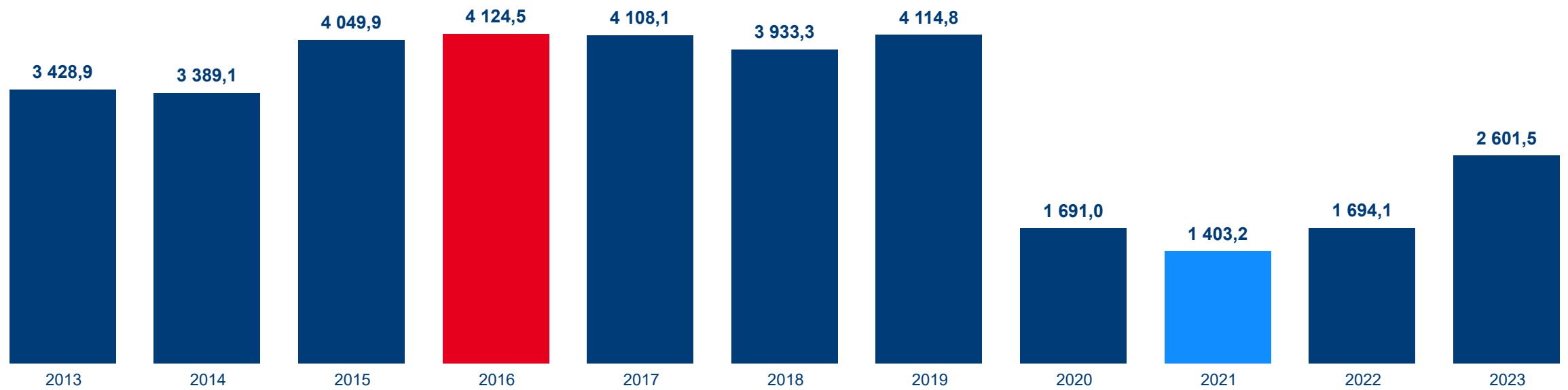


### Saldo PB cestovní ruch - celkem (v mil CZK)

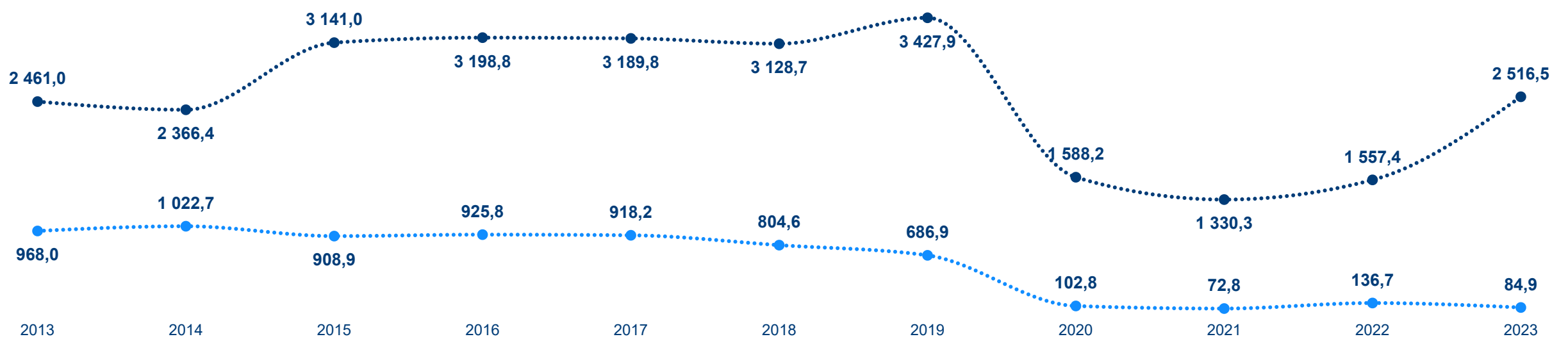
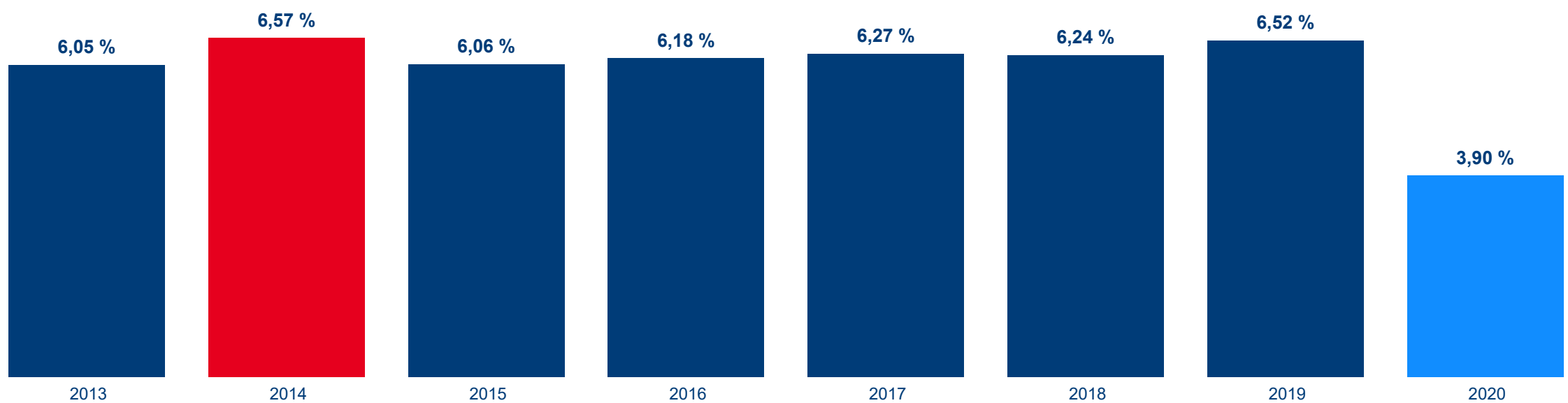
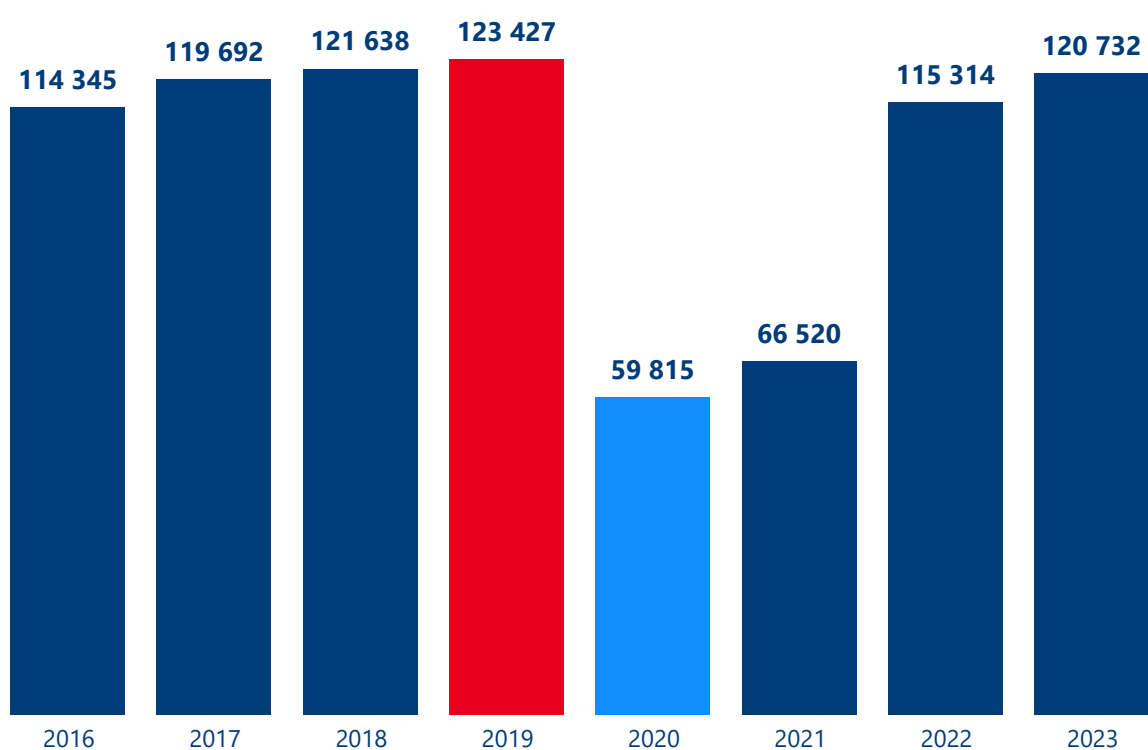
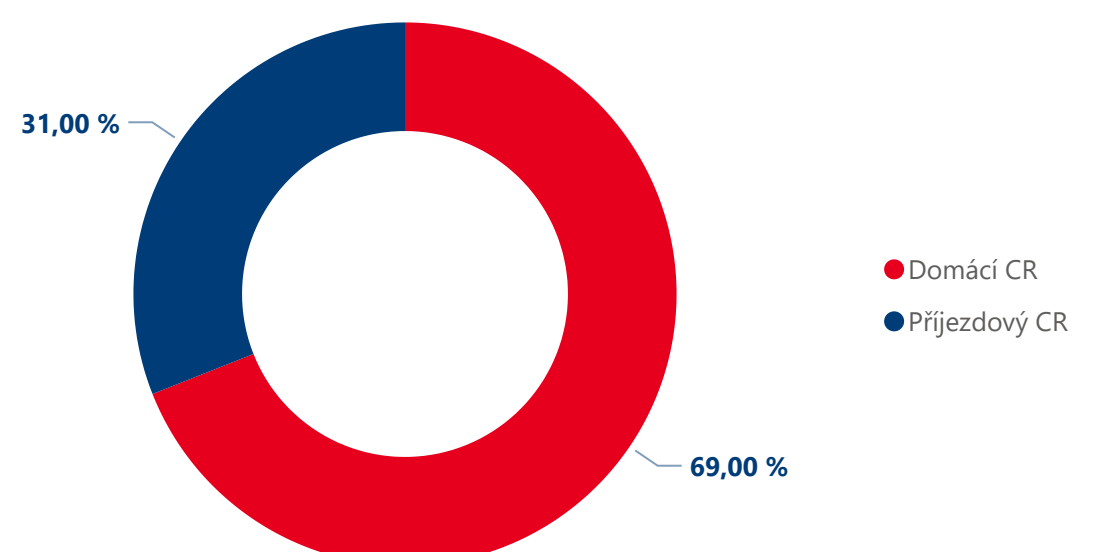




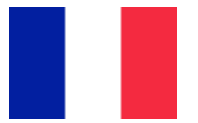
## Makroekonomická data a turismus

Celkové příjmy z cestovního ruchu (v mil CZK) <sup>1</sup>Příjmy - soukromé a pracovní cesty (v mil CZK) <sup>1</sup>

● Pracovní cesty ● Soukromé cesty

Výdaje na zahraniční CR (v %) <sup>2</sup>Příjezdy turistů do hotelů ve Francii (v tis) <sup>3</sup>Příjezdový a domácí CR ve Francii 2023 (v %) <sup>3</sup>



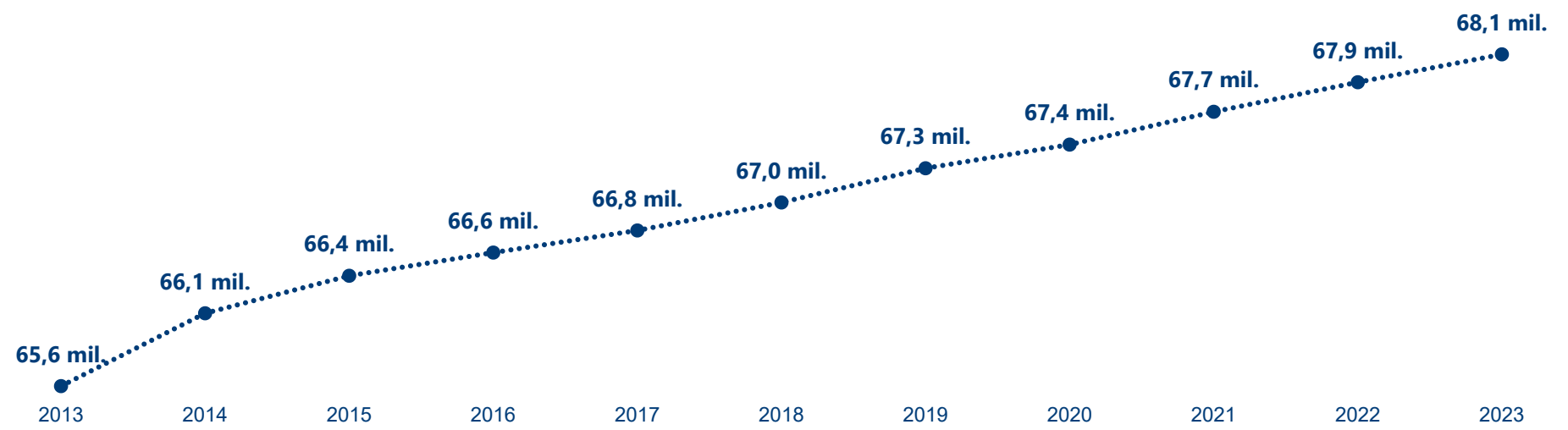


## Sociodemografická data

### Počet obyvatel <sup>1</sup>

# 68 143 433

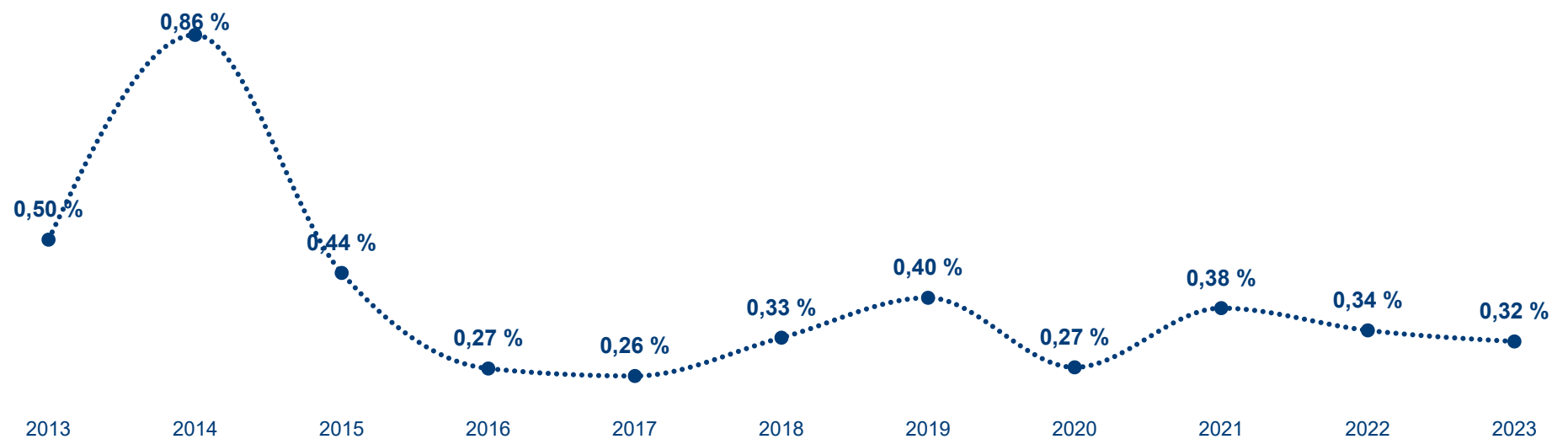
Počet obyvatel 2023



### Meziroční růst populace <sup>1</sup>

# 0,32 %

Přírůstek populace 2023



### Složení obyvatelstva: <sup>2</sup>

- 92,3 % Francouzi
- 7,7 % cizinci

### Hustota osídlení: <sup>2</sup>

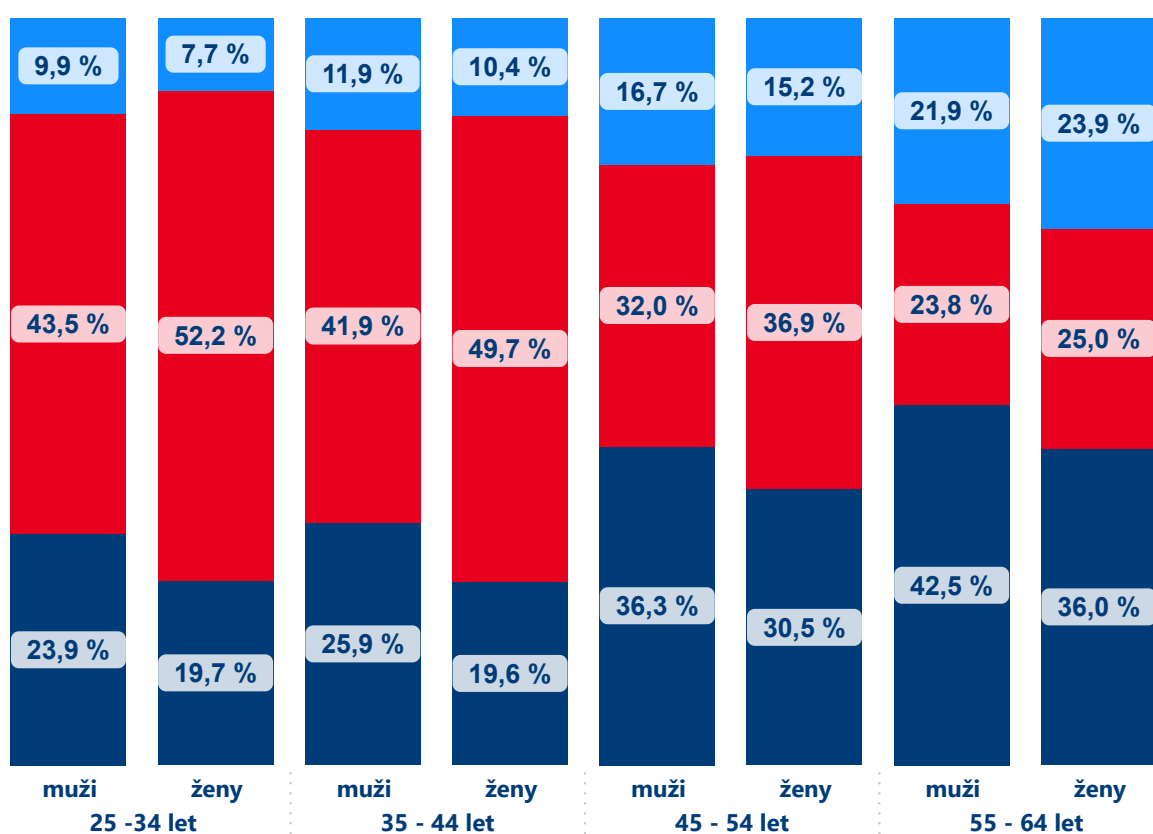
- 119 obyv./km<sup>2</sup>

### Věková struktura: <sup>2</sup>

- 0 - 19 let 23,5 %
- 20 - 64 let 55,3 %
- 64 let a více 21,2 %

### Vzdělanost <sup>2</sup>

Vzdělání ● SŠ ● VŠ ● ZŠ



### Náboženství a náboženské zvyklosti <sup>2</sup>

Zhruba polovina obyvatel Francie se nehlásí k žádnému konkrétnímu náboženství. I přes to náboženské tradice stále hrají významnou roli v životě mnoha Francouzů.

Dlouhodobě má ve Francii silnou pozici Katolicismus, který je i dnes největší náboženskou komunitou. Hlásí se k němu zhruba 30 % populace. I když se pravidelná účast na bohoslužbách snižuje, mají katolické tradice hluboké kořeny v kulturním a historickém dědictví země.

Druhým nejrozšířenějším náboženstvím ve Francii je Islám (cca 10 % populace). V posledních desetiletích se muslimská komunita ve Francii značně rozrostla díky migraci. Muslimská populace se stává čím dál viditelnější a je aktivní součástí francouzské společnosti.

Transgenerační přenos náboženství je nejsilnější u islámu a judaismu. Tyto náboženské komunity si udržují své tradice a hodnoty prostřednictvím rodiny a kultury, ačkoli se mohou měnit pod vlivem moderních trendů a globalizace.



## Metodika a odkazy

### Country reporty zahrnují kombinovaná data z různých zdrojů, které jsou vždy uvedeny:

**ČNB:** Data České národní banky (údaje ze statistiky platební bilance)

**ČSÚ:** Data Českého statistického úřadu (data ze statistiky návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení)

**INSEE:** Data Francouzského statistického úřadu (počet příjezdů do hotelů, počet obyvatel)

**Tracking:** Data CzechTourism z výběrového šetření "Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu" (data o marketingové segmentaci a spotřebitelském chování návštěvníků)

**World Bank:** Data Světové banky (makroekonomická data trhu, demografická data)

**Výdaje na zahraniční cestovní ruch (ZCR) v %:** Podíl výdajů na ZCR k celkovému exportu dané ekonomiky

**Turista:** osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu delší než 24 hodin (a kratší než 1 rok), přičemž nemá z pobytu v této destinaci příjem. V praxi: účastník cestovního ruchu, který v navštívené destinaci nejméně jedenkrát přenocuje.

**Výletník (též jednodenní návštěvník):** osoba, která vycestuje z místa svého trvalého bydliště do cílové destinace na dobu kratší než 24 hodin (tedy v destinaci nepřenocuje).

**CR:** cestovní ruch

**PCR:** příjezdový cestovní ruch (incoming)

**DCR:** domácí (tuzemský) cestovní ruch

**HUZ** (hromadná ubytovací zařízení): zařízení s minimálně 5 pokoji a zároveň 10 lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu

**IUZ** (individuální ubytovací zařízení)

### Podrobné informace naleznete v níže uvedených sestavách

Sestava Tracking



Sestava HUZ



Country report Francie 2019



Country report Francie 2022



Zpracováno Institutem turismu  
institut@czechtourism.cz  
tourdata.cz

Zahraniční zastoupení ve Francii

Markéta Dianová  
ředitelka ZZ Francie  
dianova@czechtourism.com

© CzechTourism 2024

Obsah je chráněn autorským právem. Užití díla pro komerční účely je možné pouze se souhlasem autora.