

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Obor: Cestovní ruch

**Francie: ekonomika a postavení na mezinárodním trhu
cestovního ruchu**

(diplomová práce)

Autor: Bc. Barbora Bat'hová

Vedoucí práce: doc. Ing. Josef Abrhám, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Francie: ekonomika a postavení na mezinárodním trhu cestovního ruchu vypracovala samostatně. Veškerou použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v přiloženém seznamu literatury.

V Praze dne:

.....

Podpis

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu mé diplomové práce panu doc. Ing. Josefu Abrahámovi, Ph.D. za jeho cenné rady, připomínky a návrhy, které mi poskytl při zpracování této práce. Poděkování patří taktéž mé rodině, bez jejíž celoživotní podpory bych se do tohoto bodu nedostala. Práci bych ale chtěla věnovat hlavně mé tetě, Zdeňce Hanžlíkové, jenž krátce před dokončením této práce zemřela.

OBSAH

Úvod	1
1. Teoretické vymezení problematiky	2
1.1. Definice základních pojmů v cestovním ruchu	2
1.2. Postavení cestovního ruchu ve světové ekonomice	4
1.3. Mezinárodní cestovní ruch v regionech	6
1.4 Konkurenceschopnost	12
2. Ekonomická charakteristika Francie	17
2.1 Základní informace o zemi	17
2.2 Makroekonomické ukazatele	19
2.3 Struktura ekonomiky	29
2.4 Konkurenceschopnost ekonomiky	34
2.5 Zhodnocení ekonomického vývoje	37
3. Cestovní ruch Francie	40
3.1. Charakteristika cestovního ruchu	40
3.2. Turistické regiony a hlavní atraktivity	46
3.3. Postavení na trhu mezinárodního cestovního ruchu	55
3.3.1. Příjezdový CR	55
3.3.2. Výjezdový CR	58
3.3.3. Domácí CR	60
3.4. Postavení CR v národním hospodářství	61
3.5. Konkurenceschopnost Francie jako destinace cestovního ruchu	64
3.6. Nástroje a politiky na podporu cestovního ruchu	67
3.6.1 Bariéry rozvoje cestovního ruchu	67
3.6.2 Strategie cestovního ruchu	69
3.6.3 Prognóza vývoje cestovního ruchu	72
Závěr	75
Seznam použitých zdrojů	78
Seznam grafů	82
Seznam tabulek	82
Seznam obrázků	83

SEZNAM ZKRATEK

GCI	Globální index konkurenceschopnosti (Global Competitiveness Index)
HDP	Hrubý domácí produkt
TTCI	Index konkurenceschopnosti destinace cestovního ruchu (Travel & Tourism Competitiveness Index)
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu (United Nations World Tourism Organisation)
USD	americký dolar (United States Dollar)
WEF	Světové ekonomické fórum (World Economic Forum)
WTTC	Světová rada cestování a cestovního ruchu (World Travel & Tourism Council)
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development)
OSN	Organizace spojených národů
WTO	World Trade Organization (Světová obchodní organizace)
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu)

ÚVOD

Tato diplomová práce se zabývá ekonomikou Francie a jejím postavením na mezinárodním trhu cestovního ruchu. Hlavním cílem této práce je tudíž provedení analýzy makroekonomických ukazatelů francouzské ekonomiky a zhodnocení postavení Francie v rámci trhu mezinárodního cestovního ruchu. Mezi dílčí cíle patří zhodnocení konkurenceschopnosti země jak v oblasti ekonomiky, tak v oblasti cestovního ruchu, dále také charakteristika cestovního ruchu Francie a identifikace bariér a příležitostí jejího rozvoje.

Samotná práce je rozdělena do tří kapitol. První kapitola představuje teoretické uvedení do problematiky a nejdříve vysvětluje základní pojmy a definice týkající se cestovního ruchu. Následně rozebírá postavení cestovního ruchu ve světové ekonomice. Stěžejní částí první kapitoly je potom regionální a subregionální rozložení mezinárodního cestovního ruchu. Poslední část kapitoly je věnována konkurenceschopnosti ekonomiky a cestovního ruchu a způsobům jejího měření.

Druhá kapitola se věnuje analýze francouzské ekonomiky, avšak nejdříve přináší základní informace o zemi od její geografie přes složení obyvatelstva až po administrativní členění. Potom již přichází stěžejní část této kapitoly, kde jsou analyzovány vybrané makroekonomické ukazatele a popsána struktura ekonomiky od primárního až po terciární sektor. Závěr kapitoly patří zhodnocení ekonomického vývoje a konkurenceschopnosti francouzské ekonomiky včetně nastínění možného budoucího směřování.

Práci uzavírá třetí kapitola zabývající se cestovním ruchem Francie. Začátek kapitoly představuje jednotlivé turistické regiony a vybrané turistické atraktivity. Poté je provedena analýza postavení Francie na trhu mezinárodního cestovního ruchu z hlediska příjezdového, výjezdového, ale také domácího cestovního ruchu, přičemž se opírá o nejnovější statistiky. Další část kapitoly se zabývá postavením cestovního ruchu v národním hospodářství. Stejně jako v druhé kapitole, i zde je provedeno zhodnocení konkurenceschopnosti, ale tentokrát pouze z hlediska cestovního ruchu. Konečně poslední část kapitoly se věnuje nástrojům a politikám na podporu cestovního ruchu a současně odhaluje bariéry rozvoje cestovního ruchu v zemi ve světle nedávných teroristických útoků a na závěr nastiňuje prognózu budoucího vývoje.

Diplomová práce čerpala jak z knižních, tak i elektronických informačních zdrojů. Knižní zdroje v českém jazyce našly uplatnění především v první kapitole. Zbytek práce povětšinou čerpal z webových stránek, či elektronických publikací a statistik různých mezinárodních organizací dostupných na internetu v anglickém a francouzském jazyce. Pro zpracování tématu bylo využito několik výzkumných metod. Z velké části byla použita deskriptivní metoda, dále pak metoda komparace a analyticko-syntetické poznávací postupy.

1. TEORETICKÉ VYMEZENÍ PROBLEMATIKY

První kapitola představuje teoretické východisko pro zpracování diplomové práce. První část kapitoly se zabývá základní terminologií používanou v cestovním ruchu. Následně je pozornost věnována postavení mezinárodního cestovního ruchu ve světové ekonomice. Třetí část kapitoly potom představuje regionální a subregionální rozložení cestovního ruchu dle UNWTO. Je zde charakterizováno všech 5 regionů, přičemž největší pozornost bude věnována regionu Evropa, kam Francie patří a který je navíc ze všech regionů nejvýznamnější. Poslední část kapitoly je zasvěcena konkurenceschopnosti a způsobům jejího měření, a to jak z pohledu konkurenceschopnosti ekonomiky, tak i z pohledu konkurenceschopnosti cestovního ruchu země.

1.1. DEFINICE ZÁKLADNÍCH POJMŮ V CESTOVNÍM RUCHU

Cestovní ruch, jenž v sobě zahrnuje cestování, a to většinou za poznáním cizích států a jejich kultur a památek, je již neodmyslitelnou součástí nejen našich životů, ale i celé moderní společnosti. Z předchozích slov tedy vyplývá, že cestovní ruch tvoří důležitou složku spotřeby obyvatelstva, čímž se stává významným faktorem rozvoje národních ekonomik, ale také ekonomiky světové. Ne každé cestování se ale dá klasifikovat jako cestovní ruch. Tím se dostávám k otázce, co to vlastně cestovní ruch je?

Definice cestovního ruchu se samozřejmě v průběhu času mění, v současnosti je zřejmě nejpoužívanější definice UNWTO z roku 1991, která zní: „*Cestovní ruch je definován jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovena (u mezinárodního cestovního ruchu 1 rok, u domácího 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“¹

Jelikož se tato práce zabývá mezinárodním cestovním ruchem, ráda bych zde uvedla rovněž jeho definici, která popisuje mezinárodní cestovní ruch jako: „*účast na turismu, kdy dochází k překročení hranice národního státu. Mezinárodní turismus představuje nejširší (nejvolnější) pojem z hlediska územní realizace turismu, zahrnující pohyb účastníků turismu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení (zahraniční turismus více států či regionů).*“² Je ale potřeba dodat, že podle této definice se do statistik mezinárodního cestovního ruchu nezapočítávají pohyby osob jako pravidelné cesty do zahraničí (např. obchodní cesty), dočasné přestěhování do jiného státu za pracovní příležitostí či dlouhodobé migrace nebo změny bydliště.

Již jsme si definovali, co to je cestovní ruch. Ten ale můžeme podle různých hledisek rozdělit na několik typů, přičemž typologie cestovního ruchu je značně rozsáhlá. Podle místa realizace se cestovní ruch se dělí na domácí, kdy jeho účastníci nepřekračují státní hranice své země, a zahraniční cestovní

¹ INDROVÁ, Jarmila, a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Str. 12. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4

² PALÁTKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Str. 11. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

ruch, při kterém vždy dochází k překračování těchto hranic. Zahraniční cestovní ruch je možné z hlediska určité země chápat dvěma způsoby, a to jako výjezdový a příjezdový. Pokud je budeme zkoumat z hlediska vlivu na platební bilanci, tak můžeme výjezdový cestovní ruch označit jako pasivní, jelikož se jedná o cestovní ruch obyvatel dané země realizovaný cestou do jiných zemí. Naproti tomu je příjezdový cestovní ruch označován jako aktivní, jelikož dochází k příjezdům zahraničních turistů do dané země.³

Dle délky pobytu dále rozlišujeme cestovní ruch krátkodobý (do 3 přenocování) a dlouhodobý (více jak 3 přenocování). Z hlediska převažující motivace účasti na cestovním ruchu lze hovořit o rekreačním cestovním ruchu, kulturně-poznávacím cestovním ruchu, cestovním ruchu se vzdělávacími motivy, sportovně orientovaném cestovním ruchu či cestovním ruchu s profesními motivy.⁴

Pro samotnou realizaci cestovního ruchu je ale třeba nejdříve splnit několik předpokladů. Mezi ně patří: společnost na určitém stupni vývoje, existence volných finančních prostředků a dopravních prostředků k překonávání větších vzdáleností nebo bezpečnostní situace, která v poslední době velmi citelně ovlivnila cestovní ruch v Evropě poté, co např. Francie, Belgie či Německo byly zasaženy teroristickými útoky. Do takových zemí se pak lidé logicky bojí cestovat.

Stejně jako rozlišujeme několik typů cestovního ruchu, rozlišujeme také různé typy účastníků cestovního ruchu: stálé obyvatele (rezidenty), návštěvníky, turisty a výletníky. Rezidentem je v případě mezinárodního cestovního ruchu osoba, která žije v konkrétní zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku. Návštěvník je v mezinárodním cestovním ruchu osoba cestující do jiné země, než ve které má své trvalé bydliště, na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž primárním účelem cesty není vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. Speciální kategorií představuje tranzitní návštěvník, který se v dané lokalitě nebo zemi zastaví na cestě do jiného cíle cesty, a to na jeden, ale i více dní. Dle délky pobytu se návštěvníci dále dělí na turisty a výletníky. U turistů pobyt v navštíveném místě zahrnuje alespoň 1 přenocování, zatímco pobyt výletníka na daném místě je kratší než 24 hodin, a tedy nezahrnuje přenocování.⁵

Nakonec bych také ráda zmínila, že existuje rozdíl mezi průmyslem a ekonomikou cestovního ruchu. Zatímco průmysl cestovního ruchu v sobě zahrnuje pouze přímá odvětví cestovního ruchu, jako jsou např. ubytovací a stravovací služby, tak ekonomika cestovního ruchu zahrnuje jak přímá, tak nepřímá odvětví cestovního ruchu. To znamená, že do ekonomiky cestovního ruchu patří i dodavatelské služby jako např. catering letecké dopravy, marketingové služby či účetní služby. Z výše

³ ZELENKA, J. a PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2

⁴ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8, s. 14.

⁵ KULHÁNEK, M.; IVIČIČ, M. a JAMBOROVÁ, L. *Legislativa pro cestovní ruch*. [Dokument] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. a INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4

uvedeného tedy logicky vyplývá, že podíl průmyslu cestovního ruchu na hrubém domácím produktu (HDP) či zaměstnanosti je nižší než podíl ekonomiky cestovního ruchu.⁶

1.2. POSTAVENÍ CESTOVNÍHO RUCHU VE SVĚTOVÉ EKONOMICE

V uplynulých šesti desetiletích, cestovní ruch zažívá pokračující expanzi a diverzifikaci a stává se jedním z největších a nejrychleji rostoucích ekonomických sektorů na světě, který vytváří 10 % světového HDP, vezmeme-li v úvahu i jeho nepřímé efekty. Cestovní ruch je také významnou kategorií mezinárodního obchodu se službami. V roce 2015 ve vývozu vytvořil 211 mld. USD prostřednictvím mezinárodní osobní dopravy poskytnuté nerezidentům, čímž se celková hodnota vývozu cestovního ruchu dostala na 1.5 bilionu dolarů, což představuje 7 % světových vývozů zboží služeb. Jako kategorie se cestovní ruch ve vývozech umísťuje na třetím místě za palivy a chemikáliemi, avšak v mnoha rozvojových zemích je prvním exportním sektorem.⁷

Nejdříve se v této práci budu věnovat postavením cestovního ruchu ve světové ekonomice z hlediska podílu na HDP, avšak budu zde rozlišovat mezi vlivem průmyslu a ekonomiky cestovního ruchu. Přímý příspěvek průmyslu cestovního ruchu ke světovému HDP byl v roce 2015 2.2 bilionu dolarů (3 % HDP). To odráží především ekonomickou aktivitu generovanou odvětvími jako jsou hotely, restaurace, cestovní kanceláře či letecká a jiná osobní doprava (s výjimkou příměstských služeb). Očekává se, že přímý podíl průmyslu cestovního ruchu na HDP poroste do roku 2026 o 4,2 % ročně na 3 469.1 miliard USD (3,4 % HDP). Celkový příspěvek ekonomiky cestovního ruchu k HDP je třikrát vyšší než u průmyslu cestovního ruchu a v roce 2015 činil 7.2 bilionu dolarů, což představuje zhruba 9.8 % celkového HDP. Předpokládá se, že ekonomika cestovního ruchu do roku 2026 taktéž poroste, a to o 4 % ročně a její podíl na HDP dosáhne na 10 986.5 mld USD (asi 10.8% HDP).⁸

Dalším ukazatelem, který se zde budu zabývat je zaměstnanost a i zde budu rozlišovat mezi zaměstnaností přímou a nepřímou. V roce 2015 bylo v odvětví vytvořeno 2.5 milionu nových pracovních míst, čímž se počet přímých pracovních míst vyšplhal na 108 milionů, což představuje 3.6 % celkové zaměstnanosti. Odhaduje se, že do roku 2026 bude v odvětví vytvořeno 135.8 milionu přímých pracovních míst, což představuje nárůst o 2.1 % ročně v průběhu příštích deseti let. Pokud zahrneme i nepřímou zaměstnanost spojenou s cestovním ruchem dostane se počet celkových pracovních míst na 283.5 milionu pracovních míst (zhruba 9.5 % celkové zaměstnanosti), přičemž během příštích 10 let by

⁶ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8, s. 14.

⁷ World Tourism Organization (UNWTO). *UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

⁸ WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Travel & Tourism economic impact 2016* [online]. London, 2016 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

toto číslo mělo vzrůst 370 milionů pracovních míst, což bude představovat asi 11 % celkové zaměstnanosti v roce 2026.⁹

Ekonomika cestovního ruchu v roce 2016 vzrostla o 3.1 %, čímž již šestým rokem v řadě předčila růst světové ekonomiky (2.3 %), ale i několika dalších významných hospodářských odvětví včetně výroby a maloobchodu. Růst průmyslu cestovního ruchu dokonce překonal růst HDP ve 127 ze 184 zemí sledovaných Světovou radou cestování a cestovního ruchu (WTTC). Příklady takových zemí, kde průmysl cestovního ruchu v roce 2015 nejvýrazněji překonal růst HDP, jsou: Island, Japonsko, Mexiko, Nový Zéland, Katar, Saúdská Arábie, Thajsko a Uganda.¹⁰

Pokud se podíváme na příjmy, tak za rok 2015 utratili zahraniční návštěvníci celkem 1.3 bilionu USD, přičemž i zde se očekává nárůst, a to na 2.056 bilionu v roce 2026, kdy by měly mezinárodní příjezdy dosáhnout 1.932 miliardy turistů. Tyto výdaje zahraničních návštěvníků jsou důležitým přispěvatelem do ekonomiky a následně vytváří tolik potřebná pracovní místa a další příležitosti pro rozvoj cestovního ruchu v cílových zemích. Pokud budeme zkoumat strukturu výdajů z hlediska leisure vs. business, tak jasně dominují leisure výdaje, které vytvořili 76.6 % HDP průmyslu cestovního ruchu.¹¹

Během minulého roku byl cestovní ruch ovlivněn třemi faktory: poklesem cen ropy a dalších komodit, bezpečnostními problémy a silou amerického dolaru vůči jiným měnám, který bude ovlivňovat cenovou konkurenceschopnost destinací a bude tak mít vliv na to, kdo bude kam cestovat. Teroristické útoky ve Francii, Egyptě nebo Tunisku nejenže poznamenaly důvěru v tyto destinace, ale i důvěru v cestování po celém světě. Dá se předpokládat, že tyto problémy budou i nadále způsobovat potíže v nadcházejících letech. Sektor cestovního ruchu ale naštěstí zůstává pružný a vlády tvrdě pracují na zajištění bezpečnosti turistů a minimalizaci dopadů bezpečnostních hrozeb tak, aby tyto incidenty neodradili turisty od cestování. Cestovní ruch byl také negativně ovlivněn zákazy letů z Ruska do Egypta a Turecka (byť v druhé polovině roku) a vypuknutím MERS v Jižní Koreji.

Navzdory ekonomické nestabilitě a dalším zdrojům volatility na širším trhu, zůstávají vyhlídky pro cestovní ruch pozitivní. Očekává se, že v příštím desetiletí sektor cestovního ruchu poroste průměrně o 4 % ročně, čímž bude nadále překonávat růst globální ekonomiky i mnohých dalších průmyslových odvětví. Dále se předpokládá, že do roku 2026 vytvoří ekonomika cestovního ruchu více než 370 milionů pracovních míst, to znamená, že 1 z 9 všech pracovních míst bude spojeno právě s cestovním ruchem. Takový silný růst bude vyžadovat, aby turistické destinace po celém světě vytvořili prostředí příznivé pro rozvoj podnikání a také účinnou koordinaci mezi veřejnými institucemi a soukromým sektorem po celém světě.

⁹ WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Travel & Tourism economic impact 2016* [online]. London, 2016 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

¹⁰ tamtéž

¹¹ tamtéž

Z hlediska dlouhodobého růstu HDP bude v příštích 10 letech nejrychleji rostoucím sub-regionem jižní Asie s růstem 7.1 %, poté následuje jihovýchodní Asie (5.8 %), sub-saharská Afrika (5.2 %), Střední Východ (4.9 %) a severní Afrika (4.2 %). Mezitím se očekává, že růst v Latinské Americe, severní Americe, v karibské oblasti a Evropě se bude pohybovat pod globálním průměrem 4 % ročně. Nejrychleji rostoucími zeměmi skupiny G20 budou do roku 2026 Čína, Indie, Indonésie, Mexiko a Jižní Afrika. Z hlediska devizových výdajů zůstanou nejdůležitějšími čtyřmi trhy Čína, USA, Německo a Velká Británie.¹²

1.3. MEZINÁRODNÍ CESTOVNÍ RUCH V REGIONECH

V předchozích podkapitolách bylo na mezinárodní cestovní ruch nahlíženo jako na celek, avšak tato podkapitola rozděluje mezinárodní turismus na menší celky – regiony a subregiony. Budu zde vycházet z metodiky UNWTO, která rozděluje svět do 5 následujících regionů: Evropa, Asie a Pacifik, Ameriky, Afrika a Střední východ. S výjimkou Středního Východu se zbylé 4 regiony dále dělí do subregionů, kterých je celkem čtrnáct. Každá ze zmíněných oblastí se ale z hlediska cestovního ruchu vyvíjí jinak, a právě to vedlo UNWTO k rozdělení světa na menší homogennější celky. Takové rozdělení jí umožňuje sledovat vývojové trendy cestovního ruchu v jednotlivých oblastech a navzájem je porovnávat a rovněž vytvářet odhady jejich následného vývoje. Regiony a subregiony jsou rozčleněny podle společných znaků jako: přírodní charakteristiky, kulturně-historické souvislosti, úroveň ekonomické vyspělosti a úroveň politické stability.

UNWTO podává každý rok informace o cestovním ruchu v regionech v publikaci *UNWTO Tourism Highlights*, z jehož poslední verze bude tato podkapitola primárně čerpat.¹³ Cestovní ruch v regionech je zde charakterizován pomocí dvou ukazatelů – mezinárodní příjezdy a mezinárodní příjmy. V ukazateli mezinárodních příjezdů jsou zahrnuty pouze zahraniční příjezdy s přenocováním, jednodenní výlety a domácí cestovní ruch v něm uvažovány nejsou. Ukazatel mezinárodních příjmů zahrnuje příjmy z příjezdového cestovního ruchu, jež ale nejsou očištěné o inflaci.

I přes občasné šoky se cestovní ruch může pochlubit nepřetržitým růstem, což dokazuje jeho sílu a odolnost v průběhu času. Mezinárodní příjezdy vzrostly z 25 milionů turistů v roce 1950 na dnešní více než miliardu. Počet zahraničních turistů v roce 2015 vzrostl o 4.6 % a dosáhl tak 1.186 miliardy návštěvníků, což představuje nárůst o 52 milionů oproti předchozímu roku. Jedná se tak již o šestý ročník nepřetržitého nadprůměrného růstu od světové hospodářské krize. Růst byl podpořen silnými výkony v Evropě, severní a jižní Americe a Asii a Pacifiku, jež všechny v průběhu roku vzrostly o 5 %.

¹² WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Travel & Tourism economic impact 2016 annual update summary* [online]. London, 2016 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf

¹³ World Tourism Organization (UNWTO). *UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

Růst příjezdů ve vyspělých ekonomikách (+ 5 %) převýšil rozvíjející se ekonomiky (+ 4 %), a to díky solidním výsledkům v Evropě (+ 5 %), která je světově nejnavštěvovanějším regionem. Příjezdy na Středním Východě se zvýšily o 2%, zatímco v Africe poklesly o 3%, především kvůli slabým výsledkům v severní Africe, která představuje více než jednu třetinu všech příjezdů v regionu. Z hlediska subregionů zaznamenaly nejlepší výsledky jihovýchodní Asie, Oceánie, Karibik, střední Amerika a severní Evropa (všechny + 7 %) následované severní a jižní Amerikou (+ 6%). Z hlediska růstu HDP ekonomiky cestovního ruchu byl trend opačný, rozvíjející ekonomiky zde překonaly ty vyspělé.

Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu se v roce 2015 v reálném vyjádření zvýšily o 4.4 % (tedy s ohledem na výkyvy směnných kurzů a inflaci), čímž celkově dosáhly výše 1.26 bilionů dolarů. V žebříčku mezinárodních příjmů i příjezdů nadále dominují Francie, Spojené státy, Španělsko a Čína, byť v jiném pořadí. Francie je z hlediska příjmů čtvrtá s 46 mld. USD, avšak první pokud jde o příjezdy s 84 miliony turistů. Naopak Spojené státy jsou první v žebříčku příjmů s 205 mld. USD, ale až druhé z hlediska příjezdů se 78 miliony turistů.

Podle dlouhodobých odhadů UNWTO do roku 2030 by se mezinárodní příjezdy měly ročně zvyšovat o 3.3 %, tedy v absolutním vyjádření o 43 milionů, a roku 2030 dosáhnout 1.8 miliardy příjezdů. Dále se očekává, že do roku 2030 porostou příjezdy do rozvíjejících se destinací o 4.4 % ročně, tedy dvojnásobným tempem než příjezdy do vyspělých destinací (2.2 %). Výsledkem bude, že 57 % mezinárodních příjezdů v roce 2030 bude do rozvíjejících se destinací oproti 43 % do vyspělých destinací. Nejsilnější růst by měl vykazat region Asie a Pacifik, a to celkově o 331 milionů a roku 2030 dosáhnout výše 535 milionů příjezdů, což představuje nárůst o 4.9 % ročně. Příjezdy do Afriky a na Střední Východ by se měly více než zdvojnásobit, zatímco region Evropy a Ameriky relativně pomaleji.

1.3.1 REGION EVROPA

Region Evropa v pojetí UNWTO odpovídá přibližně evropskému kontinentu, přičemž zahrnuje Turecko, Izrael a také celé území bývalého Sovětského svazu. Je rozdělen na čtyři subregiony, a to severní Evropu, západní Evropu, střední a východní Evropu a jižní Evropu a Středomoří. Charakteristická je pro Evropu heterogenost, což je dáno tím, že zahrnuje velmi kulturně i ekonomicky odlišné země.¹⁴

Evropa je tradiční a vyspělý region s velmi podobnými charakteristikami, které se odlišují pouze regionálně. Kvůli velkému počtu menších zemí, kdy se příjezdy započítávají i na krátké vzdálenosti, je region ale velmi nadhodnocený. Vyznačuje se větším množstvím menších států a jejich geografickou blízkostí, a tedy podíl vnitroregionálních příjezdů a výjezdů je zde vysoký. Mezi další charakteristiky patří dobrá dopravní dostupnost, velké množství různých atraktivit, ale také historické, kulturní a ekonomické

¹⁴ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

i politické vazby. Ve srovnání s ostatními regiony je materiálně-technická základna, zejména ubytovací a stravovací zařízení, na vysoké úrovni. Vzhledem k výše zmíněným faktorům tedy není divu, že je Evropa nejvýznamnější region z hlediska mezinárodních příjezdů i příjmů.¹⁵

Na druhou stranu je ale Evropa regionem s nejnižší dynamikou růstu mezinárodního cestovního ruchu, kde váha všech ukazatelů má dle UNWTO klesající tendenci, a to zejména ve prospěch regionu Asie a Pacifik, který v posledních letech zažívá dynamický růst. Tlak těchto levných mimoevropských destinací způsobuje odklon turistů od těch tradičních evropských, které se snaží konkurovat na mezinárodním trhu zejména kvalitou poskytovaných služeb.¹⁶

Mezinárodní příjezdy do Evropy vzrostly v roce 2015 o 5 % a dosáhly tak výše 608 milionů turistů, což představuje 51 % všech mezinárodních příjezdů. V absolutním vyjádření si Evropa oproti roku 2014 polepšila o 27 milionů příjezdů a byla nejrychleji rostoucím regionem. Jedná se o pozoruhodný výsledek s ohledem na zralost a velikost mnoha evropských destinací. Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu se v reálném vyjádření zvýšily o 3% na 451 miliard, což představuje 36 % celosvětových příjmů. Růst příjmů byl způsoben slabším eurem, který posílil přitažlivost tohoto regionu u neevropských destinací, čímž přispěl k oživení mnoha evropských ekonomik.

Z pohledu subregionálního rozložení je na prvním místě v příjezdech i příjmech region jižní Evropa a Středomoří, který si za poslední rok polepšil v příjezdech o 5 %. Nejvýznamnější destinací tohoto subregionu je jednoznačně Španělsko, které je rovněž druhou nejvýznamnější evropskou destinací. Mezinárodní příjezdy do Španělska meziročně vzrostly o 5 % a země tak dosáhla rekordních 68 milionů návštěvníků.

Druhou pozici v příjmech i příjezdech drží západní Evropa, jejíž meziroční růst byl ale podprůměrný (3 %). Nejdůležitější destinací v západní Evropě je samozřejmě Francie, která je současně nejnavštěvovanější světovou destinací. Slabý růst západní Evropy byl zřejmě ovlivněn teroristickými útoky v Paříži a Bruselu, které samozřejmě výrazně zpomalily příjezdy do Francie (+1 %) a Belgie (+2 %). Solidní výsledky naproti nim zaznamenaly Nizozemí (+ 8 %) či Německo a Rakousko (+ 6 %).

Střední a východní Evropa zaujímá třetí místo z hlediska příjezdů a čtvrté z hlediska příjmů. Region překonal loňský pokles příjezdů a vzrostl o 5 %, stejný nárůst zaznamenalo i Rusko, Polsko nebo Česká republika. Konečně čtvrté místo z hlediska příjezdů, ale třetí z hlediska příjmů patří Severní Evropě, která zaznamenala meziroční nárůst příjezdů o 7 %. Spojené království, severoevropská nejvýznamnější destinace, vzrostla o 6 %, a to i přes silnější libru, která tuto destinaci pro trhy z eurozóny zdražila.

¹⁵ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

¹⁶ tamtéž

1.3.2. ASIE A PACIFIK

Region Asie a Pacifik se rozprostírá na území od Iráku až po Japonsko a na jihu až po Austrálii a Nový Zéland. Typická je pro něj velká dynamika růstu, díky které se zvyšuje podíl regionu na mezinárodním cestovním ruchu, přičemž v současné době je druhým nejvýznamnějším regionem jak z hlediska příjezdů, tak i příjmů. UNWTO region dělí na čtyři subregiony: severovýchodní Asii, jihovýchodní Asii, Oceánii a jižní Asii, která je s destinacemi jako Afghánistán nebo Indie nejproblematictější subregionem. Nejvíce neobjevenou zůstává Oceánie. Čím dál více se zde rozvíjí business klientela, wellness a kongresová turistika. Problémem celého regionu je nekomplexní infrastruktura s nejednotnou dopravní sítí.¹⁷

Region Asie a Pacifik v roce 2015 přivítal 279 milionů zahraničních turistů, o 15 milionů více než v roce 2014, což představuje nárůst o 6 %. Mezinárodní příjmy z cestovního ruchu reálně vzrostly o 4 % na 418 mld. USD. Asie a Pacifik tak vytváří 24 % světových příjezdů a 33 % světových příjmů. Z pohledu subregionů je na první příčce v příjezdech i příjmech Severovýchodní Asie, a to zejména díky Číně, Hong Kongu a Japonsku, které zaznamenalo výjimečný růst příjezdů o 47 % a přivítalo o 6 milionů více zahraničních turistů a dosáhlo tak 20 milionů příjezdů. Rovněž mezinárodní příjmy země z cestovního ruchu stouply, a to o 36 % v nominálním vyjádření. Na druhé příčce z hlediska příjezdů i příjmů se stabilně drží Jihovýchodní Asie, která je také nejrychleji rostoucím subregionem na světě. Nejvýznamnější destinací jihovýchodní Asie je Thajsko, které si oproti roku 2014 v příjezdech významně polepšilo o 20 %, a přivítalo o 5 milionů více zahraničních návštěvníků. Na třetí pozici z hlediska příjezdů je jižní Asie a z hlediska příjmů Oceánie, přičemž na čtvrté pozici je to přesně obráceně. V Jižní Asii je leaderem Indie. Top destinacemi Oceánie jsou Austrálie a Nový Zéland, jejichž dobré výsledky za rok 2015 přispěly k solidnímu nárůstu příjezdů u Oceánie o 7 %.

Naopak, asijská top destinace Čína, vykázala v roce 2015 pouze mírný nárůst o 2 %, avšak v roce 2015 došlo k obrovskému růstu výdajů výjezdového cestovního ruchu z Číny, přičemž z tohoto boomu profitovali hlavně země, které zjednodušili získání vstupního víza. Z hlavních evropských destinací to byly Spojené království a Německo, ale i rozvíjející se Island. Podobně Oceánie, Austrálie a Nový Zéland profitují z rostoucího počtu čínských turistů.¹⁸

1.3.3 REGION AMERIKY

Tento region se rozkládá na území severní, jižní a střední Ameriky. Organizace UNWTO ho dělí do 4 subregionů, kterými jsou severní Amerika, střední Amerika, jižní Amerika a karibská oblast. Jedná se tedy o velmi rozsáhlé území, a proto je tento region i velmi různorodý a vyznačuje se širokým

¹⁷ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

¹⁸ WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Travel & Tourism economic impact 2016 annual update summary* [online]. London, 2016 [cit. 2017-01-16]. Dostupné z: http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf

potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Specifikem tohoto regionu jsou velkoměsta, která slouží jako cíle cestovního ruchu, ale také zábavní parky a ostrovní turistika. Na rozdíl od Evropy je ale tento region velmi podhodnocen, což je dáno tím, že Spojené státy americké jsou brány jako jediný stát i přes to, že jich mají 50 a příjezd se tak započítává jen jednou.¹⁹

Se 193 miliony příjezdů v roce 2015 region představuje 16 % celosvětových příjezdů, přičemž meziročně příjezdy vzrostly o 6 %, tedy asi 11 milionů. Příjmy z mezinárodního cestovního ruchu se meziročně v reálných hodnotách zvýšily o 8 % na 304 mld. USD, čímž tak vytváří 24 % celosvětových příjmů. Z hlediska mezinárodních příjmů i příjezdů je tak region Ameriky na třetím místě. Dynamika regionu však klesá zejména kvůli rostoucímu regionu Asie a Pacifik a ekonomickým problémům.

Subregionem nejlépe vybaveným pro cestovní ruch, s nejvyspělejší materiálně-technickou základnou a nejvyšší životní úroveň je Severní Amerika, která představuje dvě třetiny celkových příjezdů do regionu, čímž je nejvýznamnějším subregionem nejen z hlediska příjezdů, ale i příjmů. Mexiko a Kanada zaznamenaly silný růst stimulovaný poptávkou z USA, zatímco v samotných Spojených státech byl růst skromnější v důsledku silnějšího dolaru, což tuto destinaci zdražilo pro všechny její zdrojové trhy.

Ve srovnání se severní Amerikou je Karibská oblast nejrychleji se rozvíjejícím subregionem, a to díky trendu ostrovní turistiky. Meziročně tento subregion vzrostl o 7 %, přičemž tento růst byl stimulován hlavně Kubou, Barbadosem, Haiti, Dominikánskou republikou a Portorikem. Střední Amerika vyznačující se menší ekonomickou vyspělostí a horší politickou stabilitou vykazala stejný meziroční růst jako Karibská oblast. Růst zde byl tažen hlavně zeměmi jako Panama, Kostarika a Honduras.

Posledním subregionem je Jižní Amerika, která má sice velkou perspektivu pro další rozvoj cestovního ruchu, avšak z toho hlediska také čelí překážkám jako nízká životní úroveň a nedostatečná bezpečnost. I tento subregion vykázal za poslední rok růst, avšak o něco slabší než ve střední Americe či Karibiku, a to kvůli smíšeným výsledkům napříč destinacemi. Zatímco Paraguay, Chile či Kolumbie vykazaly dvouciferný růst, tak Argentina a Brazílie zaznamenaly slabý pokles.

1.3.4. REGION AFRIKA

Afriku rozděluje UNWTO pouze na dva subregiony: severní Afriku a subsaharskou Afriku. Tento region však nezahrnuje celý africký kontinent, odděleny jsou od něj Egypt a Libye, které spadají do regionu Střední východ. Jednotlivé země se zde od sebe velmi liší svým územím, ale z hlediska přírodního potenciálu mají velké předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. V regionu převažuje vysoké tempo růstu, nicméně je zde i velká nestabilita jak z bezpečnostního, politického tak i ekonomického

¹⁹ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

hlediska, což spolu s dalšími faktory jako je nekomplexní infrastruktura, extrémní chudoba, hladomor, přístup k pitné vodě a další brání rozvoji cestovního ruchu.²⁰

Za rok 2015 region vykázal pokles v příjezdech o 3 %, což je dáno pokračujícím bojem regionu se zdravotními a bezpečnostními problémy, stejně jako zpomalením ekonomického růstu v důsledku nižších cen ropy a dalších komodit. V roce 2015 Afrika přivítala 53 milionů zahraničních turistů a vydělala 33 miliard USD v mezinárodních příjmech, čímž si udržela 5% podíl na mezinárodních příjezdech a 3% podíl v mezinárodních příjmech.

Příjezdy v severní Africe poklesly o 8 % spolu s tím, jak poklesly příjezdy v Tunisku a Alžírsku v důsledku různých teroristických činů. Maroko, nejvýznamnější destinace subregionu, také vykázalo pokles zapříčiněný výrazným poklesem z největšího zdrojového trhu Francie. V subsaharské Africe se mezinárodní příjezdy v průběhu roku 2015 zlepšovaly a v září se vrátily k růstu. Napříč destinacemi byly výsledky různé. Pokles v příjezdech vykázaly např. Keňa, Togo, Mozambik, Sierra Leone, ale i Jihoafrická republika, a to v důsledku nových vízových pravidel. Naopak, většině afrických ostrovních destinací se v roce 2015 vedlo dobře. Destinace jako Seychely, Mauricius a Madagaskar se mohly dokonce pochlubit dvouciferným růstem v příjezdech.

1.3.5. STŘEDNÍ VÝCHOD

Střední východ je v porovnání s ostatními poměrně malý region, který je tvořen Arabským poloostrovem a dvěma africkými zeměmi – Egyptem a Lybií – a dále se již nedělí na subregiony. Tento region zbohatl zejména díky ropě a cestovnímu ruchu, avšak životní úroveň je v různých zemích odlišná. Region převážně tvoří země představující odlišnou kulturu s bohatými kulturně-historickými tradicemi a převládá zde rekreační, náboženský a poznávací cestovní ruch.²¹ V současnosti rozvoji cestovního ruchu v regionu brání značná politická a bezpečnostní nestabilita v důsledku pokračující občanské války v Sýrii, teroristických útoků a neklidu v izraelsko-palestinské oblasti. Co se týče významu regionu na poli mezinárodního cestovního ruchu, je na tom podobně jako Afrika.

Roku 2015 vzrostly mezinárodní příjezdy do tohoto regionu o 1 milion, čímž dosáhl celkových 53 milionů příjezdů. Mezinárodní příjmy taktéž vykázaly růst, a to o 4 % v reálném vyjádření a dosáhly tak na 54 mld. USD. S těmito výsledky má Střední východ 4% podíl jak na mezinárodních příjezdech, tak i příjmech. Růst byl tažen intraregionální poptávkou z členských států Rady pro spolupráci v Perském zálivu. Zatímco Omán a Libanon zaznamenaly dvouciferný růst v příjezdech, tak Saúdská Arábie, nejvýznamnější destinace regionu, vykázala mírný pokles podobně jako Egypt.

²⁰ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

²¹ tamtéž

Tabulka 1: Mezinárodní příjezdy a příjmy v roce 2015

	Mezinárodní příjezdy			Mezinárodní příjmy		
Region	Příjezdy v mil.	Změna 15/14 (%)	Podíl (%)	Příjmy v mld. USD	Změna 15/14 (%)	Podíl (%)
svět	1 186	4.6	100	1 260	4.4	100
Evropa	607.7	4.7	51.2	450.7	3	35.8
severní Evropa	75.9	7.3	6.4	78.4	7.6	6.2
západní Evropa	180	3.2	15.2	146.4	0.2	11.6
střední a východní Evropa	126.6	5.3	10.7	50.1	-0.4	4
jižní Evropa a Středomoří	225.2	4.8	19	175.8	5	14
Asie a Pacifik	279.2	5.6	23.5	418.3	4	33.2
severovýchodní Asie	142.1	4.3	12	236.7	0.8	18.8
jihovýchodní Asie	104.6	7.6	8.8	108.3	7.8	8.6
Oceánie	14.2	7.4	1.2	41.9	9.9	3.3
jižní Asie	18.3	4.4	1.5	31.4	7.1	2.5
Ameriky	192.6	5.9	16.2	303.7	7.8	24.1
severní Amerika	127.6	5.5	10.8	238.5	8.2	18.9
Karibik	23.9	7.4	2	28.1	5.8	2.2
střední Amerika	10.3	7.1	0.9	11.5	7.3	0.9
jižní Amerika	30.8	5.8	2.6	25.6	7.0	2
Afrika	53.5	-3.3	4.5	33.1	2.4	2.6
severní Afrika	18	-11.7	1.5	8.6	-9.8	0.7
Subsaharská Afrika	35.4	1.6	3	24.5	7.5	1.9
Střední východ	53.3	1.7	4.5	54.4	4.3	4.3

Zdroj: UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, vlastní zpracování

1.4 KONKURENCESCHOPNOST

Konkurenceschopnost je široký pojem, který je různými světovými organizace a institucemi vnímán jinak, a tedy není divu, že existuje celá řada definic konkurenceschopnosti. Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) definuje konkurenceschopnost jako „*stupeň zrychlujících a znevýhodňujících faktorů při prodeji produktů dané země na mezinárodních trzích.*“²² Světové ekonomické fórum (WEF) zase chápe konkurenceschopnost jako složitou veličinu, a proto je jeho definice konkurenceschopnosti poměrně široká a říká, že: „*konkurenceschopnost je sada institucí, politik a faktorů, které určují úroveň produktivity dané země.*“²³ Právě tyto organizace jako WEF, OECD či Mezinárodní měnový

²² OECD. *Glossary of Statistical Terms: Competitiveness* [online]. [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>

²³ WEF. *The Global Competitiveness Report 2015–2016: Full Data Edition* [online]. Geneva: WEF, c2015 [cit. 2017-01-21]. ISBN 978-92-95044-99-9. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf

fond porovnávají konkurenceschopnost jednotlivých států a světových regionů v rámci mezinárodních žebříčků sestavených podle nejrůznějších kritérií.

Metody hodnocení a měření konkurenceschopnosti vycházejí z pojetí konkurenceschopnosti a je možné rozdělit do dvou hlavních skupin: metody založené na „tvrdých“ (statistických) datech a multikriteriální metody, které kombinují „tvrdá“ data se subjektivními daty. Metody založené na „tvrdých“ datech vycházejí z měřitelných objektivních dat (např. finančních ukazatele, vývoj exportní výkonnosti dané země, vývoj jednotkových cen vývozu). Tato data jsou sice velmi spolehlivá a přesná, avšak jejich prostřednictvím nelze postihnout tak komplexní jev jako konkurenceschopnost. Proto je tu i druhý multikriteriální způsob hodnocení, který kombinuje „tvrdá“ a „měkká“ data. Měkká data postihují obtížně měřitelné aspekty konkurenceschopnosti a jsou založená na subjektivních datech získaných z dotazníkových šetření nebo z pozorování.

1.4.1 MĚŘENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI EKONOMIKY

Multikriteriálním hodnocením a měřením konkurenceschopnosti ekonomiky se zabývá například Světové ekonomické fórum, které bylo založeno roku 1971 jako nezisková organizace se sídlem v Ženevě ve Švýcarsku. WEF usiluje o to být nestrannou entitou bez politických vazeb či národních zájmů, a proto členská základna není tvořena zástupci národních vlád a nejedná se tedy o klasickou mezivládní organizaci.

Jedním z témat, kterými se WEF zabývá je i konkurenceschopnost, o které již více než 30 let vydává zprávu Global Competitiveness Report. Tato zpráva je obecně uznávána jako jedna z nejkomplexnějších studií porovnávající faktory, které ovlivňují ekonomický růst a konkurenceschopnost zemí. Slouží tak jako zdroj informací o podnikatelském prostředí jednotlivých zemí potenciálním investorům.²⁴ Zatím poslední zpráva, vydaná v roce 2015, zahrnuje 140 ekonomik, jejichž kombinovaný výkon představuje 98.3 % světového HDP.

Od roku 2005 je analýza konkurenceschopnosti WEF postavena na globálním indexu konkurenceschopnosti (Global Competitiveness Index, GCI), který je komplexním nástrojem hodnotícím mikroekonomické a makroekonomické základy národní konkurenceschopnosti. Index GCI je složen z „tvrdých“ a „měkkých“ dat. Tvrdá data představují 2/3 celkové váhy a jsou čerpána od mezinárodně uznávaných agentur jako OECD, Světová banka, OSN, WTO nebo UNESCO. „Měkká“ data jsou získávána pomocí dotazníkového šetření nazývaného „Executive Opinion Survey“, kterého se účastní zástupci vrcholového managementu z příslušné země a představují 1/3 celkové váhy. Tato „měkká“ data zachycují aspekty spojené s konkurenceschopností, jež „tvrdá“ data nejsou schopná

²⁴ Global Competitiveness Report. *Studentský klub obchodu a konkurenceschopnosti* [online]. Praha, 2014 [cit. 2017-01-22]. Dostupné z: <https://skok.vse.cz/projekty/dalsi/global-competitiveness-report/>

zachytit či změřit, a kromě toho jsou také aktuální a netrpí časovou prodlevou, což je často problém statistických dat, která nabízejí spíš „obraz minulosti“.

Globálním index konkurenceschopnosti je váženým průměrem celkem 114 indikátorů měřících různé aspekty konkurenceschopnosti, které jsou seskupeny do 12 následujících pilířů: instituce, infrastruktura, makroekonomické prostředí, zdraví a základní vzdělání, vyšší vzdělání a odborná příprava, efektivita trhu zboží, efektivita trhu práce, vývoj na finančních trzích, technologická připravenost, velikost trhu, sofistikovanost podnikání a inovace. Ty jsou následně rozděleny do tří dílčích indexů v souladu se třemi fázemi vývoje zemí. Těmito dílčími indexy jsou: základní požadavky (1. – 4. pilíř), zvyšovatelé efektivnosti (5. – 10. pilíř) a inovace a sofistikované faktory (11. a 12. pilíř). Každé kritérium je hodnoceno na stupnici 1 – 7, kdy 7 znamená nejlepší hodnocení.

Jednotlivé země jsou ve zprávě rozděleny do tří kategorií a dvou přechodných fází dle stupně ekonomického rozvoje, který je dán velikostí HDP na obyvatele. V závislosti na stupni vývoje ekonomiky jsou poté jednotlivým dílčím indexům přidělovány rozdílné váhy. Pro ekonomiky závislé na výrobních faktorech je klíčová skupina základní požadavky, pro ekonomiky tažené výkonností je nejdůležitější subindex zvyšovatelů efektivnosti a pro ekonomiky tažené inovacemi je to dílčí index faktorů inovace a sofistikovanosti.

Tabulka 2: Přidělování vah v závislosti na stupni vývoje ekonomiky

Stupeň vývoje ekonomiky	HDP/obyv. (USD)	Základní požadavky	Zvyšovatelé efektivnosti	Inovace a sofistikované faktory
Ekonomika závislá na VF	do 2000	60 %	35 %	5 %
Přechod mezi 1. a 2. stupněm	2000 - 2999	40 – 60 %	35 – 50 %	5 – 10 %
Ekonomika tažená výkonností	3000 - 8999	40 %	50 %	10 %
Přechod mezi 2. a 3. stupněm	9000 – 17 000	20 – 40 %	50 %	10 – 30 %
Ekonomika tažená inovacemi	nad 17 000	20 %	50 %	30 %

Zdroj: WEF, The Global Competitiveness Report 2015–2016, vlastní zpracování

1.4.2 MĚŘENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI CESTOVNÍHO RUCHU

Monitoringem konkurenceschopnosti cestovního ruchu na bázi multikritériálního hodnocení se v současné době zabývá WEF, které převzalo metodiku sledování konkurenceschopnosti od Světové rady cestování a cestovního ruchu (WTTC). Ta tento monitoring prováděla do roku 2004 a ke sledovaným oblastem patřily následující indexy:

- cenové konkurenceschopnosti destinace,
- lidského rozvoje s ohledem na zapojení do cestovního ruchu,
- infrastruktury v destinaci,
- životního prostředí v destinaci,
- technologie v destinaci,
- otevřenosti destinace pro mezinárodní cestovní ruch,
- sociálního prostředí destinace a
- rozvoje lidských zdrojů v destinaci.

Tento monitoring sledoval více než 200 zemí. Jednotlivé parametry byly vyhodnocovány pomocí tzv. semaforů. Indexy, ve kterých byla země konkurenceschopná, se nacházely v zeleném poli, červená potom označovala indexy s nízkou konkurenceschopností.²⁵

V porovnání s WTTC je ale monitoring WEF komplexnější a zařazený do širších souvislostí globálního sledování konkurenceschopnosti této mezinárodní organizace. WEF o konkurenceschopnosti cestovního ruchu vydává jednou za 2 roky zprávu s názvem „The Travel & Tourism Competitiveness Report“, jejíž poslední verze je z roku 2015 a obsahuje podrobné profily celkem 141 ekonomik. Od roku 2007 je v těchto zprávách konkurenceschopnost cestovního ruchu měřena indexem konkurenceschopnosti destinace cestovního ruchu (Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI), jehož cílem je změřeni „souboru faktorů a politik, které umožní udržitelný rozvoj odvětví cestovního ruchu, což přispívá k rozvoji a konkurenceschopnosti země“.²⁶

Stejně jako index GCI je i index TTCI složen z „tvrdých“ a „měkkých“ dat. „Tvrdá“ data tvoří dvě třetiny indexu a pochází ze statistických zdrojů čerpaných od mezinárodních organizací. Zbýlá třetina jsou „měkká“ data vycházející z dotazníkového šetření nazývaného „Executive Opinion Survey“, který je prováděn mezi 15 000 zástupci vrcholového managementu ve všech zemích zahrnutých do studie. I zde je každý z indikátorů indexu konkurenceschopnosti ohodnocen body ze stupnice 1 – 7, kde 7 představuje nejlepší hodnocení. Na rozdíl od GCI ale u indexu TTCI nedochází k přidělování vah jednotlivým dílčím indexům.

V nejnovější zprávě The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 se však metodika indexu TTCI změnila v návaznosti na nejnovější vývoj a potřeby politik. Zatímco některé z hlavních hnacích sil konkurenceschopnosti destinace zůstaly nezměněny, některé další faktory dostaly větší význam s tím, jak se měření a dostupnost dat v průběhu času zlepšuje. Nová metodika se proto opírá o větší soubor celkem 90 indikátorů, které jsou rozděleny mezi 14 pilířů, jež následně vytváří čtyři dílčí subindexy:

²⁵ PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

²⁶ World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015: Growth through Shocks* [online]. Geneva, 2015 [cit. 2017-01-23]. ISBN 978-92-95044-48-7. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf

- 1) **The Enabling Environment** subindex zachycuje základní požadavky, které musí země splňovat, aby byla konkurenceschopná jako destinace cestovního ruchu a skládá se z následujících 5 pilířů: podnikatelské prostředí, bezpečnost, zdraví a hygiena, lidské zdroje a trh práce a ICT připravenost. Tyto faktory jsou přímo spojeny s hospodářským růstem a důležité pro rozvoj podnikání, ale také odvětví cestovního ruchu.
- 2) **The T&T Policy and Enabling Conditions subindex**, tedy dílčí index „politiky cestovního ruchu a umožňujících podmínek“, který zachycuje konkrétní politiky nebo strategické aspekty, které přímo ovlivňují odvětví cestovního ruchu. Skládá se ze 4 pilířů, kterými jsou prioritizace cestovního ruchu, mezinárodní otevřenost či cenová konkurenceschopnost, které mohou přímo ovlivnit rozhodování turistů a výběr destinace. Posledním pilířem je potom udržitelnost životního prostředí, jež indikuje, do jaké míry je udržován přírodní kapitál, na němž spočívá velká část odvětví cestovního ruchu.
- 3) **Subindex infrastruktury** zachycuje dostupnost a kvalitu fyzické infrastruktury každé země a tvoří ho následující tři pilíře: infrastruktura letecké dopravy, suchozemská dopravní a přístavní infrastruktura a infrastruktura turistických služeb. Jelikož je infrastruktura hnací silou cestovního ruchu, tak jí byl nově vyhrazen celý subindex, jež umožňuje jasnější posouzení jednotlivých faktorů a také odhalí, kdy je potřeba jim věnovat pozornost.
- 4) **Přírodní a kulturní zdroje**, je subindex tvořený dvěma posledními pilíři, kterými jsou, jak už název vypovídá, přírodní a kulturní zdroje. Ty kromě osobních a obchodních důvodů představují hlavní motivaci k návštěvě země, a proto byly odděleny do samostatného subindexu.

Obrázek 1: struktura indexu TTCI



Zdroj: WEF, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

2. EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA FRANCIE

Tato kapitola se bude převážně věnovat analýze francouzské ekonomiky, avšak nejdříve přinese základní informace o zemi od její geografie přes složení obyvatelstva až po administrativní členění. Stěžejní část této kapitoly bude tvořit analýza vybraných makroekonomických ukazatelů a popis struktury ekonomiky od primárního až po terciární sektor. Závěr kapitoly patří zhodnocení ekonomického vývoje a konkurenceschopnosti francouzské ekonomiky včetně nastínění možného budoucího směřování.

2.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O ZEMI

Oficiální název státu je Francouzská Republika. Většina území Francie (nazývaná metropolitní Francie) se nachází v západní Evropě, kde na severovýchodě hraničí s Belgií a Lucemburskem, na východě s Německem a Švýcarskem, na jihovýchodě s Itálií a na jihu se Španělskem, Andorrou a Monakem. Kvůli svému geografickému tvaru připomínajícímu šestiúhelník je metropolitní Francie často Francouzi přezdívaná *L'Hexagone*, tedy šestiúhelník. Součástí Francie je i tzv. *France d'outre mer*, neboli Zámořská Francie, která zahrnuje území v Karibiku, Severní a Jižní Americe, v Indickém oceánu a Oceánii.

Evropská část Francie zaujímá plochu 549,970 km².²⁷ Na severu a západě je krajina rovinatá s mírným vlněním, na zbytku území převážně pahorkatá a hornatá. Nejvyššími horami Francie jsou francouzské Alpy, kde se rovněž nachází nejvyšší bod západní Evropy Mont Blanc s výškou 4 810 m. Další významnými pohořími jsou Pyreneje, Centrální masív, Jura, Vogézy a Ardeny. Největšími francouzskými řekami jsou Rhône, Garonna, Seina a Loira, jež je zároveň také nejdelší francouzskou řekou.

K 1. lednu 2016 měla Francie 66.6 milionu obyvatel, z nichž 64.5 milionu žije v metropolitní Francii a zbylých 2.1 milionu v pěti zámořských regionech.²⁸ Co se týče vývoje počtu obyvatel, tak ve Francii dochází k růstu populace. Za posledních deset let byl průměrný roční přírůstek 275 000, migrační saldo přitom činí asi 33 000.²⁹ Největší dynamiku v růstu obyvatelstva zaznamenávají regiony Korsiky, Languedoc- Roussillon-Midi-Pyrénées.

Vzhledem k neexistenci oficiálních statistik je poměrně komplikované odhadnout etnické a náboženské složení obyvatelstva země. Ve Francii se totiž neudržují oficiální statistiky o náboženské a etnické příslušnosti již od roku 1872, kdy bylo zákonem zakázáno „shromažďovat

²⁷ France. *The World Factbook* [online]. Washington D.C.: Central Intelligence Agency [cit. 2017-02-17]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fr.html>

²⁸ TAVERNIER, Jean-Luc, ed. *Tableaux de l'économie française* [online]. Paříž: Institut national de la statistique et des études économiques, 2016 [cit. 2017-02-17]. ISBN 978-2-11-138704-1. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906743>

²⁹ Francie. *Ministerstvo zahraničních věcí České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [cit. 2017-02-17]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/francie/

či zacházet s informacemi osobního charakteru, které přímo či nepřímo poukazují na rasový nebo etnický původ a politické, filozofické či náboženské názory“. Statistiky The World Factbook nám ale o náboženském vyznání ukazují následující čísla: křesťané (zejména římskokatolická církev) 63-66 %, ateisté 23 – 28 %, Muslimové 7-9 %, Buddhisti 0.5-0.75 %, Židé 0.5-0.75 %.

Od 1. ledna 2016 má Francie nové administrativní členění, které bylo parlamentem schváleno již roku 2014, když rozhodl o snížení počtu metropolitních regionů z 22 na 13. Francie je tak nově rozdělena do celkem 18 administrativních regionů, z nichž je 13 metropolitních a 5 zámořských (jmenovitě se jedná o Réunion, Mayotte, Francouzskou Guyanu, Martinik a Guadeloupe). Metropolitní regiony se dále dělí do departmánů, kterých je v závislosti na velikosti regionu od dvou do třinácti, zatímco zámořské regiony sestávají pouze z jednoho departmánu, a proto jsou také nazývány "zámořskými departmány". Metropolitních departmánů je 96 a zámořských 5, celkově jich tedy je 101. Departmány se dále rozdělují na 342 arrondissementů, do kterých se nevolí žádné zastupitelstvo a mají smysl pouze pro zařazení a administraci. 342 arrondissementy to ale stále nekončí, ty se totiž skládají z dalších 2054 kantonů, které opět slouží jen k administraci a rozdělení voličů.

Kromě 18 regionů a 101 departmánů pod francouzskou suverenitu spadají Nová Kaledonie, Wallis a Futuna, Francouzská Polynésie, Saint-Pierre a Miquelon, Svatý Bartoloměj, Svatý Martin a Francouzská jižní a antarktická území. Teritoria v Pacifiku nadále používají frank jako svou měnu, i když byla v Evropě nahrazena eurem. Polynéský frank má však kurs vázán na euro.

Tabulka 3: nové regiony Francie

Dřívejší regiony	Nový region
Burgundsko	Bourgogne-Franche-Comté
Franche - Comté	
Akvitánie	Nouvelle-Aquitaine
Limousin	
Poitou-Charentes	
Dolní Normandie	
Horní Normandie	Normandie
Alsasko	
Champagne-Ardenne	Grand Est
Lotrinsko	
Languedoc-Roussillon	
Midi-Pyrénées	Okcitánie
Nord-Pas-de-Calais	
Pikardie	Hauts-de-France
Auvergne	
Rhône-Alpes	
	Auvergne-Rhône-Alpes

Regiony beze změny:

- Bretaň
- Centre-Val de Loire
- Korsika
- Francouzská Guyana
- Guadeloupe
- Île-de-France
- Martinik
- Mayotte
- Pays de la Loire
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Réunion

Z hlediska státního zřízení je současná Francie od 28. srpna 1958 Pátou republikou. Je zastupitelskou demokracií a poloprezidentskou republikou, kde je prezident podle ústavy volen přímo na období pěti let. Prezident jmenuje předsedu vlády, předsedá kabinetu, velí ozbrojeným silám a uzavírá mezinárodní smlouvy.

Parlament je složen z Národního shromáždění a Senátu. Národní shromáždění (*Assemblée Nationale*) je dolní komorou parlamentu a čítá 577 poslanců, kteří jsou voleni přímo na pětileté období, přičemž stejně jako v ČR jsou v jediných volbách obsazena všechna křesla. Národní shromáždění má právo rozpustit vládu a tím tedy většinová volba Shromáždění určuje rozhodování vlády. Senát má 348 členů, kteří jsou vybíráni volební akademii na dobu devíti let. Na rozdíl od ČR se však jedna třetina Senátu mění každé tři roky. Legislativa Senátu je omezená, a pokud se s Národním shromážděním v nějakém bodě neshodne, je to Národní shromáždění, které má poslední slovo.

Francie je zakládajícím členem Evropské unie a to velikou měrou definuje francouzskou zahraniční politiku. Dále je členskou zemí Severoatlantické aliance a je jedním ze zakládajících členů Organizace spojených národů. Je jedním z pěti stálých členů Rady bezpečnosti OSN s právem veta, jednou z osmi uznaných jaderných mocností a členem sdružení osmi nejvyspělejších států světa G8. Spolu se Spojeným královstvím je Francie jedinou doposud existující koloniální velmocí. Francie je také vedoucím členem Mezinárodní organizace frankofonie (*La Francophonie, International Organisation of Francophonie*), která sdružuje 51 francouzsky mluvících států.

2.2 MAKROEKONOMICKÉ UKAZATELE

Francouzská ekonomika byla po mnoho let druhou největší ekonomikou v EU po Německu. Její makroekonomické ukazatele byly vyšší než průměrné hodnoty Evropské unie (hospodářský růst, HDP na obyvatele, nezaměstnanost). Nicméně současná ekonomická situace není příznivá. Druhá největší ekonomika v eurozóně byla ovlivněna dluhovou krizí, která oslabila poptávku po francouzském zboží.

2.2.1 HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT

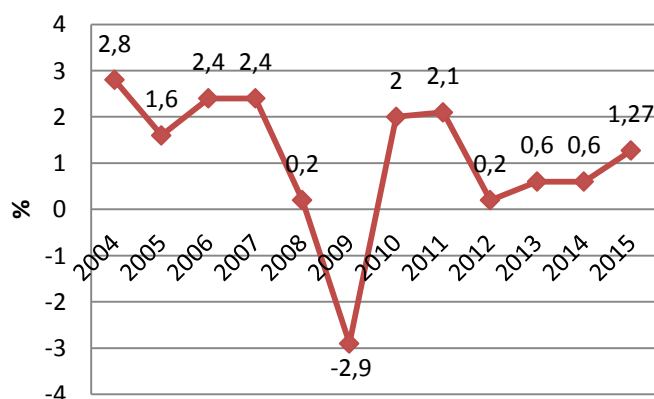
Hrubý domácí produkt (HDP) Francie dosáhl roku 2015 2181.1 miliard euro³⁰, čímž představuje 3.9 % světové ekonomiky. Velikostí svého HDP Francie dlouhodobě zaujímal místo páté největší ekonomiky na světě, avšak v roce 2015 byla Francie podle údajů Evropské komise překonána Spojeným královstvím s HDP 2 232 miliardy eur, které tak Francii odsunulo na šesté místo.

³⁰ Comptes nationaux annuels base 2010 - Produit intérieur brut. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paris, 2016. Dostupné z: <http://www.bdm.insee.fr/bdm2/affichageSeries?anneeDebut=2000&anneeFin>

Historicky je ve Francii největším přispěvatelem k růstu spotřeba. Ta v roce 2015 zrychlila (+ 1.5 % oproti 0.7 % v roce 2014), a to díky tomu, že kupní síla poprvé od roku 2007 výrazně stoupla. Snížení inflace díky poklesu cen ropy, mírný růst mezd o 1.5 % stejně jako sociálních dávek – to vše přispělo k oživení spotřeby. Druhým významným motorem oživení HDP jsou investiční výdaje, které v roce 2015 vzrostly o 2 %, přičemž v roce 2016 se tento růst dokonce zdvojnásobil. Pokles cen ropy se zastavil a prodejní ceny firem se tím stabilizovaly a to obnovilo důvěru podnikatelů a stimulovalo investice. Vliv zahraničního obchodu na HDP byl ale roku 2015 negativní (-0.3 % HDP), vzhledem k tomu, že dovoz i nadále rostl rychlejším tempem než vývoz.³¹

Hodnoty uvedené v grafech 1 a 2 ukazují relativně stabilní meziroční růst HDP, i když tento růst byl přerušen v roce 2009 v důsledku dopadů globální ekonomické krize, která zasáhla všechny státy EU. Vzájemná závislost ekonomik a z toho plynoucí pokles v oblasti obchodu spolu s ochrannými opatřeními vedly k nižšímu HDP a nižšímu růstu. Po krizovém roce 2009 Francie znovu vykazovala růst srovnatelný s předkrizovými lety, avšak od roku 2012 je růst HDP velmi pomalý, a to v důsledku dluhové krize v eurozóně. Až v roce 2015 konečně přesáhl růst HDP 1 % a to díky oživení spotřeby a investic, jak bylo uvedeno výše. Jedná se o nejvyšší úroveň za poslední čtyři roky, nicméně stále zůstává zoufale pod průměrem světové ekonomiky, která dosáhla v roce 2015 růstu 2.69 %, ale také eurozóny, jejíž růst činil 2 %.³² Číslo, kterého Francie doufá dosáhnout v roce 2016 a 2017. Spotřeba by v roce 2017 měla vzrůst o 2 %³³ a z této vyšší domácí spotřeby by měly profitovat i firmy, což by mělo vést i k růstu investic. Z hlediska exportů se v roce 2017 taktéž očekává výrazné zlepšení oproti předchozímu roku, kdy export vzrostl o pouhých 0.9 %³⁴.

Graf 1: Vývoj HDP Francie 2004 - 2014



zdroj: Insee, Comptes nationaux annuels base 2010, vlastní zpracování

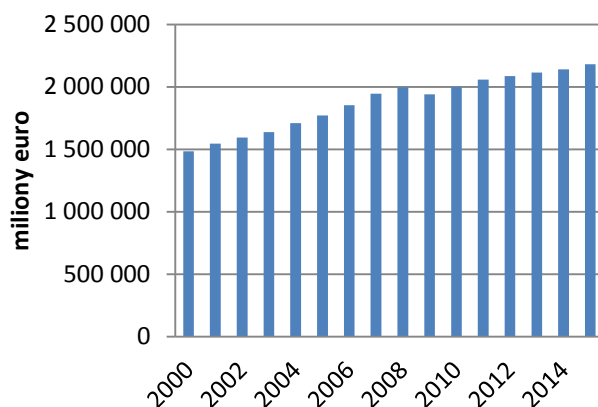
³¹ Les comptes de la Nation en 2015. Insee [online]. Paříž: Institut national de la statistique et des études économiques, 2016 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121563>

³² GDP growth (annual %). The World Bank [online]. Washington D.C., 2016 [cit. 2017-02-19]. Dostupné z: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2015&start=1961&view=chart>

³³ Croissance 2016: cinq bonnes nouvelles derrière un chiffre décevant. L'express [online]. Paříž, 2017 [cit. 2017-02-18]. Dostupné z: http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/croissance-2016-cinq-bonnes-nouvelles-derriere-un-chiffre-decevant_1874441.html

³⁴ tamtéž

Graf 2: HDP Francie v letech 2000 - 2015

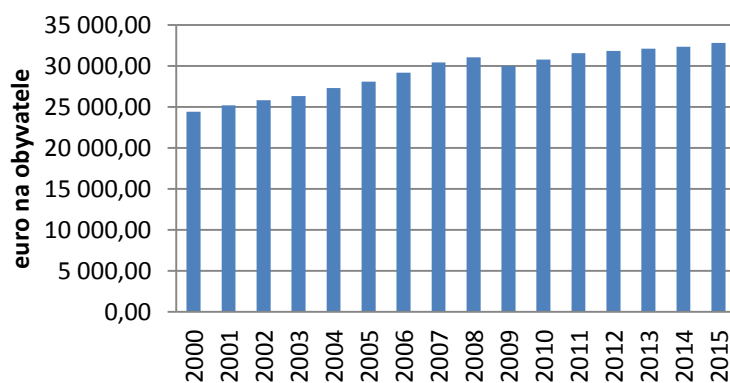


zdroj: Insee, Comptes nationaux annuels base 2010

HDP na obyvatele ve Francii je poměrně vysoké, dvakrát vyšší než v České republice. Vyšší ekonomická úroveň znamená vyšší průměrnou mzdu obyvatel a tedy kupní síla a spotřeba jsou vyšší. Nemělo by se ale zapomínat, že i když je HDP na obyvatele ve Francii vyšší, nic se nemění na skutečnosti, že míra nezaměstnanosti je v této zemi velmi vysoká. Země není ekonomicky zdravá, jestliže poměrně velká část pracovní síly je nezaměstnaná.

Graf 3: HDP na obyvatele 2000 - 2015

HDP/obyvatel 2000 až 2015



zdroj: Insee, Comptes nationaux annuels base 2010 - Produit intérieur brut par habitant, vlastní zpracování

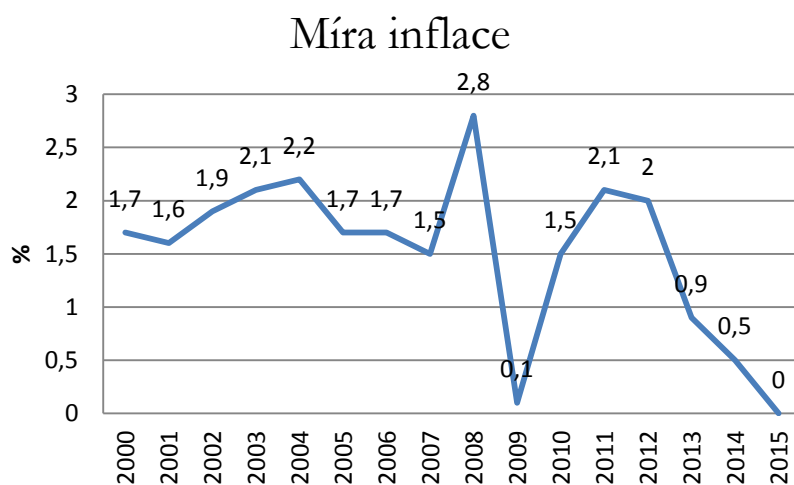
2.2.2 MÍRA INFLACE

Dalším důležitým ukazatelem, který analyzuje hospodářskou situaci v zemi, je míra inflace. Inflace je obecný růst cenové hladiny. Číselné údaje pro Francii jsou relativně stabilní až do dramatického poklesu v roce 2009, který je opět způsobený globální krizí. Z údajů v grafu je zřejmé, že v případě Francie hovoříme o mírné inflaci, což je inflace o jednomístném čísle. Obecně platí, že lidé penězům věří a ceny jsou poměrně stabilní. Centrální banky vyspělých zemí

cílují inflaci kolem 2%, což je i případ Francie. Inflace v zemi není příliš vysoká, takže kupní síla peněz je dobrá.

Jak je z grafu vidět, v roce 2015 ceny ve Francii stagnovaly. Tato stagnace může být vysvětlena prudkým poklesem cen energií, které během daného roku klesly o 6 %, zatímco cena za barel ropy klesla za stejných dvanáct měsíců o polovinu. Tento pokles snížil během roku inflaci o 0.5 procentního bodu a dovedl tak inflaci na nulovou úroveň.

Graf 4: Vývoj míry inflace 2000 - 2015



zdroj: Insee, Indice des prix à la consommation, France métropolitaine, vlastní zpracování

2.2.3 ZAMĚSTNANOST A NEZAMĚSTNANOST³⁵

I přes mírný pokles v polovině roku, se míra nezaměstnanosti v roce 2015 i nadále zvyšovala. Na konci roku byla podle Eurostatu Francie dokonce nad evropským průměrem. Hospodářský růst nestačil k vytváření pracovních míst a ve stavebnictví se i nadále snižoval počet pracovních míst, jelikož firmy raději upřednostnili své marže před investicemi a vytvářením pracovních míst.

V roce 2015 pracovní síla v metropolitní Francii čítala 28.4 milionu lidí ve věku 15 – 64 let, tzn. míra participace byla 71.5 %. Z nich bylo 25.5 milionu zaměstnaných a 2.9 milionu nezaměstnaných. 11.3 milionu bylo neaktivních, což jsou lidé, kteří ani nepracují, ale ani zaměstnání nevyhledávají. Když se přidají zámořské departementy, Francie měla v roce 2015 celkem 29.2 milionů lidí ve věku mezi 15 a 64 lety, tedy míru participace činila 71.3 %.

Od roku 2005 vzrostla pracovní síla ve Francii o 1.2 milionu lidí a míra aktivity o 1.8 procentního bodu. Tento nárůst je tažen hlavně seniory: v letech 2005 až 2015 se počet

³⁵ Pokud není uvedeno jinak, podkapitola čerpá z: Une photographie du marché du travail en 2015. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121578>

pracovníků ve věku 50 až 64 let zvýšil o 1.8 milionu a jejich míra participace vzrostla z 56.6 % na 64.2 %, což je nárůst o 7.6 procentního bodu za 10 let. Zvýšení účasti starších pracovníků na trhu práce, nepřerušené navzdory krizi v roce 2008, je spojeno s důchodovými reformami posledního desetiletí, kdy zákonný věk odchodu do důchodu postupně klesal. Nárůst aktivity seniorů pokračoval i v roce 2015 (+1.1 bodu po 1.4 % v roce 2014), avšak pomalejším tempem než v roce 2012 (nárůst o 3.0 bodu). Zvýšení aktivity je také v důsledku zvýšené účasti žen na trhu práce. Jejich míra aktivita se mezi roky 2005 a 2015 zvýšila o 3.2 bodu z 64.4 % na 67.6 %, u mužů však zůstala během stejného období téměř stabilní (z 75.2 % na 75.5 %).

V roce 2015 pracovalo 75.8 % zaměstnaných lidí v terciárním sektoru. Ostatní sektory měly mnohem nižší podíl a byly charakterizovány silnější mužskou přítomností: průmyslové odvětví představovalo 13.9 % pracovních míst, stavebnictví 6.4 % a zemědělství 2.7 % pracovních míst. Lidé věku 50 a více častěji pracují v zemědělství (4.1 %), a ti ve věku 25 let a více zase častěji pracují v obchodu (19.2 %) a ubytovacích a stravovacích službách (9.3 %). Podíl terciárního sektoru na celkové zaměstnanosti ve Francii vzrostl v posledních čtyřech desetiletích o 22 bodů. Na druhou stranu, podíl průmyslu se během stejného období prakticky snížil na polovinu (-13 bodů), a to zejména kvůli silné expanzi terciárního sektoru, zatímco zemědělství a stavebnictví ztratilo v příslušném pořadí 7 a 3 procentní body.³⁶

Roku 2015 měla Francie 2.9 milionu nezaměstnaných a míra nezaměstnanosti činila 10 %, což je zhruba stejné jako v roce 2014 (9.9%). Nezaměstnanost ve Francii je tak o 1.3 procentního bodu vyšší než je evropský průměr. Nezaměstnanost ve Francii postihuje především mladé lidi, kde je ve věku 15-24 let nezaměstnaných 24 % (průměr EU je přitom 19.4 %), dále dělníky (14.6 %) a lidi bez titulu (16.8 %). Včetně zámořských regionů měla Francie v roce 2015 3 miliony nezaměstnaných, čímž míra nezaměstnanosti vzrostla na 10.4 %.

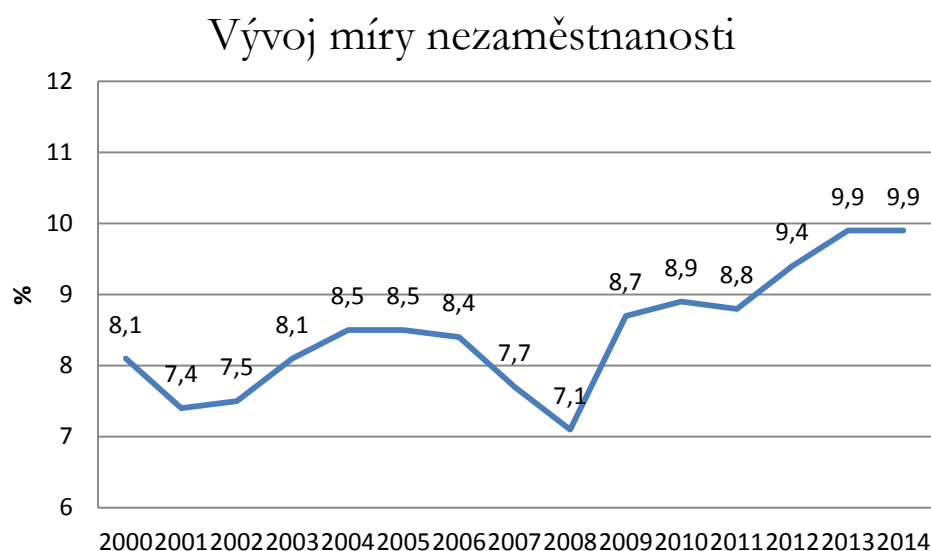
Ve snaze snížit nezaměstnanost mladých lidí, což byl jeden ze slibů Françoise Hollanda, vláda zřídila “pracovní místa budoucnosti“, tedy dotované smlouvy věnované studentům, kteří předčasně zanechali studia. Roku 2014 do systému již vstoupilo více než 150 000 mladých lidí, a roku 2015 dalších 75 000. Vláda rovněž vytvořila program, který nabízí mladým ve věku 18-25 let, jež se nachází v obtížné situaci, příspěvek odpovídající minimální mzdě výměnou závazek k integraci. Do roku 2017 by mělo do toho programu vstoupit 100 000 lidí. Navzdory těmto politikám se nezaměstnanost mladých lidí mezi zářím 2013 a zářím 2014 zvýšila o 1 procento.³⁷

³⁶ Plus de 75% des Français travaillent désormais dans le secteur tertiaire. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/dessous-chiffres/2016/03/01/29006-20160301ARTFIG00273-plus-de-75-des-francais-travaillent-desormais-dans-le-secteur-tertiaire.php?redirect_premium

³⁷ La vraie situation économique de la France. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2014 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2014/11/07/20002-20141107ARTFIG00057-la-vraie-situation-economique-de-la-france.php>

V roce 2008, před začátkem recese, dosáhla míra nezaměstnanosti metropolitní Francie 7.1 %, své nejnižší úrovně od roku 2000. Po silném nárůstu v roce 2009 (+1.6 bodu) a pak relativní stabilitě v následujících dvou letech opět vzrostla v období let 2011 - 2013 (+1.1 bodu), aby se nakonec stabilizovala kolem 10 % v roce 2014. Muži byli nárůstem zasaženi tvrději než ženy. Jejich míra nezaměstnanosti vzrostla v letech 2011 až 2015 o 2 body (z 8.5 % na 10.5 %), ve srovnání s 0.4 body u žen (z 9.1 % na 9.5 %). Od roku 2012 je nezaměstnanost vyšší u mužů než u žen a tento rozdíl se v roce 2015 ještě zvýšil

Graf 5: Vývoj míry nezaměstnanosti ve Francii v letech 2000 - 2014



zdroj: Insee, Taux de chômage au sens du BIT (moyenne annuelle) - Ensemble des 15 ans et plus
- France métropolitaine

V roce 2015 bylo v průměru 42.6 % nezaměstnaných osob bez práce po dobu jednoho a více roku. Tyto dlouhodobě nezaměstnané osoby představují 4.3 % z celkové pracovní síly. Tato míra, která dosáhla v roce 2008 své nejnižší úrovně od počátku roku 2000 (2.6 %), nepřestává od té doby růst a v průběhu sedmi let se zvýšila o 1.7 procentního bodu. Polovina dlouhodobě nezaměstnaných je přitom nezaměstnaná již nejméně po dobu dvou let. Takzvaná "velmi dlouhodobá" míra nezaměstnanosti od začátku krize prudce vzrostla (+0,9 bodů od roku 2008) a v roce 2015 dosáhla 2.2 %.

Běžnější u mladých lidí v produktivním věku, dlouhodobá nezaměstnanost je však pravděpodobnější u starších lidí: šest z deseti nezaměstnaných osob ve věku 50 a více let je nezaměstnaná po dobu nejméně jednoho roku, ve srovnání se čtyřmi z deseti osob ve věku 25 - 49 a méně než třemi z deseti u lidí do 25 let věku. Nejvíce postiženi dlouhodobou nezaměstnaností jsou nejméně vzdělané a nejméně kvalifikované osoby: o něco méně než

polovina nezaměstnaných bez diplomu nebo s výučním listem je nezaměstnaná po dobu jednoho roku nebo více, zatímco mezi držiteli vyššího diplomu je to necelá jedna třetina.

Pokud jde o zaměstnanost starších pracovníků, Francie patří mezi nejhorší v Evropě s mírou 46 % v roce 2013, zatímco cíl v Evropské unii je 50 %. Dlouhodobá nezaměstnanost je pro seniory ve Francii metlou, v průměru jsou totiž na úřadu práce zapsáni již 534 dnů. Dlouhodobou nezaměstnaností starších se vláda snaží řešit zdvojnásobením pomoci společnostem, které najmout starší nejméně 55 let a mladé do 26 let. Bohužel, této vlajkové lodi François Hollande se nedaří rozjet. Během 18 měsíců bylo úřadům zasláno pouhých 40.000 žádostí o podporu.³⁸

2.2.4 VEŘEJNÝ DEFICIT A DLUH

Rozpočtový schodek a veřejný dluh patří mezi 5 konvergenčních kritérií Maastrichtské smlouvy, podle které by schodek rozpočtu neměl překročit 3 % HDP. Ve Francii byla ale rozpočtová bilance naposledy v přebytku v roce 1970 - 1975 a od té doby prošla variabilní změnou, nicméně nyní je stále v deficitu. Co se týká veřejného dluhu, tak ten v roce 2003 překročil už tak nepředstavitelnou úroveň 1 bilionu eur, která se dnes zdá směšná, jelikož v červnu 2014 překročil symbolickou latku 2 bilionů eur. Zatímco v roce 1974 dosahoval kumulovaný dluh Francie 12 % HDP, v roce 1981 už to bylo 20 procent, 50 procent v roce 1994, a v roce 2002 už dosáhl 60 % HDP, což je limit stanovený Paktem stability a růstu a poté už nikdy neklesl.³⁹

Po prudkém zhoršení v roce 2009 v souladu s hospodářskou krizí, deficit veřejných financí podle posledních údajů zveřejněných Insee stále klesá. V roce 2015 činil schodek veřejných financí 77.5 miliard eur, neboli 3.6 % hrubého domácího produktu (HDP) po 4.0 % v roce 2014. To představuje snížení o 7.3 miliardy eur ve srovnání s rokem 2014, a to v důsledku vyššího růstu příjmů než výdajů. Z hlediska hodnoty příjmy mírně zrychlily (+ 2.1 % v roce 2015 po 2.0 % v roce 2014) a veřejné výdaje zpomalily (+1.4 % po 1.8 % v roce 2014). Jako podíl na HDP, příjmy vzrostly o 0.1 procentního bodu a výdaje se snížily o 0.3 procentního bodu.⁴⁰

V roce, kdy byl François Hollande zvolen, byl deficit veřejných financí blízko k 5 % HDP, a tak slíbil: "V roce 2013 přivedu veřejné finance do rovnováhy při dodržení závazku 3% schodku v poměru k HDP ". Nicméně, deficit stále zůstává nad slavnou 3% latkou stanovenou v Paktu stability a růstu, a tím, co François Hollande sliboval během volební kampaně dosáhnout v

³⁸ La vraie situation économique de la France. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2014 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2014/11/07/20002-20141107ARTFIG00057-la-vraie-situation-economique-de-la-france.php>

³⁹ Les 4 chiffres alarmants à connaître sur la dette publique française. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2016/12/23/20002-20161223ARTFIG00008-les-4-chiffres-alarmants-a-connaître-sur-la-dette-publique-francaise.php>

⁴⁰ Les comptes des administrations publiques en 2015. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121561#titre-bloc-16>

roce 2013, pak v roce 2015 a konečně v roce 2017, kdy prezident ujistil, že deficit ještě klesne pod tuto symbolickou latku na 2.7 %. Cíl, ve který Evropská komise, podle jejích nejnovějších hospodářských prognóz, nevěří. Francie totiž, pokud jde o hospodářský růst, zaostává za eurozónou, jejíž schodek již klesl pod 3 % (2.9 % v roce 2013 a 2.4 % v roce 2014).⁴¹

Veřejný dluh je jedním z pěti konvergenčních kritérií Maastrichtské smlouvy, který členské státy EU musí respektovat, aby mohly přijmout společnou měnu. Strop hrubého veřejného dluhu je stanoven na 60 % HDP. Veřejný dluh se však ve Francii každý rok zvyšuje a hromadění dluhu pochází z rozpočtových deficitů státu.

V průběhu pětiletého funkčního období Nicolase Sarkozyho se veřejný dluh zvýšil o 605.4 miliard. Podle Účetního dvora byly dvě třetiny způsobeny hospodářským cyklem (zejména plánem obnovy z roku 2009, který zvýšil schodek toho roku na 150 miliard) a jedna třetina strukturálními příčinami (financování běžných výdajů). Od zvolení Françoise Hollanda dluh opět vzrostl o 158.9 miliard (údaje z 30. června 2014). Podle současného tempa růstu, by se tedy dluh mohl za celé pětileté období zvýšit asi o 400 miliard, což je stejná výše, která byla zaznamenána během pěti let druhého funkčního období Jacquese Chiraka. Hollandovo dědictví by tedy mohlo odpovídat dvěma třetinám dluhu vytvořeného za Nicolase Sarkozyho.⁴²

Veřejný dluh Francie dosáhl na konci roku 2015 2096.9 miliard euro, což představuje nárůst o 56.6 miliardy euro ve srovnání s rokem 2014, kdy činil 2040.3 miliard euro. Jako podíl HDP dosahuje 96.1 %, přitom o rok dříve dosahoval 95.3 % HDP. Veřejný dluh se v roce 2015 nadále zvyšoval, a to v důsledku veřejného deficitu, který se nijak nesnížil. Kumulovaný dluh Francie je tak nyní dokonce vyšší než v Německu, které začalo s jeho snižováním. Nicméně, v nadcházejících letech se očekává stabilizace dluhu v poměru k HDP v důsledku hospodářského plánu vlády a návratu k růstu.⁴³

Snižování veřejného dluhu je pro Francii velkou výzvou, jelikož jeho vysoké hodnoty mohou zabránit dlouhodobému růstu a mohou mít také přímý vliv na fiskální udržitelnost, pokud dlouhodobé úrokové sazby budou stoupat. Avšak, návrat veřejného dluhu k 60 % HDP do roku 2030 by si vyžádalo meziroční růst HDP ve výši 4 až 5 % (za předpokladu konstantních úrokových sazeb), a tím i trvalý rozpočtový přebytek.

Projekt ministerstva financí na rok 2017 předpokládá snížení dluhu na 96 % HDP poté, co v letošním roce dosáhl 96.1 % HDP. Bylo by to poprvé za 10 let, kdy by křivka šla být jen velmi mírně

⁴¹ Chômage, impôts, croissance: pourquoi la France ne va pas mieux. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/le-vrai-du-faux/2016/04/15/29003-20160415ARTFIG00048-impots-croissance-chomage-deficit-la-france-va-t-elle-vraiment-mieux.php>

⁴² La vraie situation économique de la France. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2014 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2014/11/07/20002-20141107ARTFIG00057-la-vraie-situation-economique-de-la-france.php>

⁴³ Les comptes des administrations publiques en 2015. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121561#titre-bloc-16>

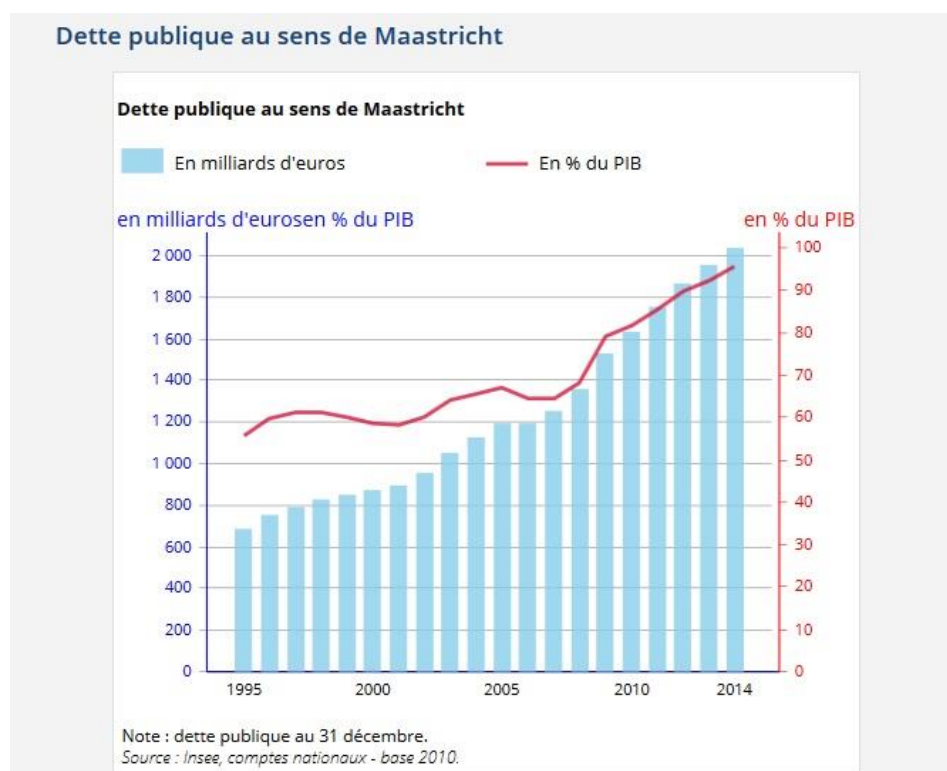
dolů. Avšak účetní triky, které vláda používá k uzavření rozpočtu na rok 2017, stejně jako optimistické předpoklady, na nichž byl postaven, dělají scénář ministerstva předpovídající schodek veřejných financí na úrovni 2.7 % HDP v roce 2017 a tím i snížení veřejného dluhu, poněkud skeptickým. Zejména proto, že mezitím prezidentské volby změní situaci, čímž budou prognózy na příští rok prakticky neplatné.

Tabulka 4: Vývoj veřejného deficitu Francie v letech 2005 - 2015

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% HDP	- 3.2	- 2.3	-2.5	-3.2	-7.2	-6.8	-5.1	-4.8	-4.0	-4.0	-3.6
mld eur	-56,1	-43,4	-49,5	-63,5	-138,9	-135,8	-105	-100,4	-85,4	-84,8	-77,5

Zdroj: Insee, Comptes nationaux annuels base 2010 - Déficit au sens de Maastricht, vlastní zpracování

Obrázek 2: Vývoj veřejného dluhu Francie 1995 - 2014



Zdroj: Insee, comptes nationaux – base 2010

2.2.5 PLATEBNÍ BILANCE

V roce 2015 Francie dvanáctý rok po sobě vykázala deficitní obchodní bilanci, která však od roku 2011, jež byl rekordním z hlediska deficitu obchodní bilance, klesá. Deficit obchodní bilance se roku 2015 snížil o 21.6 % z 58.3 miliard v roce 2014 na 45.7 miliard. Toto zlepšení nastalo díky poklesu cen ropy, což snížilo schodek bilance energetických produktů o téměř 15 mld. eur. Na druhou stranu, schodek bilance neenergetických produktů se prohloubil.⁴⁴

⁴⁴ Le Chiffre du commerce extérieur. In: *Ministère de l'économie et de finances* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <http://lekiosque.finances.gouv.fr/fichiers/etudes/thematiques/a2015.pdf>

Zhroucení cen černého zlata, jehož cena se v porovnání s polovinou roku 2014 snížila na třetinu, bylo pro Francii požehnáním a umožnilo výrazně vylepšit běžný účet Francie. Z poklesu cen ale neprofitovala jen Francie, ale i její obchodní partneři. V důsledku toho francouzské vývozy ukazují obnovenou dynamiku a v roce 2015 se zlepšili o 4.3 %. Odvětví, jako automobilový průmysl, luxusní zboží či kosmetika také profitovaly z poklesu cen ropy, který způsobil nárůst kupní síly v rozvinutých ekonomikách. Například francouzské vývozy zboží do zemí eurozóny vzrostly o více než 2 %, a ty do Spojených států se zvýšily o téměř 20 %, k čemuž přispělo i oslabení eura vůči dolaru v průběhu roku.

Zahraniční obchod měl celkově na HDP negativní vliv ve výši 0.3 procentního bodu, a to kvůli dovozu, který opět zrychlil (+ 6.6 % po + 4.7 %) a pokračoval v silnějším růstu než vývoz (+ 6.1 % po + 3.3 %). Zrychlení dovozu se týká hlavně uhlovodíků (ropa, zemní plyn), kapitálového zboží, automobilů a ostatních výrobků zpracovatelského průmyslu včetně chemikálií.⁴⁵

Vývoz vděčí za svou zvýšenou dynamiku především rafinovaným ropným produktům, kapitálovému zboží, dopravním prostředkům a ostatním výrobkům zpracovatelského průmyslu, včetně oblečení. Po poklesu roce 2014 (-1 %), prodej zemědělsko-potravinářských produktů opět vzrostl (+ 2.9 %), zejména díky nápojům, vývozu šampaňského do anglosaských zemí, koňaku do Spojených států a vín a destilátů do Číny. Čína se tak stala třetím největším klientem Francie u zemědělských produktů, přitom v roce 2014 byla jen desátá. Francouzské vývozy do Spojených států vzrostly o 19.5 %. Za tento nárůst prodeje je zodpovědný hlavně pokles eura vůči dolaru.⁴⁶

V roce 2015 francouzští vývozci udrželi krok se svými hlavními konkurenty a nemuseli se tak stydět za své výkony. Lépe se dařilo pouze Němcům, kterým vývoz vzrostl o 5.7 %, Italům (+ 3.3 %) a Španělům (+ 3 %) se dařilo hůře. Tržní podíl francouzských vývozů ve světě se tak stabilizoval. A zároveň, počet vyvážejících společností ve Francii, jedna z Achillových pat země, se prudce zvýšil. V roce 2015 vyváželo zboží asi 125 000 společností, což je o 4000 více než v roce 2014.

Celkově se čistá externí pozice Francie, která odráží finanční bohatství Francie ve vztahu k zahraničí, mírně zlepšila na -17.4 % HDP, po -19.6 % v roce 2014. Tato úroveň je ale stále výrazně pod limitem stanoveným evropskou procedurou sledování makroekonomické nerovnováhy (35 %).⁴⁷

Schodek běžného účtu v roce 2015 vykázal nízkou úroveň 4.3 miliard euro, neboli 0.2 % hrubého domácího produktu, po -0.9 % v roce 2014. Snížení schodku běžného účtu v roce 2015

⁴⁵ Les comptes de la Nation en 2015. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121563?sommaire=2383694#titre-bloc-9>

⁴⁶ tamtéž

⁴⁷ Balance des paiements 2015 : forte réduction du déficit courant français, hausse massive des entrées d'investissements directs étrangers. *Ministère de l'économie et de finances* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: http://www.tresor.economie.gouv.fr/13481_balance-des-paiements-2015-france-reduction-deficit-courant-investissements-directs-etrangers-balance-of-payments-current-deficit-fdi

bylo způsobeno dvěma faktory: snížení deficitu v obchodu se zbožím, které se pojí s poklesem cen ropy a nárůst příjmů (platy, dividendy, úroky) přijatých ze zahraničí.⁴⁸

Naopak přebytek v obchodu se službami se zřetelně zhoršil. Tento vývoj ale není způsoben službami cestovního ruchu, které mírně vzrostly. Příjmy země z cestovního ruchu totiž mírně poklesly, ale byly kompenzovány větším poklesem ve výdajích Francouzů v zahraničí, takže saldo se tím mírně zlepšilo.

Pokud se zaměříme na kapitálový účet, zde příliv přímých zahraničních investic (PZI) do Francie vzrostl velmi silně, a to na 40 miliard euro po 11 mld. euro v roce 2014, čímž tak dosáhl nejvyšší úrovně od roku 2008. Tento nárůst je spojen s realizací několika významných transakcí, především s fúzí Lafarge-Holcim.

Trend směřující ke zlepšení ve francouzské obchodní bilanci bude pokračovat i v roce 2016. Francouzské potenciální dodatečné vývozy se v tomto roce odhadují na 21.2 miliard euro. Pokles eura a jeho stabilizace k dolaru kolem hodnoty 1.05-1.1 od loňského března vytváří významnou konkurenční výhodu, která je podporovaná obnovenou dynamikou mezi největšími obchodními partnery Francie v eurozóně. Ministerstvo obchodu a financí tudíž očekává dobrou úroveň obchodního deficitu kolem 40 miliard eur. Odhad je však založen na průměrné ceně za barel ropy na úrovni 55 dolarů během roku, zatímco ta se v roce 2016 pohybuje kolem 30 dolarů.

Nicméně, pozitivní výhled pospiňují velké černé skvrny. Za prvé, obchodní deficit s vyloučením energií a vojenské techniky se prohloubil na 23 miliard eur. Za druhé, i přes to, že Francie zůstává čtvrtým největším vývozcem služeb na světě, tak její přebytek v této oblasti klesl o 4.3 miliardy eur a dosáhnul v roce 2015 13.5 miliardy.

2.3 STRUKTURA EKONOMIKY

V této podkapitole bude představena sektorová struktura francouzské ekonomiky, která koresponduje s moderní strukturou vyznačující se převahou služeb na úkor zemědělství a průmyslu. Podíl primárního sektoru na tvorbě HDP činí 3.6 %. Sekundární sektor zaujímá asi 12 % HDP. Pro francouzskou ekonomiku je tedy rozhodující terciární sektor v podobě služeb, který se na tvorbě HDP podílí více než 80 %.

2.3.1 PRIMÁRNÍ SEKTOR

Primární sektor, který představuje 3.6 % HDP, i nadále klesá. Ještě v roce 1997 byl podíl na HDP 5.5 % a v současnosti už jsou to pouhá 3.6 %. Nicméně, i tak je francouzská zemědělská výroba

⁴⁸ Balance des paiements 2015: forte réduction du déficit courant français, hausse massive des entrées d'investissements directs étrangers. *Ministère de l'économie et de finances* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: http://www.tresor.economie.gouv.fr/13481_balance-des-paiements-2015-france-reduction-deficit-courant-investissements-directs-et-rangers-balance-of-payments-current-deficit-fdi

nejvýznamnější v Evropě a současně v Evropské unii. Zatímco na počátku roku 2000 byla na druhém místě, Francie je nyní pátým největším světovým vývozcem zemědělsko-potravinářských produktů. Na druhé straně, největším dovozcem zemědělsko-potravinářských produktů jsou Spojené státy, Francie figuruje na sedmém místě.

Se základní hodnotou 75.8 miliard euro v roce 2015, je francouzská zemědělská výroba lídrem v Evropě. Francie drží své místo jako přední zemědělská velmoc: její produkce je před Německem, Itálií a Španělskem. Francie drží prvenství v odvětví hovězího, drůbeže, obilovin, cukrové řepy, olejnin a produkci brambor. Sektor představoval v roce 2015 5.5 % francouzských pracovních míst, se 908 100 zaměstnanci a dalšími pracovníky pracujícími v zemědělství, rybolovu a zemědělsko-potravinářském průmyslu.⁴⁹

Plocha půdy poskytovaná zemědělcům ve Francii je největší plocha orné a zemědělské půdy v Evropě. Rostlinná výroba zde převažuje nad pěstováním hospodářských zvířat. Francie je známá jako jeden z největších vývozců vína a šampaňského, a to především z Bordeaux a Champagne. Normandie je známá pro své pěstování jablek, ze kterých produkuje vynikající jablečné mošt a brandy (Calvados). Podél atlantického pobřeží převládá rybolov (přístavy La Rochelle nebo Concarneau), kromě toho nesmíme zapomenout na ústřice, jichž je Francie největším producentem v Evropě. Francie je také významným producentem dřeva, s 15i miliony hektarů lesa, což je číslo, které se od roku 1850 dvojnásobně zvýšilo.

Po krizi roku 2009, vývozy zemědělsko-potravinářských produktů obnovily v roce 2015 svůj růst a jejich hodnota činila 59.5 miliardy eur. Nápoje, víno a lihoviny byly v roce 2015 nejvíce vyvážené výrobky, přičemž jejich vývoz prudce stoupá a táhnou celkový růst exportu, zejména díky vývozům do třetích zemí (Čína, Spojené státy). Obiloviny jsou ve vývozu na druhém místě. Na druhé straně, vývoz mléčných výrobků se v roce 2015 snížil o 0.4 miliard EUR ve srovnání s předchozím rokem, ačkoli se v letech 2000 až 2014 stále zvyšoval. Tento pokles byl způsoben poklesem cen mléka a průmyslových výrobků, jako důsledek poklesu celosvětové poptávky.⁵⁰

Z hlediska dovozů přesáhl dovoz potravinářských výrobků v roce 2015 50 miliard eur a vzrostl o 1.9 miliardy eur oproti roku 2014. Hlavními produkty dováženými do Francie v roce 2015 byly ovoce, maso, vnitřnosti a ryby. Nákup masa a drobbů, které byly hlavními dovozy až do roku 2014 pokud jde o zemědělsko-potravinářské produkty, klesly již druhý rok po sobě. Naopak, dovoz ovoce vzrostl o 0.6 miliardy euro, což bylo vyvoláno vyššími nákupy ořechů a citrusových plodů. Předním dodavatelem Francie je od roku 2012 Španělsko, následuje Belgie, Německo a Nizozemsko.⁵¹

⁴⁹ Mémento de la statistique agricole. *Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-26]. Dostupné z: <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/mementos-951/article/memento-de-la-statistique-agricole-12652>

⁵⁰ GraphAgri France 2016. *Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-26]. Dostupné z: <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2016>

⁵¹ tamtéž

Francouzský přebytek zemědělsko-potravinářské obchodní bilance v roce 2015 dosáhl 9.3 mld. euro a po poklesu zaznamenaném v předchozím roce se tak přebytek zvýšil o 0.2 miliardy eur. Zemědělsko-potravinářské výrobky (nezpracované a zpracované) ve skutečnosti zodpovídají za třetí největší obchodní přebytek Francie po dopravních prostředcích a zařízeních (15.2 miliardy eur) a chemických výrobcích a parfémeh (11.1 miliardy eur).⁵²

S Evropskou unií je francouzský zemědělsko-potravinářský obchod strukturálně v přebytku. V roce 2015 přebytek dosáhl 2.7 miliardy eur, avšak klesá již čtvrtý rok po sobě, a to kvůli slabým vývozům již od roku 2012, jež v roce 2015 stagnovali. Hlavním evropským zákazníkem Francie je Německo, následuje Belgie, Velká Británie a Itálie. Mezi hlavní evropské dodavatele Francie potom patří Španělsko, Belgie, Německo a Nizozemsko. Hlavní produkty vyvážené do EU jsou nápoje, obiloviny a mléčné výrobky.

K přebytku zemědělsko-potravinářských produktů stále výrazněji přispívají třetí země: v roce 2015 byl jejich podíl na hodnotě 71 % ve srovnání s 27 % v roce 2000. V roce 2015 se přebytek (více než 6.5 miliardy eur) zvyšuje po roce 2014, který byl poznamenán poklesem. Hlavními zákazníky Francie ze zemí mimo EU jsou Spojené státy, Čína, Švýcarsko a Alžírsko. Silný růst vývozu do Číny a Spojených států byl v roce 2015 poháněn silným prodejem vína a lihovin.

2.3.2 SEKUNDÁRNÍ SEKTOR

Průmysl hraje v ekonomice důležitou roli, protože generuje většinu vývozu a do značné míry podporuje inovační úsilí. Zaměstnanost v průmyslu je také kvalifikovanější než průměr, a má silnější multiplikační účinek na ostatní pracovní místa. Odhaduje se, že průmyslová zaměstnanost generuje 3 nebo 4 neprůmyslová pracovní místa.

Průmysl představuje v roce 2015 12.4 % HDP. Z hlediska přidané hodnoty jsou hlavními odvětvími: zemědělsko-potravinářský průmysl (16.6 %), opravy a instalace strojů (8.7 %) a výroba kovových výrobků (7.7 %). Průmysl je rovněž hnací silou francouzských vývozu - podíl průmyslových výrobků na vývozech Francie je 96.5 %. V loňském roce počet zaměstnanců v průmyslu pokračoval v poklesu. Tento pokles na konci roku 2014 dosáhl 26 % od konce roku 2000 a 15 % od konce roku 2007. 275 000 společností v odvětví zaměstnává 3.1 milionu zaměstnanců, čímž průmysl představuje pouze 13.9 % pracovních míst.⁵³

Od roku 2007 průmyslová produkce klesla o 10 %. Sektor byl silně ovlivněn krizí z let 2007-2008, v letech 2010 a 2011 se mu podařilo zotavit, avšak toto zlepšení bylo jen doháněním po dvou černých letech. Roky 2012 a 2013 byly poznamenány poklesem zpět do červených čísel, ale v roce 2014 se

⁵² GraphAgri France 2016. *Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-26]. Dostupné z: <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2016>

⁵³ L'industrie en France. *Gouvernement.fr* [online]. Paříž, 2015 [cit. 2017-02-26]. Dostupné z: <http://www.gouvernement.fr/partage/3813-l-industrie-en-france>

objem výroby mírně zlepšil (+ 0.3 %) a tento trend pokračoval i v roce 2015, kdy produkce průmyslu vzrostla o 1.8 %.⁵⁴ Výkon je nicméně úctyhodný, protože, na rozdíl od dynamického španělského zpracovatelského průmyslu (+ 4,0%), průmyslová aktivita byla v ostatních evropských ekonomikách neuspokojivá, zejména v Německu, Velké Británii a v menší míře i v Itálii.

Průmyslové podniky vytvářejí celkový obrát ve výši 1030 miliard euro. Největší část obrátu (21 %) vytváří zemědělsko-potravinářský sektor, další jsou automobilový a chemický průmysl. Sektor se skládá hlavně z podniků s méně než 10 zaměstnanci (89 %). Nicméně, studie ukazuje, že velké firmy (nad 250 zaměstnanců) produkují převážnou většinu obrátu (64 %), přidané hodnoty (61 %), vývozu (77 %) a investic (61%). 36% obrátu pochází z exportu a je to farmaceutický průmysl, který prodává do zahraničí nejvíce (62 % svého obrátu). Naopak exporty nábytkářského průmyslu představují pouze 13% obrátu.⁵⁵

Odvětví, které učinily největší pokrok v roce 2015, jsou farmaceutický průmysl, výroba počítačových, elektronických a optických přístrojů a zařízení, rafinace a automobilový průmysl. Rafinace těžila z příznivého prostředí s nižšími cenami ropy a ze zvýšené poptávky po palivech. Automobilový sektor těžil z oživení evropské poptávky v roce 2015 a vymazal téměř všechny poklesy pozorované od roku 2010. Německo a v menší míře i Francie podávají rovněž dobrý výkon v high-tech zpracovatelském průmyslu, a to již od roku 2010, především v důsledku růstu leteckého průmyslu. V období 2010-2015 vzrostla výroba high-tech průmyslu ve Francii průměrně o 2.5 % za rok. V roce 2015 byl tento růst mnohem větší (+5.7 %), tentokrát díky pokrokům ve farmaceutickém průmyslu a ve výrobě počítačových, elektronických a optických přístrojů a zařízení.

Francouzský schodek obchodu s průmyslovým zbožím klesl v roce 2015 o 1.6 miliardy eur na 37.8 miliardy euro. Tento pokles nastal vlivem silnějšího růstu vývozu (+ 4.1 % oproti roku 2014) než dovozu (+ 3.3 %). Mezi největší přispěvatele k poklesu deficitu patřily rafinované produkty, jejichž deficit se snížil o 4.5 miliardy eur, a letecký průmysl, jehož přebytek se zvýšil o 1.8 mld euro.⁵⁶

Ke zlepšení bilance došlo u všech kontinentů s výjimkou Asie. S Evropskou unií sice zůstává obchodní bilance s průmyslovým zbožím v deficitu, avšak se Severní a Jižní Amerikou se obchodní přebytek více než zdvojnásobil (v roce 2015 přebytek ve výši 4.9 miliardy euro, což je zlepšení o 2.8 miliardy), a to díky vynikající exportní výkonnosti vůči Spojeným státům v kontextu oslabení eura vůči dolaru. Naopak, deficit se prohloubil s Asií s nárůstem o 2.7 miliardy euro, přičemž Čína představuje polovinu tohoto zhoršení.⁵⁷

⁵⁴La santé de l'industrie en 5 chiffres clés. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2015 [cit. 2017-02-26]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2015/10/28/20002-20151028ARTFIG00152-la-sante-de-l-industrie-en-5-chiffres-cles.php>

⁵⁵TAVERNIER, Jean-Luc. *Les entreprises en France* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2497086?sommaire=2497179>. Institut national de la statistique et des études économiques.

⁵⁶FAURE, Pascal. *L'industrie manufacturière en 2015* [online]. Ivry-sur-Seine: Direction générale des entreprises, 2016 [cit. 2017-02-27]. ISBN 978-2-11-151549-9. Dostupné z: <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/industrie-manufacturiere-2015>

⁵⁷ tamtéž

Celosvětová poptávka určená Francii, která měří vývoj objemu francouzských vývozu s nezměněným podílem na trhu, vzrostla v roce 2015 o 3.4 %, tedy rychleji než světový obchod. To naznačuje příznivé geografické umístění francouzských exportních společností. Navíc, objemově vývoz prudce vzrostl v roce 2015 (+ 6.6 %), daleko víc než globální poptávka určená Francii. Zdá se tedy, že francouzský průmysl opět získává v roce 2015 podíl na trhu.⁵⁸

Ve srovnání se svými partnery z eurozóny, francouzský tržní podíl ve vývozu průmyslových výrobků zůstal roku 2015 stabilní a představoval 12.3 % vývozu v rámci eurozóny. Naproti tomu podíl francouzského průmyslu ve vývozu z eurozóny do třetích zemí vzrostl v roce 2015 na 13.8 %. Váha Francie v exportu průmyslového zboží z eurozóny se tak zdá být vyšší, pokud uvažujeme vývoz mimo území Evropské unie. To naznačuje, že francouzský průmysl je více zaměřen na vývoz mimo Evropskou unii.⁵⁹

2.3.3 TERCIÁRNÍ SEKTOR

Francouzská ekonomika je především ekonomikou založenou na službách: v posledních čtyřech desetiletích dokonce terciární sektor získal na celkové zaměstnanosti Francie 22 procentních bodů a v roce 2015 zaměstnával 75.2 % pracovní síly, v absolutním vyjádření to je 19.4 milionu lidí. V Evropské unii v roce 2014, je terciární sektor největší v Nizozemsku a ve Spojeném království, kde zaměstnává 83 % pracovní síly.⁶⁰ Toto odvětví představuje 66.8 % produkce, tj 2 522.8 miliard eur, respektive 78.9 % přidané hodnoty, neboli 1 507 miliard eur. Jedná se o odvětví, které nejvíce přispívá k růstu Francie.⁶¹ Jádrem sektoru služeb jsou malé struktury: podniky s méně než 10 zaměstnanci generují mnohem vyšší podíl prodeje než je průměr celkové tržní ekonomiky (32 % obratu ve srovnání s 21 %).

Služby pro podniky jsou nejdynamičtější a spolu s informačními a komunikačními službami, jejich přidaná hodnota vzrostla o 0.9 % a 1.2 % v roce 2014. Služby pro podniky tvoří téměř polovinu přidané hodnoty tohoto odvětví (47%). Informační a komunikační služby dále tvoří 24% obratu a přidané hodnoty, přitom ze dvou třetin spočívají na telekomunikacích a IT. Ubytování a stravování a realitní služby realizují obrat a přidanou hodnotu přibližně na stejné úrovni (v uvedeném pořadí 13 % a 10 % obratu a 12 % a 11 % přidané hodnoty), ale ubytování a stravování zaměstnává téměř čtyřikrát více zaměstnanců, než realitní služby (780 000 proti 200 000).⁶²

⁵⁸ FAURE, Pascal. *L'industrie manufacturière en 2015* [online]. Ivry-sur-Seine: Direction générale des entreprises, 2016 [cit. 2017-02-27]. ISBN 978-2-11-151549-9. Dostupné z: <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/industrie-manufacturiere-2015>

⁵⁹ tamtéž

⁶⁰ Plus de 75% des Français travaillent désormais dans le secteur tertiaire. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-20]. Dostupné z: http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/dessous-chiffres/2016/03/01/29006-20160301ARTFIG00273-plus-de-75-des-francais-travaillent-dormais-dans-le-secteur-tertiaire.php?redirect_premium

⁶¹ TAVERNIER, Jean-Luc, ed. *Tableaux de l'économie française* [online]. Paříž: Institut national de la statistique et des études économiques, 2016 [cit. 2017-02-17]. ISBN 978-2-11-138704-1. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906743>

⁶² TAVERNIER, Jean-Luc. *Les entreprises en France* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2497086?sommaire=2497179>. Institut national de la statistique et des études économiques.

V roce 2015, výstup služeb rostl rychleji než v roce 2014 (+ 2.2 % objemovém vyjádření, ve srovnání s + 1.4 % v předchozím roce). Nejdynamičtější služby zůstávají, stejně jako v minulých letech, informační a komunikační činnosti (+ 3 %) a služby pro podniky (+ 2.4 %). Tento boom je také podporován oživením ubytovacích a stravovacích služeb (+ 1.5 %). Zároveň se zvýšil počet zaměstnanců (+ 2.4 %), zejména v oblasti služeb pro podniky, IT a stravování.⁶³

Vitalita služeb se ukazuje v dlouhodobém horizontu (2000-2014), kdy ve službách roste výroba dvakrát rychleji než v tržním sektoru jako celku (+ 2 % roční průměr vs. 1%). Tyto výkony jsou spojeny se silnou a trvalou poptávkou v oblasti telekomunikací (+ 6 %) a IT služeb (+ 3.7 %) a rostoucími potřebami firem ve službách duševního vlastnictví (právní služby, účetnictví atd.)⁶⁴

Francie, která je silně deficitní ve svém mezinárodním obchodu se zbožím, naopak v odvětví služeb svůj přebytek zvýšila. V roce 2012, Francie vykázala ve službách přebytek ve výši 32,6 miliardy. Sektor služeb Francie je mezinárodně podporován cestovním ruchem a obchodem, pokrývajícím obchodní aktivity v oblasti surovin, zejména zemědělských produktů. Další vysoce exportní odvětví jsou služby pro podnikatele.

2.4 KONKURENCESCHOPNOST EKONOMIKY

Jak již bylo řečeno v úvodní teoreticky zaměřené kapitole této práce, měřením konkurenceschopnosti ekonomiky se zabývá Světové ekonomické fórum (WEF), jež každoročně vydává zprávu o globální konkurenceschopnosti Global Competitiveness Report, z níž bude čerpat tato podkapitola.⁶⁵

K měření konkurenceschopnosti zemí vytvořila WEF index GCI, který zahrnuje nejen ukazatele ekonomické výkonnosti, ale také další „měkké“ faktory, jimiž jsou například moderní technologie nebo životní prostředí. Celkové pořadí zemí a jejich výsledné skóre (nabývající hodnot od 1 do 7) potom vyplývá z umístění v částečných kategoriích ukazatelů. Čím konkurenceschopnější země je, tím lépe dokáže reagovat na aktuální světové dění a trendy, čímž si zajistí ekonomický růst a růst životní úrovně.

Dle Globálního indexu konkurenceschopnosti 2015–2016 se Francie se skóre 5.1 v žebříčku nachází na 22. místě ze 140 sledovaných zemí. Z tabulky níže lze vidět, že konkurenceschopnost ekonomiky Francie se bohužel vyvíjí negativním směrem. Ještě mezi lety 2009 – 2010 byla se skóre 5.1 na 16. místě ze 133 zemí. S výjimkou následujícího roku, kdy se umístila o jedno místo výše, se konkurenceschopnost ekonomiky Francie už jen zhoršovala, přitom počet sledovaných ekonomik ve srovnání s rokem 2009 vzrostl.

⁶³TAVERNIER, Jean-Luc. *Les entreprises en France* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-02-27]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2497086?sommaire=2497179>. Institut national de la statistique et des études économiques.

⁶⁴ tamtéž

⁶⁵ SCHWAB, Klaus. *The Global Competitiveness Report 2015–2016* [online]. Geneva: World Economic Forum, 2015 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-92-95044-99-9. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf

Tabulka 5: Vývoj konkurenceschopnosti ekonomiky Francie

Rok	Celkové pořadí	skóre	Počet hodnocených zemí
2015 - 2016	22	5.1	140
2014 - 2015	23	5.1	144
2013 - 2014	23	5.1	148
2012 - 2013	21	5.1	144
2011 - 2012	18	5.1	142
2010 - 2011	15	5.1	139
2009 - 2010	16	5.1	133

Zdroj: WEF⁶⁶ ⁶⁷, vlastní zpracování

Z hlediska stupně rozvoje ekonomiky WEF zařadilo Francii mezi vyspělé ekonomiky, tedy ty, které jsou tažené inovacemi. Skupina pilířů základní požadavky má proto váhu 20 %, výkonnostní podpora 50 % a faktory inovace a sofistikovanosti 30 %. Obrázek 2 níže znázorňuje hodnocení Francie podle pilířů indexu globální konkurenceschopnosti a porovnává ji s ostatními ekonomikami nacházejícími se na stejném vývojovém stupni. Z obrázku je možné si všimnout, že francouzská ekonomika se většinou pohybuje na průměru ekonomik tažených inovacemi. Nad průměrem se nachází pouze u pilířů infrastruktura a velikost trhu, kde je rozdíl ještě markantnější.

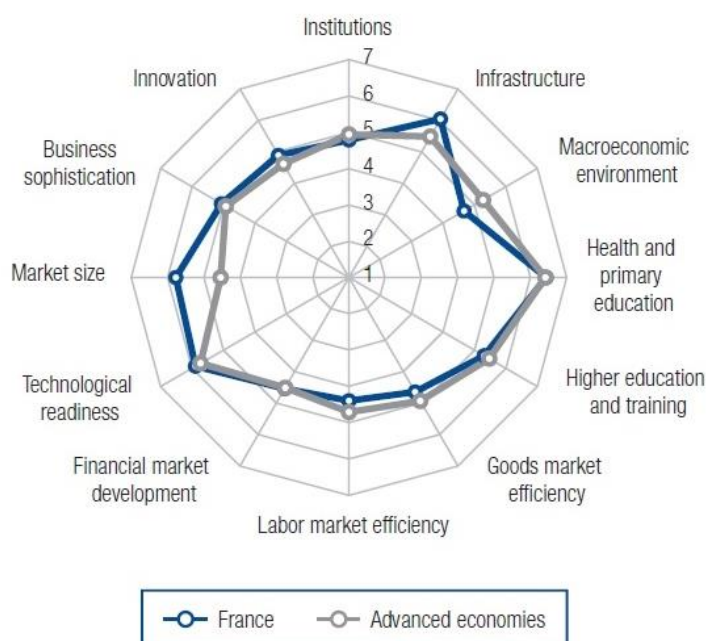
Nejlépe se Francie umístila právě u pilířů infrastruktura a velikost trhu, kde získala 8. místo. V rámci infrastruktury byla velmi dobře hodnocena celková kvalita infrastruktury, kvalita silnic, železnic či kvalita letecké infrastruktury. Dobré hodnocení ve velikosti trhu si vysloužila především díky velikosti domácího a zahraničního trhu a výši HDP. 16. místo Francie obsadila u pilířů zdraví a základní vzdělání a technologická připravenost. U technologické připravenosti získala dobré umístění hlavně díky pokrytí pevným širokopásmovým internetem, šířce pásma internetu a dostupnosti nejnovější technologie. Do první dvacítky se vešla i u pilířů inovace a sofistikovanost podnikání, kde za konkurenční výhodu byly označeny téměř všechny ukazatele kromě stavu klastrů a ochoty delegovat pravomoc, kde Francie získala nízké skóre.

Nejhůře se země umístila v pilíři makroekonomického prostředí na 77. místě se skóre 4.7. Není překvapením, že toho nízké skóre způsobeno vysokým deficitem bilance vládního rozpočtu a vysokým veřejným dluhem. Vzhledem k nepružnému pracovnímu trhu a silné ochraně zaměstnanců není překvapením ani to, že v efektivnosti pracovního trhu má Francie taktéž podprůměrné hodnocení.

⁶⁶ SCHWAB, Klaus, ed. *The Global Competitiveness Report 2011–2012* [online]. Geneva: World Economic Forum, 2011 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-92-95044-74-6. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf

⁶⁷ SCHWAB, Klaus. *The Global Competitiveness Report 2015–2016* [online]. Geneva: World Economic Forum, 2015 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-92-95044-99-9. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf

Obrázek 3: Hodnocení Francie dle pilířů GCI

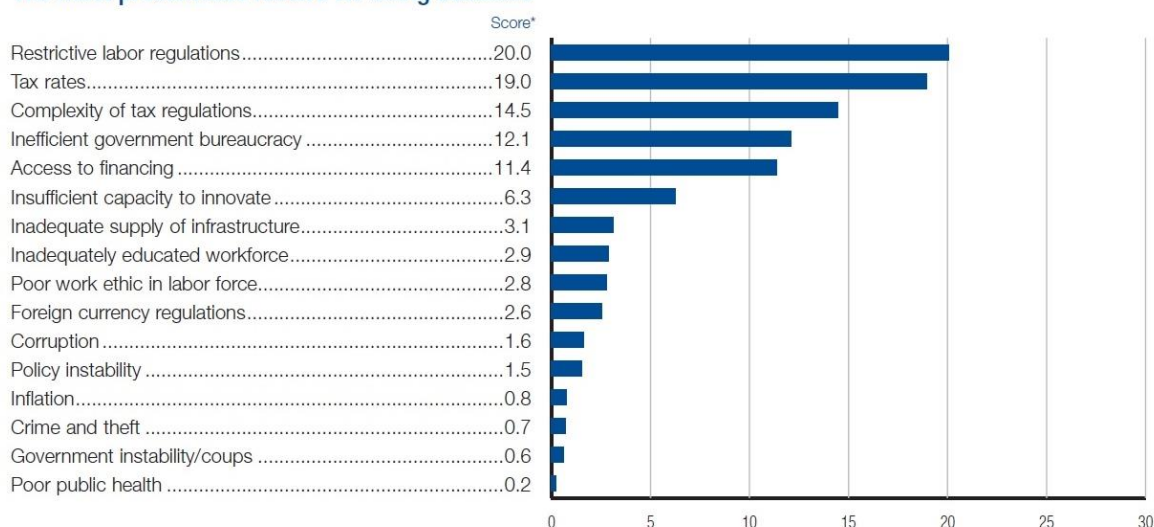


Zdroj: WEF⁶⁸

Kromě „tvrdých“ statistických dat zahrnuje index GCI i „měkká“ data získávaná pomocí dotazníkového šetření „Executive Opinion Survey“, kterého se účastní zástupci vrcholového managementu z příslušné země. Ti za nejproblematictější faktory spojené s podnikáním označili omezující pracovněprávní předpisy, míru zdanění či složitost daňových předpisů. Na druhou stranu, faktory kriminalita a nestabilita vlády nebyly v podstatě vůbec zmiňovány.

Obrázek 4: Nejproblematictější faktory pro podnikání

The most problematic factors for doing business



Zdroj: WEF⁶⁹

⁶⁸ SCHWAB, Klaus. *The Global Competitiveness Report 2015–2016* [online]. Geneva: World Economic Forum, 2015 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-92-95044-99-9. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf

⁶⁹ tamtéž

2.5 ZHODNOCENÍ EKONOMICKÉHO VÝVOJE

Francie – šestá největší ekonomika, druhý největší člen eurozóny, jedna z vybrané skupiny G7 - zaostává od finanční krize za ostatními vyspělými ekonomikami. Stagnující výkon je patrný ze statistik, které ukazují, že od roku 2008 francouzská ekonomika vzrostla zhruba o tři procenta. Ve stejném období německá ekonomika vzrostla o 6 %, Velká Británie kolem osmi procent a USA o deset procent.⁶⁹

Podle OECD je základním ekonomickým problémem Francie nedostatek růstu. Mezi roky 2012 – 2014 růst HDP nedosáhl ani 1 %, to se podařilo až v roce 2015, kdy růst činil 1.27 %, avšak v následujícím roce Francie podle Insee dosáhla růstu pouze 1.1 %. Michel Sapin, ministr hospodářství a financí však tvrdí, že "rok 2016 potvrdil oživení, které začalo v roce 2015".⁷⁰ Kdyby nebylo nepříznivých šoků jako teroristické útoky, stávky či špatné počasí, mohlo být oživení ekonomiky v roce 2016 lepší. Ale i přes tyto události se francouzské ekonomice daří lépe. Důvěra domácností se vrátila a růst v roce 2016 tak byl tažen spotřebitelskými výdaji, tradičním motorem francouzské ekonomiky, spolu s nízkými cenami ropy. Mírné zlepšení spotřebitelských výdajů se očekává v roce 2017, kvůli očekávanému poklesu míry nezaměstnanosti, zvýšení reálných mezd a přístupu k levným spotřebitelským úvěrům.

Podnikatelské investice, další hybná síla pro trvalé oživení ekonomiky, vzrostly o 4.3 %, což je dvakrát tolik než v předchozím roce (+ 2 %). Pobídky pro zlepšení konkurenceschopnosti a zaměstnanosti spolu s nižšími náklady na energie umožnily podnikatelům obnovit jejich marže a slabé euro podpořilo jejich vývozy. Investice v průmyslu se také obnovily, neboť firmy získaly na konkurenceschopnosti. Růst investic v roce 2017 však bude omezen na 1.7 %, a to kvůli vnějším šokům jako Brexit či protekcionistickým tendencím nového amerického prezidenta. I přes tyto politické nejistoty by firmy nadále měly těžit z domácí spotřeby, přičemž i na straně vývozu se očekává zlepšení. To by ale po chabém růstu 0.9 % roku 2016 nemělo být tak těžké.⁷¹

Naopak, vládní finance nejsou v tak dobré kondici. Francie se proto nachází ve spárech postupu Komise EU, která se snaží vládní finance ukáznit, jelikož roční rozpočtový deficit a nahromaděný vládní dluh jsou oba vyšší, než mají podle pravidel být. Evropská komise řadí Francii mezi pět nejhorších evropských ekonomik z hlediska makroekonomických nerovnováh. Brusel kritizuje zemi za "nadměrné makroekonomické nerovnováhy", přičemž zejména poukazuje na úroveň francouzského veřejného dluhu, který nadále roste, přestože konkurenceschopnost a produktivita se nezotavují.

⁶⁹ How can France kickstart its sluggish economy? *The Telegraph* [online]. Londýn, 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/business/2016/09/26/how-can-france-kickstart-its-sluggish-economy/>

⁷⁰ Croissance 2016: cinq bonnes nouvelles derrière un chiffre décevant. *L'express* [online]. Paříž, 2017 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/croissance-2016-cinq-bonnes-nouvelles-derriere-un-chiffre-decevant_1874441.html

⁷¹ tamtéž

V souladu se závazky ke Komisi k roku 2016, Francie provedla reformy a podařilo se jí obnovit veřejné finance, přičemž schodek rozpočtu se snížil na 3.3 % HDP. Tato úprava byla ale provedena za cenu podstatného zvýšení povinných odvodů a kontroly veřejných výdajů. Podle evropského komisaře pro ekonomické záležitosti Francie vykázala pomalé zlepšení růstu, za kterým stojí snížení deficitu, strukturální reformy a větší konkurenceschopnost francouzských firem. Díky tomu Komise zlepšila své odhady růstu francouzské ekonomiky, ta by mohla podle ní tento rok (2017) dosáhnout deficitu ve výši 3 % HDP.⁷²

Chybějícím rysem francouzského oživení je však zaměstnanost. Asi tři miliony lidí je zde nezaměstnaných, což je asi 10 % pracovní síly, přitom přes hranice v Německu je to jenom 4.3 %.⁷³ Míra nezaměstnanosti je ve Francii téměř stejná jako průměr eurozóny, na což země být hrdá nemůže, protože tento průměr odráží i situaci v Řecku nebo Španělsku. Francouzská míra nezaměstnanosti je také druhá nejvyšší z rozvinutých ekonomik G7. Specifickým problémem je nezaměstnanost mladých lidí, jako je tomu v řadě dalších evropských zemí. Téměř jeden ze čtyř mladších 25 let, který chce pracovat, práci ale nemá.

Názor mnoha, včetně OECD a Evropské komise, je, že trh práce je jádrem problému, i když to není jediný faktor. Francie je ukázkovým příkladem toho, co je známo jako "dvojí trh práce": insideri mají vyšší plat, jistotu zaměstnání a často vyhlídky na povýšení, zatímco ostatní, zejména mladší lidé, získávají pouze krátkodobé práce či žádné. Podle OECD je třeba pro snížení duality trhu práce zjednodušit a zkrátit postupy pro propouštění zaměstnanců, zejména těch na dobu neurčitou. Francie totiž patří mezi země s nejpřísnější legislativou týkající se propuštění ze smluv na dobu určitou i neurčitou. Kromě přísné legislativy způsobuje problém na trhu práce i pojistné na sociální zabezpečení, které je vyšší než ve většině ostatních zemí, což činí náklady na pracovní sílu pro zaměstnavatele vysoké. To odráží přetrvávající stížnosti podnikatelů: že je příliš drahé najmout pracovníky a propustit je, pokud potřebují. Výsledkem je tak přetrvávající nezaměstnanost.

Mnozí také tvrdí, že Francie má příliš velký veřejný sektor. Je to jeden z největších na světě a představuje 57% národního důchodu nebo HDP. Francie má dle OECD vysokou úroveň veřejných služeb, která ale zároveň představuje "těžké daňové břemeno", které omezuje motivaci pracovat, spořit a investovat.

Opačný názor je, že Francie trpí nedostatečnou poptávkou po zboží a službách způsobenou ztrátou kontroly hospodářské politiky v důsledku členství v eurozóně. Problém Francie dle této teorie tkví v měnové unii s Německem, což je mnohem silnější a lépe organizovaná ekonomika, a

⁷² Pour la Commission européenne, la situation économique s'améliore en France. *Journal de l'économie* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: http://www.journaldeleconomie.fr/Pour-la-Commission-europeenne-la-situation-economique-s-ameliore-en-France_a3496.html

⁷³ What is the French economic problem? *BBC* [online]. Londýn, 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/business-36152571>

v důsledku toho Francie platí vysoké náklady v podobě ztráty schopnosti ovládat nástroje ekonomické změny od úrokových sazeb přes devizové kurzy až k fiskální politice. Bohužel, pravidla eurozóny týkající se řízení vládních financí pro Francii omezují manévrovací prostor k použití vládních výdajů nebo snížení daní ke stimulaci poptávky.

Rozpočet na rok 2017 předpokládá ambiciózní tempo růstu (1.5 % HDP⁷⁴) a několik daňových reforem (včetně zavedení srážkové daně z příjmu, daňové škrty pro střední třídu a opatření ve prospěch společností). Největšími výzvami, kterým bude Francie v roce 2017 čelit, jsou: snížení fiskálního deficitu, ovládnutí narůstajícího veřejného dluhu, podpora zaměstnanosti, zlepšení konkurenceschopnosti či podpora rozvoje průmyslu. K překonání těchto výzev ale bude zapotřebí strukturálních reforem.

Zahraniční poptávku zřejmě negativně ovlivní Brexit, který bude mít značný vliv na dodatečnou poptávku adresovanou Francii v roce 2017. Před referendem byla Velká Británie pro rok 2017 druhou největší destinací pro francouzský vývoz s odhadovaným růstem vývozu o 6.1 miliardy eur. Brexit však přerozdělil karty a výsledné těžké oslabení libry by mělo vést ke snížení britských dovozů francouzského zboží. Francouzské vývozy do Spojeného království by tak měly v konečném důsledku růst pouze o 0.5 miliardy eur. To pro francouzské exportéry znamená velký schodek ve výši 5.6 miliardy eur.⁷⁵

⁷⁴ France: Le contexte économique. *BNP Paribas* [online]. Paříž, 2017 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <https://www.tradesolutions.bnpparibas.com/fr/explorer/france/apprehender-le-contexte-economique>

⁷⁵ Bilan de 2016 et les contours de 2017. *Euler Hermes* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.eulerhermes.fr/mediacenter/actualites/Pages/bilan-2016-perspectives-2017.aspx>

3. CESTOVNÍ RUCH FRANCIE

V první části této kapitoly bude popsána nabídka cestovního ruchu země prostřednictvím popisu turistických regionů a turistických atraktivit. Hlavní část kapitoly pak tvoří statistická analýza cestovního ruchu, jež je zaměřena na domácí, příjezdový i výjezdový cestovní ruch. Další část je věnována postavení země jak v národním hospodářství, tak na trhu mezinárodního cestovního ruchu. Následuje vyhodnocení konkurenceschopnosti země z hlediska cestovního ruchu. Závěr kapitoly pak patří nástrojům a politikám cestovního ruchu Francie včetně předpovědi budoucího vývoje cestovního ruchu.

3.1. CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU

Francie má turistům hodně co nabídnout od přírodních krás, kde nabízí jak pobřeží, tak města, krajinu i hory, přes turistické služby (ubytování a stravování) až po nejružnější aktivity a atrakce, které zmíním níže. To ji umožňuje vyvinout mnoho dynamických sektorů.

TYPY CESTOVNÍHO RUCHU VE FRANCII

1) Horský cestovní ruch

S téměř 54 miliony prodaných lyžařských dnů v roce 2015, si Francie znovu získala svou pozici přední světové lyžařské destinace před Spojenými státy a Rakouskem. V období 2010-2014, francouzské hory generovaly asi 15 % výnosů z cestovního ruchu v zemi a každoročně přitahuje 5 miliard eur v investicích do cestovního ruchu, a poskytuje 100 000 pracovních míst, z nichž 18 000 jen v lyžařských střediscích. V roce 2013 byla Francie světovým lídrem v zimní turistice s 10 miliony návštěvníků a 7 milionů lyžařů, včetně 2 milionů cizinců. Francie má na svých šesti pohořích jedinečnou infrastrukturu lyžařských středisek: je zde 357 lyžařských stanic, což představuje 8.9 % světové kapacity, čím je Francie ze tří největších lyžařských národů na světě spolu s Rakouskem a Spojenými státy. S celkovým obratem odhadovaným v průměru na 7 miliard eur zodpovídají zimní sporty za téměř 18 % francouzské ekonomiky cestovního ruchu. V samotném regionu Rhône-Alpes, se výdaje lyžařů se odhadují na 6.5 miliardy eur, z čehož jsou dvě třetiny realizovány ve velkých lyžařských střediscích a zahraniční zákazníci přispívají 44 %.⁷⁶

Francouzské hory nabízejí širokou škálu zimních aktivit napříč 6 různými horskými pásmy. Najdeme zde dostatek možností pro všechny cestovatele: od těch, kteří milují extrémní zimní sporty, až k těm, kteří upřednostňují jemnější přístup k požitku ze sněhu. Francouzské hory nabízejí širokou škálu lyžařských oblastí s nespočty možností pro dovolenou na lyžích.

⁷⁶ Le Tourisme montagnard en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_101.htm

Fanoušci zimních sportů budou milovat extrémní venkovní aktivity stejně jako odpočinkovou zábavu, jako jsou výlety na sněžnicích, sáňkování s husky či lázně a mnoho dalších.

Francie je také domovem největší propojené plochy sjezdovek na světě. Nejrozsáhlejší lyžařský region v zemi, Rhone-Alpes, je považován za říši divů zimních sportů už více než 100 let. Frnsncouzské la Clusaz je jedním ze světově nejstarších středisek, v provozu od roku 1907. Pravděpodobně nejznámější zimní středisko ve Francii, Chamonix, zase hostilo úplně první zimní olympijské hry v roce 1924.

Miliony návštěvníků přijíždějí do Francie kvůli lyžování a snowboardingu, ať už je to sjezdové, běžecké nebo ski-horolezectví. Nejlepší lyžování a ubytování je obecně v Alpách, kde je lyžařská sezóna nejdelší díky vysoké nadmořské výšce. Podhůří Alp v Provence nabízí lyžování v menším měřítku, avšak kvůli nižší nadmořské výšce zde sníh nemusí být tak spolehlivý. Pyreneje jsou přívětivější pohoří, méně rozvinuté a teplejší, což opět znamená kratší lyžařskou sezónu a nižší spolehlivost sněhu.

2) Přírodní cestovní ruch

Francie má rozmanitou krajinu od ohromující Chaîne des Puys v Auvergne k rovinám Camargue a jejich neuvěřitelné rozmanitosti rostlin a volně žijících živočichů, nemluvě o všech regionálních přírodních parcích a lokalitách přírodního dědictví UNESCO. Podél turistických naučných stezek "voie verte" či jednoho z kanálů, existuje tisíc outdoorových aktivit. Mezi hlavní aktivity v přírodě patří pěší turistika, návštěvy přírodních, historických a kulturních památek, vodní sporty a cykloturistika.

Francie je pokryta sítí asi 180 000 km dálkových tras, známých jako Sentiers de grande randonnée, které jsou podél cesty vyznačeny a vybavené kempy, chatami a hostely. Některé z nich jsou skutečné maratóny, jako například GR5 od pobřeží Holandska do Nice. Jsou zde ale také tisíce kratších Sentiers de promenade et de randonnée, neboli PRS, jakož i mnoho dalších místních stezek.

Horolezectví je zde možné po celý rok. Alpy jsou mnohem strmější než Pyreneje, takže zde lze najít několik lezeckých příležitostí. Vzhledem k tomu, že Francouzi milují pěší turistiku a horolezectví, tak se všude po horách nachází kontrolní body stejně jako lidé, kteří Vám pomohou se zorientovat a dostat se do cíle, spolu s mapami nebo ukazateli.

Ve Francii také existuje přibližně 60 000 km značených cyklostezek (pistes cyclables). Mnoho měst a obcí vytvořilo cyklostezky, zatímco na venkově je stále větší počet speciálně vyznačených cyklotras dálkových (véloroutes a Voies Vertes). Burgundsko je zvláště vybaveno, s 800Km okruhem, zatímco Loire à Vélo trasa vede po celé délce údolí Loiry od Nevers do St Nazaire.

Populární je také plachtění na rogalech a paragliding, zvláště v Hautes-Alpes v Provence, v Pyrenejích a na Korsice. Speleologie se zase praktikuje ve vápencových jeskyních jihozápadní Francie a v soutěskách a roklích Pyrenejí, Alp a Massif Central. Skvělý způsob, jak prozkoumat francouzský venkov je jízda na koni. Nejznámější a nejromantičtější oblast pro jízdu na koni jsou roviny v Camargue v deltě Rhôny, avšak prakticky každé město má jezdecké centrum, kde je možné jezdit s průvodcem nebo bez doprovodu. Trekking je také populární, a to zejména po stezkách Pyrenejí a Alp.

Kanoistika je ve Francii velmi populární a v létě prakticky každý splavný úsek řeky nabízí pronájem výstroje či lodí nebo organizování výletů. Zejména řeky na jihozápadě (Dordogne, Vézère, Lot a Tarn) nabízejí vynikající škálu. Pro ty nejdobrodružnější jsou ideální rychlé řeky v horách, zatímco pro začátečníky se po celé zemi nabízí nádherná jezera, včetně údolí řeky Loiry, kde můžete během cesty vidět hrady a zámky.

3) Rekreační cestovní ruch

Se svými třemi různými pobřežími a četnými ostrovy, je Francie synonymem přímořské destinace. Každá francouzská přímořská destinace má svůj vlastní příběh a charakter a ať už návštěvníci hledají akci nabitě dobrodružství s vodními sporty, nebo něco klidnějšího, Francie má něco pro každého.

Francie má 5500 kilometrů pobřeží, včetně 3800 kilometrů toho atlantického a 1700 kilometrů středomořského pobřeží. Dnes pobřeží zůstává první turistickou destinací, pokud jde o přenocování: pobřeží soustřeďuje 40 % francouzských turistických nocí na 4 % území, což bylo v roce 2012 66.9 milionu francouzských noclehů a 25.3 milionu zahraničních přenocování v hotelu a venkovním ubytování. Francouzské pobřeží přitahuje zahraniční klientelu s vysokým růstovým potenciálem, která představuje 14.3 % z celkového počtu hotelových nocí, 45.4 % z celkového počtu přenocování ve venkovním ubytování, 14 % klientely turistických rezidencí a 7.1 % klientely rekreačních obcí.⁷⁷

Rozsáhlé pobřeží Francie je dobře vyvinuté pro rekreační aktivity, a to zejména na jihu. Ve městech a letoviscích na pobřeží Středozemního moře návštěvníci naleznou všechny myslitelné druhy plážových aktivit, včetně plavby lodí, mořského rybolovu a potápění. Větre olizované západní pobřeží Středozemního moře je kam windsurfaři míří si užít klidu mořských zálivů, které tuto oblast charakterizují. Pobřeží Atlantiku je dobré pro plachtění, zejména v okolí Bretaně, zatímco nejlepší surfování je ve městě Biarritz; dále na severu pak Anglet, Hossegor a Lacanau

⁷⁷Le Tourisme littoral en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_100.htm

pravidelně hostí mezinárodní závody. Korsika a Azurové pobřeží - kde se nalézají mnoho vraků z éry druhé světové války - jsou oblíbené pro potápění.

4) Městský CR

Městské destinace jsou opravdu silné růstové motory cestovního ruchu na světě, a to jak na příjezdové, tak odjezdové straně turistických toků. Soustřeďují ekonomickou, administrativní a akademickou činnost, nákupní a zábavní nabídku a kulturní dědictví, které jim umožní zachytit velkou část toků profesní turistiky, jakož i té volnočasové. Na evropském trhu, růst městské turistiky zejména velmi benefituje z vývoje spotřebitelských návyků návštěvníků, včetně rozvoje krátkodobých pobytů. Města dobře odpovídají na tento vývoj, protože soustředí širokou nabídku aktivit na jednom místě.

Městská turistika je druhý nejoblíbenější cestovní cíl ve Francii po venkově. Je třetí z hlediska přenocování, protože délka pobytu ve městech je kratší než zejména na pobřeží, kde stále délku pobytu prodlužuje dovolená u moře, i když i ta se značně zkrátila. Je to také velmi lukrativní forma cestovního ruchu, neboť v tržní nabídce městský cestovní ruch představuje 65 % přenocování. V roce 2014 francouzská města generovala nejvyšší spotřebu cestovního ruchu ve Francii s 23,6 miliardami eur, přičemž u francouzské klientely městské pobyty reprezentovaly 30.3 % z jejich pobytů a 40 % u cizinců.⁷⁸

Při zkoumání toho nejlepšího z francouzských měst, narazíme na světové dědictví UNESCO, prvotřídní kulturní akce, výstavy, festivaly, či hodiny vaření a degustace vín, nebo prostě na požitky ze sledování světa z terasy kavárny. Vůdčí metropole městského cestovního ruchu zůstávají víceméně stejné, Londýn a Paříž. Specifičnost francouzských měst je, že nyní mají nižší viditelnost než u jiných zemí. Zejména země jako Německo, Španělsko a Itálie mají několik dobře identifikovaných regionálních metropolí a jsou schopny přilákat významné toky návštěvníků. Nicméně, několik francouzských měst učinilo v posledních letech významný pokrok a vynořily se na evropské scéně. Jako příklady lze uvést Nantes, Nice, Montpellier, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Lyon, Štrasburk a Lille.

Kultura zůstává základním prvkem přitažlivosti metropolí. Bilbao a Guggenheimovo muzeum, otevření Centra Pompidou v Metz, projekt "Le voyage à Nantes", Lille 3000, Marseille hlavní město kultury v roce 2013 jsou jen pár příklady, které demonstrují účinek kultury na cestovní ruch. Kulturní dědictví a kulturní akce jsou nepochybně důležitým faktorem turistické přitažlivosti, jelikož u jednoho zahraničního návštěvníka ze dvou je kultura a kulturní dědictví první motivací cesty do Francie. Z tohoto hlediska hrají různé kulturní značky, jako světové

⁷⁸ Le Tourisme urbain en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_124.htm

kulturní dědictví UNESCO či evropské hlavní město kultury roli urychlovače v kulturní a turistické přitažlivosti metropolí.

5) Kulturně-poznávací cestovní ruch

S 44 000 historickými památkami, z nichž 1500 jsou otevřeny pro veřejnost každý rok, 4000 muzeí z nichž je 1200 označeno jako " Musées de France ", 42 památek zapsanými na seznamu světového dědictví UNESCO a 103 chráněnými oblastmi, má Francie druhé největší kulturní dědictví v Evropě. Z top 30 kulturních památek z hlediska návštěvnosti se čtyřicet nachází v Paříži. Jedna památka se nachází v Ile-de-France (Versailles, třetí s 5.63 miliony návštěvníků) a jen pět v dalších regionech: zámek a muzeum vévodů z Bretaně v Nantes (s 1.33 milionu návštěvníků), Le Merveille de l'Abbaye v Mont-Saint-Michel (1.2 milionu návštěvníků), Chateau de Chambord, Papežský palác v Avignonu a hrad Haut Koenigsbourg.⁷⁹

Studie francouzského kulturního dědictví odhalila extrémní koncentraci nejvíce navštěvovaných míst v Paříži a pařížském regionu. Mimo pařížský region, nabízí vysokou hustotu památek s více než 100.000 návštěvníky ročně šest oblastí: údolí řeky Loiry mezi Orléans a Angers, Périgord, Alsasko, Pláže Dne D v Normandii a v menší míře Alpes-Maritimes a Pyreneje.

Ve Francii se odehrává také řada kulturních akcí s více než 500 každoročně pořádanými festivaly na různá témata: klasická hudba, moderní hudba, atd. V roce 2013 se ve Francii konalo 1972 festivalů, z nichž 1425 bylo zaměřeno na hudbu. Soustřeďují se zejména na letní období, a v uplynulých letech jejich počet neustále narůstá. V roce 2014 navštívilo různé festivaly ve Francii 2 709 200 diváků, což představuje nárůst o 23.6 % ve srovnání s předchozím rokem. Hranici 15 000 diváků překonalo padesát jedna festivalů, přitom v roce 2013 takových bylo jen 36.⁸⁰

Francie se snaží prosadit jako kulturní destinace, a tak hostí mnoho mezinárodních akcí (např. Marseille Provence 2013, Lille 3000), otevírá mnoho muzeí (Pompidou Metz, Louvre Lens, Fondation Maeght, MuCEM v Marseille), stejně jako novou kulturní okružní cestu do Nantes. Významné události dále generují vedlejší účinky, pokud jde o ekonomiku, společnost, public relations a regionální rozvoj.

Dynamika odvětví kultury představuje pro zemi velkou příležitost. Francouzské kulturní dědictví, které je již extrémně široké, je neustále obohacováno renovacemi nebo otevřením muzeí a divadel atd. Festivaly, významné výstavy a další akce představují celou řadu důvodů a příležitostí přijít nebo se vrátit objevovat francouzská města. V roce 2014 při příležitosti oslav stého výročí první světové války byla návštěvnost vzpomínkových míst velkolepá. Ale nejvíce pozoruhodným

⁷⁹ Le Tourisme culturel en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_123.htm

⁸⁰ tamtéž

faktem je, že v roce 2015 (a 2016) návštěvnost těchto lokalit dokonce překročila úroveň z doby před rokem 2014.

6) Gastronomický cestovní ruch

Francouzská kuchyně je známá po celém světě pro svou kvalitu a rozmanitost, která je produktem hluboce zakořeněné kulturní tradice. Vyrábí se zde více než 1000 druhů sýrů, z nichž 43 mají pečeť Appellation d'Origine Protégée (AOP), chráněné označení původu a záruku, že výrobky byly zpracovány v určité zeměpisné oblasti a pomocí speciálních metod a tradic.

Vinařská turistika je jedním z nejdynamičtějších odvětví. Za posledních deset let přispěl vzestup vinařské turistiky k obnovení francouzské turistické nabídky. Laurent Fabius, ministr zahraničních věcí země a silný podporovatel cestovního ruchu, učinil odvětví vína prioritou. Jeho cílem je přilákat 100 milionů turistů do Francie, a to z 82 milionů v roce 2012, s vínem jako jedním z hlavních lákadel. Podle studie provedené agenturou pro rozvoj cestovního ruchu Atout France roku 2010, třetina návštěvníků uvádí, že vybírají jejich cílovou destinaci na základě, mimo jiné, jídla a vína. Agentura také odhaduje, že ročně navštěvuje vinařství v zemi 7.5 milionu lidí, včetně 2.5 milionu zahraničních návštěvníků. Cílem vinařské turistiky stanovené do budoucna je hostit 4 miliony zahraničních návštěvníků ročně do roku 2020.⁸¹

Francouzský vinařský průmysl již dlouho podporuje cestovní ruch a to pomohlo menším výrobcům přežít a cestovní ruch se tak stal nedílnou součástí jejich podnikání. Je těžké říci, kolik je koupeno turisty na místě, ale příjmy z přímého prodeje značně přispívají k více než 12 miliardám eur ročního prodeje vína ve Francii. Podle vinařů se prodá zhruba 40 % jejich produkce návštěvníkům, kteří přišli jejich vinice navštívit.

V roce 2000 Atout Francie zřídilo takzvaný "klastř vinařské turistiky". Toto označení se rozkládá na ploše v okruhu asi 30 km, a nabízí vše, co návštěvník potřebuje: ubytování, stravování, prohlídky pozemků a také přístup ke kulturním a přírodním památkám. Zatímco nové označení vyvolalo velký zájem v průmyslu cestovního ruchu, tak u samotných turistů dosud ne. K dnešnímu dni bylo asi 54 destinací ve Francii klasifikováno jako Vignobles et Découvertes, což je označení sdružující vinařství a turistické služby.

Region od regionu to má smíšené výsledky. Například turisté obvykle navštěvují Savojsko kvůli lyžování, nikoli vínu, ačkoli někteří již podnikají výlety na vinice a ochutnávají místní vína. Stejný příběh je to na Korsice, kterou turisté navštěvují kvůli krajině a podnebí. Naproti tomu v údolí řeky Loiry, která je na seznamu světového dědictví UNESCO od roku 2000, je víno a jídlo regionu stejně součástí kouzla jako historická města a hrady.

⁸¹ France seeks to add more fizz to its wine tourism industry. *The Guardian* [online]. Londýn, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2015/aug/22/france-wine-tourism-world-heritage-status>

V současné době je možno ve francouzských vinařských oblastech provozovat mnoho turistických aktivit. Návštěvníci se mohou vydat na gastronomické výlety od vinařství k vinařství, jako jsou Les Charrois gourmands v Beaujolais; objevit Ventoux na elektrickém kole, běžet maratón v Sauternes, nebo projít TransLayon v údolí Loiry pěšky, či projet na koni, kole nebo na kánoji. Některé z větších zámků hostí koncerty a výstavy ve svých parcích a zahradách. A samozřejmě, je tu široký výběr prohlídek vinic a sklepů, kde turisté mohou pomoci česat hrozny v období sklizně. Některé regiony dokonce rozšířili turistickou sezónu do zimy a je možné se tak zúčastnit pozdní sklizně bílých hroznů i v prosinci. Některá města také investují do infrastruktury, aby tak mohli přivést návštěvníky k místnímu vínu, kulturnímu dědictví a gastronomii. Někteří výrobci vína dokonce začali provozovat zařízení typu bed and breakfasts a pronájem rekreačních chat a chalup.

7) Cestovní ruch s profesními motivy

Profesní cestovní ruch je pro Francii rovněž klíčovým sektorem, s 6081 akcemi pořádanými v roce 2011. Francie se řadí na první místo v Evropě v počtu kongresů a na druhé místo na světě za Spojenými státy. Paříž je přitom s 350 mezinárodními kongresy ročně přední destinací pro mezinárodní konference. Následující jsou: Štrasburk, Nice a Marseille.

Podle přehledu investic do cestovního ruchu od Atout France, bylo v roce 2015 investováno 273 milionů eur do výstavních parků, kongresových center a multifunkčních zařízení, ve srovnání s 203 miliony eur v roce 2014 a 175 miliony v roce 2013, což je dynamika, která je pro zemi velmi pozitivní.

V roce 2013 utržili společnosti usazené ve Francii na trhu profesního cestovního ruchu 8.55 miliardy euro, což představuje mírný nárůst o 1.1 % oproti roku 2012. Ze 77 % odborných akcí pořádaných ve Francii, jich je 58 % organizováno v Paříži a Ile-de-France, 18 % pak v regionu PACA. Hlavní město samo čítá 191 dějišť kongresu, 17 ve vnějších předměstích a 20 ve vnitřních předměstích. 80 % firemních akcí jsou semináře, zbytek jsou konvence.⁸²

3.2. TURISTICKÉ REGIONY A HLAVNÍ ATRAKTIVITY

Francouzské regiony mají co nabídnout, přičemž každý z nich má svůj osobitý charakter a zvláštnosti. Francie se pyšní rozmanitými přírodními zákoutími: dlouhými a vysokými dunami na pobřeží Atlantiku, skalnatými zátokami v Bretani, vinicemi v Burgundsku, strmými roklemi v údolí řeky Tarnu, olivovníky, piniemi a cypřiši v Provence a překrásnými plážemi na Azurovém pobřeží

⁸² Le Tourisme urbain en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_124.htm

Jak bylo zmíněno na začátku druhé kapitoly, od 1. ledna 2016 má Francie nově administrativní členění, které snížilo počet metropolitních regionů z 22 na 13. Francie je tak nově rozdělena do celkem 18 administrativních regionů, z nichž je 13 metropolitních a 5 zámořských (jmenovitě se jedná o Réunion, Mayotte, Francouzskou Guyanu, Martinik a Guadeloupe). Níže proto představím 13 nových metropolitních regionů.

Severozápadní Francie se může pochlubit dlouhým pobřežím, které se táhne celou Bretání podél kanálu La Manche až k ústí Loiry. Najdeme zde Bretaň a Normandii, regiony s nezávislým lidem a tradicemi, které se utvářely po tisíciletí. Region **Normandie** se dělí na dvě poloviny: východní Haute-Normandie podél údolí Seiny s krajinou připomínající tu v Île-de-France a mnohem drsnější Basse-Normandie, která se podobá spíše sousední Bretani. Díky atlantskému klimatu zde vládne proměnlivé, ale příjemné počasí.

Pobřeží Normandie je poseto tradičními přímořskými místy k odpočinku, jako např. Côte Fleurie lemovaný písčitými plážemi a přepychovými vilami. Najdou se zde také takové divy jako Mont-St-Michel, ale i místa, která připomínají bitvy po invazi spojeneckých vojsk během 2.světové války. Těmi jsou především pláže dne D se slavnými kódovými názvy Sword, Juno, Gold, Omaha a Utah. Dnešnímu návštěvníkovi se zde naskytne už jen smutný pohled na to, co zůstalo – betonové bunkry, jednoduché památníky v místech bojů a kilometry křížů a vojenských hřbitovů.

Venkovská krajina směrem do vnitrozemí vyniká dalšími krásami, které bezesporu patří k Normandii – sady, vlnící se údolí a mohutná dřevěná panská sídla. Vnitrozemí můžeme vnímat jako jednu velkou pestrobarevnou mozaiku, na jejíž barevnosti se podílejí zelené louky, roubené domy, trosky opatství, románské kostely a rušná města. Návštěvníky, kteří mají rádi mošty a sýry zavedou dobře značené Route du Cidre (cesta moštu) a Route du Fromage (cesta sýra) do nejmalebnějších městeček a vesnic, kde se z jablek stává cidre a kalvados a mlékárny chrlí smetanové sýry s výraznou vůní. Místní ovocné sady a svěží pastviny pro dobytek vytvářejí ideální podmínky k výrobě známého silného nápoje cidre a aromatických sýrů. Jsou to právě sýry, mošt, kalvados a smetana, které výrazně přispívají k popularitě Normandie a jimiž je celý region provoněn. Mezi nejlepší sýry patří Camembert, Livarot, Neufchâtel a Pont l'Évêque.

Rouen, hlavní město Normandie, bylo výrazně poničeno při bombardování v roce 1944, mnohé budovy byly však úspěšně zrestaurovány nebo rekonstruovány stejně jako renesanční a středověké centrum města, které bylo zrenovováno a přeměněno na pěší zónu.

Skalnaté břehy a drsná krajina **Bretaň** ležící více na západě připomínají druidskou přítomnost původních keltských kmenů. Fascinujícím způsobem působí zejména tajemná pole megalitů a skály z růžové žuly na pobřeží Corniche Bretonne. Bretaňský venkov je divočejší, méně civilizovaný a je pro něj charakteristické drsné pobřeží. I tento kostrbatý břeh se pyšní mnoha písčitými plážemi a přímořskými letovisky na Côte d'Émeraude či rybářskými přístavy.

Vnitrozemí je pak bohaté na malebné zámky, města, kanály a řeky. To vše sem každoročně láká spoustu návštěvníků.

Populární je však i turistika v lesích a skalnaté krajině okolo Huelgoatu, odkud se turisté vydávají na výlety do přírodní rezervace v místním Parc Régional d'Armorique, Amorickém parku. Okolo Carnacu se návštěvníci zase mohou vydat na bádání po prehistorické zemi menhirů, které je zavede zpět do legend a mlh dávnověku. Carnac totiž obklopují pole s tisíci gigantickými kameny (menhiry), které jsou uspořádané do záhadných linií a kruhů. Na prohlídku je nejlepší zajít časně zrána, kdy se menhiry vynořují z mlhy, nebo při západu Slunce, kdy vrhají pozoruhodné stíny.

Na sedmdesát kilometrů dlouhém Smaragdovém pobřeží se střídají skalnaté útesy a jeskyně s písčnými plážemi v klidných letoviscích. Pobřežní silnice návštěvníky zavede na západ k Pointe du Grouin, čtyřicet metrů vysokému útesu se senzačním pohledem na město St-Malo, které okouzlí svou útulností a příjemnou lidovou atmosférou. „Královnou Smaragdového pobřeží“ nazvali Britové v 19.století Dinard s širokými chráněnými plážemi a mírným mikroklimatem – daří se zde palmám, fíkovníkům, tamaryškům a kaméliím. Součástí Smaragdového pobřeží je i Cap Fréhel patřící k nejkrásnějším mysům Francie s úchvatnými strmými útesy z červenajícího se pískovce, které vystupují až 70 metrů nad moře.

V severovýchodní části Francie uvidíme vše od pobřežních dun a polí, která se vlní ve větru, až po malebné vinice, lesy a pohoří. Pítoreskní vesničky ve Flandrech kvetou v létě společně s květinami, zatímco větší města regionu – Lille, Arras a Amiens na severu, Remeš v centru a Nancy a Štrasburk na východě – vyznačují především obrovskou hrdost místních obyvatel na své příbytky.

Region **Hauts-de-France** se skládá z dvou dřívějších regionů Nord-Pas-de-Calais a Pikardie. Na prahu Belgie a Velké Británie, se region **Nord-Pas-de-Calais** skládá z pobřežních oblastí, stejně jako venkova. Kopce Flander a Artois vedou až k Opálovému pobřeží s plážemi obklopenými dramatickými útesy, které se otevírají k pobřeží kanálu La Manche. Přímořská letoviska v této oblasti (Berck-sur-Mer, Le Touquet-Paris-Plage a Boulogne-sur-Mer) kombinují potěšení z pláže se vzrušením kasina a vodních sportů. The Grand Site des Deux Caps pokrývajících 23 ze 120 km tohoto pobřeží, nabízí krásnou krajinu, která se neustále mění v závislosti na denní době. Na východě pláň Cambrésis ustupují hájům a lesům Thiérache a Hainaut. Přírodní regionální park Avesnois spolu s regionálním přírodním parkem Caps et Marais d'Opale a Scarpe-Escaut nabízí více než 3500 km cest k pěšímu prozkoumání. Architektura regionu je zvláště atraktivní, a může se pochlubit vlámským vlivem. Skvělé příklady zahrnují grandiózní Grand Place ve městě Arrasu, katedrála Notre-Dame de Grâce v Cambrai nebo Stará burza v Lille

Hlavní město **Pikardie** je Amiens a dominuje mu katedrála Notre-Dame. V největší katedrále ve Francii najdeme mnohé poklady – sochy, reliéfy a především krásně vyřezávané chórové lavice, které zobrazují na 400 výjevů ze Starého a Nového zákona. Jeden z dopravních uzlů tras vysokorychlostních vlaků TGV a Eurostar je Lille.

Region **Grand Est** se skládá ze tří dřívějších regionů Champagne-Ardennes, Lotrinska a Alsaska. Do **Champagne-Ardennes**, nejsevernější vinařské oblasti, se doslova hrnou milovníci lahodného moku. Jedinečná kombinace geologických, topografických a klimatických vlivů zde vytvořila skvělé podmínky k produkci těch nejproslulejších světových vín. Ochutnávku vína zdejších vinařů si mohou návštěvníci zpestřit místními gurmánskými specialitami, prohlídkou historických měst a hustých lesů.

K nejvýznamnějším gotickým stavbám v zemi patří katedrála Notre-Dame v Remeši, kde byli od středověku až do 19.století korunováni francouzští králové. Místní šampaňské sklepy o celkové délce neuvěřitelných 250 km vznikly jako štoly v místech nalezišť křídý ještě v dobách římské Galie. Prakticky všechny větší značky šampaňského vína nabízejí jejich prohlídku.

Region **Lotrinska** má strategický význam, jelikož střeží výhodní přístup do Paříže, a tak vždy sloužil jako zástava při neustálých konfliktech mezi Francií a Německem. Verdun se stal dějištěm jedné z nejvýznamnějších bitev první světové války. V krajině zdevastované válkami, pozdější těžbou uhlí a ocelářským průmyslem však přežila mimořádná a krásná perla, historické město Nancy. To je ukázkou zlaté architektury z 18.století, která z něj tak činí místo, kde se vyplatí zastavit na cestě mezi Paříží a Alsaskem.

Jedním z důvodů, proč Němci a Francouzi o provincii **Alsaska** neustále bojovali, je to, že jde o krásné místo k životu. Úrodná pole, vinice a husté lesy chráněné z jedné strany Vogézami a z druhé strany tokem Rýna činí z Alsaska soběstačné území. V průběhu dějin se tu vytvořil charakteristický dialekt, architektura, kuchyně a hrdost místních lidí, kteří se necítí být ani Němci ani Francouzi, ale Alsasany. Návštěvníci si mohou vybrat, zda svůj čas chtějí strávit v kosmopolitním Štrasburku, pitoreskním Colmaru nebo kopcovitých vesničkách, kde nabízejí útulné vinárničky a stylové restaurace mnoho dobrého.

Štrasburk je intelektuální, kulturní a ekonomické centrum regionu, kde sídlí Evropský parlament a Rada Evropy. Německý vliv se projevuje v místní architektuře a místních kulinářských specialitách. Přes to všechno však Štrasburk zůstává zarputile francouzským městem. Štrasburk přímo vybízí k procházkám po úzkých ulicích nebo vyjíždce lodí po řece, jejíž dvě ramena omývají historické centrum.

Vinice Alsaska, díky pohoří Vogézy skvěle chráněné před studenými a vlhkými severozápadními větry, mají ideální mikroklima pro výrobu bílého vína, které dokáže obstát i v porovnání s uznávanými víny z Burgundska a Bordeaux. Po mírných stráních mezi Vogézami a údolím Rýna v jediném úzkém,

120km dlouhém pruhu, který se táhne západně od Štrasburku z Marlenheimu dolů k Thannu, se vine Route du Vin („cesta vína“), jež lemují krásné vesnice a hrady pocházející ze středověku a 16.stol. a činí z ní tak tu nejkrásnější výpravu za poznáváním vinic v celé Francii.

Region **Bourgogne-Franche-Comté** se, jak už název napovídá, skládá z dvou regionů, a to Burgundsko a Franche-Comté. Prosperující region **Burgundsko** své návštěvníky láká obrovským množstvím atrakcí: vynikajícím vínem a jídlem, výpravami na kolech podél zdejších kanálů, které tečou podél romantických zelených luk, románskou architekturou, malými vesničkami s farními kostely, působivým vévodským palácem v Dijonu, hospicem v Beaune a významnými památkami ve Vézelay a Fontenay, které jsou nyní zapsány na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO.

I v Burgundsku se návštěvníci mohou vydat na „cestu vína“ nazývanou se Route des Grands Crus, jež měří 60 km a nachází se v departmentu Côte d'Or. Významným bodem na této cestě je vesnice Gevrey-Chambertin s vinnými sklípky přímo ve středověkém zámku. Nejlepší sklepy přístupné veřejnosti jsou však na zámku Clos de Vougeot, který patřil až do revoluce cisterciáckým mnichům, a nyní je majetkem Chevaliers du Tastevin (spolku degustátorů).

Rozlehlé Jurské pohoří se rozkládá v několika departmentech, které tvoří region **Franche-Comté**. Pohoří, které připomíná hradby, dělá spolu s hustými borovicovými lesy z této oblasti nepřístupné místo dodnes prakticky nedotčené okolním světem. Hlavním městem regionu je Besançon, který je vhodnou základnou pro podnikání výletů. Častým cílem výletů v tomto regionu je „les Reculées“, úchvatná údolí ve tvaru koňské podkovy, která vypadají jako amfiteátr pod příkrými skalními útesy. Jedno z nejkrásnějších je Cirque de Baume, Reculée des Planches zase zavede návštěvníky k pohádkovým vodopádům Cuisance a končí vzrušujícím Cirque du Fer à Cheval.

Region **Île-de-France** s metropolí Paříží je pokladnicí kulturních památek. Hranice pařížské pánve zhruba tvoří čtyři řeky – Seina, Oisa, Aisna a Marna. V Ile-de-France se zrodily první gotické katedrály, včetně St-Denis, Senlis, Chartres a Beauvaisu; oblast také byla kolébkou francouzské monarchie. Okolní zeleň a husté lesy nabídly pozdějším králům a šlechtě vhodná místa pro vybudování honosných zámků. Mezi nejobdivuhodnější stavby patří zámky Fontainebleau, Chantilly a Versailles. Všechny tyto zajímavé pamětihodnosti v okolí hlavního města lze pohodlně navštívit autem nebo místním vlakem.

Paříž se stala centrem všeho francouzského a důležitým dopravním uzlem (všechny vzdálenosti jsou po celé zemi měřeny z náměstí před katedrálou Notre-Dame). Paříž také nepochybně zůstává jedním z nejvýznamnějších měst světové módy, revolučním ve světě velkolepého umění a architektonických projektů a pyšní se také jedním z nejzachovalejších městských center v Evropě.

Dlouhý pravý břeh Seiny stále podává obraz solidní a vážené buržoazie. V minulosti byl sídlem obchodníků a členů královské rodiny, dodneška je stále sídlem obchodu a vládních úřadů. Najdeme zde nejluxusnější nákupní zóny s klenotnickými obchody a módními salony, ale také prezidentský palác, široké bulváry a finanční čtvrť. Směrem na sever leží ne tak zářivé Clichy, Pigalle a kopcovitý Montmartre. Uprostřed toho všeho má však hlavní slovo Louvre. Východně položené Les Halles, Beaubourg (území v okolí Centre Pompidou) a Place de la Bastille byly přeměněny v duchu tzv. velkých projektů. Úplně novou tvář díky přílivu módních butiků přijaly Marais a jeho židovská čtvrť.

Levý břeh řeky měl oproti tomu vždy spíše bohémský a intelektuální ráz. Jeho intelektuální přitažlivost podtrhuje Sorbonna, Francouzská akademie, četná vydavatelství a početně zastoupená knihkupectví. Levý břeh ale nabízí mnohem víc než jen studentský život v Latinské čtvrti. Velké množství škol a fakult je však napěchováno na tak malé ploše, že celé čtvrti udávají tempo logicky především studenti. Také na levém břehu nejdeme zajímavé památky a muzea, velmi populární zůstávají také místní Lucemburské zahrady.

Asi 80 km severně od Paříže leží Compiègne, další klasický královský honební revír v Île-de-France. Zdejší palác byl posledním domovem Marie Antoinetty a později oblíbeným sídlem Napoleona III. Compiègneský les nabízí příležitost k mnoha pěkným procházkám. Je také proslulý pro Clairière de l'Armistice (vyhlášení příměří). V soukromém vagónu maršála Focha zde Němci podepsali příměří, které roku 1918 zpečetilo jejich porážku. O dvaadvacet let později pak Hitler přinutil Francouze, aby na stejném místě podepsali kapitulaci.

Region **Centre-Val de Loire** je spolu Île-de-France jedním z těch, který byl v novém systému regionů zachován beze změny. Údolí Loiry, nejdelší francouzské řeky měřící 1012 km, zůstává jednou z největších turistických atrakcí a zapůsobí na své návštěvníky především proslulými zámky. Île-de-France disponuje poměrně velkým množstvím kulturních památek známých po celém světě, např. Versailles, domov slavného francouzského krále Ludvíka XIV. Stejně tolik nádhery nabízí údolí Loiry, kde spousta nádherných hradů lemuje břeh řeky Loiry. Návštěvníci zde mohou obdivovat krásu hradů, jako Amboise, Chambord nebo Villandry

Údolí Loiry je největší oblastí ve Francii, která kdy byla zahrnuta do seznamu světového dědictví UNESCO. Návštěvníci zde mohou objevovat zámky ze Sully-sur-Loire až do Nantes, ale i renesanční zámky, středověké pevnosti anebo pozoruhodné zahrady a další. V srdci údolí Loiry a okolí existují i jiné lokality bohaté na přírodní krásu, stejně jako na velký kulturní význam: Touraine, Berry a Eure-et-Loir, které je vstupní branou do údolí Loiry. Návštěvníky dále okouzlí největší ze všech zámků Loiry, Château de Chambord. Tyčící se nad Loirou je zámek Château de Chaumont-sur-Loire nabízející jeden z nejkrásnějších panoramat nad královskou řekou. Ve městě Bourges, Chartres, Orléans a Tours si turisté mohou prohlédnout některé z nejkrásnějších

gotických katedrál ve Francii. Údolí Loiry zkrátka evokuje snovou krajinu bohatou na zámky a katedrály podél Loiry, divoké řeky, která může být projeta také na lodi.

Region **Auvergne-Rhône-Alpes** na jihovýchodě Francie je od roku 2016 jedním z nových regionů, do kterého byly sloučeny dva regiony ze staršího systému – Auvergne a Rhône-Alpes. Jihovýchod Francie, od Alp dolů podél údolí Rhôny do Provence a Côte d'Azur (Azurové pobřeží, známé též jako Francouzská riviéra), je vyhlášenou rekreační oblastí nejen ve Francii, ale i v celém světě. Zdejší letoviska se snaží vyhovět všem potřebám turistů jak v létě, tak v zimě. Každý si tu něco najde, ať už je to slunění na pláži, nenáročná procházka, adrenalinové lyžování mimo sjezdovky nebo vysokohorské túry.

Centrem regionu **Rhône-Alpes** je Chamonix, kde jsou dnes během zimy sjezdovky zaplněné lidmi a ačkoliv novější střediska postrádají kouzlo tradičních vesnic, místní horské scenérie jsou nepřekonatelné. Jízda lanovkou na Aiguille du Midi poskytuje úžasný pohled na sněhem pokrytý vrchol Mont Blancu a na okolní krajinu. Rhône-Alpes nabízí tisíce způsobů, jak sami sebe fyzicky otestovat a přitom, se nadýchat trochu čerstvého vzduchu. Mont-Blanc poskytuje výhled na Alpy, které jsou domovem největšího lyžařského areálu na světě. Zde si návštěvníci mohou vychutnat sjezdové či běžecké lyžování, snowboarding, procházky na sněžnicích, jízdy se spřežením, potápění pod ledem, curling, atd. Vysoké hory, jezera a lázně nelákají ale jen lyžaře. Jarní návštěvníky uvítají rozlehlá pole divokých květin, v létě se k tradičnímu horolezectví přidávají ještě jízda na koni, cyklistika na horských kolech, tenis, rafting, létání na rogalu a paragliding.

V samém srdci Francie se nachází region **Auvergne**, který je jedinečnou oblastí s dobře zachovalou přírodou. Jedná se o jednu z největších chráněných přírodních oblastí v Evropě se 109 horkými prameny (včetně Volvic), téměř sto sopkami a více než 20 000 kilometry vodních cest. Regionální přírodní park vyzývá turisty na sjezdovky Plomb du Cantal, Puy de Dome, Puy Mary, nebo Puy de Sancy.

Regionální přírodní park Livradois Forez má několik tisíc kilometrů turistických tras mezi lesy, masivy a ledovcovými údolími. Lyžařské stanice v Auvergne také nabízejí celou řadu zimních sportů: alpské lyžování, běh na lyžích, výlety na sněžnicích, sáňkování, snowboarding a další. V letním období pak rafting na divoké vodě, paragliding nebo horolezectví pro ty, co vyhledávají vzrušení. Auvergne je druhým nejvýznamnějším lázeňským areálem ve Francii a svým hostům dopřává lázně z přírodní pramenité vody.

Provence a Azurové pobřeží jsou vyhlášenou rekreační oblastí nejen ve Francii, ale i v celém světě. Oblast má totiž svůj nezaměnitelný půvab a osobní kouzlo, kterým se může pochlubit jen málo jiných míst na světě. Provence je prosluněná krajina lánů vonící levandule, olivových sadů, rozsáhlých vinic, zářivě modrého moře, malebných vesnic, kde by se člověk nejraději usadil natrvalo, a dobrého jídla. Díky kombinaci toho všeho sem vedly kroky mnohých malířů, ale i spisovatelů, které

tento kraj inspiroval. Za všechny jmenujeme Vincenta van Gogha, Paula Cézanna, Moneta, Frédérica Mistrala či Marcela Pagnola.⁸³

Region disponuje rozmanitou krajinou, umožňuje tak sportovní, turistické i kulturní vyžití. Je to právě různorodá příroda, která velmi podporuje cestovní ruch v regionu. Na jihu se nachází nížinaté pobřeží Středozemního moře, kde se v pásu od Cannes po Menton rozkládá Azurové pobřeží zahrnující turisticky hojně navštěvovaná luxusní střediska jako Nice, Antibes nebo Monte Carlo. V nedávné době však cestovní ruch rozšířil tento pás směrem na západ a přiřadily se k němu i letoviska spíše rodinná jako St. Raphael, Ste. Maxime a nejatraktivnější St. Tropez. Ovšem Marseille lze do tohoto výčtu přidat jen stěží, přesto se však tato energická a houževnatá metropole nedá přehlédnout. Mezi dvěma rameny Rhôny v místě, kde se vlévají do Středozemního moře, pak nalezneme oblast mokřadů a národní přírodní rezervaci la Camargue, která za svou slávu oblast vděčí bílým koním, býčím zápasům a vzácným ptákům, především růžovým plameňákům.⁸⁴

Směrem na sever do vnitrozemí se krajina zvedá až k alpským vrcholům oblíbeným cyklisty. Ve střední Provence nalezneme kopcovitý Luberon, srdce provensálského venkova, který je dnes chráněnou krajinnou oblastí a plný malých městeček a vesnic (tzv. villages perchées), kde se zdánlivě zastavil čas. Za Luberonem směrem na sever se tyčí Mont Ventoux, kde končí jedna z etap Tour de France. Od Azurového pobřeží se strmě zvedají masivy. U St. Raphael nalezneme masiv vulkanického původu s názvem Esterel, který je tvořen hlavně porfyrem, který mu dává červenou barvu. Za zmínku stojí i 20km pás vápencových skal Les Calanques mezi Marseille a Cassis s hluboce zaříznutými zálivy a skalami, padajícími přímo do moře.⁸⁵

Provence má historii stejně bohatou jako je její půda. Památky z dob Římské říše stále hrdě stojí v Orange, Arles a Nîmes a odolávají zubu času. Nejdůležitější tady ovšem nejsou památky, ale poklidné životní tempo, sluncem provoněná krajina a báječná kuchyně. Letní Provence je plná kulturního dění, kdy každé město využívá svých starých arén, katedrál nebo paláců jako dějiště hudebních festivalů, divadelních představení apod.

Okcitanie je jedním z nových regionů a skládá se z dřívějších samostatných regionů Languedoc-Rousillon a Midi-Pyrénées. Pobřeží v oblasti **Languedoc-Rousillon** se může pochlubit půvabnými rybářskými přístavy a celou řadou nových, zářících letovisek se zlatými plážemi a moderní architekturou. Ve vnitrozemí jsou přívětivá červená městečka zasazena do neuvěřitelně zelených Pyrenejí, které se táhnou směrem ke hranici se Španělskem a východně k národním parkům Cévennes a Ardèche. Mnoho starých měst na jihu, např. Toulouse nebo Montpellier si rychle osvojilo moderní způsob života, ačkoliv z nich stále číší nepopsatelná ospalost. Montpellier je z nich pravděpodobně

⁸³ BAŤHOVÁ, Barbora. *Analýza podnikatelského prostředí francouzského regionu PACA a rozvoj obchodní spolupráce s ČR*. Praha, 2015. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická. Vedoucí práce Ing. Soňa Gullová, Ph.D.

⁸⁴ tamtéž

⁸⁵ tamtéž

nejdynamičtější – chlubit se může spoustou nových domů, vzkvétající univerzitou, lékařskou fakultou a rychlovlakem TGV směřujícím do Paříže. Toulouse je zase proslaveno svým leteckým průmyslem, jelikož se zde vyrábí letadla Airbus.

Midi-Pyrénées je největší region ve Francii, zahrnující jak nejmodernější technologie, tak také stopy pravěkých civilizací. Výjimečný je perfektní slovo, jak popsat velké památky čekající na návštěvníky v regionu na jihozápadě Francie: Cirque de Gavarnie, viadukt Millau, Conques, Rocamadour, Montségur, Canal du Midi, a hlavní město regionu, Toulouse jsou jen začátek. Region Midi-Pyrénées v sobě spojuje radost z objevování s potěšením z gastronomie a vzrušením z nových zážitků. Canal du Midi, klasifikovaný na seznamu světového dědictví UNESCO, nabízí klidné a stinné břehy, zatímco dobrodruzi mohou zdolat soutěsky Tarn na kánoi nebo kajaku, nebo si prohlédnout velkolepý Viadukt Millau na rogalu nebo paraglidu. Jiní se mohou rozhodnout vyšplhat na Pic du Midi v Bigorre, což je jedna z 24 významných lokalit v regionu Midi-Pyrénées.

Pyreneje, druhé nejvyšší pohoří ve Francii, vytváří přirozenou hranici se Španělskem a jeho vrcholky zůstávají bílé po celý rok. Najdeme zde i střediska, kde si mohou zajezdit jak milovníci sjezdového lyžování, tak běžkaři. Ti, kdo mají rádi kempování a pěší turistiku, ocení nedotčenou přírodu v parku Parc National des Pyrénées. Na jaře a na počátku léta se na vysoko položených pastvinách utvoří pestrobarevný koberec z lučních květů a místní fauna je také velmi pestrá – doslova od motýla k medvědovi.

Také **Nová Akvitánie** je jedním z nových regionů od roku 2016, který byl složen z dřívější Akvitánie, Limousinu a Poitou-Charentes. **Akvitánie**, třetí největší region ve Francii, se propůjčuje všem dovolenkovým tužbám: od baskického pobřeží až k přírodnímu regionálnímu parku Périgord-Limousin, mohou turisté objevovat jeho pláže, města s bohatou historií, mnoho malebných vesniček, středověkých opevněných měst, a také jeho hory, vinice lesy.

Z Hendaye na baskickém pobřeží k Verdon-sur-Mer v Gironde, Akvitánie nabízí 250 kilometrů písčiny pláží, plavebních přístavů a přímořských letovisek. Nejdůležitější lázeňský region ve Francii se může pochlubit ne méně než 30 lázeňskými městy, včetně Dax, top francouzského lázeňského města. Akvitánie, to jsou také města s bohatou historií jako Bordeaux, ale také Biarritz, Bayonne, Pau nebo Périgueux. V roce 2007 UNESCO zapsalo na seznam téměř polovinu Bordeaux jako „výjimečný urbanistický a architektonický soubor“ postavený ve věku osvětlení.

Akvitánie je také požítkem pro milovníky jídla s asi dvaceti restauracemi oceněnými michelinskou hvězdičkou. Avšak gastronomický triumf v Akvitánii se nachází v jejích vinicích. Od od UNESCO chráněného Saint-Emilion až k House of Wines v Jurançonu, přes Planète Bordeaux nebo House of Wines v Bergeracu, zde všude mohou návštěvníci ochutnat ty nejlepší ročníky z tohoto regionu.

Limousin je útočištěm míru, chutí, nekonečných zelených ploch, řek a jezer. Tato oblast nacházející se v samém srdci Massif Central má krajiny poseté horami, údolími a jezery. Limousin je perfektní kombinací umění a přírody: Crozant v údolí Creuse byl velkým lákadlem pro impresionisty. Čas jako by se pozastavil ve Vassivière Lake, zelené oblasti na jihozápadě. Corrèze vyniká díky své gastronomii, Creuse zase díky úchvatné divočině, a Haute-Vienne omráčí návštěvníky svým porcelánem a smaltem. Hrady jsou také součástí kulturního dědictví Limousinu, od hradu Val na břehu jezera k hradu Boussac (kde žil George Sand), nezapomínaje na zámek Pompadour, který je hostitelem jezdecké události „Grande semaine de Pompadour“.

Pobřeží Atlantiku v **Poitou-Charentes** nabízí široké, otevřené plochy, pláže s burácejícími vlnami a vysokými dunami a rozsáhlá pásma tichých borovicových lesů. Na pobřeží se zachovaly opevněná města s bohatou architekturou přitahující nadšence historie a přístavy se svobodným duchem nebo protestantská pevnost La Rochelle, jejíž věže vytvářejí až pohlednicové scény. Nelze opomenout Poitiers (město 100 věží) s křtitelnicí ze čtvrtého století, Rochefort (lázeňské město) s královskou továrnou na lano nebo Royan s jeho přímořskými vilami a kostelem Notre Dame. V údolí řeky Dordogne a okolo něj leží oblast Périgord, která se chlubí bohatou kuchyní, opevněnými městy a fascinujícími jeskynními malbami a jinými prehistorickými pozůstatky. Při cestě podél řeky vhodné pro rybaření i kanoistiku je možné vidět vápencové útesy, louky a zalesněné kraje.

3.3. POSTAVENÍ NA TRHU MEZINÁRODNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU

Evropa se šesti ekonomikami v top 10 z hlediska příjezdů nadále dominuje žebříčku díky své infrastruktuře služeb cestovního ruchu, vynikajícím zdravotním a hygienickým podmínkám, a především díky Schengenskému prostoru zodpovědnému za vysokou míru mezinárodní otevřenosti a integrace. Nicméně, napříč regionem stále ještě existují významné rozdíly. Ne všechny evropské země plně využívají své kulturní zdroje a odvětví cestovního ruchu tak, aby plně reagovali na nové trendy, vážne také v odstraňování byrokracie, které by umožnilo vytvoření dynamického podnikatelského prostředí.

3.3.1. PŘÍJEZDOVÝ CR

V roce 2015 byla Francie opět hodnocena jako přední světová turistická destinace. V kontextu ztížené konkurence a mnoha geopolitických rizik, byl francouzský cestovní ruch předmětem silného ekonomického vzdoru a v roce 2015 pokračoval v dynamické internacionalizaci. Navzdory prudkému poklesu toku po bombových útocích v Paříži, byly celkové výsledky pro rok 2015 pozitivní. S 84.5 miliony turistů vykazala metropolitní Francie nárůst v příjezdech o 10.2 % od roku 2010 a oproti roku 2014 o 0.9 %. Z celkového počtu příjezdů do Evropy má tak Francie s 84.5 miliony příjezdů podíl

13.9 %.⁸⁶ Počet zahraničních návštěvníků dokonce překonal 85 milionů, pokud zahrneme zámořské regiony.

Obrázek 5: Postavení Francie v mezinárodních příjezdech

International tourist arrivals						
			(million)		Change (%)	
Rank		Series	2014	2015*	14/13	15*/14
1	France	TF	83.7	84.5	0.1	0.9
2	United States	TF	75.0	77.5	7.2	3.3
3	Spain	TF	64.9	68.2	7.0	5.0
4	China	TF	55.6	56.9	-0.1	2.3
5	Italy	TF	48.6	50.7	1.8	4.4
6	Turkey	TF	39.8	39.5	5.3	-0.8
7	Germany	TCE	33.0	35.0	4.6	6.0
8	United Kingdom	TF	32.6	34.4	5.0	5.6
9	Mexico	TF	29.3	32.1	21.5	9.4
10	Russian Federation	TF	29.8	31.3	5.3	5.0

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©. Please see page 9 for symbols and abbreviations.

Zdroj: UNWTO Tourism Highlights 2016⁸⁷

Odvětví se také radikálně mění, s tím jak přijíždí nová klientela. Evropané a Asiaté dnes ve Francii představují rostoucí počet zahraničních turistů. Podíl Evropanů na příjezdech do Francie však zatím zůstává neuvěřitelných 82 %, čímž evropská klientela, zejména Němci, i nadále zůstává motorem růstu v příjezdech zahraničních turistů. Němci tvoří největší počet zahraničních turistů ve Francii před Brity, Belgičany, Italy a Holanďany. Turisté ze zemí, které byly zasaženy hospodářskou krizí jako je Irsko, Portugalsko a Řecko, se také pomalu vrací do Francie.

Obecně lze říci, že klienti ze vzdálených trhů vykázali velmi silný nárůst (+11.6 %), zatímco vyspělý evropský trh zaznamenal mírný pokles (-1.5 %). Počet asijských návštěvníků loni vzrostl působivě o 22.7 %. Od roku 2014 byl proces vydání víza pro čínské, indické a singapurské návštěvníky snížen na 48 hodin. Toto opatření vedlo v roce 2015 k nárůstu o 38 % v počtu udělených víz čínským občanům. V důsledku toho počet čínských turistů poprvé překonal významnou hranici 2 milionů, aby dosáhl 2.2 milionu. Ze všech Asiátů vybírajících si Francii pro svou dovolenou, tak Číňané představují nejvyšší podíl.⁸⁸ Co se týká celé Evropy, tu v roce 2015 navštívilo 8.6 milionu čínských turistů a očekává se, že toto číslo vzroste do roku 2019 o 23 % na očekávaných 10 milionů

⁸⁶ World Tourism Organization. *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016 [cit. 2017-03-24]. ISBN 978-92-844-1814-5. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

⁸⁷ World Tourism Organization. *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016 [cit. 2017-03-24]. ISBN 978-92-844-1814-5. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

⁸⁸ France remains the world's leading tourist destination. *Gouvernement.fr* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <http://www.gouvernement.fr/en/france-remains-the-world-s-leading-tourist-destination>

návštěvníků.⁸⁹ Počet indických turistů navštěvujících Francii již dosáhl 500 000 s nárůstem v žádostech o víza o 48.14 %. Američané mají Francii taktéž rádi jako destinaci, jejich počet totiž meziročně vzrostl 15.2 %. Severní Amerika je tak i nadále ve Francii z mimoevropské klientely na prvním místě.⁹⁰

Bohužel, počet návštěvníků z Evropy se meziročně snížil o 1.5 %, avšak tento trend nebyl stejný u všech evropských trhů. Německo a Švýcarsko, dva strategické trhy z hlediska příjezdů a příjmů vykázaly pokles 9.2 % a 6.5 %. Na druhou stranu, britský trh zaznamenal nárůst o 3.3 %, stejně jako Itálie a Španělsko, které vzrostly o 6.5 % a 4.9 %.⁹¹ Mezitím, počet návštěvníků ze zemí BRIC vzrostl o 60 % z 2.5 milionu na více než 4 miliony, přičemž příjezdy zahraničních turistů z mimoevropských trhů vzrostly o 32 %.⁹²

Tabulka 6: Příjezdy dle zdrojových zemí v letech 2010 – 2014 (v tis.)

Zdrojové trhy	2010	2011	2012	2013	2014
Německo	11 720	11 953	12 572	13 393	12 684
Velká Británie	12 175	12 332	12 143	12 549	11 808
Belgie	9 935	10 086	10 365	9 320	9 297
Itálie	6 583	7 408	7 394	7 171	7 504
Nizozemí	6 944	6 447	6 301	6 496	5 548

Zdroj: OECD COUNTRIES PROFILES – FRANCE, vlastní zpracování⁹³

Francouzská ekonomika se musí přizpůsobit snižování spotřební doby, což má za následek neustále zvyšování krátkých pobytů v souladu s rozvojem cestovního ruchu ve městě. Jeden zahraniční turista ze dvou ve Francii stráví maximálně 3 noci. Zkracování doby pobytu je také důsledkem diverzifikace způsobů ubytování, kromě hotelu, je to např. ubytování u přátel nebo rodiny, v rezortech nebo pronájem mezi soukromými osobami. Neočekává se přitom, že by se tento trend do budoucna oslabil.

I přes to, že se pobyty zkracují, tak celkový počet přenocování v metropolitní Francii v roce 2015 vzrostl o 0.8 % na více než 400 milionů nocí, avšak dvě třetiny z těchto nocí můžeme připsat na vrub domácím Francouzům. Růst přenocování by se také měl promítnout ve zvýšení výnosu odvětví, které významně přispívá k HDP (7.4 % v roce 2014).⁹⁴

⁸⁹ L'Agence de développement touristique de la France. *Rapport d'activité 2015* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <https://asp.zone-secure.net/v2/2821/3658/65354/Rapport-d-activit%C3%A9-2015---Atout-France.pdf>

⁹⁰ France remains the world's leading tourist destination. *Gouvernement.fr* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <http://www.gouvernement.fr/en/france-remains-the-world-s-leading-tourist-destination>

⁹¹ tamtéž

⁹² L'Agence de développement touristique de la France. *Rapport d'activité 2015* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <https://asp.zone-secure.net/v2/2821/3658/65354/Rapport-d-activit%C3%A9-2015---Atout-France.pdf>

⁹³ OECD (2016), "France", in *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris.

⁹⁴ France remains the world's leading tourist destination. *Gouvernement.fr* [online]. Paříž, 2016 [cit. 2017-03-24]. Dostupné z: <http://www.gouvernement.fr/en/france-remains-the-world-s-leading-tourist-destination>

Francie i nadále dominovala oběma žebříčkům mezinárodních příjezdů i příjmů. Zatímco Francie je první globální destinací z hlediska příjezdů, tak pokud jde o příjmy z mezinárodního cestovního ruchu (46 miliard dolarů), tak se řadí na čtvrté místo za třetím Španělskem (56.5 miliardy dolarů). Z hlediska příjmů z CR je tedy Francie v Evropě druhá s podílem 10.1 % na příjmech. Přesto tyto dvě přední evropské země jsou daleko za Spojenými státy s příjmy 204.5 mld dolarů. Relativní podíl Francie na příjmech v roce 2015 klesl, a to jak na globální, tak i evropské úrovni (shodně o 21 procentních bodů), v důsledku zejména zvýšených tržeb zaznamenaných ve Spojených státech a ve Španělsku.⁹⁵

Obrázek 6: Postavení Francie v mezinárodních příjmech z CR

International tourism receipts ¹		US\$				Local currencies	
		(billion)		Change (%)		Change (%)	
Rank		2014	2015*	14/13	15*/14	14/13	15*/14
1	United States	191.3	204.5	7.8	6.9	7.8	6.9
2	China	105.4	114.1	n/a	8.3	n/a	9.8
3	Spain	65.1	56.5	3.9	-13.2	3.9	4.0
4	France	58.1	45.9	2.8	-21.0	2.8	-5.4
5	United Kingdom	46.5	45.5	11.8	-2.3	6.2	5.2
6	Thailand	38.4	44.6	-8.0	16.0	-2.7	22.0
7	Italy	45.5	39.4	3.6	-13.3	3.6	3.8
8	Germany	43.3	36.9	4.9	-14.9	4.9	1.9
9	Hong Kong (China)	38.4	36.2	-1.4	-5.8	-1.5	-5.8
10	Macao (China)	42.6	31.3	-1.1	-26.4	-1.1	-26.5

Zdroj: UNWTO Tourism Highlights 2016 %

3.3.2. VÝJEZDOVÝ CR⁹⁷

V roce 2013 byl podíl Francouzů cestujících na dovolenou stabilní na úrovni 75.1 %. Počet cest v rámci Francie se změnil ve srovnání s rokem 2012 jen málo, avšak v rámci zahraničních destinací se zvýšil o 2.7 %. Polovina Francouzů odjela na kratší cesty. Na druhou stranu, míra odjezdů na dálkové cesty (alespoň čtyři noci) se zvýšila o 0.3 procentního bodu na 65.8 %, po poklesu o 0.8 bodu v roce 2012. Za poslední čtyři roky se tak tato míra pohybuje kolem 66%. Míra odjezdů na cesty mimo metropolitní Francii vzrostla o 0.9 procentního bodu na 25.6 %, což je číslo o pouze 0.2 body nižší oproti maximu z roku 2005. Cesty francouzských turistů do zahraničí rostly u všech kontinentů s výjimkou Afriky, která pokračovala v poklesu a dosáhla – 7.6 % po – 4.0 % v roce 2012. Naopak

⁹⁵ World Tourism Organization. *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016 [cit. 2017-03-24]. ISBN 978-92-844-1814-5. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

⁹⁶ tamtéž

⁹⁷ Pokud nebude uvedeno jinak, podkapitola čerpá z: Pascal Faure. *Bilan du Tourisme en 2013*. Ivry-sur-Seine: Direction Générale des Entreprises, 2014. ISSN 2271-250X.

zvýšení bylo zvláště silné vůči Asii a Oceánii (11 %) a Americe (7.9 %), což více než kompenzovalo pokles zaznamenaný v roce 2012.

Pro Francouze zůstává Starý kontinent zdaleka hlavní zahraniční destinací s podílem 72.7 % všech francouzských cest do zahraničí, což je pozice, která dále posílila o 0.4 body ve srovnání s rokem 2012. Cesty do Španělska, nejoblíbenější zahraniční destinace Francouzů, představují téměř jednu z každých šesti cest do zahraničí a v roce 2013 vzrostly o 0.3 % po mírném poklesu v roce 2012.

Tabulka 7: Nejvýznamnější destinace francouzských turistů

Zdrojové trhy	2010	2011	2012	2013	2014
Španělsko	3 729	3 729	3 729	3 729	4 099
Itálie	2 714	2 714	2 714	2 714	2 981
Belgie	1 258	1 428	1 419	1 598	1 843
Velká Británie	1 761	1 959	1 580	1 511	1 785
Německo	1 120	1 170	1 257	1 285	1 444

Zdroj: OECD COUNTRIES PROFILES – FRANCE, vlastní zpracování⁹⁸

Francouzští turisté prodlužují své pobyty nejen v domovské Francii ale ještě více v zahraničí. Jejich přenocování v zahraničí vzrostly o 4.2%. Ze vzestupu těžila jak komerční tak i nekomerční ubytování, jak u domácích i mezinárodních destinací. Itálie, která obsadila druhé místo s více než jednou z deseti cest do zahraničí, potvrzuje svou dobrou pozici a cesty Francouzů do této země stouply o 7.7 % po 2.1 % v roce 2012.

Měsíc srpen soustřeďuje 15 % ročních cest francouzských obyvatel, tedy mezi 30.5 a 30.9 miliony cest, což je v posledních letech překvapivě stabilní číslo. Pak je to v červenci, kdy Francouzi odjíždějí nejvíce (11 až 12 % ročních cest). Dále přichází měsíce květen a duben s 8 až 10 % ročních cest každý. Nejhorší měsíce jsou v prvním čtvrtletí.

V roce 2013 Francouzi realizovali více než tři čtvrtiny jejich osobních cest po silnici (77.6 %), většinou autem. Pro cesty do zahraničí zůstává letecká doprava logicky většinovým režimem dopravy (57.6 %), před silnicí (32.6 %). U cest po Francii je důležitost silnice nejvyšší (83.3 %), daleko před železnici, která představuje téměř jednu ze sedmi cest (14.4 %).

V roce 2013 francouzští turisté uskutečnili celkem 1.178 miliard přenocování, z toho 216.8 milionu bylo v zahraničí nebo ve francouzských zámořských departementech. Průměrná délka pobytu v zahraničí se zvýšila o 1.5 %. Toto zvýšení kompenzuje 4% pokles v roce 2012 a přináší počet nocí strávených v zahraničí na jejich úroveň 216.8 milionů z roku 2011, což je úroveň,

⁹⁸ OECD (2016), "France", in *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris.

kteřá je téměř o 3 % vyšší než předcházející vrchol v roce 2005. Cesty do zahraničí jsou tím delší čím vzdálenější je destinace: od přibližně 15 do 16 nocí u Ameriky, Asie a Oceánie a francouzských zámořských departementů, u Evropy je pak průměrná délka pobytu je snížena na polovinu. Afrika leží mezi těmito dvěma s 11 až 13 dny.

Výdaje věnované Francouzi na jejich cesty se vyvíjely stejně jako jejich přenocování, s mírným zvýšením u cest po Francii (+ 1 %) a mnohem dynamičtějším u cest do zahraničí (+ 3.8 %). Pokud jde o zahraniční turistické výdaje, Francie se v roce 2015 celosvětově řadí na páté místo s 38.4 miliardy dolarů. Je to díky prudkému poklesu o 30.7 % v zahraničních turistických výdajích ruských turistů. Výdaje čínských turistů vzrostly velmi silně o 24.5 % oproti roku 2014. Čína tak posílila svou pozici lídra v oblasti zahraničních turistických výdajů.

Tabulka 8: Postavení Francie v mezinárodních výdajích cestovního ruchu

země	Výdaje CR (mld. USD)		Podíl na trhu (%)	Výjezdy (v mil.)	
	2014	2015		2014	2015
Čína	234.7	292.2	23.2	116.6	127.9
USA	105.5	112.9	9	68.2	73.5
Německo	93.3	77.5	6.2	83	X
Velká Británie	62.6	63.3	5	58.4	64.2
Francie	48.7	38.4	3	28.2	X
Rusko	50.4	34.9	2.8	45.9	36.8
Kanada	33.8	29.4	2.3	33.5	32.3
Korea	23.2	25	2	16.1	19.3
Itálie	28.8	24.4	1.9	27.2	27.5
Austrálie	26.4	23.5	1.9	9.1	9.5

Zdroj: UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition, vlastní zpracování⁹⁹

3.3.3. DOMÁCÍ CR¹⁰⁰

Sedm z deseti Francouzů odjelo nejméně jednou do nějaké destinace ve Francii. V roce 2013 Francouzi realizovali ve Francii tolik cest jako loni a jejich počet dosáhl 204 milionů, což je mírně nad úrovní zaznamenané v roce 2008 a 2009 (202 milionů), ale výrazně nižší než v letech 2005 až 2007 (213 až 214 milionů). Výdaje na cestování po Francii vzrostly o 1 % a celková vynaložená částka tak v rámci metropolitní Francie dosáhla 45.9 miliardy eur.

Města jsou nejoblíbenější destinací Francouzů a hostí tři z deseti cest. Další jsou moře, pobřeží a hory, kde každá z destinací hostí o něco více než dvě z deseti cest Francouzů. Dovolené ve městech se v roce 2013 zvýšily mírně (+ 0.3 %) a výrazně u lyžařských středisek (+

⁹⁹World Tourism Organization. *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016 [cit. 2017-03-24]. ISBN 978-92-844-1814-5. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

¹⁰⁰ Pokud nebude uvedeno jinak, podkapitola čerpá z: Pascal Faure. *Bilan du Tourisme en 2013*. Ivry-sur-Seine: Direction Générale des Entreprises, 2014. ISSN 2271-250X.

2.5 %). Naopak, klesly na horách bez lyžařských stanic (-2.2%), zatímco byli stabilní směrem k moři a venkovu.

Rhône-Alpes zůstává nejoblíbenějším turistickým regionem Francouzů (20.4 milionů cest), před regionem Provence a Azurové pobřeží (16,7 milionů). Region Pays de la Loire (14.1 milionů) zůstal na loňském na třetím místě před Île-de-France (13.8 milionů), Bretaní (13.2 milionů), Languedoc-Roussillonem (12.9 milionu) a Akvitánií (11.7 milionu).

V roce 2013 se počet přenocování francouzských turistů v metropolitní Francii zvýšil o 0.6 % a dosáhl tak celkem 961.1 milionů přenocování. 83.3 % jejich cest bylo uskutečněno po silnici, daleko před železnicí, která představuje téměř jednu ze sedmi cest (14.4 %). Průměrná délka francouzských pobytů v rámci kontinentální Francie je něco málo přes pět nocí, kolem sedmi až osmi dnů u moře a v lyžařských střediscích, v průměru čtyři až pět dní na venkově a ve městě. Zatímco počet cest k moři a do města se v roce 2013 změnil jen málo, prodlužování jejich délky vedlo k výraznému nárůstu přenocování na pobřeží (+ 2.1 %) a ve městě (+ 2 %). Na druhou stranu, průměrná délka pobytů na venkově se změnila jen málo a na horách se dokoce zkrátila.

Průměrná délka pobytu je také velmi variabilní v závislosti na cílovém regionu. Korsika drží rekord s téměř 13 nocemi. Přímořské oblasti hostí francouzské turisty delší dobu než jinde: šest až sedm nocí v Languedoc-Roussillonu, Provence a Azurovém pobřeží, v Bretani, Midi-Pyrénées a Poitou-Charentes. Naopak, Ile-de-France je jedním z regionů s nejkratší průměrnou délkou pobytu (tři a půl dne).

3.4. POSTAVENÍ CR V NÁRODNÍM HOSPODÁŘSTVÍ

Důležitou částí při hodnocení cestovního ruchu je kromě analýz jednotlivých druhů cestovního ruchu i zhodnocení jeho pozice v rámci ekonomiky země. Tato podkapitola bude vycházet z údajů WTTC (Světové rady cestování a cestovního ruchu).¹⁰¹

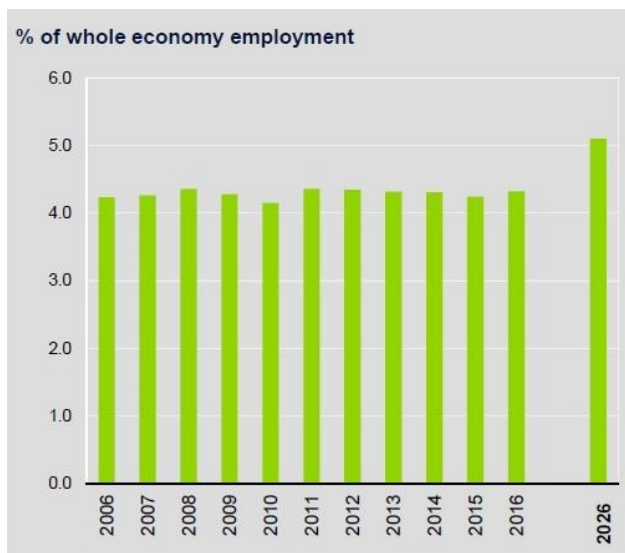
Přímý příspěvek cestovního ruchu k HDP činil v roce 2015 80.4 mld EUR (což představuje asi 3.7 % celkového HDP), přičemž v roce 2016 se předpokládal vzrůst o 2.9 % a mezi lety 2016-2026 pak o 2.7 % ročně na 107.6 mld EUR (asi 4.2 % celkového HDP) v roce 2026. Toto především odráží ekonomickou aktivitu generovanou odvětvími jako jsou hotely, cestovní kanceláře, letecká a jiná osobní doprava, ale zahrnuje také například restaurace a zábavní průmysl.

Celkový příspěvek cestovního ruchu k HDP (včetně širších dopadů investic, dodavatelského řetězce a vyvolaných dopadů na příjmy) byl v roce 2015 199.3 miliard EUR. Podíl ekonomiky cestovního ruchu na HDP je tak asi 9.1 %. V roce 2016 se odhaduje růst o 3.1 % na 205.4 mld EUR, čímž se podíl ekonomiky CR vyšplhá na 9.3 % HDP. Mezi lety 2016 – 2026 se

¹⁰¹ WTTC. *Travel & Tourism Economic Impact 2016. France* [online]. London, 2016. [cit. 25-03-2017]. Dostupné z: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/france2016.pdf>

potom předpokládá roční růst o 2.4 % na 259.6 mld eur roku 2026, čím se podíl ekonomiky CR dostane 10 % HDP.

Obrázek 7: Podíl průmyslu cestovního ruchu na HDP

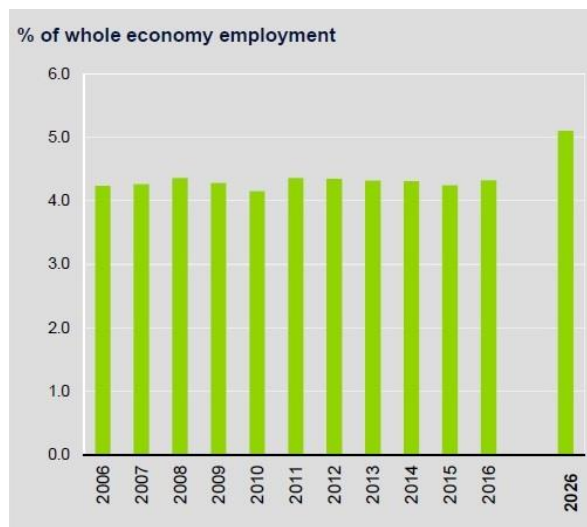


Zdroj: WTTC¹⁰²

V roce 2015 cestovní ruch přímo vytvářel 1 170 500 pracovních míst, což představuje asi 4.2 % z celkové zaměstnanosti. V roce 2016 se odhaduje růst zaměstnanosti v cestovním ruchu o 2.1 % a do roku 2026 by měl pak cestovní ruch přímo vytvářet 1 446 000 pracovních míst (5.1 % z celkového množství), což představuje nárůst o 1.9 % ročně v průběhu příštích deseti let. Tato zaměstnanost zahrnuje pracovní místa v hotelích, cestovních kancelářích, leteckých společnostech a ostatních dopravních službách pro cestující (s výjimkou příměstských služeb) či zaměstnanost v restauracích a zábavním průmyslu. Podíl ekonomiky cestovního ruchu (včetně nepřímě vytvořených pracovních míst) na celkové zaměstnanosti byl v roce 2015 10.1 %, tedy asi 2 795 500 pracovních míst. Do roku 2026 by měl cestovní ruch vytvořit až 3 308 000 pracovních míst, tím dosáhne podíl ekonomiky cestovního ruchu na zaměstnanosti 11.7 %, což představuje nárůst o 1.5 % ročně.

¹⁰²WTTC. *Travel & Tourism Economic Impact 2016. France* [online]. London, 2016. [cit. 25-03-2017]. Dostupné z: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/france2016.pdf>

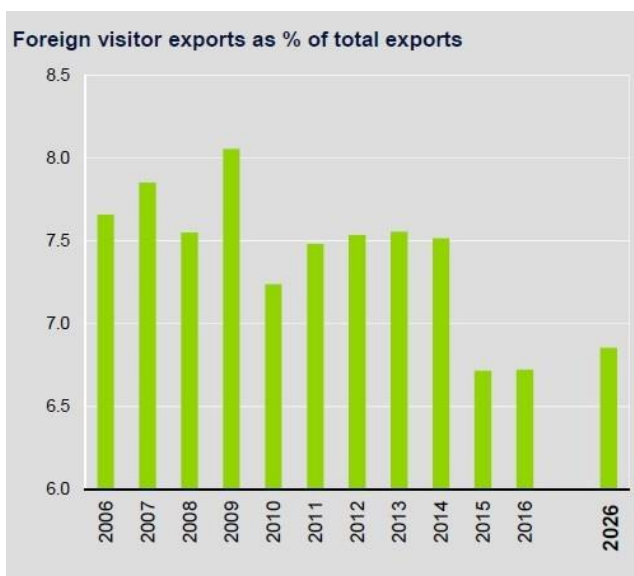
Obrázek 8: Podíl průmyslu cestovního ruchu na zaměstnanosti



Zdroj: WTTC¹⁰³

V roce 2015 Francie díky příjezdovému cestovnímu ruchu realizovala 43.4 mld. eur, tím je jeho podíl na celkových exportech 6.7 %. V roce 2016 se očekával růst o 2.3 % a země by tak měla přilákat 88 769 000 zahraničních návštěvníků. Do roku 2026 by měl počet zahraničních turistů dosáhnout 110 263 000 a ti by ve výdajích měly vytvořit 61.6 mld. eur (6.9 % z celkových exportů), což představuje nárůst o 3.3 % ročně.

Obrázek 9: Podíl příjezdového cestovního ruchu na exportu



Zdroj: WTTC¹⁰⁴

Cestovní ruch také zásadním způsobem přispívá k francouzskému zahraničnímu obchodu. Od roku 1999 cestovní ruch tvoří jeden z nejvyšších přebytků platební bilance. V roce 2012

¹⁰³WTTC. *Travel & Tourism Economic Impact 2016. France* [online]. London, 2016.[cit. 25-03-2017]. Dostupné z: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/france2016.pdf>

¹⁰⁴ tamtéž

vytvořil kladné saldo 10.6 miliardy EUR, následující rok potom 10.2 miliardy EUR a roku 2014 6.6 miliardy EUR.¹⁰⁵

Výdaje leisure klientely na cestování v roce 2015 dosáhly 124.9 mld EUR, čímž vytvořily 82 % přímého HDP cestovního ruchu, ve srovnání s 18 % u výdajů na pracovní cesty, které dosáhly 27.3 miliard EUR. U leisure výdajů se v roce 2016 očekával růst o 2.5 % na 128 mld. eur a do roku 2026 pak vzrůst až na 170.9 mld. eur. Výdaje na obchodní cesty roku 2016 stouply o 4.2 % na 28.5 mld. eur. Do roku 2026 by pak výdaje na obchodní cesty měly ročně růst o 0.8 % na 30.8 mld. eur. Výdaje na domácí cestovní ruch vytvořily v roce 2015 71.5 % z přímého HDP cestovního ruchu. Mezinárodní příjmy z cestovního ruchu vytvořily ve srovnání 28.5 % HDP cestovního ruchu. U výdajů na domácí CR se v roce 2016 odhaduje růst o 3.1 % na 112.1 mld eur a do roku 2026 následně růst o dalších 2.3 % ročně na 140.1 mld. eur.

3.5. KONKURENCESCHOPNOST FRANCIE JAKO DESTINACE

CESTOVNÍHO RUCHU

Pro zhodnocení konkurenceschopnosti cestovního ruchu Francie bude využito Indexu konkurenceschopnosti destinace cestovního ruchu 2015¹⁰⁶ sestavovaného Světovým ekonomickým fórem. Tento index uvádí, že Francie získala skóre 5.24 ze 7 a umístila se tak na 2. příčce z celkového počtu 141 hodnocených zemí. Pokud se zaměříme na hodnocení Francie z minulých let, tak lze konstatovat, že pozice Francie se významně zlepšila z 12. na 2. místo, i když skóre zůstalo v podstatě neměnné.

Tabulka 9: Vývoj konkurenceschopnosti cestovního ruchu Francie

rok	Celkové pořadí	skóre	Počet hodnocených zemí
2015	2	5.24	141
2013	7	5.3	140
2011	3	5.4	139
2009	4	5.3	133
2007	12	5.2	124

Zdroj: WEF, Travel and Tourism Competitiveness Report 2015,2013,2011,2009,2007, vlastní zpracování

Evropa, s celkem šesti zeměmi v top 10, je regionem s nejkongurenceschopnějšími ekonomikami v oblasti cestovního ruchu. Evropa také zůstává regionem s největším počtem mezinárodních příjezdů za rok, částečně i díky svým bohatým kulturním zdrojům, službám cestovního ruchu na světové úrovni,

¹⁰⁵ France, the world's leading tourist destination. *France Diplomatie* [online]. Paříž, 2017 [cit. 2017-03-25]. Dostupné z: <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/economic-diplomacy-foreign-trade/facts-about-france/one-figure-one-fact/article/france-the-world-s-leading-tourist>

¹⁰⁶ *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Ženeva: World Economic Forum, 2015. ISBN 978-92-95044-48-7.

infrastrukturu, vynikajícím zdravotním a hygienickým podmínkám a zejména díky schengenskému prostoru, který zajišťuje vysokou míru mezinárodní otevřenosti a integrace. Nicméně, stále přetrvávají tři hlavní rozdíly.

Za prvé, evropské kulturní atrakce a památky nejsou sice rovnoměrně rozděleny mezi jednotlivými zeměmi, to ale úplně nevysvětluje velké mezery mezi dobře a špatně hodnocenými zeměmi z hlediska kulturních zdrojů. Zatímco všechny evropské země mají dlouhou historii, některé dosáhly většího pokroku než jiné při prosazování kulturních památek na potřebnou úroveň, aby se staly magnetem pro turisty. Sportovní a zábavní akce, stejně jako konference, veletrhy a výstavy, také hrají důležitou roli.

Za druhé, ne všechny země připisují stejnou důležitost rozvoji odvětví cestovního ruchu. Například, jak Španělsko, tak Itálie mají mimořádné atrakce pro turisty, ale Španělsko aktivněji staví na těchto silných stránkách, zatímco Itálie vykazuje ne tolik aktivní přístup. Mezitím, jiné země, jako je Island, investují značné prostředky do budování silnější značky cestovního ruchu a využití specifických výklenků.

Za třetí, podnikatelské prostředí v Evropě se ohromně liší, je zpravidla efektivní v severní a střední Evropě, avšak v jižní a východní Evropě je už méně zdravé. Výzvy při budování příznivého podnikatelského prostředí jsou často spojené s institucionálním uspořádáním země a proces změny bývá často dlouhý, ale tato změna je dále klíčem k úspěchu, konkurenceschopnosti a prosperitě i mimo odvětví cestovního ruchu.

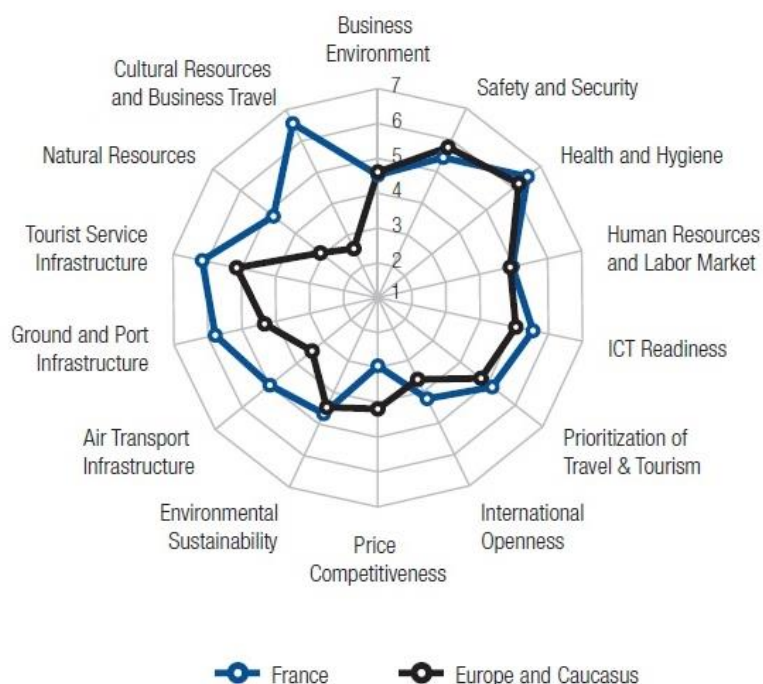
Španělsko vede roku 2015 žebříček poprvé. Je to třetí nejnavštěvovanější země na světě s přibližně 60.6 miliony příjezdů, což je číslo, které nadále roste především díky nárůstu počtu návštěvníků z rozvíjejících se trhů jako je Čína, Brazílie a Mexiko. Díky krásným památkám po celé zemi, se může pochlubit nejlepším hodnocením svých kulturních zdrojů a rovněž vysoce boduje u business klientely s velkým počtem mezinárodních konferencí. Řadí se vysoko (4) u online vyhledávání zábavy - restaurací, nočního života a atrakcí - stejně jako u prioritizace cestovního ruchu (6.) a infrastruktury služeb cestovního ruchu (4.). Je zde však prostor pro zlepšení. Nízké hodnocení podnikatelského prostředí (100.) odráží byrokracii týkající se stavebních povolení a neefektivní právní rámec, zatímco trh práce je stále hodnocen jako poněkud rigidní (113.) a trpící nesouladem mezi odměnami a produktivitou pracovníků (125.).

Švýcarsko představuje jakýsi model pro všechny, jelikož v podstatě vyniká ve všech pilířích konkurenceschopnosti a díky tomu i dlouho obsazovalo první pozici, avšak roku 2015 obsadilo 6. příčku. Země se může pyšnit jednou z nejlepších infrastruktur, umístila se vysoko v pozemní infrastruktuře a také infrastruktuře služeb cestovního ruchu, také vyniká ve službách týkající se hotelnictví, protože má vysoce kvalifikované pracovníky, díky tomu, že se v zemi nachází nejlepší světové školy hotelového managementu. Pro turisty Švýcarska jsou hlavním lákadlem přírodní krásy,

nebot' vláda dbá velmi striktně na ochranu a regulaci přírodního bohatství a rozvíjí svůj průmysl s důrazem na udržitelnost životního prostředí. Z hlediska bezpečnosti se jedná o jednu z nejbezpečnějších zemí, využívanou ve velkém měřítku business klientelou. Mezi slabé stránky Švýcarska patří restriktivní vízová politika a nízká cenová konkurenceschopnost, kterou by šlo zlepšit tím, že rozšíří svou nabídku rekreačních a zábavních aktivit, které doplňují tradiční zaměření na přírodní cestovní ruch.

Francie patří celkově druhá příčka a nadále přitahuje nejvíce turistů s více než 84 miliony příjezdů. Díky své kombinaci bohaté historie, atrakcí, lyžařských středisek a pobřeží, se Francie řadí vysoko v oblasti kultury (2. místo) a přírodních zdrojů (8. místo). To je doplněno důrazem na odvětví cestovního ruchu (31), udržitelnost životního prostředí (23.) a silně vymáhanou regulací na jeho ochranu (29.) a udržitelným přístupem k rozvoji cestovního ruchu (48.). Francie je také dobře propojena, díky čemuž se zařadila do top 10 v infrastruktuře pro leteckou dopravu, pozemní dopravě a infrastruktuře služeb cestovního ruchu. Francie se umístila vysoko (13. místo) i v mezinárodní otevřenosti, a to díky členství v EU, schengenském prostoru a zrychlení procesu vydávání víz. Mezi slabé stránky Francie dlouhodobě patří podnikatelské prostředí, které je pro další rozvoj potřeba zlepšit a kde je zdanění poměrně vysoké (133.) a postup vydání stavebních povolení poněkud zdoluhavý. Na rozdíl od Španělska si Francie vysloužila podstatně horší hodnocení v cenové konkurenceschopnosti (139), a to kvůli vysokým cenám paliv a letištním poplatkům či drahým hotelům. Horší skóre má i u bezpečnosti (62), která se v současné době kvůli atentátům v Paříži a Nice stala citlivým problémem, který je třeba řešit.

Obrázek 10: Srovnání konkurenceschopnosti Francie se zbytkem Evropy



Zdroj: WEF, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015¹⁰⁷

¹⁰⁷ The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Ženeva: World Economic Forum, 2015. ISBN 978-92-95044-48-7.

3.6. NÁSTROJE A POLITIKY NA PODPORU CESTOVNÍHO RUCHU

3.6.1 BARIÉRY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Francie je stále nejnavštěvovanější zemí světa a z pozice nejoblíbenější destinace zahraničních turistů zemi zatím nesesadily ani teroristické útoky. Nicméně, teroristické útoky v Paříži a následné "uzamčení" v Bruselu mělo negativní dopad na celoroční výsledky. Útoky v Paříži z 13. listopadu omezily nárůst počtu příjezdů, a to zejména v hlavním městě. Hoteliéři v pařížském regionu po listopadových teroristických útocích hlásí výrazné ztráty a návštěvnost v zemi se ke konci roku 2015 značně oslabila. Ještě větší odliv turistů, přesně osmi procentní úbytek, však zaznamenala severní Afrika a především pak Tunisko, napsal list Le Figaro.

Právě kvůli listopadovým útokům v Paříži se Francie v následujícím roce potýkala s nepříjemným propadem turistického ruchu ve své metropoli. Počet turistů se v první polovině roku 2016 snížil o 11 procent, což představuje ztrátu ve výši asi 460 milionů euro. Některé pařížské hotely dokonce zaznamenaly nejnižší obsazenost za posledních 25 let. Klienti některých národností byli útoky zvláště otřeseni. Vnímání rizika mělo vliv zejména na klienty z Asie nebo ty bohaté. Ve srovnání s rokem 2015, Paříž následujícího roku navštívilo o 46.2 % méně Japonců, o 35 % méně Rusů, 27.7 % méně Italů a 19.6 % méně Číňanů.¹⁰⁸ Podle rezervačního systému letenek ForwardKeys se objednávky letenek směr Paříž na první pololetí roku 2016 oproti loňsku propadly o celých 17 procent. Počet cestujících ze Spojených států je o 7.4 % nižší, z Číny dokonce o 13 %.¹⁰⁹

Během prvních šesti měsíců roku 2016 klesla návštěvnost v regionu Ile-de-France o 6.4 % ve srovnání s rokem 2015, což činí asi o milion méně návštěvníků a ztrátu 750 milionů EUR.¹¹⁰ Čísla také ukazují, že celá země zaznamenala podobný pokles v návštěvnosti, zejména u bohaté klientely vyhýbající se Francii ve prospěch jiných destinací. Pro francouzskou ekonomiku je to citelná rána, země je turisty dlouhodobě nejvyhledávanější na světě, jen do Paříže jich loni přicestovalo na 32 milionů. Do francouzské ekonomiky díky tomu přiteklo na 21 miliard euro.

Útok v Nice na Azurovém pobřeží, které láká každoročně statisíce turistů, se ještě negativěji podepsal na francouzském cestovním ruchu, který už tak byl oslaben předcházejícími útoky v lednu a listopadu. Po podzimních útocích v Paříži se na několik týdnů propadly prodeje letenek o desítky procent a teroristický útok v Nice vedl k dalšímu poklesu zájmu turistů o

¹⁰⁸ Paris tourism has lost €750 million since terror attacks. *The Local* [online]. Paříž: The Local Europe, 2016. Dostupné z: <https://www.thelocal.fr/20160823/paris-tourism-has-lost-750-million-since-the-attacks-strikes-floods>

¹⁰⁹ Francie uhájila post královny turismu. Po útocích však strmě klesá. *Idnes* [online]. Praha: Mladá Fronta, 2016. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/francie-uhajila-sve-prvenstvi-nejnavstevovanejsi-zeme-sveta-pui-/eko-zahranicni.aspx?c=A160120_103530_eko-zahranicni_chrs

¹¹⁰ Paris tourism has lost €750 million since terror attacks. *The Local* [online]. Paříž: The Local Europe, 2016. Dostupné z: <https://www.thelocal.fr/20160823/paris-tourism-has-lost-750-million-since-the-attacks-strikes-floods>

dovolenou ve Francii. Podle Asociace cestovních kanceláří (ACK) do země v létě 2016 vyjelo minimálně o 30 procent Čechů méně než loni.¹¹¹

Tyto útoky ale mění turistiku už delší dobu. Lidé mnohem pečlivěji zvažují, kam svou dovolenou nasměrovat, a zhruba pětina lidí, která by jinak jela do zahraničí, tráví dovolenou v tuzemských destinacích. Zbytek hledá jiná místa, kam by mohli jet na dovolenou, a to především v Itálii, Chorvatsku nebo Španělsku. Zájem je i o severní Evropu a velký přeliv je i v rámci Středomoří.

Události v Nice strhly dolů i evropské akcie. Ztratili především ty zaměřené na cestovní ruch a volný čas – například hotelové a letecké společnosti. V reakci na útoky v Paříži po otevření trhů v Asii klesl kurz eura k minimu za více než šest let. Akcie AirFrance KLM na burze v Paříži klesly o pět procent, akcie německé Lufthansy na burze ve Frankfurtu oslabily o dvě procenta. O 3,4 % klesly také akcie majitele British Airways IAG. Víc než o šest procent klesly akcie hotelového řetězce Accor.¹¹²

Opakované atentáty zřejmě negativně ovlivní jeden z hlavních příjmů francouzské ekonomiky. Pro Francii bude znamenat odliv turistů citelnou ekonomickou ztrátu. Cestovní ruch představuje asi sedm procent HDP země a zaměstnává dva miliony lidí. Teroristické útoky z ledna a listopadu 2015 a července 2016 na určitou dobu počet turistů výrazně sníží. Rok po pařížských útocích, které zabily 130 lidí, město stále bojuje s jejich dopady, jelikož ustrašení turisté se stále městu houfně vyhýbají. Podle místních podnikatelů je dopad trvalý a zcela bezprecedentní a mnoho malých podniků to „dostalo na kolena“. Důvodem trvalého efektu je zřejmě to, že se nejednalo jen o jednorázový útok, ale sérii.

Kromě deseti milionů, které již byly vyčleněny na propagační kampaň, francouzská socialistická vláda představila 42milionový plán na zvýšení bezpečnosti v turistických oblastech. Nová opatření zpřísní zabezpečení u hlavních turistických magnetů jako je Louvre, světově nejnavštěvovanější muzeum, které v uplynulém roce zažilo 20procentní pokles návštěvníků. Vláda doufala, že vyhubavý trend by se mohl zvrátit po úspěšném hostování fotbalového šampionátu v červenci, ale jen pár dní po skončení soutěže utrpělo odvětví cestovního ruchu masivní novou ránu, když na den Bastily vzal kamion v Nice dalších 86 životů. Ačkoli teroristické útoky byly významné, nebyly jediné, které odrazovali turisty v průběhu minulého roku, kdy se konaly masivní pouliční protesty kvůli reformě zákoníku práce, které se často staly násilné. Mezi další odpuzující faktory můžeme zařadit sérii krádeží v pařížském regionu zaměřených na asijské návštěvníky.

¹¹¹ Tragédie v Nice sníží zájem turistů o Francii o třetinu, odhadují cestovní kanceláře. *Český rozhlas* [online]. Praha, 2016. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/evropa/_zprava/tragedie-v-nice-snizi-zajem-turistu-o-francii-o-tretinu-odhaduji-cestovni-kancelare-1633478

¹¹² Euro a akcie po útocích v Paříži klesají, čeká se dopad na cestovní ruch. *Novinky.cz* [online]. Praha: Borgis, 2015 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/386505-euro-a-akcie-po-utocich-v-parizi-klesaji-ceka-se-dopad-na-cestovni-ruch.html>

Zájem zahraničních turistů o Francii se však v závěru loňského roku začal postupně oživovat z útlumu, za kterým stály teroristické útoky. Francouzský statistický úřad oznámil, že počet přenocování zahraničních návštěvníků v ubytovacích zařízeních ve Francii ve čtvrtém čtvrtletí meziročně vzrostl o 2.9 %. V pařížských hotelech celkový počet přenocování vzrostl o 4.5 %. U počtu přenocování zahraničních turistů vykázaly tyto hotely nárůst o 3.3 %.¹¹³

Obecně se však počet lidí, kteří cestují do zahraničí za poznáním, neustále zvyšuje. Do roku 2020 se počítá s tím, že by se podle odhadů OSN mělo na cesty mimo vlast vydat 1.4 miliardy lidí. Podle generálního tajemníka Světové organizace cestovního ruchu při OSN mezinárodní cestovní ruch i nadále silně roste, a neočekává se tedy žádný střednědobý ani dlouhodobý dopad teroristických útoků.

3.6.2 STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU¹¹⁴

Cestovní ruch je pro francouzskou ekonomiku strategickým odvětvím: představuje více než 2 miliony přímých a nepřímých pracovních míst, připadá na něj více než 7 % národního bohatství, přináší přebytek ve výši více než 12 miliard eur do obchodní bilance a každý rok přiláká více než 80 milionů zahraničních turistů. Drtivá většina těchto turistů jsou Evropané, ale také každý rok uvítá téměř 3 miliony Američanů, 2 miliony turistů z afrického kontinentu a 2.2 miliony Číňanů. Co se týká Francouzů samotných, z 60 % z těch, kteří jedou na dovolenou, je Francie vybranou destinací pro 80 %. Od roku 1980 byla Francie největší světovou turistickou destinací, ale pokud jde o příjmy, země se v současné době řadí těsně na čtvrté místo za Spojenými státy, Čínou a Španělskem.

V sektoru s rostoucím počtem konkurentů, a s tím, jak se má počet turistů zvýšit z dnešní 1 miliardy na 2 miliardy v roce 2030, se Francie musí přizpůsobit, opravit své nedostatky a předvídat změny. Na jedné straně, povaha cestovního ruchu a zážitky vyhledávané turisty se vyvíjejí: posun od skupinové turistiky k individuální, snaha o oslovení mladší generace, zvýšená očekávání kvality atd. Na druhé straně, konkurence ze strany jiných destinací, které správně odráží kvalitu služeb a stlačují ceny, co nejvíce je to možné, způsobuje, že Francie ztrácí podíl na světových příjezdech. Kromě toho tito konkurenti také významně investují do svého zviditelnění, a proto je pro Francii klíčová efektivní strategie, jež jí umožní zvýšit počet návštěvníků, a tím i její přebytek bilance služeb, čímž bude možné snížit i její deficit zahraničního obchodu o 20 %.

Ministr zahraničních věcí, Laurent Fabius odhalil na konferenci cestovního ruchu „Assises du Tourisme“ plán k posílení postavení Francie jako přední mezinárodní turistické destinace. Pro zvýšení ročního počtu návštěvníků z 83 na 100 milionů, a především k znovuzískání svého vedoucího

¹¹³ Au quatrième trimestre 2016, la fréquentation touristique se redresse nettement. *INSEE* [online]. Paříž, 2017 [cit. 2017-03-31]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2577733>

¹¹⁴ 30 very concrete decisions for global tourism French leader. *France Diplomatie* [online]. Paříž, 2017. Dostupné z: <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/the-action-of-maedi-in-promoting/30-very-concrete-decisions-for/>

postavení pokud jde o příjmy, vláda učinila 30 konkrétních rozhodnutí s cílem přilákat 5 % z jedné miliardy dodatečných turistů a vytvořit 500 000 pracovních míst do roku 2030. K dosažení tohoto cíle se Francie chce zaměřit na následující:

Rozvíjení nových zákazníků s vysokým potenciálem

- příjezdy indických turistů již přesahují 500.000 za rok, přičemž žádosti o víza vzrostly v roce 2015 o 48.14 %. Paříž stále zůstává oblíbenou destinací Indů, avšak regiony získaly v posledních letech na viditelnosti a hledání nových destinací je nyní prioritou indických odborníků.
- ASEAN: Rychlý hospodářský a sociální rozvoj v regionu ASEAN z něj dnes dělá strategický region pro francouzskou ekonomiku. Pro cestovní ruch to znamená možnost zdvojnásobení toku návštěvníků z této zóny (o 500 000 na 1 milion) do roku 2020. Indonésie, Malajzie a Thajsko byly identifikovány jako 3 speciální trhy s turistickým potenciálem. Pro profesionály v cestovním ruchu, kteří chtějí investovat na těchto trzích, bylo naplánováno mnoho propagačních aktivit. Od 23. do 27. října 2015, Atout Francie uspořádala propagační misi do Singapuru pro nové oblasti Akvitánie, Limousin a Poitou-Charentes. To zahrnovalo door-to-door prodeje, školení, semináře, setkání s tiskem a několik tematických večerů. S cílem posílit svůj vliv v oblasti, Atout France také otevřela kancelář se sídlem v Singapuru v říjnu 2015.
- Jižní Korea: v posledních letech roste míra odjezdu do zahraničí kolem 10 % ročně. 16 milionů Jihokorejců cestovalo do zahraničí v roce 2014, včetně 300 000 do Francie. Podle průzkumu provedeného v roce 2013 je Francie dnes jejich „vysněnou destinací“. Pátrání po zážitcích je přední, stejně jako návštěva hlavních turistických oblastí a hlavních památek zařazených do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO.

Kvalita a diverzifikovaný cestovní ruch

- Vytvoření 5 špičkových středisek, takže žádná zákaznická základna není opomenuta. Témata těchto středisek budou následující: jídlo/víno, hory/sport, ekoturistika/udržitelný cestovní ruch, turistika soustředící se na francouzské know-how (řemeslné, luxusní zboží) a město/noční život. Vytvoření pěti center je reakcí na potřebu obnovit a přizpůsobit francouzskou turistiku na měnící se očekávání návštěvníků v perspektivních oblastech, kde France nemusí nutně přijít na mysl. Bylo naplánováno, že program „investice pro budoucnost“ přispěje částkou ve výši 15 milionů euro na financování projektů, které budou vybrány vládou. Tyto projekty mohou být různého charakteru a podporovány soukromými společnostmi nebo partnerstvím veřejného a soukromého konsorcia.

Financování těchto projektů může, případ od případu, mít formu dotací, vratných záloh nebo vlastního kapitálu.

- Diverzifikování destinací a propagace celé země využitím stávajících regionálních marketingových strategií. Mezinárodní propagace těchto destinací bude provedena ve spolupráci s Atout France. Na místní úrovni, územní reforma stvrdí vedoucí úlohu regionů.

Lepší uvítání

- Poskytnutí lepšího uvítání na letišti Charles de Gaulle. V tomto ohledu lze již vidět určitý pokrok, jelikož Aéroports de Paris se chopila iniciativy poskytnout uvítací zprávy při příjezdu. Navrženy byly rovněž další možnosti - informační obrazovky v 15 jazycích, interaktivní a mnohojazyčné terminály pro informace o Paříži, dopravě, atd.
- Poskytnutí lepšího uvítání na Gare du Nord, hlavním vlakovém nádraží v Evropě, které musí obstát ve srovnání se stanicí London St. Pancras. Za tímto účelem SNCF zahájila roku 2014 rekonstrukci.
- Vytvoření expresního vlakového spojení mezi letištěm Charles de Gaulle a Paříží. Finanční plán byl dokončen roku 2015 a práce začnou v roce 2017. Turisté by měli být schopni dosáhnout hlavního města za dvacet minut pomocí spolehlivého a bezpečného způsobu dopravy.
- Zvýšit četnost a včasnost přímých vlaků mezi letiště Charles de Gaulle a Paříží. Vláda a region Ile-de-France projednávají zvýšení frekvence vlaků spojujících letiště Charles de Gaulle a Paříž na lince RER B, a to zejména v časných ranních hodinách.
- Zavedení pevné sazby za taxislužby mezi letištěm Charles de Gaulle a Paříží a zavedení autobusového a taxi pruhu na dálnici A1 od 1. ledna 2015.
- Rozšíření programu „víza do 48 hodin“, které bylo zavedeno pro Čínu na počátku roku 2014. Toto opatření zvýšilo počet udělených víz o 30 až 250 % a bude rozšířeno pro několik zemí Perského zálivu, jižní Afriky a Indii.
- Zrušit požadavek předložení rezervace ubytování při podání žádosti o individuální krátkodobé vízum. Toto opatření bude okamžitě aplikováno na všechny země, ve kterých není zákonem zakázáno.
- Talent Passport umožňující povolení čtyřletého pobytu vysoce kvalifikovanými osobám, výzkumným pracovníkům, investorům a podnikatelům. Toto opatření je od podzimu 2014 součástí imigračního zákona.
- 20% zvýšení policejních příslušníků v hlavních turistických lokalitách, letištích a nádražích pro zvýšení bezpečnosti cestujících

- Povzbuzení turistických výdajů o nedělích. V tomto ohledu vláda doufá, že se rychle rozšíří výjimky udělené v hlavních turistických lokalitách, hlavně pokud jde o otevírací hodiny, zejména obchodních domů na pařížských bulvárech a obchodů na hlavních francouzských nádražích.

Být na špici v oblasti e-turismu

- Zavedení bezplatného Wi-Fi připojení v turisticky koncentrovaných oblastech a podpora hotelů v instalaci Wi-Fi.
- orientace a pohyblivost turistů napříč Francií bude podporována vývojem inovativních služeb, např. pokud jde o geolokaci.
- Spuštění webové stránky france.fr., která nahradila www.rendezvousenfrance.com a pomohla zvýšit publikum webových stránek věnovaných francouzské turistické nabídce. Web je k dispozici v 17 jazycích a 31 verzích a jeho cílem je fungovat jako mediální stránka, která by měla inspirovat návštěvníky a být pro zemi nástrojem svádění turistů.

Zajištění odborného vzdělávání

- Na začátku školního roku 2015 byl vytvořen nový technický bakalářský program v oblasti hotelnictví a stravování se zesílenými odbornými znalostmi v oblasti mezilidských vztahů a praxe cizích jazyků.

Dovolená přístupná všem

- u Caisse des Dépôts a National Holiday Vouchers Agency je nyní k dispozici fond se 75 miliony euro s cílem zlepšit turistickou přístupnost ke kulturnímu dědictví pro rodiny s nízkými příjmy. V druhé polovině roku 2014 byl spuštěn internetový portál s výběrem dostupných nabídek na zvýhodněné sazby, aby pomohl domácnostem s nízkými příjmy plánovat jejich první dovolenou.
- Roku 2014 bylo dokončeno nařízení o zefektivnění s úsekem cestovního ruchu, které zjednoduší normy v klíčových oblastech cestovního ruchu, jako jsou normy rozvoje měst a výstavby, bezpečnost, dostupnost a životní prostředí.

3.6.3 PROGNOZA VÝVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Globální turistické toky se mají do roku 2030 vyšplhat na 1,8 miliardy zahraničních turistů za rok. Nicméně, konkurence z jiných zemí v odvětví cestovního ruchu se neustále zvyšuje, a tak se v této souvislosti francouzské ministerstvo zahraničních věcí snaží posílit přitažlivost Francie a stanovilo další cíl na 100 milionů zahraničních turistů ročně do roku 2020. Podle WTTC má počet

zahraničních turistů do roku 2026 dokonce dosáhnout na 110 263 000. Ti by měli ve výdajích vytvořit 61.6 mld. eur, to znamená asi 7 % z celkových exportů. Přestože Francie zaujímá první místo v oblasti příjezdů turistů, tak pokud jde o příjmy, řadí se na čtvrté místo. Posílení a rozšíření nabídky cestovního ruchu pro zvýšení příjmů je tedy stěžejní záležitostí.

Cestovní ruch ve Francii v současnosti přímo vytváří asi 3.7 % celkového HDP, přičemž mezi lety 2016-2026 se předpokládá vzrůst o 2.7 % ročně na 107.6 mld EUR. To znamená, že v roce 2026 by měl vytvářet asi 4.2 % celkového HDP. Celkový příspěvek cestovního ruchu k HDP by měl mezi lety 2016 – 2026 ročně růst o 2.4 % na 259.6 mld eur roku 2026, čímž se podíl CR dostane na 10 % HDP.

Pokud jde o zaměstnanost, do roku 2026 by měl cestovní ruch přímo vytvářet 1 446 000 pracovních míst (5.1 % z celkového množství), což představuje nárůst o 1.9 % ročně v průběhu příštích deseti let. Jestliže zahrneme i nepřímou zaměstnanost, kterou cestovní ruch vytváří, tak do roku 2026 by měl cestovní ruch vytvořit až 3 308 000 pracovních míst, tím dosáhne podíl ekonomiky cestovního ruchu na zaměstnanosti 11.7 %, což představuje nárůst o 1.5 % ročně.¹¹⁵

V posledním roce se do popředí posunuly bezpečnostní obavy a lze předpokládat, že tyto hrozby budou nadále způsobovat problémy i v příštích letech. Sektor cestovního ruchu ale zůstává odolný a vlády se snaží zajistit bezpečnost turistů a minimalizovat dopad bezpečnostních hrozeb (např. zavedení překážek obchodu a pohybu osob). Nicméně, události, jako jsou ty, které jsme pozorovali v posledních měsících, nezastaví lidi v cestování. Výhled pro odvětví cestovního ruchu v roce 2017 zůstává dobrý a cestovní ruchu bude i nadále stát v čele vytváření pracovních míst a bohatství v celosvětové ekonomice, a to navzdory vzniku celé řady náročných překážek.

Z hlediska celosvětových příjezdů se očekává, že při předpokládaném tempu růstu počet zahraničních turistů do roku 2020 dosáhne zhruba 1.4 miliardy, do roku 2023 bude v dohledu lat'ka 1.5 miliardy a 1.8 miliardy pak v roce 2030. Mezinárodní příjezdy do rozvíjejících se ekonomik by měly růst dvojnásobnou rychlostí (+ 4.4 % ročně), než ty u vyspělých ekonomik (+ 2.2 % ročně). V absolutních číslech to znamená nárůst příjezdů do rozvíjejících se ekonomik o 30 milionů příjezdů ročně, ve srovnání s 14 miliony u vyspělých ekonomik. Celkově to v příštích 15 letech představuje nárůst v průměru o 43 milionů zahraničních návštěvníků ročně ve srovnání s průměrným růstem 28 milionů za rok v období 1995-2010. Mnoho změn se bude také odehrávat nad rámec čísel. Budoucí příjezdy budou rozdělené ve větší míře po celém světě a podíl mezinárodních příjezdů do rozvíjejících se ekonomik překoná ty do vyspělých, přičemž mnoho z nově přichozích bude z destinací v Asii, Latinské Americe, střední a východní Evropě, Africe a na Středním východě.

¹¹⁵ WTTC. *Travel & Tourism Economic Impact 2016. France* [online]. London, 2016. [cit. 25-03-2017]. Dostupné z: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/france2016.pdf>

Výsledně by tedy v roce 2030 mělo být 57 % mezinárodních příjezdů v rozvíjejících se ekonomikách a 43 % ve vyspělých ekonomikách.¹¹⁶

Nejsilnější růst bude vidět v Asii a Tichomoří, kde se příjezdy podle prognóz zvýší o 331 milionů a dosáhnou v roce 2030 535 milionů. Střední východ a Afrika by také měly více než zdvojnásobit počet příjezdů, zatímco Evropa a region Ameriky porostou relativně pomaleji. Díky rychlejšímu růstu podíly Asie a Tichomoří (až 30 % v roce 2030), Blízkého východu (8 % oproti 6 %) a Afriky (7 % z 5 %) na globálním trhu budou všechny růst. Jako výsledek, Evropa (41 % z 51 %) a region Ameriky (14 % oproti 16 %) zažijí další pokles jejich podílu na mezinárodním cestovním ruchu, a to především kvůli pomalejšímu růstu relativně zralých destinací v severní Americe, severní a západní Evropě.¹¹⁷

Očekává se, že sektor cestovního ruchu poroste rychleji než mnoho dalších průmyslových odvětví a ekonomika obecně v průběhu příštího desetiletí. Předpokládá se, že do roku 2027 bude vytvářet více než 380 milionů pracovních míst. Takový silný růst bude vyžadovat po turistických destinacích po celém světě, aby vytvořili prostředí, které je příznivé pro rozvoj podnikání. To bude vyžadovat nejen účinnou koordinaci mezi veřejnými institucemi a soukromým sektorem na celém světě, ale také normativní prorůstové cestovní politiky, které sdílejí výhody spravedlivěji a budou podporovat talent a podnikatelské prostředí, nezbytné k tomu, aby cestovní ruch realizoval svůj potenciál. Díky tomu bude i nadále růst jeho ekonomický přínos, který bude důvodem pro další ochranu přírody, přírodních stanovišť a biologické rozmanitosti.

¹¹⁶ *Tourism Towards 2030*. Madrid: World Tourism Organization, 2011. ISBN 978-92-844-1399-7.

¹¹⁷ World Tourism Organization. *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016. ISBN 978-92-844-1814-5. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

ZÁVĚR

Francie je nejatraktivnější turistickou destinací na světě. Vzhledem k sérii teroristických útoků v posledních měsících a růstu rozvojových zemí je ale její výsadní pozice ohrožena. Hlavním cílem této práce bylo provedení analýzy makroekonomických ukazatelů francouzské ekonomiky a zhodnocení postavení Francie v rámci trhu mezinárodního cestovního ruchu. Mezi dílčí cíle patří zhodnocení konkurenceschopnosti země jak v oblasti ekonomiky, tak v oblasti cestovního ruchu, dále také charakteristika cestovního ruchu Francie a identifikace bariér a příležitostí jejího rozvoje.

Francie je vyspělá země, která se řadí mezi nejrozvinutější ekonomiky na světě. Nejdůležitějším sektorem pro francouzskou ekonomiku je sektor terciární, který vytváří více než 80 % celého hrubého domácího produktu a zaměstnává 75.2 % pracovní síly. Jedná se o odvětví, které nejvíce přispívá k růstu Francie. Nejdůležitějšími odvětvími jsou služby pro podniky tvořící téměř polovinu přidané hodnoty, dále informační a komunikační služby či ubytování a stravování.

Nicméně, i tak je francouzská zemědělská výroba významná, je dokonce lídrem v Evropě a současně v Evropské unii. Francie je v zemědělské produkci před Německem, Itálií i Španělskem a drží si prvenství v odvětví hovězího, drůbeže, obilovin, cukrové řepy, olejnin a produkci brambor. Průmysl představuje v roce 2015 12.4 % HDP, přesto hraje v ekonomice důležitou roli, protože generuje drtivou většinu vývozu a do značné míry podporuje inovační úsilí. Z hlediska přidané hodnoty jsou hlavními odvětvími: zemědělsko-potravinářský průmysl, opravy a instalace strojů a výroba kovových výrobků. Problémem sektoru průmyslu je však zaměstnanost, která zde dlouhodobě klesá.

Ze srovnání jednotlivých makroekonomických ukazatelů vyplývá, že Francie je podle výše vyprodukovaného HDP druhou největší ekonomikou v eurozóně a pátou největší na světě. Je také charakterizována vysokou životní úrovní díky poměrně vysokému HDP na obyvatele. Dále je pro ni typická nízká míra inflace, vysoký veřejný dluh na úrovni 96.1 % HDP a deficit veřejných rozpočtů představující 3.6 % HDP, oba jsou tak vyšší než dovolují maastrichstská kritéria. Francii také trápí vysoká nezaměstnanost na úrovni 10 %, která je tak o 1.3 procentního bodu vyšší než je evropský průměr. Docela zásadním problémem je především nezaměstnanost mladých lidí, kde je ve věku 15-24 let nezaměstnaných 24 % (průměr EU je přitom 19.4 %), ale také dlouhodobá nezaměstnanost.

Světové ekonomické fórum řadí Francii mezi vyspělé země poháněné inovacemi spolu s Německem, Velkou Británií či USA, které jsou rovněž uvedeny na seznamu celkem 38 zemí. V žebříčku konkurenceschopnosti se Francie pohybuje na 22. místě s povzbuzujícím zlepšením v minulých oblastech slabin jako efektivnost trhů zboží a práce či makroekonomické prostředí. Trh práce je podnikatelskou sférou vnímán jako efektivnější než v předchozích letech (51. místo, zlepšení o 20 míst oproti roku 2013), zejména v oblasti flexibility, i když absolutní výkonnost zůstává tristní. Země se zlepšila v oblasti výkonnosti veřejného sektoru, byrokracie a daní, které odrážejí nedávné reformní úsilí,

jež umocní domácí konkurenci na trhu. Francouzská konkurenční výhoda zůstává soustředěna na její solidní inovační kapacity, podpořené sofistikovaností podniků, velkou velikostí trhu a vysoce kvalitní infrastrukturou. Nicméně, prostor pro zlepšení existuje např. u strukturální nepružnosti trhů zboží (35) a práce (51), kde je třeba zejména vyřešit vysokou nezaměstnanost mladých lidí a dále zlepšit vliv zdanění na investiční pobídky (122) a netarifní bariéry (76). Současné oživení poháněné nižšími cenami ropy, kromě jiných faktorů, poskytuje vhodnou příležitost pro další makroekonomickou konsolidaci, které bude zapotřebí ke snížení přetrvávajícího rozpočtového schodku (95).

Cestovní ruch má ve francouzské ekonomice významné postavení a silně přispívá k tvorbě HDP i zaměstnanosti, pokud zahrneme i jeho nepřímý efekt. Díky kombinaci rozmanité přírody, bohatého kulturního dědictví a světoznámých měst má Francie předpoklady pro různé druhy cestovního ruchu. V zemi se lze účastnit přírodního, kulturně-poznávacího, dobrodružného, sportovně orientovaného, filmového, vinařského cestovního ruchu nebo cestovního ruchu s profesními či vzdělávacími motivy. Tradičně největšími zdrojovými trhy jsou Německo, Spojené království, Belgie, Itálie a Nizozemsko. Nejčastějším motivem pro cestu je dovolená.

Z pohledu mezinárodního cestovního ruchu je Francie s 84.5 miliony návštěvníků nejnavštěvovanější destinací na světě, přitom z hlediska příjmů je ale až čtvrtá. V rámci regionu Evropa se Francie v příjezdech znovu nachází na prvním místě s podílem téměř 14 % a na druhém místě po Španělsku v příjmech, na kterých má podíl asi 10 %. Z hlediska konkurenceschopnosti cestovního ruchu je na tom Francie lépe než u konkurenceschopnosti ekonomiky a je řazena na 2. příčce z celkového počtu 141 hodnocených zemí se skóre 5.24 ze 7.

Díky své kombinaci bohaté historie, atrakcí, lyžařských středisek a pobřeží, se Francie řadí vysoko v oblasti kultury a přírodních zdrojů. Pozitivně je také hodnocen důraz na udržitelnost životního prostředí a silně vymáhaná regulace na jeho ochranu či udržitelný přístup k rozvoji cestovního ruchu. Kladné hodnocení má Francie i v infrastruktuře (letecké a pozemní dopravy a služeb cestovního ruchu) či mezinárodní otevřenosti, a to díky členství v EU, schengenském prostoru a zrychlení procesu vydávání víz. Mezi slabé stránky Francie dlouhodobě patří podnikatelské prostředí, které je zatíženo poměrně vysokým zdaněním. Horší hodnocení si Francie vysloužila v cenové konkurenceschopnosti, a to kvůli vysokým cenám paliv a letištním poplatkům či drahým hotelům. Horší skóre má i u bezpečnosti, což je zaviněno sérií atentátů, které se v zemi odehrály.

Konkurence v rámci cestovního ruchu se neustále zvyšuje a podle budoucí prognózy by rozvíjející se destinace v latinské Americe a Asii měly do budoucna růst rychleji než ty vyspělé včetně Francie. Z tohoto důvodu vláda vytvořila strategii, která by ji měla pomoci zvýšit roční počet návštěvníků z 83 na 100 milionů, a také znovuzískat vedoucí postavení pokud jde o příjmy. Vláda proto učinila 30 konkrétních rozhodnutí s cílem přilákat 5 % z jedné miliardy dodatečných budoucích turistů a vytvořit 500 000 pracovních míst do roku 2030. K dosažení tohoto cíle se Francie chce

zaměřit především na rozvíjení nových zákazníků s vysokým potenciálem (ze zemí jako Indie, Čína, Jižní Korea nebo oblasti ASEAN), dále zkvalitnit a diverzifikovat cestovní ruch, poskytnout lepší uvítání na letištích či velkých vlakových nádražích a lépe je propojit s centrem města či zpřístupnit dovolenou ve Francii i pro rodiny s nízkými příjmy.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Knižní zdroje a akademické práce:

- BAŤHOVÁ, Barbora. *Analýza podnikatelského prostředí francouzského regionu PACA a rozvoj obchodní spolupráce s ČR*. Praha, 2015. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická. Vedoucí práce Ing. Soňa Gullová, Ph.D
- INDROVÁ, Jarmila, a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Str. 12. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4
- KULHÁNEK, M.; IVIČIČ, M. a JAMBOROVÁ, L. *Legislativa pro cestovní ruch*. [Dokument] Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. a INDROVÁ, J. a kol. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4
- OECD (2016), “France”, in *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris.
- PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Str. 11. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.
- Pascal Faure. *Bilan du Tourisme en 2013*. Ivry-sur-Seine: Direction Générale des Entreprises, 2014. ISSN 2271-250X.
- *Tourism Towards 2030*. Madrid: World Tourism Organization, 2011. ISBN 978-92-844-1399-7.
- ZELENKA, J. a PÁSKOVÁ, M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2

Elektronické zdroje:

- 30 very concrete decisions for global tourism French leader. *France Diplomatie* [online]. Paříž, 2017. Dostupné z: <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/tourism/the-action-of-maedi-in-promoting/30-very-concrete-decisions-for/>
- Au quatrième trimestre 2016, la fréquentation touristique se redresse nettement. *INSEE* [online]. Paříž, 2017. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2577733>
- Balance des paiements 2015: forte réduction du déficit courant français, hausse massive des entrées d'investissements directs étrangers. *Ministère de l'économie et de finances* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: http://www.tresor.economie.gouv.fr/13481_balance-des-paiements-2015-france-reduction-deficit-courant-investissements-directs-etranagers-balance-of-payments-current-deficit-fdi
- Bilan de 2016 et les contours de 2017. *Euler Hermes* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://www.eulerhermes.fr/mediacenter/actualites/Pages/bilan-2016-perspectives-2017.aspx>
- Comptes nationaux annuels base 2010 - Produit intérieur brut. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paris, 2016. Dostupné z: <http://www.bdm.insee.fr/bdm2/affichageSeries?anneeDebut=2000&anneeFin>

- Croissance 2016: cinq bonnes nouvelles derrière un chiffre décevant. *L'express* [online]. Paříž, 2017. Dostupné z: http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/croissance-2016-cinq-bonnes-nouvelles-derriere-un-chiffre-decevant_1874441.html
- Croissance 2016: cinq bonnes nouvelles derrière un chiffre décevant. *L'express* [online]. Paříž, 2017. Dostupné z: http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/croissance-2016-cinq-bonnes-nouvelles-derriere-un-chiffre-decevant_1874441.html
- Euro a akcie po útocích v Paříži klesají, čeká se dopad na cestovní ruch. *Novinky.cz* [online]. Praha: Borgis, 2015. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/386505-euro-a-akcie-po-utocich-v-parizi-klesaji-ceka-se-dopad-na-cestovni-ruch.html>
- FAURE, Pascal. *L'industrie manufacturière en 2015* [online]. Ivry-sur-Seine: Direction générale des entreprises, 2016. ISBN 978-2-11-151549-9. Dostupné z: <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques/industrie-manufacturiere-2015>
- France remains the world's leading tourist destination. *Gouvernement.fr* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://www.gouvernement.fr/en/france-remains-the-world-s-leading-tourist-destination>
- France seeks to add more fizz to its wine tourism industry. *The Guardian* [online]. Londýn, 2015. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2015/aug/22/france-wine-tourism-world-heritage-status>
- France. *The World Factbook* [online]. Washington D.C.: Central Intelligence Agency. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fr.html>
- France: Le contexte économique. *BNP Paribas* [online]. Paříž, 2017. Dostupné z: <https://www.tradesolutions.bnpparibas.com/fr/explorer/france/apprehender-le-contexte-economique>
- Francie uhájila post královny turismu. Po útocích však strmě klesá. *Idnes* [online]. Praha: Mladá Fronta, 2016. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/francie-uhajila-sve-prvenstvi-nejnavsteвовanejsi-zeme-sveta-pui-/eko-zahranicni.aspx?c=A160120_103530_eko-zahranicni_chrs
- Francie. *Ministerstvo zahraničních věcí České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/francie/
- GDP growth (annual %). *The World Bank* [online]. Washington D.C., 2016. Dostupné z: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2015&start=1961&view=chart>
- Global Competitiveness Report. *Studentský klub obchodu a konkurenceschopnosti* [online]. Praha, 2014. Dostupné z: <https://skok.vse.cz/projekty/dalsi/global-competitiveness-report/>

- GraphAgri France 2016. *Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2016>
- How can France kickstart its sluggish economy? *The Telegraph* [online]. Londýn, 2016. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/business/2016/09/26/how-can-france-kickstart-its-sluggish-economy/>
- Chômage, impôts, croissance: pourquoi la France ne va pas mieux. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/le-vrai-du-faux/2016/04/15/29003-20160415ARTFIG00048-impots-croissance-chomage-deficit-la-france-va-t-elle-vraiment-mieux.php>
- L'Agence de développement touristique de la France. *Rapport d'activité 2015* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <https://asp.zone-secure.net/v2/2821/3658/65354/Rapport-d-activit%C3%A9-2015--Atout-France.pdf>
- La santé de l'industrie en 5 chiffres clés. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2015. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2015/10/28/20002-20151028ARTFIG00152-la-sante-de-l-industrie-en-5-chiffres-cles.php>
- La vraie situation économique de la France. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2014. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2014/11/07/20002-20141107ARTFIG00057-la-vraie-situation-economique-de-la-france.php>
- Le Chiffre du commerce extérieur. In: *Ministère de l'économie et de finances* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://lekiosque.finances.gouv.fr/fichiers/etudes/thematiques/a2015.pdf>
- Le Tourisme culturel en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_123.htm
- Le Tourisme littoral en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_100.htm
- Le Tourisme montagnard en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_101.htm
- Le Tourisme urbain en France. *Géotourisme* [online]. Francie, 2015. Dostupné z: http://geotourweb.com/nouvelle_page_124.htm
- Les 4 chiffres alarmants à connaître sur la dette publique française. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2016/12/23/20002-20161223ARTFIG00008-les-4-chiffres-alarmants-a-connaître-sur-la-dette-publique-francaise.php>
- Les comptes de la Nation en 2015. *Insee* [online]. Paříž: Institut national de la statistique et des études économiques, 2016. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121563>

- Les comptes des administrations publiques en 2015. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121561#titre-bloc-1>
- L'industrie en France. *Gouvernement.fr* [online]. Paříž, 2015. Dostupné z: <http://www.gouvernement.fr/partage/3813-l-industrie-en-france>
- Mémento de la statistique agricole. *Ministère de l'agriculture, de l'alimentaire et de la forêt* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/mementos-951/article/memento-de-la-statistique-agricole-12652>
- OECD. *Glossary of Statistical Terms: Competitiveness* [online]. Dostupné z: <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=399>
- Paris tourism has lost €750 million since terror attacks. *The Local* [online]. Paříž: The Local Europe, 2016. Dostupné z: <https://www.thelocal.fr/20160823/paris-tourism-has-lost-750-million-since-the-attacks-strikes-floods>
- Plus de 75% des Français travaillent désormais dans le secteur tertiaire. *Le Figaro* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: http://www.lefigaro.fr/economie/le-scan-eco/dessous-chiffres/2016/03/01/29006-20160301ARTFIG00273-plus-de-75-des-francais-travaillent-dormais-dans-le-secteur-tertiaire.php?redirect_premium
- Pour la Commission européenne, la situation économique s'améliore en France. *Journal de l'économie* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: http://www.journaldeleconomie.fr/Pour-la-Commission-europeenne-la-situation-economique-s-ameliore-en-France_a3496.html
- SCHWAB, Klaus, ed. *The Global Competitiveness Report 2011–2012* [online]. Geneva: World Economic Forum, 2011 [cit. 2017-03-05]. ISBN 978-92-95044-74-6. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf
- Tavernier, Jean-Luc, ed. *Tableaux de l'économie française* [online]. Paříž: Institut national de la statistique et des études économiques, 2016. ISBN 978-2-11-138704-1. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1906743>
- Tavernier, Jean-Luc. *Les entreprises en France* [online]. Paříž: Institut national de la statistique et des études économiques, 2016. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2497086?sommaire=2497179>
- Tragédie v Nice sníží zájem turistů o Francii o třetinu, odhadují cestovní kanceláře. *Český rozhlas* [online]. Praha, 2016. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/evropa/_zprava/tragedie-v-nice-snizi-zajem-turistu-o-francii-o-tretinu-odhaduji-cestovni-kancelare--1633478
- Une photographie du marché du travail en 2015. *Institut national de la statistique et des études économiques* [online]. Paříž, 2016. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2121578>

- WEF. *The Global Competitiveness Report 2015–2016: Full Data Edition* [online]. Geneva: WEF, c2015. ISBN 978-92-95044-99-9. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
- What is the French economic problem? *BBC* [online]. Londýn, 2016. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/business-36152571>
- World Economic Forum. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015: Growth through Shocks* [online]. Geneva, 2015. ISBN 978-92-95044-48-7. Dostupné z: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf
- World Tourism Organization. *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition* [online]. Madrid, 2016. ISBN 978-92-844-1814-5. Dostupné z: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Travel & Tourism economic impact 2016* [online]. London, 2016. Dostupné z: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). *Travel & Tourism economic impact 2016 annual update summary* [online]. London, 2016. Dostupné z: http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf
- WTTC. *Travel & Tourism Economic Impact 2016. France* [online]. London, 2016. Dostupné z: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/france2016.pdf>

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Vývoj HDP Francie 2004 – 2014.....	20
Graf 2: HDP Francie v letech 2000 – 2015.....	21
Graf 3: HDP na obyvatele 2000 – 2015.....	21
Graf 4: Vývoj míry inflace 2000 – 2015.....	22
Graf 5: Vývoj míry nezaměstnanosti ve Francii v letech 2000 – 2014.....	24

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Mezinárodní příjezdy a příjmy v roce 2015.....	12
Tabulka 2: Přidělování vah v závislosti na stupni vývoje ekonomiky.....	14
Tabulka 3: nové regiony Francie.....	18
Tabulka 4: Vývoj veřejného deficitu Francie v letech 2005 – 2015.....	27

Tabulka 5: Vývoj konkurenceschopnosti ekonomiky Francie.....	35
Tabulka 6: Příjezdy dle zdrojových zemí v letech 2010 – 2014 (v tis.).....	57
Tabulka 7: Nejvýznamnější destinace francouzských turistů.....	59
Tabulka 8: Postavení Francie v mezinárodních výdajích cestovního ruchu.....	60
Tabulka 9: Vývoj konkurenceschopnosti cestovního ruchu Francie.....	64

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: struktura indexu TTCL.....	16
Obrázek 2: Vývoj veřejného dluhu Francie 1995 – 2014.....	27
Obrázek 3: Hodnocení Francie dle pilířů GCI.....	36
Obrázek 4: Nejproblematictější faktory pro podnikání.....	36
Obrázek 5: Postavení Francie v mezinárodních příjezdech.....	56
Obrázek 6: Postavení Francie v mezinárodních příjmech z CR.....	58
Obrázek 7: Podíl průmyslu cestovního ruchu na HDP.....	62
Obrázek 8: Podíl průmyslu cestovního ruchu na zaměstnanosti.....	63
Obrázek 9: Podíl příjezdového cestovního ruchu na exportu.....	63
Obrázek 10: Srovnání konkurenceschopnosti Francie se zbytkem Evropy.....	66