



وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی



تحقیقات بازار هدف گردشگری

کشور فرانسه



معاونت گردشگری

دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی

تهیه کنندگان:

زهرا آزادفر و آناهیتا همایون کارشناسان بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی

خرداد ۱۴۰۱





- مقدمه ۵
- کلیات ۷
- آب و هوا ۷
- وضعیت جغرافیایی ۸
- جمعیت شناسی ۸
- وضعیت اقتصادی ۹
- شرکت های عضو فرانسوی اتاق بازرگانی ایران ۱۰
- شرکت های فرانسوی که بعد از تحریم ها ایران را ترک کردند ۱۱
- رسانه های فرانسوی مستقر در ایران ۱۶
- اشتراکات فرهنگی دو کشور ۱۶
- تبادلات سیاسی دو کشور ۱۶
- جمعیت ایرانیان مقیم فرانسه ۱۷
- تعداد دانشجویان ایرانی در فرانسه ۱۹
- عضویت دو کشور در سازمان های بین المللی ۲۱
- لینک سازمان های دولتی فرانسه ۲۱
- تعداد ایرلاین ها و مسیرهای پروازی مستقیم بین دو کشور ۲۲
- سفارت خانه های دو کشور ۲۲
- تبادلات اقتصادی دو کشور ۲۳
- وضعیت صنعت گردشگری کشور ۲۴
- تعداد گردشگران ورودی ۲۴
- درآمد حاصل از گردشگری ۲۵
- تعداد گردشگران خروجی در بازه حداقل ۵ ساله ۲۵
- میزان هزینه کرد گردشگران خروجی در بازه حداقل ۵ ساله ۲۵
- آخرین وضعیت مبادلات گردشگری بر اساس گزارش دفتر مطالعات، آموزش و برنامه ریزی گردشگری ۲۶
- تبادلات گردشگری دو کشور بر اساس آمار unwto ۲۶
- سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی کشور ۲۶
- سهم گردشگری از میزان اشتغالزایی ۲۷
- تور اپراتورهای مطرح کشور ۲۷

- رسانه ها و وب سایت های رسمی کشور..... ۲۸
- مناطق یا گروه های اصلی گردشگر فرست کشور..... ۲۸
- مقصد های مطلوب گردشگران فرانسوی در سفرهای خارجی..... ۲۹
- مشاهیر کشور فرانسه..... ۳۰
- نقشه راه گردشگری **tourism action plan** یا هر گونه اسناد مرتبط..... ۳۰
- بررسی موضوع خواهر خواندگی شهرهای گردشگری دو کشور با محوریت گسترش روابط و مناسبات گردشگری..... ۳۲
- امکان سنجی جهت برگزاری هفته های فرهنگی دو کشور..... ۳۳
- شناسایی میراث ملموس و ناملموس ثبت شده و موجود در فهرست میراث جهانی یونسکو با هدف بهره گیری در حوزه تحقیقات بازار گردشگری کشور مورد نظر..... ۳۳
- اشتراکات و تفاوت های دو کشور در حوزه توسعه محصولات گردشگری..... ۳۷
- شناسایی شهرها و روستاهای جهانی و ملی صنایع دستی کشور..... ۳۹
- نمایشگاههای برگزار شده در حوزه محصولات گردشگری..... ۴۰
- شناسایی برنامه های موجود برای گردشگران ورودی مبلغان و سفیران گردشگری..... ۴۱
- ساختار گردشگری فرانسه..... ۴۲
- رویکرد و برنامه های دولت فرانسه برای کمک به صنعت گردشگری در مواجهه با بحران ویروس کرونا..... ۴۳
- دلایل موفقیت صنعت گردشگری فرانسه..... ۴۵
- ارزش های فرهنگی مردم فرانسه..... ۴۶
- سیاست ها و برنامه های فرانسه برای گردشگران..... ۴۷
- تعطیلات و زمان های آغاز سفر..... ۴۸
- علایق و سلیق گردشگران..... ۵۰
- رسانه ها و وب سایت های گردشگری..... ۵۱
- الگوهای سفر..... ۵۱
- دغدغه های اسای سفر به خارج از کشور..... ۵۲
- بررسی وضعیت رقبای ایران در بازار کشور مبداء..... ۵۲
- آمارهای جذب گردشگر از کشور مبداء..... ۵۲
- برنامه ها و سیاست های جذب رقبا..... ۵۳
- قیمت گذاری تورها برای گردشگران کشور مبداء..... ۵۴
- مدت اقامت گردشگران کشور مبداء..... ۵۴

- میزان هزینه کرد گردشگران کشور مبدا ۵۴
- انطباق محصول گردشگری با ویژگی های بازار ۵۵
- عرضه داشت محصول گردشگری در وضع موجود ۵۵
- آسیب شناسی موانع و مشکلات گردشگران کشور مبدا در ایران ۵۵
- مسیرهای اصلی تردد، زمان سفر و مدت ماندگاری گردشگران کشور مبدا ۵۶
- استان های واجد شرایط به عنوان مقصد های جذب ۵۶
- توسعه محصولات بالقوه برای عرضه به بازار ۵۶
- وضعیت همکاری و تعاملات گردشگری دو کشور ۵۶
- اسناد همکاری گردشگری ۵۶
- برگزاری کمیته های فنی و نشست های تخصصی ۵۷
- پیشنهادات جذب گردشگران از کشور مبدا ۵۷
- برنامه بازاریابی " نفوذ به بازار گردشگری فرانسه " ۵۸
- منابع ۶۱

• مقدمه

فرانسه یکی از سه کشوری است که دارای سواحلی هم در دریای مدیترانه و نیز اقیانوس اطلس می‌باشد. کشور فرانسه در همسایگی ایتالیا، آلمان و اسپانیا؛ یکی از قدرتمندترین کشورها در زمینه جذب گردشگر است. بیشتر جمعیت این کشور را مسیحیان کاتولیک تشکیل می‌دهند و دارای اقلیت‌های مسیحی پروتستان، مسلمان و یهود نیز هستند.

گردشگران به دلایل متعددی به فرانسه سفر می‌کنند که میراث فرهنگی و هنری غنی، معماری‌های باشکوه و غذاهای خوشمزه از جمله دلایل آن است..

پاریس، پایتخت فرانسه، یکی از شهرهای پیشرو جهان در زمینه‌های اقتصاد، فرهنگ، هنر، سیاست، تحصیل، تفریحات، مد و علم است.

جذابیت‌های فراوان این شهر، پروازهای ارزان، رستوران‌های معروف از عوامل مهم در افزایش گردشگر است.

فرانسه علاوه بر داشتن دومین فرودگاه شلوغ اروپا - فرودگاه پاریس شارل دوگل، و ده‌ها فرودگاه بین‌المللی دیگر، دارای قطارهایی با سرعت بالا نیز هست که طی مدت زمان کوتاهی مسافر را به گوشه و کنار این کشور می‌رساند. (TGV) نام سامانه قطار تندرو فرانسه است. این نام کوتاه شده عبارت قطار با سرعت زیاد است.

علاوه بر این، فرانسه زیرساخت‌های لازم برای گردشگری را برای کنار آمدن با موقعیت خود به عنوان مقصد گردشگری مهم دنیا در اختیار دارد - بیشتر هتل‌ها و اقامتگاهها نسبت به سایر کشور های اروپا، مجهز تر و کارآمدتر هستند.

فرانسه با بیش از ۴۰ سایت شگفت‌انگیز که در میراث جهانی یونسکو ثبت شده است، بهترین مقصد گردشگری را برای توریسم فراهم کرده است. فرانسه کشور موزه لوور، برج ایفل، گران پاله، پل سزان، مونه و ماتیس است که به عنوان میراث فرهنگی این کشور شناخته می‌شوند.

گردشگران برای شرکت در جشنواره‌هایی مانند تور دو فرانس (تور دو فرانس یا تور فرانسه معتبرترین مسابقه دوچرخه‌سواری جاده دنیاست که در سال ۱۹۰۳ اولین دوره آن برگزار شده است و اکنون هر ساله به مدت سه هفته در جاده‌های فرانسه و کشورهای پیرامون آن در فصل تابستان برگزار می‌شود) و ماردی گرا (ماردی

گرا Mardi Gras عنوان دوره‌ای از جشن‌های سنتی سالیانه است که در بسیاری از کشورهای دنیا انجام می‌شود. به این کشور سفر میکنند. فرانسه گزینه خوبی برای انتخاب خانه دوم بسیاری از اروپایی‌ها و افرادی است که از دیگر مناطق به آنجا می‌آیند. این کشور توانسته است در امر صدور ویزا بسیار موفق باشد و حتی برای کشورهایی که رابطه خوبی با آنها ندارد، به راحتی ویزا صادر کند.

آلمان، بلژیک، ایتالیا، اسپانیا، انگلیس و ایالات متحده شرکای اصلی تجارت فرانسه هستند. در سال ۲۰۱۸ این کشور تعداد ۸۹,۴ میلیون بازدیدکننده داشته است و ۱۰۰ میلیون گردشگر برای سال ۲۰۲۰ پیش بینی شده بود. پاریس به تنهایی در سال ۲۰۱۸ بیش از ۴۰ میلیون بازدیدکننده داشته است. ۱۵ میلیون بازدید، دیزنی لند را به محبوب ترین جاذبه فرانسه تبدیل کرده است. ۷ میلیون بازدید از برج ایفل و ۸ میلیون گردشگر از لوور دیدن کرده‌اند. بیشترین گردشگرانی که به فرانسه می‌آیند بین ۲۵-۴۴ سال سن دارند. نوتردام سالانه ۱۳ میلیون بازدید کننده دارد.

از دلایل موفقیت آمیز بودن صنعت گردشگری فرانسه می‌توان به جاذبه‌های گردشگری از جمله برج ایفل اشاره کرد. این کشور همچنین توجه خاصی نیز به برگزاری رویدادها، همایش‌ها و کنفرانس‌ها دارد. فرانسه به عنوان یکی از کشورهای مقصد علاقه‌مندان به گلف است.

دسترسی و حمل‌ونقل، ویزا و بازاریابی دیجیتال نیز از دیگر عوامل تاثیر گذار در جذب توریست می‌باشد.

کشور ایران در مقایسه با کشورهای پیشرفته و پیشرو در عرصه گردشگری با وجودی که از نظر وجود جاذبه‌های بالقوه توریستی و گردشگری جزو ۱۰ کشور برتر جهان است، اما از نظر توریست پذیری میان ۱۵۰ کشور عضو سازمان جهانی توریسم «WTO» در مقام ۷۵ قرار دارد. در واقع تنوع اقلیمی، فرهنگ و تاریخ کهن، وجود آثار باستانی فراوان و جاذبه‌های طبیعی و دیدنی نادر ایران در زمینه‌های گردشگری، ایران را در زمره کشورهای برتر جهان قرار می‌دهد، اما به دلیل مدیریت نادرست، صنعت گردشگری کشور طی بیش از سه دهه، نه تنها پیشرفت محسوسی نداشته و راکد بوده، بلکه در مواردی نسبت به گذشته عقبگرد کرده است.

برای جبران این عقب‌افتادگی و با توجه به جاذبه‌های بالقوه توریستی این کشور، دولت ایران برنامه وسیعی در جهت گسترش گردشگری و جایگزین کردن بخشی از درآمدهای نفتی این کشور با درآمدهای حاصل از گردشگری دارد.

1- <https://sedayiran.com>

2- <https://www.eghtesadbartar.com>

هدف ایران رسیدن به محدوده ۲۰ میلیون گردشگر خارجی در افق سال ۲۰۲۵ میلادی است. با افزایش تعداد گردشگران، ایران در نظر دارد تا منابع ارزی خود از راه گردشگری را به ۵ برابر درآمد کنونی و به بیش از ۳۵ میلیارد دلار در سال افزایش دهد.

اما نباید فراموش کرد که موانع عمده‌ای هنوز بر سر راه توسعه بهینه صنعت توریسم و گردشگری در ایران وجود دارد. به‌رغم برخی پیشرفت‌های انجام گرفته، از جمله صدور ویزای توریستی سه‌ماهه برای گردشگران خارجی به محض ورود به ایران و بازگشت تدریجی ایرلاین‌های خارجی به ایران، هنوز موانع عمده‌ای بر سر راه توسعه توریسم و گردشگری در ایران وجود دارد.

بسیاری از این موانع داخلی هستند، مانند کمبود هتل‌های توریستی متناسب با استانداردهای جهانی و ایجاد ساختار مدیریتی کارآمد که بتواند توسعه این بخش را هماهنگ کند. موانع دیگری نیز وجود دارند که خارجی هستند، از جمله این موانع می‌توان به مشکلات تعامل بانک‌های خارجی با ایران و مشکل استفاده از کارت‌های اعتباری بین‌المللی توسط توریست‌های خارجی در ایران اشاره کرد.

نام رسمی کشور	جمهوری فرانسه
نوع حکومت	حکومت متمرکز نظام نیمه‌ریاستی جمهوری
پایتخت	پاریس
بالاترین مقام کشور	رئیس جمهور - امانوئل مکرون
تاریخ انقلاب کبیر	۱۷۸۹
ساختار گردشگری	وزارت اروپا و وزارت امور خارجه

کلیات

• آب و هوا

بخش‌های شمالی و شمال شرقی فرانسه دارای آب‌وهوای معتدل است. بخش‌های جنوبی نیز آب‌وهوای مدیترانه‌ای دارند. بخش‌های غربی فرانسه دارای اقلیم اقیانوسی است؛ یعنی این مناطق دارای میزان بارش بالایی بوده و زمستان‌هایی معتدل و تابستان‌هایی گرم را تجربه می‌کنند. شرق این کشور دارای آب و هوای

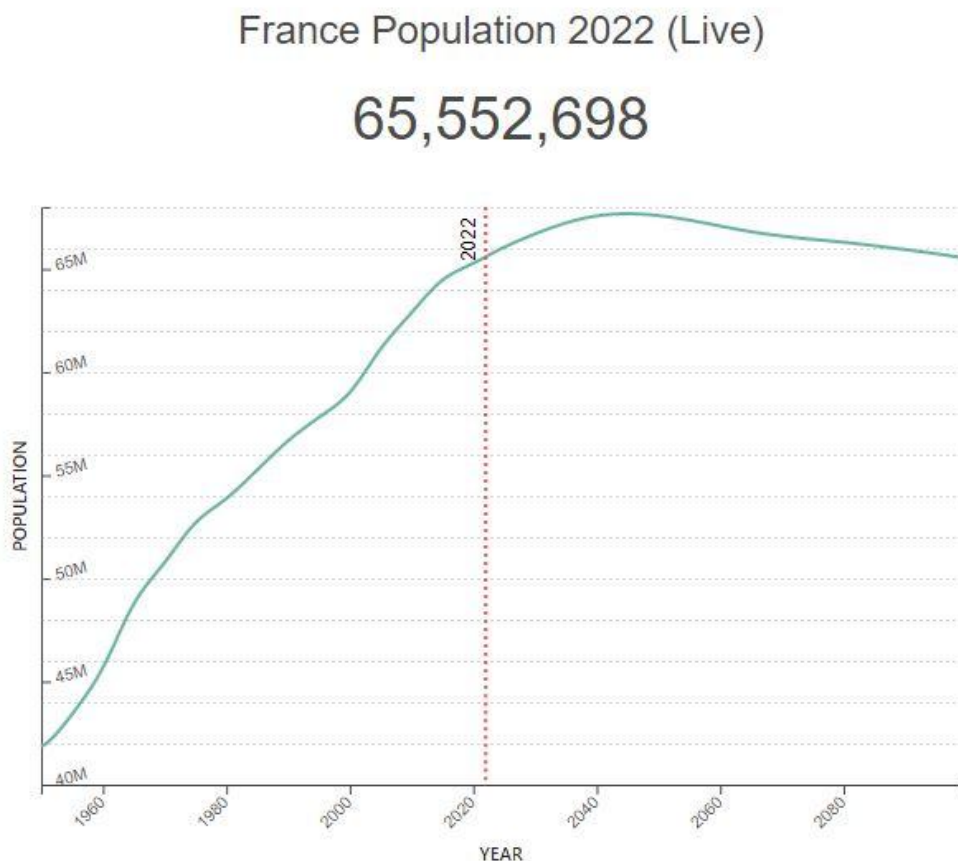
کوهستانی است. دیگر مناطق نیز معمولاً از تابستان‌هایی گرم و گاهی طوفانی و زمستان‌هایی سرد برخوردارند.^۱

• وضعیت جغرافیایی

فرانسه از شمال شرقی، شرق و جنوب غربی دارای مرزهای مشترک با بلژیک، لوکزامبورگ، آلمان، سوئیس، ایتالیا، موناکو، اسپانیا و آندورا است. خاک کشور فرانسه در اروپا شامل مساحتی ۵۴۷,۰۳۰ کیلومترمربعی می‌شود. فرانسه بزرگ‌ترین کشور در میان اعضای اتحادیه اروپا، از بعد مساحت است. فرانسه همچنین دارای جاذبه‌های طبیعی بسیاری همچون جاذبه‌های ساحلی در مناطق شمالی و غربی و مناظر کوهستانی مربوط به رشته‌کوه‌های آلپ در بخش شرقی است.^۲

• جمعیت شناسی^۳

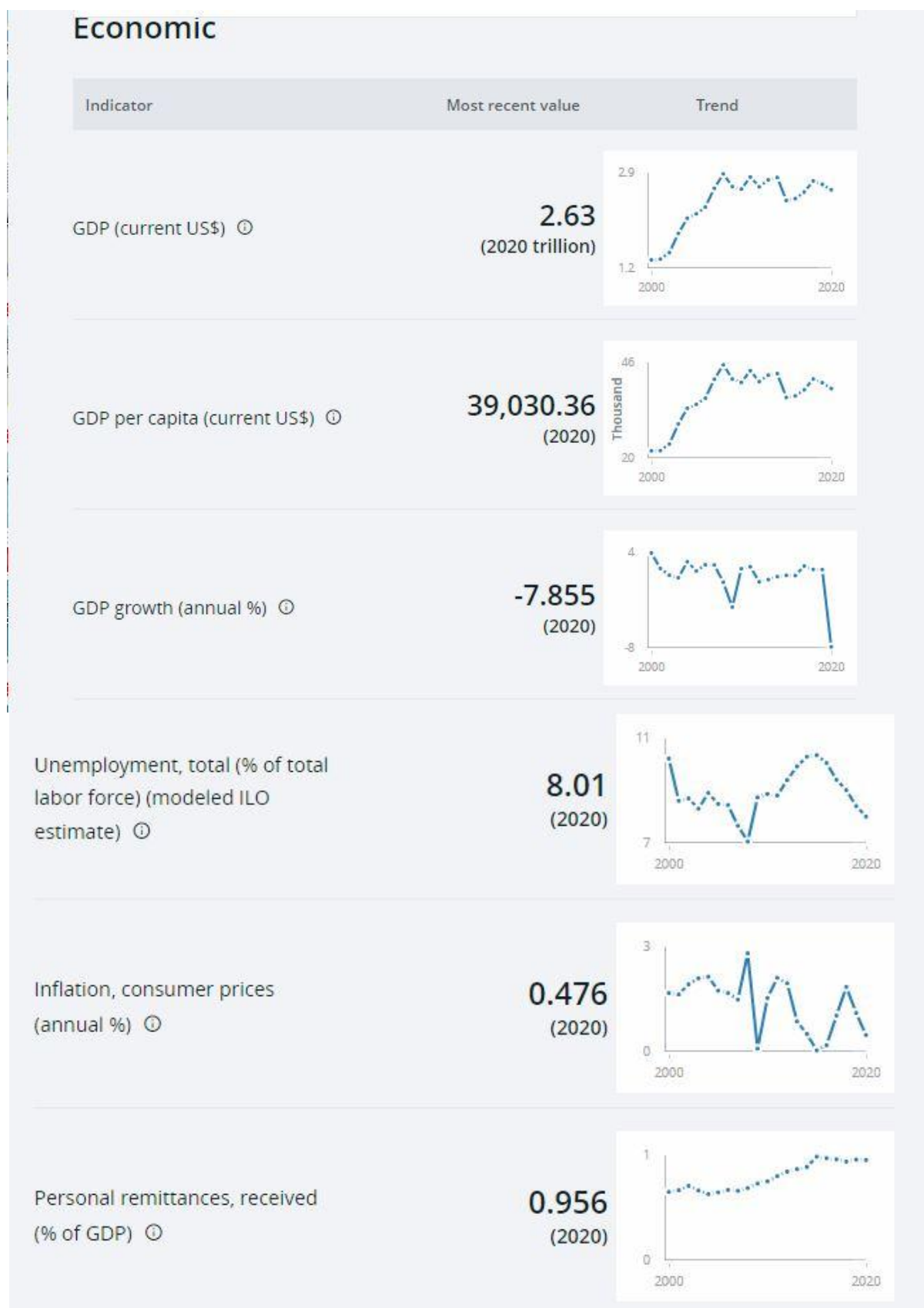
بر اساس پیش‌بینی‌های آخرین داده‌های سازمان ملل، جمعیت فعلی فرانسه ۶۵۵۵۲۶۹۸ نفر است.



^۱-ویکی پدیا

^۲-ویکی پدیا

^۳ - <https://worldpopulationreview.com>

• وضعیت اقتصادی^۱

¹ -<https://data.worldbank.org/country/france?view=chart>

اقتصاد فرانسه ششمین اقتصاد دنیا از نظر عدد اسمی و سومین اقتصاد اروپا محسوب می‌شود. سیستم اقتصاد فرانسه ترکیبی از دو بخش دولتی و خصوصی است و حدود یک‌پنجم تولید ناخالص داخلی اروپا متعلق به این کشور میباشد. فرانسه دهمین کشور پردرآمد دنیا به شمار میرود. بخش خدمات بیش از ۷۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص داده است که شامل: حمل‌ونقل عمومی، گردشگری، دفاع، انرژی، و ارتباطات مخابراتی می‌باشد. فرانسه بازار آماده‌ای برای سایر کشورهای اعضای اتحادیه اروپا است، به طوری که ۴۹ درصد صادرات آن‌ها را مصرف می‌کند. این کشور دارای ۲,۵ تریلیون دلار تولید ناخالص داخلی اسمی و تولید داخلی سرانه ۳۹ هزار دلار است. سهم بخش مربوط به تولید ناخالص داخلی کشور به شرح زیر است:

- خدمات ۷۰,۸٪
- کشاورزی ۱,۹٪
- صنعت ۱۸,۳٪

• شرکتهای عضو فرانسوی اتاق بازرگانی ایران^۲

سایت اینترنتی	نام کمپانی
http://www.sai-inspection.com	Intertek international limited (SAI)
http://www.danone.com	DAMAVAND MINERAL WATER COMPANY CO
http://www.balmoralintl.com	Balmoral Intl SAS
http://www.peugeot.com	Peugeot
https://www.visionfranceconsulting.fr	Vision France Consulting
http://www.renault.co.ir	Renault Pars
http://www.schneider-electric.com	Schneider
http://www.total.com	Total
http://www.vinci-technologies.com	Vinci Technologies
http://www.alstom.com	Alstom Transport

¹- www.hamimohajer.com

²- <http://www.cfici.org>

http://www.bureauveritas.com	Bureau Veritas Iran
http://www.danone.com	Danone Sahar
http://www.bel-group.com	Bel Rouzaneh Dairy
http://www.faurecia.com	Faurecia Azin Pars Seating
http://www.hyperstariran.com	Hyper Market Maf Pars
http://www.goldengroup.com	Golden Group
http://www.rggcap.ru	RGG Capital
allianceexport@orange.fr	Alliance Export
http://www.acipars.co.ir	Auto Chassis International Pars
http://www.eiger-ls.com	Eiger International
http://www.avicenne-gerontologic-society.com	Avicenne Gerontologic
http://www.gea.fr	GEA
http://www.suez-environnement.fr	Suez Environnement
contact@vecteurcast.com	Vecteur Cast
http://www.adyafoils.fr	ADYA FOILS
www.negotiumpartners.co	Negotium Partners

- شرکت های فرانسوی که بعد از تحریم ها ایران را ترک کردند^۱

ایرباس

این کمپانی در سال ۲۰۱۶ قراردادی به ارزش ۲۵ میلیارد دلار با ایران ایر برای فروش ۱۱۸ فروند هواپیمای مسافربری امضا کرد.

در سال ۲۰۱۸، استیون منوچین، وزیر خزانهداری آمریکا اعلام کرد که مجوز ایرباس را برای فروش هواپیما به ایران لغو می کند.

شرکت هواپیمایی *KLM*

^۱ - <https://tejaratnews.com>

در آگوست ۲۰۱۸، این شرکت هواپیمایی اعلام کرد که پروازهای خود به ایران را تا ماه سپتامبر متوقف می‌کند.

این شرکت در سال ۲۰۱۳ هم پروازهای خود را به سوی ایران به حالت تعلیق درآورده بود اما با امضای توافق هسته‌ای در سال ۲۰۱۶، پروازها به ایران از سر گرفته شد.

ایرلیکوئید (Air Liquide)

در مارس ۲۰۱۸، این شرکت هواپیمایی توافق خود را با شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی ایران پایان داد. این گروه فرانسوی اعلام کرد که تمام فعالیت‌های تجاری خود در ایران را متوقف خواهد کرد و هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری در این کشور انجام نخواهد داد.

ای‌تی‌آر (ATR)

در سال ۲۰۱۷، قراردادی برای تامین ۲۰ فروند هواپیما برای شرکت ایران‌ایر امضا کرد.

این شرکت بعدها اعلام کرد که با توجه به تحریم‌ها، هواپیماهای باقی‌مانده را به ایران تحویل نخواهد داد. با این حال، پنج روز پیش از اجرایی شدن تحریم‌ها پنج فروند هواپیمای دیگر از سوی این کمپانی به ایران تحویل داده شد. این شرکت برای دریافت معافیت از وزارت خزانه‌داری آمریکا درخواست کرده تا بتواند باقی هواپیماها را تحویل ایران بدهد.

آکسا (AXA)

این شرکت بیمه‌ای پس از امضای توافقنامه هسته‌ای، محموله‌های ایران را بیمه کرد. با بازگشت تحریم‌ها اما از امضای قراردادهای جدید با ایران صرف‌نظر کرد.

CMA CGM

در سال ۲۰۱۶، این شرکت با خطوط حمل‌ونقل جمهوری اسلامی توافقنامه همکاری امضا کرد. اما در جولای ۲۰۱۸ اعلام کرد به دنبال تحریم‌های جدید دولت ترامپ قادر به ادامه همکاری با ایران نیست.

شرکت انجی (Engie)

در ماه می اعلام کرد که قراردادهای مهندسی خود را با ایران تا ماه نوامبر پایان خواهد داد.

شرکت اینجنیکو (Ingenico)

این شرکت سرویس پرداخت در جولای ۲۰۱۸ اعلام کرد تا پیش از ماه نوامبر و اعمال مجدد تحریم‌ها، همکاری خود با ایران را به پایان می‌رساند.

پی‌اس‌ای (PSA)

گروه پی‌اس‌ای در سال ۲۰۱۶، قراردادی با شرکت سایپا برای تولید و فروش خودروهای سیتروئن و سرمایه‌گذاری مشترک ۳۰۰ میلیون یورویی در زمینه تولید و تحقیق و توسعه امضا کرد. علاوه بر آن، برند پژوی این کمپانی در سال ۲۰۱۶ سرمایه‌گذاری مشترک ۴۰۰ میلیون یورویی با یک تولیدکننده خودروی ایرانی برای مدرن‌سازی کارخانه خودرو در نزدیکی تهران آغاز کرد. بر اساس این قرارداد انتظار می‌رفت این کارخانه سالانه صد هزار خودرو تولید کند. پی‌اس‌ای در ژوئن ۲۰۱۸ اعلام کرد که آمریکا با اعطای معافیت از تحریم‌ها برای این کمپانی مخالفت کرده و ناچار است سرمایه‌گذاری مشترک خود را در ایران متوقف کند.

شرکت رنو

کمپانی رنو در آگوست ۲۰۱۷ سرمایه‌گذاری مشترک برای تولید سالانه ۱۵۰ هزار خودروی بیشتر امضا کرد. این ظرفیت پیش‌تر ۲۰۰ هزار خودرو در سال بود. قرارداد ۷۸۰ میلیون دلاری این کمپانی به عنوان بزرگ‌ترین قرارداد خودرویی یک شرکت خارجی در ایران شناخته می‌شود. در اکتبر ۲۰۱۷ مدیرعامل این کمپانی اعلام کرد، در صورت بازگشت تحریم‌های آمریکا علیه ایران، به فعالیت خود با این کشور ادامه خواهد داد. در ۲۸ جولای ۲۰۱۸ در نهایت این کمپانی مواضع خود در قبال ایران را تغییر داد. بر اساس گزارش‌های بلومبرگ، به دلیل وضع مجدد تحریم‌ها، فعالیت شرکت رنو در ایران به حالت تعلیق درآمد.

گروه Scor

در سال ۲۰۱۷، قراردادی برای توسعه روابط بیمه اتکایی میان شرکت اسکور و بیمه مرکزی امضا شد. هدف از این قرارداد رفع نیازهای بیمه‌ای ایران برای پروژه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های پیش روی فرانسه و ایران بود. در جولای ۲۰۱۸، این کمپانی اعلام کرد که به دلیل وضع مجدد تحریم‌های ایالات متحده قادر به ادامه همکاری با ایران نیست.

توتال

غول نفتی توتال در سال ۲۰۱۶، قراردادی برای خرید روزانه ۲۰۰ هزار بشکه نفت خام از ایران امضا کرد. قرارداد دیگر این کمپانی در سال ۲۰۱۷ با همکاری شرکت دولتی نفت چین برای توسعه میدان گازی پارس جنوبی در این کشور بود. با بازگشت تحریم‌ها اما این شرکت موفق به دریافت معافیت از آمریکا نشد و در نتیجه فعالیت خود را متوقف کرد.

بانک فرانسوی Wormser

بر اساس گزارش‌های منتشرشده این بانک فرانسوی تصمیم گرفت برای حفظ دسترسی به دلار آمریکا، انجام تراکنش‌های مالی با ایران را متوقف کند. شرکت‌های فرانسوی که بلا تکلیفند:

شرکت آکور (Accor)

این شرکت در سال ۲۰۱۵ دو هتل در ایران تاسیس کرد و برای ساخت دست‌کم ۱۰۰ هتل دیگر اعلام آمادگی کرده بود.

آلستوم (Alstom)

این کمپانی در سال ۲۰۱۷، برای ساخت واگن‌های مترو و راه‌آهن ایران قراردادی امضا کرد.

بیورو وریتاس (Bureau Veritas)

این شرکت شعبه ایران خود را در سال ۱۹۷۶ تاسیس کرد و از آن زمان تاکنون به فعالیت خود در ایران در زمینه ارائه خدمات بازرسی، کنترل کیفیت و صدور انواع گواهینامه ادامه داده است.

گروه CBE

این گروه در سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۶ در پروژه‌های متعدد مرتبط با ساخت تونل در ایران کار کرده است.

Coface

در سال ۲۰۱۶، توافقنامه‌ای میان آژانس اعتبارات صادرات کوفاس و بانک مرکزی ایران منعقد شد.

کوهن امیراصلانی (Cohen Amir-Aslani)

این شرکت در سال ۲۰۱۶ دفتری در تهران برای مشاوره به شرکت‌هایی که به دنبال سرمایه‌گذاری در ایران هستند، افتتاح کرد.

شرکت دانون (Danone)

این شرکت سرمایه‌گذاری مشترکی برای تولید آب معدنی دماوند - بزرگ‌ترین تولیدکننده آب معدنی در ایران - آغاز کرد.

کمپانی اکسنس (Exness)

بر اساس اعلامیه ۲۰۱۶ شرکت ملی پتروشیمی ایران، این کمپانی فرانسوی برای بازسازی پتروشیمی ابوعلی سینا قراردادی امضا کرد.

Oil industry Institute

در سال ۲۰۱۶ این موسسه با موسسه تحقیقاتی صنعت نفت ایران قراردادی را در زمینه همکاری تحقیقاتی امضا کرد.

شرکت اورنج (Orange)

این کمپانی در سال ۲۰۱۶ اعلام کرد که در حال انجام مذاکراتی برای همکاری با شرکت ارتباطات سیار ایران برای خرید بخش عمده‌ای از سهام این شرکت است.

شرکت سانوفی (Sanofi)

این شرکت داروسازی در سال ۲۰۱۶ تفاهم‌نامه‌ای با وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ایران منعقد کرد. هنوز مشخص نیست که آیا تحریم‌ها اثری بر فعالیت این شرکت در ایران داشته باشد.

SNCF

این شرکت نیز در سال ۲۰۱۷ تفاهم‌نامه‌ای در زمینه توسعه راه آهن ایران امضا کرد.

شرکت سفره‌گس فرانسه

ایران با این شرکت فرانسوی با هدف خاموش کردن فلر (مشعل‌های) فاز ۲ و ۳ پارس جنوبی همکاری می‌کند.

شرکت وینچی (Vinci)

این کمپانی در سال ۲۰۱۶، قراردادی برای توسعه فرودگاه مشهد و توسعه فرودگاه بین‌المللی ایران امضاء کرد. این شرکت در سال ۲۰۱۷، برای اجرا و ساخت دو فرودگاه بزرگ در ایران توافق‌نامه‌ای امضا کرد.

• رسانه های فرانسوی مستقر در ایران^۱

-راديو كولتور	-کانال ۲۴ عربی
-راديو RFI	-یورونیوز
-AFP	-فرانس ۲۴ فرانسوی-انگلیسی-اسپانیایی
-فیمسازى اپارلو(نیمه فعال)	-RTL
	-راديو فرانس اینفو

• اشتراکات فرهنگی دو کشور^۲

سابقه حضور نخستین ایرانی ها در فرانسه را می توان به بیش از شش قرن پیش نسبت داد، با این همه و همگام با شتاب گرفتن مراودات فرهنگی و علمی ایرانیان با مغرب زمین از قرن نوزدهم میلادی، این کشور جایگاهی قابل توجه در میان سیاستمداران و دانش آموختگان ایرانی یافت. ایران شناسی در فرانسه نیز همراه با سایر گرایش های شرق شناسی، قدمتی دیرینه دارد. توجه به میراث غنی و دیرپای فرهنگی - تمدنی ایران در قالب فعالیت های باستان شناسی، شناخت ریشه های زبان های باستانی و خط های کهن ایرانی و مطالعه زبان فارسی، تصحیح و انتشار متون کهن، از مهمترین عرصه های مورد علاقه ایران شناسان فرانسوی به ویژه در قرن نوزدهم بود. این مسیر با انعقاد قراردادهای رسمی میان نهادها و مؤسسات علمی فرانسوی با دولت ایران، در قرون نوزدهم و بیستم به صورت گسترده ای ادامه یافت. هرچند مناسبات و تبادلات فرهنگی در دوره هایی با فراز و فرود همراه بود؛ با نگاهی گذرا به فعالیت های ایران شناسان فرانسوی، می توان دریافت در هیچ دورانی مطالعات ایران شناسی در فرانسه تعطیل نشده است. نگاهی گذرا به صدها سال ارتباط ایران و فرانسه به تنهایی می تواند توضیحی بر این امر باشد که چرا همواره در تمام فراز و فرودهای مراودات سیاسی تهران- پاریس، تعاملات فرهنگی به قوت خود باقی ماند.

• تبادلات سیاسی دو کشور^۳

ایران به طور کلی از قرون وسطی یک رابطه دوستانه با فرانسه داشته است. این رابطه تا دوران ریاست ژاک شیراک همچنان دوستانه بود ولی در سال های اخیر این رابطه به علت ارجاع دادن پرونده غنی سازی اورانیوم به شورای امنیت سازمان ملل متحد و حمایت فرانسه به خوبی گذشته نبوده است.

¹ - <https://foreignmedia.farhang.gov.ir/fa/pressoffices>

² - <https://www.irna.ir/news/83283470>

³ - <https://fa.wikipedia.org/wi>

با انتخاب حسن روحانی به عنوان رئیس دولت یازدهم ایران، وزارت امور خارجه فرانسه همراه با وزارت خانه‌های امور خارجه اغلب کشورهای اروپایی، ضمن تبریک این پیروزی، ابراز امیدواری جهت بهبود روابط با ایران را مطرح کردند.

در حاشیه شصت و هشتمین نشست مجمع عمومی سازمان ملل متحد که در مهر ۱۳۹۲ در نیویورک برگزار شد، حسن روحانی و فرانسوا اولاند، دیدار رودررویی با یکدیگر داشتند. این نخستین دیدار مقامات عالی‌رتبه دو کشور از سال ۲۰۰۵ تا این تاریخ بود.

۶۸ روز بعد از توافق هسته‌ای ژنو، بزرگترین هیئت اقتصادی خارجی بعد از انقلاب اسلامی ایران که متشکل از کارفرمایان و فعالان اقتصادی بخش خصوصی فرانسه در زمینه‌های صنعت نفت، خودروسازی، انرژی، پزشکی و ... بود، در روز ۱۴ بهمن ۱۳۹۲ وارد ایران شد. این هیئت متشکل از ۱۴۰ نفر بود که هرکدام نماینده یکی از شرکت‌های فرانسوی در زمینه‌های مختلف صنعتی و تجاری بودند. این هیئت هدف خود را مذاکره در مورد راه‌های گسترش همکاری با ایران در زمینه‌های مختلف تجاری و صنعتی دانست.

لوران فابیوس وزیر خارجه فرانسه در روز ۷ مرداد ۱۳۹۴ وارد تهران شد. سفر او در راس یک هیئت بلندپایه سیاسی به دعوت همتای ایرانی او محمد جواد ظریف صورت گرفت. فابیوس در این سفر یک روزه با حسن روحانی رئیس‌جمهور، محمد جواد ظریف وزیر امور خارجه، محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت معدن و تجارت و معصومه ابتکار رئیس سازمان محیط زیست دیدار و گفتگو کرد.

فرانسوا اولاند رئیس‌جمهور فرانسه از حسن روحانی برای سفر به این کشور در آبان ماه ۱۳۹۴ دعوت به عمل آورد. رئیس‌جمهور ایران در ۷ بهمن ۱۳۹۴، عازم پاریس گردید و مورد استقبال فرانسوا اولاند، رئیس‌جمهور فرانسه قرار گرفت و همچنین با رؤسای شرکت نفت و گاز فرانسه، توتال و شرکت هواپیماسازی اروپایی، ایرباس، دیدار نموده و قراردادهایی بین ایران و شرکت‌های مذکور در جهت تبادل نفت و گاز و خرید هواپیما منعقد گردید.

• جمعیت ایرانیان مقیم فرانسه

بر اساس گزارش وزارت امور خارجه تعداد ایرانیان مقیم کشور فرانسه بر اساس آمار سال ۱۳۹۹ تعداد ۹۰،۰۰۰ نفر می باشد.^۱

^۲ بر اساس آمار سازمان ملل، فرانسه جزو دهمین کشور از بین ۲۰ کشور اول با بیشترین جمعیت ایرانی می باشد.

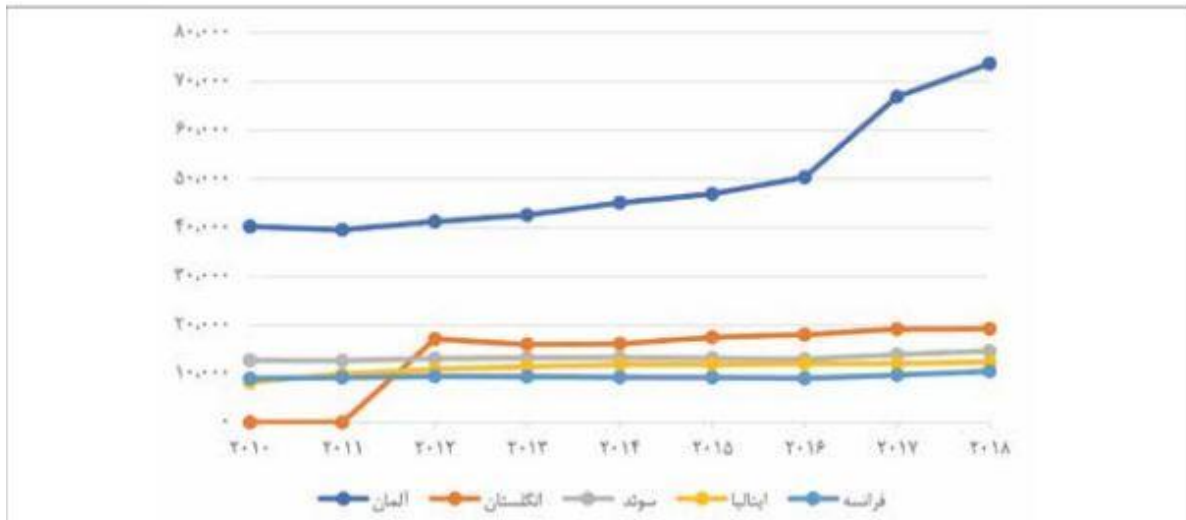
^۱ - اداره امور ارتباطات و اطلاعات ایرانیان

^۲ - سالنامه مهاجرتی ایران-۱۳۹۹

جدول ۲۲- جمعیت ایرانیان در جهان (۲۰ کشور اول با بیشترین جمعیت ایرانی) (سازمان ملل)

رتبه	کشورها	رند جمعیت مهاجران ایرانی در جهان در بازه زمانی ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۹					
		۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۵	۲۰۱۰	۲۰۱۹
	جهان	۶۳۱/۳۳۹	۷۴۶/۸۹۴	۸۳۱/۳۷۲	۸۸۹/۹۴۱	۹۸۹/۵۶۰	۱/۱۷۱/۳۶۴
۱	آمریکا	۲۱۰/۹۴۱	۲۵۰/۳۹۰	۲۹۰/۴۱۷	۳۱۴/۱۹۹	۳۴۸/۲۴۹	۴۰۳/۱۳۶
۲	کانادا	۲۹/۴۶۷	۵۱/۲۶۶	۷۴/۲۸۴	۹۵/۳۹۵	۱۲۰/۶۸۵	۱۶۴/۴۶۳
۳	آلمان	۹۵/۷۲۳	۱۰۰/۰۲۷	۱۰۴/۳۳۱	۱۰۸/۳۱۰	۱۱۱/۲۶۸	۱۲۷/۱۷۷
۴	انگلستان	۳۱/۵۶۳	۳۶/۰۲۲	۴۱/۰۸۷	۵۸/۶۹۴	۶۱/۸۳۱	۷۹/۰۷۲
۵	ترکیه	۲۳/۸۱۶	۱۳/۱۸۸	۱۳/۴۲۷	۱۴/۳۹۷	۱۴/۷۲۸	۳۹/۳۳۲
۶	سوئد	۴۰/۱۵۴	۴۷/۶۵۰	۵۱/۱۰۱	۵۴/۴۷۰	۶۲/۱۲۰	۶۹/۰۶۷
۷	استرالیا	۱۷/۵۹۹	۱۹/۲۶۰	۲۱/۳۶۰	۲۶/۷۲۰	۳۶/۴۸۰	۶۱/۶۹۰
۸	رژیم صهیونیستی	۴۷/۷۸۵	۵۱/۲۲۰	۵۱/۷۸۶	۵۰/۹۵۰	۵۰/۷۳۲	۵۲/۳۲۲
۹	هلند	۵/۱۸۷	۱۲/۳۵۷	۱۹/۹۲۱	۲۴/۰۵۱	۲۵/۴۸۶	۲۹/۴۰۵
۱۰	فرانسه	۲۳/۳۵۹	۲۴/۱۱۴	۲۴/۸۶۹	۲۰/۶۴۳	۲۱/۳۹۹	۲۳/۷۰۵
۱۱	نروژ	۵/۱۹۸	۷/۰۵۵	۸/۸۵۷	۱۱/۶۳۷	۱۳/۰۸۶	۱۶/۲۲۲
۱۲	اتریش	۸/۵۳۵	۹/۶۲۹	۱۰/۷۲۳	۱۱/۹۸۶	۱۳/۲۴۹	۱۵/۴۹۵
۱۳	دانمارک	۸/۰۲۲	۹/۷۵۳	۱۱/۴۸۳	۱۲/۰۲۹	۱۲/۳۵۲	۱۴/۶۸۹
۱۴	ایتالیا	۱۹/۰۹۶	۱۴/۰۳۴	۸/۹۷۱	۱۱/۷۰۱	۱۴/۳۶۰	۱۴/۹۲۵
۱۵	عراق	۱۴/۹۷۶	۴۴/۹۵۳	۴۲/۶۰۲	۱۷/۳۹۶	۱۷/۵۶۸	۱۴/۴۰۶
۱۶	سوئیس	۴/۶۸۶	۵/۳۷۲	۶/۰۷۸	۶/۹۵۳	۸/۰۳۰	۱۱/۵۶۲
۱۷	بلژیک	۳/۱۵۷	۲/۴۸۰	۱/۷۳۱	۴/۴۴۵	۸/۵۶۹	۱۰/۵۵۴
۱۸	فنلاند	۵۵۸	۱/۱۶۰	۱/۷۶۲	۳/۰۴۰	۵/۱۰۱	۷/۲۲۵
۱۹	ارمنستان	۹/۶۵۴	۱۰/۲۴۲	۱۱/۲۰۵	۷/۴۱۱	۶/۱۷۲	۸/۱۳۵
۲۰	اسپانیا	۱/۷۷۱	۲/۱۵۹	۳/۴۷۷	۴/۲۱۲	۴/۹۲۰	۵/۸۸۸

(UN, 2020)



نمودار ۷۷- تعداد مهاجران با تابعیت ایرانی و دارای اجازه اقامت معتبر در پنج کشور اول اتحادیه اروپا (۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸)
(EUROSTAT, 2020)

• تعداد دانشجویان ایرانی در فرانسه^۱

جمعیت دانشجویان ایرانی در کشور فرانسه در طول دو دهه گذشته تغییر چشمگیری نداشته است و بطور تقریبی و میانگین در تراز ۱ هزار و ۵۰۰ نفر بوده است. هر چند که در بازه سالهای ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۵ میلادی این جمعیت رو به افزایش بوده بطوریکه در سال ۲۰۱۱ میلادی به بالاترین رقم یعنی ۱ هزار و ۹۰۰ نفر نزدیک شده بود ولی در ادامه روند نزولی را طی کرده و از سال ۲۰۱۵ مجدد به تراز ۱ هزار و ۵۰۰ نفر بازگشت.

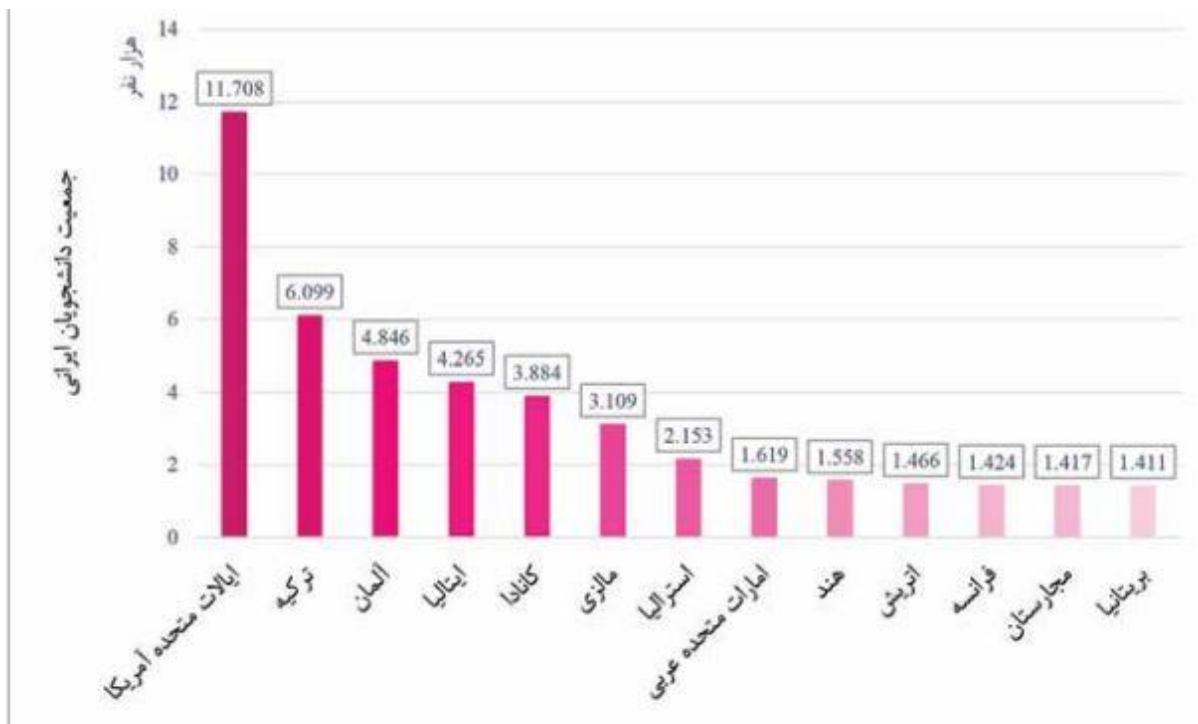
^۱ - سالنامه مهاجرتی ایران-۱۳۹۹

جدول ۸۷- تعداد دانشجویان ایرانی در مقاصد اصلی دانشجویان (۲۰۰۳ تا ۲۰۱۸)

بین‌المللی ایرانی

نام کشور	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸
آمریکا	۲۲۵۸	۲۳۲۱	۲۳۵۱	۲۵۰۶	۲۸۵۷	۳۰۶۳	۳۴۷۵	۴۶۸۹	۵۵۱۹	۶۷۶۳	۱۰۱۹۴	۱۱۳۳۸	۱۲۲۶۹	۱۲۶۴۵	۱۲۷۸۳	۱۲۱۴۲
ترکیه	۵۵۴	۶۱۵	۶۸۲	۷۹۶	۵۸۹	۹۰۶	۹۷۵	۱۰۸۷	۱۳۰۵	۱۴۸۸	۴۳۸	۴۳۴۳	۵۳۰۲	۵۶۶۱	۶۰۹۹	...
آلمان	۳۱۳۵	۳۴۹۳	۳۷۹۱	۴۲۴۸	۴۸۴۶	...
ایتالیا	۵۹۳	۶۹۴	۷۸۰	۹۶۵	۱۱۳۶	۱۲۸۹	۱۵۷۷	۱۶۷۸	۲۴۵۲	۲۹۷۵	۳۶۳۷	۳۸۶۶	۳۴۹۵	۳۹۳۵	۴۲۶۵	...
کانادا	۹۶۰	۱۴۶۱	۱۹۳۵	۱۷۱۶	۲۰۸۶	۲۰۴۷	۲۳۶۴	۲۹۵۸	۲۸۰۵	۳۵۳۷	۴۲۵۴	۴۰۶۸	۳۵۲۵	۳۷۳۵	۳۸۸۴	...
استرالیا	۶۲۷	۷۲۷	۹۶۹	۱۲۳۶	۱۵۲۳	۱۸۷۲	۲۳۸۶	۲۶۳۴	۲۸۳۴	۲۸۱۷	۲۷۸۱	۲۶۴۸	۲۵۰۷	۲۵۴۹	۲۵۰۹	۲۴۳۸
اتریش	۴۷۷	۵۱۴	...	۵۰۹	۵۳۷	۶۰۹	۶۶۳	۷۲۸	۷۹۳	۷۵۳	۹۹۱	۱۰۲۱	۱۱۴۷	۱۲۳۲	۱۴۶۶	...
هند	۳۳۶	۴۷۲	۱۰۳۸	۱۲۵۸	۳۵۸۹	۲۱۳۱	۲۱۰۹	۱۳۲۸	۱۵۴۴	۱۴۵۹	۱۴۵۹	۱۵۵۸
فرانسه	۱۴۰۸	۱۴۴۱	۱۴۹۱	۱۶۰۷	۱۶۹۰	۱۷۲۸	۱۷۷۲	۱۸۱۰	۱۹۱۳	۱۹۱۳	۱۷۵۵	۱۶۵۳	۱۵۰۴	۱۴۱۵	۱۴۲۴	...
مجارستان	۲۰۹	۲۹۹	۳۸۲	۴۰۴	۴۹۶	۵۷۹	۶۶۶	۸۲۴	۹۰۱	۹۴۷	۱۰۲۵	۹۸۸	۸۱۶	۱۱۱۶	۱۴۱۷	...
بریتانیا	۸۶۰	۱۴۳۶	۱۷۵۲	۲۰۱۶	۲۴۵۴	۲۴۰۰	۲۸۴۹	۳۱۶۳	۳۴۶۳	۳۳۷۲	۲۶۵۰	۲۹۸۲	۱۸۴۲	۱۵۲۲	۱۴۱۱	...
مالزی	۳۷۴	۵۵۰	...	۱۰۱۲	۲۴۴۲	۳۴۷۵	۶۵۸۸	۷۳۹۷	۹۳۱۱	۸۱۷۰	...	۳۹۵۳	۴۱۹۵	۳۴۵۵	۱۳۱۳	۳۱۰۹
امارات متحده عربی	۳۰۴۶	۳۲۰۴	۳۱۶۷	۲۴۶۳	۲۳۸۳	۲۲۹۷

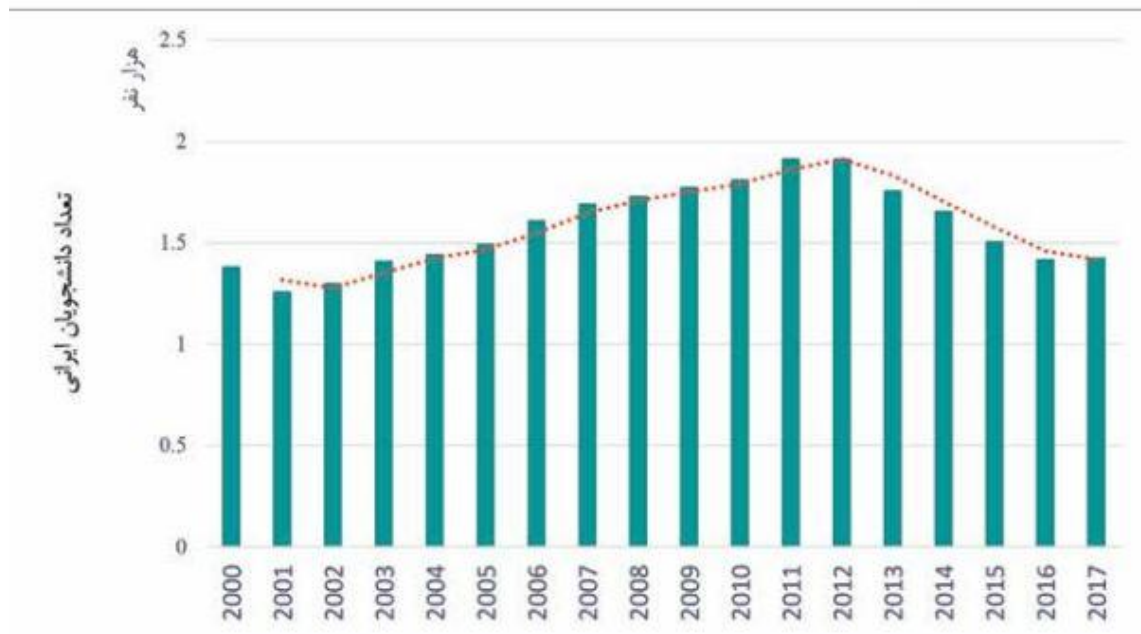
منابع: (UNESCO Institute for Statistics, 2020) (IIE, 2020) (Austrade-MIP, 2019)



نمودار ۱۳۵- مقاصد اصلی دانشجویان بین‌المللی ایرانی در سال ۱۳۹۷

(UNESCO Institute for Statistics, 2020b)

● جمعیت دانشجویان ایرانی در فرانسه



نمودار ۱۴۳- تعداد دانشجویان ایرانی در فرانسه (۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷)
(UNESCO Institute for Statistics, 2020b)

● عضویت دو کشور در سازمان های بین المللی

فائو (FAO) سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد- آژانس بین المللی انرژی اتمی (IAEA) - ایکائو (ICAO) سازمان بین المللی هوانوردی کشوری- سازمان بین المللی کار (ILO) - صندوق بین المللی پول (IMF) - سازمان بین المللی دریانوردی (IMO) - سازمان ملل متحد (UN) - یونسکو (UNESCO) - اتحادیه جهانی پست (UPU) - سازمان بهداشت جهانی (WHO) - سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO)

● لینک سازمانهای دولتی فرانسه^۱

فرانسه: <http://www.france.fr>

رئیس جمهوری فرانسه: <http://www.elysee.fr>

مجلس ملی: <http://www.assemblee-nationale.fr>

سینا: <http://www.senat.fr>

^۱- <http://www.cfici.org>

دولت فرانسه: <http://www.gouvernement.fr>

وزارت امور خارجه و اروپا: <http://www.diplomatie.gouv.fr>

وزارت امور اقتصادی و مالی: <http://www.economie.gouv.fr>

وزارت صنایع، نیرو و اقتصاد دیجیتال: <http://intl.mim.gov.ir>

وزارت بازرگانی، صنایع دستی، بنگاه‌های کوچک و متوسط و غیره:

<http://www.pme.gouv.fr>

وزارت آموزش عالی و پژوهش: <http://www.enseignementsup->

[recherche.gouv.fr](http://www.recherche.gouv.fr)

گمرک فرانسه: <http://www.douane.gouv.fr>

اتاق بازرگانی و صنایع: <http://www.cci.fr>

اتاق بازرگانی و صنایع بین‌الملل فرانسه: <http://www.ccifrance-international.org>

سرمایه‌گذاری در فرانسه: <http://www.invest-in-france.org>

اُسئو: <http://www.oseo.fr>

نمایشگاه حرفه و کسب و کار: <http://www.salons-online.com>

• تعداد ایرلاین ها و مسیرهای پروازی مستقیم بین دو کشور

در حال حاضر هواپیمایی لوفت هانزا، هواپیمایی قطر ایرویز، هواپیمایی امارات، هواپیمایی ایران ایر و هواپیمایی ایرفلوت در مسیر تهران پاریس مشغول فعالیت هستند. پروازهای مستقیم تهران پاریس توسط هواپیمایی ایران ایر انجام می‌شود.¹

• سفارت خانه های دو کشور

سفارت ایران در فرانسه در شهر پاریس به آدرس (4 Avenue d'Iéna 75016 Paris) می باشد. بهرام قاسمی سفیر ایران در فرانسه می باشد.

¹- <https://www.flytoday.ir>

همچنین سفارت فرانسه در ایران در شهر تهران، خیابان نوفل لوشاتو پلاک ۶۴-۶۶ واقع می باشد. آقای فیلیپ تیه بو سفیر فرانسه در ایران است.

• تبادلات اقتصادی فی مابین دو کشور^۱

مبادلات بازرگانی فرانسه با ایران

اقلام عمده صادراتی ایران به فرانسه

زعفران - کره - چربی و روغن کاکائو - مغز پسته - پلی اتیلن - ملاس و نیشکر - مصنوعات ریخته گری از چدن - آهن - میگو - آنتی سرماها - انگور بی دانه خشک - کف پوش

اقلام عمده وارداتی ایران از فرانسه

قطعات منفصله تولید اتومبیل سواری - دارو - وسایل نقلیه بجز ریلی - فراورده های زیبایی و آرایشی - پنل های خورشیدی - محصولات شیمیایی آلی - تجهیزات پزشکی - برنج - دانه و بذر

تجارت خارجی ج.ا.ایران و فرانسه از سال ۱۳۸۷ لغایت ۱۱ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۷

ارزش : میلیون دلار

سال	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۱ ماهه ۱۳۹۷
صادرات	۶۵	۵۳	۵۸	۶۱	۳۷	۲۹	۳۱	۱۹	۳۵	۴۲	۲۶
واردات	۱۹۷۰	۱۶۵۴	۱۹۶۷	۱۸۰۰	۹۳۰	۷۳۱	۵۶۴	۷۳۵	۹۳۵	۱۷۲۳	۹۶۶
حجم تجارت خارجی	۲۰۳۵	۱۷۰۷	۲۰۲۵	۱۸۶۱	۹۶۷	۷۶۰	۵۹۵	۷۵۴	۹۷۰	۱۷۶۵	۹۹۲
تراز تجاری	-۱۹۰۵	-۱۶۰۱	-۱۹۰۹	-۱۷۳۹	-۹۳۰	-۷۰۲	-۵۳۳	-۷۱۶	-۹۰۰	-۱۶۸۱	-۹۴۰

منبع: گمرک ج.ا.ایران

^۱ - <https://ixport.ir/trade-with-france>

تجارت خارجی ج.ا.ایران با فرانسه از سال ۲۰۰۸ لغایت ۲۰۱۷ ارزش: میلیون دلار

سال	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷
صادرات	۳۵۰۷	۱۴۲۱	۱۱۷۹	۲۴۷۳	۲۰۸	۷۶	۸۱	۷۳	۱۵۳۲	۲۶۰۷
واردات	۲۶۷۴	۲۰۱۳	۲۳۶۳	۲۳۲۲	۱۰۳۳	۶۵۵	۶۰۲	۶۲۳	۷۶۶	۱۶۹۲
حجم تجارت خارجی	۶۱۸۱	۳۴۳۴	۳۵۴۲	۴۷۹۵	۱۲۴۱	۷۳۱	۶۸۳	۶۹۶	۲۳۳۱	۴۲۹۹
تراز تجاری	۸۳۳	-۵۹۲	-۱۱۸۴	۱۵۱	-۸۲۵	-۵۷۹	-۵۲۱	-۵۵۰	۷۳۳	۹۱۵

منبع: ITC

- وضعیت صنعت گردشگری کشور مبدا^۱
- تعداد گردشگر ورودی

گردشگری ورودی				
آمار تعداد گردشگران ورودی به کشور فرانسه به تفکیک سال				
Source: World Tourism Organization (UNWTO)				
۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰
۸۲۶۸۲	۸۶۷۵۸	۸۹۳۲۲	۹۰۹۱۹	۴۱۶۸۴
رتبه در ۵۰ کشور اول جهان در سال: ۱				

^۱ -unwto.org

• درآمد حاصل از گردشگری

درآمد حاصل از گردشگری ورودی به کشور فرانسه به تفکیک سال (میلیون دلار آمریکا)				
Source: World Tourism Organization (UNWTO)				
۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰
۵۵۳۳۸	۵۹۲۳۲	۶۵۳۶۲	۶۳۴۲۴	۳۲۶۴۶
رتبه در ۵۰ کشور اول جهان: ۲				

• تعداد گردشگران خروجی در بازه حداقل ۵ ساله

آمار تعداد گردشگران خروجی از کشور فرانسه به تفکیک سال (۰۰۰)				
Source: World Tourism Organization (UNWTO)				
۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰
۲۶۴۸۳	۲۹۰۵۵	۳۰۵۰۹	۳۰۴۰۷	۱۱۹۳۷

• میزان هزینه کرد گردشگران خروجی در بازه ۵ ساله

میزان هزینه کرد گردشگران خروجی از کشور فرانسه به تفکیک سال (میلیون دلار آمریکا)				
Source: World Tourism Organization (UNWTO) •				
۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰
۴۰۴۳۶	۴۴۱۹۲	۴۹۴۶۴	۵۰۵۰۷	۲۷۷۵۸
رتبه در ۵۰ کشور اول جهان: ۴				

- آخرین وضعیت مبادلات گردشگری: (طبق گزارش آماری دفتر مطالعات، آموزش و برنامه ریزی گردشگری-۱۴۰۰)

۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	تبادلات
تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	
۴۴۲۹۶	۴۳۲۱۶	۲۶۹۲۶	۱۲۴۶۴	۵۶۸	ورود گردشگر از فرانسه به ایران
۵۵۹۴۲	۵۷۸۷۳	۵۲۰۲۸	۲۱۶۹۲	۸۵۵۹	خروج گردشگر از ایران به فرانسه

- تبادلات گردشگری بین دو کشور بر اساس آمار UNWTO

سال	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
ورود گردشگر از فرانسه به ایران	۱۷۹۳۱	۳۴۹۲۲	۴۵۵۷۶	۲۸۳۸۹	-----

-آمار گردشگران ورودی از ایران به فرانسه در سایت unwto ثبت نشده است.

- سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی کشور^۱

بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری سهم سفر و گردشگری فرانسه در سال ۲۰۱۹، 8.5% از کل تولید ناخالص ملی بوده است که این مقدار به 4.7% در سال ۲۰۲۰ تقلیل پیدا کرد و حاکی از رشد منفی 48.8%-درصدی دارد.



^۱- wtcc.org

- سهم گردشگری از میزان اشتغالزایی^۱

بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (wttc) سهم سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹ حدود ۹,۵٪ کل اشتغال بوده که این رقم در سال ۲۰۲۰ به ۸,۹٪ رسیده است. بر این اساس تعداد شغل های مرتبط با گردشگری از ۲,۶۹۱,۶۰۰ نفر در سال ۲۰۱۹ به ۲,۴۹۹,۱۰۰ نفر در سال ۲۰۲۰ کاهش پیدا کرده است که تراز رشد منفی ۷,۲٪ در صد را نشان می دهد.



- تور اپراتورهای مطرح کشور^۲



MUMMU CYCLING



TREK TRAVEL

¹ -wttc.org

² - <https://www.letour.fr/en/official-tour-operators>
<https://www.tourradar.com/g/france-tour-operators>



DISCOVER FRANCE



Intrepid Travel



Europamundo

**G Adventures**

G Adventures

- رسانه ها و وب سایت های رسمی کشور

از جمله رسانه های گردشگری فرانسه می توان به « Voyage en France Tv » اشاره کرد.
TourMaG نیز از رسانه های ضروری برای اخبار گردشگری فرانسوی زبان و بین المللی است.

- مناطق یا گروه های اصلی گردشگر فرست کشور

از جمله کشورهایی که بیشتر سفر می کنند و علاقمند به این تفریح تفکیک ناپذیر از زندگی هستند، مردم فرانسه می باشند. آن ها سفرهای داخلی را به سفرهای خارجی ترجیح می دهند که احتمالاً به دلیل تنوع زیستگاهی و جاذبه ای (از پیست اسکی گرفته تا زمین های پست و سرسبز) می باشد. مردم فرانسه به طور میانگین سالیانه ۳,۱ سفر داخلی و ۰,۴ سفر خارجی انجام می دهند.^۱

^۱- traveller.com

بنظر می آید بیشترین گردشگرانی که از فرانسه وارد ایران می شود از شهر پاریس باشد ولی آمار دقیقی در این مورد وجود ندارد.

• مقصد های مطلوب گردشگران فرانسوی در سفرهای خارجی^۱

بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری wtcc پنج مقصد مطلوب گردشگران فرانسوی در سال ۲۰۱۹ به ترتیب کشورهای اسپانیا، ایتالیا، انگلیس، مراکش و آلمان بوده است.

بر اساس همین گزارش پنج مقصد برتر در سال ۲۰۲۰ عبارت بود از : اسپانیا، ایتالیا، انگلیس، آلمان و بلژیک

Outbound Departures ³ :	
2019	2020
1. Spain 20%	1. Spain 24%
2. Italy 14%	2. Italy 19%
3. United Kingdom 6%	3. United Kingdom 7%
4. Morocco 4%	4. Germany 4%
5. Germany 3%	5. Belgium 3%
Rest of world 53%	Rest of world 43%

رده بندی برترین کشورها به لحاظ جذب گردشگران کشور فرانسه در سال ۲۰۱۹

Source: World Tourism Organization (UNWTO)

(۱) ایتالیا	(۲) اسپانیا	(۳) انگلیس	(۴) آلمان	(۵) آمریکا
۱۲,۷۳۳,۶۹۶	۱۱,۱۴۷,۳۹۷	۳,۵۷۰,۳۶۹	۱,۹۲۳,۴۲۰	۱,۸۴۳,۷۸۲

^۱ -wtcc.org

• مشاهیر کشور^۱

اگر بخواهیم تمام هنرمندان، دانشمندان، سیاستمداران و مشاهیر کشور فرانسه را در این قسمت معرفی کنیم، سخن به درازا می‌کشد. اما به منظور اینکه حق مطلب را ادا کنیم، به ذکر برخی از نام‌آورترین این افراد پسندیده می‌کنیم. یکی از هنرمندان مشهور فرانسه در زمینه موسیقی، فردی به نام هنری برگسون است.

اونوره دو بالزاک، یکی از نویسندگان معروف و صاحب سبک فرانسه است. هانری بل نیز نویسنده معروف دیگری است که از سرزمین فرانسه برخاسته است.

فرد بسیار مهم و تأثیرگذار دیگری که نقش مهمی در تاریخ فرانسه ایفا کرده است، ناپلئون بنا پارت نام دارد. او اولین امپراتور فرانسه بود و در سال‌های ۱۸۰۴ تا ۱۸۱۵ بر این کشور حکومت می‌کرد. از دانشمندان بزرگ و مشهور فرانسوی می‌توان به لویی پاستور، بلز پاسکال، هانری پوانکاره، رنه دکارت، آنتوان لاوزیه اشاره کرد. از دیگر مشاهیر فرانسه نیز می‌توان به ژان ژاک روسو، رومن رولان، ژول ورن، ژان فردریک ژولیو، آندره ژید، ویکتور هوگو و... اشاره نمود.

• نقشه راه گردشگری **tourism action plan** یا هرگونه اسناد مرتبط^۲

در فرانسه یک اتاق فکر با گرد هم آوردن بزرگترین شرکت های صنعت گردشگری در جهت توسعه یک استراتژی جدید گام بر می‌دارد.

آلیانس توریسم فرانسه به تازگی سندی را ارائه کرده است که پیشنهادات خود را برای استقرار یک استراتژی گردشگری جدید گرد هم آورده است. **Alliance France Tourisme** که در سال ۲۰۱۴ ایجاد شد و ریاست آن از ژانویه گذشته توسط دومینیک مارسل آغاز شد، برخی از بزرگترین شرکت های صنعت (Accor، OUI.sncf، Belambra Clubs، Voyageurs du Monde، Compagnie des Alpes، ADP Group، Center Parcs / Vacances & Pierre، Selectour) و غیره را گرد هم آورده است. بخش گردشگری که ۸ درصد از تولید ناخالص داخلی و بیش از ۲ میلیون شغل را در اختیار دارد، امروز در حال تلاش برای بهبود است.»

^۱- <https://go2tr.co/france>

^۲- <https://www.lechotouristique.com>

استراتژی جدیدی باید به فرانسه اجازه دهد تا جایگاه خود را به عنوان پربازدیدترین مقصد جهان حفظ و تثبیت کند (۹۰ میلیون گردشگر بین المللی در سال ۲۰۱۹ مورد استقبال قرار گرفت).

بنابراین اتاق فکر ۱۶ پیشنهاد را حول چهار محور مختلف تعریف کرده است که باید امکان تبدیل فرانسه به یک قدرت واقعی توریستی در عرصه رقابت بین المللی را فراهم کند.

محور ۱. ارتقاء گردشگری به اولویت ملی و مسلح به استراتژی فرانسوی.

- اتخاذ یک استراتژی ملی برای ساختار بخش برای ۱۰ سال آینده

استقرار مدیریت راسخ برای پیشبرد چشم انداز استراتژیک و سازماندهی گفتگو بین بخش های دولتی و بخش گردشگری.

- بهبود نظارت آماری این بخش

ایجاد و ارتقای حاکمیت دیجیتال فرانسه از طریق حفاظت از داده های گردشگران (داده ها به عنوان یک موضوع استراتژیک در نظر گرفته شود).

محور ۲. انعطاف و تغییر برای خلق گردشگری آینده

- تغییر ساختار فعلی

آلیانس توسعه و مدرن سازی مکان های ورزشی زمستانی و سواحلی و استفاده چند منظوره از مکان ها و نیز یکپارچه سازی خدمات بمنظور متعادل سازی گردشگران فصلی را در نظر دارد.

- سرمایه گذاری با حمایت دولتی

آلیانس به این نکته اشاره می کند که "تبادل نظری با Bercy بصورت کارآمد برای مطالعه همه راه حل های ممکن برای راه اندازی مجدد سرمایه گذاری انجام شود."

- ساختار بندی پیشنهاد خدمات

با رقابتی کردن گردشگری، ایجاد مسیرهایی با مضامین قوی، شناسایی روندهای نوظهور برای یک پیشنهاد متنوع و متناسب با انتظارات مشتری و غیره.

- سازماندهی استراتژی بازاریابی در فرانسه و خارج از کشور

برای نزدیک تر شدن به تعادل بین عرضه و تقاضا، باید یک استراتژی بازاریابی ایجاد شود: شناسایی واضح تقاضا با تقسیم بندی گردشگران، با انجام مطالعات عینی در مورد عملکرد فرانسه و مقاصد آن...

- در دسترس قرار دادن مقاصد و فراهم نمودن زمینه حمل و نقل در داخل منطقه

-حمایت از تحول به سمت گردشگری مسئولانه تر و پایدار برای شرکت های متعهد
-تحول دیجیتالی

استفاده از تحول دیجیتالی گردشگری به عنوان یک چالش ملی برای رقابت و ایجاد جذابیت

محور ۳. حرفه ای شدن برای بهبود کیفیت خدمات

-یافتن راه حل برای حل مشکل منابع انسانی، به منظور جلوگیری از یک "بحران واقعی اجتماعی-اقتصادی".

-پیش بینی و آمادگی برای آینده جوانان با سرمایه گذاری در آموزش و یادگیری با ایجاد اکوسیستم جدید آموزش حرفه ای.

-آموزش مداوم بین شغلی و فرابخشی

-توسعه منطقی اشتغال پذیری متناسب با نیاز شرکت ها و متناسب با مقاصد.

- جذب نیروی کار، ایجاد وفاداری حقوق بگیران و تحریک میل به انجام کار در کارکنان با ایجاد جذابیت های شغلی بخش گردشگری

- آماده سازی اذهان فرانسوی ها جهت مشارکت در مقابل گردشگری"، با توسعه شیوه های مربیگری، تدریس خصوصی، باشگاه علاقه مندان، برنامه های سفیر...

محور ۴-ساده کردن استانداردها و رویه های اداری

- بررسی موضوع خواهر خواندگی شهرهای گردشگری دو کشور با محوریت گسترش روابط و مناسبات گردشگری

مهمترین فواید و آثار مثبت خواهرخواندگی در صورت حفظ پویا پیوسته پیگیری عبارتند از:

الف: آشنایی با فرهنگ، معرفی مشاهیر، آداب و رسوم متقابل

ب: بسترسازی برای همکاری، همبستگی و پیوند پایدار برای روابط دوستانه و مودت آمیز

ج: تبادل اطلاعات و تجربیات در فرایند توسعه و مدیریت محلی و ترویج گردشگری

د: دمیدن روح بین المللی شدن و تقویت ابعاد بشر دوستانه بویژه در شرایط سخت و زمان بروز بلایای طبیعی

ه: مشارکت متقابل در جشنواره ها، کنفرانس ها و مراسمات محلی و تعمیق روابط انسانی

و: تقویت مشارکت سمن ها و گروه های خاص در فرایند مدیریت محلی و توسعه تمام عیار

ت: بهره‌گیری از دانش و فناوری متقابل و اتصال به مراکز پژوهشی و تحقیق

ح: ایجاد فرصت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاران داخلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاران خارجی

ط: دستیابی به بازارهای جدید و خطوط تولیدی

ی: بهره‌گیری از تجربیات در رسیدگی به مشکلات مربوط به آلودگی‌های زیست‌محیطی، ناهنجاری‌های اجتماعی، بیکاری، جمعیت، سوء تغذیه، بیماری و مرگ‌ومیر کودکان و بویژه ایجاد نشاط اجتماعی

ک: بهره‌گیری از فرصت‌های شغلی با مهارت و دانش فنی قابل توجه^۱

در حال حاضر بین شهرهای تهران و پاریس و نیشابور و تولوز پیمان خواهر خواندگی وجود دارد.

• امکان سنجی جهت برگزاری هفته‌های فرهنگی دو کشور

در بهمن ماه ۱۳۹۴ همزمان با سفر رئیس‌جمهور وقت کشورمان به فرانسه هفته فرهنگی ایران با مشارکت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، شهرداری پاریس، سازمان امور سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نیز اتاق بازرگانی ایران، در پاریس برگزار گردید^۲.

هفته فرهنگی فرانسه در تبریز نیز اسفند سال ۹۷ با حضور وابسته فرهنگی سفارت فرانسه در مجتمع فرهنگی هنری ۲۹ بهمن تبریز افتتاح گردید.

• شناسایی میراث فرهنگی ملموس **Tangible** و ناملموس **Intangible** ثبت شده و موجود در

فهرست میراث جهانی یونسکو با هدف بهره‌گیری در حوزه تحقیقات بازار گردشگری کشور مورد

نظر^۳

کشور فرانسه به عنوان یکی از کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری، در تاریخ ۲۷ ژوئن ۱۹۷۵، کنوانسیون مربوط به حفاظت از آثار فرهنگی و طبیعی را پذیرفت و رسماً "با نگرش حرفه‌ای خود در عین حفاظت و جهانی کردن آثار خود، به عنوان نخستین کشور گردشگر پذیر دنیا، بیشترین بهره را از آن‌ها در سود ناشی از صنعت گردشگری خود می‌برد.

^۱- <http://irdiplomacy.ir>

^۲-<https://donya-e-eqtesad.com->

^۳- <http://parisiens247.blogfa.com>

فهرست آثار ثبت شده

ردیف	نام اثر	منطقه	قدمت	سال ثبت
۱	کلیسای وزلی Vezelay church	منطقه بورگانندی	سده ۱۲ میلادی	۱۹۷۹
۲	کلیسای چارتر Chartres church	منطقه مرکزی	سده ۱۲ میلادی	۱۹۷۹
۳	جزیره سن میشل Mont saint Michel	نورماندی	سده ۸ میلادی	۱۹۷۹
۴	کاخ ورسای Palace of Versailles	ایل دو فرانس	سده ۱۷ میلادی	۱۹۷۹
۵	آثار ماقبل تاریخ وزر Prehistoric Vezere Valley	اکتین	پارینه سنگی	۱۹۷۹
۶	صومعه فوتونوی Abbey of Fontenay	بورگانندی	سده ۱۲ میلادی	۱۹۸۱
۷	آثار آرل و رومی Arles-Romansque	آلپ، ساحل نیلی	سده اول قبل از میلاد	۱۹۸۱
۸	کلیسای آمین Amiens Cathedral	پیکاردی	سده ۱۳ میلادی	۱۹۸۱
۹	کاخ فونتن بلو Palace Fontainebleau	ایل دو فرانس	سده ۱۷ میلادی	۱۹۸۱
۱۰	آمفی تئاتر ارانژ Roman theatre Orange	آلپ ساحل نیلی	سده اول میلادی	۱۹۸۱

۱۹۸۲	سده ۱۸ میلادی	فرانش کتته	معادن نمکی سلطنتی Royal Saltworks	۱۱
۱۹۸۳	سده ۹ میلادی	پواتوشارانت	کلیسای سن سون Church of saint savin	۱۲
۱۹۸۳	سده ۱۸ میلادی	لورن	میدان استانیسلاس Place Stanislas	۱۳
۱۹۸۳	----	کورسیا	خلیج پورتو Gulf of Porto	۱۴
۱۹۸۵	سده اول قبل از میلاد	لانگ دوک	قنات رومی Pont du Gard	۱۵
۱۹۸۸	---	آلساس	جزیره بزرگ Grande Ile	۱۶
۱۹۹۱	۱۳ تا ۱۶ میلادی	شامپانی آدرن	کلیسای نوتردام Cathedral of notre-Dame	۱۷
۱۹۹۱	----	ایل دو فرانس	کناره های رود سن Banks of the Seine	۱۸
۱۹۹۲	سده ۱۳ میلادی	مرکز	کلیسای بورژ Bourges Cathedral	۱۹
۱۹۹۵	سده ۱۲ تا ۱۶ میلادی	ساحل نیلی-آلپ	کاخ پاپال Papal palace	۲۰
۱۹۹۶	سده ۱۷ میلادی	لانگ دوک	کانال میدی Canal di Midi	۲۱
۱۹۹۷	---	لانگ دوک	شهر تاریخی کارکاسون Carcasonne	۲۲
۱۹۹۷	----	پیرنه	مون پردو، پیرنه Mont Perdu, Pyrenees	۲۳

۱۹۹۸	----	---	جاده سانتیگو Routes of Santiago	۲۴
۱۹۹۸	---	رون-آپ	بافت تاریخی لیون Historic site of Lyon	۲۵
۱۹۹۹	سده ۱۳ میلادی	پیکاردی	برج ناقوس Belfries of Fra & Bel	۲۶
۱۹۹۹	-----	اکتین	ناقوس کلیسا امیلیون مقدس Saint -Emilion	۲۷
۲۰۰۰	-----	لوار	دره لوار The Loire Valley	۲۸
۲۰۰۱	-----	ایل دو فرانس	شهر نمایشگاههای قرون وسطایی Provins	۲۹
۲۰۰۵	سده بیست میلادی	نرماندی علیا	شهر بازسازی شده اور Le Havre	۳۰
۲۰۰۷	سده هجدهم میلادی	اکتین	بندر بوردو Bordeaux	۳۱
۲۰۰۸	سده هفدهم میلادی	----	دژهای وبان Fortifications of Vauban	۳۲
۲۰۰۸	----	کالدونیای جدید	تالاب های کالدونیای جدید Lagoons of new Caledonia	۳۳
۲۰۱۰	---	پیرنه	شهر اسقفی البی Episcopal city of Albi	۳۴
۲۰۱۰	----	رئونیون	طبیعت بکر رئونیون Reunion	۳۵
۲۰۱۱	----	لانگ دوک	منظر فرهنگی کشت و کار Causses & cevennes	۳۶
۲۰۱۱	۵۰۰۰ تا ۵۰۰ ق.م	آپ	کومه های ماقبل تاریخ آپی	۳۷

			Prehistoric pile nearby Alps	
۲۰۱۲	سده ۱۸ تا ۲۰ میلادی	نورپا دو کله	معادن استخراج زغال سنگ Calais Mining Basin	۳۸
۲۰۱۴	۲۸,۰۰۰ تا ۳۰,۰۰۰ ق.م	آردش	غار ماقبل تاریخ شووه Grotte Chauvet Pont-D'Arc	۳۹
۲۰۱۵	از سده ۱۷ تا به حال	شامپانی، آردن	کارگاه های تولید شراب Champagne Hillside & Cellars	۴۰

همچنین وزارت فرهنگ فرانسه از بین گزینه‌هایی چون سقف فلزی خانه‌های پاریس با پوشش روی و جشنواره آربوآ (Biou d'Arbois)، باگت فرانسوی را به عنوان نامزد خود برای ثبت در فهرست میراث فرهنگی ناملموس سازمان یونسکو انتخاب کرد. فرانسه تا ۳۱ مارس (۱۱ فروردین ۱۴۰۰) برای معرفی نامزد خود فرصت داشت. تصمیم نهایی در این باره را سازمان یونسکو اواخر سال ۲۰۲۲ میلادی اتخاذ و اعلام خواهد کرد.

• اشتراکات و تفاوت های دو کشور در حوزه توسعه محصولات گردشگری

سازمان بین المللی جهانگردی در گزارش سالانه خود در سال ۲۰۱۴ میلادی، فرانسه را پس از ایالات متحده و اسپانیا، در جایگاه سومین مقصد گردشگری جهان قرار دارد.

صنعت گردشگری فرانسه به تنهایی، ۵۴ میلیارد دلار در اقتصاد فرانسه که فعلا دومین اقتصاد در اتحادیه اروپا به شمار می رود، تزریق کرد. تنها گردشگری ورزش توانست در سال ۲۰۱۶ میلادی، به خاطر رقابت های فوتبال EURO2016 دو میلیارد دلار وارد چرخه اقتصاد بحران زده فرانسه کند.

بر اساس مطالعات انجام شده، مقصد بیش تر گردشگران فرانسه شهر پاریس بوده و موزه لوور، برج ایفل و کاخ ورسای سه مقصد اصلی گردشگران پایتخت فرانسه به شمار می روند.

البته باید گفت که فرانسه از قافله گردشگری روستایی غافل نیست. در سال ۲۰۱۳ میلادی، درصدی از جمعیت ۸۴ میلیون گردشگری که به فرانسه عزیمت کرد، به مناطق روستایی این کشور حاصل خیز رفت.

¹- <https://www.irna.ir/news>

شمار زیادی از فرانسوی ها، گشت و گذار در داخل کشورشان را به مسافرت های خارج از کشور ترجیح می دهند و این مساله، توسعه گردشگری روستایی را سبب شده است.

رمان های فرانسوی که لوکیشن برخی از آن ها در مکان هایی بیرون از شهرهای رمانتیک فرانسه اتفاق می افتد، در جذب خواننده گان برای سفر به این مراکز روستایی و دهکده ایی تاثیر گذار بوده است. هم چنین، به تصویر کشیدن چشم اندازهای جذاب از مناطق روستایی در محصولات هنری مانند نقاشی و تابلو و در کل هنرهای زیبا توسط هنرمندان فرانسوی، نقش مضاعفی در ترغیب گردشگران به بازدید از مناطق روستایی فرانسه ایفا کرد.

خلق مکان های رویایی در واقع بعد اصلی در ماموریت سازمانی موسوم به «انجمن زیباترین دهکده های فرانسه» به شمار می رود. در این انجمن، اطلاعات گسترده ای درباره ظرفیت های گردشگری روستایی در زیباترین مناطق فرانسه در اختیار گردشگران بین المللی به زبان های مختلف قرار داده شده است. در این پرتال، همه خدماتی که گردشگران بین المللی در بازدید از مناطق روستایی فرانسه در اقصی نقاط کشور می توانند در اختیار داشته باشند، به طور مصور و چندرسانه ای معرفی شده است.

بیش از ۳۲ هزار دهکده در فرانسه قرار دارد که این انجمن جالب، با خلاقیت های گوناگون، می کوشد تا درصدی از ده ها میلیون گردشگر سالانه را که به موزه لوور و برج ایفل و کاخ ورسای و والت دیسنی می روند، به این مناطق گردشگری نیز بکشاند و با این راه، توسعه گردشگری روستایی و اقتصاد روستاهای فرانسه را نیز سبب شود.

۱۵۳ روستای زیبایی که این انجمن به عنوان مقصد های گردشگری نمونه روستایی در فرانسه در اختیار گردشگران قرار داده، خود تبلیغ غیر مستقیمی برای تهییج گردشگران به حضور در مناطق روستایی یکی از مقاصد گردشگری اروپا و جهان به شمار می رود^۱.

ایران نیز با داشتن اصیل ترین میراث های فرهنگی و تاریخی جهان، کویرها، جنگل های باطراوت استان های شمالی، پیست های اسکی سواحل شنی و.. مکانی منحصر بفرد برای کشف زیبایی های طبیعت می باشد.

در گزارش دنیای اقتصاد ایران در لیست ۷ کشوری که پتانسیل تبدیل به قطب گردشگری پس از کرونا را دارند، قرار گرفته است.

امروزه با توجه به تغییر ذائقه گردشگران هر کشور تمرکز خود را برای ارائه محصولی خاص و متفاوت متمرکز کرده است. کشور ما ایران نیز با مطالعه بر روی بازار های هدف و پتانسیل های فراوانی که داراست

^۱- <https://rooziato.com>

محصولاتی همچون گردشگری روستایی و عشایری، گردشگری سلامت، طبیعت گردی و گردشگری مذهبی را در اولویت برنامه های خود قرار داده است.

• شناسایی شهرها و روستاهای جهانی و ملی صنایع دستی کشور هدف^۱

Saint-Paul de Vence ➤

سن پائول دو ونس، یکی از زیباترین روستاهای فرانسه است که شاگال نقاش معروف روسی-فرانسوی بمدت ۱۹ سال در آنجا زندگی کرد و اکنون در قبرستان این روستا به خاک سپرده شده است.

Sallertaine ➤

سالرتن که «جزیره صنعتگران» نیز نامیده می شود، در قلب باتلاق های بادی نمک واقع شده است. آسیابها در این روستا از سال ۱۵۶۰ به طور مداوم با نیروی باد کار می کنند. Sallertaine که در فاصله ای کوتاه از دریا قرار دارد، بیش از ۴۰ صنعتگر را در مساحتی به وسعت چند کیلومتر مربع گرد هم آورده است.

Saint-Cirq-Lapopie ➤

سنت-سیرک لپویی یا شهر آندره بروتون در بخش لات، مشرف به رودخانه ای به همین نام واقع شده است. در سال ۲۰۱۲ طی برنامه ای در France2 به عنوان "دهکده مورد علاقه فرانسوی ها" انتخاب شد. از قرون وسطی، یک شرکت قدرتمند از تراشکاران چوب در Saint-Cirq-Lapopie تأسیس شده است. امروزه ۲ تراشکار، از جمله یکی متخصص در بشکه، این سنت را تداوم می بخشد. آندره برتون عاشق این روستا شد و در مورد آن گفت: "من دیگر خودم را در جای دیگری نمی خواهم".

Montreuil ➤

مونتروی، بروکلین فرانسه، شهری با بیشترین تعداد صنعتگر می باشد. در این شهر ۱۵۰ صنعتگر در ۵۸ حرفه مشغول به کار هستند.

Betschdorf ➤

بتچدورف یک کمون فرانسوی است که در آلزاس واقع شده است. این شهر به خاطر صنایع سفالگری در ظروف سنگی نمکی معروف است. ۱۳ صنعتگر که هنوز وجود دارند از تکنیک اجدادی خود برای ساخت ظروف سنگی با لاک الکل نمکی استفاده می کنند که باعث می شود قطعات ضد آب شده و امکان نگهداری غذا را فراهم نمایند.

Turquant ➤

^۱- <https://www.faber.place/blog/ou-visiter-des-ateliers-en-france>

روستای Turquant که در Saumurois قرار دارد، به خاطر خانه‌های غار گونه که در صخره‌های گچی سفید حفر شده‌اند، معروف است. این دهکده یکی از مهم ترین شبکه های غار فرانسه است. یازده حفره ای

که در طی شش سال بازسازی شده بودند، در سال ۲۰۰۹ بازگشایی شدند. هر کدام از آنها پذیرای صنعتگران منطقه همانند مجسمه ساز، فلزکار، طراح جواهرات، دمنده شیشه و... هستند.

Saint-Veran ➤

سنت وران یا دهکده اژدها، واقع در Hautes-Alpes، در قلب پارک طبیعی Queyras قرار دارد. چندین روستای سن وران در فرانسه وجود دارد که به همین افسانه نامگذاری شده است: در گذشته این روستا فعالیت صنایع دستی مهمی داشت: سبد فروشی، ابزارآلات، کابینت سازی، نجاری و کشاورزی، پرورش (بز، گاو). همچنین آثاری از فعالیت تخته سنگی از گالری‌هایی که در صخره حفر شده بودند، در این روستا موجود است. هنوز هم می توان برش کار، سنگ تراش و کابینت ساز را در این روستا پیدا کرد.

Mornac-sur-Seudre ➤

این منطقه واقع در پس سرزمین رویان، در میان زیباترین روستاهای فرانسه طبقه بندی می شود. خیابان های قرون وسطایی و بندر کوچک آن بسیار مورد بازدید قرار می گیرند صنعتگران زیادی در روستا ساکن شده و از جنبه توریستی دهکده بهره برداری می کنند.

Beuvron-en-Auge ➤

این منطقه در قلب Pays d'Auge، در کالوادوس یکی از مناطقی در فرانسه است که با معماری چوبی شناخته شده است. این منطقه چند سالی است که به احیای صنایع دستی با هدف ارتقای این میراث معماری مشغول است. نجارها، منبت گران چوب، کابینت سازان، سنگ تراش ها و سقف سازان سنتی یا شیشه سازان چیره دست، ماندگاری میراث منقول و غیر منقول را در این منطقه تضمین می کنند.

• نمایشگاه های برگزار شده در حوزه محصولات گردشگری

مهم ترین نمایشگاه و رویداد گردشگری کشور فرانسه که به شکل مداوم و سالانه برگزار می شود:

-نمایشگاه بین المللی تاپ رزا (ماه اکتبر)

-نمایشگاه جهانی گردشگری موندیال توریسم (ماه مارس)

• شناسایی برنامه های موجود برای گردشگران ورودی بعنوان مبلغان و سفیران گردشگری^۱

سازمان بین المللی جهانگردی در گزارش سالانه خود در سال ۲۰۱۴ میلادی، فرانسه را پس از ایالات متحده و اسپانیا، در جایگاه سومین مقصد گردشگری جهان قرار دارد.

صنعت گردشگری فرانسه به تنهایی، ۵۴ میلیارد دلار در اقتصاد فرانسه که فعلا دومین اقتصاد در اتحادیه اروپا به شمار می رود، تزریق کرد. تنها گردشگری ورزش توانست در سال ۲۰۱۶ میلادی، به خاطر رقابت های فوتبال EURO2016 دو میلیارد دلار وارد چرخه اقتصاد بحران زده فرانسه کند.

هر سال حدود یک میلیارد و ۲۳۵ میلیون نفر در سراسر جهان به کشور های دیگر سفر می کنند که ۸۸,۹ میلیون نفر آن ها به فرانسه می روند. کشور فرانسه حدود ۱۰ درصد از بودجه سالانه خود را از طریق گردشگری تامین می کند. بیشتر گردشگرانی که به فرانسه سفر می کنند آسیایی هستند.

فرانسه برای جذب توریست سعی کرده توجه خود را روی تاریخ و فرهنگ خود قرار دهد. همچنین فرانسه طرفدار ورزش و بازی گلف است افرادی که به این بازی علاقه دارند به این کشور می روند.

کشور فرانسه با اینکه در جذب گردشگر رتبه ی اول است اما کشور آمریکا در آمد بیشتری در زمینه گردشگری کسب می کند. علت آن را بعضی افراد مدت زمان اقامت می دانند؛ زیرا گردشگران در فرانسه زمان کمتری می مانند و شاید علت آن هزینه ی اقامت بالا در این کشور اروپایی است.

بر اساس مطالعات انجام شده، مقصد بیش تر گردشگران فرانسه شهر پاریس بوده و موزه لوور، برج ایفل و کاخ ورسای سه مقصد اصلی گردشگران پایتخت فرانسه به شمار می روند.

البته باید گفت که فرانسه از قافله گردشگری روستایی غافل نیست. در سال ۲۰۱۳ میلادی، درصدی از جمعیت ۸۴ میلیون گردشگری که به فرانسه عزیمت کرد، به مناطق روستایی این کشور حاصل خیز رفت.

کتاب «گردشگری روستایی: چشم اندازهای بین المللی» نوشته دکتر کاترین داشپیر، که در سال ۲۰۱۵ میلادی توسط نشریه کمبریج منتشر شده است، صنعت گردشگری فرانسه را در سال های اخیر رو به رو شد معرفی می کند.

شمار زیادی از فرانسوی ها، گشت و گذار در داخل کشورشان را به مسافرت های خارج از کشور ترجیح می دهند و این مساله، توسعه گردشگری روستایی را سبب شده است.

^۱- <https://www.irna.ir>

به گفته نویسنده این کتاب فرانسه پتانسیل های فوق العاده ای برای گردشگری روستایی دارد که دولت این کشور را به ترغیب و توسعه گردشگری روستایی در صنعت پر درآمد گردشگری فرانسه وا داشته است. گشت و گذار در دهکده های فرانسه، فقط از طریق تبلیغات اینترنتی نیست.

رمان های فرانسوی که لوکیشن برخی از آن ها در مکان هایی بیرون از شهرهای رمانتیک فرانسه اتفاق می افتد، در جذب خوانندگان برای سفر به این مراکز روستایی و دهکده ایی تاثیر گذار بوده است. هم چنین، به تصویر کشیدن چشم اندازهای جذاب از مناطق روستایی در محصولات هنری مانند نقاشی و تابلو و در کل هنرهای زیبا توسط هنرمندان فرانسوی، نقش مضاعفی در ترغیب گردشگران به بازدید از مناطق روستایی فرانسه ایفا کرد.

خلق مکان های رویایی در واقع بعد اصلی در ماموریت سازمانی موسوم به «انجمن زیباترین دهکده های فرانسه» به شمار می رود.

در این انجمن، اطلاعات گسترده ای درباره ظرفیت های گردشگری روستایی در زیباترین مناطق فرانسه در اختیار گردشگران بین المللی به زبان های مختلف قرار داده شده است. در این پرتال، همه خدماتی که گردشگران بین المللی در بازدید از مناطق روستایی فرانسه در اقصی نقاط کشور می توانند در اختیار داشته باشند، به طور مصور و چندرسانه ای معرفی شده است.

بیش از ۳۲ هزار دهکده در فرانسه قرار دارد که این انجمن جالب، با خلاقیت های گوناگون، می کوشد تا درصدی از ده ها میلیون گردشگر سالانه را که به موزه لوور و برج ایفل و کاخ ورسای و والت دیسنی می روند، به این مناطق گردشگری نیز بکشاند و با این راه، توسعه گردشگری روستایی و اقتصاد روستاهای فرانسه را نیز سبب شود.

۱۵۳ روستای زیبایی که این انجمن به عنوان مقصد های گردشگری نمونه روستایی در فرانسه در اختیار گردشگران قرار داده، خود تبلیغ غیر مستقیمی برای تهییج گردشگران به حضور در مناطق روستایی یکی از مقاصد گردشگری اروپا و جهان به شمار می رود .

• ساختار گردشگری در فرانسه^۱

^۱- <https://sedayiran.com>

طبق نوشته علی اصغر شالبافان در کتاب خط مشی گردشگری کشورها: در فرانسه، تدوین و اجرای خط‌مشی گردشگری ملی به عهده دولت مرکزی است. در دولت مرکزی، نهادهای ذیل در اجرای خط‌مشی ملی گردشگری مشارکت دارند و همگی آنها زیر نظر وزیر در امور گردشگری فعالیت می‌کنند.

اداره گردشگری: این اداره زیرمجموعه «اداره کلی خدمات، صنعت و رقابت» در «وزارت امور اقتصادی، صنعت و اشتغال» است که در آن وظایف بخش دولتی و خصوصی برای تحقق اهداف قانون تصریح شده است.

اداره توسعه گردشگری فرانسه: این بخش، مسوول فعالیت‌های ترفیعی در گردشگری و ارائه کمک‌های مشورتی به فعالان خصوصی و دولتی در زمینه‌های برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری است.

اداره ملی بن سفر: شرکتی دولتی است که توزیع بن سفر و اجرای خط‌مشی‌های اجتماعی مرتبط با گردشگری را بر عهده دارد. خط‌مشی غیرمتمرکز گردشگری در سطوح مختلف دولت نیز به شرح ذیل به اجرا درمی‌آید: مناطق (شوراهای منطقه‌ای): اهداف توسعه گردشگری میان‌مدت را در چارچوب یک برنامه منطقه‌ای تدوین می‌کنند.

بخش‌ها: براساس سیاست‌های تعریف شده در برنامه منطقه‌ای به برنامه‌ریزی می‌پردازند.

شوراهای شهر: برای استقبال از گردشگران و اطلاع‌رسانی به آنها دفترهای گردشگری تاسیس می‌کنند و به ترفیع گردشگری شهر خود می‌پردازند.

• رویکرد و برنامه‌های دولت فرانسه برای کمک به صنعت گردشگری در مواجهه با بحران ویروس کرونا

صنعت گردشگری در فرانسه یکی از بخش‌های مهم و درآمدزا برای اقتصاد این کشور می‌باشد. براساس آخرین آمارهای منتشره از سوی موسسه رسمی آمار و مطالعات اقتصادی فرانسه (INSEE)، بیش از ۹۰ میلیون نفر گردشگر خارجی در سال ۲۰۱۹ از کشور فرانسه بازدید کرده است. صنعت گردشگری در فرانسه حدود ۸ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده و با نزدیک به ۶۰ میلیارد یورو درآمد، دو میلیون شغل بصورت مستقیم و غیرمستقیم ایجاد نموده است. برنامه دولت فرانسه برای سال ۲۰۲۰ رساندن رقم گردشگر خارجی به ۱۰۰ میلیون نفر بود که بدلیل شیوع بحران کرونا، وضعیت این صنعت نه تنها در فرانسه که در سراسر جهان دگرگون گردیده است.

بیشترین خسارات و زیان‌های وارده به اقتصاد فرانسه ناشی از بحران کووید ۱۹ در سه حوزه صنعت گردشگری (شامل هتلداری و رستوران داری)، صنعت خودروسازی و صنعت هوانوردی رخ داده است. بنابراین در برنامه بازسازی اقتصادی دولت این سه بخش بعنوان اولویت های اصلی مطرح گردیده و مورد

توجه ویژه قرار گرفته است. طبق آمار، هرماه قرنطینه بین ۱۰ تا ۱۵ میلیارد یورو به صنعت گردشگری فرانسه ضرر وارد کرده است.

ژان باتیست لوموان مشاور وزیر اروپا و امور خارجه فرانسه که مسئولیت گردشگری در فرانسه را برعهده دارد، اخیرا در مصاحبه ای با یکی از نشریات فرانسوی درخصوص سیاست ها و تدابیر دولت برای مقابله با ویروس کرونا و حمایت از صنعت گردشگری توضیحاتی ارائه کرد. اهم نکات مطرح شده به قرار زیر می باشد:

۱- اجرای برنامه بیکاری پاره وقت:

اولین پاسخ دولت به احیای گردشگری تعبیه رویه موسوم به بیکاری پاره وقت در این حرفه بود به این معنا که تا ۱۰۰ درصد حقوق ماهانه کارکنان این بخش از سوی دولت پرداخت تا از این طریق فشار کمتری به این شرکت ها وارد شده و از ورشکستگی نجات یابند. این رویه موجب شده است که دولت ماهانه ۲ میلیارد یورو بویژه به بخش های هتلداری و رستوران داری کمک نماید.

۲- اعطای وام با ضمانت دولت به بخش گردشگری:

طبق آخرین آمارهای ارائه شده، بیش از ۶ میلیارد یورو به ۶۶ هزار شرکت در حوزه گردشگری وام با ضمانت دولتی ارائه گردیده است که بطور متوسط رقم هر وام به حدود ۹۲ هزار یورو بالغ می گردد. علاوه بر این صندوق ذخیره دولتی نیز در حال تدوین یک برنامه کمک مالی بالغ بر ۱,۳ میلیارد یورو به این بخش می باشد.

۳- تشکیل یک کمیته بین وزارتی برای تقویت بخش گردشگری:

با توجه به این که صنعت گردشگری دارای ابعاد مختلف بوده و وزارت خانه‌ها و سازمان‌های مختلفی در این موضوع دخیل می باشند لذا دولت تصمیم به تشکیل کمیته بین وزارتی برای تقویت این بخش و چاره اندیشی در مورد جبران خسارات سنگین وارده ناشی از بحران همه گیری کرونا گرفته است. نخستین هدف این کمیته تدوین یک نقشه راه جامع در این زمینه می باشد. دولت معتقد است رونق گردشگری باید بصورت تدریجی صورت گرفته و تدابیر اتخاذ شده لازم است به شکل دائمی در دوران خروج از بحران کرونا ادامه یابد.

۴- رونق بخشیدن به گردشگری داخلی:

یکی از راهکارهای دولت برای حمایت از صنعت گردشگری، رونق بخشیدن به گردشگری داخل فرانسه است. با توجه به اینکه در دوران قرنطینه همچنان هتل ها تعطیل بوده و گردشگر خارجی بدلیل محدودیت اعمال شده برای ورود مسافر خارجی به این کشور علاقه چندانی به مسافرت ندارند، لذا در این مرحله و در

فصل تابستان اولویت با سفرهای شهروندان فرانسوی در درون مرزها می باشد. هرچند شهروندان برخی از کشورهای اروپایی مانند بلژیک نیز بطور سنتی در فصل تابستان به فرانسه سفر می نمایند.

۵- ارتباط مستمر با مناطق (استان) مختلف در فرانسه برای جذب بیشتر گردشگر:

ارتباط دائمی با متولیان بخش گردشگری در مناطق مختلف فرانسه برای اجرای برنامه های ویژه جهت جذب بیشتر گردشگر در دستور کار دولت قرار دارد. طبق آمارهای منتشره، مردم فرانسه در دوره قرنطینه مبلغی حدود ۶۰ میلیارد یورو پس انداز داشته اند. دولت تلاش دارد از طریق فعال سازی توریسم داخلی از این پس انداز در جهت رونق صنعت گردشگری بهره برداری نماید.

۶- وام صندوق ذخیره دولتی به گردشگری ساحلی و کوهستانی:

در راستای کمک به بخش گردشگری داخلی بویژه گردشگری ساحلی و کوهستانی در فصل تابستان، صندوق ذخیره دولتی طرحی را برای کمک مالی و اعطای وام به مبلغ ۳ میلیارد یورو در نظر گرفته است. این وام بصورت بلند مدت داده خواهد شد. جزییات این طرح هنوز منتشر نشده است.

۷- برنامه کمک مالی اتحادیه اروپا به کشورهای عضو:

در این رابطه فرانسه از کشورهای فعال برای ایجاد یک صندوق کمک مالی تحت عنوان صندوق مشترک بازسازی اقتصادی کشورهای اروپایی بوده است. ایده اولیه این صندوق از سوی فرانسه مطرح گردید و امانوئل ماکرون رئیس جمهور این کشور با خانم آنگلا مرکل صدراعظم آلمان درخصوص اعطای کمک به مبلغ ۵۰۰ میلیارد یورو به توافق رسیدند. متعاقب این توافق کمیسیون اروپا طرحی را بالغ بر ۷۵۰ میلیارد یورو ارائه نموده که قرار است در صورت تصویب این طرح و تاسیس این صندوق، فرانسه نزدیک به ۴ میلیارد یورو می تواند وام دریافت نماید. کل این مبلغ قرار است در جهت احیا و بازسازی سه بخش اصلی گردشگری، خودرو و هوانوردی هزینه شود.

• دلایل موفقیت صنعت گردشگری فرانسه^۱

^۱- <https://sedayiran.com>

جاذبه‌ها: فرانسه مدت‌ها است به‌عنوان یک کشور موفق در زمینه گردشگری مشغول فعالیت است. تمرکز اصلی این کشور روی بناهای تاریخی و فرهنگی بسیار (نظیر برج ایفل) بوده است. به‌رغم این موضوع دولت فرانسه برای توسعه بیشتر و مستمر این بخش اقتصادی، تمرکز بر توسعه رویدادها و برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها را در دستور کار قرار داده است. از دیگر مواردی که برای آن برنامه‌ریزی می‌شود، بهبود وضعیت

فرانسه به‌عنوان یکی از کشورهای مقصد علاقه‌مندان به گلف است. توریسم ورزشی و به‌خصوص گلف از مهم‌ترین و درآمدزاترین بخش‌های گردشگری حال حاضر جهان است. از طرف دیگر، توجه به خانواده‌های چینی و زوج‌های آمریکایی نیز در دستور کار است و دولت فرانسه به دنبال آن است که نیازها و خواسته‌های آنها را تامین کند.

دسترسی و حمل و نقل: در حال حاضر سرمایه‌گذاری‌های بسیاری در این حوزه انجام می‌شود؛ خطوط هوایی مختلف و سریعی برای بهبود دسترسی گردشگران در حال احداث است. با اتمام این طرح‌ها، احتمالاً فرانسه خواهد توانست خود را به‌عنوان کانون سفرهای هوایی به اروپا مطرح کند. دولت فرانسه عنوان کرده است که هدف نهایی آن است که گردشگران بتوانند ظرف ۲۰ دقیقه از پایتخت به مقاصد گردشگری مختلف کشور سفر کنند. وضعیت حمل و نقل عمومی و قیمت‌های آنها نیز سازماندهی شده است.

ویزا: طی سال‌های گذشته، سیاست‌های صدور و اعتبار ویزای فرانسه بسیار تسهیل شده است. استراتژی جدیدی که فرانسه در این زمینه در پیش گرفته است، تا حدی است که حتی در مورد گردشگران کشورهای مختلف که اختلاف‌های سیاسی با آنها وجود دارد، ویزا به سهولت اعطا می‌شود. این موضوع به‌خصوص در مورد گردشگران چین و هند صحت دارد. پاریس برای آنکه بتواند گردشگران چینی بیشتری را جذب کند، در حال حاضر به ادعای خود، ظرف ۴۸ ساعت برای آنها ویزا صادر می‌کند.

بازاریابی دیجیتال: فرانسه از پیشگامان برنامه‌های گردشگری مبتنی بر موبایل است. این نرم‌افزارها و برنامه‌ها به گردشگران اجازه می‌دهند تا اطلاعات کاملی از فرانسه به دست آورند و برنامه‌های سفر خود را از قبل تهیه کنند.

• ارزش‌های فرهنگی مردم فرانسه

غرور و عرق ملی اهمیت بسیار بالایی در فرهنگ مردم فرانسه دارد و احترام و علاقه‌ای که آنها نسبت به تاریخ، فرهنگ و حتی حکومت خود دارند، یکی از مهمترین خصوصیات اخلاقی مردم فرانسه به شمار می‌روند. منطقی است که هرگونه نظر منفی درباره این کشور و فرهنگ آن، با واکنش منفی و حتی تند اهالی

فرانسه مواجه می‌شود. به همین دلیل است که شناخت روحیات مردم فرانسه اهمیت بسیاری دارد و گرنه هر رفتار نادرستی می‌تواند برای شما مشکل ساز شود.

همچنین آزادی، برابری و برادری از دیگر ارزش‌های فرهنگی جامعه فرانسه است که شعار ملی این کشور به شمار می‌رود و از انقلاب کبیر فرانسه ریشه گرفته است. این سه ارزش، از شعارها و اهداف اصلی انقلاب فرانسه بوده و می‌توان آن را هسته اصلی جامعه فرانسه در نظر گرفت.

عشق و احساسات نیز از دیگر مواردی است که تاثیر آن در رفتار و فرهنگ مردم فرانسه را مشاهده خواهید کرد. فرانسه کشوری سکولار است که در آن آزادی اندیشه و مذهب زیر اعلامیه حقوق انسان و شهروند تصویب شده در سال ۱۷۸۹، محترم شمرده می‌شوند. جمهوری فرانسه بر پایه لائیسیته بنا شده است و آزادی دین‌ها (از جمله ندانم‌گرایی و خداناباوری) تضمین شده‌اند. قانون جدایی کلیسا و سیاست در فرانسه در ۱۹۰۵ به تصویب رسید و در آغاز جمهوری سوم (۱۹۴۰-۱۸۷۱) به اجرا گذاشته شد.

با آنکه در گذشته بیشترین جمعیت فرانسه را باورمندان به آیین کاتولیک تشکیل می‌دادند، امروزه کمتر از نیمی از مردم آن کشور خود را کاتولیک می‌دانند. بر پایه یک آمارگیری که در سال ۲۰۰۶ میلادی در مجله فاینانشیال تایمز به چاپ رسید، ۳۲٪ از مردم فرانسه خود را ندانم‌گرا می‌دانند و ۳۲٪ دیگر خداناباور هستند و تنها نزدیک به ۲۷٪ مردم به وجود خدا یا وجودی برتر و لایتناهی باور دارند.

• سیاست‌ها و برنامه‌های فرانسه برای گردشگری

همه قوانین جاری بخش گردشگری در قالب مجموعه قوانین گردشگری جمع‌آوری شده‌اند. مهم‌ترین بخش این مجموعه قوانین، سلسله لوایح مکمل مربوط به سال‌های ۱۹۸۷ و ۱۹۹۲ است. از دیگر اجزای این مجموعه قوانین قانون ۲۲ ژوئیه ۲۰۰۹ است که بنابر آن، اداره توسعه گردشگری فرانسه یگانه مسوول و عامل دولت مرکزی در زمینه گردشگری است. برنامه راهبردی گردشگری فرانسه برخی از گزینه‌های راهبردی برای سال ۲۰۰۹ به بعد را تدوین کرده است که عبارتند از:

جذب گردشگر از بخش‌های در حال رشد: افزایش سهم بازار از مبادی جدید گردشگرفرست و جذب مشتریان جدید از اروپای شرقی و فدراسیون روسیه و نیز شهروندان مسن اروپای غربی در اولویت قرار دارد. افزایش مخارج سرانه هر بازدیدکننده: هدف، افزایش مخارج گردشگری ورودی از طریق بهبود جنبه‌های کیفی عرضه گردشگری است.

توسعه گردشگری پایدار: تقاضای مشتریان به سمت گردشگری پایدار و متوازن در حال تغییر است؛ بنابراین تدارک زیرساخت‌های مناسب و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگری در جهت فراهم آوردن فرصت‌های گردشگری در همه فصول سال و در سراسر کشور یک الزام است.

فراهم آوردن امکان سفر برای قشرهای مشخصی از جامعه نظیر افراد مسن، معلولان و خانواده‌های محروم: اداره ملی بن سفر متصدی اصلی این موضوع است.

تبدیل گردشگری به موضوع مورد توجه همگان: گردشگری به سبب بین‌بخشی بودن، در طیف وسیعی از بخش‌های دیگر اثرگذار است. در نتیجه، هر کدام از این بخش‌ها به واسطه میزان متاثر شدن از گردشگری به کسب آگاهی بیشتری نیازمندند.

دیگر حوزه‌های مورد توجه در برنامه راهبردی شامل ترفیع، دسترس‌پذیری، کمک و اطلاع‌رسانی به گردشگری و تعدیل تقاضا است. همچنین شرکت‌های زنجیره‌ای، انجمن‌ها، شبکه‌ها و موسسات، اقدامات

متعددی در زمینه گردشگری پایدار انجام داده‌اند؛ کمیته توسعه پایدار گردشگری نیز هزینه‌ها و منافع سرمایه‌گذاری‌های زیست‌محیطی در زمینه اقامت گردشگری را در دست مطالعه دارد. از سوی دیگر آژانس‌های مسافرتی موظف شده‌اند به مشتریان برای جلوگیری از انتشار گازهای گلخانه‌ای کمک کنند؛ شرکت‌های هواپیمایی نیز ملزم به خرید هواپیماهای جدید و کمتر آلاینده شده‌اند و مسافرت هوایی و با اتومبیل شخصی نیز با سیاست افزایش قیمت سوخت به کنترل درآمده است. دولت نیز مسوول ترویج شیوه‌هایی از سفر با آلاینده‌گی کمتر و مسافرت سازگار با محیط زیست از جمله دوچرخه‌سواری در شهرها و مسیرهای پیاده‌روی شده است.

لازم به توضیح است که فرانسه یکی از بالاترین غلظت فرودگاه‌ها را دارد و در کل ۴۷۸ فرودگاه در سراسر کشور فرانسه وجود دارد. شلوغ‌ترین فرودگاه کشور فرودگاه شارل دوگل در پاریس است، که سالانه حدود ۶۰ میلیون مسافر را ثبت می‌کند و آن را به پنجمین فرودگاه شلوغ جهان تبدیل می‌کند. ایرفرانس هواپیمایی ملی فرانسه است و در هر شش قاره جهان به ۱۵۰ مقصد پرواز می‌کند.^۱

• تعطیلات و زمان‌های آغاز سفر

تعطیلات و مناسبت‌ها

۶ ژانویه: جشن شاهان

۲ فوریه: جشن شمعدان

۱۴ فوریه: روز سن والتن

۱ مارس: جشن کارناوال

^۱- <https://sedayiran.com>

۱ آوریل: روز شوخی است

۲۱ ژوئن: جشن موسیقی

۱۴ ژوئیه: روز فتح زندان باستیل و روز ملی فرانسه و تعطیل رسمی

جشن ۷ و ۸ اکتبر: به معنی شب سفید

۱ نوامبر: روز بزرگداشت مردگان و تعطیل رسمی

۱۱ نوامبر: روز ترک مخاصمه جنگ جهانی اول و تعطیل رسمی

۲۵ نوامبر: روز سنت کاترین. این روز اختصاص به خانم های مجرد پاریسی دارد

۲۵ دسامبر: جشن نوئل و تعطیل رسمی

زمان های آغاز سفر^۱

فصل تعطیلات در فرانسه که از ماه ژوئیه / یازدهم تیرماه / آغاز شده و تا پایان ماه اوت / دهم شهریور / زمان بازگشایی مدارس ادامه دارد همواره برای فرانسویان اهمیت خاصی دارد. هدف از این گزارش بررسی مسئله تعطیلات در فرانسه و فرهنگ مربوط به آن در میان مردم است، رویدادی که بخش مهمی از اقتصاد این کشور را به گردش در آورده و با خود مجموعه ای از رفتارها و آداب و سنن را دامن می زند. تعطیلات یا "واکانس" در فرانسه با زندگی مردم این کشور سخت پیوند خورده است به گونه ای که نمی توان سالی را تصور کرد که در آن تعطیلات طولانی (زمستانی یا تابستانی) نباشد. پیشنهاد دولت برای حذف یک روز تعطیل از تقویم رسمی کشور و اعتراض همگانی نشان داد که مردم تا چه حد به این پدیده وابسته اند. مردم از مدت ها پیش برای رفتن به تعطیلات خود برنامه ریزی می کنند و امکانات تفریحی در فصل تعطیلات بطور نسبتا کاملی از پیش رزرو شده و تهیه جا و خودرو و سایر امکانات به این سادگی نیست. دولت نیز به این مسئله کمک می کند و شرایط عزیمت و اقامت بهتر را برای شهروندان با ارزانی بلیت، تجهیز اماکن اقامتی و وسایل مسافرتی و دادن مساعده های دولتی فراهم می کند. پراکندگی تعطیلات در فرانسه نسبت به کشور ما ایران در شرایط مناسب تری است. فرانسویها از دو تعطیلات عمده زمستانی و تابستانی در سال استفاده می کنند و در خلال سال تحصیلی نیز سعی شده است تا با پراکندن روزهای تعطیل تناسب بهتری ایجاد شود. در این میان زمان تعطیلات تابستانی طولانی تر است و تقریبا کارمندان ادارات یک ماه از تابستان را بطور معمول به تعطیلات می روند. ماههای ژوئیه و اوت دو ماه اصلی تعطیل تابستان است که کارمندان دولتی برای پیشگیری از وقفه، در این دو ماه نوبتی تعطیلات را سپری می کنند. دولت فرانسه و رسانه های این کشور چنان به تبلیغ می پردازند که گویی فرانسویان باید با تمام وجود از این امکان بهره گیری کنند با این استدلال که کار درست و با انرژی و متمرکز در ایام فعالیت، به استفاده کامل از تعطیلات بستگی دارد. در حقیقت هدر دادن و هرز رفتن ایام تعطیل نکته ای است که متولیان امور بر آن دقت دارند و چون هر فرانسوی در زمان کار باید

^۱- <https://www.irna.ir/news>

کار بهینه تولید کند پس باید تعطیلات بهینه نیز داشته باشد. در حقیقت گذراندن تعطیلات در فرانسه نوعی چرخش اقتصاد این کشور بشمار می رود. دولت با تشویق مردم به گردش در این کشور سرمایه مردم را به جریان انداخته و اقتصاد داخلی توریسم را تقویت می کند. رستورانها، بارها، هتلها، اماکن اقامتی عمومی چون کمپینک ها، فروشگاهها و بسیاری دیگر از مراکز اقامتی و رفاهی در کنار هزینه های حمل و نقل و فعالیت این بخش، قسمت مهمی از اقتصاد این کشور را پر می کند. امروز گردش های تابستانی و زمستانی در فرانسه

برخلاف سالهای گذشته تخصصی شده است و مردم با توجه به طبقه و شغل و موقعیت اجتماعی جای خاص خود را انتخاب می کنند. بطور مثال توریسم خانوادگی، توریسم روشنفکران، خارجی ها، پولداران، مد گراها و شیک پوشان و طرفداران روابط آزاد جنسی و سرانجام طبیعت گرایان و هواداران محیط زیست هر یک بدون اینکه اجباری در کار باشد به منطقه خاص خود می روند. به همین موازات نیز امکانات توریستی در مناطق مختلف متناسب با همین علایق و گرایش ها توزیع شده است.

• علایق و سلايق گردشگران

فرانسه تلفیقی از افکار و اندیشه هایی است که همزمان آشنا، اما در عین حال بیگانه، یک ترکیب پیچیده قرن بیست و یکم و سنتی است که به نوعی موفق به دستیابی به حس تعادل می شود.

فرهنگ و آداب و رسوم فرانسه جذاب است. فرانسوی ها همیشه یک ملت آزاد و روشنفکر بوده اند. افتخار به میراث و تاریخ و هویت محلی در کل کشور از بزرگترین شهرها تا کوچکترین روستاها مشهود است. به همین ترتیب، جاذبه ای در مورد فرهنگ فرانسه وجود دارد که میل به خود واقعی سازی و جستجوی دانش را القا می کند.

درصد علاقه فرانسویها در سفر:

۵۲ درصد سواحل آبی،

۲۵ درصد فرهنگی و آشنایی با مردم،

۲۳ درصد کوهستان طبیعت - تفریح - درمان - خرید^۱

این تحقیق که براساس نمونه نظرسنجی 1000 نفر از افرادی که در یک سال گذشته اقدام به مسافرت آنلاین کرده اند، انجام شده است. این یافته ها نشان داد که مسافران به طور متوسط ۳,۷ سفر در سال (۱/۱) در تجارت و ۲,۶ برای تفریح) انجام می دهند. فرانسوی ها بیشتر برای تفریح سفر می کنند. این نظرسنجی نشان می دهد که فرانسوی ها علاقمند به سفرهای خانوادگی هستند. تقریباً سفر مسافران فرانسوی بیش از ۱۰

^۱ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

روز طول می کشد. از نظر اسکان، تقریباً بیش از شش نفر از ده مسافر در هتل ها اقامت داشتند. این یافته ها نشان می دهد که مسافران فرانسوی نسبت به دیگر کشورهای اروپایی مانند آلمان و انگلیس کمترین اقامت در یک هتل را دارند و به احتمال زیاد اقامت در کنار خانواده و یا در اقامتگاه های جایگزین را ترجیح می دهند. براساس یافته های نظرسنجی، یکی از شباهت های واضح بین مسافران اروپایی این بود که بودجه (محل اقامت) یک عامل اصلی، به ویژه بیشتر برای فرانسوی ها بوده است.

مسافران فرانسوی برای انتخاب مقصد از کسانی که قبلاً از آن مقصد بازدید کرده اند، مشاوره می گیرند.

• رسانه ها و وب سایت های گردشگری

براساس نظرسنجی از مسافران OTA اصلی ترین منبع رزرو سفر به طور متوسط ۱۳٪ بیشتر نسبت به دیگر موتورهای جستجو است.^۱

شبکه های فیس بوک، تویتو، اینستاگرام، واتس آپ و یوتیوب همه از مهم ترین شبکه های اجتماعی هستند که در بین مردم کشور فرانسه رایج است، اما هر یک مخاطبین خاص خود را دارد و نحوه تبلیغات در هر کدام با دیگری متفاوت است.

رسانه های اصلی گردشگری که بر تولید سفر در کشور فرانسه اثر گذارند (تلویزیون، رادیو، روزنامه و مجله، بیلبوردها، خیابانی، وب سایت ها و شبکه های اجتماعی):

برخی از نشریات فعال این حوزه در فرانسه عبارتند از:^۲

-ECHO DES CROISIERES

-LA QUOTIDIENNE

-LECHOS TOURISTIQUE

-LE QUOTIDIEN DU TOURISME

-TOURS HEBDO

همچنین استفاده از تبلیغات در فضای مجازی نیز موثر است. تبلیغات خیابانی و بیلبوردها به ویژه تبلیغات در متروها بسیار رایج است. در بخش رسانه ای تصویری یکی از مهم ترین برنامه های تلویزیونی که به سفر

^۱<https://blueswandaily.com/tourism-research-and-statistics-reveal-complex-differing-travel-trends-between-german-british-and-french-travellers>

^۲ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

و معرفی مناطق جهان از منظر گردشگری اختصاص دارد برنامه ای به نام Echappees Belles از شبکه فرانس ۵ می باشد.

• **الگوهای سفر (انفرادی، خانوادگی، دوستان و ...)**

به ترتیب اولویت: خانوادگی (با تور) و دوستان، انفرادی

• **دغدغه های اساسی سفر به خارج از کشور**

با توجه به تبلیغات بعضاً سوء رسانه ها نسبت به ایران که غالباً از منظر سیاسی و ژئوپلیتیک به ایران می پردازند و براساس برخی اخبار منتشره مربوط به سال ۲۰۱۸ مهم ترین دغدغه های گردشگران فرانسوی در خصوص سفر به ایران عبارتست از: امنیت، مشکلات مربوط به اخذ ویزا، هزینه های سفر (که البته الان با شرایط نرخ تسعیر منطقیاً باید تغییر کرده باشد)، مشکل تبدیل ارز و حمل نقدینگی می باشد.

بررسی وضعیت رقبای ایران در بازار کشور مبدا

• **آمارهای جذب گردشگر از کشور مبدا**

رده بندی برترین کشورها به لحاظ جذب گردشگران کشور فرانسه در سال ۲۰۱۸				
Source: World Tourism Organization (UNWTO)				
۱- ایتالیا	۲- اسپانیا	۳- انگلیس	۴- آلمان	۵- پرتغال
۱۲,۷۳۳,۲۲۱	۱۱,۲۹۳,۳۲۳	۳,۵۹۹,۲۵۶	۱,۸۵۲,۷۸۶	۱,۸۵۰,۶۳۰

بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری بیشترین مقصد گردشگران فرانسه در سال ۲۰۱۹ به ترتیب عبارتند از: ۱- اسپانیا ۲- ایتالیا ۳- انگلیس ۴- مراکش ۵- آلمان

بر اساس همین گزارش بیشترین مقاصد در سال ۲۰۲۰ کشورهای: ۱- اسپانیا ۲- ایتالیا ۳- انگلیس ۴- آلمان ۵- بلژیک می باشد.^۱

^۱- wtcc.org

Outbound Departures ³ :	
2019	2020
1. Spain 20%	1. Spain 24%
2. Italy 14%	2. Italy 19%
3. United Kingdom 6%	3. United Kingdom 7%
4. Morocco 4%	4. Germany 4%
5. Germany 3%	5. Belgium 3%
Rest of world 53%	Rest of world 43%

• برنامه ها و سیاست های جذب رقبا^۱

اسپانیا: اسپانیا به یکی از جذاب ترین کشورهای اروپایی برای گردشگران خارجی تبدیل شده است و این کشور در حال حاضر بعد از فرانسه ؛ دومین مقصد برای سفر گردشگران خارجی است. ایجاد تنوع در مقاصد گردشگری اسپانیا ؛ ارایه تسهیلات مناسب برای صدور روادید سفر به اسپانیا ؛ توسعه و بهبود وضعیت حمل و نقل هوایی و ایجاد دفاتر جذب گردشگر در نقاط مختلف دنیا از جمله اقداماتی است که منجر به افزایش شمار گردشگران خارجی در اسپانیا طی سالهای اخیر شده است. اسپانیا دفاتر جذب گردشگر خود را در بهترین نقاط شهرهای مهم و بزرگ جهان ایجاد و مستقر کرده است تا با روش های متنوع ؛ جاذبه های گردشگری این کشور را برای افرادی که قصد سفر به این کشور اروپایی دارند، معرفی نمایند.

حضور فعال شرکت های گردشگری اسپانیا در نمایشگاههای بین المللی گردشگری؛ انتشار بروشورهای تبلیغاتی؛ دعوت از رسانه ها و مقامات دولتی کشورهای مختلف برای سفر به اسپانیا و بازدید از جاذبه های گردشگری این کشور از جمله اقداماتی است که برای رونق بخشیدن به صنعت گردشگری این کشور انجام شده است.

اسپانیا همچنین در قالب یک برنامه ۲۵ ساله؛ در نظر دارد شمار بازدیدکنندگان خارجی از این کشور را سالانه به یکصد میلیون نفر افزایش دهد که برای تحقق این هدف ؛ هر سال به طور متوسط ۳۵۰۰ برنامه عملیاتی را برای جذب حداکثر گردشگران خارجی به اجرا می گذارد.

^۱ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

باتوجه به وضعیت آب و هوایی این کشور؛ مقامات مسئول اسپانیا در نظر دارند علاوه بر جذب گردشگر در فصل های بهار و تابستان؛ در فصول سرد سال که طبیعتاً از شمار گردشگران کاسته می شود؛ با اجرای برنامه هایی از جمله عرضه کالاهای ساخت این کشور با قیمت های مناسب؛ نسبت به جذب توریست در ماههای سرد سال نیز اقدام کنند.

کاهش قیمت اجناس تولید اسپانیا (برندها) بین ۱۵ تا ۲۰ درصد نسبت به سایر اقلام مشابه که در کشورهای حوزه یورو تولید می شود؛ معرفی کالاهای ساخت اسپانیا در کشورهای خارجی نیز از دیگر زمینه هایی است که میتواند به جذب گردشگر در این کشور کمک کند. هدف نهایی اسپانیا جذب گردشگرانی است که روزانه به طور متوسط یک هزار یورو در این کشور خرید کنند^۱.

ایتالیا: دولت ایتالیا برنامه های: ۱- تنوع و ارتقاء ۲-دیجیتالی سازی و ۳-حرفه ای سازی را برای توسعه صنعت گردشگری در برنامه های خود دارد.

انگلیس: تغییر الگوی کلاسیک گردشگران خارجی از طریق ایجاد پنج قطب جدید گردشگری به ویژه در مناطق خارج از پایتخت که مستعد جلب و جذب گردشگر خارجی است، برنامه اقدام ملی جهت حفظ موقعیت برتر بریتانیا در سطح اروپا در برگزاری و میزبانی همایش ها و نمایشگاه های تجاری بین المللی و افزایش بهره وری منابع در سایر فصول سال از جمله اقدامات انگلیس برای جذب گردشگر می باشد.

آلمان: کشور آلمان به عنوان صنعتی ترین کشور اروپا، امکان جذب گردشگران را به بهترین نحو ممکن فراهم نموده است. رشد بالای اقتصادی، امنیت اقتصادی، صنایع بزرگ و پیشرفته زیرساخت های قوی و ... آلمان را به عنوان یکی از جذاب ترین کشورهای جهان برای گردشگری تبدیل نموده است.

بلژیک: دسترسی آسان، سیستم حمل و نقل عمومی و نزدیکی مکان های توریستی

• قیمت گذاری تورها برای گردشگران کشور مبدا

میانگین قیمت پیشنهادی آژانس های مسافرتی فرانسه برای سفر یک هفته ای به ج.ا.ایران حداقل ۱۵۰۰ یورو شامل بلیط رفت و برگشت هواپیما، اقامت و ایاب و ذهاب است که مطابق مشاهدات میدانی به طور میانگین حدود ۵۰۰ یورو سایر هزینه ها نیز به آن افزوده می شود و مجموع این هزینه ها به ترتیب اقامت در هتل، بلیط رفت و برگشت هواپیما، غذا و سوغات می باشد.

• مدت اقامت گردشگران کشور مبدا

در سال ۲۰۱۸ بیش از ۱۶ میلیون فرانسوی به خارج سفر کردند و ۱۳۵ میلیون شب را در سفر گذراندند یعنی به طور میانگین ۸ شب را در سفر بودند.

• میزان هزینه کرد گردشگران کشور مبدا^۱

گردشگران فرانسوی تقریباً سالانه حدود ۴۰ میلیارد برای سفر هزینه می کنند. بطور متوسط هر خانوار فرانسه سالانه برای سفر بودجه ای معادل ۲۲۰۰ یورو در سال در نظر می گیرد. براساس آمار موجود این بودجه به تفکیک در سرفصلهای مختلف تقسیم می شود:

۳۵ درصد هتل و مسکن ، ۲۵ درصد پرواز، ۱۳ درصد غذا، ۱۰ درصد خرید، ۹ درصد حمل و نقل محلی، ۸ درصد سایر.

انطباق محصولات گردشگری کشور با ویژگی های بازار

• عرضه داشت محصول گردشگری در وضع موجود

شاید بیش از ۸۰ درصد گردشگران فرانسوی برای آشنایی با تاریخ و فرهنگ و در مرحله بعدی طبیعت خاص ایران به کشورمان سفر می کنند.

آدر واقع فرانسوی هایی که به ایران می آیند چند دسته هستند. جوانان بین سن ۲۰ تا ۲۵ سال به عنوان زوج یا دوست سفر می کنند؛ این افراد بیشتر دوست دارند به تمام دنیا سفر کنند و به خصوص کشورهای مانند ایران که بسیار متفاوت است، را دوست دارند ببینند.

دسته بعد افراد مسن هستند که در قالب تور به صورت گروهی به ایران سفر می کنند. این گروه، بیشتر به فرهنگ ایران علاقه دارند و دوست دارند فرهنگ و هنر و معماری این کشور را بیشتر بشناسند.

• آسیب شناسی موانع و مشکلات گردشگران کشور مبدا در ایران

- کمبود واحدهای اقامتی
- ضعف در معرفی ظرفیتهای گردشگری ایران و عدم تبلیغات مناسب در خارج از کشور

^۱ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

- عدم سرمایه گذاری جدی در حوزه زیرساختها و تسهیلات سفر
- سوء مدیریتها و نداشتن برنامه های آینده نگرانه در زمینه توسعه گردشگری
- فقدان آموزش و عدم شناسایی نیازهای گردشگران (آموزش نامناسب نیروهای انسانی)
- سختی های فراوان داد و ستد ارز
- خدمات شهری نامتناسب
- عدم ساماندهی اماکن تاریخی
- ظرفیت اندک فرودگاههای بین المللی
- عدم تنوع غذای و منوی رستوران ها
- کیفیت ارائه خدمات و کمبود مراکز رفاهی
- وضعیت نامطلوب سرویس های بهداشتی

• مسیرهای اصلی تردد، زمان سفر و مدت ماندگاری گردشگران کشور مبدا

مسیر اصلی : شهرهای اصفهان ، شیراز، یزد ،کاشان

رده سنی گردشگران فرانسوی ورودی به ایران معمولا ۵۰سال به بالا هستند.

مدت ماندگاری: براساس هدف از سفر یک هفته تا دو هفته مدت اقامت گردشگران فرانسوی متفاوت می باشد.

• استان های واجد شرایط به عنوان مقصدهای جذب

شهر های اصفهان ، شیراز، یزد ،کاشان و آذربایجان، مقاصد اصلی گردشگران فرانسوی می باشند.

• توسعه محصولات بالقوه برای عرضه به بازار

تاریخی ، فرهنگی ، کویرگردی، سلامت، علمی، گردشگری غذا

شاید بیش از ۸۰درصد گردشگران فرانسوی برای آشنایی با تاریخ و فرهنگ و در مرحله بعدی طبیعت خاص ایران به کشورمان سفر می کنند.

وضعیت همکاری و تعاملات گردشگری دو کشور

• اسناد همکاری گردشگری

- ۱- امضاء سند یادداشت تفاهم همکاری های گردشگری میان دو کشور در ۸ بهمن ماه ۱۳۹۴ مطابق با ۲۸ ژانویه ۲۰۱۶
- ۲- حضور در نمایشگاههای سالیانه گردشگری فرانسه به ویژه TOP RESA فرانسه
- ۳- سرمایه گذاری شرکتهای معتبر فرانسوی در زمینه ساخت هتل در ایران (novotel و ibis)
- ۴- برگزاری تور آشناسازی برای مستند ساز فرانسوی در سال ۹۵ و ۹۶
- ۵- نشست مشترک مدیر کل بازاریابی و تبلیغات گردشگری وقت با مدیر گردشگری وزارت امور خارجه فرانسه در حاشیه صد و چهارمین نشست شورای اجرای UNWTO (آبانماه ۹۵، مصر) و توافق پیرامون گسترش همکاری های دوجانبه در حوزه آموزش و سرمایه گذاری، برگزاری تورهای آشناسازی برای فیلم سازان و نویسندگان مطرح فرانسه، طبیعت گردی، اسکی و استانداردهای تاسیسات گردشگری، گردشگری دریایی و کروز

• برگزاری کمیته های فنی و نشست های تخصصی

تاکنون کمیته فنی همکاری های گردشگری میان دو کشور برگزار نگردیده است.

• پیشنهادهای جذب گردشگران از کشور مبدا

- بکارگیری سیاست با ثبات، منسجم و مشخص
- حضور پررنگ در رویدادهای بین المللی فرهنگی و هنری
- داشتن ساختاری تخصصی و متعارف متناسب با نیازهای و سلائق گردشگران کشور هدف
- تبلیغات هدفمند
- استفاده از ساختارهای حمایتی و به کارگیری نیروهای مسلط و آشنا به محل
- تبادل دانش و تجربیات در زمینه های مختلف گردشگری از جمله گردشگری تاریخی و فرهنگی
- اجرایی نمودن توافقات دو جانبه گردشگری در اسناد کمیسیون اقتصادی ایران و فرانسه
- تشویق و حمایت از فعالیت بخش خصوصی دو کشور و برقراری تماس های مستقیم و تشکیل نشست های تخصصی
- جلب سرمایه گذاران فرانسوی برای توسعه زیرساخت های گردشگری و هتلداری ایران

- تبادل دانش و فناوری های نوین و برنامه ریزی مشترک برای توسعه و ترویج صنعت گردشگری بومی از طریق برگزاری نشست های دو جانبه
- استفاده از ظرفیت تور اپراتورهای مطرح فرانسه برای بازاریابی جذب گردشگران بین المللی به کشور
- تعریف مسیر تورهای علمی برای جامعه هدف اساتید دانشگاه فرانسه
- استفاده از پتانسیل راهنمایان و ایرانیان مقیم در فرانسه
- آموزش و تربیت راهنمایان فرانسوی
- تهیه و تدارک محصولات سفر خاص و مطابق با نیاز توریست فرانسوی و تولید مسیرهای جدید (فرهنگی، تاریخی، باستان شناسی و طبیعت گردی)
- معرفی مسیرهای جدید
- ارائه بسته های سفر ارزان قیمت
- ارتقاء سطح خدمات و کیفیت وسایل نقلیه، رستوران و هتل با مطالعه شاخص های رفتارشناسی و جامعه شناختی مسافران فرانسوی
- شناساندن ایران از راه تبلیغات در اینترنت به زبان فرانسوی (شناساندن ایران از طریق محتوای رومی اعم از مکتوب، بصری و سمعی بصری در فضای مجازی)
- شناساندن ایران به وسیله ساخت فیلم و پخش در شبکه های تلویزیونی
- شناساندن ایران از طریق تبلیغ توسط بنر و بیلبورد در میدان اصلی و مترو شهرهای بزرگ در فرانسه
- برگزاری Road Show در شهرهای پرجمعیت و بزرگ
- برنامه ریزی برای تشویق بخش خصوصی برای تبلیغ و معرفی صنایع دستی ایران و همچنین جاذبه های مربوط به شهرها و روستاهای جهانی صنایع دستی برای جذب گردشگران خروجی ایتالیا
- تشویق و ترغیب صادر کنندگان صنایع دستی برای افزایش تنوع کالاها و مبادلات تجاری و اعزام و پذیرش هیئت تجاری

• برنامه بازاریابی "نفوذ به بازار گردشگری فرانسه"

- چشم انداز برنامه (۱۴۰۴-۱۳۹۹): جذب سالانه هزار گردشگران فرانسوی در سال

- سیاست های کلان:

۱) تمرکز بر محصولات گردشگری قابل عرضه کشور به بازار فرانسه^۱:

^۱- بررسی وضع موجود محصولات گردشگری کشور حاکی از آن است که محصولات فوق بیش ترین انطباق را با بازار فرانسه دارند. توسعه محصول های جدید در سالهای بعد به برنامه اضافه می شوند.

(۲) تمرکز بر مقصدهای گردشگری کشور^۱:

(۳) رویکرد بازاریابی

جدول ۱: برنامه اقدام نفوذ به بازار گردشگری فرانسه

برنامه یک ساله	راهبرد	ردیف
تهیه بسته کاربردی بهبود کیفیت خدمات برای گردشگران فرانسوی	بهبود کیفیت محصولات و خدمات موجود گردشگری ^۲	۱
برگزاری تور آشناسازی ویژه تورگردانان فعال و اصحاب رسانه و اساتید دانشگاه کشور فرانسه	تبلیغات و اطلاع رسانی گردشگری	۲
تقویت دفاتر اطلاع رسانی گردشگری ایران در فرانسه		
تبلیغات محیطی (ایستگاههای مترو و اماکن عمومی)		
اقدام تبلیغاتی (چاپ بروشور و کتابچه جیبی و کم حجم اطلاع رسانی جاذبه های گردشگری، اقامتگاهها، آب و هوای مقصد، برنامه کار موزه ها و چگونگی پرداخت ها و رزروها) به زبان فرانسوی (استفاده در تنوع رنگ به شرط وجود هارمونی)	برگزاری رویداد و نمایشگاه های گردشگری	
حضور در نمایشگاه گردشگری فرانسه		
برگزاری نشست های تخصصی (Road show) در فرانسه		

^۱-در حال حاضر استان های مذکور مهم ترین مقصد برای بازارفرانسه هستند. توسعه مقصدهای جدید در برنامه سال های آتی پیش بینی شده است. خروجی این بخش برگزفته از مطالعات بند انطباق بازار با محصول گردشگری در گزارش اصلی است.

برنامه یک ساله	راهبرد	ردیف
برگزاری هفته های فرهنگی		
برگزاری کارگاه تخصصی جهت معرفی ظرفیتهای گردشگری ایران بویژه در حوزه تاریخی و فرهنگی در فرانسه		
نسخه پورتال جامع گردشگری به زبان فرانسوی	فضای مجازی	۳
تبلیغات در سایر موتورهای جستجو مانند یاهو و گوگل		
تسریع در روند صدور ویزا الکترونیکی	تسهیل سفر	۴
-	همکاری های دولتی	۵

• منابع

- lsna.ir
- <https://sedayiran.com>
- <https://www.eghtesadbartar.com>
- <https://worldpopulationreview.com>
- <https://data.worldbank.org/country/france?view=chart>
- www.hamimohajer.com
- <http://www.cfici.org>
- <https://tejaratnews.com>
- <https://foreignmedia.farhang.gov.ir/fa/pressoffices>
- <https://www.irna.ir/news/83283470>
- <https://fa.wikipedia.org>
- <https://www.flytoday.ir>
- <https://ixport.ir/trade-with-france>
- unwto.org
- wtcc.org
- <https://www.letour.fr/en/official-tour-operators>
- <https://www.tourradar.com/g/france-tour-operators>
- traveller.com
- <https://go2tr.co/france>
- <https://www.lechotouristique.com>
- <http://irdiplomacy.ir>
- <https://donya-e-eqtasad.com>
- <http://parisiens247.blogfa.com>
- <https://www.irna.ir/news>
- <https://rooziato.com>
- <https://www.faber.place/blog/ou-visiter-des-ateliers-en-france>
- <https://www.irna.ir>

- <https://sedayiran.com>

- <https://www.irna.ir/news>

- <https://blueswandaily.com>

- <https://www.ilna.ir>

- اداره امور ارتباطات و اطلاعات ایرانیان

- سالنامه مهاجرتی ایران-۱۳۹۹

-گمرک جمهوری اسلامی ایران

- سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

- گزارش آماری دفتر مطالعات، آموزش و برنامه ریزی گردشگری