

Atout France en Italie

Marché Italien



#JurneesPartenariales

Sommaire

- 1** Chapitre 1 – Le marché italien en quelques chiffres
- 2** Chapitre 2 – L'accessibilité Italie → France
- 3** Chapitre 3 – Tendances 2023
- 4** Chapitre 4 – Actions clefs
- 5** Chapitre 5 – Contacts Atout France en Italie



1

Le marché italien en quelques chiffres

Le marché italien en quelques chiffres

Données économiques et sociodémographiques

RELATION GLOBALE → RENFORCÉE

- 1 Traité du Quirinal
- 2 Partenariat économique intense
 - **1767** Entreprises françaises en Italie pour **236.000 emplois**
 - **1764** Entreprises italiennes en France pour **80.042 emplois**



Les échanges franco-italiens



103,8 Md€

La valeur des échanges bilatéraux

84,8 Md€

La valeur des échanges de biens

19 Md€

La valeur des échanges de services



+18%

L'augmentation des échanges commerciaux par rapport à 2020

+20,8%

L'augmentation des exportations françaises par rapport à 2020 (38,9 Md€)

+17%

L'augmentation des importations en provenance d'Italie par rapport à 2020, (45,9 Md€)



-7 Md€

Le solde des échanges avec l'Italie

5^e

Le rang de l'Italie dans le déficit commercial français

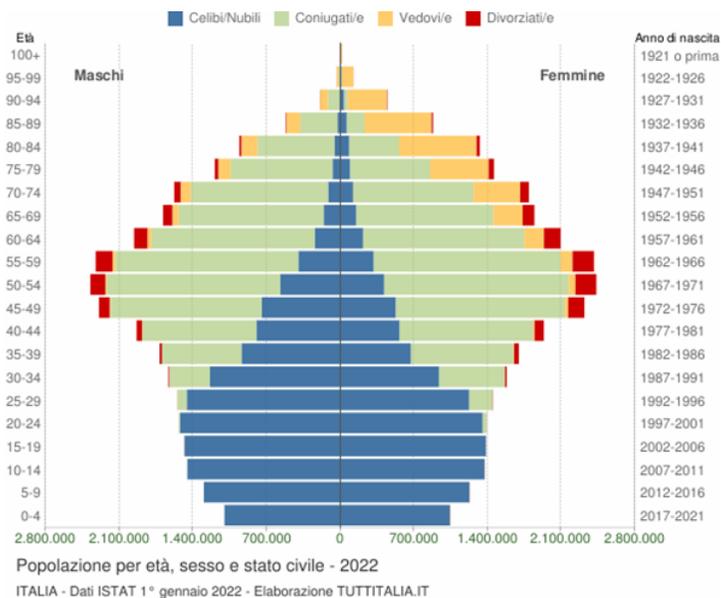
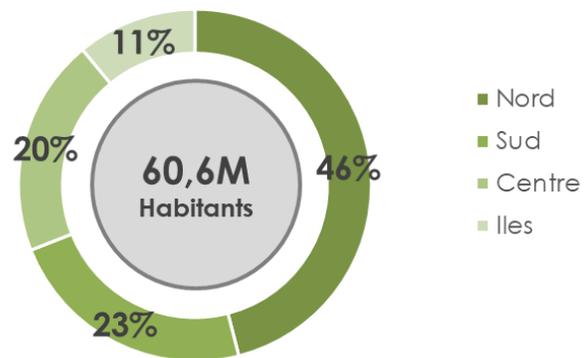
Le marché italien en quelques chiffres

Données économiques et sociodémographiques

GÉOGRAPHIE & DÉMOGRAPHIE

- ▶ Superficie Italie : **301 338 KM²**
- ▶ Frontières avec la France : **488 KM**

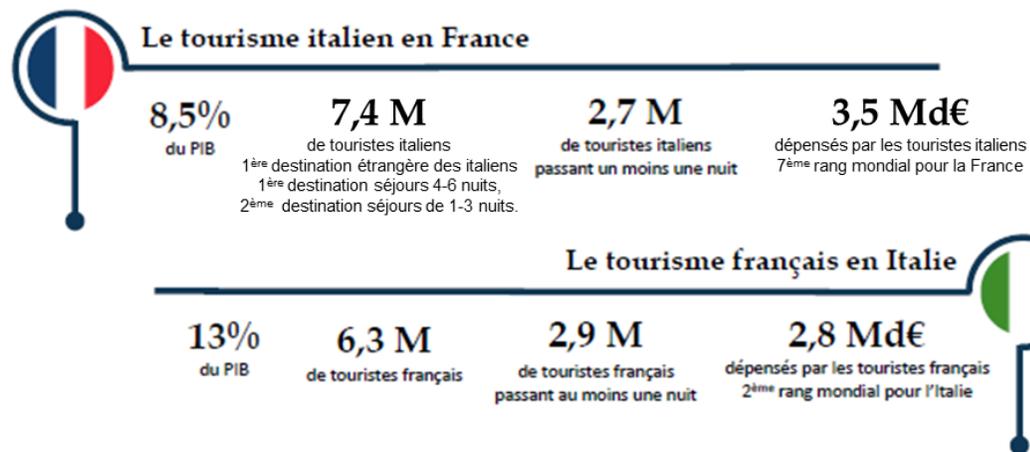
Densité de la population



Le marché italien en quelques chiffres

Economie touristique vers la France

TOURISME



PROFIL

Clientèles Loisirs : **80%** / Clientèles Affaires : **20%**

→ **70%** : Nord-est de l'Italie

Individuels → Intermédiation **10%**

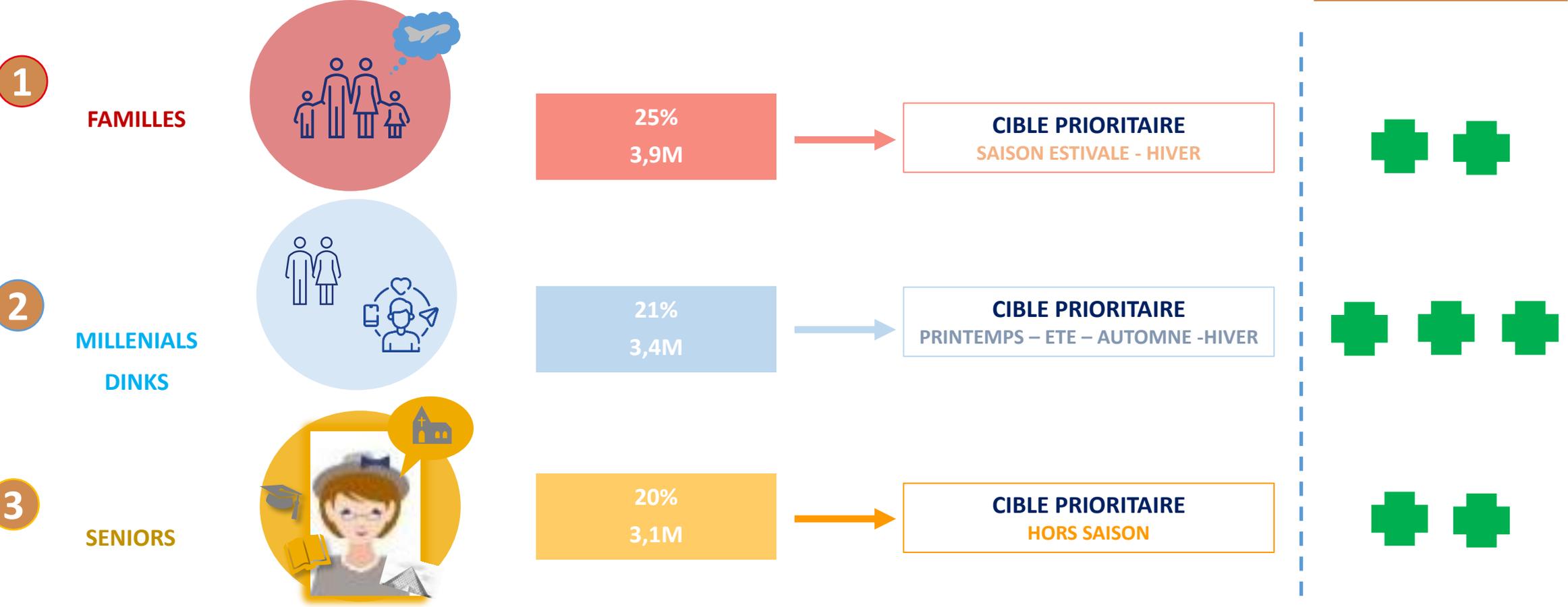
Groupes → Intermédiation **90%**

Durée Moyenne des séjours : **6 Jours**

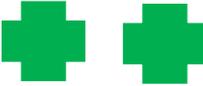
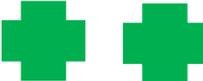


Le marché italien en quelques chiffres

Cibles potentielles en Italie de 10,4M



ÉTÉ 2023



Source : Atout France : Italie – GFK (2019)

2

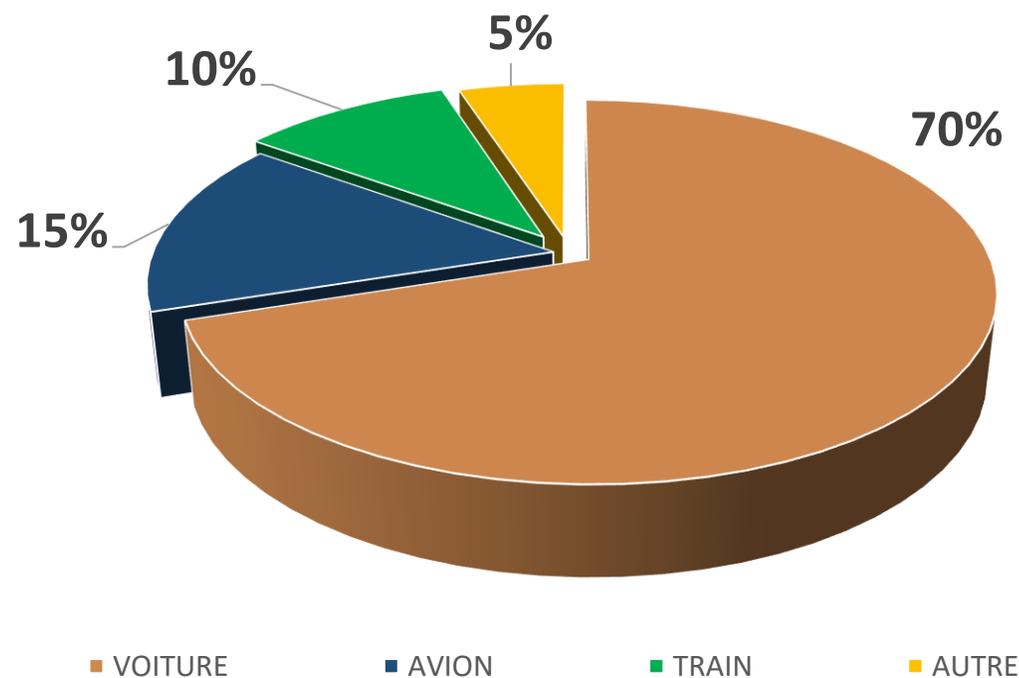
L'accessibilité Italie → France

L'accessibilité Italie → France

Moyens de transports des Italiens vers la France



MOYENS DE TRANSPORT DES ITALIENS



L'accessibilité Italie → France

Par voie terrestre

70% DES FLUX TOURISTIQUES



**Turin-Nice : 350km
4h20**

**Turin-Lyon : 311km
3h50**

**Turin-Strasbourg : 547km
6h30**

**Turin-Dijon : 505km
5h30**

**Gênes – Nice : 195km
2h45 min**

**Milan-Nice : 386km
5h00**

**Milan-Lyon : 447km
5h20**

**Milan-Strasbourg : 474km
5h35**

**Milan-Dijon : 574km
6h25**

**Gênes – Var : 260km
3h20 min**

**CONTINENT → CORSE
4h30-5h00**



L'accessibilité Italie → France

Par voie aérienne



1039 CONNEXIONS AÉRIENNES HEBDOMADAIRES

ÉTÉ 2022	NOMBRE DE VOLS	PARIS	RÉGIONS	AIR FRANCE
ITALIE - FRANCE	1039	685	354	328
DU NORD DE L'ITALIE	483	386	97	172
DU SUD DE L'ITALIE	556	299	257	156

4 COMPAGNIES NATIONALES

AIR FRANCE – HOP – ITA – AIR CORSICA

7 COMPAGNIES LOW COST

EASYJET – RYANAIR – VUELING – VOLOTEA – TRANSAVIA – TWINJET - WIZZAIR



+9,4%
2023
VS
2019

+2,4%
2023
VS
2022

L'accessibilité Italie → France

Par voie aérienne



1039 CONNEXIONS AÉRIENNES HEBDOMADAIRES

CONNEXIONS AÉRIENNES
SAISON ESTIVALE 2023
ITALIE → FRANCE



1039 VOLS DIRECTS
HEBDOMADAIRES

+89 VOLS / 2019 +9,4%

+24 VOLS / 2022 +2,4%

Explore France™
Powered by Atout France

CONNEXIONS AÉRIENNES
SAISON ESTIVALE 2023
ITALIE → AÉROPORTS PARIS CDG/ORLY/BEAUVAIS



685 VOLS DIRECTS
HEBDOMADAIRES

+97 VOLS / 2019 +16,5%

+8 VOLS / 2022 +1,2%

Explore France™
Powered by Atout France

CONNEXIONS AÉRIENNES
SAISON ESTIVALE 2023
ITALIE → AÉROPORTS RÉGIONAUX



354 VOLS DIRECTS
HEBDOMADAIRES

-8 VOLS / 2019 -2,2%

+16 VOLS / 2022 +4,7%

Explore France™
Powered by Atout France

L'accessibilité Italie → France

Par voie ferroviaire



28 CONNEXIONS FERROVIAIRES HEBDOMADAIRES



TGV MILAN – TURIN – PARIS

14 connexions hebdomadaires

- 06h00 Milan Garibaldi – 13h12 Paris Gare de Lyon
- 14h10 Milan Garibaldi – 20h20 Paris Gare de Lyon



TRENITALIA - FRECCIAROSSA MILAN – TURIN – LYON – PARIS

14 connexions hebdomadaires

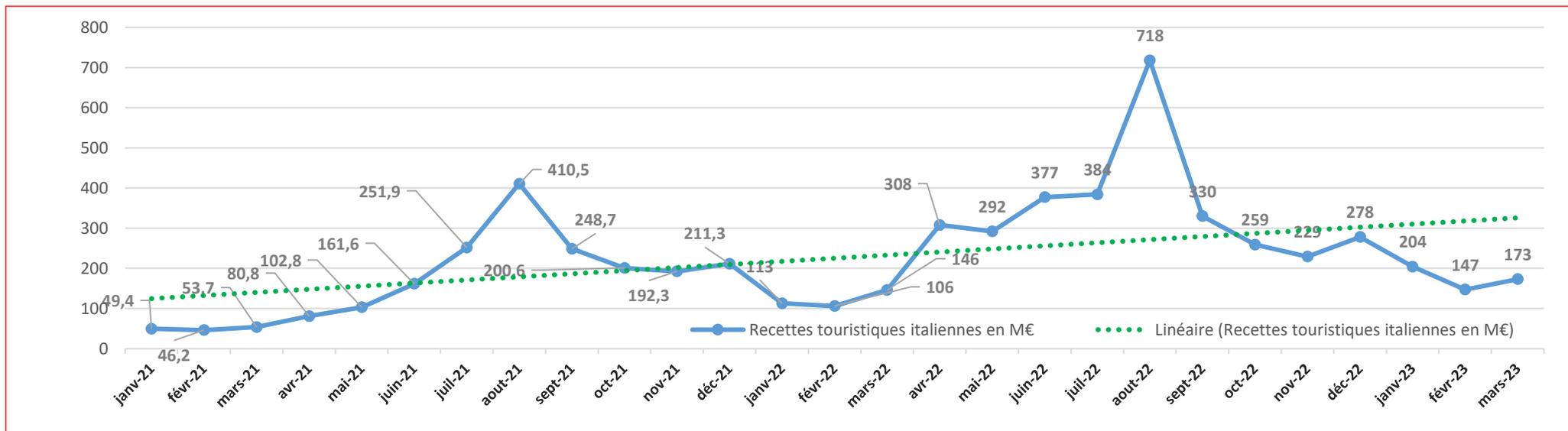
- 06h25 Milan Centrale – 13h22 Paris Gare de Lyon
- 15h53 Milan Centrale – 22h25 Paris Gare de Lyon

3

Tendances

Tendances 2023

Progression des recettes touristiques italiennes en France



RECETTES TOURISTIQUES 2021-2023 (en M€)

+22,7%
Janvier-Mars
2023
VS
2019

+43,6%
Janvier-Mars
2023
VS
2022

+76,1%



FORTE EVOLUTION 2022/2021

3,5Mds €



RECETTES TOURISTIQUES

7ème



MARCHÉ INTERNATIONAL

6,2%



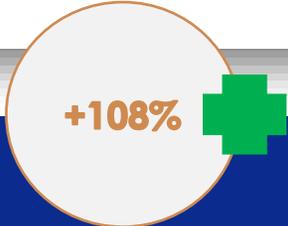
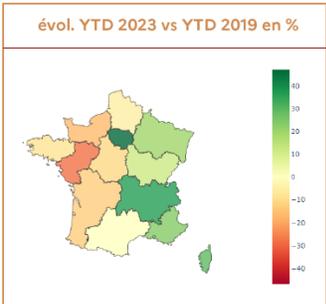
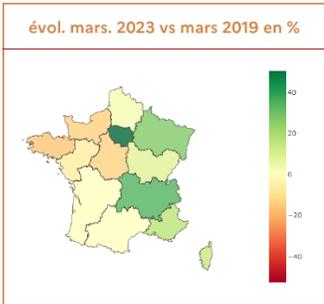
PART DE MARCHÉ

Tendances 2023

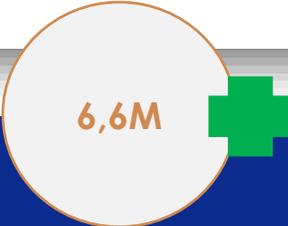
Progression des flux touristiques italiens vers la France

Italie : 4^{ème} marché international vers la France

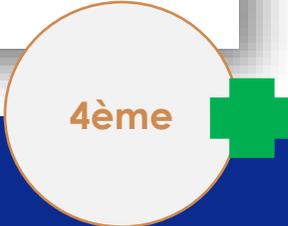
→ Prévisions en hausse par rapport à 2022



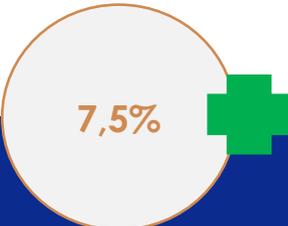
FORTE EVOLUTION 2022/2021



FLUX TOURISTIQUES



MARCHÉ INTERNATIONAL



PART DE MARCHÉ

Tendances 2023

Intentions de voyage: une envie de voyager forte

ITALIE

JANVIER – MAI 2023 / 2022

+39,7%

JANVIER – MAI 2023 / 2019

+4,8%

INTERNATIONAL

JANVIER – MAI 2023 / 2022

+42%

JANVIER – MAI 2023 / 2019

-18,2%

RÉSERVATIONS AÉRIENNES ITALIENNES A 1 MOIS

JUIN 2023 / 2022

-6,8%

JUIN 2023 / 2019

+4,1%

ITALIE

MAI 2023 / 2022

-7,4%

MAI 2023 / 2019

-7,2%

INTERNATIONAL

MAI 2023 / 2022

+17,9%

MAI 2023 / 2019

-16,9%

RÉSERVATIONS AÉRIENNES ITALIENNES A 3 MOIS

JUIN-AOUT 2023 / 2022

-7,4%

JUIN-AOUT 2023 / 2019

+8,3%

~1039 ÉTÉ
~750 HIVER



RÉSERVATIONS AÉRIENNES ITALIENNES A 6 MOIS

JUIN-NOVEMBRE 2023 / 2022

-2,8%

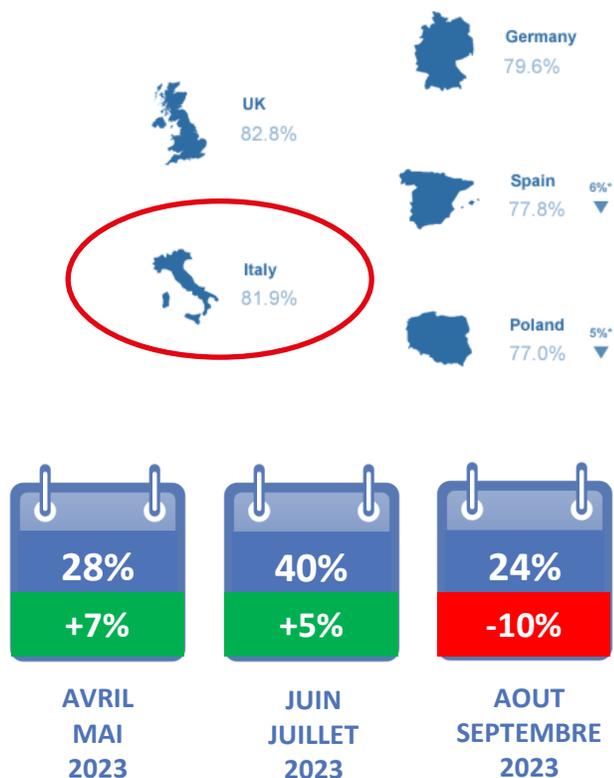
JUIN-NOVEMBRE 2023 / 2019

+9,1%

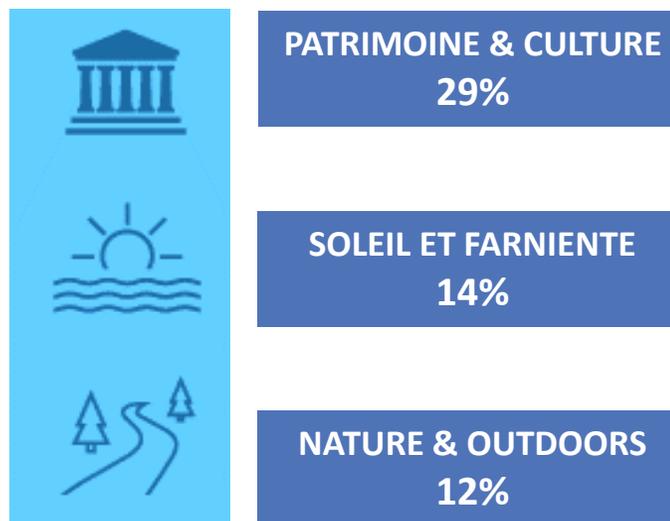
Tendances 2023

Intentions de voyage: une envie de voyager forte

 **① Intentions de voyages**
au cours des 6 prochains mois



② TOP 3 des types de séjours

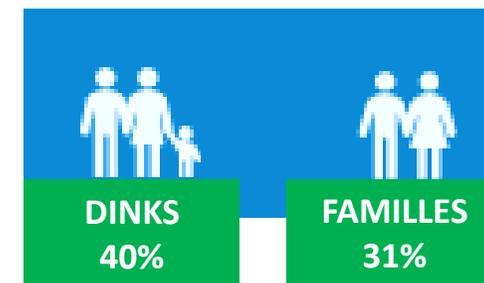


③ TOP 5 destinations Européennes

1. France : 12%
2. Espagne : 11% (-4%)
3. Grèce : 7%
4. Allemagne : 6%
5. Portugal : 5%

④ Durée moyenne des séjours

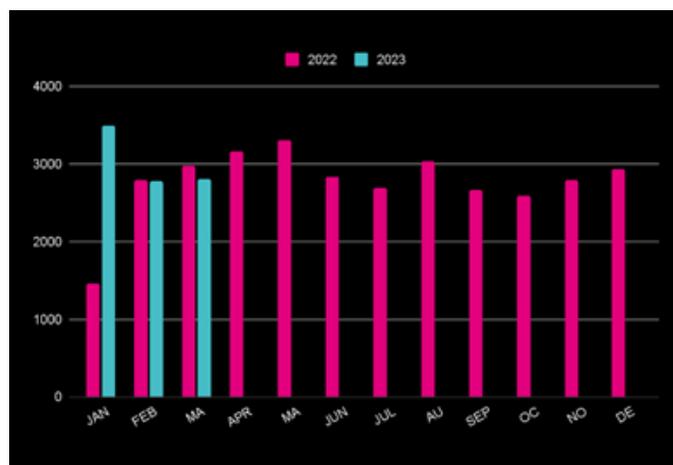
1. 4-6 nuits : 45% (+7%)
2. 7-9 nuits : 22%
3. 1-3 nuits : 18%



Tendances 2023

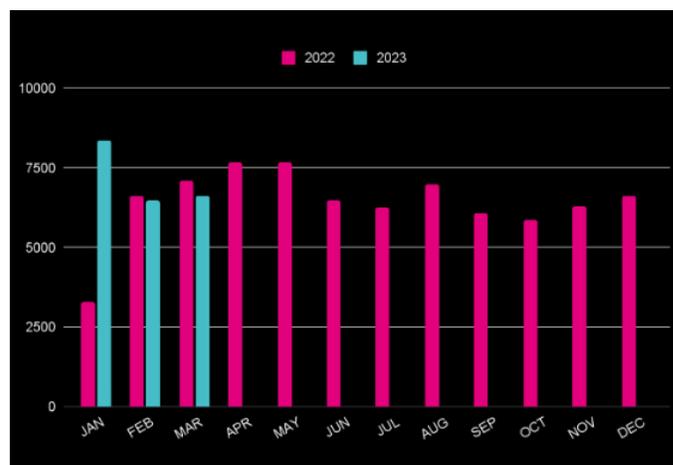
Des réservations en nette croissance

Réservations italiennes sur la plateforme Lastminute.com « Destination France »



RÉSERVATIONS

Janvier-mars 2023



PAX

Janvier-mars 2023

+140% Janvier 2023 / Janvier 2022

Stabilité en Février & Mars

Principales destinations recherchées

1. Paris
2. Disneyland Paris
3. Nice
4. Marseille
5. Bordeaux
6. Lourdes
7. Lyon
8. Strasbourg
9. Nantes
10. Toulouse

Destinations réservées

1. Paris
2. Nice
3. Marseille
4. Bordeaux
5. Disneyland Paris

Périodes de réservation

- ❖ 35% des Italiens réservent de 1 à 3 mois avant leur séjour ;
- ❖ 20% des Italiens réservent en dernière minute de 1 à 7 jours avant leur départ
→ 95% des réservations sont pour une durée de séjour de 1 à 7 jours

Tendances 2023

Italiens : Consommateurs de vacances et d'événements

1

UNE RÉELLE ENVIE DE VOYAGER

→ Proximité et facilement accessible

2

ANTICIPATION DES RÉSERVATIONS

→ OTA : DE 21 jours à 90 jours

3

UTILISATION DES OUTILS DIGITAUX

4

DE NOUVELLES PRIORITÉS POUR LES ITALIENS

→ TOURISME ÉCO-RESPONSABLE
→ ESPACES NATURELS

5

DAVANTAGE DE COMMUNICATIONS CIBLÉES

→ CAMPAGNES « NATURE »
→ CAMPAGNE MONTAGNE « ÉTÉ »

6

DES ÉVÉNEMENTS EN FRANCE ET EN ITALIE

Tendances 2023

Professionnels Italiens LOISIRS

1 EVOLUTION DES ACTEURS

- ✓ STABILISATION DU NOMBRE D'AGENCES DE VOYAGE :
- ✓ 6500 (-10% DURANT LA CRISE)
 - FUSION DES RÉSEAUX D'AGENCES
 - ÉMERGENCE DU RÔLE DES CONSULTANTS

2 EVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE

- ✓ OFFRE DE PLUS EN PLUS RÉGIONALE;
- ✓ VALORISATION DES THÉMATIQUES;
- ✓ VALORISATIONS DE L'OFFRE LIÉE AUX ACTIVITÉS;
- ✓ OFFRE LIÉE AU TOURISME ECORESPONSABLE.

3 EVOLUTION DES PRATIQUES COMMERCIALES

- ✓ VOYAGES SUR MESURE AVEC UNE APPROCHE PLUS PERSONNALISÉE;
- ✓ RETOUR DES CLIENTS VERS LES INTERMÉDIAIRES;
- ✓ NOUVEAUX OUTILS DE RÉSERVATION DES RÉSEAUX AUX AGENTS DE VOYAGE;
- ✓ DAVANTAGE DE RÉSERVATIONS EN LIGNE.

4 FORMATION AGENTS DE VOYAGE

- ✓ FORMATION CONTINUE ;
 - UNE PRIORITÉ POUR IDENTIFIER LES AGENTS ;
 - LES SENSIBILISER ET LES FIDÉLISER.

Tendances 2023

Professionnels Italiens AFFAIRES

1 EVOLUTION DU SECTEUR

REPRISE DU SECTEUR

- ORGANISATION DES ÉVÉNEMENTS MICE VERS L'EUROPE.
- DESTINATION FRANCE ET PARIS: L'ACCESSIBILITÉ CONDITION N. 1
- MEET-INCENTIVE, CONVENTION D'ENTREPRISES, LANCEMENT...
- A NOTER : SALONS PROFESSIONNELS FRANÇAIS.

2 EVOLUTION DE LA DEMANDE

- ✓ PLANIFICATION DES DOSSIERS : PROGRAMMATION CONTINUE.
- ✓ FRANCE : PARMIS LES PLUS SOLlicitÉES PAR LE MARCHÉ ITALIEN.
- ✓ LES DOSSIERS 2023 : ↗ PARTICIPANTS / MOIS PRÉCÉDENTS
- ✓ (150/300 PERSONNES PAR PROJET EN MOYENNE).

3 POINTS A RETENIR

ÉVÉNEMENTS EN PRÉSENTIEL

- FORMATS HYBRIDES TOUJOURS D'ACTUALITÉ (PLUS LA PRIORITÉ).

CROISSANCE PLUS FORTE DANS L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS DURABLES

- UNE PLUS GRANDE PRISE DE CONSCIENCE.

SECTEURS ITALIENS LES PLUS DYNAMIQUES :

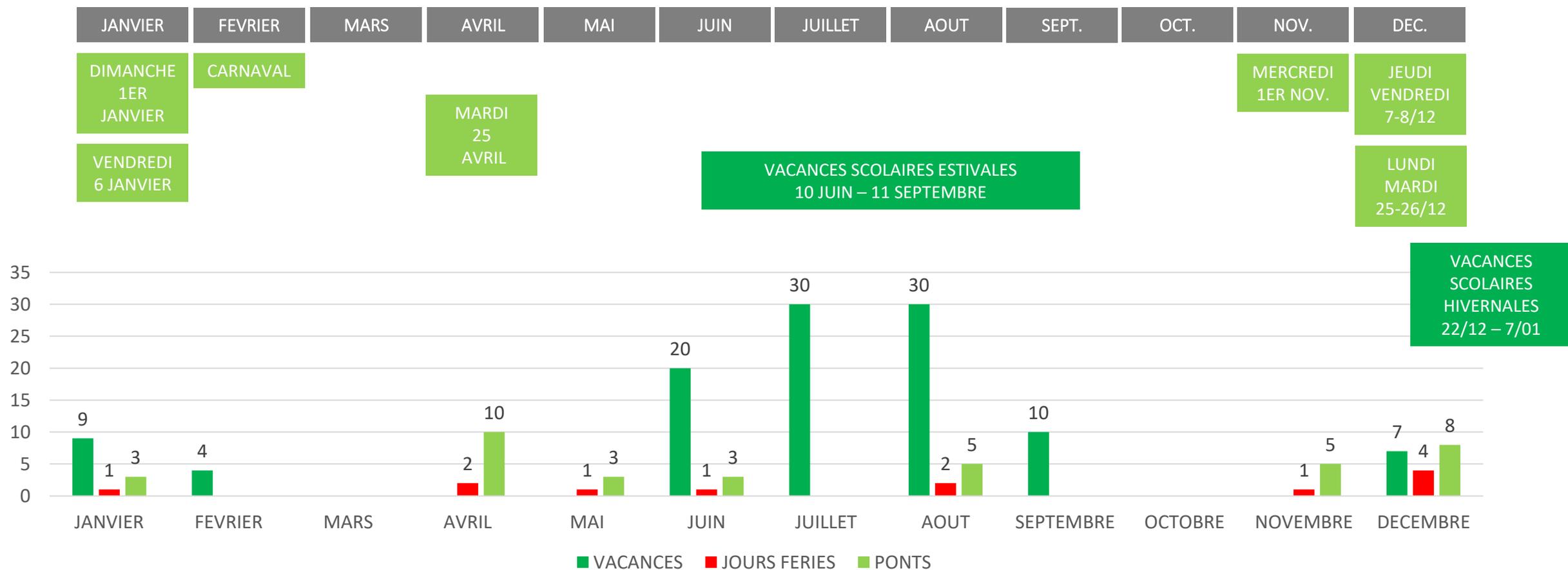
- FINANCE-ASSURANCE ; TÉLÉCOMMUNICATIONS ; AUTOMOTIVE ;
- ÉVÉNEMENTS SPORTIFS ; FOOD & BEVERAGE ; PHARMA ; COSMÉTIQUE ;
- MODE ET ACCESSOIRES.

CROISSANCE DE LA PROMOTION « FRANCE MICE » EN ITALIE

- VARIÉTÉ DE DESTINATIONS ET DE PRODUITS.

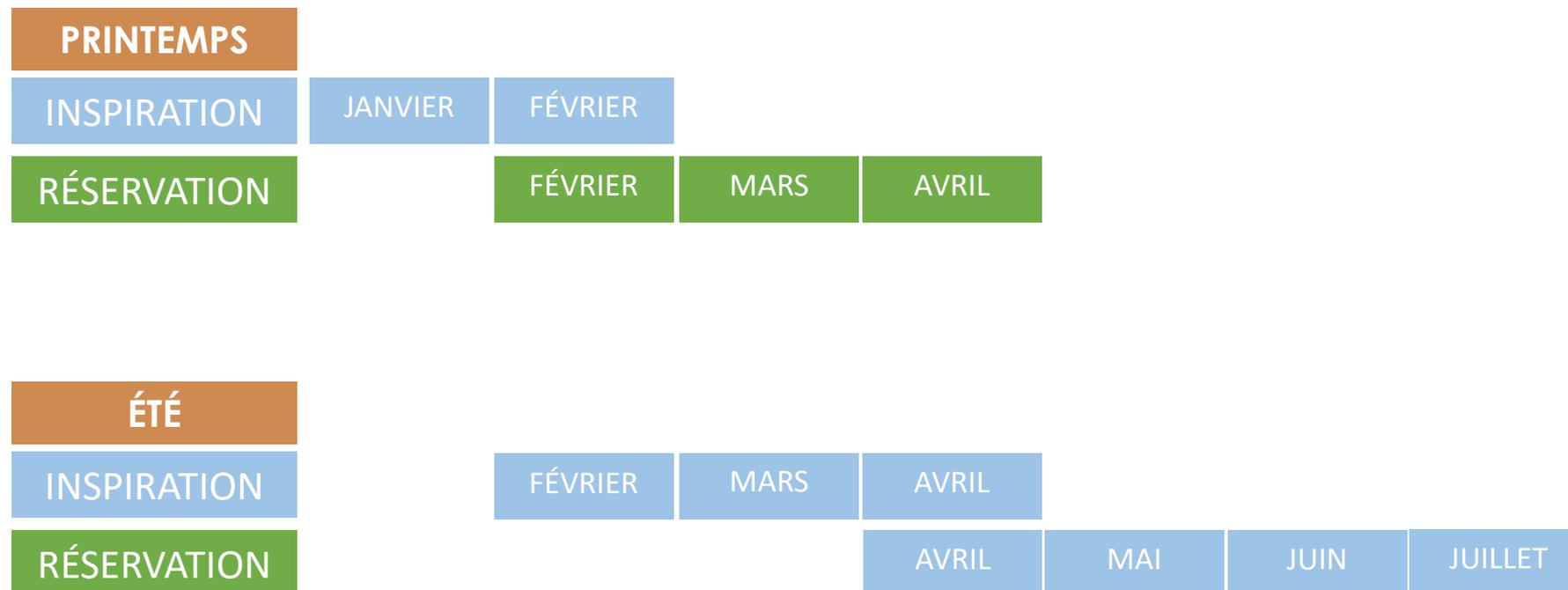
Tendances 2023

Une clientèle italienne en toutes saisons



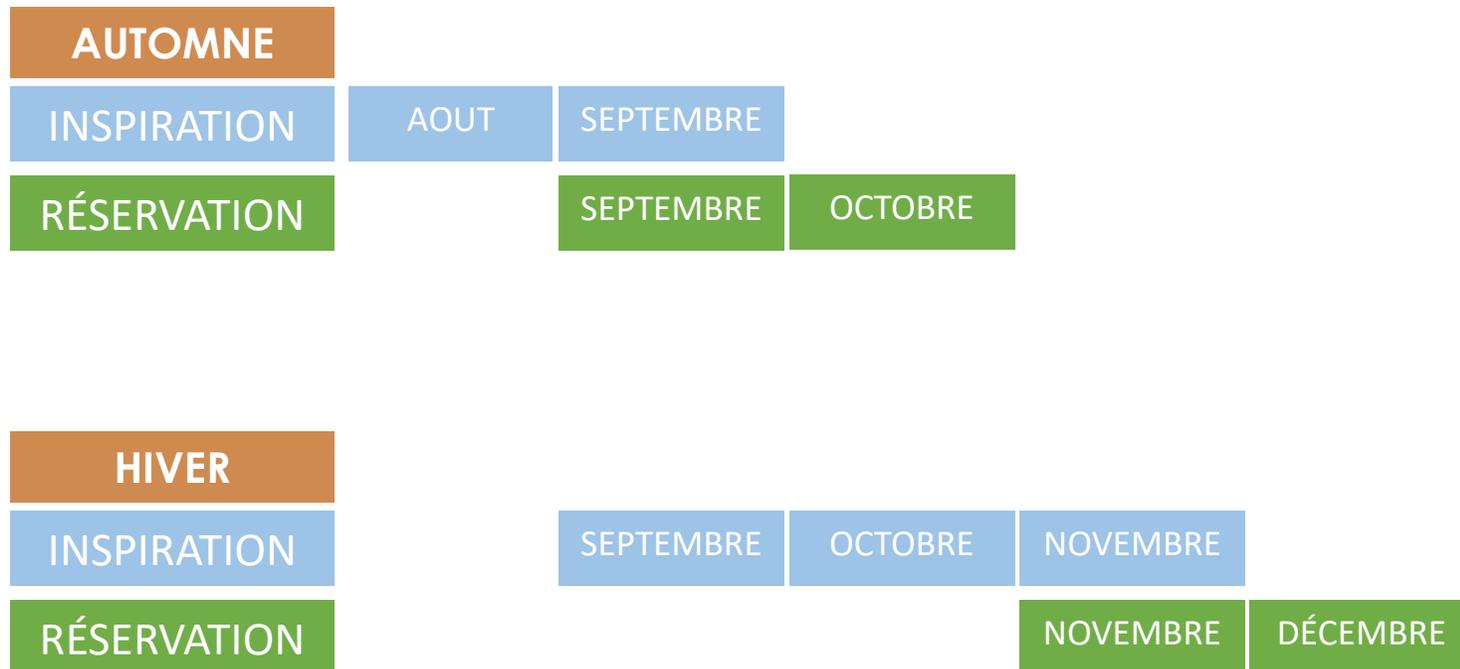
Tendances 2023

Inspirations et réservations des séjours Printemps-Eté



Tendances 2023

Inspirations et réservations des séjours Automne-Hiver



4

Actions clefs

Actions clefs

Conventions de partenariat : Transporteurs aériens, ferroviaires et maritimes

1 CONVENTIONS DE PARTENARIAT AVEC AIR FRANCE

AIRFRANCE 

2 CONVENTION DE PARTENARIAT AVEC SNCF VOYAGES ITALIA

SNCF VOYAGES **ITALIA**

3 RELATIONS PRIVILÉGIÉES AVEC CORSICA FERRIES



4 RELATIONS PRIVILÉGIÉES AVEC AIR CORSICA

 **AIR CORSICA**

5 RELATIONS AVEC TRENITALIA

 **TRENITALIA**
GRUPPO FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

Actions clefs

Des actions en synergie



**AMBASSADE
DE FRANCE
EN ITALIE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**CONSULAT
GÉNÉRAL
DE FRANCE
À MILAN**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**CONSULAT
GÉNÉRAL
DE FRANCE
À NAPLES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Alliance Française



Actions clefs

Des actions en synergie

NOS OBJECTIFS



DONNER ENVIE DE PARTIR EN FRANCE
AVANT ET ARRIÈRE-SAISON



ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS ITALIENS

- ① FAIRE EVOLUER LA PROGRAMMATION
- ② SOUTENIR LES VENTES



MESSAGE

LA DESTINATION FRANCE

- ① PROXIMITÉ
- ② DURABILITÉ
- ③ DIVERSITÉ DE L'OFFRE

NOS PRIORITÉS OPÉRATIONNELLES



MILAN - TURIN – BOLOGNE -
VENISE - ROME - NAPLES



CIBLES GRAND-PUBLIC

FAMILLES (3,9M)
DINKS / MILLENIALS (3,4M)
SENIORS (3,1M)



THÉMATIQUES

TOURISME DURABLE (NATURE)
CULTURE ET PATRIMOINE
OENOASTRONOMIE



MÉDIAS

PRESSE / INFLUENCEURS

NOS ACTIONS STRUCTURANTES 2024



MEDIATOUR
24 – 25 JANVIER 2024



CAMPAGNE EXPLORE FRANCE
A PARTIR DE MARS 2024



ROADSHOW FRANCIA
AVRIL 2024



MAGAZINE EXPLORE FRANCE
FIN MAI 2024



FORMATIONS FRANCEPERT
2024



OBSERVATION - VEILLE
2024

Actions clefs

Des Campagnes digitales & MultiMedia 2024

CAMPAGNE PANEUROPEENNE



CAMPAGNES DIGITALES DE NOTORIÉTÉ FRANCE

CAMPAGNES IMAGES NOTORIÉTÉ REGIONALES

CAMPAGNES DIGITALES DE CONVERSION

CAMPAGNES LOCALES



CAMPAGNES
REGIONALES
360°

*Corse, Les Iles de Guadeloupe,
Occitanie/Languedoc-Camargue*



CAMPAGNES
CUSTOMER
DRIVEN

72 heures en France



CAMPAGNES
THEMATIQUES

Convaincre le Grand Public

Actions clefs

Magazine Explore France 2023

SORTIE : MAI 2023 EN ITALIE

Explore France N.12

RWC 2023 • Enogastronomia • Natura • Lifestyle • Personaggi • Cultura • Arte di vivere • Sogna in grande, vivi slow

Explore France™ 

Più informazioni su www.france.fr

2023



8 MILLIONS IMPRESSIONS



PAPIER GREEN

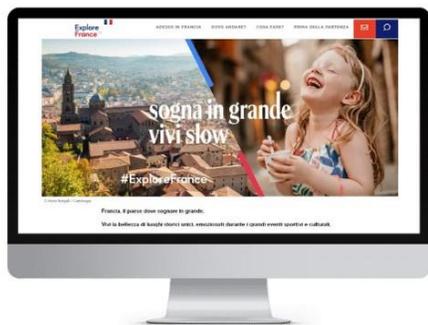


50.000 EXEMPLAIRES

Actions clefs

Des Campagnes digitales & MultiMedia 2024

+20,5% 
NOMBRE DE
PAGES VUES
EN 2022



SITE FRANCE.FR
1,5M
PAGES VUES

**MAGAZINE
EXPLORE FRANCE**
8M IMPS
35 000 EX

E-NEWSLETTERS
40 000
CONTACTS

FACEBOOK
128 500
FANS

25-30% 
TAUX D'OUVERTURE
DES CONTACTS ACTIF



+100% 
DIFFUSION
DIGITALE

+ 11% 
NOMBRE DE FANS
EN 2023 VS 2022



Actions clefs

Un investissement dans le tourisme durable : Actions Green France

AVRIL 2024

- *ROADSHOW FRANCIA TURISMO SLOW & NATURA*
- *CAMPAGNE DIGITALE : LA JOURNÉE DE LA TERRE*

JUIN 2024

- *CAMPAGNE PANEU EXPLORE FRANCE*

MAI 2024

- *MAGAZINE EXPLORE FRANCE*

JANVIER 2024

- *MÉDIATOUR FRANCIA : GREEN & BLUE*

SEPTEMBRE 2024

- *Webinaire Voyages et événements durables*
- *Conférence de presse Tourisme durable*



Actions clefs

Nos couvertures Green



FRANCE CONVENTION BUREAU SVILUPPO SOSTENIBILE



Choose France™
Powered by Atout France



Actions clefs

Campagne Explore France de notoriété et de conversion 2023



Actions clefs

Campagnes de notoriété et de conversion 2023



mi chjamu
CORSICA

Progetto cofinanziato da ReactEU

UNIONE EUROPEA

COLLETTIVITÀ di CORSICA
COLLECTIVITÈ di CORSE

Agencia di u Turistinu di a Corsica
Agence du Tourisme de la Corse

Sono mille viaggi da vivere a primavera

[visit.corsica](https://www.visit.corsica)

REC. ALACCO - STREPTON - PINNACOLI - AL 2013 - FOT. STEFANO ALESSANDRI

Actions clefs

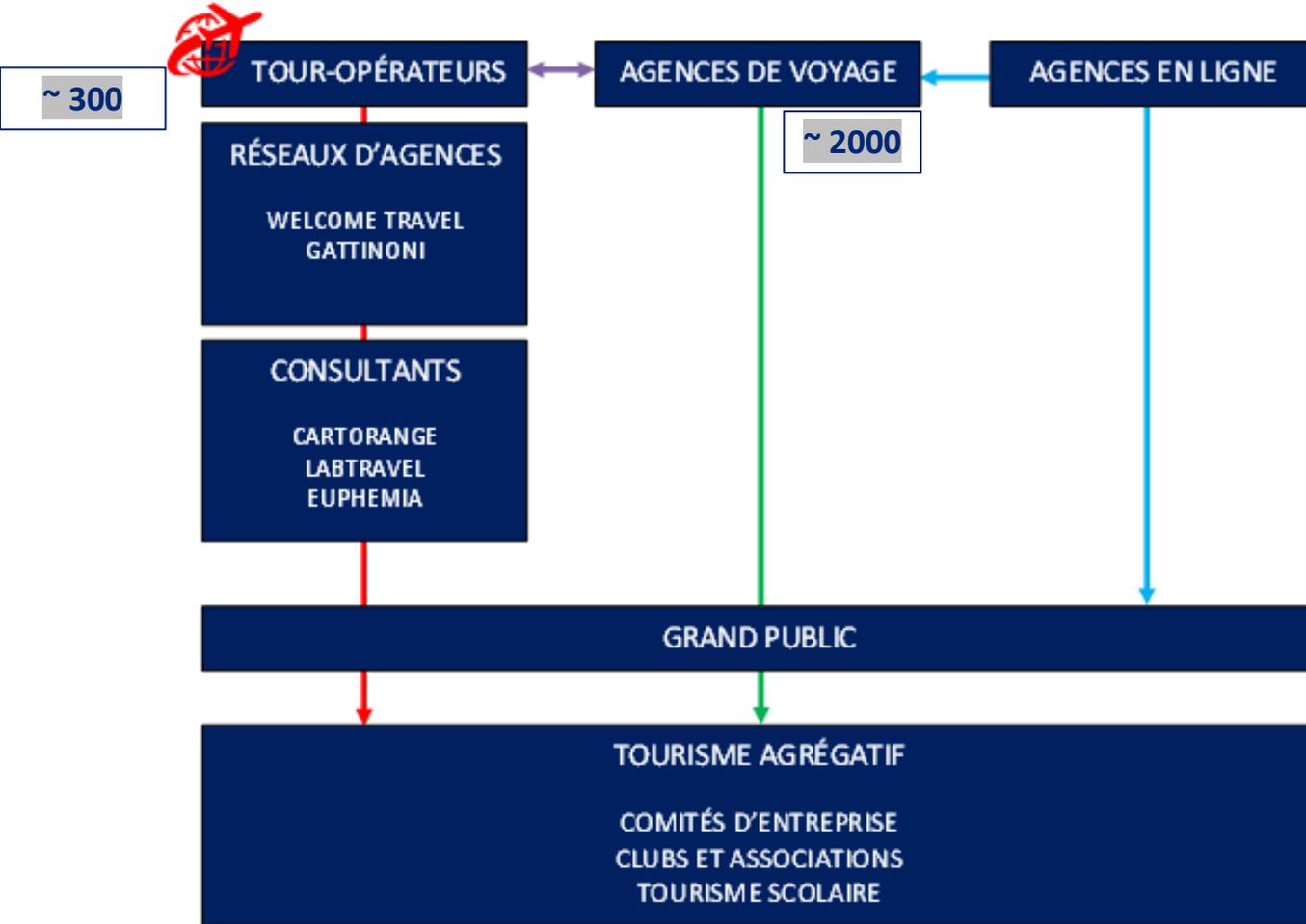
Campagnes de notoriété et de conversion 2023



Fidéliser les professionnels

Actions clefs

Organisation de la distribution touristique du produit France



Marché particulièrement dynamique vers la Destination France

Evolution de l'offre commerciale

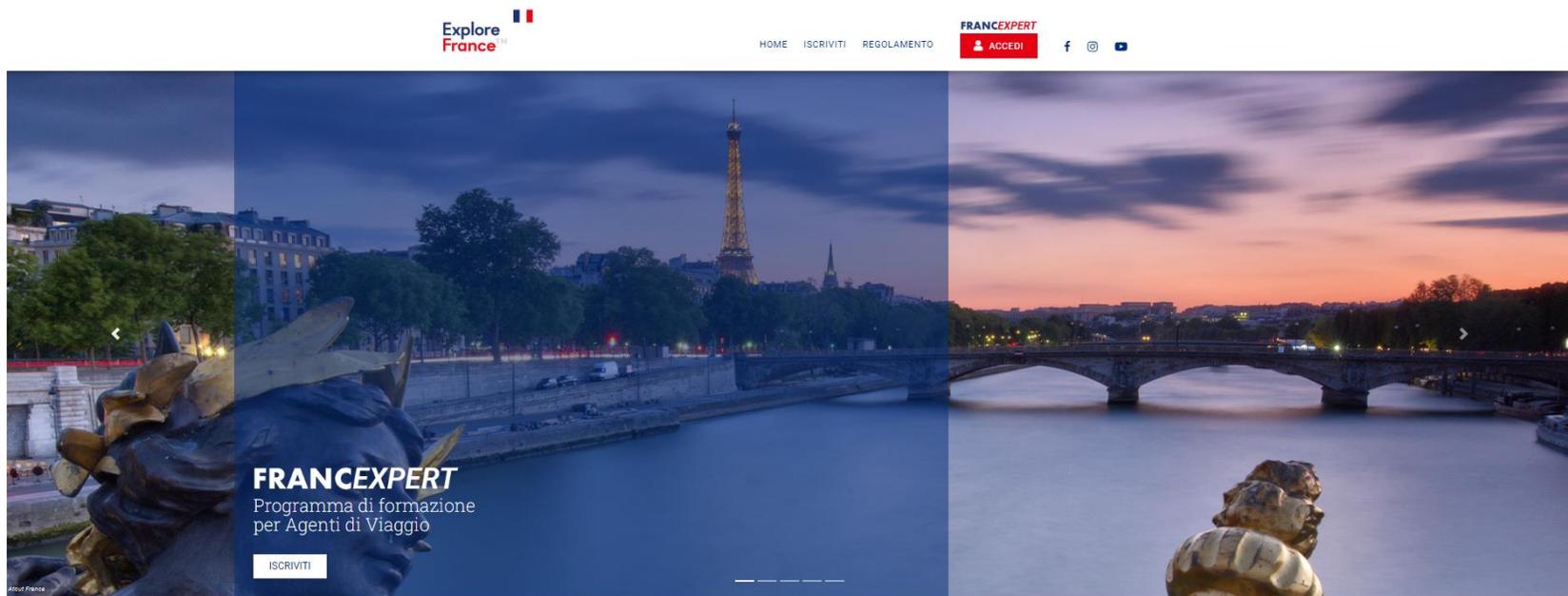
- Une offre de plus en plus régionale ;
- Valorisation des thématiques ;
- Valorisations de l'offre liée aux activités outdoor ;
- Offre liée au tourisme écoresponsable.

Evolution des pratiques commerciales

- Voyages sur mesure avec une approche plus personnalisée ;
- Retour des clients vers les intermédiaires ;
- Nouveaux outils de réservation des réseaux aux agents de voyage ;
- Davantage de réservations en ligne.

Actions clefs

Former les Professionnels → Formation FRANCEXPERT

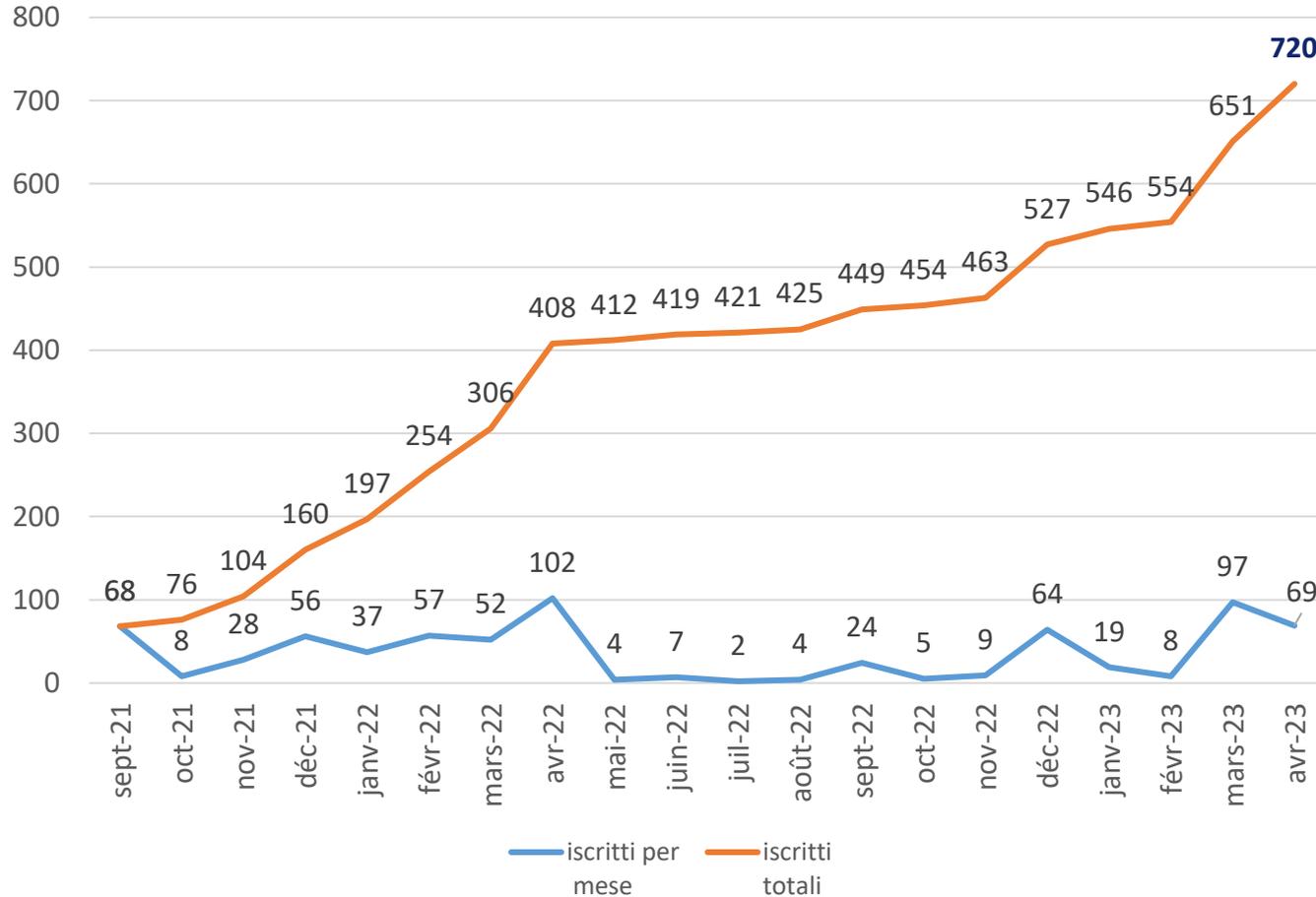


- **ACCÈS AU SUPPORT** : 17 MODULES RÉGIONAUX ET 15 MODULES THÉMATIQUES
- **CONTENUS ET NEWS** EN AVANT-PREMIÈRE DANS LA HOME PAGE
- **PARTENAIRES FRANÇAIS**
- **OBJECTIF 2023** : 1000 PROFESSIONNELS ITALIENS

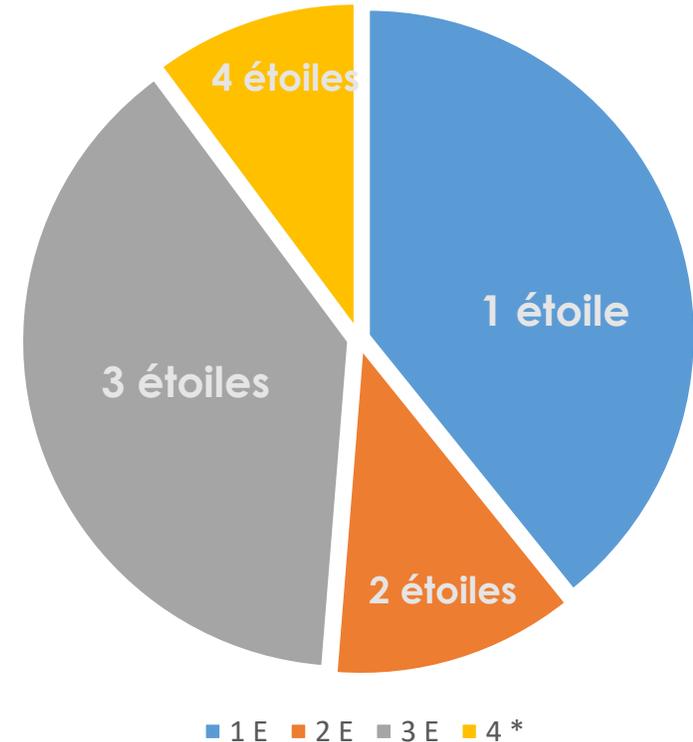


FORMER LES PROS → INSCRITS À FRANCEXPERT

Evolution des inscrits à la Formation FrancExpert



2020-2023



Actions clefs



**TOURNÉE B2B
ROADSHOW FRANCIA
2023
LOISIRS & MICE
18-20 AVRIL – ROME, TURIN ET VÉRONE
28 AVRIL - FORMAT DIGITAL**

**130 PROFESSIONNELS
~ 35 PARTENAIRES**



Actions clefs



**WORKSHOPS RÉGIONAUX
LOISIRS & MICE
LYON – GRAND EST – PIDF - EDIMAN
2023**



Actions clefs



**RUGBY WORLD CUP 2023
OFFICIAL HOSPITALITY PACKAGES**

PRESENTAZIONE - 25 MAGGIO 2023 - MILANO



Con la collaborazione di

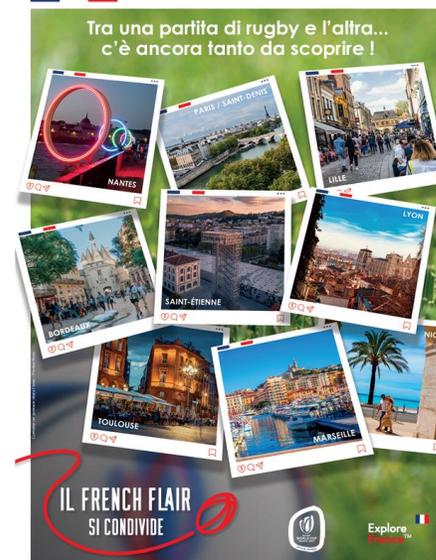


**GRANDS EVENEMENTS
DAIMANI
COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023
MICE
2023**

Una grande festa
del **RUGBY**
e dell'arte
di vivere



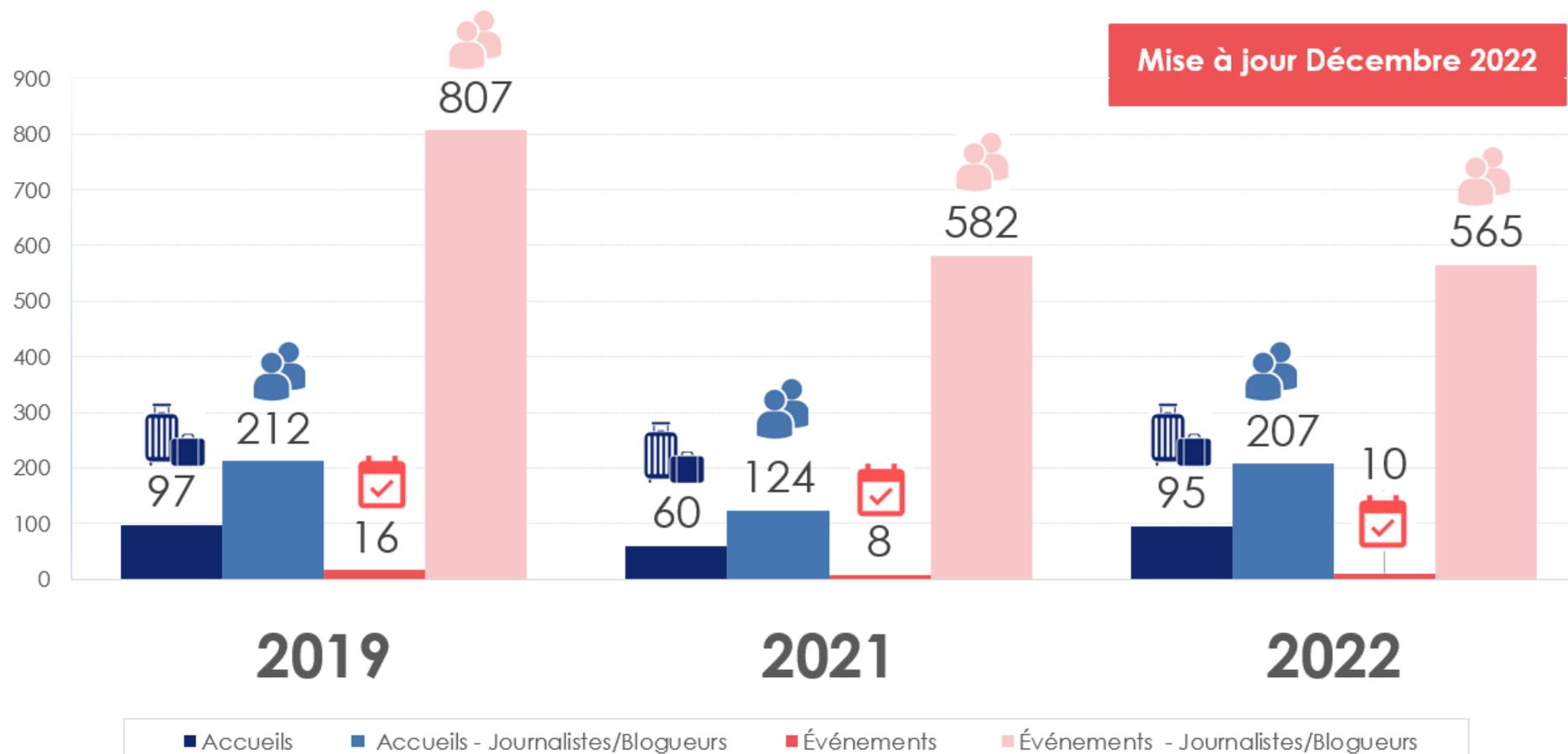
Explore
France™



Mobiliser les prescripteurs

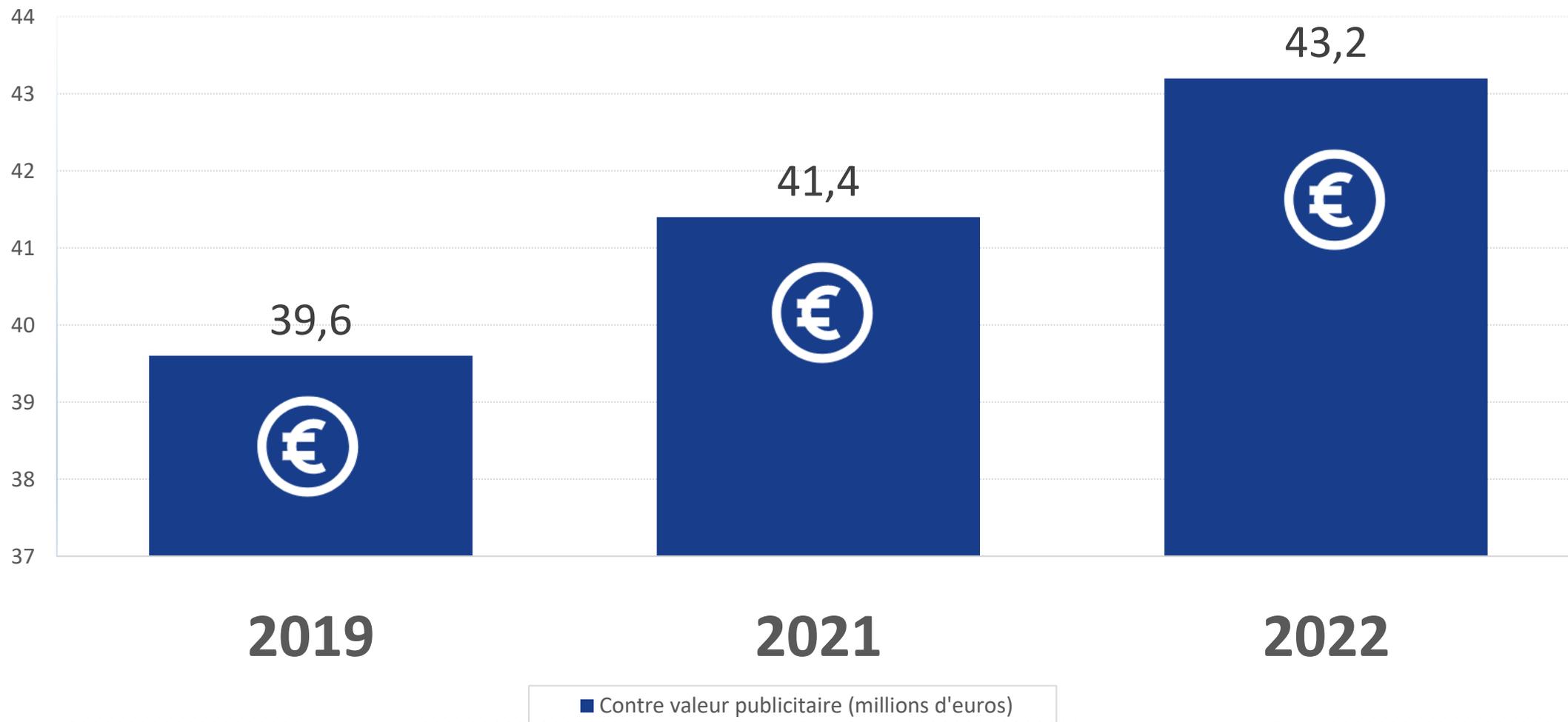
Actions clefs

Accueils et événements Presse



Actions clefs

Retombées Presse : Données France en Italie



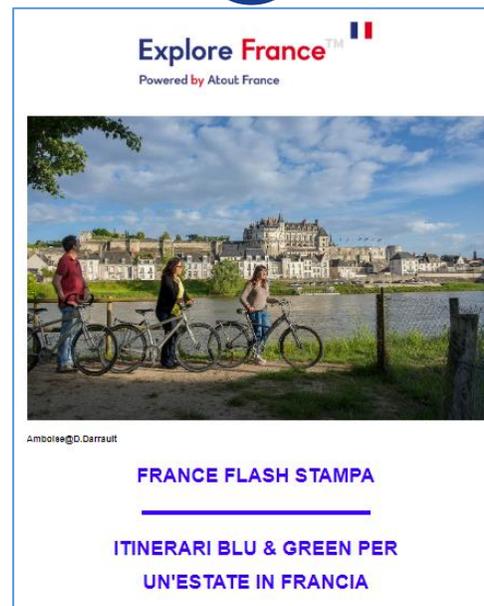
Actions clefs

Mobiliser les réseaux sociaux vers la Presse

1



2



3



1784 FOLLOWERS

TWITTER ATOUT FRANCE



900 CONTACTS PRESSE

NEWSLETTER EXPLORE FRANCE



1079 ABONNÉS +100% / 2021

LINKEDIN ATOUT FRANCE CORPORATE

Actions clefs



MEDIATOUR 2023
25 JANVIER – MILAN
26 JANVIER – FORMAT DIGITAL

160 JOURNALISTES
~ 37 PARTENAIRES



Actions clefs



MAGAZINE
EXPLORE FRANCE 2023
24 MAI 2023

Rome-Milan
155 JOURNALISTES



Informers nos partenaires

Informer nos partenaires

Informer nos partenaires

Chiffres clés | Marché

ITALIE

Quelques données économiques

- 58,9 MILLIONS d'habitants
- 29110,87 euro € PIB/habitant
- 36 700 € PIB/habitant Lombardie
- +3,7% PIB 2022

Saisonnalité

- 27% PRINTEMPS
- 14% AUTOMNE
- 41% ÉTÉ
- 14% HIVER
- Ponts : 25%
- dont Noël

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Modes de déplacement

- 70%
- 15%
- 10%

Principales destinations en France

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Taux de change

€

Données touristiques en 2022*

- 45 MILLIONS DE SEJOURS À L'ÉTRANGER
- +100% PAR RAPPORT À 2021
- ~7,4 MILLIONS DE TOURISTES ITALIENS EN FRANCE
- 3,5 MILLIARDS € DE RECETTES TOURISTIQUES
- ~6 JOURS = DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

* Données Banque d'Italie

Principaux bassins émetteurs

- MILAN
- TURIN - BOLOGNE - VENISE
- ROME - NAPLES

Profil voyageurs

- FRANCE : 1ÈRE DESTINATION ÉTRANGÈRE DES ITALIENS
- NORD DE L'ITALIE
- PROXIMITÉ CULTURELLE ET GÉOGRAPHIQUE
- COURTS ET LONGS SÉJOURS
- AVANT ET ARRIÈRE-SAISON
- SEGMENTS : FAMILLES - SENIORS - MILLENNIALS

TOP 3 des motivations de voyages en France

- Tourisme urbain et culturel
- Tourisme balnéaire
- Tourisme nature et montagne

CONTACT MARCHÉ ITALIE | frederic.meyer@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

DÉJÀ ADHÉRENT DEVENIR ADHÉRENT

CONNEXION

0 articles

> CLASSEMENTS > IMMATRICULATIONS

ENGLISH VERSION

🏠

☰

🔍

✉

f

🐦

in

YouTube

ITALIE

L'Italie, un marché essentiel pour la destination France

Poids du marché touristique italien :
Un marché prioritaire pour la destination France et les échanges économiques entre l'Italie et la France

Jusqu'à cette année, le secteur touristique français a bénéficié d'une nette reprise des arrivées italiennes avec plus de 7M de touristes pour près de 42M de nuitées. L'Italie s'est affirmée comme le 4^{ème} marché international pour la Destination France.

Marchés suivis par le Bureau :

- Italie
- Grèce

TOUS LES MARCHÉS

ACTIONS SUR LE MARCHÉ

- France Meeting Challenge Eductour +
- "Etape" MICE dans la Tournée Roadshow Francia Accueil presse/influence Workshop présentiel +
- Tournée Roadshow Francia Workshop virtuel +
- Campagne digitale OTA Campagne digitale et media sociaux +

> VOIR TOUTES LES ACTIONS

Informers nos partenaires

Anticiper, Observer : Une veille permanente

ATOUT FRANCE
Agence pour le soutien
des touristes étrangers

VEILLE PERMANENTE
ATOUT FRANCE EN ITALIE

BENCHnotes
Analyse de l'actualité

21.06.2022

PNRR ITALIA DOMANI ET LA RELANCE DU TOURISME

Le plan national de relance et de résilience (PNRR) a été approuvé par décision du Conseil des Ministres (COM) le 12 Juin 2022 qui a accordé à l'Italie 164,5 milliards d'euros.

- Le budget s'élève à 319,4 milliards de dépenses nationales et 25 milliards de dépenses de l'Union, le budget d'aide à la relance pour la cohésion et les territoires de l'Europe pour un montant global de 232,6 Md€.
- Cet investissement est réparti sur 5 ans entre 2020 et 2026.
- L'ensemble de ces budgets sera financé par des fonds de l'Union, mais ne sont pas attribués aux territoires directement.

Le tourisme fait partie de la Mission 2, composée de 2 volet à l'initiative et Culture 4.0 y, dont lequel le gouvernement italien prévoit 16,80 Md€ C. dont 2,4 Md€ C consacrés spécifiquement au Tourisme.

Pour la première fois, les fonds européens financent un programme de relance post pandémie de 250 milliards d'euros pour les pays de l'UE. Le plan d'intervention européen a été baptisé « Next Generation EU » (NGEU), souvent appelé dans les médias à « Fonds de relance ».

Les ressources de NGEU financent les plans d'intervention de chaque pays membres. Le NGEU de l'Italie, soumis à la Commission le 30 avril 2021, a été approuvé le 22 juin. Pour l'Italie, premier bénéficiaire du Fonds de relance, les subventions ne pas rembourser s'élèvent à 68,90 milliards d'euros (36%), les prêts à rembourser à 122,6 milliards d'euros (64%).

PRODIGE, DURABILITE, ENTREPRENEURIALITE, INNOVATION, SUSTAINABILITY

« Je suis convaincu que nous réussirons à mettre en œuvre ce plan. Je suis sûr que l'expérience, l'expertise et le savoir de l'Agence d'orientation sur la transition, la terre et les intérêts particuliers », a dit Marco D'Adda le 26 avril 2021.

1

ATOUT FRANCE
Agence pour le soutien
des touristes étrangers

VEILLE PERMANENTE
ATOUT FRANCE EN ITALIE

BENCHnotes
Analyse de l'actualité

21.06.2022

DEVELOPPEMENT ET TOURISME DURABLES EN ITALIE

➢ STRATEGIE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

L'Agenda 2030 pour le développement durable est un programme d'action pour les personnes, la planète et la prospérité. Signé le 25 septembre 2015 par les gouvernements des 193 pays membres des Nations Unies et approuvé par l'Assemblée générale des Nations Unies, l'agenda comprend 17 objectifs de développement durable, 2030 (Durabilité Développement Social) - éradiquer dans un programme d'action plus large comprenant 109 cibles à atteindre dans les domaines environnemental, économique, social et institutionnel et 2030.

AGENDA 2030

OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE
17 Objectifs de Développement Durable

Chaque pays de la planète doit contribuer à relever ces défis majeurs vers une voie durable et développer sa propre stratégie nationale de développement durable. En Italie, la salle de contrôle "Biosphere Italia" a été créée, l'organe de travail ministériel chargé de "surveiller, contrôler, mesurer et améliorer les politiques de tous les ministères au nom du bien-être des citoyens". Un outil qui permettra au gouvernement de promouvoir un bien-être équitable et durable à travers la définition de nouvelles approches et de nouvelles politiques.

Régénération équitable et durable des territoires, mobilité et cohésion territoriale, transition énergétique, qualité de vie, économie circulaire sont les cinq macro-domaines dans lesquels se développent ses lignes programmatiques. Ils mettent la personne au centre et visent à promouvoir des modes de vie sains, à définir des modes de vie équilibrés, à concevoir des conditions de vie durables, à préserver des valeurs et le développement humain et la formation continue.

1

ATOUT FRANCE
Agence pour le soutien
des touristes étrangers

VEILLE PERMANENTE
ATOUT FRANCE EN ITALIE

BENCHnotes
Analyse de l'actualité

15.04.2022

UKRAINI - ENI

ENI ne se prononce pas du niveau de la commercialisation sur la guerre ni sur le marché russe. Aucun point sur les réseaux sociaux ENI, 80% de l'Agence ou ceux de son CEO, Roberto Danneberg (qui a un profil très actif sur les RS), ni des communiqués de presse ou d'articles sur ses sites. On retrouve juste quelques déclarations de la part de son président Palmucci et du Ministre Coraggio.

ENI a décidé de ne pas partir pour Moscou. « Nous respirons enfin après deux ans de Covid, maintenant il est difficile d'être confronté à une autre agression, qui est si lourde et si grave ». Ce sont les mots de Giorgio Palmucci, président de l'Eni. L'agence avait prévu de participer dans les semaines à venir, avec certaines régions italiennes, à un salon du tourisme à Moscou. « Il est évident que nous ne participerons pas », a ajouté M. Palmucci. « Nous attendons dans l'espoir qu'une solution autre que la guerre soit trouvée. Le tourisme russe est très important pour notre pays, qui l'a complètement perdu ces deux dernières années en raison de la pandémie. Depuis le mois de mars, nous étions prêts à repartir, sans prérequis obligatoires et sans limitation du vaccin Sputnik, mais la loi n'est de courte durée ».

L'explosion du conflit entre la Russie et l'Ukraine risque de frapper à nouveau le secteur. Avant la crise Covid, le marché russe en Italie générait environ 1,7 million d'arrivées et 3,8 millions de dépenses. En plus, les Russes sont traditionnellement un peuple qui dépense beaucoup : en 2019, ils ont dépensé plus de 980 millions en Italie, ce qui représente 2,7% des dépenses totales des voyageurs étrangers dans le Bel Paese. Un marché qui a connu l'un de ses plus forts moments au printemps : l'ouverture de la ligne aéroterrestre Rome-Moscou le 24 avril. L'Agence a généré 175 000 nuitées de touristes russes et près de 20 millions d'euros de chiffre d'affaires pour les activités d'hébergement et restauration. Et ce n'est pas tout : l'impact que la guerre aura sur le tourisme nord-américain reste à voir. Il est en effet possible que la présence d'un conflit rende les Américains et les Canadiens moins enclins à voyager en Europe.

Les mots du ministre Coraggio : « La guerre est une situation tellement récente qu'il n'est pas possible de disposer de données. Nous avons des signes très positifs suite à l'assouplissement des restrictions, mais la guerre a changé le scénario. Nous avons un paquet d'amendements au décret Sottogoli Ter qui 200 millions d'euros d'interventions supplémentaires. C'est à cet égard, nous espérons sortir de la phase de soutien, d'interventions notamment l'aide de distribution. Il faudra notamment évaluer l'impact de cette terrible nouvelle », probablement un nouveau soutien au secteur est en voie.

1

ATOUT FRANCE
Agence pour le soutien
des touristes étrangers

VEILLE PERMANENTE - CONCURRENCE
ATOUT AVANCE EN ITALIE

BENCHnotes
Analyse de l'actualité

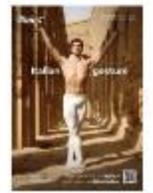
10.05.2022

ENIT LANCE SA NOUVELLE CAMPAGNE AMBASSADOR ET SES AXES DE DEVELOPPEMENT



Conférence de presse ENIT - Milan, le 8 Mai 2022

Le tourisme en Italie redémarre. Le Ministère du Tourisme Italien et l'ENIT visent à conquérir le grand public international, en collaboration avec les Régions, en partenariat avec l'Eurovision Song Contest et le Giro d'Italia et avec le soutien du CONI, grâce à une campagne de promotion touristique à destination de multiples nations dans le monde. Au cœur du projet, en tant qu'ambassadeurs, se trouvent quelques-uns des visages les plus connus représentant l'excellence de l'Italie : du sport à l'art, de la gastronomie à la culture, avec des témoignages de secteurs représentatifs de l'icôneographie du Bel Paese, capturés par la caméra du très italien Julian Hargreaves (pour Federico Pellegri, Massimo Bottura, Stefano Boeri, Renzo Rosso), et de celle de Ludeno Romano (qui a signé les magnifiques clichés de Rome et d'Agrigente avec Roberto Belle). Et aussi les photos offertes par Bebe Vio, immortalisée par ses amis lors de vacances sur l'île d'Elbe, ou Marco Balich, photographié par son fils sur la splendide Piazza dei Plebiscito de sa Naples natale.

Sources : enit.it - www.ministeroturismo.gov.it - RCS de www.italia.it

1

Informer nos partenaires

Notes de structure et de conjoncture



Actions clefs

Notes de structure et de conjoncture



Atout France en Italie

Contacts

Atout France en Italie



Frédéric MEYER
Coordinateur Europe du Sud
Directeur Italie Grèce Suisse
frédéric.meyer@atout-france.fr



Alexandre BEZARDIN
Adjoint au Directeur
alexandre.bezardin@atout-france.fr



Barbara LOVATO
Service Presse
Communication & PR
barbara.lovato@atout-france.fr



Annalisa ROLLA
Service Tourisme d'Affaires
annalisa.rolla@atout-france.fr



Valentina CODAZZI
Service E-marketing - Editions
valentina.codazzi@atout-france.fr



Service Promotion Commerciale
Francesca MINNITI
francesca.minniti@atout-france.fr



Chiara CASERINI
chiara.caserini@atout-france.fr

Atout France -Agenzia per lo sviluppo del turismo francese
Via Aurelio Saffi 21 - 20123 Milan Italie
Tél : +39 02 58 48 657 * Fax : +39 02 58 48 62 22



[COMPTE LINKEDIN CORPORATE](#) - [COMPTE LINKEDIN MICE](#)
[COMPTE TWITTER PRESSE](#)
[COMPTE FACEBOOK GP](#)
[COMPTE INSTAGRAM](#)



Journées Partenariales

Du 13 au 15 juin 2022

Pour en savoir plus :
www.atout-france.fr