

Italie

La France s’impose comme une destination incontournable pour les Italiens, portée par une relation de confiance durable et un attrait qui ne se dément pas.

En 2025, 7,7 millions d’arrivées italiennes ont été enregistrées en France, confirmant la solidité de ce marché, tandis que les recettes touristiques ont atteint un nouveau record à 4,044 milliards d’euros (3,77 milliards en 2024). Cette dynamique illustre l’attachement des voyageurs italiens à la destination France, qui reste l’une de leurs préférées à l'international.

Proche, accessible et parfaitement connectée, la France bénéficie d’un maillage de liaisons aériennes, ferroviaires et routières qui facilite les séjours courts comme les escapades plus longues. Cette facilité d’accès nourrit un flux de visiteurs régulier tout au long de l’année, renforçant encore l’attractivité de la destination.

Au-delà de sa proximité, la France séduit les Italiens par la richesse de son art de vivre, son patrimoine, sa culture et la qualité de ses expériences. L’authenticité, la découverte des espaces de pleine nature et de montagne, figurent parmi les attentes fortes de cette clientèle en quête de séjours inspirants et mémorables.

Chiffres clés

7,7 mio
Arrivées en France en 2025

4,04 Mds €
Recettes pour la destination France en 2025

5è
marché international pour la destination France

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

- Population : 58,9 millions d'habitants (2025)
- PIB 2025 : +0,5%.
- Prévision PIB 2026 : +0,8%
- PIB/Habitant 2025 : 38 310 € (prix constants)
- Taux d'inflation (prévision année 2026) : 2,6%, puis retour sous 2% en 2027 et 2028
- Taux de chômage (juin 2026) : 5,7%

Sources : ISTAT – EUROSTAT

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

La destination France demeure la **première destination étrangère des touristes italiens en toutes saisons**.
Nos principaux concurrents restent l'Espagne, ainsi que la Grèce durant la saison estivale. A signaler que d'autres destinations comme le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche, la Croatie, la Suisse, les Etats-Unis ou le Portugal tirent dans une moindre mesure leur épingle du jeu le reste de l'année.

- Nombre d'arrivées en France : **7,7 M en 2025,** stable v. 2024
- Recettes pour la destination France : **4,044 Mds € en 2025** / 3,77 Mds en 2024
- **5ème marché international** pour la destination France
- Durée moyenne de séjour : 8 jours
- Modes de transport : 70% voiture, 15% avion, 10% train, 5% autre moyen
- Connectivité arienne : 10 compagnies aériennes au départ de 19 aéroports italiens vers 15 aéroports français ; forte présence d'Air France et des low-costs (in/outgoing).
- Liaisons ferroviaires : 5 AR quotidiens entre Milan / Turin et Paris / Lyon / Mâcon / Maurienne.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales raisons de choisir la France
Les proximités géographiques et culturelles, l'attachement des Italiens à la France, le dépaysement sans un long voyage, la diversité de l'offre avec en particulier les destinations d'Outre-mer, nos 4 saisons et nos fondamentaux (Offre culturelle, séjours balnéaires, œnotourisme et gastronomie, événements, espaces naturels et de montagne) et une expérience touristique en phase avec l'environnement et la nature.

Profil des voyageurs

- Repeaters : 70% / First timers : 30%
- Bassins émetteurs : 70% Nord de l'Italie / 20% Centre et Sud de l'Italie / 10% Iles
- Familles : 25% / Millenials-DINKs : 21% / Seniors : 20%
- Voyage loisirs : 80% / Voyage affaires : 20%
- Moyenne d'âge : 45 ans (vieillissement de la population)

Activités favorites

- Culture et patrimoine
- Œnotourisme et gastronomie
- City Breaks
- Littoral
- Montagne (hiver et été)

Place du tourisme d'affaires
Le tourisme d'affaires génère 1/3 des recettes touristiques (1Md €) avec beaucoup de demandes pour l'organisation de conventions/séminaires.

Destinations favorites en France

- Paris - Ile de France
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Occitanie / Grand Est
- Auvergne-Rhône-Alpes
- Corse

Sensibilité au tourisme durable
Un comportement plus individuel avec une attention plus grande pour l’utilisation de moyens de transports durables. La recherche d’un tourisme responsable et de grands espaces est un facteur important dans les besoins et les choix des consommateurs.

Mode de réservation
La clientèle individuelle a pour habitude à 90% de réserver directement auprès des structures et en dernière minute. L'intermédiation représente 10% des réservations et principalement pour les destinations de l'Outre-mer. S'agissant des groupes, l'intermédiation représente 90% des ventes.

Saisonnalité

- Printemps : 27%
- Eté : 41%
- Automne : 16%
- Hiver : 16%

Connectivité
La destination France est dotée d’une accessibilité directe en nette progression avec des dessertes aériennes nombreuses vers la France et les régions françaises depuis Rome, Milan mais aussi des régions italiennes, et d'une offre de 5 AR quotidiens en train. La France est également facilement accessible en voiture pour plus de 60% des clientèles familiales, millenials et seniors du Nord de l’Italie notamment.

Phases d'inspiration et de réservation pour chaque saison
Printemps - Inspiration : Janvier-Février - Réservation : Février-Avril
Eté - Inspiration : Février-Avril - Réservation : Avril-Juillet
Automne - Inspiration : Août-Septembre - Réservation : Septembre-Octobre
Hiver - Inspiration : Septembre-Novembre - Réservation : Novembre-Décembre 4.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder le marché italien
Au cours des dernière années, nos actions ont évolué pour s'adapter aux nouvelles réalités du marché italien et en assurant un travail d'accompagnement et/ou partenarial avec les professionnels et la presse italienne pour la mise en place de campagnes de communication et de promotion ciblées, déclinées sur les thématiques les plus pertinentes à destination du grand public.
Au cours des dernière années, nos actions ont évolué pour s'adapter aux nouvelles réalités du marché italien et en assurant un travail d'accompagnement et/ou partenarial avec les professionnels et la presse italienne pour la mise en place de campagnes de communication et de promotion ciblées, déclinées sur les thématiques les plus pertinentes à destination du grand public.

- Maintenir nos avantages concurrentiels et notre rôle de leader sur le marché italien en positionnant la destination France comme la solution qui allie proximité, diversité et facilité ;
- Délivrer un message positif et d'attractivité de la destination France sur la qualité et la durabilité de son offre, et sur la diversité de l'offre touristique ;
- Avoir une approche segmentée et s'adresser spécifiquement à nos cibles prioritaires : familles, millenials/DINKs et empty nesters avec plus d'accompagnement, dont le comportement de consommation est encore plus marqué (notamment saisonnalité) ;
- Donner envie de partir en France en avant et arrière-saison ;
- Communiquer de manière permanente sur le slow tourisme, le cyclotourisme, le patrimoine naturel et préservé de de la destination France ;
- Accompagner les professionnels italiens pour faire évoluer la programmation commerciale et soutenir les ventes ;
- Mobiliser et accompagner de façon plus segmentée l'ensemble des prescripteurs de la presse media pour accroître notre couverture médiatique ;
- Renforcer la veille et l'analyse sectorielle du marché, des media, de la distribution.

Tendances principales 2025

- Une envie de voyager toujours forte des Italiens avec des intentions de séjours en France qui continuent à progresser ;
- Un comportement plus individuel avec une attention plus grande pour l'utilisation de moyens de transports durables
- La recherche d'un tourisme responsable et de grands espaces est un facteur important dans les besoins et les choix des consommateurs ;
- Une accessibilité renforcée des transports aériens mais aussi ferroviaires ;
- L'utilisation accrue de solutions digitales dans l'ensemble du process : pour préparer son séjour (prise d'information, réservation), sur place pour éviter la foule, les attentes les bouchons et dans le retour d'expérience (commentaires témoignages) ;
- Anticipation des réservations via les OTA, de 21 jours à 90 jours avant le séjour ;
- Une attention particulière aux grands événements de renommée internationale.
- Le bureau produit et met en ligne sur atout-france.fr plusieurs types de documents réguliers : notes de conjoncture, notes sectorielles et de prospection. La mise en place des correspondants de veille permet une mise en perspective de nos travaux de veille au niveau européen, puis mondial.
- Un suivi de la presse spécifique en fonction du contexte est effectuée quotidiennement.
- Un suivi homogène de la distribution et poursuite des formations FrancExpert en 2025.

Les notes de veille internationale

> Atout France propose à ses adhérents de tout savoir sur les habitudes de voyages des clientèles internationales en France grâce à ses Notes de veille rédigées par les équipes de son réseau international. Consulter Les notes de veille internationale (contenu réservé aux adhérents)

Webinaires Atout France Live !

Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2027.
Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d’actions 2027, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.
En 1h, les directeur·trices d'Atout France à l’international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions BtoB, BtoC et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

Retrouver le webinaire dédié à la Région latine

Le marché Italie en un clin d'oeil

Chiffres clés | marché

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

ITALIE

Quelques données économiques

- 58,9 MILLIONS d'habitants
- 38,310 € PIB/habitant (2025)
- +0,5% CROISSANCE de l'économie en 2025

Saisonnalité

- 28% PRINTEMPS
- 16% AUTOMNE
- 40% ÉTÉ Dont septembre
- 16% HIVER dont Noël

Périodes de réservation

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

Principales destinations en France



Taux de change

Données touristiques 2025

- **38,4** Millions de séjours à l'étranger en 2024 (+9%)
- **stable** Marché porteur résilient
- **7,7** Millions d'arrivées en 2025 (5e clientèle, stable)
- **4,04** Milliards de recettes touristiques en France
- **7,2** Nuitées = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



- ✓ Milan
- ✓ Turin – Bologne – Venise
- ✓ Rome – Naples
- ✓ 70% séjours depuis Italie du Nord

Profil voyageurs

FRANCE : 1e destination des Italiens à l'étranger.
Segments : Familles > seniors actifs > DINKs > Millenials
Vacances scolaires estivales de trois mois (juin – septembre)
Ponts : env. 25% des flux annuels.
Courts-séjours : 70% des séjours (ailes saison)
Modes de transport : 49% aérien ; 34% route ; 19% ferroviaire.

TOP 3 des motivations de voyages en France

2. Tourisme littoral
1. Tourisme culturel et urbain
3. Nature et montagne

Puis oenotourisme / gastronomie, shopping, tourisme spirituel, cyclotourisme, outremers

Contact marché Italie | sandrine.buffenoir@atout-france.fr