



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

Baromètre

Marché italien

Mars 2024



Sommaire

PAGE

 SYNTHÈSE	01
---	-----------

 CONJONCTURE & PROSPECTIVE	03
--	-----------

Contexte économique	03
---------------------	----

Économie touristique	05
----------------------	----

 MOBILITÉ FRANCE – ITALIE	06
---	-----------

Aérien	06
--------	----

Ferroviaire et routier	06
------------------------	----

 FAITS MARQUANTS	07
--	-----------

À court terme	07
---------------	----

À moyen et long terme	07
-----------------------	----

 ANNEXES	08
--	-----------

DES ÉCHANGES TOURISTIQUES INTENSES ENTRE L'ITALIE ET LA FRANCE

L'Italie est un marché de proximité et d'opportunité, de tout premier plan pour la destination France : 4ème clientèle internationale avec 8 millions d'arrivées touristiques (+17,3%/2022), et 3,8 milliards d'euros de recettes touristiques générées (+10%/2022) dont un tiers provenant du tourisme d'affaires. La France reste la première destination étrangère des visiteurs italiens en toutes saisons, pour une durée moyenne des séjours de 6 jours, générant ainsi près de 48 millions de nuitées touristiques italiennes en 2023.

Dotée d'une accessibilité directe en progression en 2024 - 1123 connexions aériennes hebdomadaires directes pour l'été 2024 et d'une offre ferroviaire de l'ordre de 35 liaisons (fermeture temporaire des lignes jusqu'au 2nd semestre 2024) - la France est également facilement accessible en voiture avec 515 km de frontières communes. 70% du trafic provient du Nord-Est de l'Italie et concerne des clientèles familiales, millenials et seniors actifs.

En l'absence de vacances scolaires régulières, comme c'est le cas en France, l'Italie bénéficie de vacances estivales particulièrement longues de 3 mois de juin à mi-septembre. La destination France concentre en toutes saisons des flux touristiques, notamment en provenance de l'Italie, grâce aux jours fériés et aux ponts qui encouragent les courts séjours.

La clientèle italienne est assez mature, toujours plus autonome et relativement intermédiée ; le réseau de professionnels italiens reste un composant clef de la vente de la destination France en Italie : structuré, qualitatif, il s'adresse à des clients bien spécifiques, les individuels mais aussi les groupes, les associations, pour les séjours en outre-mer ou les séjours à thèmes (gastronomique et culturel, bien être) pour lesquels les Italiens ont recours à des spécialistes. La formation des professionnels est recherchée et constitue un atout de notre destination pour les fidéliser et encourager une programmation commerciale toujours plus novatrice.

Le marché italien s'affirme comme le marché européen ayant le plus d'affinités culturelles avec la France ; il affiche également une maturité hétérogène, liée à une disparité socio-économique nord-sud. Il dispose de bassins émetteurs puissants, à l'image de la bande nord de l'Italie ou de Rome mais aussi de poches de clientèles comme Naples, Bologne, Florence et Turin.

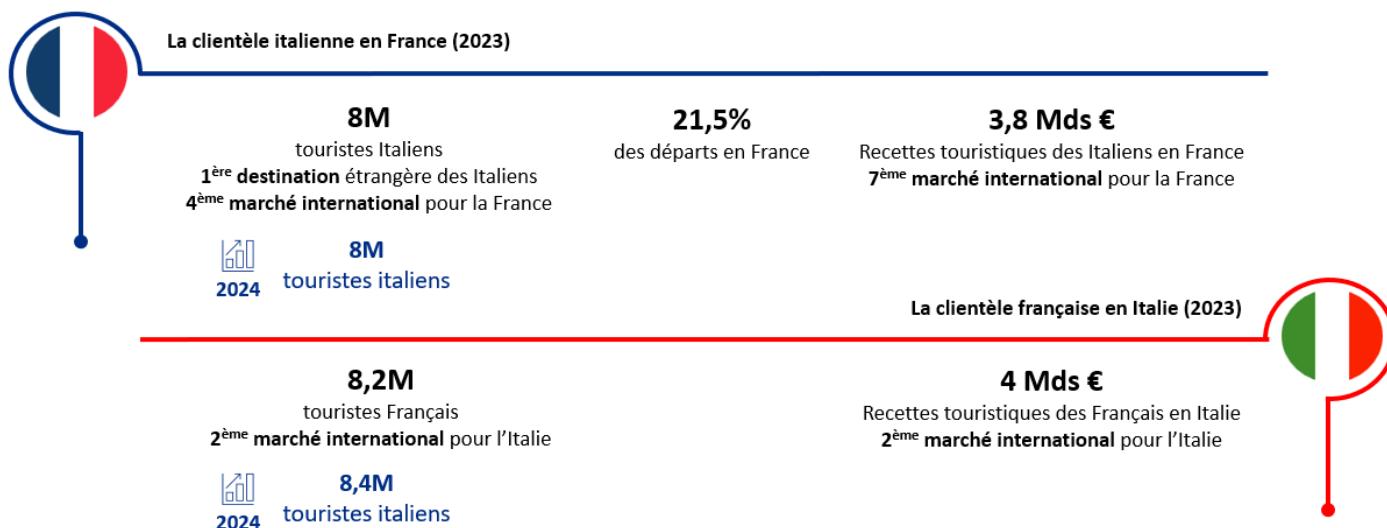
L'année 2023 aura été marquée par un flux croissant des Italiens en France avec des destinations particulièrement recherchées, telles que Paris et sa région, Provence-Alpes Côte d'Azur, la Corse, les Châteaux de la Loire, mais également le Grand-Est, la Normandie et la Bretagne. La France est la 1ère destination étrangère des Italiens.

Le segment du tourisme d'affaires est à nouveau porteur et son poids reste important pour la destination France : environ un tiers des recettes touristiques italiennes en France. Il est très intermédié et fait le lien avec les secteurs industriels italiens « producteurs » d'événements et de rencontres professionnelles : pharmacie, chimie, finance, assurances, media.

La sensibilité au respect de l'environnement est de plus en plus forte en Italie notamment pour les clientèles millenials. L'engagement de la destination France pour un tourisme plus durable est remarqué et apprécié ; il donne envie d'expérimenter nos littoraux, nos activités de plein air (randonnée, vélo) mais également notre art de vivre et notre vie culturelle. Au-delà de la voiture, le train est toujours plus plébiscité pour visiter la France en raison de son prix et de son empreinte carbone plus limitée.

En 2024, le festival Normandie Impressionnisme, les grands événements sportifs tels que les Jeux Olympiques et Paralympiques à Paris, fourniront aux Italiens des raisons supplémentaires pour visiter la France ; le grand départ du Tour de France 2024 en Toscane sera de même un moment fort et très suivi par toute l'Italie, et nous permettra de valoriser notre offre cyclotouristique et vélo.

Fréquentations et recettes touristiques



CONTEXTE ÉCONOMIQUE

Traité de coopération renforcée entre la France et l'Italie, dit "traité du Quirinal" a été signé le 26 novembre 2021.

Italie : 2^{ème} partenaire commercial de la France et 5^{ème} investisseur étranger en France

Importations en France : 53 Md€

Investissements en France : 53,7 Md€ •

Italie : 5^{ème} investisseur étranger •

Exportations en Italie : 54,5 Md€

Investissements en Italie : 87,3 Md€

France : 1^{er} investisseur étranger

Solde commercial français avec l'Italie (2022) : +1,5Md€

→ Principaux segments d'échanges commerciaux : produits de l'industrie mécaniques et électrique, matériels de transport, produits de l'industrie pharmaceutique, produits textiles.

En 2023, la reprise de l'économie italienne a connu un ralentissement par à-coups. Après avoir soutenu la croissance au premier semestre, l'investissement s'est inscrit en léger recul. De son côté, la consommation des ménages a surpris à la hausse (+1,5 % par rapport au T4 2022). Les ménages ont bénéficié d'une amélioration significative des conditions du marché du travail et d'un reflux de l'inflation et leur confiance s'est redressée, ce qui a permis de soutenir les dépenses privées.

Les dernières enquêtes de conjoncture de janvier menées auprès des entreprises italiennes indiquent des signes de reprise du secteur privé, soutenue par les services, pour lesquels le PMI repasse en zone d'expansion, après six mois en zone de contraction. Les entreprises interrogées signalent désormais une hausse des nouvelles affaires à venir, entraînant l'emploi dans son sillage.

Le marché du travail poursuit son redressement, affichant en décembre une nouvelle baisse du taux de chômage – à son niveau le plus bas depuis quinze ans (7,2%) –, une augmentation du volume total des emplois (+13 727 sur un mois, 23,7 millions), et une progression du taux d'emploi (61,9%). Cette robustesse, associée à la très forte croissance des salaires enregistrée en décembre (+7,9% en glissement annuel), devrait continuer de soutenir le pouvoir d'achat des ménages et la consommation privée pour les prochains mois, principal moteur de croissance.

La baisse des importations induite à la fois par le ralentissement de l'investissement et de la consommation en biens durables devrait quant à elle se poursuivre, favorisant une continuation positive du commerce extérieur et un rétablissement des excédents courants.

Enfin, la croissance du PIB devrait ralentir d'un 0,7 % en 2023 à 0,6% en 2024. Les effets de la baisse des taux n'étant pleinement visibles qu'en fin d'année, l'impact de la normalisation de la politique monétaire ne devrait se traduire par une croissance plus soutenue qu'à partir de 2025.

POUR INFORMATION

Président : Sergio MATTARELLA (depuis le 3 février 2015)

→ Prochaines élections Présidentielles : 2029

Présidente du Conseil des Ministres : Giorgia MELONI (depuis le 22 octobre 2022)

→ Prochaines élections Législatives : septembre 2027

LA FRANCE, UNE DESTINATION DE PREMIER CHOIX POUR LES ITALIENS¹

Le marché italien demeure important pour l'Hexagone, se positionnant comme le quatrième marché international pour la Destination France, après l'Allemagne, la Belgique et le Royaume-Uni. La relation entre l'Italie et la France, déjà solide, est encore plus dynamique.

L'évolution récente de la mobilité touristique italienne vers la France reflète une tendance très positive depuis la reprise en 2021. Cette dynamique se maintient malgré le contexte économique italien en 2023, marqué par un taux d'inflation de +4,5% et d'un PIB par habitant de 34 635,98€.

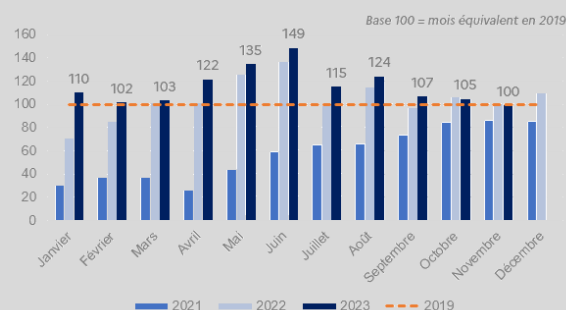
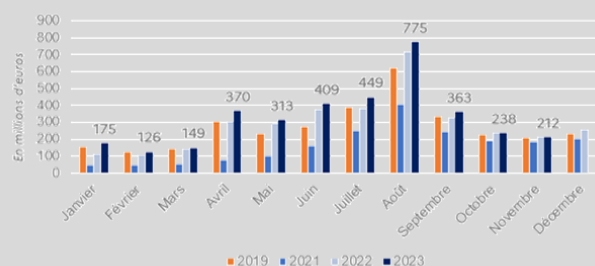
Cette dynamique favorable démontre clairement l'attrait continu de la France comme destination privilégiée des voyageurs italiens, englobant diverses catégories de clientèles telles que les familles, les millennials, les Dinks et les seniors. Cette ferveur pour les voyages s'inscrit dans un contexte d'essor économique du secteur touristique.

En 2023, les recettes touristiques italiennes ont atteint 3,8 milliards d'euros, une croissance de +11% par rapport à 2022. Les nuitées en France en provenance d'Italie ont augmenté de +14%, totalisant 48 millions de séjours.

Les indicateurs, tels que les arrivées aériennes, les réservations et les projections futures, maintiennent une tendance à la hausse, confirmant la position prédominante de la France dans les plans de voyage des Italiens.

Au premier trimestre 2024, ce sont 13 millions d'Italiens qui effectuent des séjours touristiques, pour 20,6 millions de départs. 13% d'entre eux privilégient la France et la Suisse. Il est intéressant de souligner que d'un point de vue économique, la France semble bien positionnée pour l'année en cours. Les tendances sont positives et devraient maintenir une stabilité par rapport à l'année précédente, bien que les valeurs élevées soient actuellement privilégiées.

Ventilation des recettes touristiques en France, en provenance de l'Italie



¹ Sources : Atout France – Banque de France

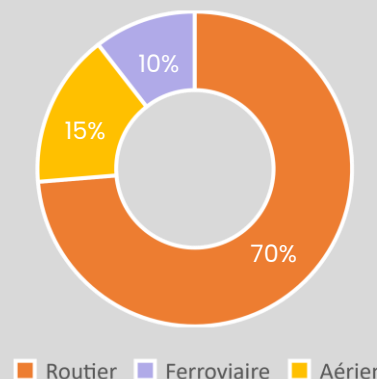
AÉRIEN

Ces dix dernières années, l'accessibilité entre l'Italie et la France a connu une croissance significative, stimulée par la présence accrue d'Air France et l'émergence de compagnies low cost. Pour la saison estivale 2024, 1123 vols hebdomadaires sont prévus, opérés par 11 compagnies depuis 22 aéroports italiens vers 19 aéroports français.

Depuis la fin de la crise du Covid-19, les liaisons aériennes entre les deux pays ont atteint un record de 1123 vols hebdomadaires directs, soit une augmentation de 8,03% par rapport à l'année précédente (2023). Cette saison estivale voit une augmentation notable de 84 connexions, dont les trois premières destinations françaises desservies sont Lyon, Nice et Bâle-Mulhouse, après les aéroports de Paris (CDG, ORY et BVA).

Les compagnies low cost jouent un rôle majeur, assurant 93,37% des liaisons vers les destinations régionales et 53,21% des vols vers Paris. EasyJet détient une part de marché de 27%, tandis que le Groupe Air France maintient sa position avec près de 235 connexions directes pour Paris, représentant 21% du marché total et 31% de l'ensemble des liaisons entre l'Italie et la France. Quant à l'ancienne compagnie nationale italienne Alitalia, elle a été remplacée par la compagnie ITA Airways qui a repris une grande partie des connexions aériennes mais qui a vu sa part de marché diminuer entre 2019 et 2024 pour l'ensemble des vols à destination de la France.

Utilisation des moyens de transports



FERROVIAIRE ET ROUTIER

Depuis septembre 2023, les liaisons ferroviaires entre l'Italie et la France sont interrompues en raison de l'éboulement de la falaise de Saint-André en Savoie.

En octobre 2023, malgré les perturbations, des chiffres ont été recensés pour le nombre de passagers se rendant en France. LA SNCF et TRENITALIA ont suspendu 6 TGV et 4 Frecciarossa par jour dans le sens Milan-Paris, totalisant 2028 places supprimées quotidiennement.

La France est facilement accessible en voiture avec 515 km de frontières communes, pour plus de 60% des clientèles familiales, millenials et seniors actifs.

Le tunnel du Mont Blanc et le tunnel de Fréjus sont les principaux itinéraires. Le tunnel de Fréjus compte, on y dénombre une moyenne de 5831 de passages par jour, soit environ 3225 voitures, 76 bus et 2529 poids lourds. Tandis que le tunnel du Mont Blanc recense 5 550 passages quotidiens, dont environ 3000 sont des véhicules légers.



À COURT TERME

• RÉSILIENCE DE L'ÉCONOMIE

En 2023, l'économie italienne a connu des fluctuations entravant sa reprise. Bien qu'ayant impulsé la croissance au premier semestre, les investissements ont enregistré une légère baisse. En revanche, la consommation des ménages a dépassé les attentes, affichant une hausse de 1,5 % par rapport au quatrième trimestre 2022.

• IMPACT DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024

Les JOP de Paris 2024 influencent les réservations touristiques en France, entraînant des ajustements dans les itinéraires et les dates de départ, avec moins de voyages vers la capitale en juillet et août. Les coûts des chambres augmentent d'avril à août, même dans des villes proches comme Lyon. Certains itinéraires alternatifs gagnent en popularité pendant les JOP 2024, avec des tour-opérateurs gérant des groupes spécifiques sur demande.

• LES FERMETURES DE TUNNELS ET ANNULATIONS DE TRAINS

Les annulations des liaisons ferroviaires entre l'Italie et la France depuis septembre 2023, causée par un éboulement, a perturbé les déplacements, réduisant ainsi le flux de passagers. Les fermetures des tunnels du Mont Blanc et de Fréjus pour travaux perturbent également les déplacements de milliers de personnes.

• VACANCES SCOLAIRES ITALIENNES

En Italie, il n'y a pas de vacances en dehors de Noël et de l'été. Les Italiens optent alors pour des courts séjours lorsque les jours fériés ne tombent pas sur un weekend, profitant ainsi des "ponts" et par conséquent d'un calendrier 2024 favorable. Sauf pour les couples sans enfants qui bénéficient d'une plus grande flexibilité.

À MOYEN ET LONG TERME

• ÉVOLUTION DE LA DÉMOGRAPHIE

L'Italie, troisième pays le plus peuplé de l'UE, connaît une baisse démographique.

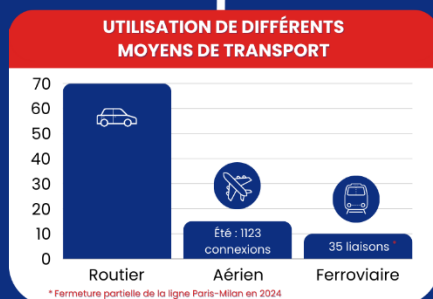
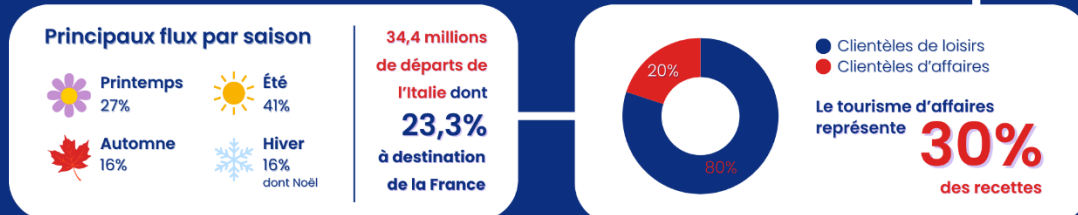
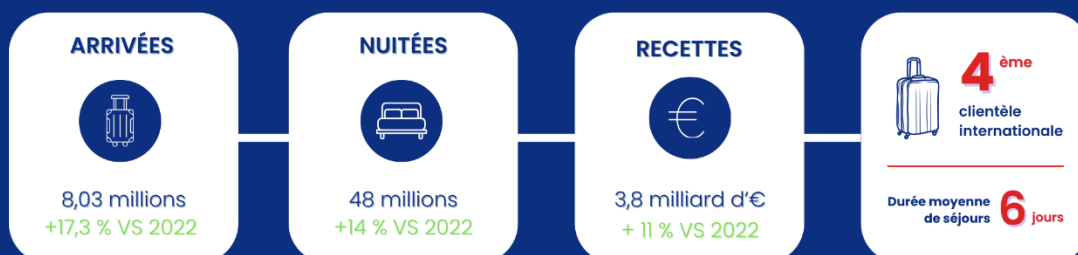
En 2014, la population était de 60 millions, réduite à 59 millions en 2022, avec une projection à 47 millions d'ici 2070. Le vieillissement rapide est marqué par un quart de la population de 65 ans et plus en 2022, atteignant un tiers en 2070. La structure démographique se détériorera jusqu'en 2040, avec un âge médian de 48 ans, le plus élevé en Europe. Cela crée un déséquilibre entre les régions, avec une diminution prévue de la population du Nord de 39 à 34 millions et du Sud de 20 à 13 millions d'ici 2070, alimenté par une migration élevée des jeunes vers le Nord.

PRINCIPAUX INDICATEURS TOURISTIQUES 2023

**ATOUT
FRANCE**
 L'Agence de développement
 touristique de la France

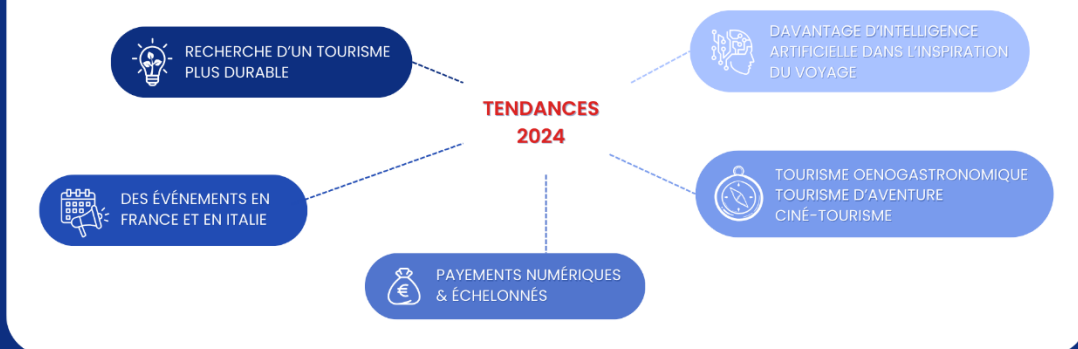
MARCHÉ ITALIEN

ACTIVITÉ GLOBALE



Marketing Stratégies Dynamisme
 Valorisation Économie Numérique
 Innovation Partage Identité Échanges culturels
 Traditions
 Découverte Développement Emplois
 Patrimoine Expérience touristique Terroir
 Mobilités douces Accessibilité
 Durabilité Marketing Promotion Outre-Mer
 Infrastructures
 Destinations

DES INTENTIONS DE SÉJOURS EN AUGMENTATION



DES ÉVÉNEMENTS EN FRANCE ET EN ITALIE

Un impact économique pouvant
générer 1,4 à 3,5 milliards d'euros
pour le secteur touristique.

Tour de France
29 juin - 21 juillet

Jubilé de Rome
2025

**Jeux Olympiques &
Paralympiques d'hiver**
Alpes françaises **2030**

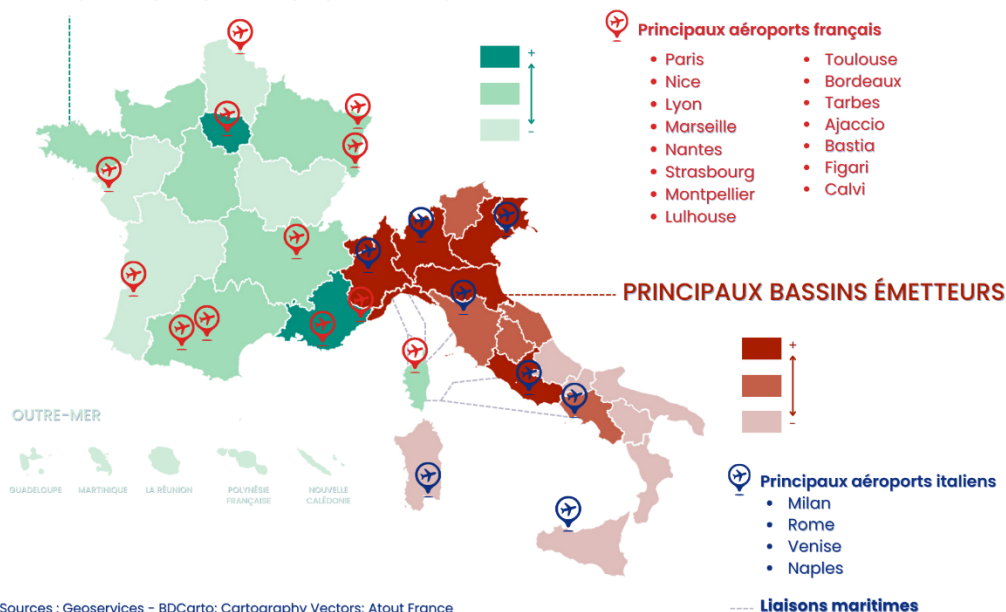
**Jeux Olympiques &
Paralympiques de Paris**
26 juillet - 11 août
28 août - 8 septembre

**Jeux Olympiques &
Paralympiques d'hiver**
Milano-Cortina **2026**

Euro de football
Co-organisation entre
l'Italie et la Turquie **2032**

Un impact économique pouvant
générer 3,5 milliards d'euros pour
le secteur touristique.

PRINCIPALES DESTINATIONS EN FRANCE



→ CONNEXIONS AÉRIENNES SAISONS ESTIVALE 2024

CONNEXIONS AÉRIENNES

SAISON ESTIVALE 2024

ITALIE → FRANCE



Explore France™
Powered by Atout France

CONNEXIONS AÉRIENNES

SAISON ESTIVALE 2024

GRÈCE → FRANCE



Explore France™
Powered by Atout France

→ CAMPAGNES ET ACTIONS MULTIPARTENARIALES 2023

CAMPAGNES ET ACTIONS MULTIPARTENARIALES

Bilan des actions 2023

134 PARTENAIRES FRANCAIS



93 Actions ou Missions



27 Campagnes dont 24 digitales

- 16 Campagnes Explore France
- 11 Campagnes locales destinations



32 Événements

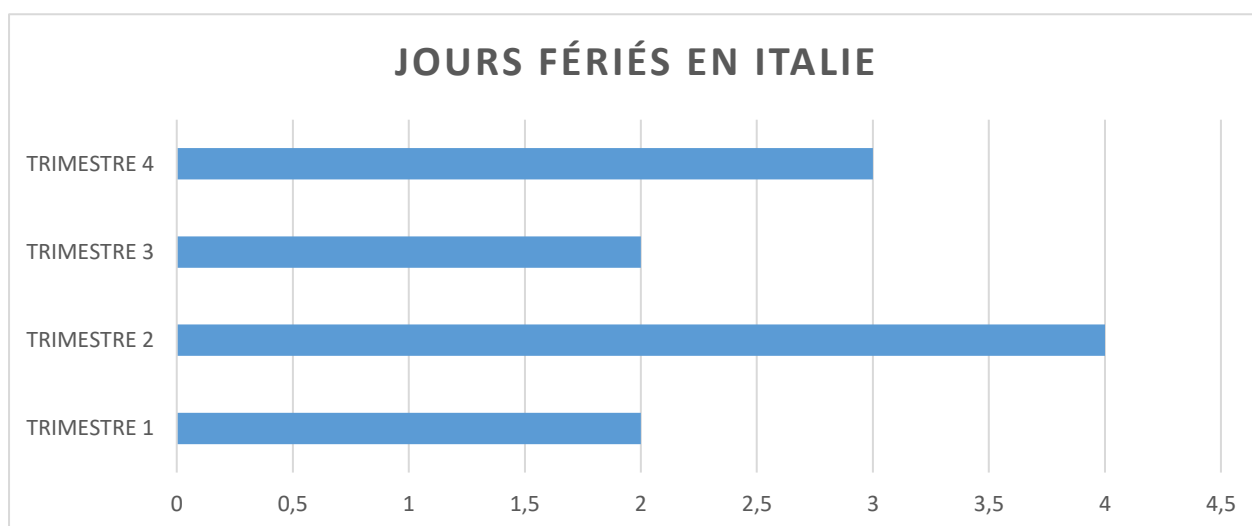
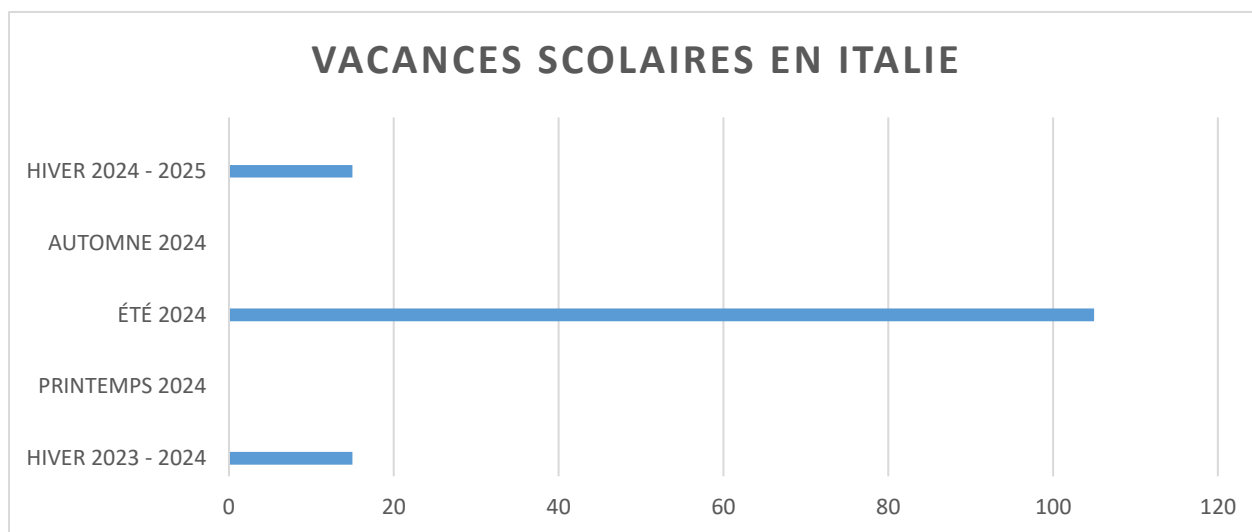
- 12 Événements PRESSE
- 13 Événements PRO LOISIRS
- 7 Événements PRO MICE



88 Accueils de Presse

- 135 Journalistes
- 47 Blogueurs & Influenceurs





#ActiveurDeTourismes

