



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

ATOUT  
FRANCE

L'Agence de développement  
touristique de la France

# PRÉSENTATION DE MARCHÉ

MARS 2024



- Indicateurs clefs : Un marché prioritaire
- Tendances : Conjoncture dynamique
- Actions clefs : Vue générale
- Fidéliser les professionnels : Principales actions B2B
- Mobiliser les prescripteurs : Retombées média



# Indicateurs clefs

UN MARCHÉ PRIORITAIRE

## DONNÉES ÉCONOMIQUES ET SOCIODÉMOGRAPHIQUES

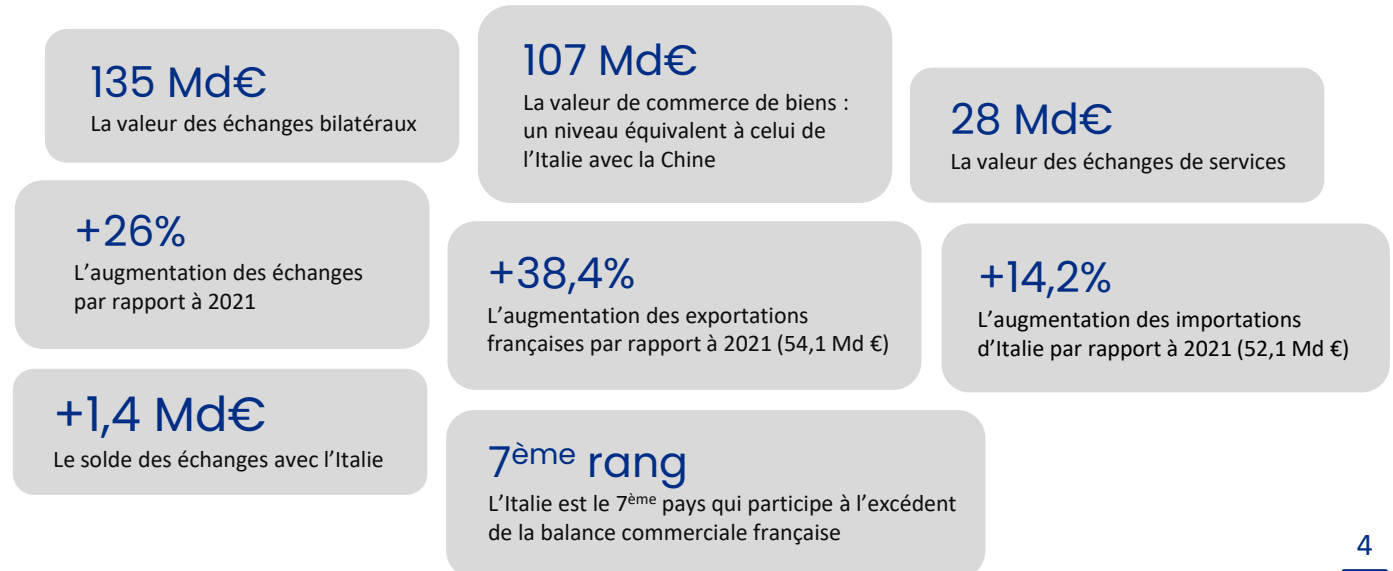
### Relation privilégiée et renforcée avec des partenariats économiques majeurs

- 1 Traité du Quirinal
  - 2 Partenariat économique intense avec **106,8 Mds €** d'échanges commerciaux
- € **PIB 2023 : +0,8% → PIB 2024 : +1,2%**
- PIB/habitant (National) : **33.023 €**
  - PIB/habitant (Lombardie) : **38.200 €**

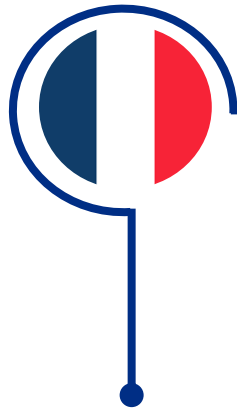


Habitants : **60,4M** 

Age moyen : **48 ans** 



FRÉQUENTATIONS ET RECETTES TOURISTIQUES



La clientèle italienne en France (2023)

8M

touristes Italiens

1<sup>ère</sup> destination étrangère des Italiens  
4<sup>ème</sup> marché international pour la France

21,5%

des départs en France

3,8 Mds €

Recettes touristiques des Italiens en France  
7<sup>ème</sup> marché international pour la France



2024

8M

touristes italiens

La clientèle française en Italie (2023)

8,2M

touristes Français

2<sup>ème</sup> marché international pour l'Italie

4 Mds €

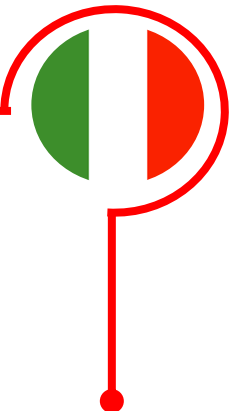
Recettes touristiques des Français en Italie  
2<sup>ème</sup> marché international pour l'Italie



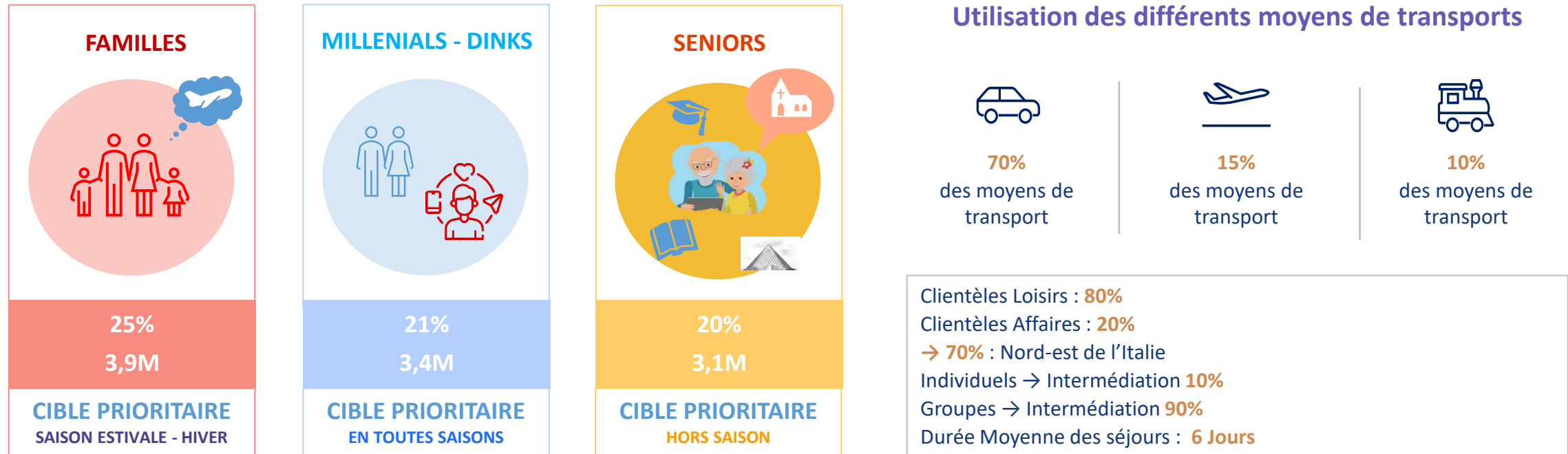
2024

8,4M

touristes italiens



## PROFILS DES CLIENTÈLES ITALIENNES → 10,4M



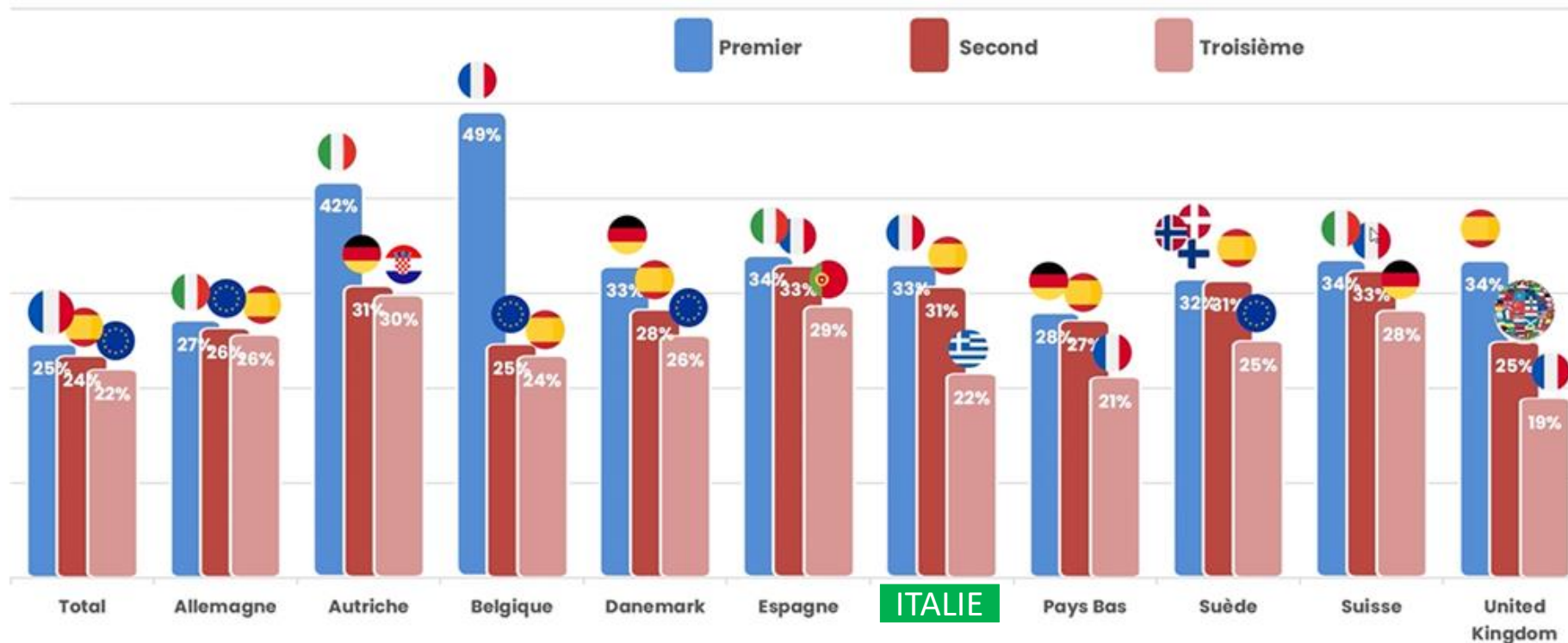
POST-TEST QUANTITATIF



## Les vacances 12 derniers mois – top 3 destinations

Dans quel(s) pays êtes-vous allé(e) en vacances à l'étranger au cours des 12 derniers mois ?

Base : Total vacances  
12 derniers mois



POST-TEST QUANTITATIF

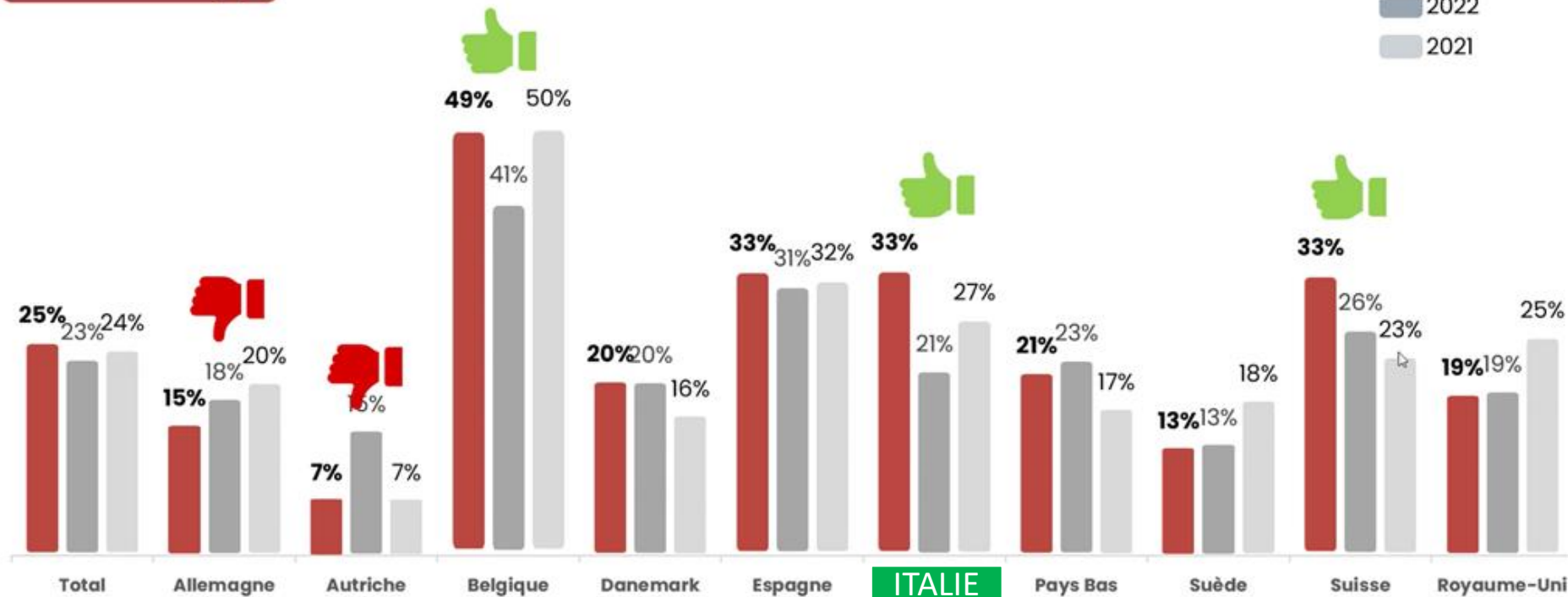


## Les vacances 12 derniers mois – en France

2023 : 12 derniers mois  
2022-2021 : destination été ou intention été



Base : Total vacances 12 derniers mois







# Tendances

UNE CONJONCTURE DYNAMIQUE

## FLUX ET RECETTES TOURISTIQUES EN PROGRESSION POUR LA DESTINATION FRANCE

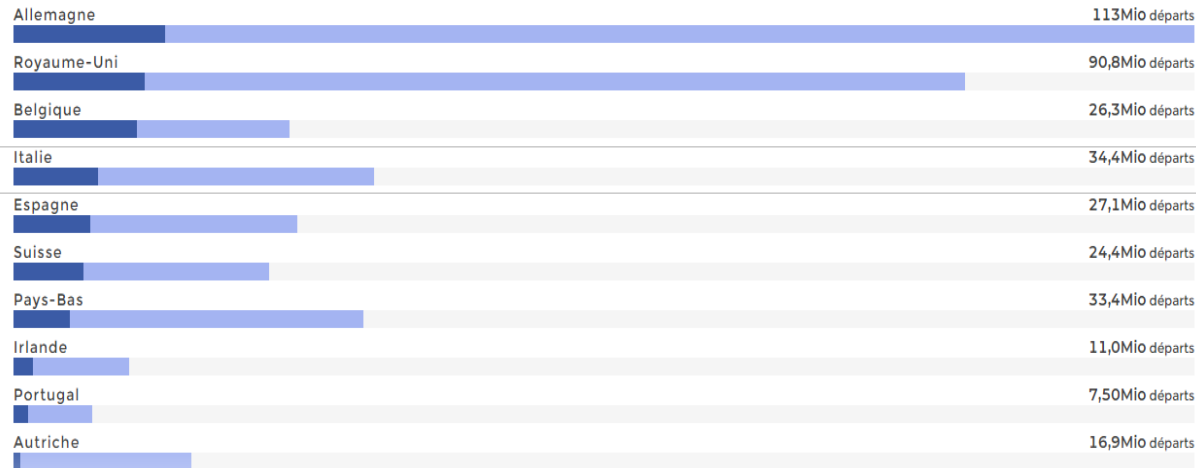
| CLASSEMENT | PAYS          | FLUX TOURISTIQUE<br>2023 Vs 2022<br>EN MILLION | FLUX TOURISTIQUE<br>2022<br>EN MILLION |
|------------|---------------|--|--|
| 1          | ALLEMAGNE     | 14,5 (+3,7%)                                   | 13,9                                   |
| 2          | ROYAUME-UNI   | 12,5 (+12,3%)                                  | 11,2                                   |
| 3          | BELGIQUE      | 11,7 (+8,2%)                                   | 10,9                                   |
| <b>4</b>   | <b>ITALIE</b> | <b>8,03 (+17,3%)</b>                           | <b>6,9</b>                             |
| 5          | ESPAGNE       | 7,33 (+4,7%)                                   | 7                                      |
| 6          | SUISSE        | 6,7 (+16,2%)                                   | 5,7                                    |
| 7          | PAYS-BAS      | 5,35 (+14,7%)                                  | 4,7                                    |
| 8          | ETATS-UNIS    | 4,42 (+47,4%)                                  | 3                                      |
| 9          | IRLANDE       | 1,81 (+12,7%)                                  | 1,6                                    |
| 10         | PORTUGAL      | 1,433 (+4,9%)                                  | 1,4                                    |

| CLASSEMENT | PAYS          | RECETTES TOURISTIQUES<br>2023 Vs 2022<br>EN MDS € | RECETTES TOURISTIQUES<br>2022<br>EN MDS € |
|------------|---------------|---|---|
| 1          | BELGIQUE      | 8,1 (+13%)  | 7,2                                       |
| 2          | ROYAUME-UNI   | 7,1 (+17%)  | 6,4                                       |
| 3          | SUISSE        | 6,5 (+8%)   | 6   |
| 4          | ALLEMAGNE     | 6,4 (+1%)   | 6,1                                       |
| 5          | ETATS-UNIS    | 6,2 (+14%)  | 5,5                                       |
| 6          | ESPAGNE       | 4,7 (+8%)   | 4,4                                       |
| <b>7</b>   | <b>ITALIE</b> | <b>3,8 (+10%)</b>                                 | <b>3,5</b>                                |
| 8          | PAYS-BAS      | 2,4 (+4%)   | 2,4                                       |
| 9          | CHINE         | 1,2 (+30%)  | 0,9                                       |
| 10         | JAPON         | 0,6 (+71%)  | 0,35                                      |

## NUITÉES TOURISTIQUES EN PROGRESSION POUR LA DESTINATION FRANCE

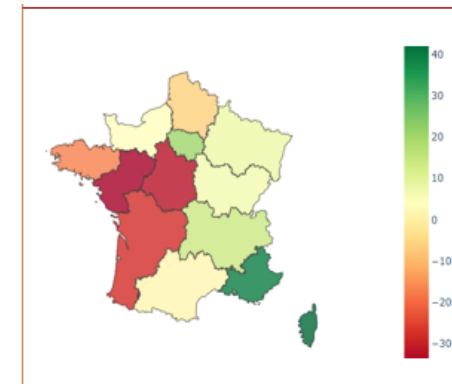
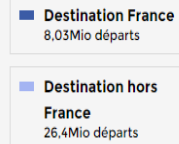
**Italie : 23,3% des départs**

ont à destination de la France

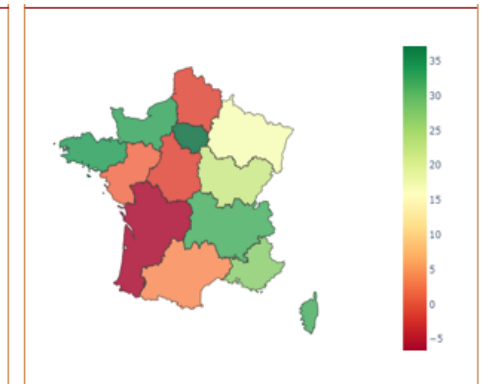


TOP DE 2023

**Italie**



Évolution mensuelle



Évolution annuelle

## ARRIVÉES ET RÉSERVATIONS AÉRIENNES

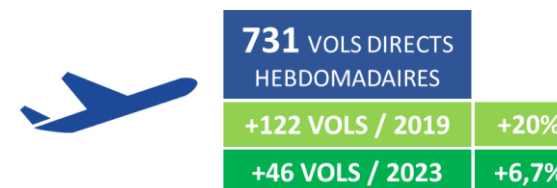
|   |   |
|---|---|
| Arrivées italiennes en France :<br>Janvier-Décembre 2023/2022<br><b>+9,3%</b>           | Arrivées internationales en France<br>Janvier-Décembre 2023/2022<br><b>+24,8%</b> |
| Arrivées italiennes en France :<br>janvier 2024/2023<br><b>+13,7%</b>                   | Arrivées internationales en France<br>janvier 2024/2023<br><b>+10,4%</b>          |
| RÉSERVATIONS AÉRIENNES ITALIENNES À 1 MOIS<br>FÉVRIER 2024/2023<br><b>+14,8%</b>        |   |
| RÉSERVATIONS AÉRIENNES ITALIENNES À 3 MOIS<br>FÉVRIER-AVRIL 2024/2023<br><b>+8,8%</b>   |   |
| RÉSERVATIONS AÉRIENNES ITALIENNES À 6 MOIS<br>FÉVRIER-JUILLET 2024/2023<br><b>+7,6%</b> |   |

- **11** compagnies aériennes
- au départ de **22** aéroports IT vers **19** aéroports FR

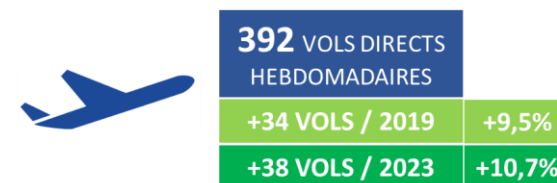
CONNEXIONS AÉRIENNES  
SAISON ESTIVALE 2024  
ITALIE → FRANCE



CONNEXIONS AÉRIENNES  
SAISON ESTIVALE 2024  
ITALIE → AÉROPORTS PARIS CDG/ORLY



CONNEXIONS AÉRIENNES  
SAISON ESTIVALE 2024  
ITALIE → AÉROPORTS RÉGIONAUX



## TENDANCES PRINCIPALES

1

### UNE ENVIE DE VOYAGER TOUJOURS AUSSI FORTE

- Proximité et facilement accessible.
- **12M** d'Italiens à la montagne.
- **16M** pour les séjours printemps : Pâques et Pont du 25 avril.
- **30M** pour les séjours estivaux de juin à septembre.
- EDreams Odigeo & Booking.com : Paris dans le TOP 3 des réservations et des souhaits en 2024

2

### RÔLE TOUJOURS IMPORTANT DES TO ET ADV

- Près de 50% des Italiens ont recours à l'intermédiation pour des conseils et des informations.
- 5 650 agences actives en Italie, soit une baisse de 15% par rapport aux 6 500 précédentes avant la pandémie

3

### HAUSSE DES PAIEMENTS NUMERIQUES & ÉCHELONNÉS

- "Achetez maintenant, payez plus tard" proposée par Scalapay.
- Voyages plus accessibles à un large public.
- La communauté italienne a connu une croissance de 1 à 2,5M
- Une propension accrue à réserver à l'avance (80 jours).
- Les utilisateurs de Scalapay dépensent en moyenne le double par rapport à d'autres utilisateurs en ligne pour les vacances.

4

### DE NOUVELLES PRIORITÉS POUR LES ITALIENS

- Tourisme éco-responsable
- Espaces naturels
- Tourisme d'aventure et pèlerinages
- Tourisme Oenogastronomique
- Cinétourisme

5

### DAVANTAGE D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS L'INSPIRATION DU VOYAGE

- Une interaction plus forte avec les clients
- Amélioration des services
- Une hyper-personnalisation pour des services sur mesure

6

### DES ÉVÉNEMENTS EN FRANCE ET EN ITALIE

- Plusieurs séquences
  - Grand Départ du Tour de France 2024
  - JOP 2024
  - Jubilé 2025
  - JO Hiver Milan-Cortina 2026

## TENDANCES PRINCIPALES DES PROFESSIONNELS

1

### UNE ÉVOLUTION DES ACTEURS

- Stabilisation du nombre d'agences de voyage : 6500
- Fusion des réseaux d'agences & émergence des consultants

2

### UNE ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE

- Offre de plus en plus régionale et thématique / activités
- Offre écoresponsable

3

### ÉVOLUTION DES PRATIQUES COMMERCIALES

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

4

### FORMATION CONTINUE

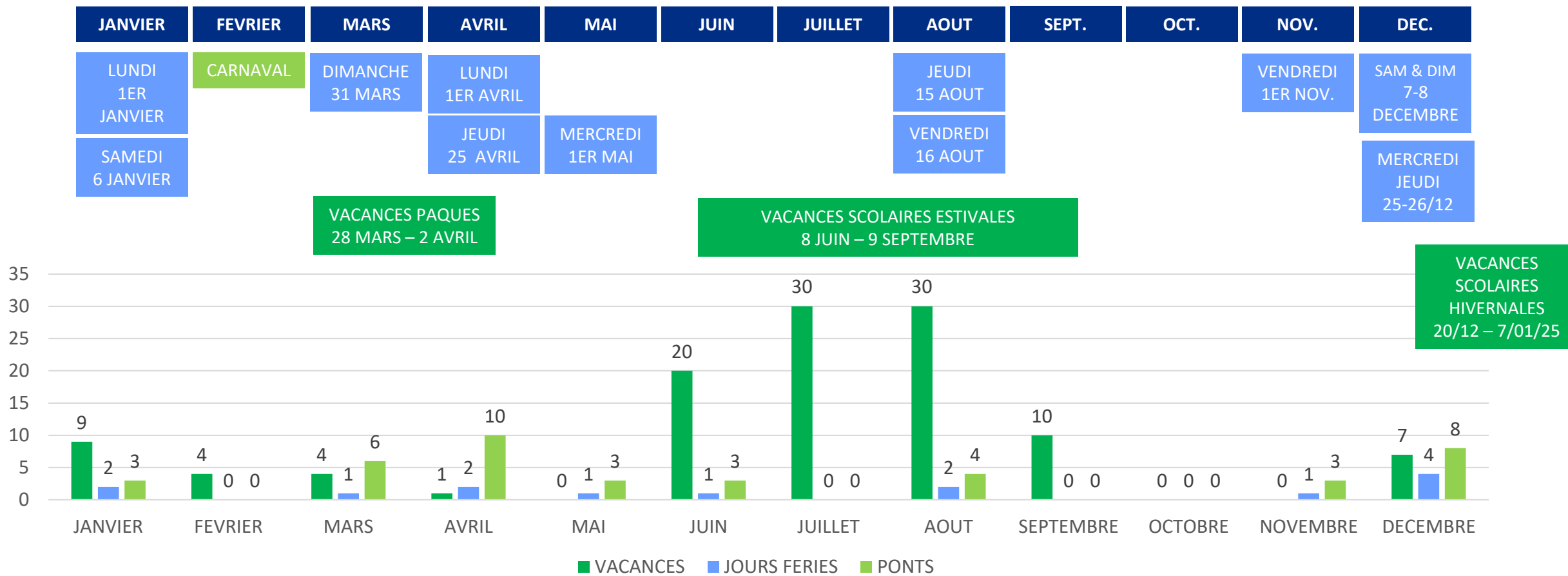
- Identifier les agents, les sensibiliser et les fidéliser



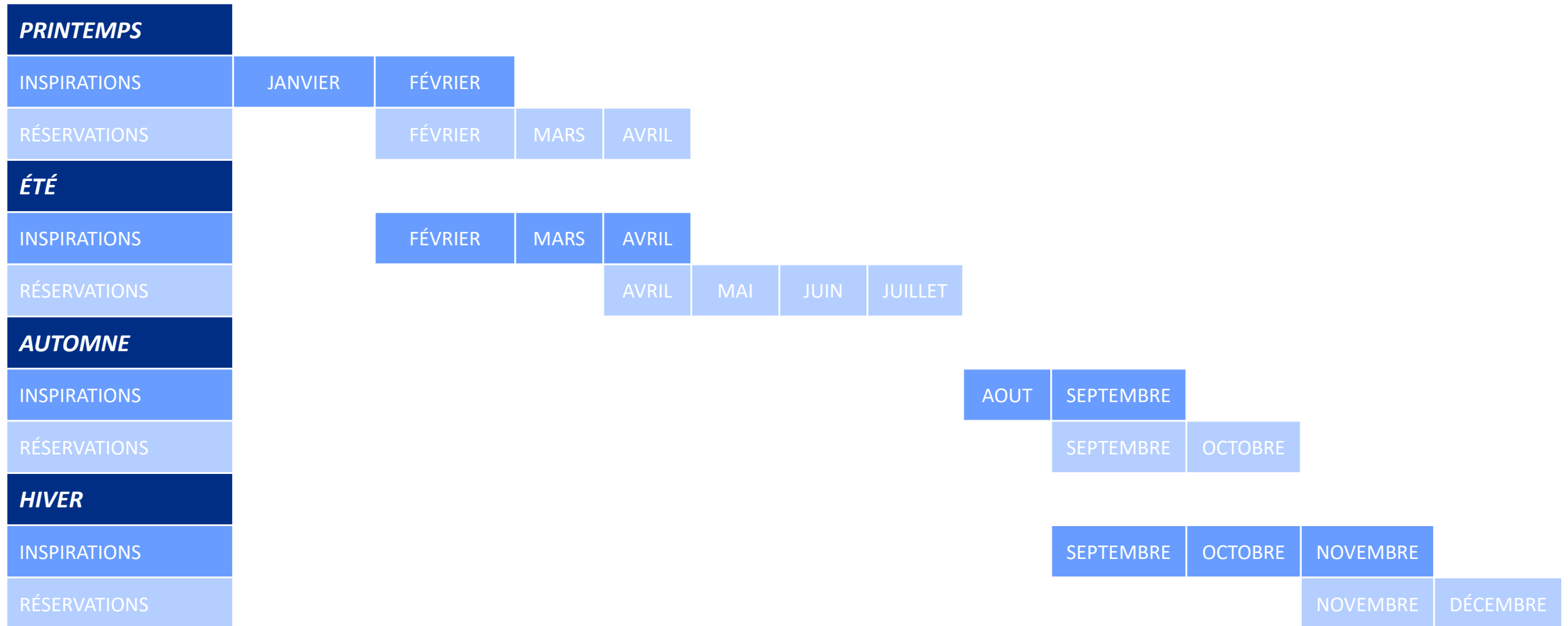
### TOURISME D'AFFAIRES

- Reprise des voyages affaires (prioritairement Meet-Incentive pour l'Italie)
- Destinations françaises principales : Paris et Côte d'Azur & Autres destinations France en fonction des produits
- Groupe Uvet (décembre 2023) : Données du Business Travel Trend en Italie → une augmentation globale de 15,9% par rapport à 2022

## CALENDRIER 2024

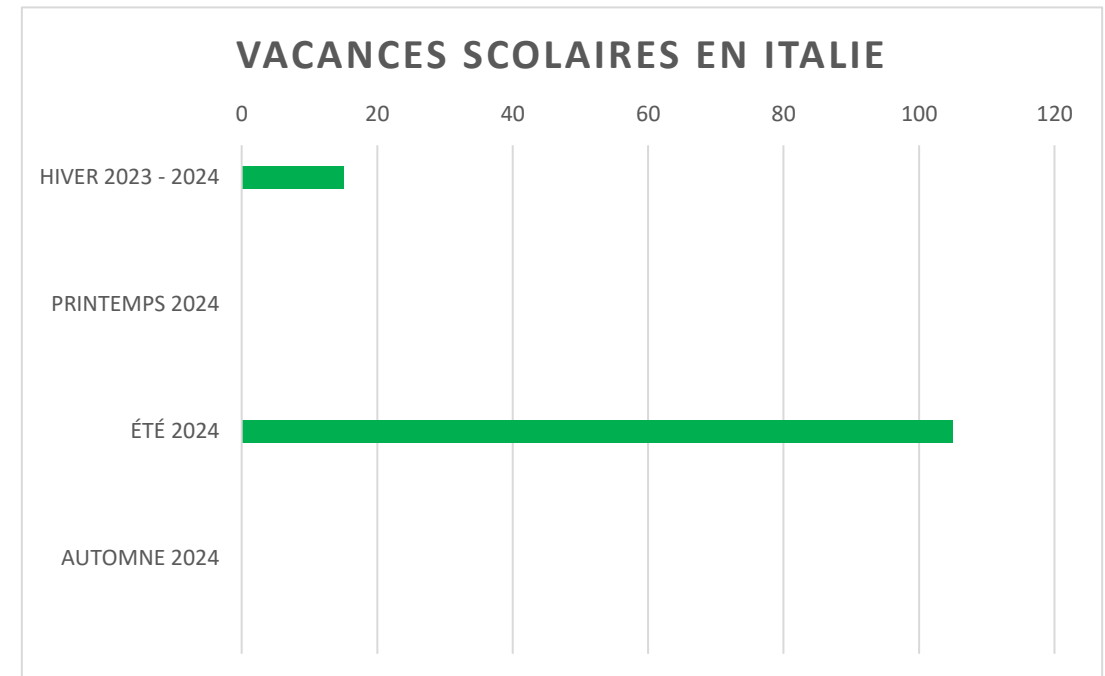
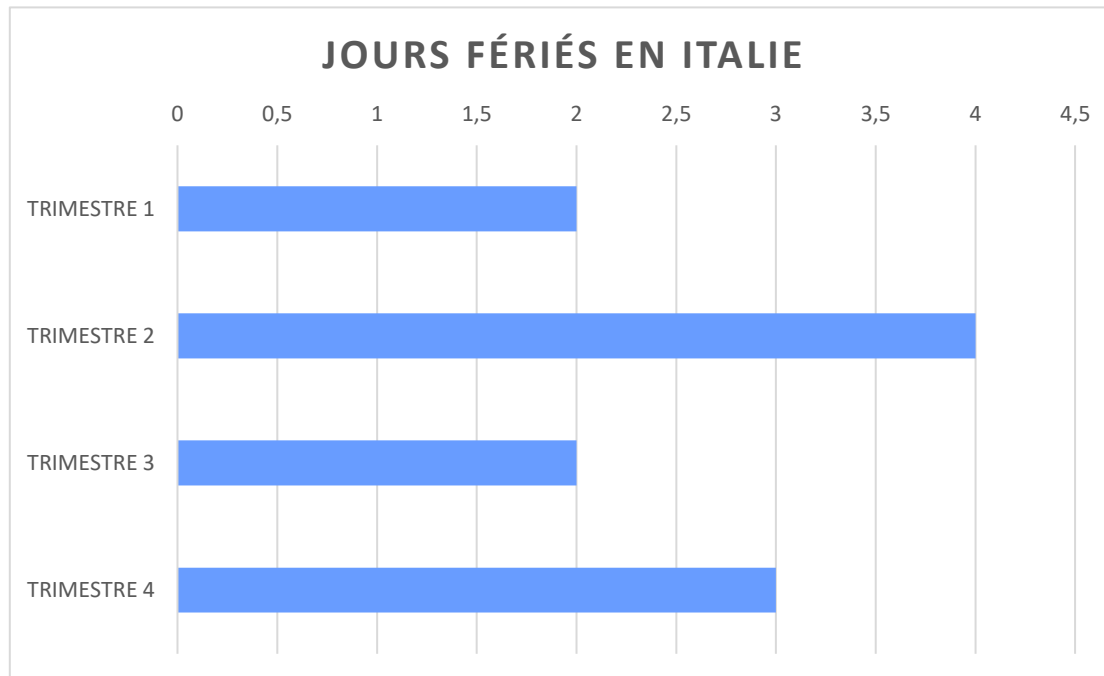


## PÉRIODES D'INSPIRATIONS ET DE RÉSERVATIONS

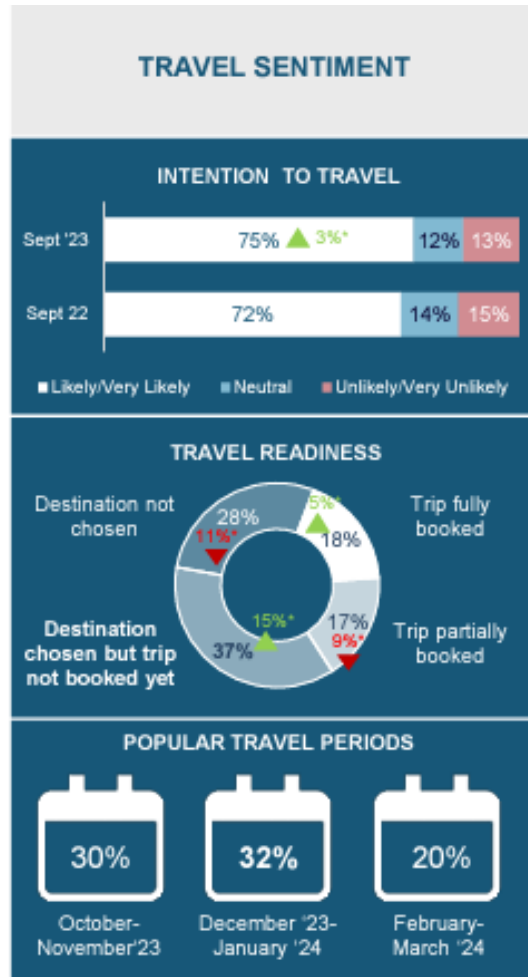




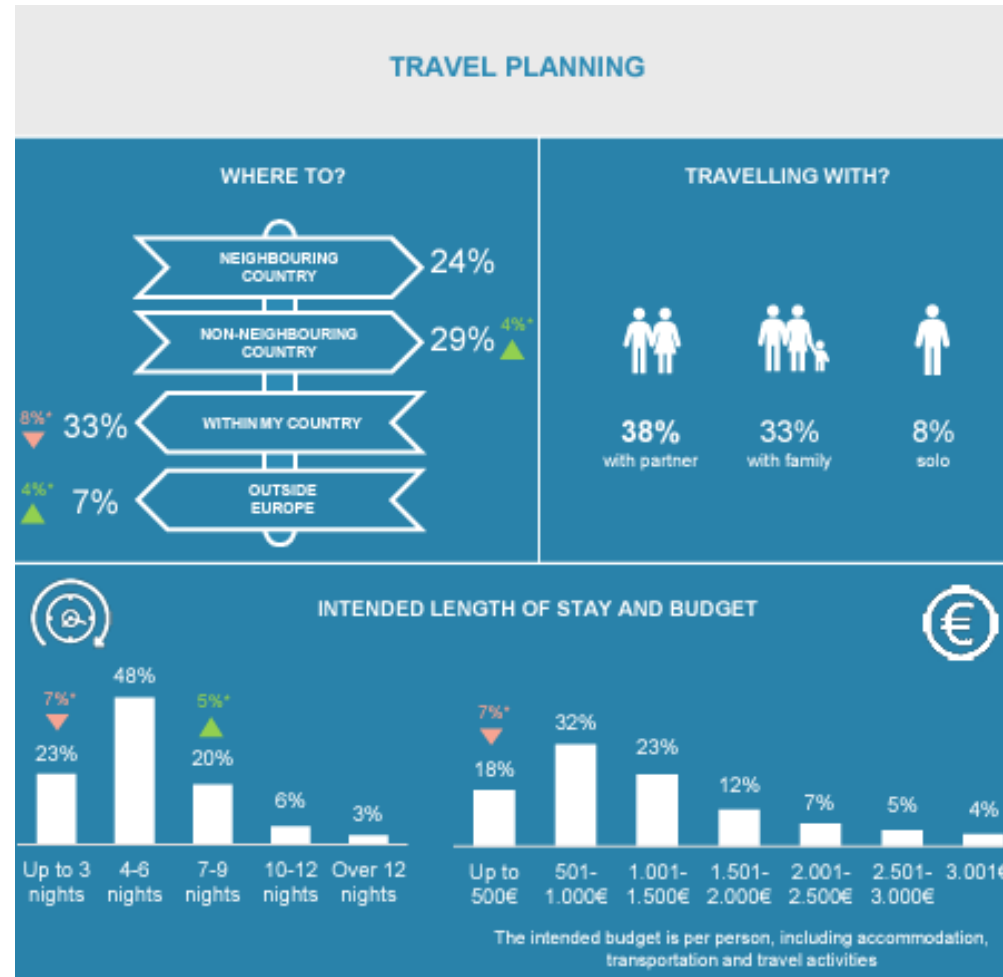
JOURS FÉRIÉS ET VACANCES SCOLAIRES EN ITALIE → FAVORABLES AUX COURTS SÉJOURS TOUTE L'ANNÉE



ATTENTIONS DE SÉJOURS DES ITALIENS D'OCTOBRE À MARS 2024



\* Significant increase ▲ or decrease ▼ vs the same time last year



\*\* Based on total sample, without reference to domestic trips



No. of respondents: 750 (total sample of respondents per country)

### IMPACT DE LA TENUE DES JOPs DE PARIS SUR LES RÉSERVATIONS

#### Tendances des réservations pour le printemps et l'été → Destination France :



La France reste la destination la plus recherchée  
Bonne tendance avec un grand nombre de réservations

**MAIS**

- Report des séjours pour Paris au printemps, afin d'éviter la ville en été
- Baisse de la demande pour Paris et des villes qui accueillent des événements sportifs

#### De nombreuses régions françaises sont plébiscitées, telles que :

- Normandie, Bretagne, Alsace, Paris, Pays-de-la-Loire, PACA et Corse
- Nouvel intérêt pour la Dordogne et le Périgord

#### Impact des Jeux olympiques et Paralympiques :

- Anticipation des voyages avant les JOPs car :
  - Augmentation générale des prix hôteliers et des taxes de séjour
  - Possibilité limitée de visiter Paris, donc certaines dates ont été supprimées
  - Fermetures de routes et monuments pour les JOPs
  - Mobilité intramuros, circulation et stationnement difficiles





# Actions clefs

VUE GÉNÉRALE

CONVENTIONS & PARTENARIATS

**1** CONVENTIONS DE PARTENARIAT AVEC AIR FRANCE



**2** CONVENTION DE PARTENARIAT AVEC SNCF VOYAGES ITALIA



**3** RELATIONS PRIVILÉGIÉES AVEC CORSICA FERRIES



**4** RELATIONS PRIVILÉGIÉES AVEC AIR CORSICA



**5** RELATIONS AVEC TRENITALIA



EN SYNERGIE AVEC LES SERVICES INSTITUTIONNELS ET LE SECTEUR ECONOMIQUE



## DES ACTIONS EN SYNERGIE → PAC 2024



# Actions clefs : Vue générale

## MAGAZINE DIGITAL EXPLORE FRANCE

**SORTIE : MAI 2024 EN ITALIE ET SUISSE  
JUILLET 2024 EN GRÈCE**



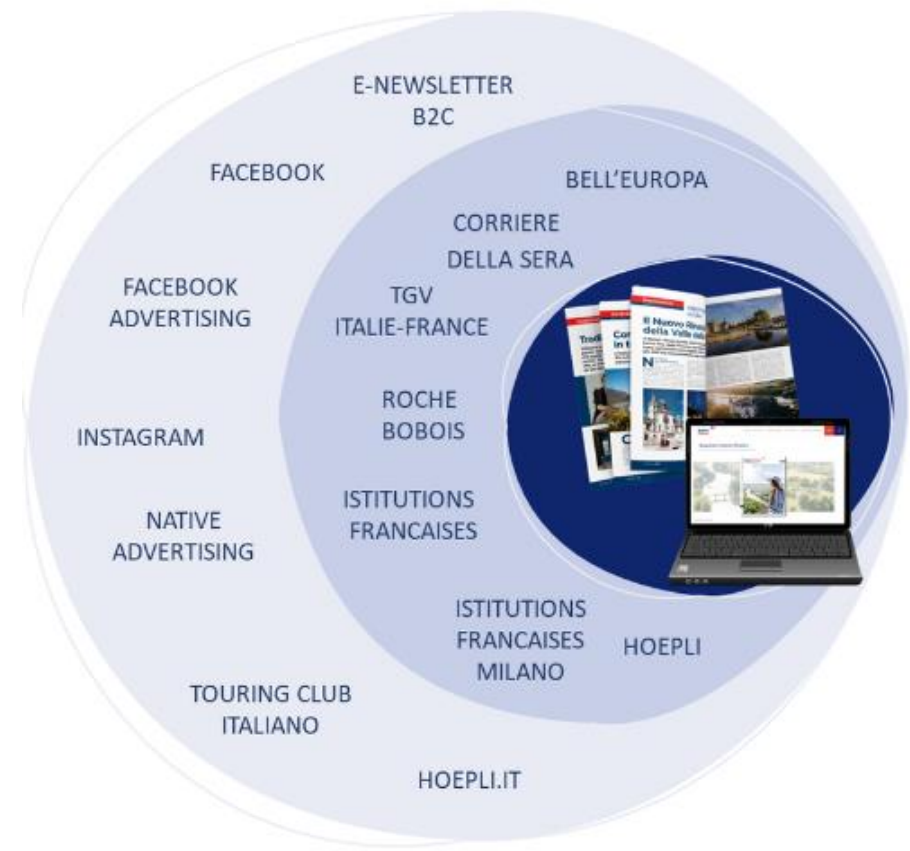
**Explore France**   
Più informazioni su [www.france.fr](http://www.france.fr) **2023**

**8 MILLIONS IMPRESSIONS**

**PAPIER GREEN**

**35.000 EXEMPLAIRES**

Explore France N.12 RMC 2023 • Engagement • Natura • Liberté • Personaggi • Cultura • Arte di vivere • Sogna in grande, vivi slow

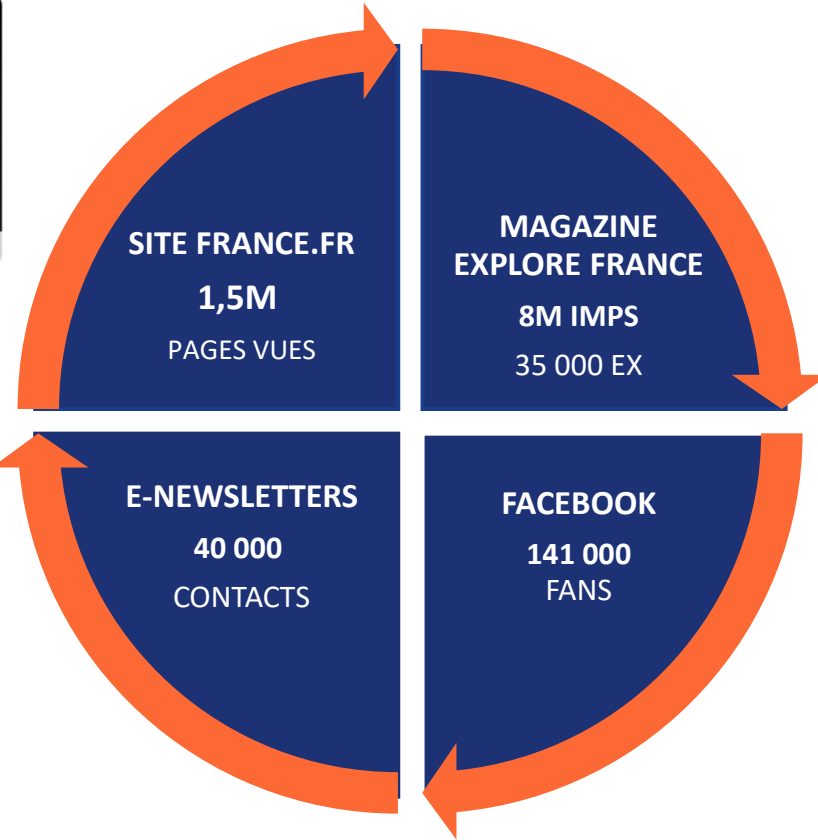
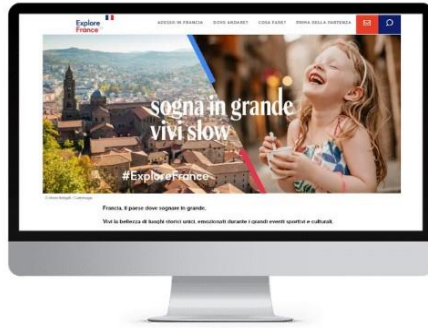




# Actions clefs : Vue générale

## ECOSYSTÈME FRANCE.FR

**+20,5%** ↑  
NOMBRE DE PAGES VUES EN 2022

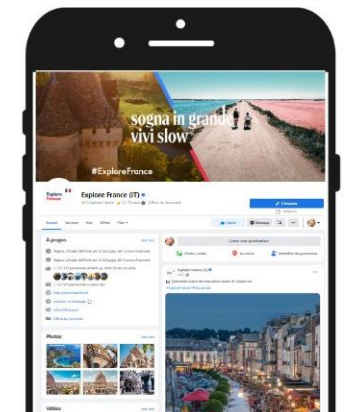


**+100%** ↑  
DIFFUSION DIGITALE



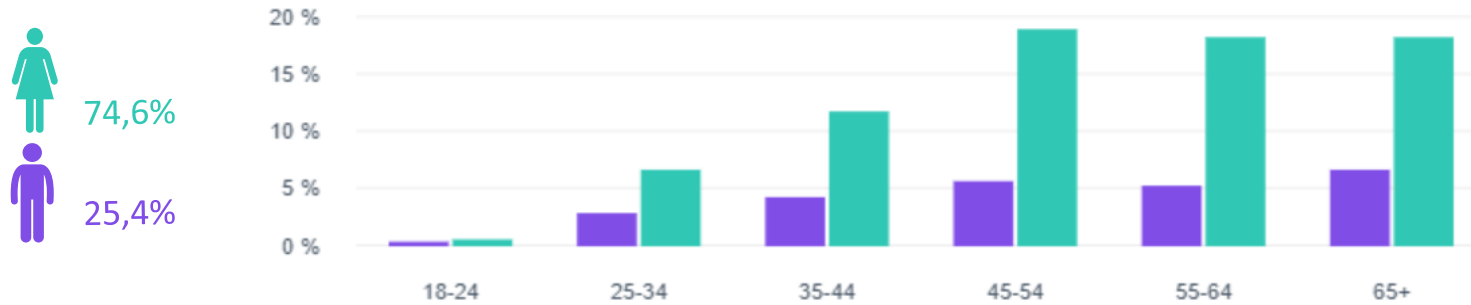
**25-30%** ↑  
TAUX D'OUVERTURE DES CONTACTS ACTIF

**+ 11%** ↑  
NOMBRE DE FANS EN 2023 VS 2022

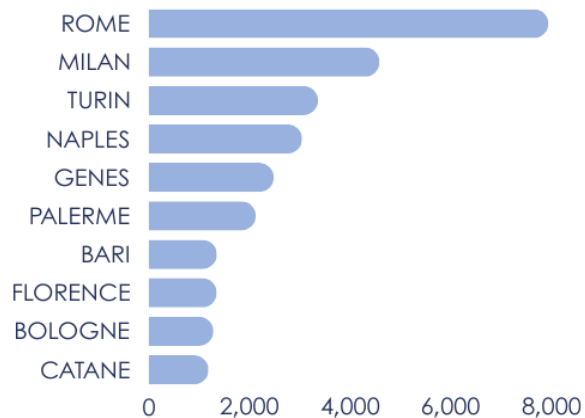


## FACEBOOK : ATOUT FRANCE EN ITALIE

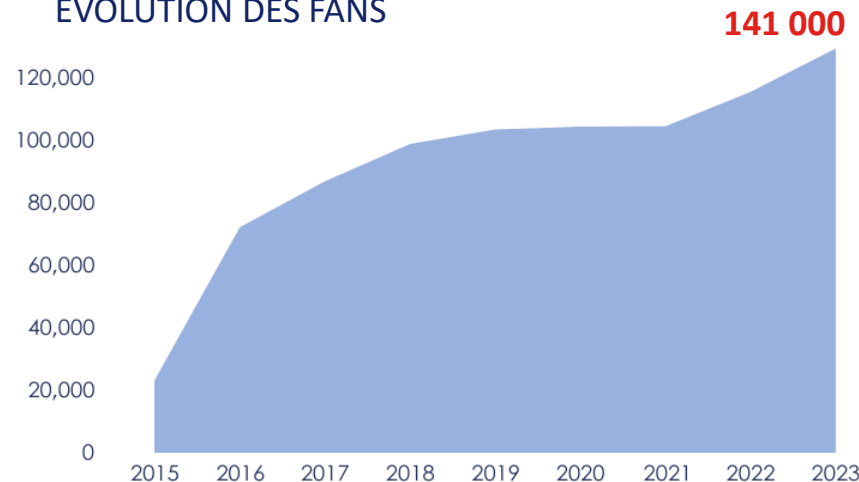
RÉPARTITION DES FANS PAR ÂGE ET GENRE



RÉPARTITION DES FANS PAR VILLE



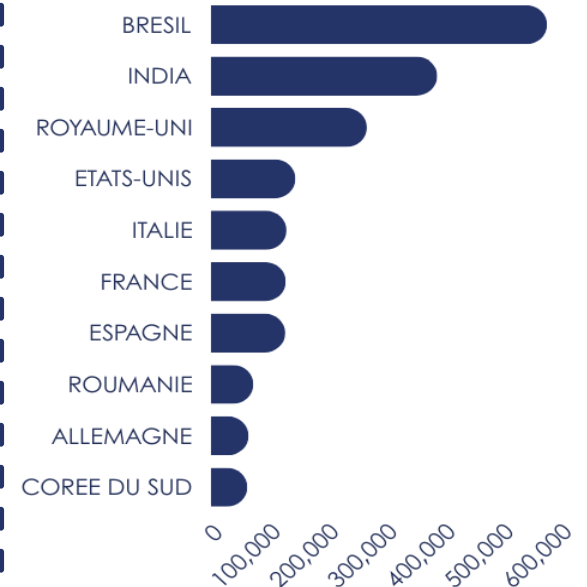
ÉVOLUTION DES FANS



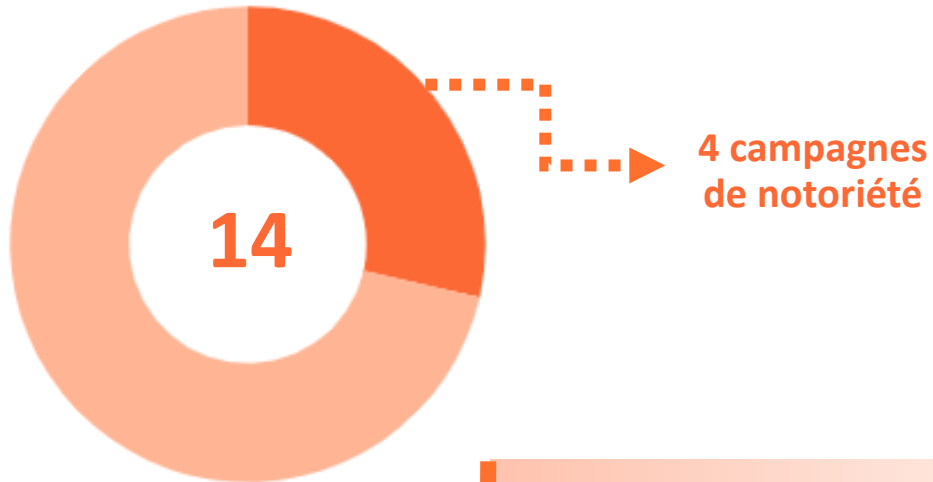
TOP 10 EXPLORE FRANCE (MARCHÉ)

DES PAGES FACEBOOK

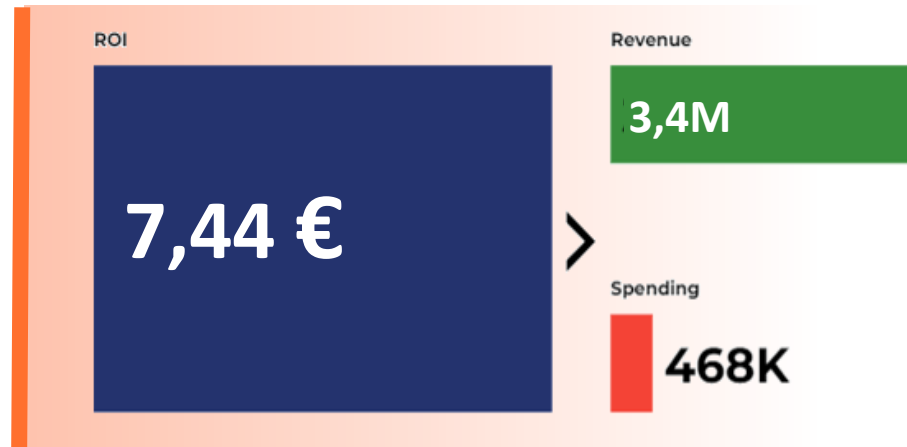
Par nombre de fans en 2023



14 CAMPAGNES EXPLORE FRANCE



10 campagnes de conversion



EN ITALIE, LA CAMPAGNE A RÉALISÉ TOUS VOILETS CONFONDUS ...

- ★ **7M** de vidéo views.
- ★ Près de **74 millions** d'impressions.
- ★ Plus de **130 000** clics sur les liens.
- ★ Plus de **3,4M €** de chiffre d'affaires.



## CAMPAGNES DIGITALES ET 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



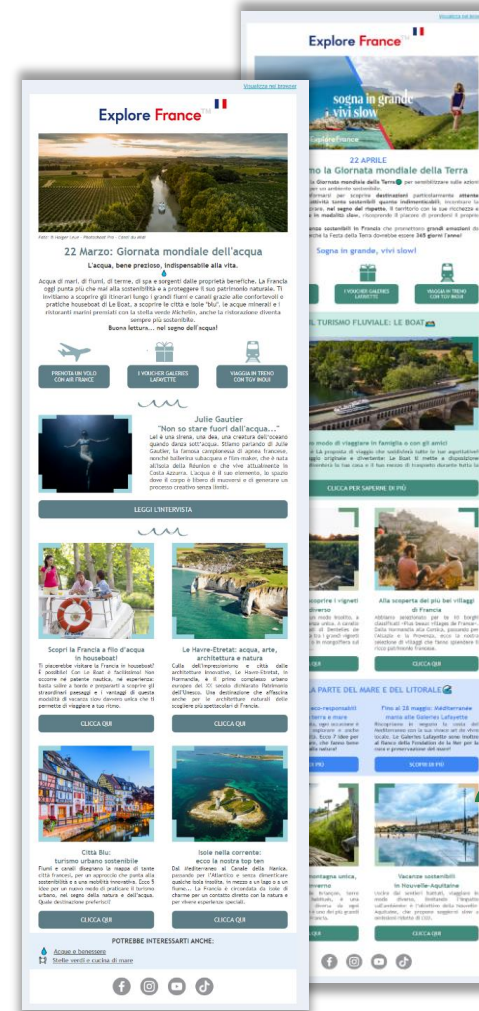
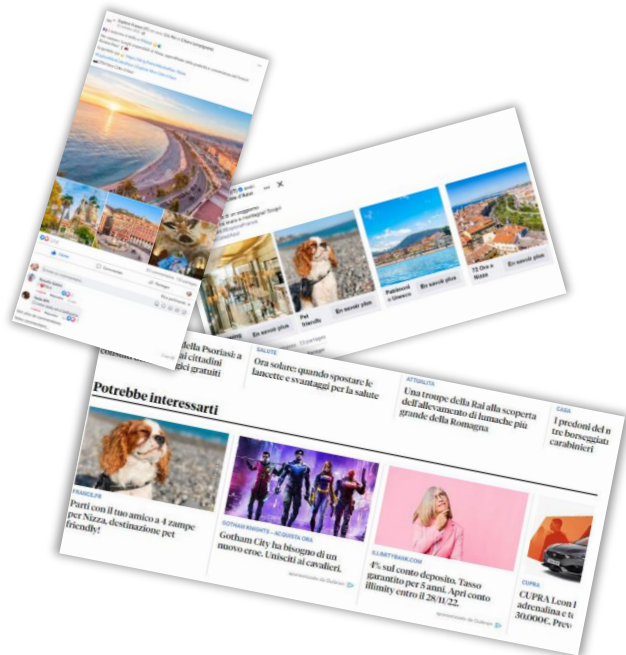
LE TOURISME DURABLE : FIL CONDUCTEUR DE LA CAMPAGNE EXPLORE FRANCE



# Actions clefs : Vue générale

## LE TOURISME DURABLE : FIL CONDUCTEUR DE LA CAMPAGNE EXPLORE FRANCE

### Campagne 72 heures



### Campagne Explore Green France



Les publications concernant le tourisme durable sur notre Page Facebook, qui compte aujourd'hui plus de 140 000 fans, ont augmenté de +30% en 2023 par rapport à 2022.



# Actions clefs : Vue générale

## LE TOURISME DURABLE : FIL CONDUCTEUR DE LA CAMPAGNE EXPLORE FRANCE ACTIONS GREEN FRANCE



LE TOURISME DURABLE : FIL CONDUCTEUR DE LA CAMPAGNE EXPLORE FRANCE

**AVRIL 2024**

- *ROADSHOW FRANCIA TURISMO SLOW & NATURA*
- *CAMPAGNE DIGITALE EXPLORE GREEN FRANCE : LA JOURNÉE DE LA TERRE 22 AVRIL*

**JUIN 2024**

- *CAMPAGNE EXPLORE FRANCE*

**JANVIER 2024**

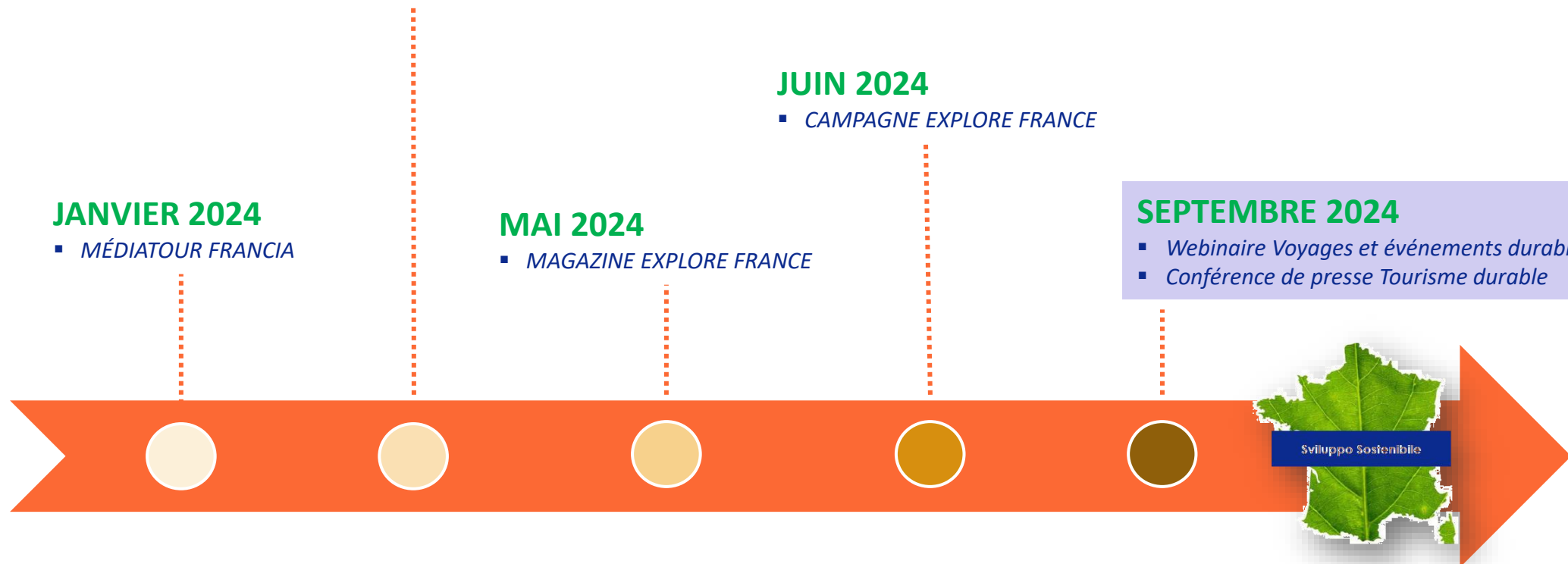
- *MÉDIATOUR FRANCIA*

**MAI 2024**

- *MAGAZINE EXPLORE FRANCE*

**SEPTEMBRE 2024**

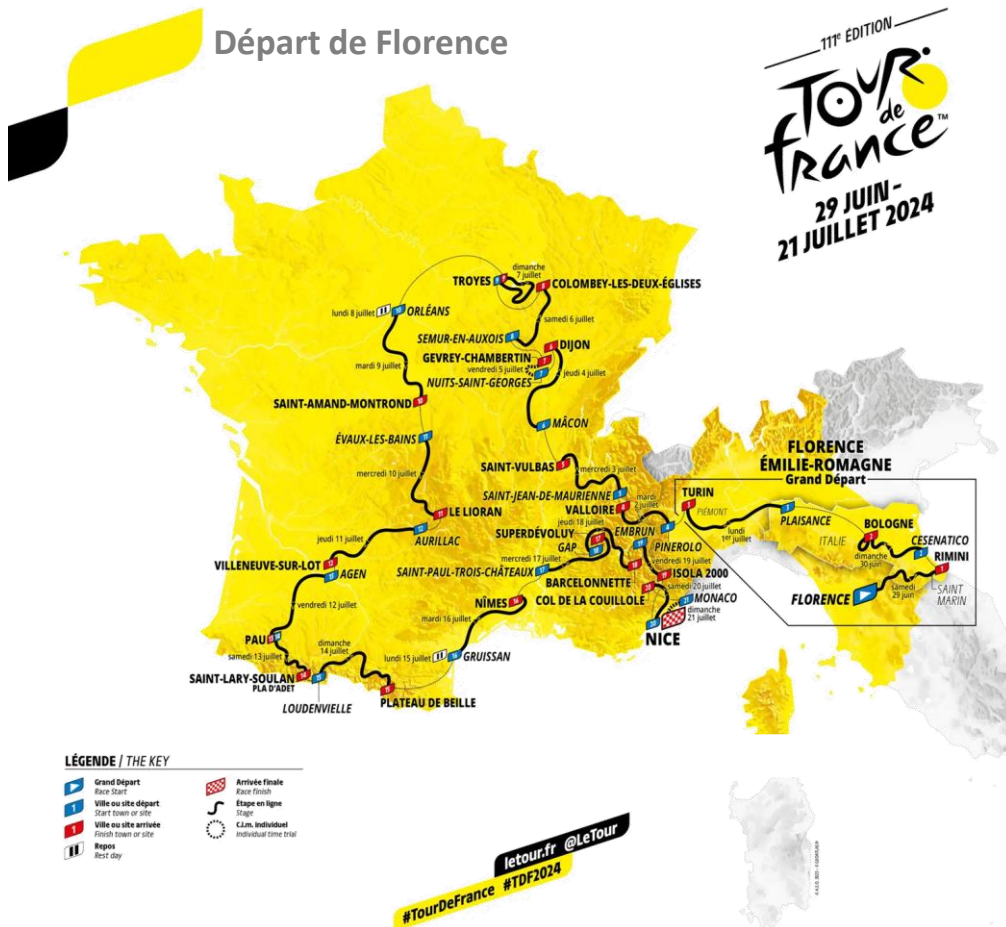
- *Webinaire Voyages et événements durables*
- *Conférence de presse Tourisme durable*





## GRAND DÉPART DU TOUR DE FRANCE 2024

Un grand projet sur 4 volets :



Fanpark Grand Public avec ASO → 27-29/6



Une conférence de presse → 28/6



Un workshop professionnels → 28/6



Soirée cocktail networking en synergie → 28/06



**OBJECTIF : Valoriser l'offre de cyclotourisme en France**

### GRAND DÉPART DU TOUR DE FRANCE 2024

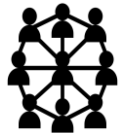


## BILAN DES ACTIONS 2023

### 134 PARTENAIRES FRANCAIS

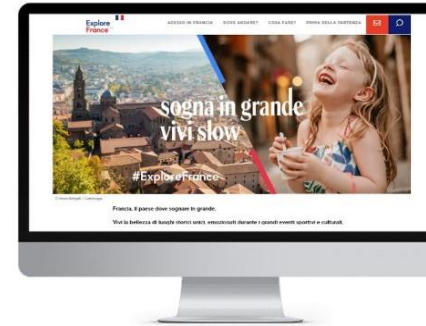


93 Actions ou Missions



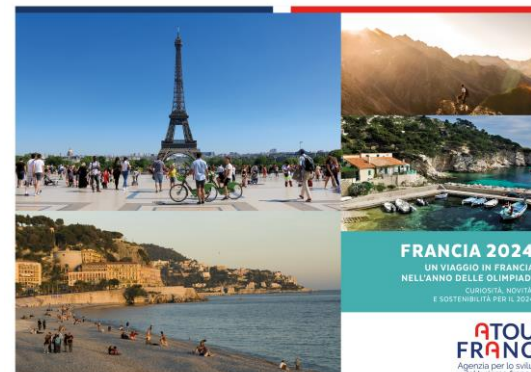
27 Campagnes dont 24 digitales

- 16 Campagnes Explore France
- 11 Campagnes locales destinations



32 Evénements

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



**RUGBY WORLD CUP 2023  
OFFICIAL HOSPITALITY PACKAGES**  
PRESENTAZIONE - 25 MAGGIO 2023 - MILANO



88 Accueils de Presse

- 135 Journalistes
- 47 Blogueurs & Influenceurs

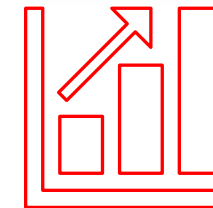
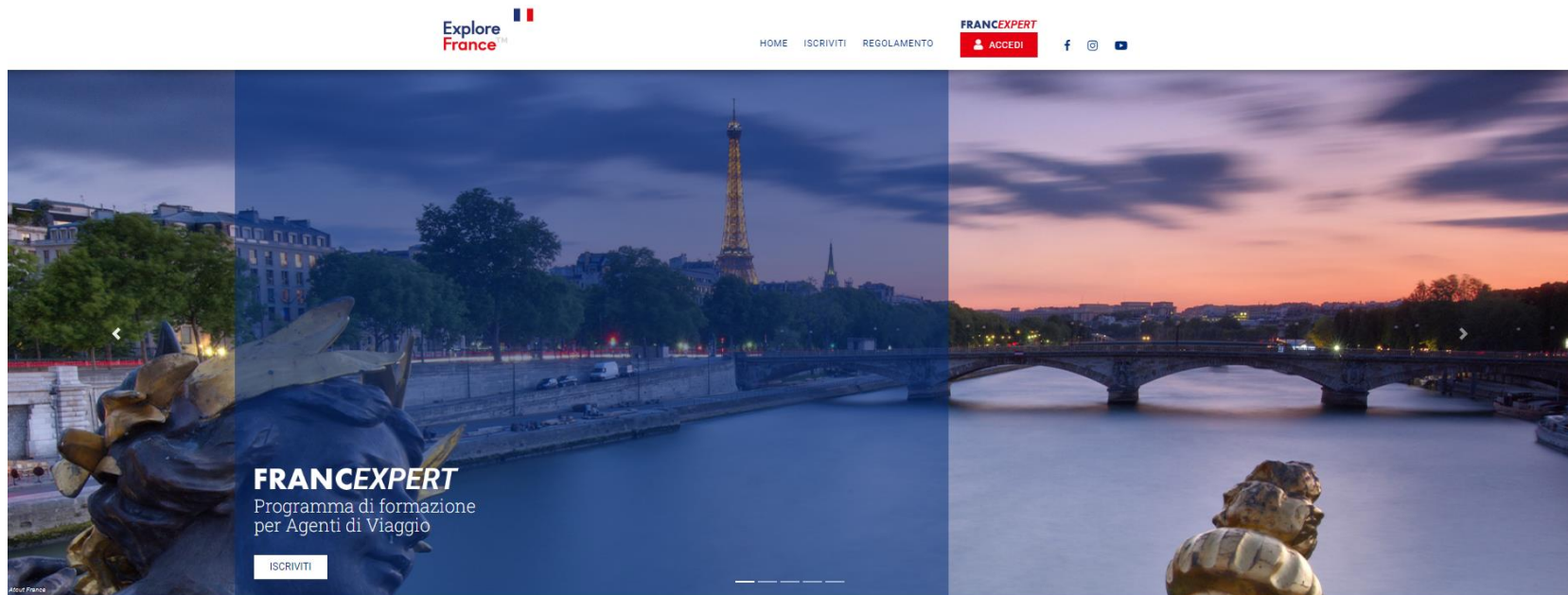


# ■ Fidéliser les Professionnels

PRINCIPALES ACTIONS B2B

# Fidéliser les Professionnels : Principales actions B2B

## FORMATION FRANCE CONNAISSEUR → DEVENIR FRANCEXPRT



**825  
INSCRITS**

- **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





## GRANDS ÉVÉNEMENTS



### ROADSHOW FRANCIA LOISIRS & MICE

9-11 AVRIL 2024

- BOLOGNE
- ANCONE
- MILAN



### GRAND DÉPART DU TOUR DE FRANCE

27-29 JUIN 2024

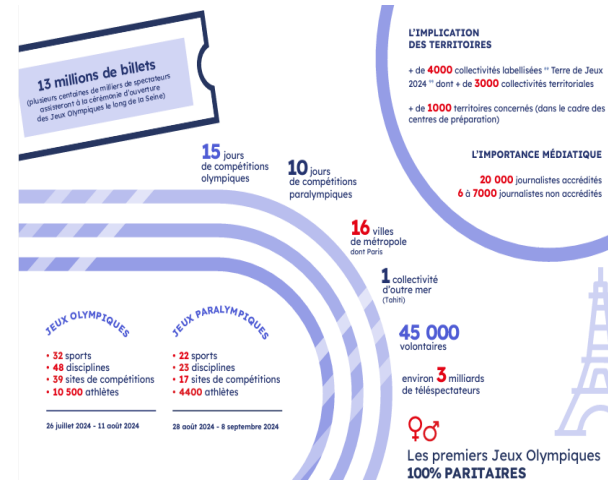
- FLORENCE



### JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES – PARIS 2024

26 JUILLET – 11 AOUT 2024

28 AOUT – 8 SEPTEMBRE 2024



### FORMATION FRANCE CONNAISSEUR



JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE PARIS 2024



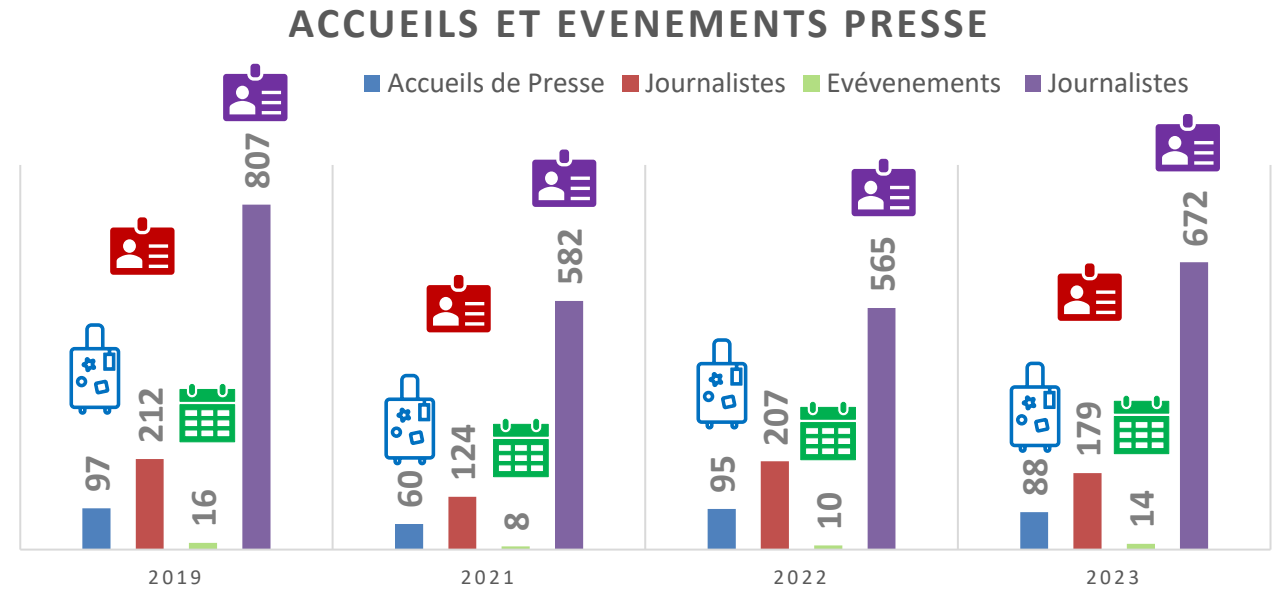
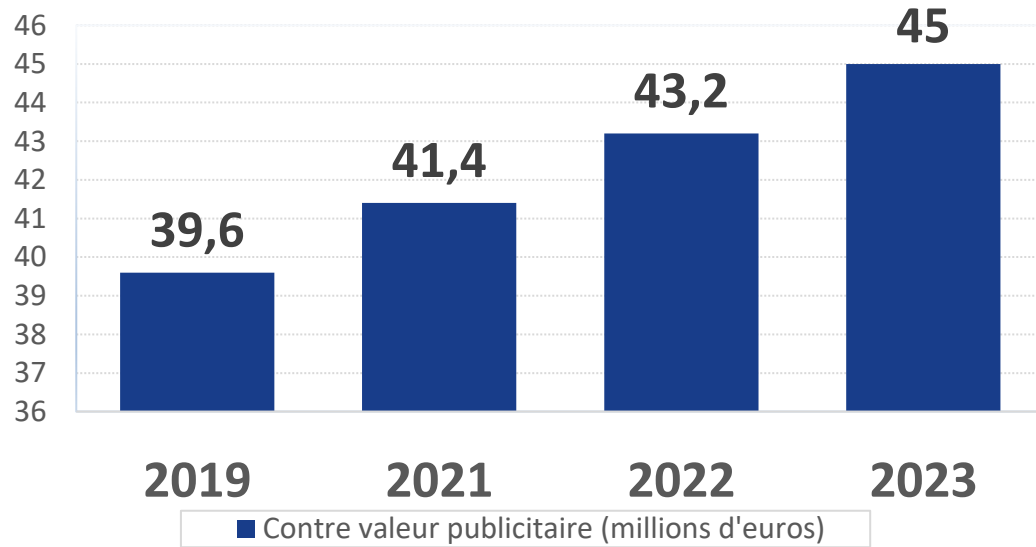


# Mobiliser les prescripteurs

RETOMBÉES MEDIA



## ACCUEILS ET EVÉNEMENTS PRESSE → CONTRE-VALEUR PUBLICITAIRE



- Contre-valeur publicitaire : 45 millions d'euros
- 851 journalistes et influenceurs ont été conviés aux événements 2023

# Mobiliser les prescripteurs : Retombées média sur les réseaux sociaux

1



**1956 FOLLOWERS**

**TWITTER ATOUT FRANCE**

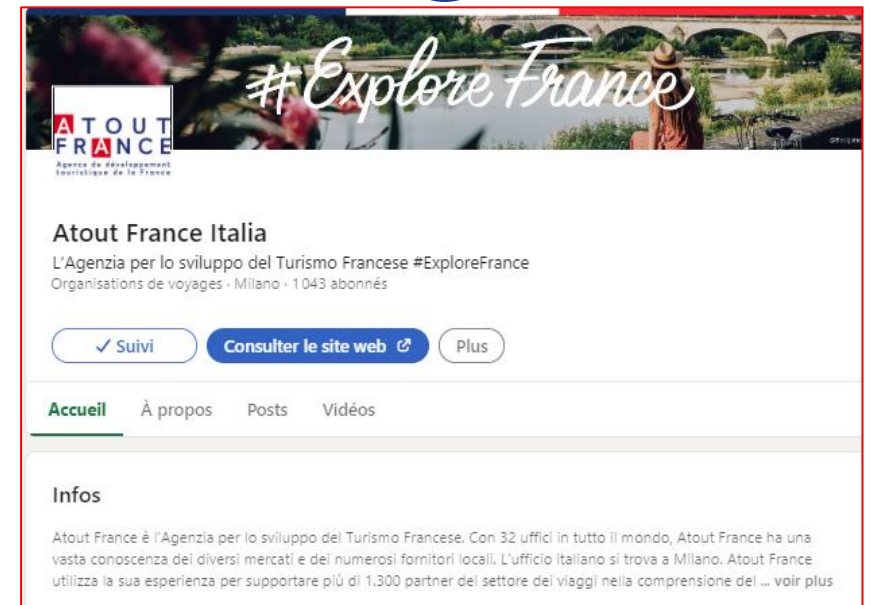
2



**900 CONTACTS PRESSE**

**NEWSLETTER EXPLORE FRANCE**

3



**1414 ABONNÉS**

**LINKEDIN ATOUT FRANCE CORPORATE**



# Mobiliser les prescripteurs

## ÉVÉNEMENTS MÉDIAS



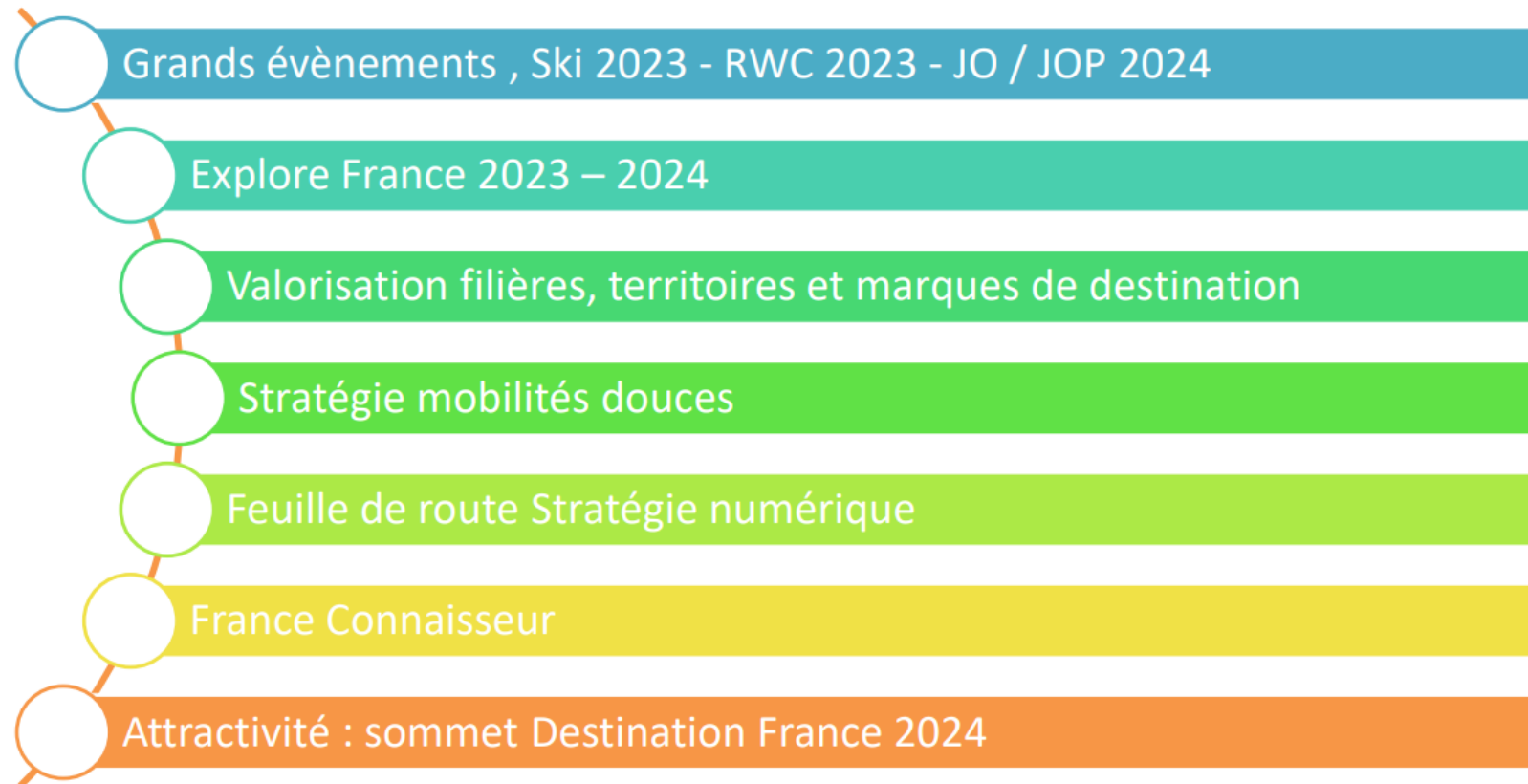


## Informer nos partenaires

FEUILLE DE ROUTE 2024




## Relancer – Stimuler les marchés internationaux






## PAGES MARCHÉ



Taux de change



### 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
- 16% 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



##### 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](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)



DÉJÀ ADHÉRENT


DEVENIR ADHÉRENT

CONNEXION

0 articles

> CLASSEMENTS
> IMMATRICULATIONS
ENGLISH VERSION












## 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<sup>ème</sup> 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

## ANTICIPER ET OBSERVER → CONSEILLER

**VEILLE TOURISTIQUE N.9 - 2023**  
Milan, mai 2023

**TENDANCES DE MARCHÉ ET CLIENTS**

**Articles de Travelnospop du 18/04/2023**  
**Voyages d'affaires, le retour. Les données au-delà des attentes**

- Selon le **Travel Industry Trend 2023** présenté hier par le Mastercard Economic Institute, les **voyages d'affaires ont progressé** au même rythme que les voyages d'agrément au premier trimestre 2023. Ce chiffre tout à fait surprenant est enregistré dans 33 pays, dont l'Italie.
- En ce qui concerne les flux entrants, **l'Italie est l'une des principales destinations mondiales**, en particulier pour les voyageurs d'Europe, d'Amérique du Nord, du Moyen-Orient et d'Asie.

**Articles de Travelnospop du 17/04/2023**  
**54% des Italiens n'ont pas encore choisi leur destination de vacances d'été**

- Les données qui ressortent du premier Observatoire sur les **tendances de voyage des Italiens pour l'été 2023** réalisées par TravelVoyage auprès d'un échantillon de plus de 1 400 adultes : **70% des Italiens n'ont pas encore réservé leurs vacances d'été** : la principale raison pour plus de 54% des personnes, est qu'elles n'ont pas encore choisi leur destination.
- Le facteur le plus important** pour définir ses vacances d'été et la destination pour 78% des personnes : le **budget** est également important (69%) et, à part égale, les **besoins de la personne qui voyage et la température et le climat de la destination** choisie (73%).
- Pour **71% des personnes interrogées**, l'inspiration pour un nouveau voyage provient **principalement de leurs propres idées et intérêts personnels** : cependant, les recommandations de la famille, des amis et des connaissances (42%) le contenu des comptes sociaux des marques (28%) et des personnes qu'ils suivent (18%) sont également importants, la publicité (16%) et les séries télévisées et les films (13%) sont moins importants.

**Articles de Travelnospop du 12/04/2023**  
**les voyages sont inspirés par les séries télévisées ou l'intelligence artificielle.**

- Dans le **rapport Travel Trends for 2023 d'Expedia**, il a été constaté que deux tiers des voyageurs **inspirent des films et des séries télévisées** pour identifier leur prochaine destination.
- Les **voyageurs s'inspirent également de l'intelligence artificielle**, Expedia a récemment lancé l'intégration de ChatGPT dans son application iPhone. Ce

Coordinateur Europe du Sud – Bureau Atout France en Italie

**VEILLE TOURISTIQUE N.11-2023**  
Milan, mai 2023

**TENDANCES DE MARCHÉ ET CLIENTS**

**Articles de Travelnospop du 30/04/2023**  
**4 Italiens à bord du vol suborbital de Virgin Galactic**

- La société américaine a l'intention de compléter le tourisme spatial par des missions de recherche commerciale.
- Le PDG de la société, Michael Colglazer, entend inaugurer **une nouvelle ère d'accès répétable et fiable à l'espace pour les passagers privés et les chercheurs** : un deuxième vol commercial est prévu pour le mois d'août, puis un vol par mois.
- L'**Aeronautica Militare et le Consiglio Nazionale delle Ricerche** (Conseil national de la recherche) **ont été les protagonistes de ce nouveau rôle** que les vols suborbitaux pourraient jouer pour la recherche.

**Articles de TIG du 29/04/2023**  
**Vacances en juillet, Rome est la ville la plus désirée par les Italiens**

- Le portail jetcost.it, qui malgré la hausse des prix et la situation économique compliquée dans toute l'Europe, fait état d'une **augmentation de 33 % des réservations d'hébergement pour le mois à venir par rapport à l'année dernière**.
- Sur le podium, après Rome, Milan et Jesolo occupent les deuxième et troisième places, suivies de près par Gallipoli et Capri.
- Le top 10 se poursuit avec Lampedusa, système devant Ugnano Sabbadoro et Reggio Emilia, Riccione et son Vito Lo Capo ferment la marche.
- La **Sicile est la région la plus peuplée**, avec sept villes particulièrement appréciées, suivie de l'**Émilie-Romagne** avec cinq villes et du Latium, de la Campanie et des Pouilles avec quatre villes.

**EVOLUTION DES ACTEURS DE LA DISTRIBUTION**

**Articles de Meeting e congressi du 20/04/2023**  
**Rapport sur la digitalisation des canaux de vente dans le secteur du tourisme, produit par les Observatoires de l'innovation numérique du Politecnico di Milano en coopération avec Minsait.**

- Selon l'étude, **seulement 4% des entreprises touristiques du pays affirment avoir une bonne connaissance des profils**, des goûts et des préférences des visiteurs, tandis que 38% d'entre elles n'ont même pas une connaissance suffisante.

Coordinateur Europe du Sud – Bureau Atout France en Italie

**VEILLE TOURISTIQUE N.15-2023**  
Milan, Septembre 2023

**TENDANCES DE MARCHÉ ET CLIENTS**

**Articles de Travelnospop du 24/09/2023**  
**En 2023, plus d'un million d'Italiens feront une croisière, un record pour MSC**

- À la fin de l'année 2023, il pourrait y avoir plus d'un million d'Italiens qui choisissent une croisière comme vacances, selon Leonardo Massa, directeur général de MSC Crociere. En 2019, environ 930 000 Italiens avaient opté pour une croisière, selon les données de la Cna. Massa prévoit que d'ici 2023, ce nombre dépassera largement le million, surpassant les niveaux d'avant la pandémie. C'est un signe positif non seulement pour l'industrie des croisières, mais aussi en termes économiques et d'emploi pour 2024.
- L'été 2023 sera enregistré comme une période record pour MSC Crociere en termes d'escales et de passagers déplacés. Naples a été un point central de cette croissance et du développement de la compagnie. Massa prévoit que en 2024, MSC Crociere opérera avec trois navires par semaine dans le port napolitain, établissant ainsi un nouveau record. Pendant l'hiver, MSC fantasia sera escale à Naples chaque mercredi.

**Articles de Travelnospop du 1/09/2023**  
**En été, +32% des paiements cashless dans le tourisme**

- À l'été 2023, les paiements numériques dans le secteur du tourisme en Italie ont enregistré une croissance significative par rapport à l'année précédente. Les transactions ont augmenté de 32%, tandis que la valeur moyenne du reçu sans espèces a diminué de 8,5%, s'établissant à 27,9 euros. Cela indique une diffusion accrue des paiements par carte et smartphone, même pour des dépenses de faible montant. Les provinces ayant enregistré la plus forte augmentation des transactions sans espèces sont Bari-Cosimo (+61,2%), Benevento (+61%) et Piacenza (+60,9%), tandis que le reçu numérique le plus bas se trouve à Lodi (18,7 euros) et le plus élevé à Vibo Valentia (43,7 euros).
- L'Observatoire du Tourisme Cashless 2023 de SumUp, une fintech spécialisée dans des solutions innovantes de paiement numérique, a analysé ces données pour offrir aux commerçants un aperçu des habitudes de paiement sans espèces pendant l'été 2023. Dans l'ensemble, les secteurs touristiques ayant enregistré les plus fortes augmentations de transactions numériques ont été les bars et les clubs (+46,5%), suivi du divertissement avec de la musique, des concerts et des films (+44,4%) et des parcs d'attractions (+36,9%). Même dans les cafés et restaurants, les paiements numériques ont augmenté de +34,5%, tandis que les services touristiques ont connu une croissance de +25,8%. Les hôtels ont enregistré une augmentation moins significative de +8,3%.

Coordinateur Europe du Sud – Bureau Atout France en Italie

**VEILLE TOURISTIQUE N.19-2023**  
Milan, décembre 2023

**TENDANCES DE MARCHÉ ET CLIENTS**

**Articles de L'Agencia di viaggi magazine du 14/12/2023**  
**Les dépenses des touristes étrangers en Italie reportent à la hausse : le rapport de Bankitalia**

- Les dépenses des touristes étrangers en Italie au troisième trimestre 2023 ont augmenté de 9,8%, selon les données de la Banque d'Italie. Cette augmentation a été principalement stimulée par l'augmentation du nombre de voyageurs. De manière similaire, les dépenses des Italiens à l'étranger ont augmenté de 10,8%, précédemment liées principalement à l'augmentation des dépenses par habitant. La forte hausse des dépenses en Italie par les touristes en provenance de pays hors de l'UE a été de 22,6%, tandis que celle des touristes européens a augmenté de 1,6%. Pendant ce temps, les dépenses des Italiens à l'étranger ont augmenté à la fois dans les destinations européennes (+7,6%) et dans celles hors d'Europe (+14,8%). En septembre, le solde de la balance des paiements touristiques de l'Italie a enregistré un excédent de 2,8 milliards d'euros, légèrement supérieur à celui du même mois en 2022. Les dépenses des touristes étrangers en Italie ont augmenté de 6,5%, atteignant 5,7 milliards d'euros, tandis que les dépenses des voyageurs italiens à l'étranger ont augmenté de 2,6%, atteignant 2,9 milliards d'euros.

**Articles de TIG Italia du 11/12/2023**  
**Immaculée Conception : la demande interne augmente en Italie**

- Le pont de l'immaculée Conception a enregistré un taux élevé de réservations, avec 74% des chambres occupées, totalisant environ 4,5 millions de séjours dans les établissements d'hébergement officiels. Cela représente une augmentation de 4,3% par rapport à l'année précédente. La tendance est considérée comme un bon début pour la saison hivernale, surtout compte tenu du fait que les voyageurs pendant cette période sont principalement italiens.
- Le président d'Assoturismo Confesercenti, Vittorio Messina, observe que ce résultat est encore plus positif compte tenu de la baisse de la demande intérieure au cours de l'année, en raison de la réouverture des destinations étrangères et des défis économiques. Cependant, les signaux provenant des marchés étrangers sont encourageants, avec une augmentation de 14,7% du nombre de touristes internationaux au cours des neuf premiers mois de l'année et une augmentation de 10,2% des nuitées dans les établissements d'hébergement.
- Les stations de montagne ont enregistré le taux moyen d'occupation le plus élevé, atteignant 85%, suivies des villes/centres d'art et des stations thermales avec une moyenne de 78%. Les réservations étaient plus faibles dans les stations balnéaires.

Coordinateur Europe du Sud – Bureau Atout France en Italie

## NOTES SECTORIELLES



DÉCEMBRE 2022

**NOTE SECTORIELLE**

PRODUIT MONTAGNE

ITALIE  
HIVER 2022-2023

ATOUT FRANCE

ATOUT FRANCE  
SERVICE ÉCONOMIQUE D'ATHÈNES

**ECONOMIE ET CONJONCTURE TOURISTIQUE**

réver en grand  
prendre le temps  
#ExploreFrance

dream big  
live slow

Marché grec  
Juillet 2023

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté Industrielle et Numérique

Direction générale de Trésor

ATOUT FRANCE  
Agence de développement touristique de la France

DÉCEMBRE 2023

**NOTE SECTORIELLE**

CONNEXIONS AÉRIENNES 2023-24

ITALIE  
SAISON HIVERNALE 2023-24

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

ATOUT FRANCE

FÉVRIER 2024

**Note sectorielle**

CONNEXIONS AÉRIENNES

ITALIE  
SAISON ESTIVALE 2024



## NOTES CONJONCTURELLES



Plan d'actions Italie  
document généré le : 23/01/2024



M. Frédéric MEYER  
Directeur  
frederic.meyer@atout-france.fr



Plan d'actions Italie  
document généré le : 06/02/2021

M. Frédéric MEYER  
Directeur  
frederic.meyer@atout-france.fr



## PRÉSENTATION DE MARCHÉ

MARS 2024



## Baromètre

Marché Italien  
Mars 2024



Journées Partenariales  
2023

## Atout France en Italie

### Marché Italien



#JournéesPartenariales

## Atout France en Italie



### 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

[www.france.fr](http://www.france.fr) | [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

**Frédéric MEYER – Directeur Atout France Italie – Grèce - Suisse**  
[frederic.meyer@atout-france.fr](mailto:frederic.meyer@atout-france.fr)

**Alexandre BEZARDIN – Adjoint au Directeur Italie – Grèce - Suisse**  
[alexandre.bezardin@atout-france.fr](mailto:alexandre.bezardin@atout-france.fr)

### ÉVÉNEMENT PRESSE

**Barbara LOVATO** [barbara.lovato@atout-france.fr](mailto:barbara.lovato@atout-france.fr)

### PROFESSIONNELS & MICE

**Chiara CASERINI** [chiara.caserini@atout-france.fr](mailto:chiara.caserini@atout-france.fr)

**Francesca MINNITI** [francesca.minniti@atout-france.fr](mailto:francesca.minniti@atout-france.fr)

**Annalisa ROLLA** [annalisa.rolla@atout-france.fr](mailto:annalisa.rolla@atout-france.fr)

### MARKETING

**Valentina CODAZZI** [valentina.codazzi@atout-france.fr](mailto:valentina.codazzi@atout-france.fr)



[COMPTE LINKEDIN CORPORATE](#) - [COMPTE LINKEDIN MICE](#)



[COMPTE TWITTER PRESSE](#)



[COMPTE FACEBOOK GP](#)



[COMPTE INSTAGRAM](#)

**#ActiveurDeTourismes**

**ATOUT  
FRANCE**  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

