



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

ATOUT  
FRANCE

L'Agence de développement  
touristique de la France

# Marché Italie

Juin 2025

## Chapitre 1

CONJONCTURE ECONOMIQUE DE L'ITALIE

## Chapitre 2

CONJONCTURE TOURISTIQUE : LES ITALIENS EN FRANCE

## Chapitre 3

TENDANCES DU MARCHÉ : PERSPECTIVES ET TENDANCES 2025

## Annexes et contacts

# ■ Chapitre 1

CONJONCTURE ECONOMIQUE DE L'ITALIE

## Une économie résiliente, mais à deux vitesses

**Population** : 58,934 millions habitants – Population en baisse et qui vieillit beaucoup plus rapidement que les autres pays européens avec l'âge médian le plus élevé de l'UE à 48,7 ans.

**PIB** : +0,5% en 2024; estimation à +0,6% en 2025 (+0,3% T1 2025).

**PIB/habitant** (prix constants) : 37,180 € (2024)

**Taux d'inflation** : 1,9% en mai 2025 (taux HCPI Eurostat).

**Taux de chômage** : 5,9% en avril 2025.



## Conjoncture moyen-terme

Au 1er trimestre 2025, le PIB en volume progresse de +0,3 % selon Istat. Ce chiffre est supérieur aux attentes de marché (+0,2%). Du côté de la demande, la contribution intérieure est positive, alors que le commerce extérieur contribue négativement à la croissance.

Malgré le soutien du PNRR, les investissements restent limités par des taux élevés et un secteur de la construction fragilisé par la réduction du Superbonus.

L'inflation est maîtrisée (+1,5 % en 2025) mais pèse sur le pouvoir d'achat, tandis que l'incertitude internationale pèse sur la confiance des acteurs économiques.

Bien que les prévisions de croissance soient revues à la baisse de moitié en 2025 de +1,2 % à +0,6 % et passent de 1% à 0,8% en 2026 et 2027, la consolidation des finances publiques respecte la trajectoire du Plan structurel budgétaire de moyen terme (PSMT).

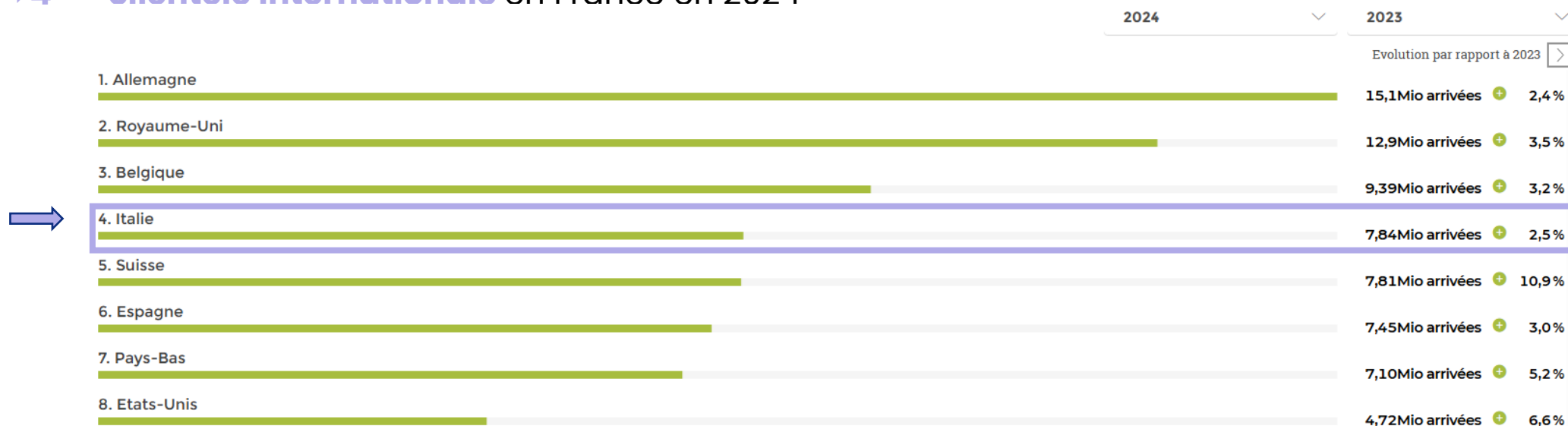
En 2024, le déficit a diminué plus que prévu et la trajectoire de diminution du déficit public est maintenue à 3,3% en 2025, 2,8% en 2026 et 2,6% en 2027. Le ratio de la dette / PIB atteint 136,6% en 2025 pour augmenter à 137,6% en 2026, et baisser progressivement à 137,4% en 2027 et 136,4% en 2028. Par rapport aux estimations du PSMT, cette trajectoire est légèrement plus favorable jusqu'en 2027 et conforme à l'objectif de 2028.

# ■ Chapitre 2

CONJONCTURE TOURISTIQUE : SEJOURS DES ITALIENS  
EN FRANCE

- **35,4 millions de départs** depuis l'Italie vers l'international en 2024 (+9,0 % par rapport à 2023)  
⇒ **22%** des départs vers la **France, 1<sup>ère</sup> destination internationale**

**7,84 millions de séjours en France en 2024**, +2,5% de séjours v. 2023  
⇒ **4<sup>ème</sup> clientèle internationale** en France en 2024



Source : Oxford Economics / FTO

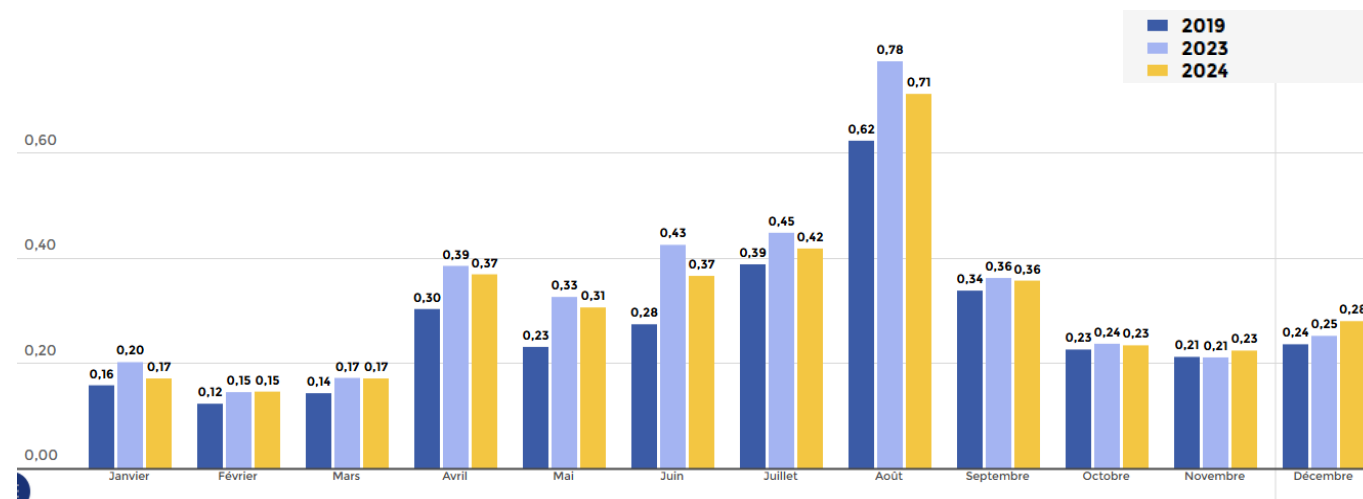
# Recettes internationales de l'Italie – 2024

## Ventilation des recettes touristiques en France

2024	En millions	Evol. vs 2019 (en %)	Evol. vs 2023 (en %)
Belgique	9,814	+64.8%	+15.5%
Royaume-Uni	8,009	+34.3%	+7.6%
Allemagne	7,541	+27.4%	+12.5%
Suisse	7,204	+35.5%	+5.9%
Etats-Unis	7,029	+70.8%	+8.0%
Espagne	4,755	+2.3%	- 2.9%
➔ Italie	3,766	+15.3%	- 4.7%
Pays-Bas	2,755	+42.8%	+7.8%
Chine	1,396	- 60.6%	+15.2%
Japon	668	- 28.4%	+9.0%
total 10 marchés	52,937	+27.3%	+7.6%
Monde	71,276	+25.6%	+8.2%

L'Italie fait partie des **10 marchés** qui génèrent **75% des recettes touristiques totales en France** en 2024 avec la Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Royaume-Uni, Suisse, Espagne, Etats-Unis, Chine et Japon.

En 2024, les clientèles italiennes ont généré des recettes totalisant près de 3,8 milliards d'euros, avec une baisse se portant surtout sur l'été (à la suite des craintes sur l'effet prix des JOPs, report des séjours sur le 4<sup>ème</sup> trimestre 2024 et 2025)



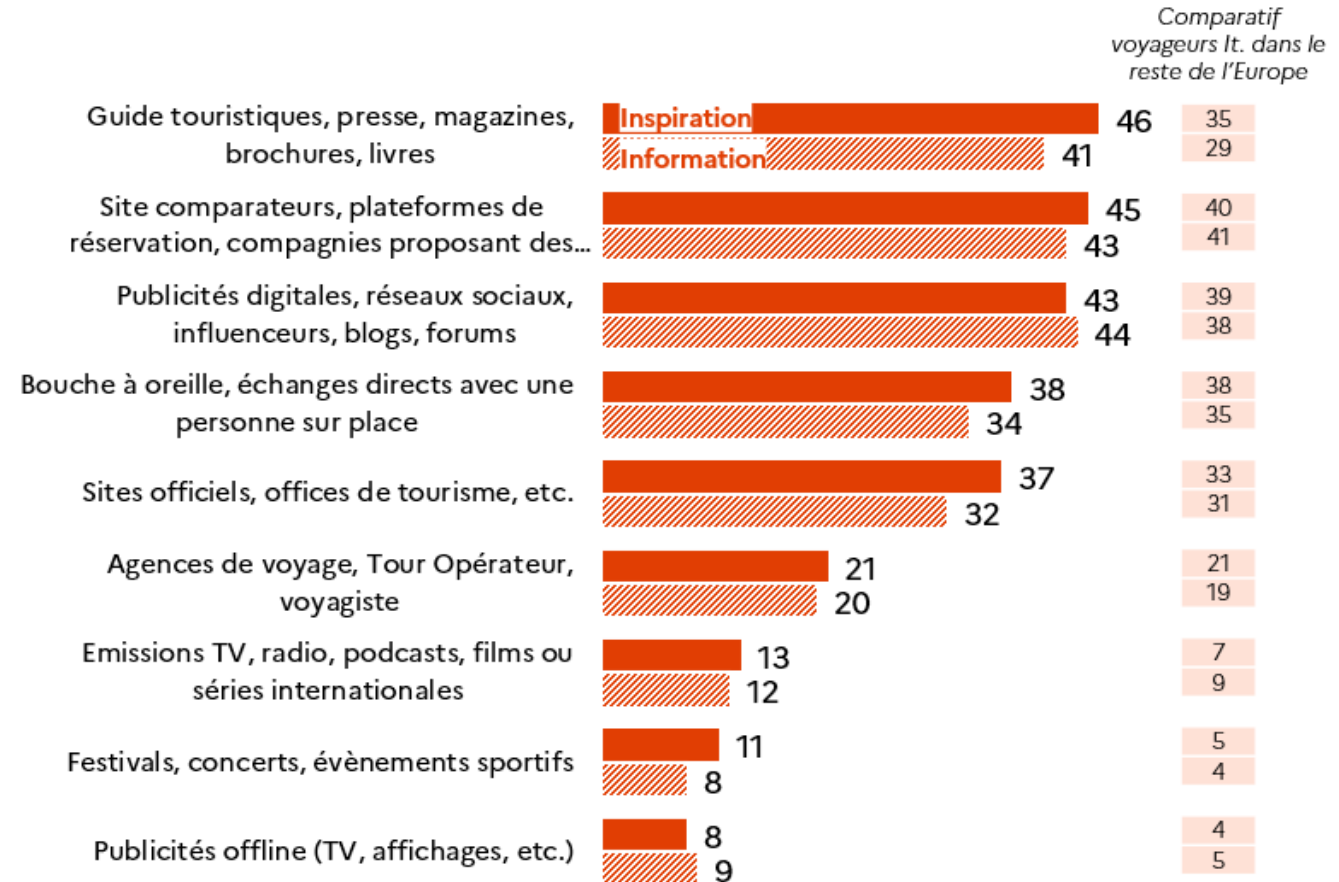
Source : Banque de France, Janvier 2025 / FTO

Importance d'internet et du multi canal

**85% des foyers** disposent d'un **accès internet**.

- Dans la phase d'**inspiration**, importance de la **presse et des magazines, réseaux sociaux, blogs et vidéos**.
- La presse et les magazines servent à s'**orienter** et à s'informer, la réservation se fait ensuite sur Internet

Sources d'inspiration et d'information pour le voyage en France



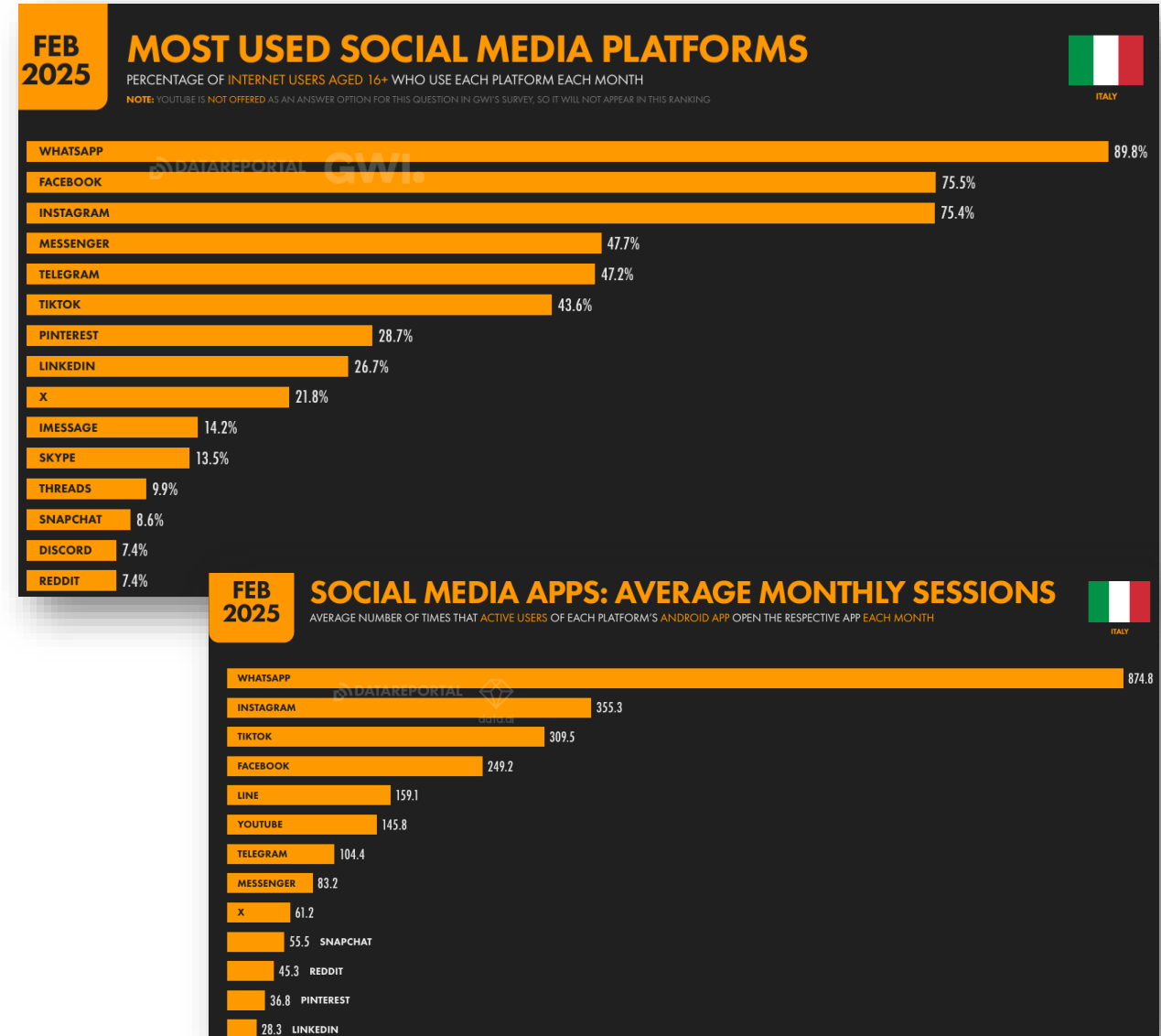
Source : Étude pour Atout France de Toluna – Harris Interactive - échantillon de 600 Italiens ayant voyagé au cours des 3 dernières années – mars / avril 2024

## Evolution de l'utilisation des réseaux sociaux

- **42,2 millions d'Italiens utilisateurs**
- **5,9 plateformes utilisées en moyenne par mois**
- **1h48 heure d'utilisation quotidienne**

Whatsapp, Facebook, Instagram restent en tête des classements.

Instagram et TikTok sont les plateformes les plus utilisées par les 18-24 ans et 25-34 ans.



### Intermédiation de la clientèle italienne

Réservations via OTA et autres intermédiaires (TOs, AGV) : **34%**

Réservations par e-mail, téléphone, en personne : 33%

Réservations en ligne en direct sur internet ou application : 22%

Réservation sur internet de l'hébergement seul : 50,7%

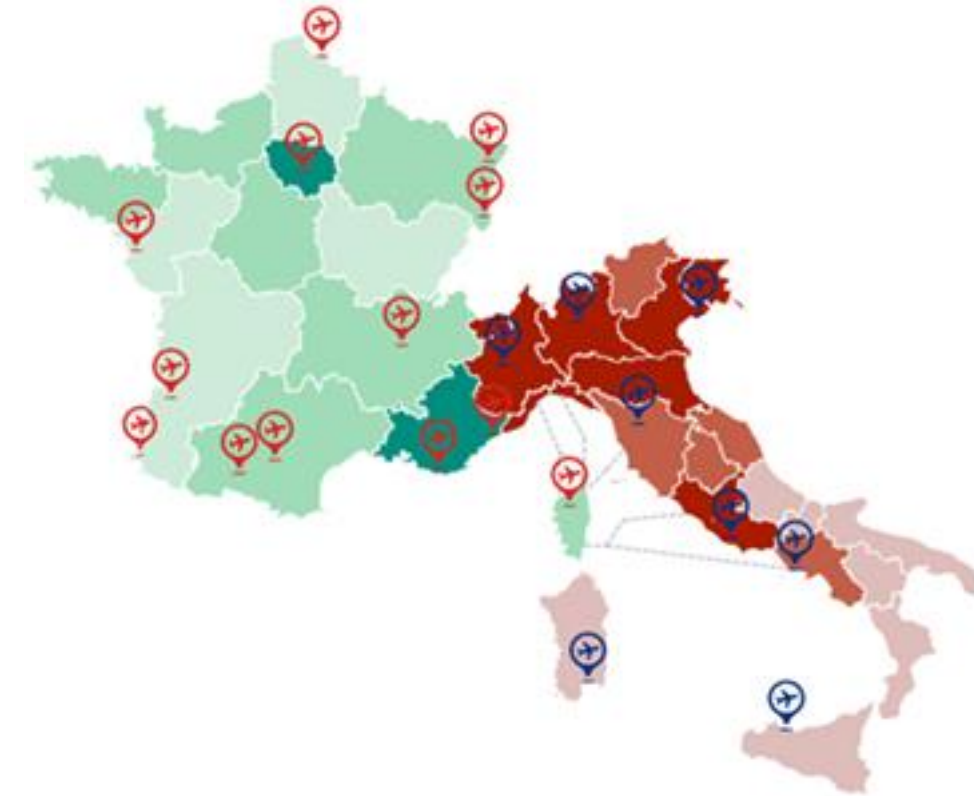
Réservation sur internet du transport seul : 21,2%

Réservation sur internet hébergement + transport : 28,1%

Les 65 ans et plus réservent encore souvent personnellement leur séjour en agence et par téléphone auprès des prestataires ou intermédiaires.

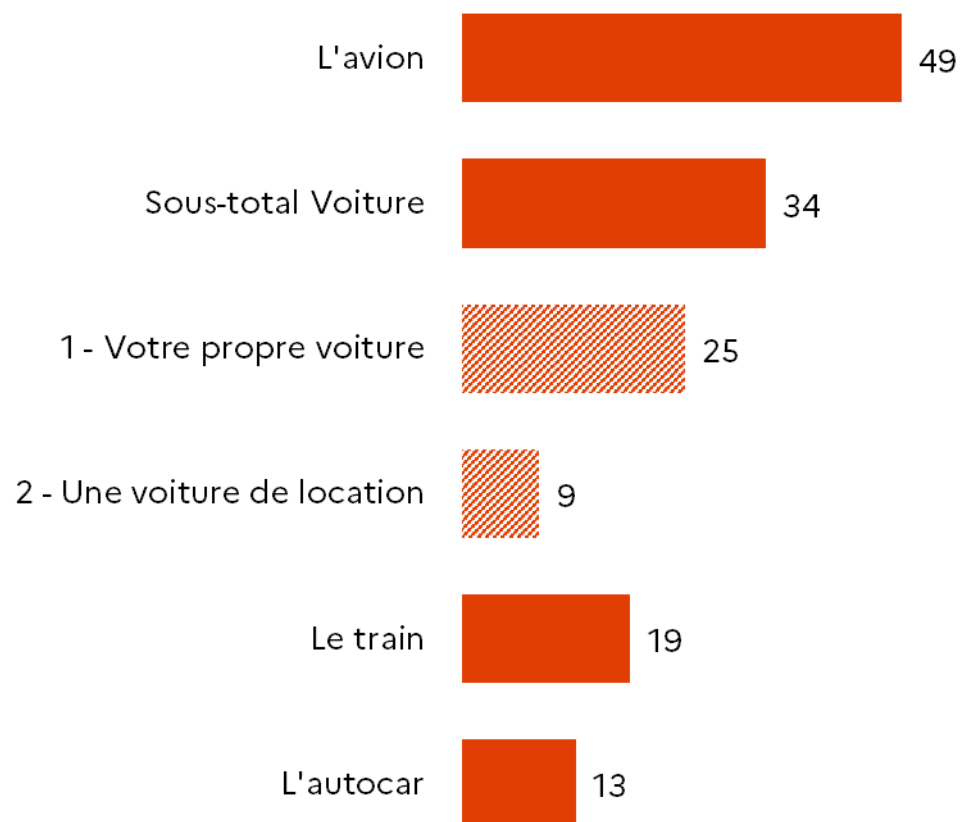
## Accès

- 10 compagnies aériennes au départ de 19 aéroports italiens vers 15 aéroports français (Paris CDG/Orly, Brest, Biarritz, Bordeaux, Bâle-Mulhouse, Strasbourg, Lille, Montpellier, Toulouse, Marseille, Nice, Lyon, Ajaccio, Bastia... )
- Dessertes ferroviaires directes Milan – Paris :
  - Via Turin, la Savoie, Macon pour SNCF / TGV Inoui avec 3 AR par jour
  - Via Turin, la Savoie, Lyon pour Trenitalia / Frecciarossa avec 2 AR par jour
- Nombreux départs en bus au départ de l'Italie vers Paris et autres villes françaises
- Dessertes maritimes avec la Corse depuis Livorno / Genoa, e.a.

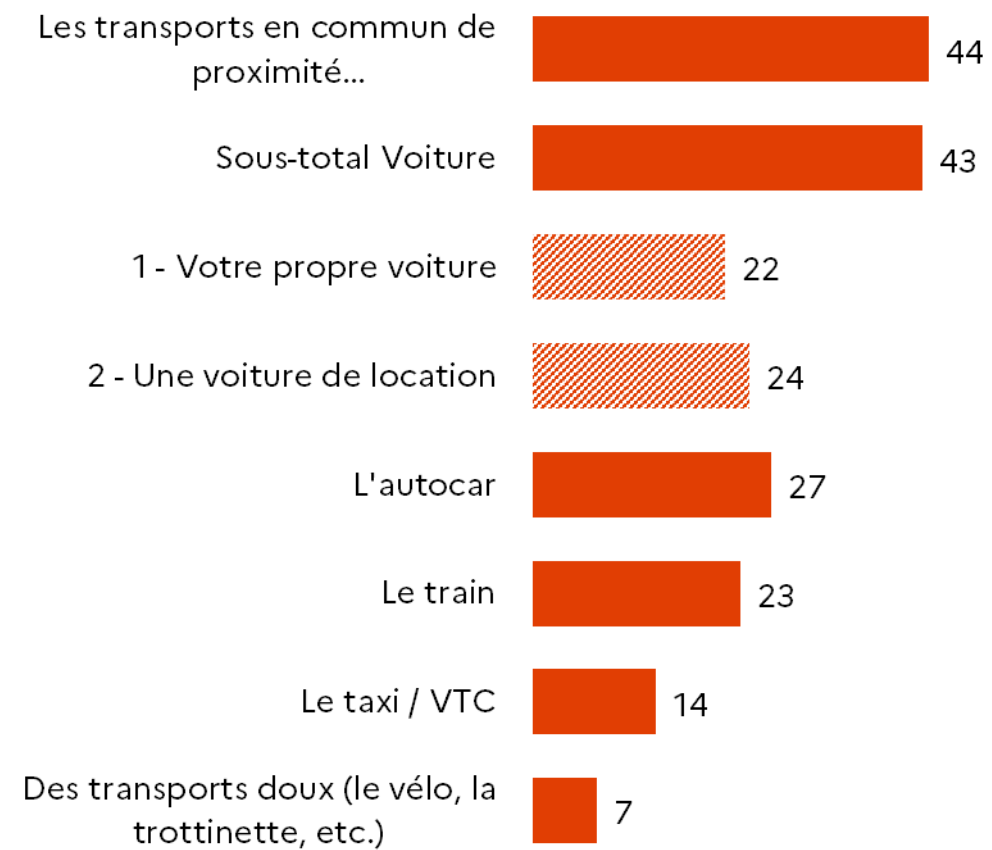


⇒ **+15% arrivées aériennes en France en 2024 (900k pax en 2024)**  
⇒ **+ 29% arrivées aériennes en France en janvier 2025 (85k pax)**  
⇒ **+12,7% prévisions arrivées sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2025**

## Moyens de transport vers la France



## Moyens de transport en France



**La France représente une destination touristique attractive mais elle est fortement concurrencée par le tourisme domestique et par l'Espagne qui concurrence la France sur ses points forts** (nature, patrimoine, gastronomie) et propose une alternative attractive sur des qualités prisées des Italiens (météo, accueil, baignades, détente, rapport qualité-prix).

**L'inspiration et l'organisation** de vacances en France, plus que pour les autres destinations européennes, sont soutenues en Italie **par les guides touristiques, magazines et ouvrages de presse**, qui se maintiennent au même niveau que les **sites comparateurs et les ressources en ligne**, devant le bouche-à-oreille.

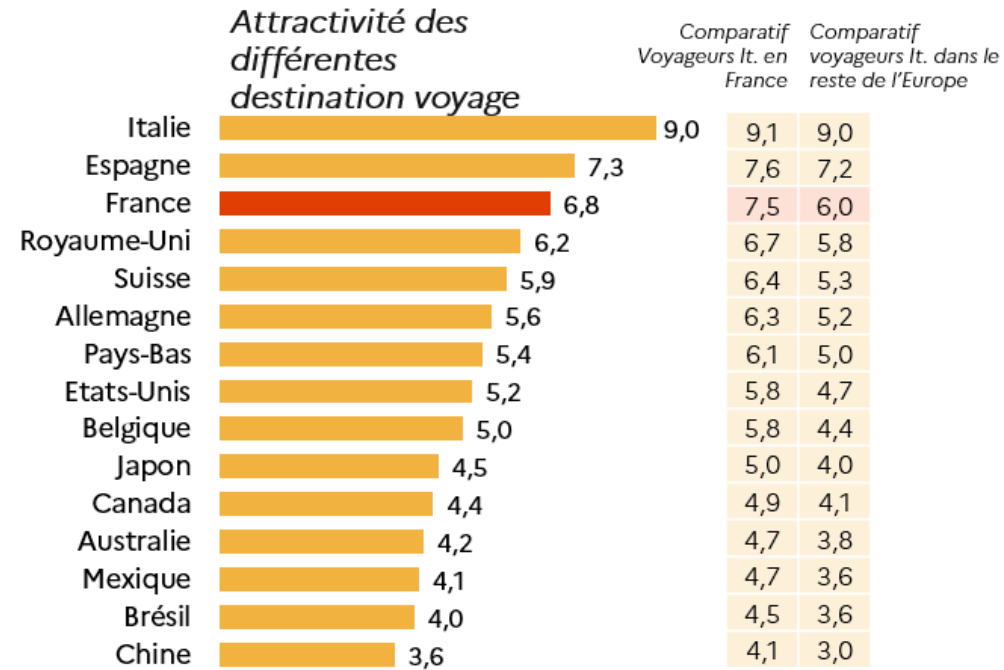
Venir en France se prépare **plusieurs mois à l'avance**, parfois avec l'accompagnement d'une agence.

Plus de **4/5 des voyageurs** ont effectué une réservation **dans les 3 mois ayant suivi leur choix de destination**.

**Ordre de réservation des principales dépenses** : 1. Transports / transports sur place ; 2. Hébergements ; 3. Activités ou événements sur place.

La plupart des voyageurs italiens indiquent venir sur le territoire français en prenant l'avion et sont ainsi nombreux à passer par Paris lors de leur séjour. Et quoiqu'ils privilégient des **régions côtières** (Côte d'Azur, Bretagne, Normandie), les Italiens indiquent moins rechercher en France des littoraux que des **paysages urbains**, largement majoritaires environnement de séjours.

Les voyageurs italiens se montrent généralement très satisfaits de leur séjour en France et indiquent une forte propension à **partager leurs bonnes expériences sur les réseaux sociaux**.



En moyenne, les Italiens indiquent une intention moyenne de voyage à l'étranger de 5,4 et en France de 5,9.

**Hébergement :** 66% ont le plus séjourné dans des hôtels, 18% dans un logement loué par un particulier, 13% dans un logement loué par un professionnel.

**Nombre de nuitées :** en moyenne, les voyageurs déclarent avoir passé 5,3 nuitées sur place lors de leur dernier voyage en France.

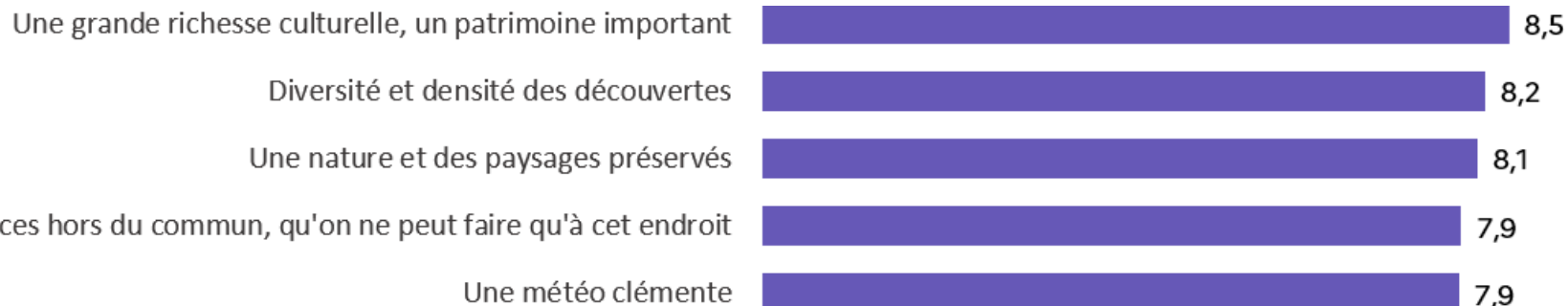
**Partenaire de voyage :** Les voyageurs italiens sont le plus partis en France avec leur partenaire (53%), puis en famille avec leurs enfants (26%).

**Dépenses :** 64% ont surtout cherché à rester économes tandis que 36% ont dépensé sans faire attention à leur budget.

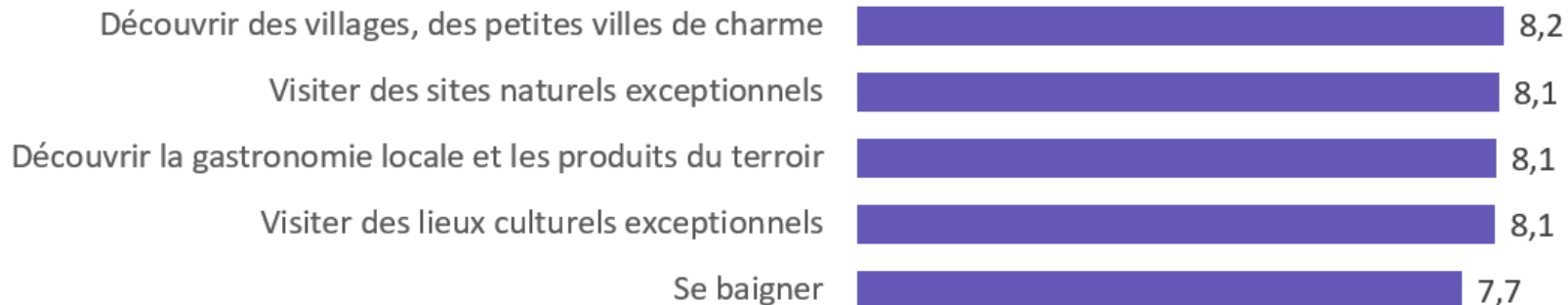
**Saisonnalité :** 32% sont arrivés entre les mois d'avril et juin, et 28% entre les mois de juillet et août. 25% viennent entre septembre et novembre.

Les voyageurs donnent une note de **8.5 sur 10** concernant leur satisfaction à l'égard de leur dernier voyage en France.

## Intérêts distinctifs des Italiens venus sans passer par Paris et sa région



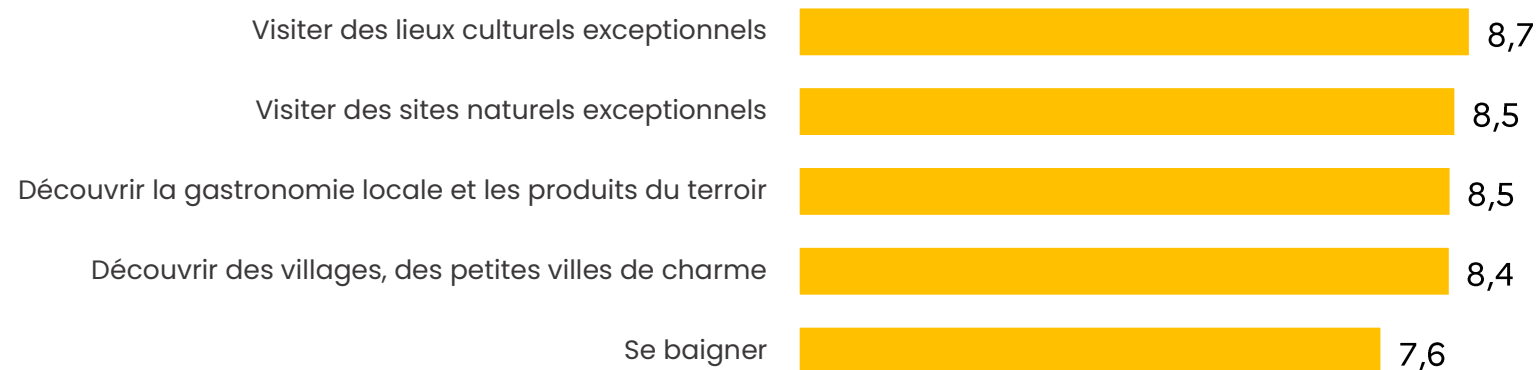
## Activités distinctives pour les Italiens venus sans passer par Paris et sa région



## **Intérêts distinctifs des Italiens venus en France, à Paris et sa région (exclusivement ou en combinaison avec une autre destination)**



## **Activités distinctives pour les Italiens venus en France, à Paris et sa région (exclusivement ou en combinaison avec une autre destination)**



# ■ Chapitre 3

TENDANCES DU MARCHÉ : PERSPECTIVES 2025

## Ventilation des recettes touristiques en France

### Recettes par marché émetteur

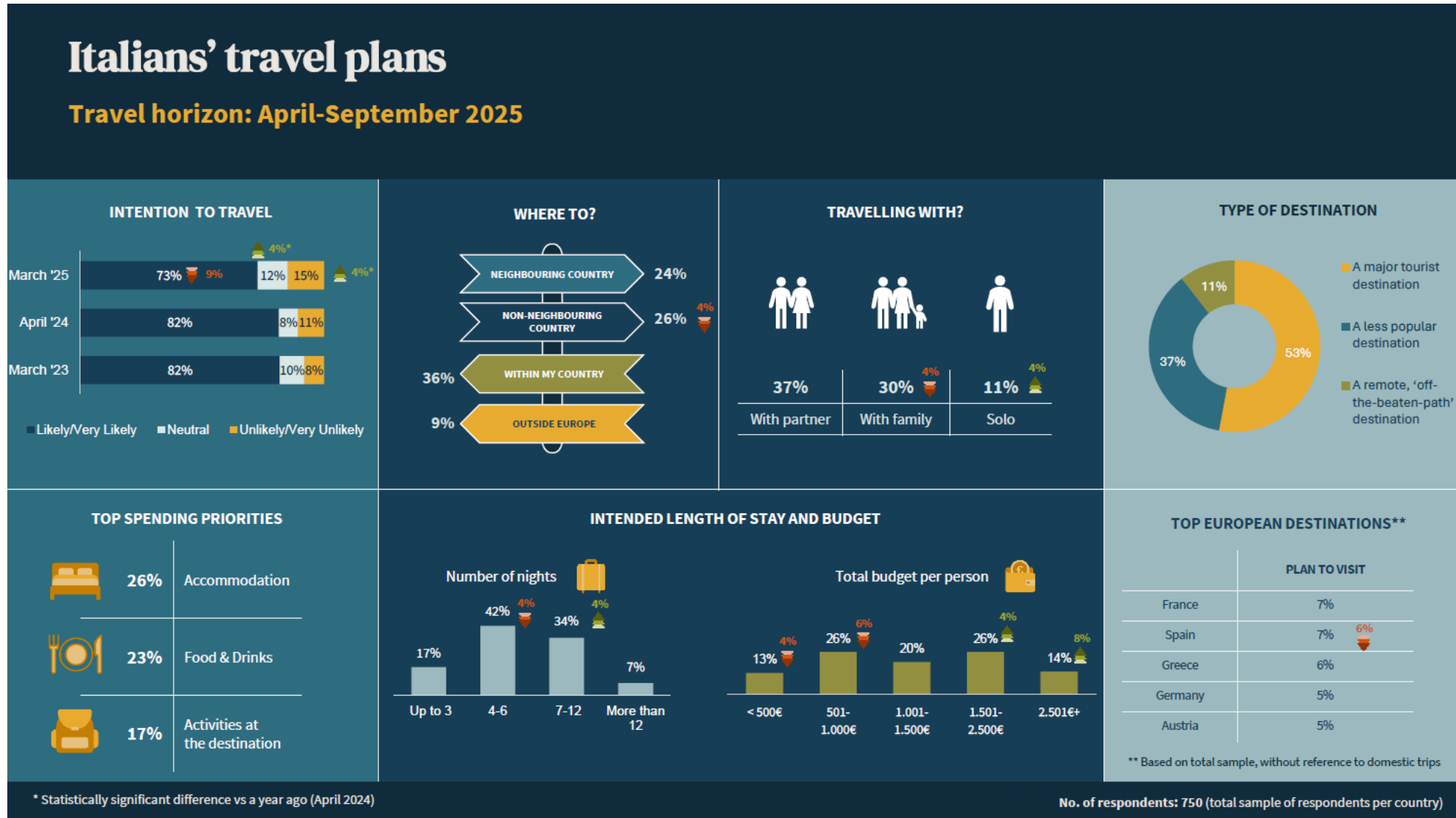
	mars-25			YTD (janv. à mars)		
	En millions	Evol vs 2019 (en %)	Evol vs 2024 (en %)	En millions	Evol vs 2019 (en%)	Evol vs 2024 (en%)
Belgique	801	+83,3%	+14,3%	2 050	+92,7%	+2,1%
Etats-Unis	595	+115,6%	+14,2%	1 492	+115,9%	+6,0%
Suisse	516	+46,2%	+3,2%	1 485	+48,5%	+2,3%
Allemagne	472	+38,0%	+13,5%	1 409	+58,1%	+17,8%
Royaume-Uni	464	+62,8%	-17,1%	1 298	+62,9%	-20,8%
Italie	182	+26,4%	+5,8%	521	+22,0%	+6,1%
Espagne	164	-20,4%	-12,8%	663	+12,0%	+9,2%
Pays-Bas	148	+78,3%	+33,3%	406	+79,6%	+17,3%
Chine	109	-61,8%	-5,2%	344	-59,0%	-6,5%
Japon	70	0,0%	+16,7%	203	-12,9%	+17,3%
total 10 marchés	3 521	+41,9%	+5,3%	9 871	+46,0%	+1,9%
Monde	5 003	+42,5%	+6,7%	14 535	+49,3%	+5,9%

La Banque de France a confirmé le 6 juin des recettes issues des clientèles italiennes d'un montant de **407 millions € en avril 2025**, soit **+10% v. avril 2024** et **+34% v. avril 2019**.

Le montant des recettes entre janvier et avril atteint ainsi 928 millions € (+7,8% v. 2024 et +27% v. 2019).



# Tendances du marché : intentions de voyages avril – septembre 2025



### *Les tendances voyages récoltées en septembre 2024*

- **La France** est en tête du **top 5 des destinations européennes** avec **7%** des Italiens qui souhaitent s'y rendre. L'Espagne est en seconde position avec 7%, en baisse.
- **73% des Italiens** prévoient de partir en voyage sur la période observée.
- **36% prévoient de partir dans leur propre pays** et **24% dans un pays frontalier.**
- La majorité compte rester entre **4 et 6 nuits (42%)** ou entre **7 et 12 nuits (34%, +4%)**.
- Augmentation des prévisions de dépenses : **26% prévoient de dépenser entre 1.501 et 2,500 € (+4%)** et **14% plus de 2,501 € (+8%)**
- Les Italiens partiront plus volontiers en **couple (37%)** ou en **famille (30%)**.

## UNE ENVIE DE VOYAGER TOUJOURS AUSSI FORTE

- 17M pour les séjours hivernaux de fin d'année 2024
  - Dont 10M en Italie ;  
4,25M en Italie et à l'étranger ; 2M à l'étranger ;
  - 1<sup>ère</sup> destination étrangère : France (17 %) ;
  - Pour l'Épiphanie, les courts séjours prédominent (52%), dont plus de 25% dans les grandes villes ou les villes d'art et 20% à la montagne.
  - La part de ceux qui sont partis au moins cinq jours à l'étranger augmente fortement (29% contre 15% en 2022).

## DAVANTAGE D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE COMME INSPIRATION

→ Un nouvel outil digital pour sensibiliser les clients sur une destination et satisfaire leur envie de voyager.

## HAUSSE DES PAIEMENTS NUMERIQUES & ÉCHELONNÉS

- "Achetez maintenant, payez plus tard" par Scalapay.
- Voyages plus accessibles à un large public.
- La clientèle italienne a connu une croissance de 1 à 2,5M
- Une propension accrue à réserver à l'avance (80 jours).

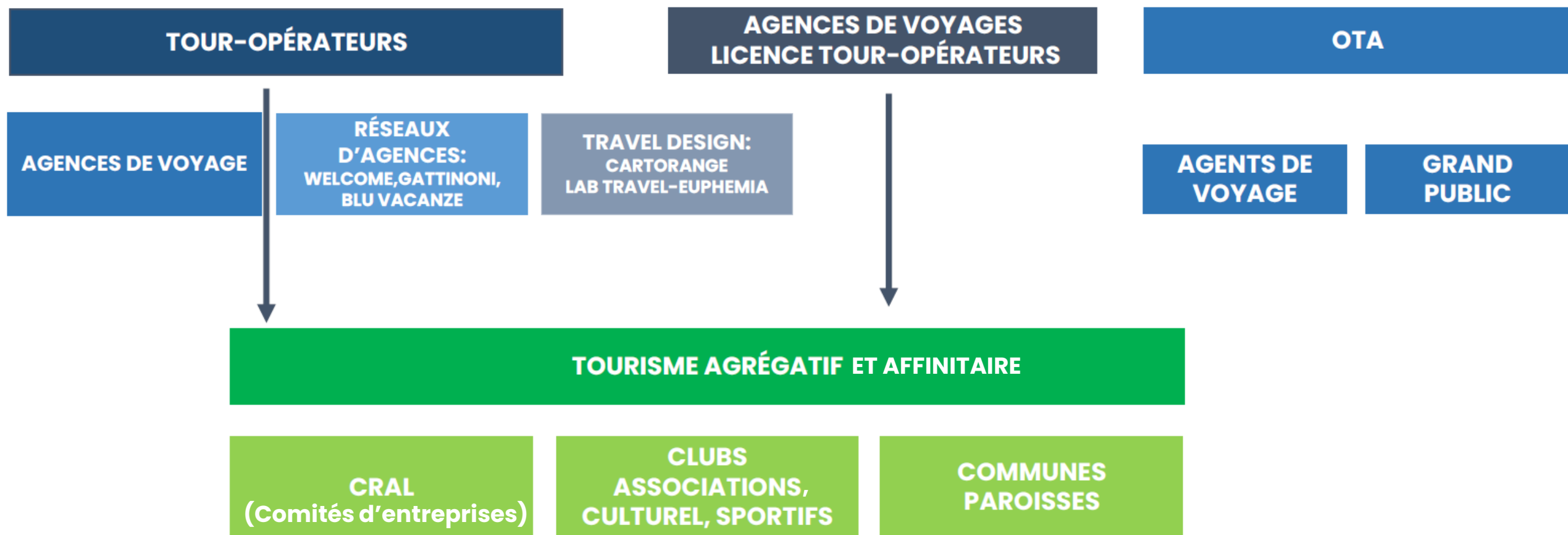
## DE NOUVELLES PRIORITÉS POUR LES ITALIENS

- Tourisme éco-responsable
- Espaces naturels
- Tourisme d'aventure et pèlerinages
- Œnotourisme et gastronomie
- Ciné-tourisme

## DES ÉVÉNEMENTS EN FRANCE ET EN ITALIE

- Plusieurs séquences
  - Jubilé 2025 à Rome
  - Jeux Olympiques Hiver Milan-Cortina 2026
  - Championnat du monde de cyclisme 2027 en Haute-Savoie
  - Jeux Olympiques Hiver PACA-AURA 2030
  - Championnat d'Europe de Football 2032 en Italie et Turquie

# Tendances du marché – intermédiation : rappel – organisation de la distribution



### UNE ÉVOLUTION DES ACTEURS

- Diminution du nombre d'agences de voyage : 5650
- Fusion des réseaux d'agences & émergence des consultants

**4 macro-agrégations principales** : Welcome Travel Group, Gattinoni Mondo di Vacanze/MyNetwork, Bluvacanze/Blunet et Uvet Travel System.

**Une dizaine de réseaux de taille moyenne** : MRH Group, Via con Noi, Primarete, Agenzia per Amica, Frigerio Viaggi Network, Travelpro, VeryNet, Enjoynet et Giramondo Viaggi.

### UNE ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE

- Programmation commerciale de + en + régionale et thématique
- Offre écoresponsable davantage valorisée

### ÉVOLUTION DES PRATIQUES COMMERCIALES

- Voyages sur mesure avec une approche plus personnalisée
  - Retour des clients vers les intermédiaires;
  - Outils de réservation pour les réseaux d'agents de voyage
- Davantage de réservations en ligne.
- Place grandissante des OTA avec des séjours complets

### FORMATION CONTINUE

- Identifier les agents, les sensibiliser et les fidéliser

## **SECTEUR DU TOURISME D'AFFAIRES EN NETTE REPRISE** Davantage le marché domestique

- Intérêt vers l'Europe pour les dossiers internationaux :
- Grands événements
- Foires et salons

 **Destinations locomotives : Paris / Côte d'Azur**  
→ facilité d'accès

### **Destinations d'intérêt et d'opportunité**

- Lyon : gastronomie et culture RSE
  - Région Champagne-Ardenne : vin et champagne
  - Région Provence : art de vivre, culture, climat, mer, art
- « **Retour à la normal** » post-covid : de 50 à + 350 personnes – jusqu'à 800/1000 personnes
- Avec une taille moyenne variée allant de 50/70 à 150/200 personnes ;
  - Budget : + 1000 € par personne sur la base de 2 nuits / 3 jours.

→ Les secteurs pertinents pour la France en Italie : mode et accessoires, pharmaceutique, banques, assurances et finances, secteur automobile.

 Disponibilités des hôtels sur la période demandée, prix sur certaines périodes de l'année, accessibilité,...

## ■ Annexes et contacts

## SNCF – TGV Inoui : Milan – Turin – Paris

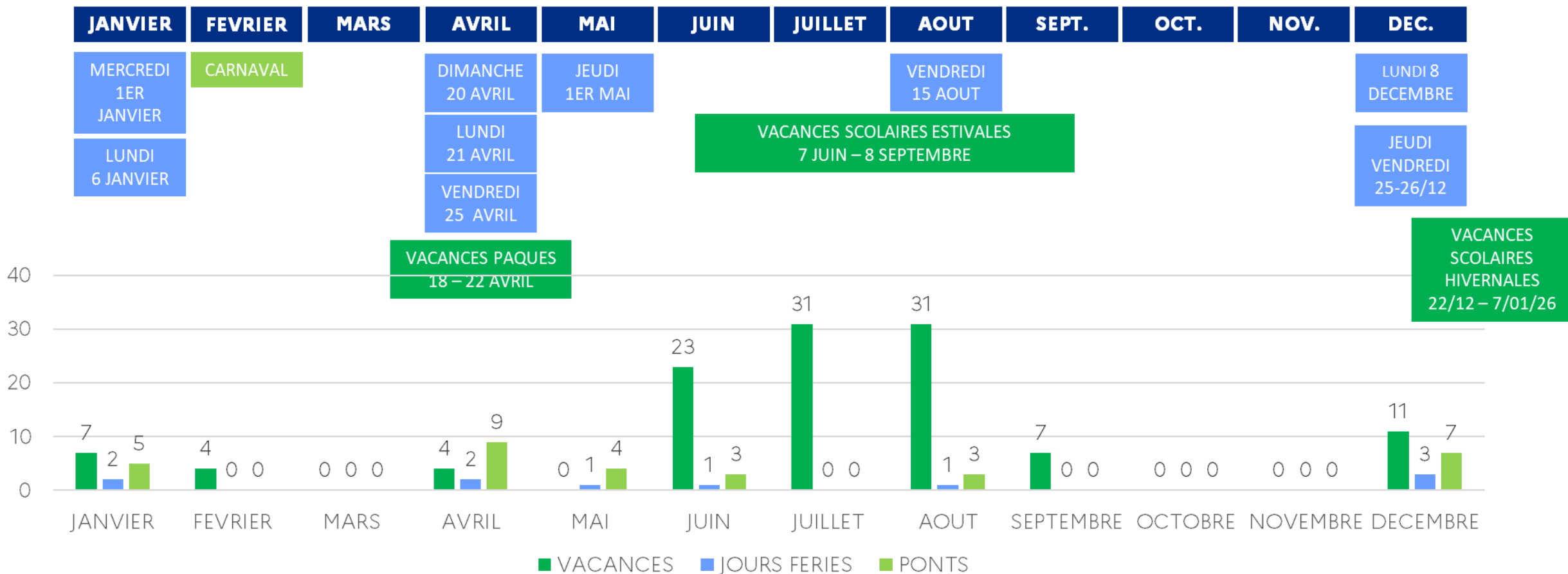
Villes desservies	Liaisons par jour	Trajet
Saint-Jean de Maurienne Chambéry – Challes-les-Eaux Mâcon-Loché TGV (1/jour) Paris	3	Direct

## Trenitalia Frecciarossa : Milan – Turin – Paris

Villes desservies	Liaisons par jour	Trajet
Modane Saint-Jean de Maurienne Chambéry – Challes-les-Eaux Lyon Paris	2	Direct

# Vacances scolaires et jours fériés en Italie

## Calendrier 2025



## Vos contacts

### Directrice

Sandrine Buffenoir – [sandrine.buffenoir@atout-france.fr](mailto:sandrine.buffenoir@atout-france.fr)

### Marketing

Valentina Codazzi – [valentina.codazzi@atout-france.fr](mailto:valentina.codazzi@atout-france.fr)

### Media & Relations publiques

Barbara Lovato – [barbara.lovato@atout-france.fr](mailto:barbara.lovato@atout-france.fr)

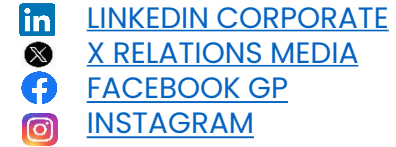
### B2B Loisirs

Francesca Minniti – [francesca.minniti@atout-france.fr](mailto:francesca.minniti@atout-france.fr)

Chiara Caserini – [chiara.caserini@atout-france.fr](mailto:chiara.caserini@atout-france.fr)

### MICE / tourisme d'affaires et haute-contribution

Annalisa Rolla – [annalisa.rolla@atout-france.fr](mailto:annalisa.rolla@atout-france.fr)



*Vous pouvez commander l'étude complète Atout France / Toluna – Harris Interactive [Voyager depuis l'Italie sur atout-france.fr](#)*

**#ActivateurDeTourismes**

**A**TOUT  
**FR**ANCE  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

