



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement
touristique de la France

Marché Italie

Mars 2026

Chapitre 1

CONJONCTURE ECONOMIQUE DE L'ITALIE

Chapitre 2

CONJONCTURE TOURISTIQUE : LES ITALIENS EN FRANCE

Chapitre 3

TENDANCES DU MARCHÉ : PERSPECTIVES ET TENDANCES 2026

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 2025; estimation à +0,6% en 2026.

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

Taux d'inflation : 1% en janvier 2026 (taux HCPI Eurostat).

Taux de chômage : 5,1% en janvier 2026.



Sources : Istat, FMI, Eurostat

Conjoncture moyen-terme

En 2025, le PIB progresse de +0,5 % selon Istat. Du côté de la demande, la contribution intérieure est positive, alors que le commerce extérieur contribue négativement à la croissance.

L'inflation est maîtrisée (+1,7 % en 2025) mais pèse sur le pouvoir d'achat, tandis que l'incertitude internationale pèse sur la confiance des acteurs économiques.

Le taux de chômage baisse sous les 6% de la population active, et sous la moyenne UE, mais le chômage reste élevé chez les jeunes et les femmes : la croissance des emplois a été portée uniquement par les plus de 50 ans et quasi exclusivement les hommes, qui bénéficient d'un taux d'emploi de 71,8%, contre seulement 53,7% des femmes.

Le budget 2026 donne la priorité à la réduction du déficit à 3,1 % du PIB en 2025 et 2,8 % du PIB en 2026, sans mesures expansives fortes pour stimuler la croissance, attendue à 0,6 % du PIB en 2026.

■ 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^{ère} destination internationale**

7,7 millions d'arrivées en France en 2025 (7,8 millions de séjours en France en 2024)
⇒ **5^{ème} clientèle internationale** en France en 2024

Nationalités les plus représentées en France en 2025
(plus de 5 millions d'arrivées)

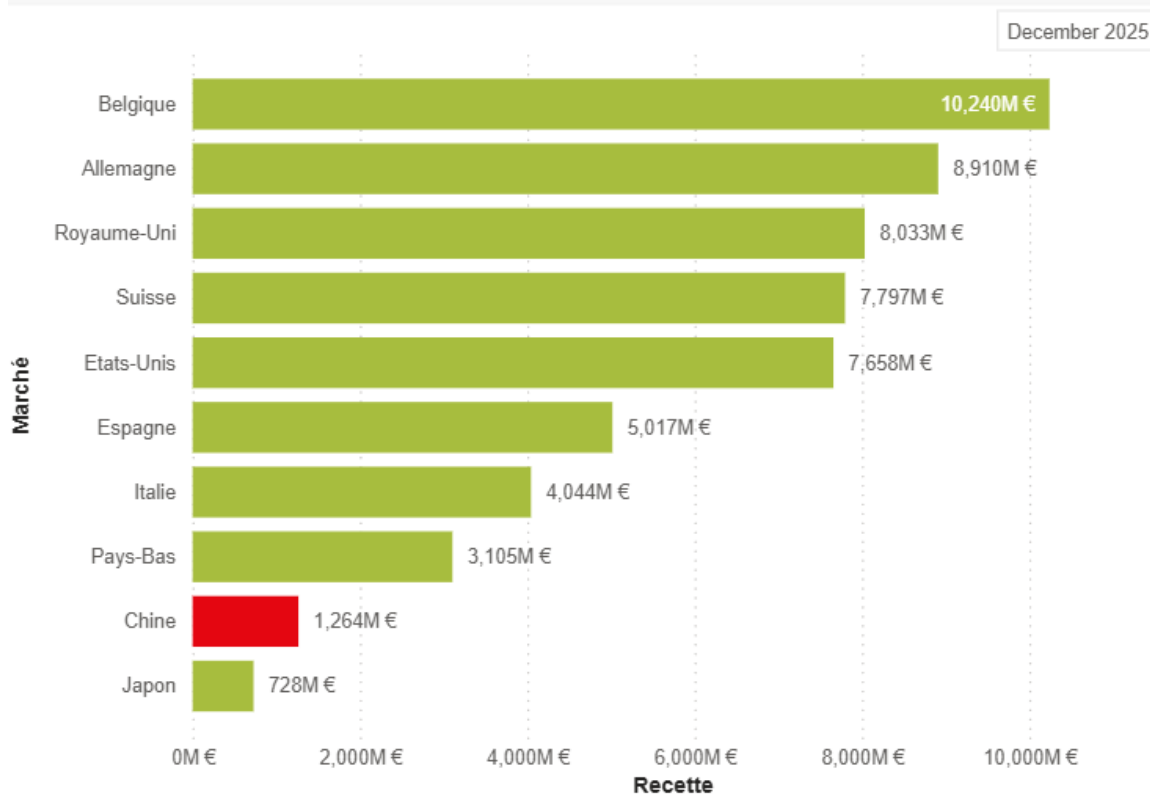
En millions	France
Allemagne	14,6
Belgique	14,6
Royaume-Uni	13,1
Suisse	9,0
Italie	7,7
Pays-Bas	6,9
Espagne	6,8
États-Unis	5,5

Source : Oxford Economics / FTO

Recettes internationales de l'Italie – 2025

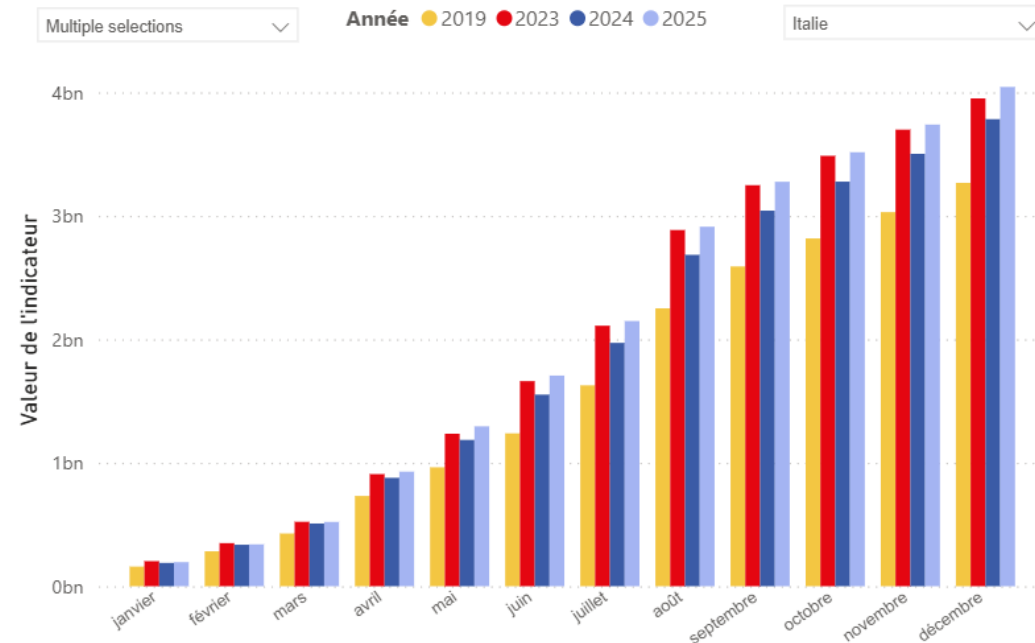
Ventilation des recettes touristiques en France

Recettes perçues par la France par marchés



L'Italie fait partie des **10 marchés** qui génèrent **75% des recettes touristiques totales en France** en 2025 avec la Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Royaume-Uni, Suisse, Espagne, Etats-Unis, Chine et Japon.

En 2025, les clientèles italiennes ont généré des recettes totalisant **4,044 milliards d'euros, soit + 6,9% par rapport à 2024** (3,8 milliards d'euros), et une reprise par rapport au fléchissement de 2024, renforçant ainsi la 7^e position de l'Italie en termes de dépenses touristiques en France.



Source : Banque de France, février 2026 / FTO

L'INSEE a annoncé une hausse de **7,9%** (**200,000 nuitées**) de la part des clientèles italiennes en France entre la période de mai à août 2025 et la même période en 2024, pour atteindre **2,3 millions de nuitées italiennes en France, en faisant la 5^e clientèle étrangère en hôtellerie**, sur la période. La clientèle italienne est ainsi la plus dynamique des clientèles européennes.

Figure 2a – Nuitées hôtelières pendant la saison d'été par pays de provenance en 2024 et 2025

en millions

Pays de provenance	Été 2024	Été 2025
Résidents	53,8	54,0
Non-résidents, dont provenant de :	32,9	36,4
<i>États-Unis</i>	4,7	5,3
<i>Royaume-Uni</i>	4,1	4,2
<i>Allemagne</i>	3,4	3,7
<i>Belgique</i>	2,5	2,7
<i>Italie</i>	2,1	2,3
<i>Espagne</i>	2,0	2,2
<i>Pays-bas</i>	2,1	2,1
<i>Suisse</i>	1,6	1,9
Ensemble	86,6	90,4

Notes : La saison d'été couvre les mois de mai à août. Les données 2025 sont provisoires.

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

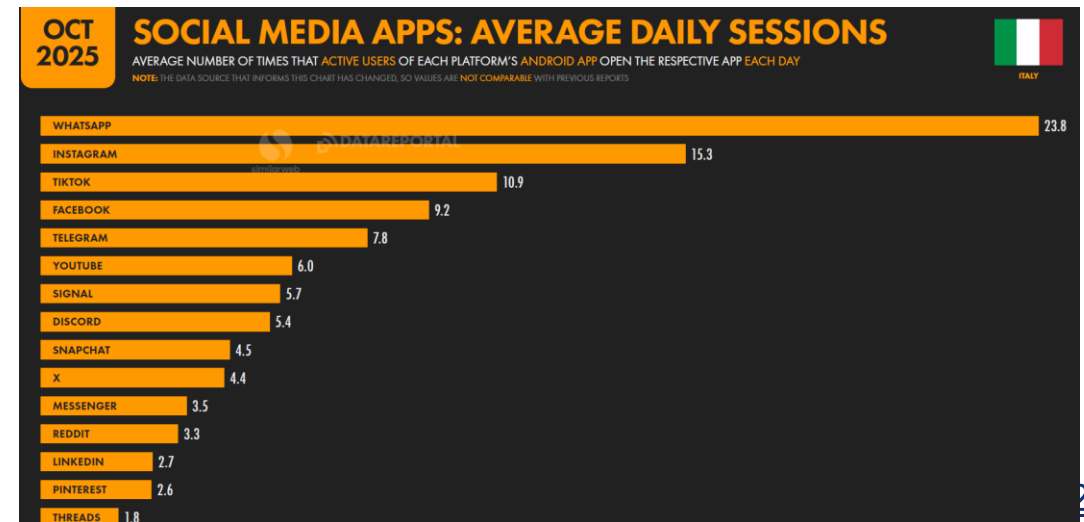
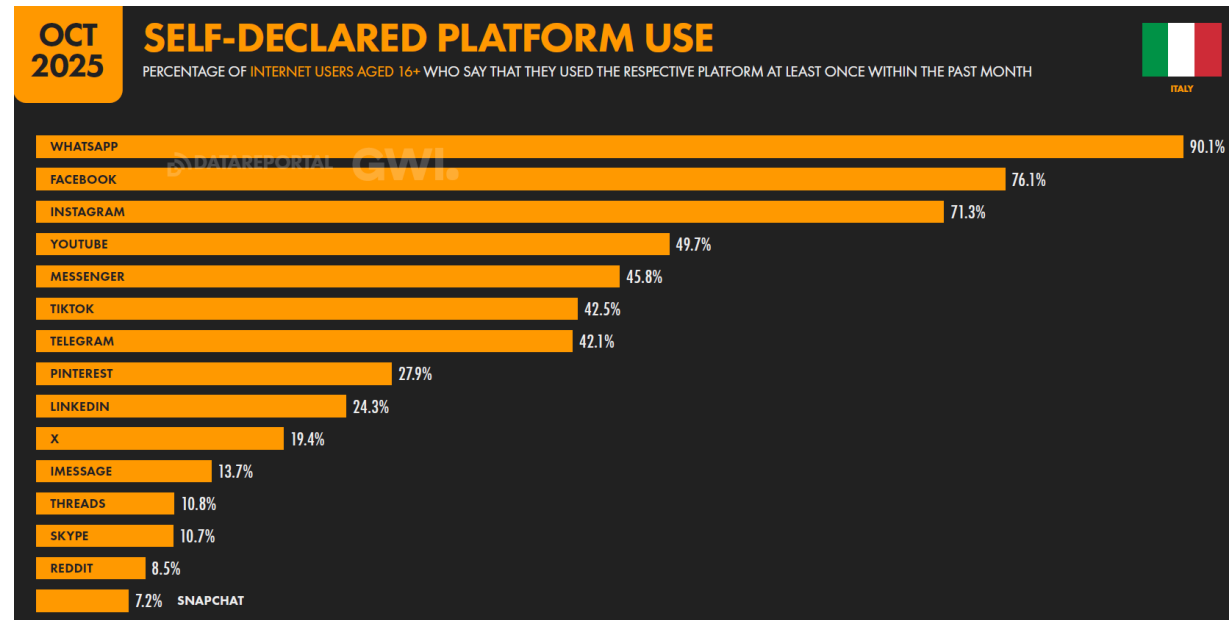
Evolution de l'utilisation des réseaux sociaux

- **41,2 millions d'Italiens utilisateurs**
- **5,7 plateformes utilisées en moyenne par mois**
- **1h48 heure d'utilisation quotidienne**

Whatsapp, Facebook, Instagram restent en tête des classements, rejoints par TikTok.

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

L'utilisation de TikTok augmente dans toutes les autres classes d'âge, notamment les plus de 55 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%

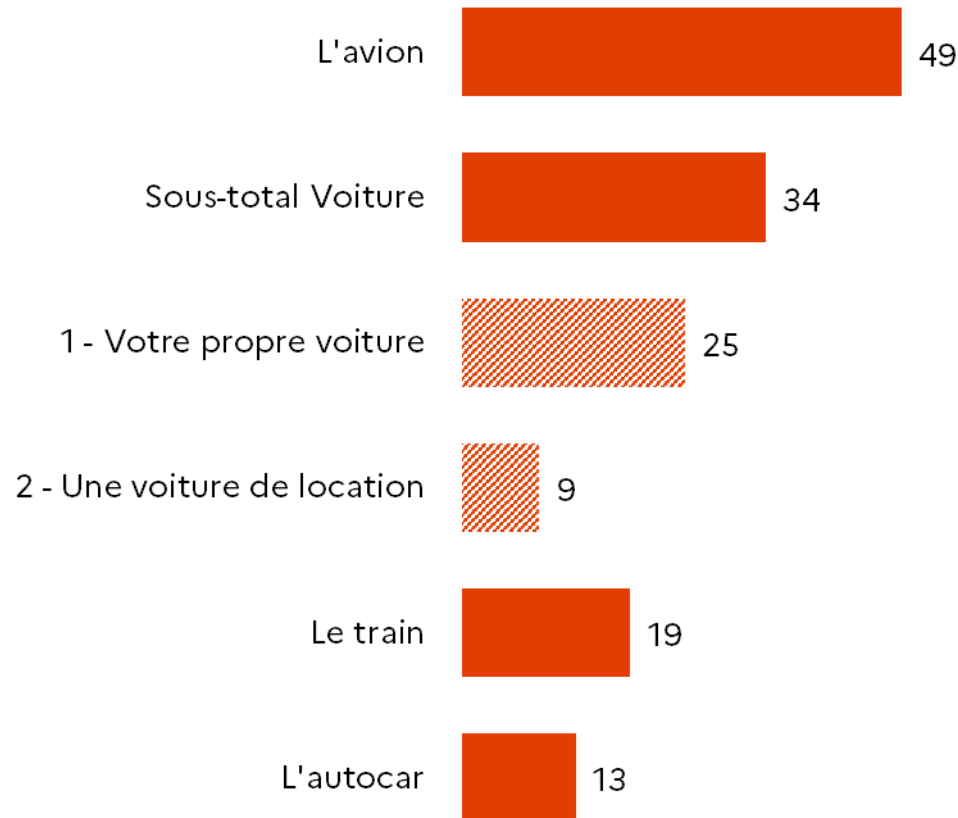
Réservation sur internet hébergement + transport : 28,1%

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

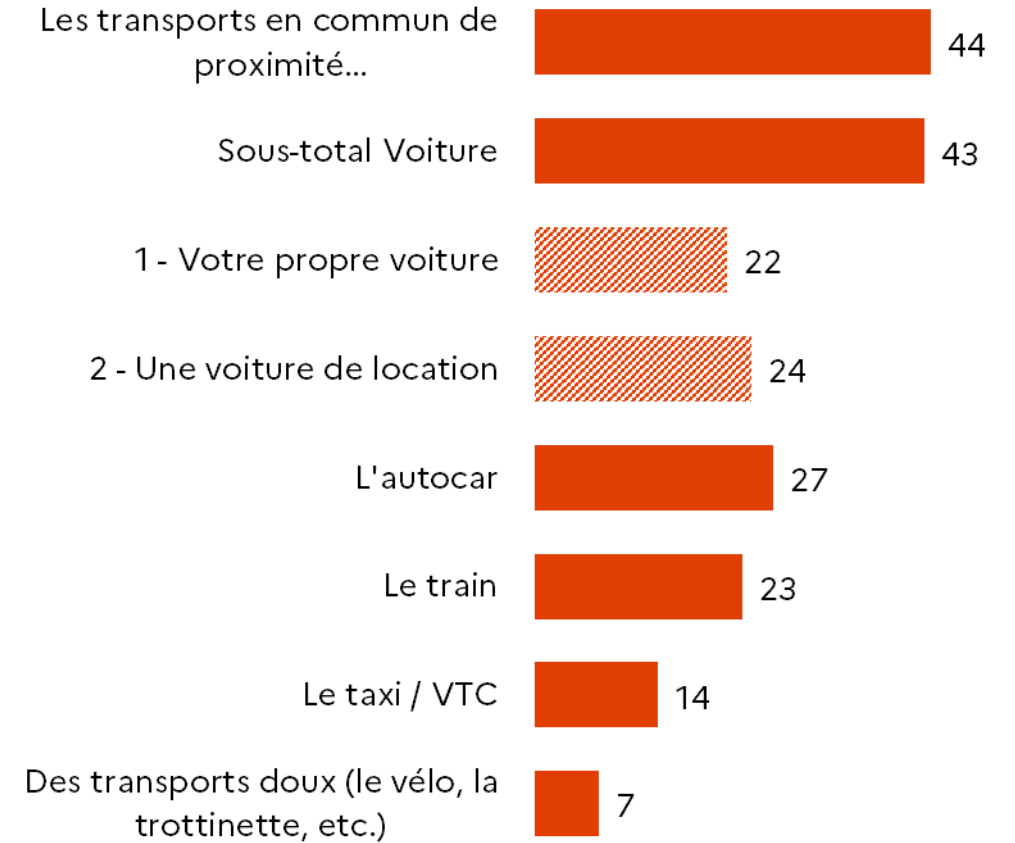
Accès

- 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, Lourdes...)
- **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 / Gênes principalement.

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.

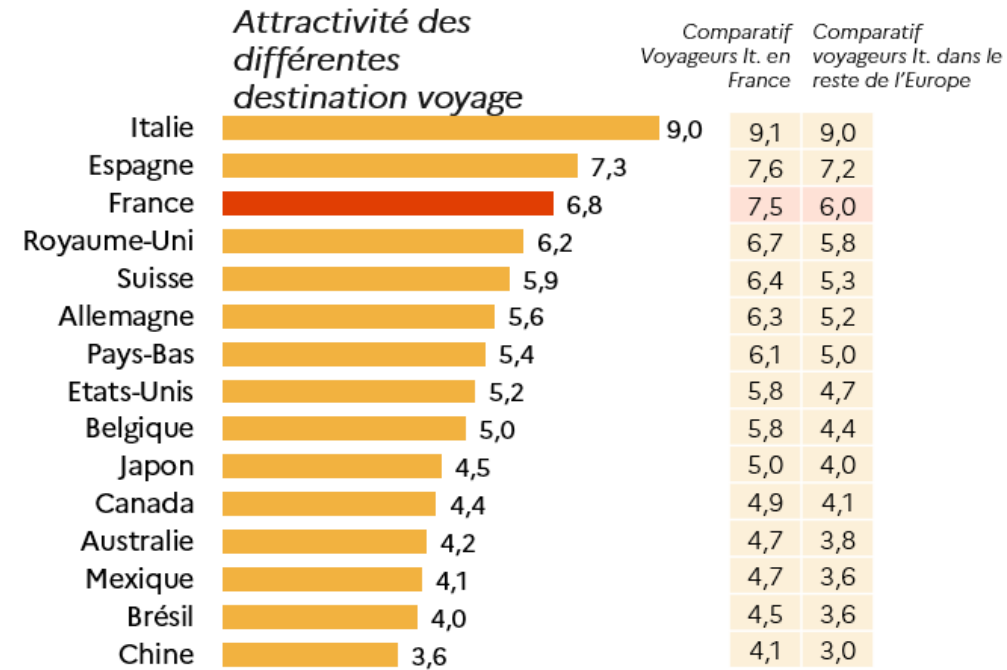
Venir en France se prépare **plusieurs mois à l'avance**, parfois avec l'accompagnement d'une agence.

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.

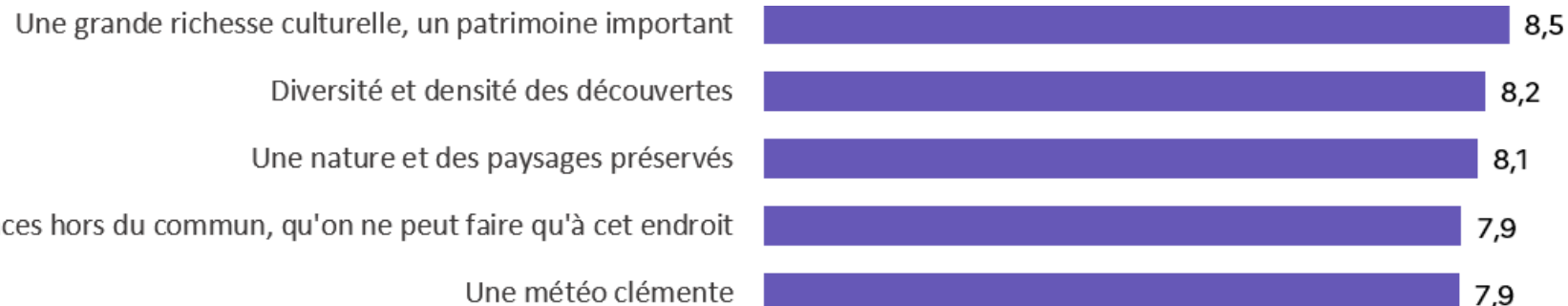
Partenaire de voyage : Les voyageurs italiens sont le plus partis en France avec leur partenaire (53%), puis en famille avec leurs enfants (26%).

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

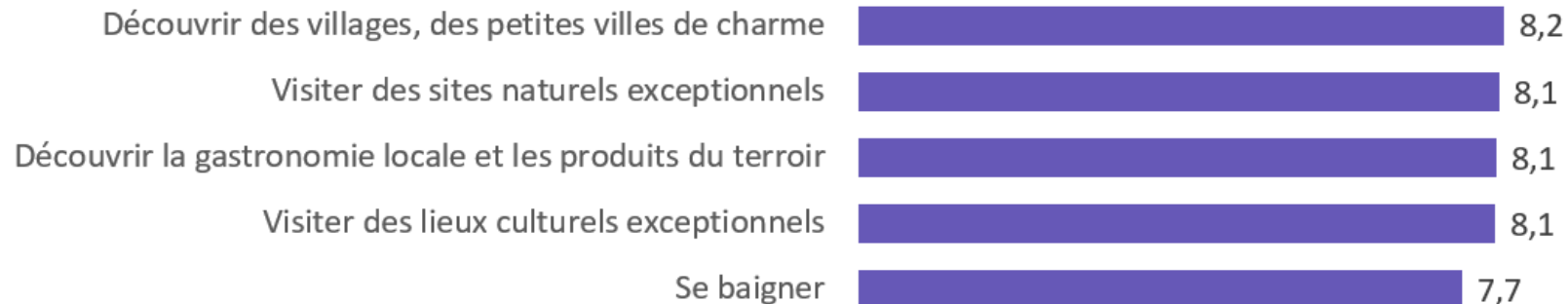
Saisonnalité : 32% sont arrivés entre les mois d'avril et juin, et 28% entre les mois de juillet et août. 25% viennent entre septembre et novembre.

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



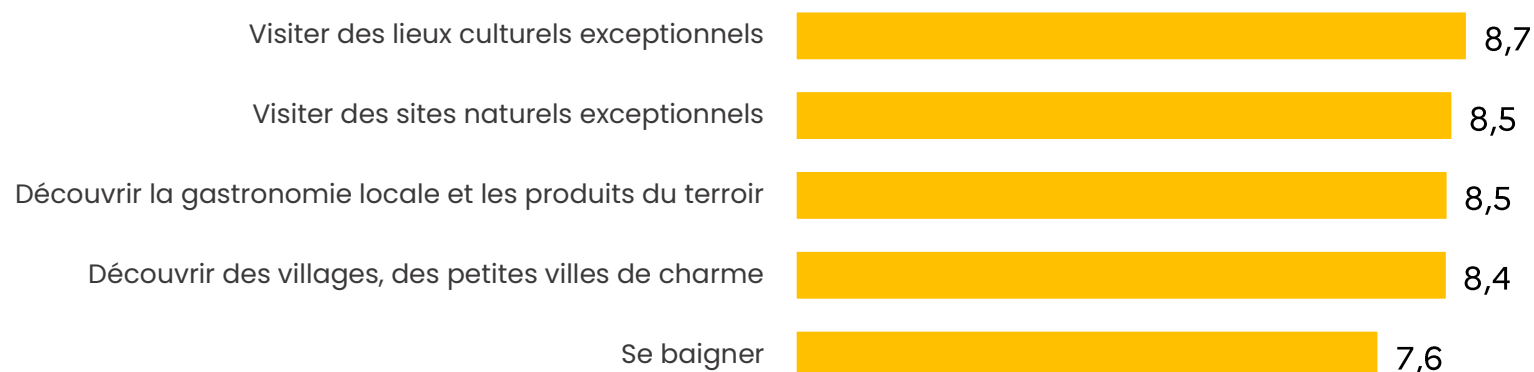
Activités distinctives pour les Italiens venus sans passer par Paris et sa région



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)



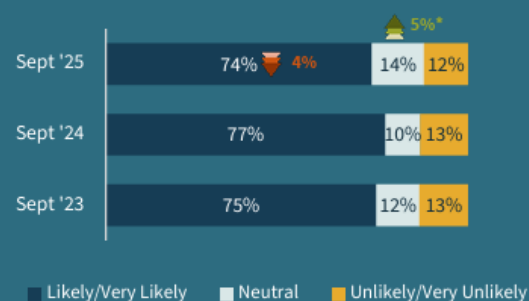
■ Chapitre 3

TENDANCES DU MARCHÉ : PERSPECTIVES 2026

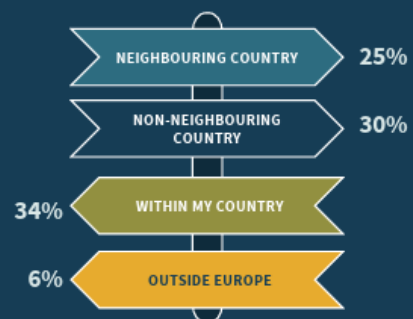
Italians' travel plans

Travel horizon: October 2025-March 2026

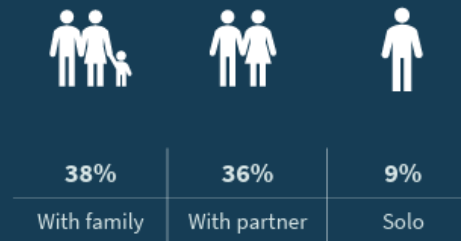
INTENTION TO TRAVEL



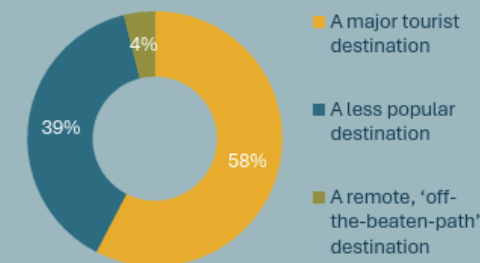
WHERE TO?



TRAVELLING WITH?



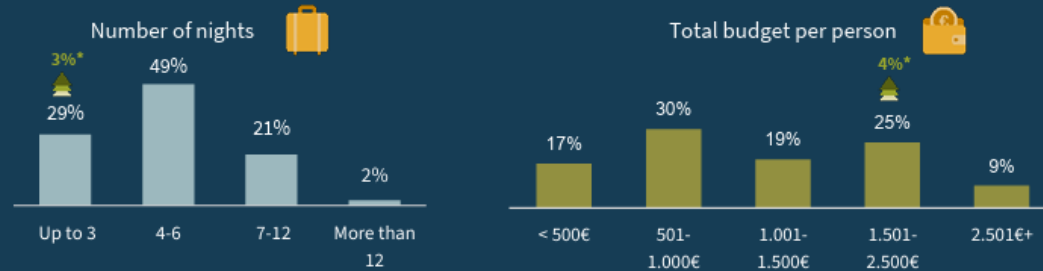
TYPE OF DESTINATION



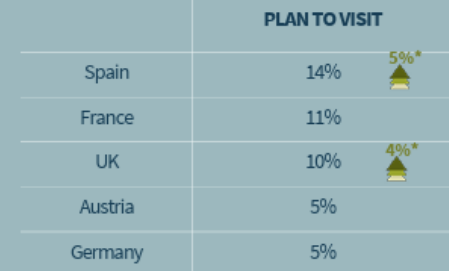
TOP SPENDING PRIORITIES



INTENDED LENGTH OF STAY AND BUDGET



TOP EUROPEAN DESTINATIONS**



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

* Statistically significant difference vs a year ago (September 2024)

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

- **La France** est seconde **des destinations européennes avec 11%** des Italiens qui souhaitent s'y rendre. L'Espagne est en première position avec 14%, en hausse.
- **74% des Italiens** prévoient de partir en voyage sur la période observée.
- **34% prévoient de partir dans leur propre pays** et **25% dans un pays frontalier.**
- La majorité compte rester entre **4 et 6 nuits (49%)** puis **jusqu'à 3 nuits (29%)**. 21% comptent partir entre **7 et 12 nuits.**
- Augmentation des prévisions de dépenses : **25% prévoient de dépenser entre 1,501 et 2,500 € (+4%)** et **30% entre 501 et 1,001 €** par personne.
- Les Italiens partiront plus volontiers en **famille (38%)** ou en **couple (36%).**

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).

DAVANTAGE D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE COMME INSPIRATION

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

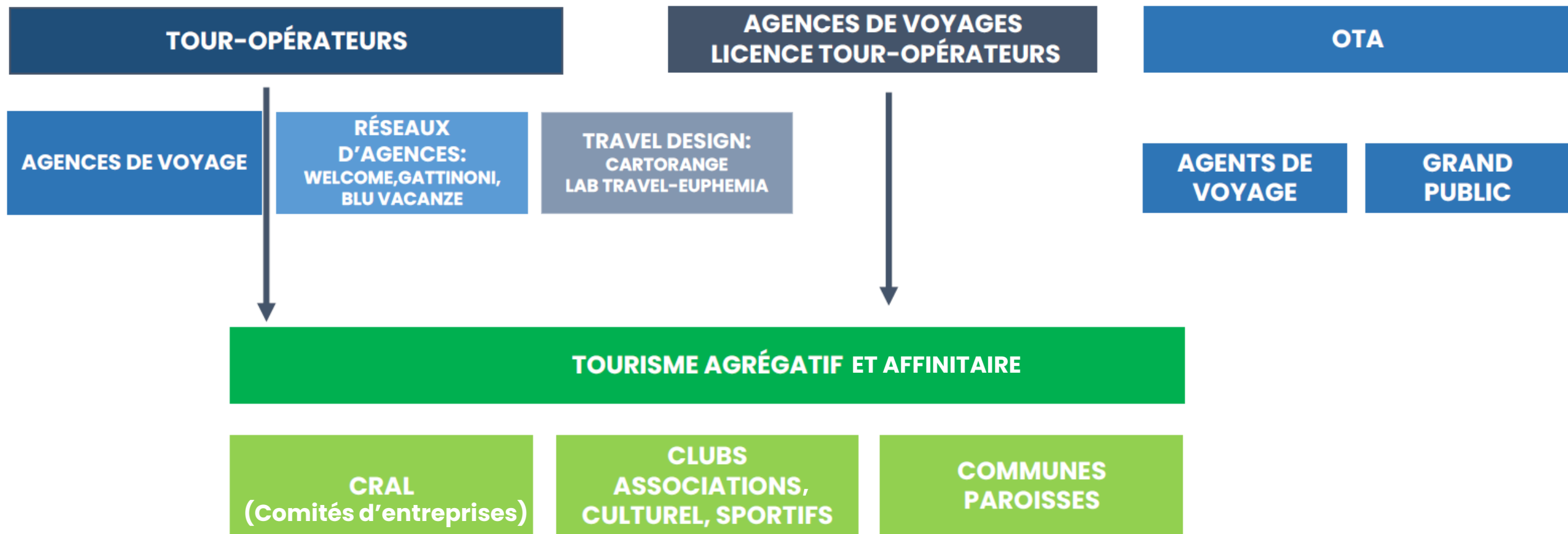
DE NOUVELLES PRIORITÉS POUR LES ITALIENS

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

DES ÉVÉNEMENTS EN FRANCE ET EN ITALIE

- Plusieurs séquences
 - Jeux Olympiques Hiver Milan-Cortina 2026
 - Championnats du monde de cyclisme 2027 en Haute-Savoie
 - Jeux Olympiques Hiver PACA-AURA 2030
 - Championnats du monde de cyclisme 2031 dans le Trentino
 - Championnat d'Europe de Football 2032 en Italie et Turquie

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



UNE ÉVOLUTION DES ACTEURS

- Stabilisation nombre d'agences de voyage : 5650
- Fusion des réseaux d'agences & émergence des personal 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.

Et toujours des **tour-opérateurs importants** pour la destination : Boscolo, Caldana, Guines Travel, Quality Group (Europa World), Gattinoni Travel Experience en complément des **OTAs** (Volagratis-Lastminute.com, Booking, Expedia...)

EVOLUTION 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 OTAs avec des séjours complets

FORMATION CONTINUE

- Identifier les agents, les sensibiliser et les fidéliser

UNE ÉVOLUTION DE L'OFFRE COMMERCIALE

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



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 Paris	3	Direct

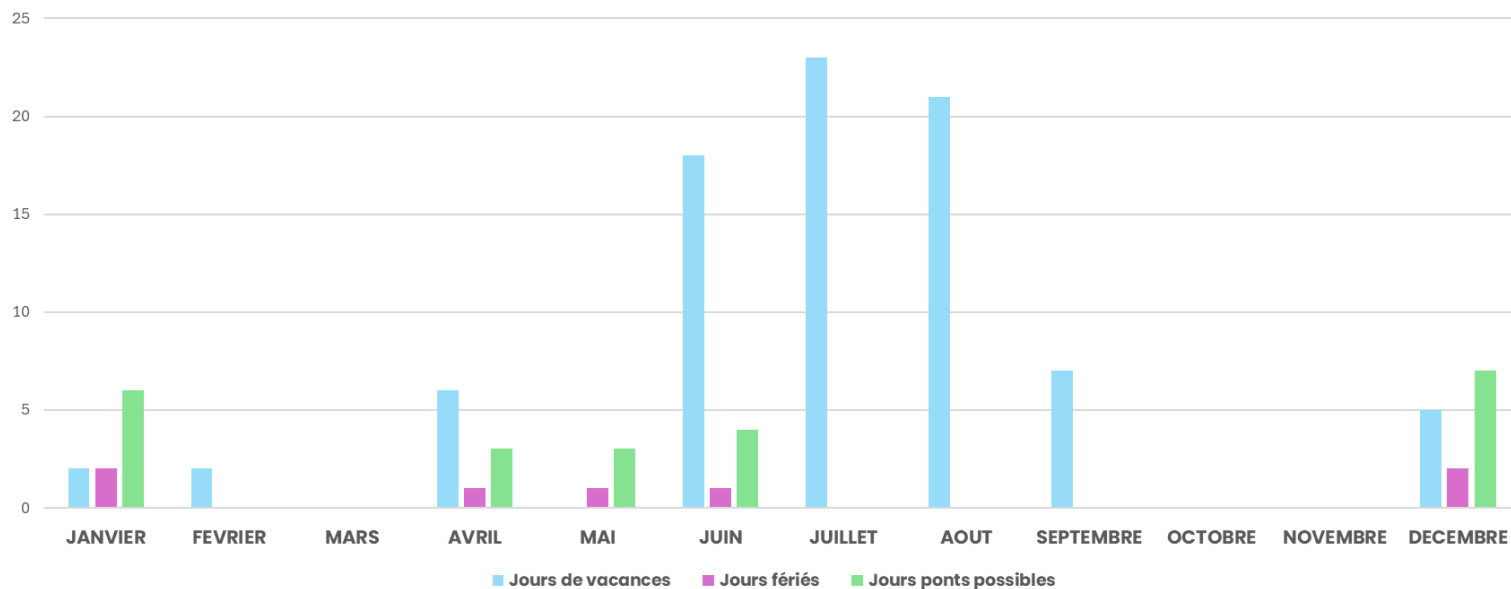
Trenitalia Frecciarossa : Milan – Turin – Paris

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 2026

Périodes de vacances	Régions	Dates
Vacances de fin d'année	Toutes les régions	23 décembre au 6 janvier inclus
Carnaval	Peut varier selon les régions / villes	16-17 février
Pâques	Peut varier selon les régions / villes	2 au 7 avril inclus
Vacances d'été	Toutes les régions	9 juin au 8 septembre
Vacances de fin d'année	Toutes les régions	22 décembre au 6 janvier inclus



Jours fériés 2026

Nouvel An 2026	Jeudi 1 ^{er} janvier
Épiphanie	Mardi 6 janvier
Dimanche et lundi de Pâques	5 – 6 avril
Fête de la Libération	Samedi 25 avril
Fête du Travail	Vendredi 1 ^{er} mai
Fête de la République	Mardi 2 juin
Assomption	Samedi 15 août
Toussaint	Dimanche 1 ^{er} novembre
Immaculée Conception	Mardi 8 décembre
Noël 2026	Vendredi 25 décembre
Saint-Stéphane	Samedi 26 décembre

Vos contacts

Directrice

Sandrine Buffenoir – sandrine.buffenoir@atout-france.fr

Marketing

Valentina Codazzi – valentina.codazzi@atout-france.fr

Media & Relations publiques

Barbara Lovato – barbara.lovato@atout-france.fr

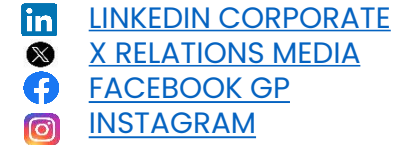
B2B Loisirs

Francesca Minniti – francesca.minniti@atout-france.fr

Chiara Caserini – chiara.caserini@atout-france.fr

MICE / tourisme d'affaires et haute-contribution

Annalisa Rolla – annalisa.rolla@atout-france.fr



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

#ActiveurDeTourismes

ATOUT
FRANCE
www.atout-france.fr

