

Présentation des marchés – Région Latine

Actualités, Tendances et Opportunités pour attirer ces marchés



Espagne



Italie



Brésil

Atout France – Région Latine

3 bureaux

Madrid

Milan

Sao Paulo



Latin America



4
Départements

MICE

PRESSE

PROMOTION

MARKETING /
E-MARKETING

3 Actualités Economiques – Région Latine



Croissance économique dynamique : 2,3% prévue soit au-dessus de la moyenne de la zone Euro (0,9%)

- **Moins de 10%** de taux de chômage ; une première depuis 2008
- Un secteur touristique ultra dynamique : l'impact des retombées économique des concerts de Bad Bunny et de la visite du Pape en Espagne s'élèverait à **340 millions d'euros**.



- Croissance économique estimée à 0,7% en 2026 et en 2027
- Taux de chômage record moyen de 5,5% depuis plusieurs mois.
- Secteur touristique dynamique au T1 : +4,2% d'arrivées, +7,5% de nuitées v. 2025
- 54,6% de visiteurs étrangers +12,3% v. 2025.



- Croissance économique en 2025 de 2,3%, prévision de +1,9 pour 2026
- Un taux de chômage de 5,1% en fin 2025
- Inflation de 4,3% en 2025



3

Actualités Connectivité – Région Latine



- Nouvelles lignes **TRANSAVIA** été + hiver 2026/2027 : Séville - Marseille et Palma de Mallorca – Lyon.
- Ouverture ligne **VOLOTEA** Madrid – Lille (octobre) et doublement des capacités aériennes vers Strasbourg (fêtes de fin d'année)
- Total des lignes aériennes FR/ES : environ **3 000 vols directs** par semaine



- Transavia : nouvelle desserte estivale entre Orly et Alghero (Sardaigne) et poursuite de la desserte vers Bari en saison hivernale.
- Nouveau train touristique de la FS "Il Treno dei Cammini – Lourdes" avec 16 départs complets entre juin et août 2026 + mise en avant des randonnées au départ de Lourdes.
- Moby Lines renforce ses connexions avec la Corse cet été avec 3 routes principales : Livourne et Gênes vers Bastia, Santa Teresa Gallura (Sardaigne) vers Bonifacio.



- Air France est la principale compagnie aérienne entre le Brésil et la France avec 28 vols depuis Sao Paulo, de Rio, de Salvador et de Fortaleza : environ 9.600 passagers par semaine partent vers la France.
- Augmentation prévue fin 2026 de la fréquence des vols au départ de Fortaleza et Rio de Janeiro





82% des personnes interrogées estiment qu'il est important ou très important de voyager de manière plus durable.

- 47% des Espagnols sont attirés par des destinations moins massifiées et orientées *slow tourisme*.
- 66 % des Espagnols de la génération Z et de la génération Y privilégient la déconnexion lors de leurs voyages.

3 Actualités Durabilité – Région Latine



- 89 % des voyageurs italiens déclarent que voyager de manière plus durable est important ou très important.
- 42 % des voyageurs affirment vouloir éviter les destinations surpeuplées, et 18 % choisiront des destinations aux températures plus fraîches.
- La Gen Z italienne est la **génération la plus attentive à la durabilité**, avec 38 % d'intérêt pour les expériences de tourisme lent et durable.



Importance reconnue de l'aspect durable des voyages (en particulier sur les clientèles HC) mais cela n'est pas un facteur de décision



3

Persona – Région Latine



- Dépense moyenne par séjour et par personne : **620€**
- **Durée moyenne de séjour en France : 3,8 jours** – avec la crise en Moyen-Orient, des réservations plus last minute et une préférence pour les destinations sûres et européennes
- Majorité de DINKS & FAMILLE



- Dépense moyenne par séjour et par personne : **545€**
- **Durée moyenne de séjour en France : 7,2 jours**
- Majorité de Familles et DINKs



- 180-200 € / jour (800-1000 € client HC)
- Environ 10 jours en France
- Familles, petits groupes d'amis et couples

3 Tendances Consommation Voyages – Région Latine



Selon l'Observatoire Cetelem, le budget moyen d'un voyage pour cet été affiche une hausse de 3% vs 2025 et s'élève à 1.257 €

- 19 % des Espagnols ont l'intention de voyager à l'étranger (-2%)
- Sur les 4 premiers mois 2026 : les recettes touristiques ES en France sont en hausse de 2,53% vs 2025
- La France se classe dans le Top 3 des destinations estivales (hors Espagne) avec 24,1% d'intention de voyage (Source: Yougov)



- Sur les 4 premiers mois 2026 : recettes touristiques stables vs 2025
- 16 millions d'Italiens vont prendre des vacances en juin, en hausse vs 2025, et 10% vont choisir l'étranger notamment en tourisme urbain (65%) et majoritairement des familles (vacances scolaires)
- 81% des Italiens prendront des vacances cet été



- L'Europe favorisée face aux États-Unis
- L'Espagne grande concurrente de la France
- Thématiques: immersion luxe, événements culturels, oenotourisme, ski

3

Actualités Industrie / Intermédiation – Région Latine



- Chiffres de l'intermédiation (AGVs) en hausse : +12,1% vs mars 2025
- Le réseau CATAI (haut de gamme) du groupe AVORIS poursuit son développement international en développant son réseau au **Portugal et en Italie**
- MICE: La situation géopolitique favorise les destinations proches et encourage de nouvelles alternatives principalement au sein des destinations européennes.



- 70% des voyages sont réservés sur internet
- Concernant le tourisme organisé / groupes, les TOs et AGV captent près de 25% des réservations
- MICE : la demande MICE italienne vers la France demeure à ce jour dynamique et n'a enregistré aucun coup d'arrêt significatif en raison de sa proximité et sécurité.



- Consolidation des réseaux d'agences et "host agencies" (Teresa Perez, Embark, TTW)
- Impact des influenceurs, 1ère référence

Actions Phares 2027 – Région Latine



1. **Mediatour Ibérique** - 18 (*Barcelone*) & 19 (*Madrid*) janvier 2027 et 04 février pour le en ligne
2. **Workshop France** – 20-21 octobre 2027 (*Madrid*)
3. **IBTM World** – 16 au 18 novembre 2027 (*Barcelone*)
4. **Nouveauté** - Evènement haut de gamme BtoB – Madrid - 1er trimestre



1. **Médiatour Italie** - 20 (Milan) & 21 (Rome) janvier et 3 février en ligne
2. **Roadshow Francia : Emilie-Romagne + Vénétie** 10 mars (Ravenne) et 11 mars (Trévise) ; **Sicile** 14 avril (Catane) et 15 avril (Palerme) ; **Lombardie** 19 mai (Varèse) et 20 mai (Monza)
3. **Rencontres MICE 2027** - 8 mars à Milan et 9 mars à Vérone
4. **Nouveauté** - Evènement haut de gamme BtoB – Milan le 7 avril 2027



1. **ILTM América Latina** (mai)
2. **Workshop Explore France**
3. **Encontros a Francesa**

FORCES

1. Des marchés fidèles à la France avec des profils de clientèles adaptées aux attentes de la destination France (socle classe moyenne+ ; senior au pouvoir d'achat maintenu ; clientèle haute contribution)
2. Recherche de l'authenticité et des traditions, préoccupation pour la durabilité
3. Intérêt pour l'offre culturelle, patrimoniale et gastronomique

FAIBLESSES

1. Rapport qualité-prix notamment dans l'hébergement et la restauration
2. Flexibilité d'ouverture des commerces.
3. L'offre festive et animation des villes.

OPPORTUNITES

1. Amélioration constante de l'accessibilité et connectivité vers la France (avion, train...)
2. Une population vieillissante pouvant profiter de la richesse de l'offre française notamment pour les groupes.
3. Large audience influencée par les réseaux sociaux.

MENACES

1. Compétitivité de l'Espagne et l'Italie sur leurs clientèles domestiques mais aussi sur les clientèles "émergentes" (montée en gamme de l'offre, promotion du tourisme intérieur, connectivité en croissance...)
2. Volatilité des monnaies, contexte politique en LATAM





ATOUT FRANCE – ESPAGNE
Fiche Marché & Plan d'Actions



ATOUT FRANCE ITALIE
Fiche Marché & Plan d'Actions



ATOUT FRANCE – BRÉSIL
Fiche Marché & Plan d'Actions