

RENCONTRES & ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

ITALIE

2025 ► CONJONCTURE ÉCONOMIQUE
ET TENDANCES DU TOURISME D'AFFAIRES



SOMMAIRE

PAGE		
3		CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EN ITALIE
4		LES PILIERS DE L'ÉCONOMIE ITALIENNE
5		CARACTÉRISTIQUES DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS DU MARCHÉ ITALIEN
6		LES AGENCES ► DÉCRYPTAGE DE L'ÉCO-SYSTÈME
7		CORPORATE ► COMPRÉHENSION DES ENJEUX
9		LES ASSOCIATIONS ► LE SEGMENT DES CONGRÈS
10		CHOIX D'UNE DESTINATION MICE POUR LES ITALIENS
11		FOCUS SUR LA DESTINATION FRANCE
15		COMMENT ASSURER SON DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ ?
16		CONTACT ATOUT FRANCE ITALIE



Ce rapport offre une analyse de la conjoncture économique, des indicateurs clés et des tendances du secteur MICE en Italie.

Il met en lumière les opportunités pour le marché français, en détaillant les secteurs porteurs, les préférences en matière de destinations et les attentes des organisateurs d'événements italiens.

Les défis et les stratégies pour renforcer l'attractivité de la France en tant que destination MICE sont également abordés, avec un accent particulier sur la durabilité, la typologie d'événements les plus demandés et les stratégies de conquête d'un marché en pleine croissance.



CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EN ITALIE

INDICATEURS CLÉS

58,6 MILLIONS d'habitants,
2025, ISTAT

31178 EUROS
C'est le PIB annuel par habitant
2024, FMI

690 MILLIONS de DOLLARS US
d'exportations, 2025, ISTAT

93.9 INDICE de CONFIANCE
des entreprises, 2025, ISTAT

2,87% D'IMPÔTS
sur les bénéfices des sociétés
en % du PIB 2023, PWC 2023

1,8% TAUX D'INFLATION
2025, juillet 2025, ISTAT

6,3% TAUX de CHÔMAGE
juin 2025, Juin 2025, ISTAT

Malgré le soutien du PNRR [Plan National de Reprise et de Relance, financé par les fonds européens Next Gen EU post-covid], les investissements restent limités par des taux élevés et par un secteur de la construction fragilisé suite à la forte réduction du Superbonus [crédit d'impôt avec un taux pouvant atteindre 110%, pour certains types de rénovations de bâtiments, notamment celles liées à l'amélioration de l'efficacité énergétique et de la résistance sismique].

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. L'inflation reste néanmoins dans la moyenne basse des pays de l'UE.

Bien que les prévisions de croissance aient été revues à la baisse de moitié en 2025, passant de +1,2% à +0,6%, puis 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, Rome parvenant même à dégager un léger excédent budgétaire, hors service de la dette. 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 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 fixé pour 2028.

L'emploi en Italie reste solide, avec un taux de chômage inférieur à 7% depuis plusieurs mois, frôlant le plein emploi. Les tensions salariales sont faibles et la rétention de la main-d'œuvre est satisfaisante.

Sources : ISTAT, FMI, SER Ambassade de France en Italie

Politique

L'Italie connaît depuis l'élection de Georgia Meloni en 2022 une nouvelle stabilité politique, un facteur clé pour les investisseurs italiens et étrangers.

CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Au 1^{er} trimestre 2025, le PIB en volume progresse de +0,3% selon ISTAT [Institut National italien des statistiques]. Ce chiffre est supérieur aux prévisions du marché [+0,2%]. Du côté de la demande, la contribution intérieure est positive, alors que le commerce extérieur contribue négativement à la croissance.

Toutefois, l'incertitude géopolitique demeure élevée, tandis que les fluctuations des prix et des taux d'intérêt ne doivent pas être sous-estimées, en raison de leur impact potentiel sur la consommation. Par ailleurs, des incertitudes persistent concernant l'économie et la santé des finances publiques, ainsi que le déclin démographique le plus marqué d'Europe [un quart de la population a déjà 65 ans et plus].

Au niveau du commerce extérieur, l'Italie affiche un excédent solide, grâce à ses exportations dans l'automobile, la chimie et l'agroalimentaire, mais l'incertitude se fait jour autour de l'impact des nouveaux droits de douane imposés par les États-Unis.

Source : SER Ambassade de France en Italie

LES PILIERS DE L'ÉCONOMIE ITALIENNE

L'économie italienne repose sur trois piliers majeurs, les services, l'industrie et l'agriculture / agroalimentaire, qui structurent sa création de valeur et son emploi. Ces secteurs constituent également les domaines les plus porteurs pour le MICE.



SERVICES [FINANCE, TOURISME, ASSURANCES, ETC.]

Environ 65% du PIB et près de 70% de l'emploi. En 2024, le PIB à prix courants s'est élevé à 2 192,2 milliards d'euros, avec une augmentation de 2,9% par rapport à l'année précédente.



INDUSTRIE [AUTOMOBILE, CHIMIE, PHARMACEUTIQUE, MODE, TEXTILE, MACHINERIE]

Environ 22-23% du PIB et 27% de l'emploi. En 2024, la formation brute de capital fixe a augmenté de 0,5% par rapport à l'année précédente



AGRICULTURE & AGROALIMENTAIRE

Environ 2% du PIB, mais forte valeur ajoutée grâce à plus de 850 produits protégés PDO/IGP et à l'export. En 2024, la valeur ajoutée brute de l'agriculture a augmenté de 3,5%, plaçant l'Italie en tête des pays de l'UE27.

Au-delà des piliers traditionnels de l'économie italienne, certains secteurs se distinguent par leur dynamisme et leur poids stratégique à l'échelle nationale et internationale :



TOURISME

En 2024, les nuitées touristiques ont atteint 458,4 millions, marquant une augmentation de 2,5% par rapport à l'année précédente. Les arrivées ont augmenté de 1,2% et les nuitées ont augmenté de 11,1% par rapport au quatrième trimestre 2023.



MODE & LUXE

Le chiffre d'affaires annuel dépasse 25 milliards d'euros, dont près de 60% réalisés à l'export, représentant environ un quart de la production textile européenne.



AUTOMOBILE

Le secteur représente environ 9% du PIB, avec des acteurs mondiaux tels que Stellantis et Ferrari. En 2022, le chiffre d'affaires du secteur automobile était de 92,7 milliards d'euros, soit 9,3% du chiffre d'affaires manufacturier de l'Italie et 5,2% du PIB italien.



PHARMA & CHIMIE

L'Italie est le premier producteur pharmaceutique en Europe, avec 80% de la production destinée à l'export. En 2025, les produits pharmaceutiques ont été les principaux moteurs de la croissance des exportations, avec une augmentation de 38,7%.

Sources : ISTAT, Opportunitally, International Trade Administration

Relations économiques franco-italiennes

La relation bilatérale entre la France et l'Italie est solide et a connu une année record en 2022 en termes d'investissements italiens en France, l'Italie est depuis devenue le 5^{ème} investisseur étranger en France [Business France, 2023].

Nous constatons ainsi une forme de rééquilibrage des volumes d'investissements entre ce que la France investit en Italie [1^{er} investisseur étranger dans le pays] et ce que l'Italie investit en France, avec un nombre d'entreprises françaises implantées en Italie étant légèrement supérieur au nombre d'entreprises italiennes en France : 2.300 entreprises françaises en Italie pour 2.000 entreprises italiennes en France. Ces 2.000 entreprises servent également de relais pour l'organisation de prestations MICE dans nos destinations.



CARACTÉRISTIQUES DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS DU MARCHÉ ITALIEN

Tendance du marché MICE Italien

Le marché MICE italien est un marché mature qui affiche une dynamique positive. Malgré l'arrêt forcé de ce segment dû à la pandémie, la phase de reprise a été marquée par une croissance vigoureuse, et le marché est en route pour un développement continu.

D'après une étude menée en 2023 par le cabinet milanais AstraRicerche pour le compte d'ADC Group [éditeur spécialisé dans la communication et organisateur du Bea World Festival], le marché italien devrait enregistrer une croissance globale de 13% d'ici 2025 pour les événements professionnels, organisés à l'échelle nationale et internationale. Cette progression permettrait de dépasser les niveaux d'investissement observés avant la pandémie.

Concernant les événements corporate, l'étude « Monitor on the Events and Live Communication Market in Italy » révèle que les investissements des entreprises ayant organisé des événements en Italie en 2023 s'élèvent à 861 millions d'euros, soit une croissance de 27% par rapport à 2022. Pour comparaison, les investissements avaient atteint 900 millions en 2019, avant de chuter à 439 millions en 2020, puis de remonter à 486 millions en 2021. *Source : La Repubblica, 2024.*

Dans le contexte géopolitique international actuel, les entreprises italiennes privilégient les destinations européennes de proximité [Italie, France, Espagne, etc.] pour l'organisation de leurs événements MICE. Ces destinations sont particulièrement attractives pour les entreprises qui envisagent des événements en dehors du territoire national en raison de leur accessibilité, notamment grâce à des liaisons aériennes et ferroviaires directes. Toutefois, l'Italie comme marché domestique, reste le principal concurrent des destinations étrangères.

Dynamisme du marché MICE italien et opportunités pour la France

Les typologies d'événements MICE les plus dynamiques sur le marché italien incluent les voyages dits « Meet-Incentive », un mélange de programmes de motivation / récompense et de sessions de travail [demi-journée ou journée]. De plus, les conventions d'entreprise, lancements de produits, dîners de gala, foires et salons, jouent également un rôle clé dans cette dynamique du marché. Cette tendance reste stable depuis trois ans.

D'après une étude sectorielle menée en 2023 par AstraRicerche, 62,6% des entreprises italiennes interrogées avaient organisé au moins un événement B2B dans les 12 mois précédant l'étude.

PART DES SEGMENTS DU MARCHÉ MICE ITALIEN EN ITALIE ET À L'INTERNATIONAL



Résultats supérieurs à 100% en raison de réponses multiples

Source : AstraRicerche (2023) ; analyse RFP – Atout France, Italie-2024
Données issues d'un sondage, à interpréter comme des estimations





LES AGENCES ▸ DÉCRYPTAGE DE L'ÉCO-SYSTÈME

Structure, caractéristiques et attentes

L'Italie se distingue par la présence d'agences spécialisées dans l'organisation d'événements MICE, de congrès [PCO], de voyages d'affaires, ainsi que de foires et salons et d'événements de Live Communication. Ce secteur niche est bien structuré et organisé. En plus des agences spécialisées, on trouve également des tour-opérateurs [TO] et des agences de voyages généralistes qui disposent d'un département dédié pour traiter les dossiers MICE et gérer les déplacements d'affaires.

En 2023, on estime qu'il y a environ 1150 agences spécialisées MICE, en hausse par rapport aux 1 000 estimées en 2020. En parallèle, on compte entre 1 800 et 2 000 TO et agences de voyages généralistes en Italie avec un département MICE [environ 8% du total] qui organisent régulièrement ou occasionnellement des événements. *Source : FIAVET – Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo, 2023.*

La plupart des agences spécialisées sont mises en compétition par les entreprises lors d'appels d'offres pour l'organisation d'événements ou de rencontres professionnelles.

Les points de contact

- Dans les agences spécialisées et les grands TO avec un département MICE, on trouve généralement un directeur MICE, des Account Managers en contact direct avec les entreprises, un responsable de la programmation, ainsi que des Project Leaders qui développent et construisent les dossiers. Selon les spécificités des agences, il est possible de se présenter et de présenter ses produits ou destinations à ces professionnels.
- Au sein des agences de voyages généralistes avec un département MICE, il y a souvent un responsable dédié qui, d'une part, est en contact direct avec l'entreprise et, d'autre part, s'occupe de la partie organisation, seul ou avec l'aide du personnel de l'agence.

S'adapter aux tendances et challenges

📈/€ HAUSSE DES COÛTS & ATTENTES ACCRUES

Les budgets restent sous pression malgré une croissance du marché. Les clients exigent des événements plus qualitatifs, immersifs et personnalisés, tout en demandant une optimisation des dépenses.



EXPÉRIENCES À FORTE VALEUR AJOUTÉE

Proposer des programmes « recherchés » dans les contenus et qui puissent inspirer et valoriser l'image de l'entreprise qui décide d'investir dans un déplacement professionnel pour ses collaborateurs et partenaires.



UTILISATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

En 2024, 42% des organisateurs d'événements prévoient d'utiliser l'intelligence artificielle pour personnaliser les communications avec les participants. *Source : 2024 Global Meetings and Events Forecast, Amex GBT*



DURABILITÉ & RSE

Certaines entreprises mettent l'accent sur la durabilité, cherchant à réduire l'empreinte carbone de leurs événements. Cela inclut le choix de fournisseurs éco-responsables, la réduction des déchets et l'adoption de pratiques durables dans la planification des événements.



SÉCURITÉ & BIEN-ÊTRE DES PARTICIPANTS

Les enjeux sanitaires, de mobilité et de sûreté restent au centre des préoccupations, notamment pour les déplacements internationaux.

Quelles sont les tendances et les challenges auxquels les spécialistes du MICE doivent s'adapter ?



TOP 12 des agences MICE sur le marché

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. Gattinoni Mice Et H&A Motivation [Fusion] | 7. Cisalpina Mice |
| 2. Aci Blueteam | 8. Triumph Group International |
| 3. Rossoevolution | 9. Bcd |
| 4. Castadiva Et G2 Eventi [Fusion] | 10. Frigerio Group |
| 5. Next Group | 11. Aim Group |
| 6. Bbv Gastaldi Events | 12. M.I.L. |

Liste non exhaustive et non hiérarchisée des principales agences MICE en Italie.

Bassins géographiques où sont implantés les agences

Milan et région Lombardie, Rome, Vérone et Padoue en Tri-Vénétie, Florence, Bologne et région Emilie Romagne



À NOTER

Le Centre-Nord de l'Italie concentre la majorité des agences spécialisées MICE & PCO, ainsi que des TO et agences de voyages généralistes disposant d'un département MICE & Business Travel.

Le Sud du pays présente également des contacts intéressants, mais ceux-ci restent plus dispersés, moins homogènes et généralement moins visibles à l'international.

Secteurs générant le plus de business pour les agences



FINANCE – BANQUE – ASSURANCE



TEXTILE – MODE & ACCESSOIRES



AUTOMOBILE



CHIMIQUE – PHARMA



AGROALIMENTAIRE



CORPORATE ► COMPRÉHENSION DES ENJEUX

Quelles tendances influencent la stratégie des entreprises italiennes pour l'organisation de leurs événements MICE ?

Compréhension des enjeux et stratégies événementielles

En Italie, les entreprises reconnaissent l'importance des événements en présentiel, qui restent le format privilégié pour se réunir, particulièrement après la pandémie. Les professionnels italiens accordent une très grande importance au relationnel.

Le format hybride reste pertinent quand l'objectif de l'événement est de rassembler un plus grand nombre de participants.

La majorité des entreprises organisent au moins un événement par an, avec un budget spécifiquement alloué à cet objectif.

Les grandes entreprises, tout comme certaines PME, organisent des événements principalement dans le but de communiquer, motiver, récompenser ou renforcer les relations, qu'elles soient internes à l'entreprise ou externes, notamment avec leurs meilleurs clients.

La majorité des événements organisés par les entreprises italiennes se déroulent sur le marché

domestique, qui reste le concurrent principal des destinations étrangères. Selon l'expérience des acteurs italiens du MICE travaillant à l'international, on estime qu'en moyenne environ 70% des événements ont lieu en Italie contre 30% à l'étranger.

Les événements les plus organisés par le segment corporate italien incluent des dîners de gala, des team buildings, des conventions d'entreprise et des lancements de produits.

Les destinations étrangères sont davantage privilégiées pour des meet-incentives de petite à moyenne taille, souvent haut de gamme, ainsi que pour des conventions d'entreprise réunissant un plus grand nombre de participants.

Dans ce cas, seules les destinations offrant une facilité d'accès et une présence de gros porteurs hôteliers sont retenues. En cas de besoin, le groupe est généralement divisé entre un maximum de deux hôtels, à condition que ces établissements soient de même catégorie et à proximité immédiate, un critère considéré comme non négociable.

Principaux secteurs Corporate organisant régulièrement des événements MICE

-  **FINANCE – BANQUE – ASSURANCE**
-  **MODE & ACCESSOIRES**
-  **AUTOMOBILE**
-  **PHARMA**
-  **AGROALIMENTAIRE**

Répartition géographique des principaux secteurs économiques en Italie

- ▶ Lombardie
- ▶ Piémont
- ▶ Tri-Vénétie
- ▶ Émilie-Romagne
- ▶ Toscane
- ▶ Latium

À NOTER

Dans le cadre d'un voyage incentive, une demi-journée de travail est presque toujours intégrée. Inversement, pour les séminaires, meetings ou conventions, une demi-journée est généralement consacrée à la découverte du territoire, à des activités expérientielles ou à du team building.

À l'issue de leur participation à des foires, salons ou congrès, certains participants prolongent leur séjour à titre personnel, parfois en compagnie de leur famille.

Le phénomène du « bleisure » s'est bien développé en Italie ces dernières années. Il représente une opportunité immédiate ou future, d'augmenter la fréquentation des territoires accueillant des voyages d'affaires.

Dynamisme du marché MICE Italien et opportunités pour la France

PART DES SEGMENTS DU MARCHÉ MICE ITALIEN À L'INTERNATIONAL



Source : Sondage auprès des professionnels italiens du MICE, 2023-2024





LES ASSOCIATIONS ▸ LE SEGMENT DES CONGRÈS

En 2024,
21,8%
des événements
étaient portés par
des associations
soit
635
congrès
internationaux

Le marché italien des congrès associatifs est dynamique. En 2024, 21,8% des événements étaient portés par des associations [OICE Federcongressi & eventi, 2024]. L'Italie se positionne au 2^e rang mondial du classement ICCA avec 635 congrès internationaux, principalement dans les secteurs médicaux, pharmaceutiques et scientifiques.

Les décisions sont généralement prises par des comités scientifiques. Les critères de sélection incluent l'accessibilité, la qualité des infrastructures, la réputation scientifique des destinations et leur engagement en matière de durabilité. Depuis la crise sanitaire, les formats hybrides et durables sont privilégiés par les associations.

Environ 13,4% des événements organisés en Italie ont une portée véritablement internationale, révélant un intérêt

croissant pour l'ouverture à l'étranger, bien que la majorité des manifestations restent concentrées sur le territoire national.

Certaines associations italiennes choisissent déjà la France comme destination, notamment Paris, Lyon ou Marseille, pour des événements à caractère culturel, médical ou scientifique. Les PCO italiens [Professional Congress Organisers] jouent un rôle déterminant dans le choix des destinations, en collaboration régulière avec des bureaux étrangers.

Pour capter davantage de parts de marché, la France peut mettre en avant sa proximité culturelle, proposer des dispositifs de soutien dédiés, renforcer les synergies scientifiques et simplifier les démarches organisationnelles. Les décisions de localisation étant généralement prises deux à quatre ans à l'avance, l'anticipation est essentielle. Par ailleurs, le Traité du Quirinal [novembre 2021] crée un cadre bilatéral favorable au développement des échanges dans ce secteur.

Principaux secteurs concernés



MÉDICAL - SANTÉ PUBLIQUE



PHARMACEUTIQUE - BIOTECHNOLOGIES



SCIENCES ET INGÉNIERIE



TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION



ÉNERGIE - ENVIRONNEMENT

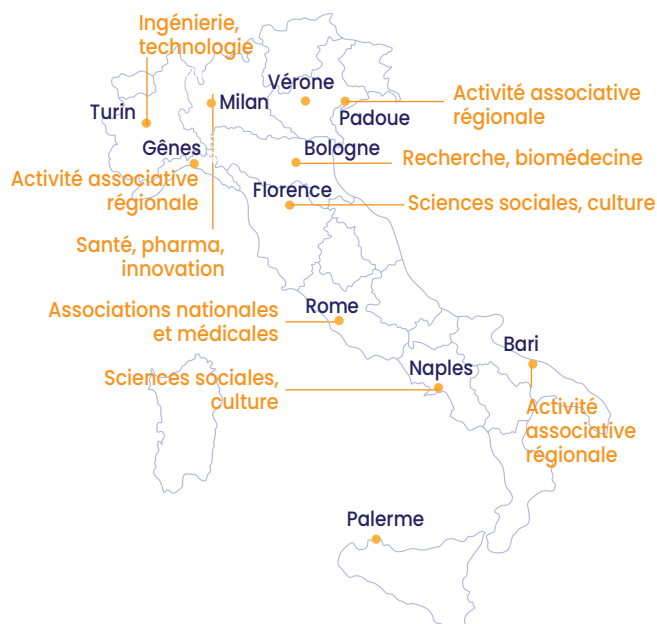


ÉDUCATION - RECHERCHE



AGROALIMENTAIRE - NUTRITION

Principaux bassins d'implantation des associations italiennes



Sources : ICCA, 2024, Convention bureaux italiens, OICE Federcongressi & eventi, 2025



CHOIX D'UNE DESTINATION MICE POUR LES ITALIENS

Le marché MICE italien continue de se développer, notamment à travers l'organisation d'événements à l'international. Les entreprises recherchent des destinations offrant un bon rapport qualité / prix, une accessibilité optimale et une expérience mémorable pour leurs participants.



FOCUS SUR LES CRITÈRES DE CHOIX D'UNE DESTINATION



ACCESSIBILITÉ

Liaisons aériennes ou ferroviaires directes, proximité géographique.



RAPPORT QUALITÉ / PRIX

Compétitivité des coûts logistiques, d'hébergement et de restauration.



INFRASTRUCTURES ADAPTÉES

Centres de congrès modernes, hébergements de qualité, lieux événementiels fonctionnels.



SÉCURITÉ ET STABILITÉ POLITIQUE



IMAGE DE LA DESTINATION

Attractivité touristique, notoriété, identité culturelle.



AIDES INSTITUTIONNELLES

Et / ou soutien des bureaux des congrès.



PRINCIPALES DESTINATIONS MICE

EN ITALIE

- Rome • Milan • Bologne • Rimini • Florence • Turin • Vérone •

À L'INTERNATIONAL

- France → Paris, Côte d'Azur, Lyon
- Espagne → Barcelone, Madrid
- Portugal → Lisbonne
- Émirats arabes unis → Dubaï
- Allemagne → Berlin, Francfort
- Malte



ÉMERGENCE DE NOUVELLES DESTINATIONS MICE

- Slovénie → Ljubljana
Nature, durabilité, proximité
- Albanie → Tirana, Riviera albanaise
Coûts compétitifs, authenticité
- Géorgie → Tbilissi
Hospitalité, originalité culturelle
- Pologne → Cracovie, Varsovie
Infrastructures en développement, excellent rapport qualité / prix
- Maroc → Marrakech
Exotisme accessible, services MICE en développement

Critères par typologie d'événements

Incentive / Team building

- ▶ Originalité de l'offre, activités immersives, météo favorable.

Réunions d'affaires

- ▶ Accessibilité rapide depuis les grandes villes italiennes, efficacité des prestataires locaux, qualité des services MICE.

Congrès / Conférences

- ▶ Existence de centres de congrès modernes, hébergements de grande capacité, proximité avec des pôles scientifiques ou académiques.

Événementiel

- ▶ Flexibilité et modularité des lieux, innovation technologique, possibilité de personnalisation et de branding.

Sources

- Federcongressi & eventi, Rapporto Annuale 2023
- ENIT [Agenzia Nazionale del Turismo] rapports statistiques et analyses actualisés en 2024
- Osservatori MICE italiani [Event Report, Eventopedia Italia] dernières publications disponibles en 2023-2024
- Statista [2024], Top destinations for outbound MICE tourism from Italy

Dans le paysage ultra-concurrentiel des destinations MICE, comment se positionne chaque pays sur le marché italien ?

Positionnement des destinations MICE sur le marché italien

PAYS / VILLES	Formats				Les atouts de la destination
	Congrès	Réunion d'affaires	Incentive	Événementiel	
Italie	✓	✓	✓	✓	Diversité régionale, infrastructures, patrimoine culturel
France	✓	✓	✓	✓	Accessibilité, prestige, expertise MICE
Espagne	✓		✓		Climat, ambiance, prix attractifs
Portugal		✓	✓		Hospitalité, bonnes connexions aériennes
Dubaï				✓	Innovation, infrastructures haut de gamme
Allemagne	✓	✓			Organisation, fiabilité, hubs aériens



FOCUS SUR LA DESTINATION FRANCE



Proche, accessible et dotée d'une offre événementielle riche et diversifiée, la France est une destination stratégique pour les agences et entreprises italiennes grâce à ses lieux uniques et valorisants pour leurs événements.

Perception de la France par le marché italien

Pour les entreprises italiennes

la France est perçue comme un choix sûr, prestigieux et à forte valeur ajoutée, particulièrement adaptée aux événements corporate [meet-incentive], aux lancements de produits ou aux réunions de direction.

Pour les agences italiennes spécialisées MICE

Elles apprécient la diversité de l'offre régionale, l'excellente connectivité [TGV, vols directs], la proximité culturelle et les standards élevés de service. Certaines expriment toutefois une sensibilité au coût, jugé parfois supérieur à celui d'autres destinations européennes.

Pour les associations italiennes

Elles sont attirées par la réputation scientifique et académique de villes comme Lyon ou Paris, ainsi que par la qualité des infrastructures de congrès.

Perception et Compétitivité

ANALYSE SWOT DE LA FRANCE COMME DESTINATION MICE POUR LE MARCHÉ ITALIEN

FORCES

- Proximité géographique et culturelle avec l'Italie
- Infrastructures MICE performantes et variées
- Offre régionale adaptée à tous types d'événements

FAIBLESSES

- Coût parfois perçu comme élevé
- Formalités administratives complexes pour certains prestataires

OPPORTUNITÉS

- Intérêt croissant pour les destinations durables ou peu exploitées [tout en tenant compte du facteur accessibilité]
- Possibilité d'événements transfrontaliers [Italie-France]
- Croissance du tourisme expérientiel [gastronomie, culture, sport]

MENACES

- Concurrence croissante de destinations proches [Espagne, Croatie, Allemagne]
- Tensions sociales ponctuelles [grèves, manifestations]

TOP 5 des destinations Françaises

PAYS / VILLES	Formats				Les atouts de la destination
	Congrès	Incentive	Réunion d'affaires	Événementiel	
Paris	✓			✓	Accessibilité directe depuis les grandes villes italiennes, image emblématique, infrastructures MICE d'envergure et services haut de gamme
Nice		✓	✓		Proximité avec l'Italie du Nord, aéroport international, météo, charme méditerranéen
Lyon	✓		✓		Localisation centrale, accessibilité en TGV depuis Milan et Turin, dynamisme économique
Marseille		✓	✓		Authenticité, modernité, cadre créatif alliant mer et innovation
Bordeaux		✓		✓	Ville élégante et à taille humaine, forte identité régionale [vin, gastronomie, très appréciés par la clientèle italienne], bonne connectivité aérienne depuis le nord de l'Italie.

Sources

- Contact avec un échantillon d'acteurs italiens du secteur MICE – tourisme d'affaires - [Enquête qualitative menée en 2024]
- Atout France, Le marché des événements en France, dernière édition disponible 2024
- France Congrès et Événements rapports annuels, dernière mise à jour 2024
- ICCA, Statistics Report 2024
- EventDataBook, Rapport MICE Italie-France 2023
- Enquêtes Meet in France / Offices du tourisme de Nice, Lyon, Paris, Marseille, Bordeaux enquêtes locales 2023-2024



À NOTER

La région Grand Est attire sur la thématique du Champagne pour des voyages de formation, teambuilding et meet-incentive de petite / moyenne taille.

Quels sont les facteurs essentiels et décisifs dans le choix d'une destination pour l'organisation d'un événement ?

Identifier les opportunités et s'adapter

1. ACCESSIBILITÉ & CONNEXIONS

Les organisateurs italiens privilégient des destinations facilement accessibles par avion, avec des vols directs depuis Milan, Rome, Naples ou Bologne. Les liaisons TGV [depuis Turin ou Milan vers Lyon et Paris] sont aussi un atout pour la France. Mettre en avant la connectivité avec l'Italie [vols directs, TGV, proximité géographique] dans les présentations et sur les supports de communication.

2. RAPPORT QUALITÉ / PRIX & MAÎTRISE DES COÛTS

Les budgets restent très contrôlés. Il faut proposer des tarifs compétitifs sur les hébergements, lieux, services techniques et restauration, tout en garantissant une qualité élevée et constante.

3. PROFESSIONNALISME DES INTERLOCUTEURS & RELATION DE CONFIANCE

Les Italiens attendent des partenaires réactifs, stables et transparents. Le lien humain et la fidélité jouent un rôle essentiel dans les collaborations durables. Il est recommandé de privilégier les relations humaines, idéalement avec des équipes commerciales parlant italien.

4. FLEXIBILITÉ ET ADAPTABILITÉ DE L'OFFRE

Les organisateurs italiens apprécient les prestataires capables de personnaliser leur proposition, de s'adapter aux contraintes logistiques et de gérer des demandes spécifiques, parfois à la dernière minute.

5. ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION ET DU CADRE EXPÉRIENTIEL

L'expérience globale offerte par la France constitue un véritable atout aux yeux des Italiens : son patrimoine riche, sa gastronomie renommée, son ambiance locale, l'accueil chaleureux et l'art de vivre à la française. Une ville française qui inspire et séduit attire ainsi davantage de participants.

6. OPTIMISATION DE L'IMPACT DES ÉVÉNEMENTS

Les événements doivent avoir un impact tangible, qu'il soit financier [nouveaux contrats, leads], relationnel [renforcement des liens professionnels] ou stratégique [image, notoriété]. Optimiser le ROI est prioritaire pour les entreprises, associations et les agences. Le ROX [retour sur expérience] des participants prend aussi de l'importance selon le type d'événement.

Sources

- Enquête de terrain menée par le bureau Atout France Italie auprès d'agences MICE, d'organisateur d'événements et de représentants d'associations professionnelles [2023-2024]
- Retour d'expérience de l'Advisory Board Atout France Italie [2024]
- Observations croisées issues des rapports ICCA, MPI et de la presse spécialisée [TTG Italia, Travel Quotidiano, Meeting e Congressi, Quality Travel]

PRODUITS, PRESTATIONS ET THÉMATIQUES À DÉVELOPPER ET PROMOUVOIR

- ▶ Lieux événementiels atypiques ou patrimoniaux, adaptés aux groupes de taille moyenne ;
- ▶ Mise en avant des offres promotionnelles, avec tarifs clairs et flexibilité contractuelle ;
- ▶ Team building et incentives expérientiels, surtout autour de la culture, du vin, de la gastronomie. La créativité est le maître mot ;
- ▶ Solutions tech intégrées [app mobile, traduction, interaction en live, etc.] ;
- ▶ Prestations éco-responsables [certifications, gestion des déchets, transports verts] ;
- ▶ Gamification des contenus : quiz, missions, challenges en session plénière ou stands ;
- ▶ Soutien des institutions locales [bureaux de congrès, régions, villes] pour faciliter la prise de décision.

DÉVELOPPEMENT DURABLE & SOBRIÉTÉ ÉVÉNEMENTIELLE

La prise de conscience écologique s'est accélérée depuis la crise sanitaire. Entreprises et agences italiennes intègrent de plus en plus de critères durables dans leurs décisions : mobilité douce, réduction des déchets, restauration locale, choix des matériaux, etc.

FORMATS HYBRIDES : CAPACITÉ À COMBINER PRÉSENTIEL ET DIGITAL

Le format « phygital » [physique et digital] s'est développé ces dernières années, offrant une solution flexible, accessible et inclusive, notamment pour les formations et les événements à dimension internationale. Sans remplacer le présentiel qui est toujours privilégié pour les interactions humaines, ces formats hybrides poursuivent leur croissance, portés par l'évolution technologique et une volonté de limiter l'impact environnemental des événements.

PROXIMITÉ GÉOGRAPHIQUE ET ÉMOTIONNELLE AVEC L'ITALIE : JOUER LA CARTE CULTURELLE

La proximité tant géographique qu'émotionnelle avec l'Italie permet à la France de séduire par des expériences et nuances partagées, faisant de la carte culturelle un levier naturel pour renforcer ce lien franco-italien.

VALORISATION DU ROI / ROX

Fournir des outils concrets de mesure [KPI, feedbacks, retombées chiffrées] pour démontrer l'impact des événements.

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'intelligence artificielle joue un rôle clé dans la transformation et l'évolution de ce secteur, une tendance à suivre de près.

Quelles sont les tendances sur lesquelles chercher à se positionner pour gagner des parts de marché en Italie ?



STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Depuis quelques années, le développement durable fait l'objet d'études plus approfondies et suscite un intérêt croissant sur le marché, à l'image de la tendance mondiale dans le tourisme. Dans le secteur du Tourisme d'Affaires, la prise de conscience progresse en Italie, mais à des rythmes variés selon la taille et les valeurs des entreprises ou agences MICE, ce qui explique que l'engagement n'est pas encore homogène sur l'ensemble du marché. Toutefois, l'arrivée de nouvelles générations de professionnels, plus préparées et ouvertes, renforce cette dynamique et favorise la mise en place d'actions concrètes.

Concernant les déplacements professionnels, et plus spécifiquement les rencontres et événements, certaines entreprises italiennes, en particulier les multi-

nationales, considèrent le principe du développement durable comme une « stratégie d'entreprise », où le choix de la destination ou du site événementiel doit être aligné avec ce principe.

Les agences MICE les plus importantes en Italie, convaincues de l'importance du sujet, s'équipent de certifications écologiques et proposent des programmes à leurs clients qui encouragent le respect de l'environnement, la durabilité et la mesure de l'impact. Par exemple, l'agence Gattinoni, suite à une enquête menée avec Travel for Business, constate que la demande pour des voyages d'affaires éco-responsables a augmenté de 35% en 2023, et que 8 clients sur 10 exigent aujourd'hui des solutions durables pour leurs événements.

Source : Veille presse professionnelle et Panel d'Experts MICE en Italie - Novembre 2024



ACCESSIBILITÉ VERS LA FRANCE



Pour l'Italie, la France est un pays de proximité. Paris demeure la destination la mieux desservie depuis la plupart des villes italiennes. L'Est et le Sud-Est de la France viennent ensuite, offrant une accessibilité plus simple et naturelle depuis le nord de l'Italie, notamment par voie routière.



TRAIN

Villes desservies en direct TGV depuis Milan et Turin vers

- Paris • Lyon •



AVION

Vois directs au départ de Milan, Bergame, Gênes, Turin, Verona, Venezia, Bologne, Ancona, Florence, Pisa, Rome, Bari, Naples, Salerne, Cagliari, Palerme, Catania, Alghero, Olbia

Destinations françaises desservies

- Paris CDG, ORY et BVA • Nice • Lyon • Marseille •
- Bâle-Mulhouse • Nantes • Bordeaux • Toulouse •
- Tarbes • Biarritz • Strasbourg • Montpellier •

Compagnies aériennes

- Air France • EasyJet • ITA Airways • Transavia •
- Volotea • Vueling • Wizz Air • Ryanair •



AXES ROUTIERS

Depuis l'Italie, les déplacements MICE vers la France se font principalement en avion ou en TGV, mais aussi via les grands axes routiers [tunnels du Mont-Blanc et du Fréjus].

Ces liaisons, en voiture ou en autocar grand confort, facilitent notamment les trajets du nord de l'Italie vers le nord-est de la France. L'accès routier depuis Milan [4h] et Turin [2h30] vers la Côte d'Azur par Vintimille constitue également un axe stratégique.



COMMENT ASSURER SON DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ ?

Miser sur des actions en Italie et / ou en France, régulières, immersives et solidement ancrées localement. L'objectif est d'instaurer une relation de proximité durable avec le marché italien, en s'appuyant sur la relation de confiance, la continuité des échanges et une connaissance fine de ses besoins spécifiques.



ACTIONS PRIORITAIRES

1. Participer aux événements-clés en Italie :
Assurer une présence visible lors des temps forts du secteur.
 - ▶ Workshops Atout France ;
 - ▶ Événements organisés par les associations professionnelles MICE [MPI Italy Chapter, organisé tous les ans en juin ou juillet] ;
 - ▶ Présentations ciblées, démarchages personnalisés ou opérations de mise en avant.
2. Organiser des Fam trips ciblés pour les acteurs italiens.
3. Diffuser des newsletters MICE en italien pour promouvoir une image crédible et inspirante de la France. Mettre en avant des contenus adaptés : témoignages, visuels attrayants, descriptifs précis, atouts différenciants et, si possible, des offres commerciales attractives.

Atout France est à votre écoute pour construire avec vous une stratégie en phase avec vos objectifs. Grâce à notre expertise et notre réseau, nous vous accompagnons dans votre développement à l'international en vous proposant des actions ciblées et des opportunités adaptées à vos besoins.





CONTACT ATOUT FRANCE ITALIE

Annalisa ROLLA

BtoB / MICE & Events Manager

annalisa.rolla@atout-france.fr



FRANCE CONVENTION BUREAU

**ATOUT
FRANCE**
www.atout-france.fr

