

Principales tendances du marché :

- L'Italie, 3ème économie européenne et 8ème mondiale, est un marché très présent et très actif dans les échanges économiques avec la France avec 85,4 milliards d'échanges de biens et services avec la France en 2021. Environ 400 entreprises sont présentes des 2 côtés des Alpes soit près de 400 000 emplois.

Un marché de proximité et d'opportunité, de tout premier plan pour la destination France : 4ème clientèle internationale avec 7,4 millions d'arrivées touristiques (+145,6%/2021), et 3,5 milliards d'euros de recettes touristiques générées (+76,14%/2021)

La France reste la première destination étrangère des visiteurs italiens en toutes saisons, pour une durée moyenne des séjours de 6 jours, générant ainsi plus de 42 millions de nuitées touristiques italiennes.

Les italiens apprécient notre proximité géographique, notre proximité humaine et culturelle, valorisent notre richesse touristique, la beauté des lieux, ainsi que notre art de vivre. Cet intérêt s'est traduit par une reprise forte des séjours italiens en France depuis 2021.

La vente du produit France est relativement « intermédiée » par les professionnels italiens, mais le réseau de professionnels est structuré, qualitatif (Environ 600 Tour-opérateurs et 6000 Agences de voyage) et touche des clientèles bien spécifiques (FIT, groupes on thématiques).

Tendances principales 2023

- Une envie de voyager toujours forte des Italiens avec des intentions de séjours en France qui continuent à progresser depuis le début de l'année 2023 ;
- Un comportement plus individuel avec une attention plus grande pour l'utilisation de moyens de transports durables ;
- La recherche d'un tourisme responsable et de grands espaces est un facteur important dans les besoins et les choix des consommateurs ;
- Une accessibilité renforcée des transports aériens mais aussi ferroviaires ;
- L'utilisation accrue de solutions digitales dans l'ensemble du process : pour préparer son séjour (prise d'information, réservation), sur place pour éviter la foule, les attentes les bouchons et dans le retour d'expérience (commentaires témoignages) ;
- Anticipation des réservations via les OTA, de 21 jours à 90 jours avant le séjour ;

Thématiques mises en avant :

- Oenotourisme et gastronomie,
- Patrimoine et Culture,
- tourisme urbain,
- Luxe, shopping

Cibles :

Les familles, les couples actifs,
les best agers, CSP+
Individuels et groupes