



## Italie

### L'Italie, marché mature pour la destination France, sur la voie de la reprise

#### ► Une économie italienne dans une spirale vertueuse

Depuis de nombreux mois, l'économie italienne s'inscrit dans une spirale vertueuse qui lui permet d'enregistrer des signes encourageants avec une croissance économique stable de l'ordre de +1,5% et un taux de chômage au plus bas. La nette reprise de la consommation interne et le rebond des investissements des entreprises permettent à l'Italie d'aborder l'année 2018 avec confiance. Par ailleurs, le solde de sa balance commerciale ne cesse de croître avec le chiffre record de 51,57 milliards d'euros, réalisant ainsi le troisième plus fort excédent commercial de la zone euro. Le partenariat entre la France et l'Italie n'a jamais été aussi important avec des échanges commerciaux qui dépassent plus de 69 milliards d'euros. La France est le deuxième client et le deuxième fournisseur de l'Italie. Considérée comme un des piliers essentiels des échanges économiques entre les deux pays, l'économie touristique est un vecteur solide de la relation franco-italienne.

#### ► La destination France en nette croissance

Quatrième marché international touristique pour la destination France, le marché italien représente 6,7 millions de touristes par an et 38,5 millions de nuitées, ainsi que 2,5 milliards d'euros de recettes touristiques. Les italiens ont en 2017 marqué leur retour en France, à Paris mais aussi à Lyon et à Bordeaux en Alsace par exemple avec une croissance de ventes de billets d'avion vers la France, toutes compagnies confondues, de l'ordre de +15% pour l'opérateur E-Dreams en 2017 et de +21%

pour le début 2018.

L'Italie s'affirme comme l'un des marchés de proximité le plus important pour contribuer à l'objectif des 100 millions de visiteurs en 2020.

Cinq axes majeurs sont favorables au développement de la clientèle italienne touristique vers la France :

1. Une clientèle de courts séjours (60% des séjours), particulièrement utile pour le soutien de l'activité touristique française en toute saison. Des voyageurs réguliers qui n'hésitent pas à effectuer un séjour en France à l'occasion des ponts et jours fériés italiens en avril, juin et décembre, y compris à saisir toutes les opportunités de dernière minute. Leurs destinations courts séjours favorites : Paris-Ile de France, Provence-, Riviera -Côte d'Azur, Auvergne Rhône-Alpes et l'Occitanie (Lourdes).
2. Une période de congés de 3 mois l'été, de juin à septembre, qui permet aux italiens d'effectuer de longs séjours en France métropolitaine et en Outre-mer, qui profitent notamment à la Corse, la Côte d'Azur, la Bretagne, la Normandie, le Grand Est avec l'Alsace, la Nouvelle-Aquitaine, les Caraïbes Françaises, la Nouvelle-Calédonie et la Polynésie Française.
3. Des Italiens qui restent attachés au papier (550 quotidiens/ suppléments en Italie et une retombée media de 55 millions euros en 2017!) mais qui poursuivent leur virage digital avec 9,2 milliards d'euros d'achats en ligne dans le secteur du tourisme, qui est le premier secteur concerné par les ventes en ligne avec une part de 55% des transactions et une croissance qui a triplé en 3 ans.  
Les professionnels italiens, TO et agence s'adaptent et le compte Facebook d'Atout France en Italie va dépasser les 100 000 fans en 2018
4. Le poids majeur du tourisme d'affaires, qui représente 22% des séjours en France et 1 milliard d'euros de recettes, soit le 1/3 de la recette touristique italienne en France.
5. Une accessibilité vers la France qui se développe encore avec 755 connexions hebdomadaires (hiver 2018) avec 11 villes françaises desservies au départ de 178 villes italiennes et une augmentation de capacité grâce à l'ouverture de nouvelles lignes des compagnies low cost, mais aussi d'Air France, Joon et Transavia en croissance de 5,5%. L'offre de vols directs et la capacité en sièges augmentent considérablement en été avec près de 885 fréquences hebdomadaires.

De même, l'accessibilité par le train a fait également l'objet de nombreuses améliorations au cours des dernières années avec une cinquantaine de liaisons ferroviaires hebdomadaires entre les deux pays, opérées par Thello et la SNCF.

#### **Principales données :**

##### **Chiffres clés Italie**

**Taux d'inflation annuel (janvier 2018) : + 0,8% (zone Euro : + 1,3%)**

**Taux de croissance du PIB 2017 : + 1,4% (zone Euro : + 2,5%)**

**Taux de chômage (décembre 2017) : 10,8% (zone Euro : 8,7%)**

**PIB 2017 : 2 071 307 €**

**Déficit public 2017 : 2,1% du PIB**

**Dettes publiques 2017 : 132,5% du PIB**

**Solde commercial 2016 : +51,57 milliards €**

- **3<sup>ème</sup> économie européenne, 7<sup>ème</sup> économie mondiale**
- **Exportations : 2<sup>nd</sup> partenaire commercial de la France**
- **Importations : 2<sup>ème</sup> partenaire commercial de la France**
  - **Balance commerciale excédentaire pour l'Italie avec la France : +6,4 milliards €**

**Sources : ISTAT - EUROSTAT**

##### **Chiffres clés Italie**

**Taux d'inflation annuel (janvier 2018) : + 0,8% (zone Euro : + 1,3%)**

**Taux de croissance du PIB 2017 : + 1,4% (zone Euro : + 2,5%)**

**Taux de chômage (décembre 2017) : 10,8% (zone Euro : 8,7%)**

**PIB 2017 : 2 071 307 €**

**Déficit public 2017 : 2,1% du PIB**

**Dettes publiques 2017 : 132,5% du PIB**

Solde commercial 2016 : +51,57 milliards €

- 3<sup>ème</sup> économie européenne, 7<sup>ème</sup> économie mondiale
- Exportations : 2<sup>nd</sup> partenaire commercial de la France
- Importations : 2<sup>ème</sup> partenaire commercial de la France
  - **Balance commerciale excédentaire pour l'Italie avec la France : +6,4 milliards €**

Sources : ISTAT - EUROSTAT

## L'Italie et la France, un partenariat économique

### La France : 2<sup>ème</sup> client et 2<sup>ème</sup> fournisseur de l'Italie

Pour un peu plus de 68 Mds € d'échanges en 2016, 200 M € d'échanges par jour ;

- Le solde commercial de la France vis-à-vis de l'Italie est toutefois déficitaire (-6,4 Mds€) ;
- Nos importations depuis l'Italie sont à peu près stables (37,2 Mds€) ; **Le Tourisme est une activité majeur de la relation franco-italienne**
- Les économies française et italienne reposent sur de larges secteurs touristiques similaires ;
- La France est la 1<sup>ère</sup> destination étrangère des Italiens ;
- L'Italie est la 2<sup>ème</sup> destination étrangère des Français ;
- Des politiques de coopération transport pour renforcer les échanges touristiques ;
- Efforts mutuels sur l'accessibilité ;

### Principales tendances du marché et recommandations pour l'aborder

- Les départs des Italiens sont plus échelonnés et tardifs dans la saison.
- Bien que les touristes italiens se concentrent à Paris, à Disneyland, sur la Côte d'Azur, à Lourdes et en Corse, il y a une aspiration réelle à découvrir d'autres destinations et thématiques, facilitée par le récent développement de nouvelles liaisons directes et low-cost de ville à ville.
- L'opportunité de se rendre dans les grandes villes françaises, notamment pour des courts séjours, dont sont friands les citadins du centre-nord de l'Italie, progresse avec les dessertes aériennes de 12 villes françaises.
- L'axe TGV, au départ de Milan/Turin vers Chambéry, Lyon et Paris, augmente lui aussi.
- Fervents voyageurs, les Italiens sont à l'affût d'opportunités pour s'offrir des parenthèses relaxantes en fin de semaine ou lors des ponts, de printemps ou d'automne. Le tourisme en

ville et ses animations, un hébergement de charme, des découvertes oeno-gastronomiques, de grandes expositions, des événements... sont parmi les ingrédients qui composent un cocktail gagnant pour déclencher un voyage tout au long de l'année.

- On constate également un engouement pour la recherche d'expériences nouvelles de voyages (dont les découvertes à vélo).

### **Positionnement pour le tourisme en France**

- Avec une proximité géographique et culturelle, la destination France reste la 1ère destination étrangère des Italiens, pour son offre et la diversité de ses destinations régionales, un choix de types de séjours et d'une offre outre-mer en hiver, qui permettent de répondre aux différents segments de clientèles italiennes.
- 6ème marché étranger de la destination France en matière de nuitées hôtelières, le marché italien est le 1er marché émetteur étranger pour la Riviera – Côte d'Azur et le 3ème marché pour Paris et sa région.
- La France bénéficie d'une accessibilité en nette amélioration avec une desserte aérienne au départ de 15 villes italiennes pour près de 862 vols en été et de 49 liaisons ferroviaires hebdomadaires, dont le TGV Milan-Lyon-Paris.

### **Axes stratégiques du PAC 2018 :**

- Donnez envie de partir avec promotion des offres, de l'offre et de la diversité des territoires de la France, en s'appuyant sur les marques mondiales de destination et les pôles d'excellence.
- Utilisation des grands événements France, porteurs d'image à l'international.
- Valorisation des séjours estivaux, mais aussi des courts séjours lors de longs week-ends, en toutes saisons selon l'accessibilité.

### **Une action tripartite de séduction orientée :**

- **Promotion Commerciale** : Renforcement de la programmation et soutien des ventes France (groupes), tourisme d'affaires compris.
- **Presse** : Mise en avant de nouvelles destinations, des nouveautés pour rassurer les clientèles et maintenir la couverture médiatique de la Destination
- **Grand Public** : Restaurer la confiance et donner l'envie de partir en France.
  - En priorité vers les principaux bassins émetteurs (Milan, Rome), mais aussi vers les capitales régionales à fort potentiel (Naples, Turin, Bologne).
  - Vers les cibles couples et groupes d'amis en priorité, mais aussi les familles, faisant partie de la classe aisée de la société italienne.

- Avec des thématiques fortes : l'innovation, l'art de vivre, la culture et les événements, l'oenogastronomie, la nature, puis encore les rencontres professionnelles.
- en priorité sur les média blogueurs, réseaux sociaux, France.fr.

[Magazine Rendez-vous en France 2017](#)