



ITALIE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



8^e
clientèle
étrangère

4,0 MILLIONS

de nuitées totales (marchandes
et non-marchandes) en 2024

+0,8% ENTRE 2023 ET 2024



2,3

nuits en
moyenne par
séjour en 2024



7^e
clientèle
étrangère

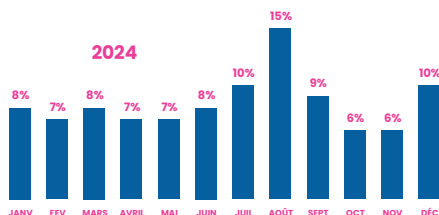
338 260

nuitées dans
l'hôtellerie en 2024

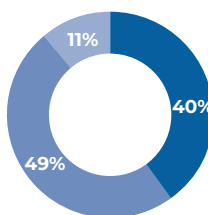
-20% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées

Source : Flux Vision Tourisme – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme 2025



Répartition saisonnière des nuitées



2024

- Hiver (janvier-avril, décembre)
- Été (mai-septembre)
- Automne (octobre-novembre)

Répartition des nuitées par département

Dans les hôtels

1 Rhône

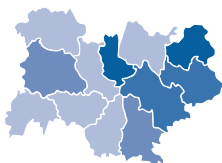
31%

2 Haute-Savoie

26%

3 Savoie

13%



- >20%
- 10-20%
- 5-10%
- <5%

Répartition par catégorie

Source : INSEE 2025 – Résultats année 2024

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★★	Nuitées 2024
Hôtel	12%	20%	45%	23%	338 260



Les touristes italiens : un marché naturel

La proximité d'Auvergne-Rhône-Alpes place notre région dans les destinations favorites des Italiens en France. Ils viennent aussi bien en été (49% des nuitées de mai à septembre), qu'en hiver (40% des nuitées entre décembre et avril).

La région possède tous les atouts pour séduire cette clientèle :

- Proximité et accessibilité : 70 % des voyageurs viennent du Nord de l'Italie, à quelques heures seulement de notre région.
- Activités en phase avec leurs attentes : patrimoine et culture, gastronomie et vins, montagne, nature — autant de points forts emblématiques de notre territoire.
- Potentiel hors saison : city breaks, tourisme d'affaires (un tiers des recettes nationales, 1 Md €), séjours nature et culture toute l'année.

Des points forts à portée de route, de voie ferrée ou de vol.

Comportement sur le marché France

Source : Atout-France 2025

La destination France est la première destination étrangère des touristes italiens en toutes saisons. Nos principaux concurrents restent l'Espagne et la Grèce durant la saison estivale. À signaler que d'autres destinations comme le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche, la Croatie, les États-Unis ou le Portugal tirent dans une moindre mesure leur épingle du jeu le reste de l'année.

Les proximités géographiques et culturelles, l'attachement des Italiens à la France, le dépaysement sans un long voyage, la diversité de l'offre avec en particulier les destinations d'Outre-mer, nos 4 saisons et nos fondamentaux (Offre culturelle, séjours balnéaires, œnogastronomie, événements, espaces naturels) et une expérience touristique en phase avec l'environnement et la nature.

Profil des voyageurs

- **Repeaters** : 70% / Primo visiteurs : 30%
- **Bassins émetteurs** : 70% Nord de l'Italie / 20% Centre et Sud de l'Italie / 10% Îles
- **Familles** : 25% / Millenials-DINKS : 21% / Seniors : 20%
- **Voyage loisir** : 80% / Voyage affaires : 20%
- **Moyenne d'âge** : 45 ans (vieillessement de la population)

Activités favorites

Culture et patrimoine
œnotourisme et gastronomie
City Breaks
Littoral
Montagne

Place du tourisme d'affaires

Le tourisme d'affaires génère un tiers des recettes touristiques nationales (1 Md €) avec beaucoup de demandes pour l'organisation de conventions/séminaires.

