RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Italie

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. A signaler que d'autres destinations comme le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche, la Croatie, les Etats-Unis ou le Portugal tirent dans une moindre mesure leur épingle du jeu le reste de l'année.

Chiffres clés

7,84 M
Arrivées en France en 2024

3,77 Mds €
Recettes pour la destination France en 2024

4è
marché international pour la destination France

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 58,9 millions d'habitants (août 2024)
- PIB 2024 : +0,7% - 2023 : 0,9%.
- Prévision PIB 2025 : +0,8%
- PIB/Habitant : 32,720 € (prix constants)
- Taux d'inflation (février 2025) : 1,7%
- Taux de chômage (janvier 2025) : 6,3%

Sources : ISTAT – EUROSTAT

Positionnement de la destination France

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

- Nombre d'arrivées en France : **7,84 M en 2024,** +2,5% v. 2023
- Recettes pour la destination France : **3,951Mds € en 2023** / 3,5Mds € en 2022 / 3,5Mds € en 2019
- 4ème marché international pour la destination France
- Durée moyenne de séjour : 5,8 jours
- Modes de transport : 70% voiture, 15% avion, 10% train, 5% autre moyen
- Connectivités aériennes directes - Eté 2024 : 1123 (+8% / 2023) connexions hebdomadaires
- Pour la saison estivale, ce sont **11 compagnies aériennes** qui opèrent au départ de **22 aéroports italiens** vers **19 aéroports français**.
  - Pour rappel : 806 connexions aériennes durant l'hiver 2023-24
- Liaisons ferroviaires : 28 liaisons hebdomadaires durant toute l'année entre Milan et Paris

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales raisons de choisir la France
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, oenogastronomie, événements, espaces naturels) et une expérience touristique en phase avec l'environnement et la nature.
Profil des voyageurs

- Repeaters : 70% / First timers : 30%
- Bassins émetteurs : 70% Nord de l'Italie / 20% Centre et Sud de l'Italie / 10% Iles
- Familles : 25% / Millenials-Dinks : 21% / Seniors : 20%
- Voyage loisir : 80% / Voyage affaires : 20%
- Moyenne d'âge : 45 ans (vieillissement de la population)

Activités favorites

- Culture et patrimoine
- OenogastronomiE
- City Break
- Littoral

- Montagne

Place du tourisme d'affaires
Le tourisme d'affaires génère 1/3 des recettes touristiques (1Md €) avec beaucoup de demandes pour l'organisation de conventions/séminaires.

Destinations favorites en France
- Paris - Ile de France
- Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Occitanie
- Auvergne-Rhône-Alpes
- Corse

Sensibilité au tourisme durable
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.

Mode de réservation
La clientèle individuelle a pour habitude à 90% de réserver directement auprès des structures et en dernière minute. L'intermédiation représente 10% des réservations et principalement pour les destinations de l'Outre-mer. S'agissant des groupes, l'intermédiation représente 90% des ventes.
Saisonnalité
- Printemps : 27%
- Eté : 41%
- Automne : 16%
- Hiver : 16%

Connectivité
La destination France est dotée d'une accessibilité directe en nette progression avec 1039 connexions aériennes hebdomadaires directes estivales et d'une offre de 28 liaisons ferroviaires - la France avec 515 km de frontières est également facilement accessible en voiture pour plus de 60% des clientèles familiales, millenials et seniors du Nord de l'Italie.
Point de vigilance : fermeture des dessertes ferroviaires directes entre Milan et Paris / Lyon en 2024 en raison des éboulements près du tunnel de Fréjus, et fermeture Tunnel du Mont-Blanc quasiment tout le 4è trimestre 2024.
Phases d'inspiration et de réservation pour chaque saison
Printemps - Inspiration : Janvier-Février - Réservation : Février-Avril
Eté - Inspiration : Février-Avril - Réservation : Avril-Juillet
Automne - Inspiration : Août-Septembre - Réservation : Septembre-Octobre
Hiver - Inspiration : Septembre-Novembre - Réservation : Novembre-Décembre 4.

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder le marché italien
Au cours des dernière années, nos actions ont évolué pour s'adapter aux nouvelles réalités du marché italien et en assurant un travail d'accompagnement et/ou partenarial avec les professionnels et la presse italienne pour la mise en place de campagnes de communication et de promotion ciblées, déclinées sur les thématiques les plus pertinentes à destination du grand public.
Au cours des dernière années, nos actions ont évolué pour s'adapter aux nouvelles réalités du marché italien et en assurant un travail d'accompagnement et/ou partenarial avec les professionnels et la presse italienne pour la mise en place de campagnes de communication et de promotion ciblées, déclinées sur les thématiques les plus pertinentes à destination du grand public.
- Maintenir nos avantages concurrentiels et notre rôle de leader sur le marché italien en positionnant la destination France comme la solution qui allie proximité, diversité et facilité ;

- Délivrer un message positif et d’attractivité de la destination France sur la qualité et la durabilité de son offre, et sur la diversité de l’offre touristique ;
- Avoir une approche segmentée et s’adresser spécifiquement à nos cibles prioritaires : familles, millenials/DINKs et empty nesters avec plus d’accompagnement, dont le comportement de consommation est encore plus marqué (notamment saisonnalité) ;
- Donner envie de partir en France en avant et arrière-saison ;
- Communiquer de manière permanente sur le slow tourisme, le cyclotourisme, le patrimoine naturel et préservé de de la destination France ;
- Accompagner les professionnels italiens pour faire évoluer la programmation commerciale et soutenir les ventes ;
- Mobiliser et accompagner de façon plus segmentée l’ensemble des prescripteurs de la presse media pour accroître notre couverture médiatique ;
- Renforcer la veille et l'analyse sectorielle du marché, des media, de la distribution.

Tendances principales 2024

- Une envie de voyager toujours forte des Italiens avec des intentions de séjours en France qui continuent à progresser ;
- 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 inportant 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 ;
- Une attention particulière aux grands événements de renommée internationale.
- Le bureau produit et met en ligne sur atout-france.fr plusieurs types de documents réguliers : notes de conjoncture, notes sectorielles et de prospection. La mise en place des correspondants de veille permet une mise en perspective de nos travaux de veille au niveau européen, puis mondial.
- Un suivi de la presse spécifique en fonction du contexte est effectuée quotidiennement.
- Un suivi homogène de la distribution et poursuite des formations FrancExpert en 2025.

Les notes de veille internationale

> Atout France propose à ses adhérents de tout savoir sur les habitudes de voyages des clientèles internationales en France grâce à ses Notes de veille rédigées par les équipes de son réseau international. Consulter Les notes de veille internationale (contenu réservé aux adhérents)

Le marché Italie en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

ITALIE

Taux de change

€

Quelques données économiques

58,9 MILLIONS d'habitants

€ 38 373 $ PIB/capita en 2023

+0,9% PIB 2023
+1% PIB 2024
+1,1% PIB 2025 (est)

Données touristiques en 2023

48 MILLIONS DE SÉJOURS À L'ÉTRANGER

Stable MARCHÉ PORTEUR RÉSILIENT

8 MILLIONS D'ARRIVEES EN FRANCE

3,95 MILLIARDS € DE RECETTES TOURISTIQUES

~6 JOURS = DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

Saisonnalité

41% ÉTÉ

16% AUTOMNE

27% PRINTEMPS

16% HIVER dont Noël

Principaux bassins émetteurs

1. MILAN
2. TURIN - BOLOGNE - VENISE
3. ROME - NAPLES

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Profil voyageurs

FRANCE : 1ÈRE DESTINATION ÉTRANGÈRE DES ITALIENS, A
70% VENANT DE L'ITALIE DU NORD
70% DE COURTS SÉJOURS : AVANT ET ARRIÈRE-SAISON
3 MOIS DE VACANCES SCOLAIRES JUIN-SEPTEMBRE

- LES PONTS REPRÉSENTENT 25% DES FLUX TOURISTIQUES ANNUELS
- ACCESSIBILITÉ EN HAUSSE :
- 1123 CONNEXIONS AÉRIENNES / SEMAINE
- 28 CONNEXIONS FERROVIAIRES / SEMAINE
- SEGMENTS : FAMILLES, EMPTY NESTERS, DINKS et MILLENIALS

Modes de déplacement

70% 15% 10%

Principales destinations en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

2 Tourisme balnéaire

1 Tourisme urbain et culturel

3 Tourisme nature et montagne

SOURCES | FRANCE TOURISME OBSERVATION, BDF, ISTAT

CONTACT MARCHÉ ITALIE | sandrine.buffenoir@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- **Italie Salon TTG Rimini BTOB** : Salons / Professionnels internationaux
- **Workshop MICE & Teambuilding 2025** : Rencontres B2B / Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux

ITALIE SALON TTG RIMINI BTOB

PRESTATION

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Salons
Public attendu : Professionnels internationaux

OBJECTIF

- Pour rencontrer les principaux Tour-opérateurs qui programment la destination France

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Date limite d'inscription : Juillet 2025 - sous réserve de disponibilité d'espace.

Précisions tarifaires :
Précisions tarifaires seront données prochainement A définir selon la dimension du stand.

FORMAT

Liste des sessions :
Italie_Salon TTG Rimini_ BTOB

Date de début	: 08 octobre 2025
Date de fin	: 10 octobre 2025
Date limite d'inscription	: -

Visiteur attendu :
70 000 de visiteurs en 2024 (+19% par rapport à 2023). 18 000 business meetings en 3 jours.

CASERINI - CHIARA chiara.caserini@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

WORKSHOP MICE & TEAMBUILDING 2025

PRESTATION

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Rencontres B2B
Public attendu : Organisateurs d'événements MICE internationaux, Professionnels internationaux
Espaces et filières : MICE

OBJECTIFS

- Favoriser la promotion commerciale d'une destination ou d'un produit MICE
- Qualifier les contacts professionnels
- Dévélopper la base de données MICE

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Destinations ou produits hôteliers, Hôtels 4*/5*/Palaces, DMC, lieux d'événements privatisables, produits innovants et transporteurs

Nombre de partenaires souhaités :
4

Visibilité partenaire :
Communication sur les supports FrancExpert #ChooseFrance

CONDITIONS

Date limite d'inscription :
Fin Février 2025

Précisions tarifaires :
2 400€HT*/1 desk /1 partenaire (hébergement, repas, agenda, teambuilding et communication autour de l'événement) 1 475€HT* par partenaire sur la base de deux partenaires/1 desk partagé (hébergement et repas x 2, agenda partagé et communication autour de l'événement) *Dans le tarif n'est pas compris le transport aller-retour entre la France et le lieu de la manifestation en Italie, qui reste à la charge des partenaires. Sur demande et devis pour une arrivée à Milan depuis la France.

FORMAT

Liste des sessions :
Dates

Date de début	:	01 octobre 2025
Date de fin	:	30 novembre 2025
Date limite d'inscription	:	28 février 2025

Lieu :
Lieu et date à confirmer pour 2025, à ce jour.

Format de l'opération :
Workshop B2B ciblé, avec une agenda de rendez-vous. Atout France agrège les partenaires France afin de créer une zone France dédiée.

Indicateur de performance :
Nombre de demandes en matière d'organisation d'événements MICE en France.

Edition précédente :
Action particulièrement intéressante car très ciblée et segmentée.
Agenda de 15 RDV garantis pour chacun des desks exposants.
Possibilité d'augmenter le nombre de RDV, selon l'intérêt des agences et des entreprises participantes.

Profil visiteur :
Responsables d'agences et/ou Project Leaders d'agences spécialisées et d'entreprises et/ou Meeting Planners et/ou hébergeurs.

Visiteur attendu :
Environ 20.

Media / Support :
E-newsletter MICE et communication sur les supports #ChooseFrance #ExploreFrance

Reseau social :
https://www.linkedin.com/showcase/atout-france-italia

Rolla - Annalisa annalisa.rolla@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2024

- **Italie - Campagne culture** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Accueil influenceur voyage** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Campagne e-newsletter B2C France.fr** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Campagne digitale Montagne avec Voyage Privé** : Campagnes / Grand public international

2025

- **Italie - Formation France Connaisseur 2025** : Formations / Professionnels internationaux
- **Campagne presse grand public** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Newsletters PRO et MICE 2025** : Campagnes / Professionnels internationaux
- **Italie - Media Pack France.fr** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Campagne outdoor avec l'application Komoot** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Campagne digitale notoriété et/ou traffic** : Campagnes / Grand public international
- **Campagne destination montagne été "pleine nature"** : Campagnes / Grand public international
- **Italie - Newsletter Presse** : Campagnes / Médias internationaux
- **Italie - Campagne "72 heures en..." avec Lastminute.com** : Campagnes / Grand public international
- **TASTE EXCLUSIVE FRANCE - Madrid & Milan** : Rencontres B2B

ITALIE - CAMPAGNE CULTURE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Culture & patrimoine, Grands évènements , Tourisme de mémoire , Ville

Campagne de communication visant à mettre en avant la thématique de la culture. Patrimoine, culture, expositions, musées, festival et rencontres culturels seront mis en avant à travers une campagne d'achat d'espaces sur des magazines digitaux et traditionnels affinitaires.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ou privé avec offre culture

FORMAT

Format de l'opération :
Campagne multimédia et sur mesure avec achat d'espaces sur un ou plusieurs magazines affinitaires digitaux (arte.it, finestresullarte.info...) et/ou traditionnaux (Arte...). Dans la proposition pourraient etre inclus : bannières, habillage de la home page, publi-rédactionnel digital, communication sur les réseaux sociaux, publi-rédactionnel ou publicités print...

Indicateur de performance :
Impression, reach, taux de clics, taux d'engagement RS. Tirage et lectorat pour le print.

Media / Support :
Magazines digitaux ou papier spécialisés dans la thématique culture. Exemples :

- **Finestre sull'arte** : 1,4 milions de pages vues / mois - 800 000 utilisateurs / mois - 420 000 fans Facebook - 94 000 followers Instagram
- **Arte.it** : 600 000 pages vues /mois - 250 000 utilisateurs / mois - 125 000 fans Facebook - 47 000 followers Instagram
- **Arte** : tirage papier 40 000 exemplaires

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - ACCUEIL INFLUENCEUR VOYAGE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Public attendu : Grand public international

Accueil individuel ou de groupe de créateur de contenus italiens spécialisés dans la thématique voyages et diffusion sur les pages social des activités et expériences proposées.
Possibilité de prévoir une campagne d'achat d'espaces pour la diffusion supplémentaire des contenus réalisés.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
CRT, CDT, OT, privés

Nombre de partenaires souhaités :
1 partenaire par accueil + ses partenaires territoriaux

FORMAT

Format de l'opération :

- Organisation et accueil individuel ou de groupe d'influenceurs 4 jours/3 nuits ou plus selon la destination et budget
- Reportage live pendant l'accueil sur les profils des influenceurs (nombre minumun de stories par jour)
- Réalisation de reels ou post après l'accueil
- Si l'influenceur a un blog, reportage sous forme d'article/itinéraire de l'accueil

Avec un budget complémentaire :

- possibilité de réaliser une campagne d'achat d'espaces sur les réseaux sociaux avec le matériel réalisé par l'influenceur
- possibilité de récuperer des livrables (photos et/ou vidéo) libres des droits pendant 3 ans à disposition du partenaire et d'Atout France

Indicateur de performance :
Impressions, audience, visualisations vidéos, intéraction, sentiment

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - CAMPAGNE E-NEWSLETTER B2C FRANCE.FR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Public attendu : Grand public international

Communiquer auprès de la bases de contacts B2C italiens abonnés aux e-newsletter France.fr

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :
Insertion de votre contenu dans une e-newsletter multipartenares (1 envoi par mois, parution à votre choix) ou réalisation d'une e-newsletter dédiée.
Chaque e-newsletter est enoyé en 2 vagues aux contacts actifs (11 832 contacts au mois de septembre 2024) et aux non actifs (24 800 contacts).

- Lien de renvoi vers un contenus sur le site France.fr/ ou vers le site du partenaire (si en langue italienne).
- Thématique et date d'envoi à votre choix

Indicateur de performance :

- Nombre de clics et taux de clics sur votre contenus pour les e-newsletter multipartenaires
- Nombre d'ouvertures, taux d'ouverture, nombre de clics et taux de clics pour les e-newsletter dédiees

Media / Support :
E-newsletter France.fr en langue italienne

Pagani - Michelle michelle.pagani@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - CAMPAGNE DIGITALE MONTAGNE AVEC VOYAGE PRIVÉ

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Montagne

Campagne notoriété et conversion consacrée à la promotion et commercialisatin d'offres de séjours montagne (été ou hiver).
Campagne en co-marketing avec Voyagé Privé, qui co-finance le plan média.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

- Mise en avant des offres Voyage Privés pertinentes avec le partenaire de la campagne
  - Présence dans la section TOP 10 de Voyage Privé
  - Publication de post et stories sur les comptes réseaux sociaux de Voyage Privé avec lien renvoyant aux offres
  - Présence des offres dans les e-newsletters Voyage Privé
- Possibilité d'inclure dans le plan média des achats d'espaces sur des sites externes
- Visibilité sur les médias Atout France Italie (page Facebook Italie et e-newsletter)

Indicateur de performance :

- Impressions / Clics
- Ventes / ROI de la campagne et augmentation % par rapport à la période précédente à la campagne

Media / Support :
Site et médias Voyage Privé.
Selon le budget possibilité d'intégrer des sites externes

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - FORMATION FRANCE CONNAISSEUR 2025

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Formations
Public attendu : Professionnels internationaux

Animation par Atout France de la formation professionnelle France Connaisseur pour les Agences de voyage avec la contribution d'un Tour-opérateur italien.

Organisation de deux sessions à Olbia et Cagliari (Sardaigne)

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
1 - 3 maximum

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Présentiel.
- Animation de la Formation France Connaisseur.
- Présentation de la destination par le partenaire et Intervention d'un Tour-opérateur sur les produits de la destination, ainsi que d'un transporteur.
- Séance questions-réponses.

Indicateur de performance :

- Nombre de professionnels italiens.
- Suivi de la programmation commerciale et des ventes de la destination France.

Profil visiteur :
Agents de voyage, Tour Opérateurs, Comité d'entreprise et Associations

Visiteur attendu :
20 Agences de voyage par ville

Reseau social :
https://www.francexpert.it/

CASERINI - CHIARA chiara.caserini@atout-france.fr
MINNITI - FRANCESCA francesca.minniti@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE PRESSE GRAND PUBLIC

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Activités outdoor, Culture & patrimoine, Littoral , Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme, Ville, Œnotourisme

Publi-rédactionnel dans un support de la presse écrite italienne au choix.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels et privés

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Publi-rédactionnels au choix:

- 1 pleine page dans le quotidien IL GIORNALE
- 2 pleines pages dans le quotidien IL GIORNO
- 1 pleine page dans le magazine DOVE

Indicateur de performance :
Tirage et diffusion des supports :

- Il Giornale, quotidien national avec rubrique dédiée au tourisme

Tirage : 70.000 ex ;
Lectorat : 63% hommes / 37% femmes.
Age : 25-64 ans. CSP+.

- Il Giorno, quotidien national

Tirage : 40.000 ex ; Lectorat : 60% hommes / 40% femmes.
Age : 25-65 ans. CSP+.

- Dove, magazine mensuel tourisme (groupe Corriere della Sera)

Tirage : 60.000 ex ; Lectorat : 53% femmes / 47% hommes.
Age : 25–54 ans. CSP+.

Media / Support :
Presse nationale et mensuels spécialisés tourisme.

Bonacina - Elisabetta elisabetta.bonacina@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - NEWSLETTERS PRO ET MICE 2025

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Public attendu : Professionnels internationaux

Publications d'E-newsletters "Loisirs" et/ou Mice pour informer les professionnels italiens sur les destinations produits, évènements et conditions d'accueils en France.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

- Destinations ou produits hôteliers,
- Hôtels 4*/5*/Palaces,
- DMC, lieux d'événements privatisables, produits innovants et transporteurs.

Nombre de partenaires souhaités :
4/5 pour les E-newsletters multipartenaires - 1 partenaire pour les E-newsletters dédiées.

FORMAT

Format de l'opération :
Lettre d'information professionnelle numérique.

Indicateur de performance :
Taux d'ouverture des E-newsletters : 18-20%

Media / Support :
E-newsletters #FrancExpert #ExploreFrance #ChooseFrance

MINNITI - FRANCESCA francesca.minniti@atout-france.fr
Rolla - Annalisa annalisa.rolla@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - MEDIA PACK FRANCE.FR

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Campagne de visibilité sur les supports digitaux de l'écosystème France.fr en Italie pour la promotion d'une offre, d'un produit d'un evénement ou d'une destination à un moment clé de la saison touristique.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels ; Privés

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

- Publications sur Facebook avec différentes formats d'insertion (annonces textuelles, carrousel, photo gallery, vidéo…)
- Envois E-newsletter GP
- Présence sur le site France.fr en langue italienne,

Indicateur de performance :

- Impressions des posts sur les réseaux sociaux
- Taux d'engagement sur les réseaux sociaux
- Sentiment des conversations sur les réseaux sociaux
- Fréquentation sur l'article sur France.fr

Media / Support :
Ecosystème France.fr en langue italienne

Pagani - Michelle michelle.pagani@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - CAMPAGNE OUTDOOR AVEC L'APPLICATION KOMOOT

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Slow tourisme

Bénéficier de la notoriété de l'application Komoot pour diffuser ses itinéraires outdoors (rando ou vélo) pour tout niveaux.

Komoot est la plus grande plateforme dans le cadre du tourisme outdoor en Europe et compte 3 milions d'utilisateurs en Italie.

Grace à l'application les utilisateurs, passionnés d'activités en plein air, de tous niveaux, peuvent rechercher, planifier, réaliser et ensuite partager leurs activités.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

- Création d'un compte partenaire pour l'intégration des itinéraires
- Regrouper les itinéraires (vélo ou rando) dans des collections

Indicateur de performance :

- Nombre de visualisations des itinéraires
- Nombre de clics
- CPC
- Engagement généré

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - CAMPAGNE DIGITALE NOTORIÉTÉ ET/OU TRAFFIC

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Campagne digitale de notoriété et/ou traffic. Plusieurs formats publicitaires disponibles : bannières, native advertising, vidéos/spot web TV, social ads (Meta, Pinterest, Tik Tok), branded content... Possibilité de cibler de manière très spécifique l'audience des achats médias.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

- Réalisation des formats publicitaires
- Plan média detaillé selon le brief et les objectifs du partenaire

Indicateur de performance :
Impressions / CPM
Clics / CPC
Visualisations vidéos / Taux de complexion de la vidéo

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

CAMPAGNE DESTINATION MONTAGNE ÉTÉ "PLEINE NATURE"

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Public attendu : Grand public international
Espaces et filières : Activités outdoor, Montagne, Slow tourisme , Tourisme durable , Vélotourisme

Nouveauté 2025
Campagne de valorisation de l'offre touristique montagne du printemps à l'automne sur la marché italien autour d'activités de pleine nature (randonnées, cyclotourisme, lacs), en consolidant l'attractivité de nos destinations montagne toute l'année et renforçant cette approche thématique auprès de clientèles affinitaires (Familles, DINKs).

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Stations de montagne

Nombre de partenaires souhaités :
5

FORMAT

Format de l'opération :
Campagne digitale et création de contenus :
- Valorisation des produits montagne 'été' ;
- Création de contenus et formats publicitaires ;
- Plan média incluant des actions inkind et des actions sur des médias externes ;

Indicateur de performance :
- Impressions des contenus ;
- Clics ;
- Vidéos vues ;
- Vente des produits montagne été si partenariat TO / OTA

Media / Support :
En fonction de l'OTA / TO et du plan media :
- Valorisation des produits montagne été avec la création d'un microsite dédié sur l'ecosystème France.fr ;
- Newsletters dédiées auprès de nos fichiers contacts (GP et Pro) ;
- Pragrammatique display sur des sites externes ;
- Supports France.fr et Réseaux sociaux.

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - NEWSLETTER PRESSE

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Médias internationaux
Espaces et filières : Tourisme durable

E-Newsletter Presse : 1280 contacts ;
Contenus partagés sur le compte X Presse @IT_AtoutFrance : 1967 abonnés ;
Communication corporate Linkedin Atout France Italia : 1537 abonnés.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :
1 ou 2 par Newsletter

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Communication digitale

- Contenus écrits et audiovisuels ;
- Publication relayée sur le compte X Presse @IT_AtoutFrance ;
- Communication corporate Linkedin Atout France Italia.

Indicateur de performance :

- Contacts presse
- Retombées presse

Profil visiteur :
journalistes, influenceurs et blogueurs

Visiteur attendu :
1280

Media / Support :
E-Newsletter transmise aux quotidiens nationaux, aux magazines hebdomadaires et mensuels, à la presse audiovisuelle (TV, Radio) et Blogs.

Lovato - Barbara barbara.lovato@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

ITALIE - CAMPAGNE "72 HEURES EN..." AVEC LASTMINUTE.COM

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Italie
Type de rendez-vous : Campagnes
Public attendu : Grand public international

Campagne digitale de notoriété et de vente en collaboration avec Lastminute.com pour la promotion des courts-déjours en France.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :
Institutionnels : CRT, Départements, OT.
Le partenaire institutionnel peut être accompagné de ses partenaires locaux (villes, musées, hôtels, activités...)

Nombre de partenaires souhaités :
1 partenaire par campagne

FORMAT

Format de l'opération :

- **1 Landing page éditoriale France** avec du contenu général France et où chaque partenaire de campagne sera intégré. La présence partenaire sur cette page sera garantie tout au long de l'année (même après la fin de la campagne).
- **1 Landing page Partenaire (Travel Pad)** avec du contenu éditorial, une carte intéractive avec possibilité d'intégrer des pins pour idéntifier les partenaires de la destination et/ou activités, site touristiques... Des itinéraires et des dynamic packages en vente sur Lastminute.com spécifiques pour le partenaire seront également présents et qui s'ajoutent à un moteur de recherche.
- **Campagne de display et social advertising sur les médias Lastminute.com** pour la promotion de la landing page partenaire avec un double objectif de notoriété et conversion
- **Campagne de display et social advertising en audience extention** pour la promotion de la landing page partenaire avec objectif de notoriété et conversion

Indicateur de performance :

- CTR sur les annonces
- Fréquentation sur le Travel Pad sur le site de la OTA
- Taux de croissance des ventes
- ROI de la campagne

Media / Support :

- Site internet et média it.lastminute.com et/ou volagratis.com
- Sites et portails de tourisme et généralistes en Italie
- Médias Atout France en Italie

Codazzi - Valentina valentina.codazzi@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

TASTE EXCLUSIVE FRANCE - MADRID & MILAN

OPÉRATION À LA CARTE

Marchés d'intervention : Espagne
Type de rendez-vous : Rencontres B2B

Les bureaux de Madrid et Milan proposent une opération dédiée à la rencontre des opérateurs (TO/AGV) de haute contribution sur la thématique de l'oenotourisme et la gastonomie. L'objectif est de présenter votre offre de destination pour la clientèle haut de gamme espagnole et italienne sur ces thématiques.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Nombre de partenaires souhaités :
1

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :
Opération dans deux villes (Madrid & Milan) sous la forme de show cooking voire dégustation de produits locaux exclusifs, l'opération propose :
- Présentation de la destination auprès des Tours-Opérateurs, agences de voyages/MICE (spécialisé oenotourisme, gastronomie) dédiés à la haute contribution de Madrid & Milan
- Rencontre de quelques supports de presse exlusifs (luxury, gourmet, lifestyle,) de Madrid & Milan
- Création d'un produit touristique sur-mesure dans le réseau d'agence de luxe UTOPICA (Groupe Viajes El Cortes Inglés)
- E-newsletter exclusive (envoi aux clients haute contribution du réseau Corte Inglés) et post sponsorisé sur les réseaux sociaux UTOPICA

Profil visiteur :
Agence/TO spécialisé oenotourisme/gastronomie ciblant la haute contribution

Visiteur attendu :
20

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr