

ITALIE

Workshop Digital Loisirs

28, 29 et 30 avril 2021



Cécile Ambacher- 05/05/2021

1) La conjoncture économique :

- 3ème économie européenne et 8ème économie mondiale
- Population : 60,24M
- PIB 2019 : +0,3%
- PIB 2020 : -8,9% (nette reprise au 3^{ème} trimestre, +15,9% par rapport trimestre précédent)
- PIB 2021 : prévision d'un rebond + 3,5% et +3,8% en 2022
- PIB/Habitant : 28 547 €
- Solde commercial 2019 : +52,9 milliards €
- Economie résiliente : consommation des ménages en hausse +4,5% en 2021
- Taux de chômage mars 2021 : 10,1%

Balance commerciale France-Italie

- Exportations : 4^{ème} partenaire (client) commercial de la France
- Importations : 3^{ème} partenaire (fournisseur) commercial de la France
- Balance commerciale excédentaire pour l'Italie avec la France : +6 milliards €
- 250 000 emplois français en Italie – beaucoup d'interconnexions entre la France et l'Italie -le Président des automobiles Renault est italien, par ex-

2) Le contexte :

Point sur la pandémie : Concernant les mesures sanitaires, l'Italie dirige par décrets. Les régions sont classées en 4 zones : rouge, orange et jaune et blanche (fonction du taux de contamination) – Depuis le décret du 26 avril 2021, la majorité de l'Italie est en zone jaune, cad qu'il y a possibilité de se déplacer. Il y a réouverture des bars et restaurants en terrasse. Le sud de l'Italie (et en particulier la Sicile) reste en orange avec une restriction forte des déplacements. Dans 15 jours, il y aura un bilan sur l'évolution de la pandémie sur le territoire

et fonction du résultat, la décision d'ouverture sera confirmée ou restreinte. 20% de la population est vaccinée et presque 10% a reçu 2 doses. Il est obligatoire d'avoir un test PCR négatif pour l'entrée et la sortie du territoire italien, de moins de 3 jours.

3) La conjoncture touristique :

2019 : 33,3 Millions de touristes italiens - 22,5 Millions de voyages à l'étranger
7 Millions d'arrivées d'Italiens en France
Durée moyenne du séjour en France : 6 jours (en augmentation)
Recettes : 3,5 Milliards €

2020 : 27,8 Millions de touristes italiens (33,3 Millions en 2019 = baisse de 20%) dont 93% en Italie (+17,5%/2019) et 7% à l'étranger (-50%/2019)

Le principal bassin émetteur est le Nord de l'Italie : Milan, Turin, Bologne et Venise (70%).
La première destination courts-séjours est la France, avec un mode de déplacement à 60% en voiture (20% en avion et 10% en train) C'est la deuxième destination pour les longs séjours.

Les typologies de touristes en Italie sont réparties presque à part égale entre :
Les Familles (3,9 Millions=25%), les Seniors (3,1 Millions=20%) et les Millenials (3,4M=21% et dans cette tranche qui comporte des personnes de 18 à 35 ans, ce sont les 25-35 ans qui sont ciblés).

Le comportement de la population italienne face aux réseaux sociaux : You tube à 85,3% et Facebook à 80,4%, Instagram est aussi important.

L'Italie reste la principale bénéficiaire du plan de relance européen avec l'attribution d'une aide de 209 Mrds € (sur 750 Mrds €). Les prévisions annuelles 2021 des réceptifs italiens : réservations en hausse de +33% pour l'été 2021 par rapport à 2020. L'intention de départ se porte sur les produits nature et les zones touristiques préservées. On espère des recettes touristiques en hausse de +20 à 30%.

Cette conjoncture incite les Italiens à réserver à la toute dernière minute (cela renforce cette tendance qui existait déjà avant la crise COVID19). Ils voyageront de manière individuelle et en voiture, en privilégiant les régions les plus proches et moins urbaines. L'annonce des mesures sanitaires prises sur le lieu du séjour choisi est importante pour rassurer la clientèle avant son départ et lui donner confiance.

Source : Atout France

4) Le workshop

A) Les conférences

1) Rapide présentation du marché italien et des actions du service promotion par Frédéric Meyer (Directeur Atout France Italie)

2) Présentation du réseau Tour-operating GATTINONI fondé dans les années 1980 qui comporte 450 employés et dont le siège est à Milan

RÉSEAU GATTINONI - LEISURE ET MICE

⇒ **Données Clés**

- FONDÉE À LECCO EN 1983
- 450 EMPLOYÉS À CES JOURS
- 5 DÉPARTEMENTS SIÈGE À MILAN

LOGISTICS
• LIVE COMMUNICATIONS
• HEALTHCARE
• MADE IN ITALY

MICE
Milan, Lecco, Euro Tower

MY NETWORK VIAGGI & VACANZE

BUSINESS TRAVEL
Milano, Bologna, Torino, Roma

PRODOTTO GATTINONI TRAVEL
Selected Experience, Dynamic

NETWORK MONDO DI VACANZE

PRÈS DE 1300 AGENCES AFFILIÉES EN ITALIE, FRANCE ET ESPAGNE
31 AGENCES DE PROPRIÉTÉ
NORD - COMTE

France Digital Roadshow
Leisure & MICE
du 09 au 11 avril 2022 à Paris

Explore

Isabella Maggi (Directeur marketing et communication) -

Silvia Pozzi (CLO) - Gattinoni & Co

Laetitia CASSUTO
PROVENCE COTE D'AZUR EVENTS

Bonjour de Nice 09:10:36

Myriam CHOKAIRY
Office de Tourisme/Bureau des Congrès
Métropole Nice Côte d'Azur

Bonjour à tous 09:11:29

Castellani VALENTINA
ACCOR HOTELS

Très heureux de vous retrouver en forme. Aline et Olivier 09:14:00

Aline BERETTI Corsica Tourist Office

Ajoutez votre message

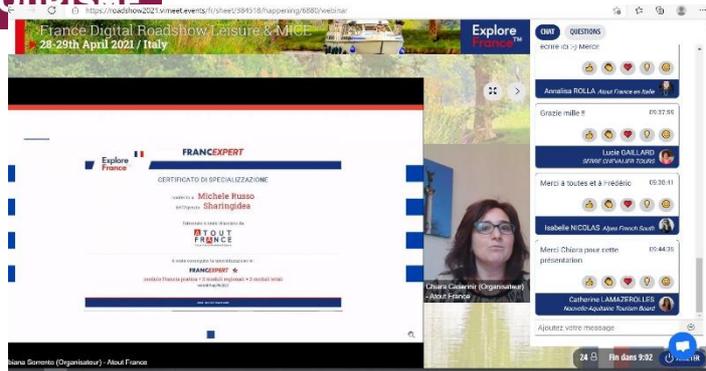
24 Fin dans 32:02

Isabella Maggi : marketing et communication : Changement de l'attitude du client face à l'agence : l'agence devient consultante : trouver le bon endroit pour l'organisation du séjour mais rassurer aussi le consommateur. Le consommateur est aussi à la recherche de nouvelles expériences. Il faut être le 1^{er} à proposer de nouvelles expériences et savoir garder le côté humain tout en se servant du digital : on line + off line = être vu des consommateurs mais aussi les rencontrer !

Silvia Pozzi : responsable MICE : il faut un nouveau regard sur les événements, il y a une demande pour de la créativité. Par ex, les rencontres peuvent se faire dans des lieux ouverts comme les lounge d'hôtels, de manière plus informelle. Cela laisse plus de liberté d'organisation et d'ouverture (plus ouvert qu'une salle). Le contenu à donner doit être haut de gamme, et fait sur mesure. La qualité est donc importante.

3) Francesca Minniti et Chiara Caserini (promotion Loisirs), Annalisa Rolla (Mice) à Atout France :

Francesca et Chiara présentent leur programme de formation d'agents de voyage italiens : France expert. Les pros italiens se forment ainsi à la destination France en répondant à des questions sur une plateforme en ligne, et fonction du niveau reçoivent différentes étoiles. A ce jour, 3 500 à 3 700 agences de voyage participent, une requalification du fichier est en cours par Atout France. Les régions disposent d'un module avec 5 questions. Celles-ci ont été orientées sur les sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO pour le module dédié à la Bourgogne. A la fin de la formation, les participants reçoivent un diplôme par Atout France.



4) Présentation de deux offres touristiques par 2 tour-opérateurs italiens :

- Giulio Bonetti de LOFT STUDIO VIAGGI
Responsable depuis 30 ans de son agence dédiée au tourisme fluvial :
Présentation de l'offre, de la facilité de réservation des bateaux habitables : sécurité, facilité et liberté en cette période de pandémie.
Les clients du tourisme fluvial aiment la nature, le cyclotourisme, s'adressent à des familles avec enfant ou animal domestique.
Giulio Bonetti a témoigné d'une bonne expérience personnelle du tourisme fluvial en Bourgogne.
- Pierpaolo Romio de GIROLIBERO : Tour-opérateur spécialisé vélo
Présentation de ses produits barge (péniche aménagée) + vélo en France. 2 bateaux avec 10 cabines basés à Bordeaux. Un cuisinier et un conducteur du bateau sont à bord. La même formule est proposée avec un bateau plus grand sur le Rhône à Avignon avec un trajet Avignon- Arles. Les participants peuvent faire du vélo à proximité du bateau, les vélos sont sur le pont du bateau.
D'autres clients de Girolibero ont parcouru à vélo l'itinéraire Paris-Londres intitulé l'avenue verte, cela correspond à un besoin de vivre de nouvelles expériences et défis.

B) Le déroulement des rendez-vous

Mercredi 28 et jeudi 29 avril 2021 de 10h30 à 18h30, vendredi 30 avril 2021 de 9h30 à 12h15 :

Demandes de 656 pros italiens du tourisme (Agences de voyage, Tour-opérateurs, associations) pour rencontrer on line 17 partenaires français.
35 rendez-vous pris avec la Bourgogne sur les 3 jours.

La communication de BFC Tourisme sur la marque destination Designed By Bourgogne et les 8 biens inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO étaient le fil rouge du discours argumentaire.

Il y a un fort intérêt de la part des agences et tour-opérateurs pour le patrimoine. Il est à relier avec la recherche de nouvelles expériences dans ces sites (visites et expositions originales). Il existe aussi une demande pour de l'itinérance à vélo à proximité de ce patrimoine UNESCO exceptionnel : les itinéraires balisés locaux ainsi que les grands itinéraires comme la Voie

Bleue, l'Eurovélo6, le tour de Bourgogne à Vélo sont à valoriser dans la présentation. Il reste essentiel de relier les noms de ces sites avec des circuits aménagés existant.

L'autre facette qui intéresse les biens inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO est le tourisme spirituel : les chemins de Saint-Jacques de Compostelle, la Via Francigena ainsi que d'autres envies d'expériences de chemins moins connus sont demandées.

Le tourisme fluvial ajoute encore une possibilité de visite des sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO, lorsqu'ils sont à proximité de la voie d'eau.

Les visites guidées en italien de ces sites sont demandées et lorsque cela existe, le tour-opérateur est enchanté. Le dossier de presse dédié et qui vient d'être traduit en italien sera communiqué à chaque contact qui a manifesté un intérêt pour le patrimoine.

Les valeurs phares de la région comme la gastronomie et le vin sont citées mais restent à approfondir avec des exemples de visites originales.

Certains Tour-opérateurs/Agences connaissent uniquement la destination comme une étape sur la route en direction de Paris. Cela permet de couper le voyage depuis l'Italie. Suite à la crise COVID, d'autres destinations françaises, dont fait partie la Bourgogne sont proposées au voyageur par les Tour-opérateurs et agences. En moyenne, ce sont des courts-séjours (4 à 5 jours maxi). Le réseau CartOrange (agences de voyage en ligne) est aussi intéressé de proposer la Bourgogne à ses clients pour les voyages de noce et la découverte d'une France autre que Paris ou la Côte d'Azur. L'intérêt de la clientèle de ce réseau réside aussi dans le fait que ces personnes voyagent de manière indépendante et demandent des séjours sur mesure.

Conclusion :

On compte sur un contexte sanitaire qui s'améliore pour penser qu'une ouverture des frontières sera possible, sous certaines conditions à respecter, à l'été 2021.

Les rendez-vous du workshop se sont passés facilement avec une grande envie de reprendre les voyages pour les Italiens.

Le slow tourisme, la recherche de lieux loin de la foule, ouverts dans une nature foisonnante, des activités outdoor sont les principaux critères de sélection des voyageurs cette année.

- Le tourisme durable reste en poupe.
- Les activités douces en nature sont demandées : le tourisme fluvial sur les canaux et rivières, le vélo sur des itinéraires marqués (la Voie Bleue, le Tour de Bourgogne à Vélo)
- La gastronomie et ses classiques s'associent à chaque demande de séjour. On note un développement de demandes pour des contacts exclusifs comme des producteurs bio dans le vignoble.
- Les visites avec expérience (chemins fléchés dans les centres historiques des villes ...), dans des lieux originaux (sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco, sites naturels remarquables : roche de Solutré...).
- Les séjours bien-être sont aussi demandés.
- Le guidage des sites en langue italienne est apprécié.

Préconisations pour les sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco :

- Recenser les visites expérientielles proposées par chaque site en précisant les langues disponibles



- Situer chaque site par rapport à sa proximité avec une vélo route ou une voie d'eau navigable
- Présenter chaque site avec l'activité itinérante disponible à proximité.

Pour plus d'infos : contact : c.ambacher@bfctourisme.com

Designed by
Bourgogne

