



**Population totale**  
60,6 millions d'habitants

**Taux de croissance économique**  
+1,5 %

**PIB/habitant**  
30 669 USD

**Taux de chômage**  
11,3 %

## LES ITALIENS

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs italiens ont un âge moyen identique à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont employés pour près de 4 visiteurs sur 10 (36,9 %, +9,4 points), issus des PCS+<sup>1</sup> pour 29,2 % (-3,1 points) et étudiants pour 10,9 % (-0,9 point). 42,5 % proviennent de Lombardie (Milan), 12,2 % du Latium (Rome), 9,0 % des Pouilles (Bari) et 8,0 % du Piémont (Turin).

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 7 visiteurs sur 10 (71,2 %, -3,2 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (30,3 %, +4,4 points), en famille (27,3 %, +1,6 point) ou seuls (25,9 %, +0,5 point). Ils voyagent en individuel non organisé pour 92,2 % (+3,2 points). Ils sont 4,4 % (-0,7 point) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 2,6 % (-0,8 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 0,8 % (-1,6 point) à préférer les groupes organisés.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 8 séjours sur 10 (82,0 %, -0,7 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 64,6 % (44,7 % en 3 étoiles et 35,1 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (5,5 %) ainsi que les résidences hôtelières (4,4 %). Les résidences principales de parents (7,0 %) et d'amis (5,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (79,3 %), les promenades en ville (68,9 %) et les visites de parcs et jardins (48,0 %). Les Italiens se consacrent moins au shopping (37,1 %, -12,0 points), aux marchés et brocantes (6,3 %, -9,3 points), aux croisières fluviales (8,5 %, -8,1 points), aux visites guidées de quartiers (3,1 %, -7,9 points) ou aux visites de parcs et jardins (-7,6 points). Ils sont également moins intéressés par

les promenades en ville (-5,8 points), la gastronomie française (39,1 %, -5,3 points), les parcs d'attractions (20,7 %, -3,3 points) et les visites de musées et monuments (-3,2 points). Les Italiens pratiquent moins d'activités (3,7 en moyenne) que l'ensemble des clientèles internationales (4,3 en moyenne).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (55,7 %), la tour Eiffel (53,6 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (46,2 %), l'Arc de triomphe (44,1 %) et le musée du Louvre (38,7 %). Les Italiens sont plus nombreux à se rendre au Sacré-Cœur de Montmartre (+7,2 points), à Notre-Dame de Paris (+5,1 points), au centre Pompidou (20,7 %, +4,5 points) ainsi qu'au musée d'Orsay (24,2 %, +4,2 points). En revanche, ils se rendent moins au musée du Louvre (-11,1 points), à la tour Eiffel (-10,0 points), au château de Versailles (8,6 %, -5,3 points) et à l'Arc de triomphe (-5,2 points).

1 - Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	74,5%	12,9%	12,6%
Départ	81,6%	9,1%	9,3%



63,5%  
Repeaters

36,5%  
Primo-visiteurs

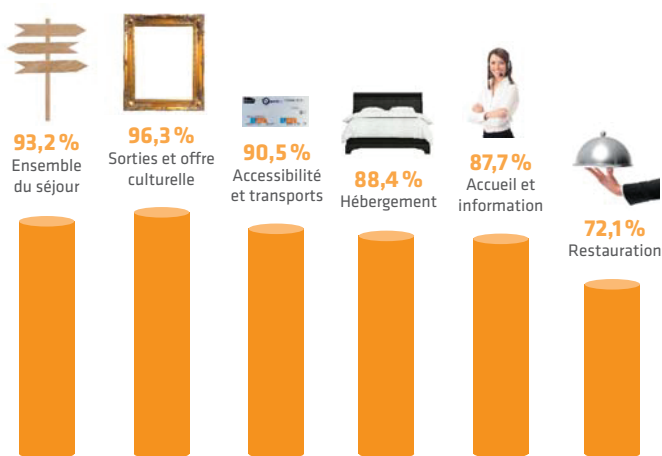
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,2% de repeaters et de 40,8% de primo-visiteurs.  
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



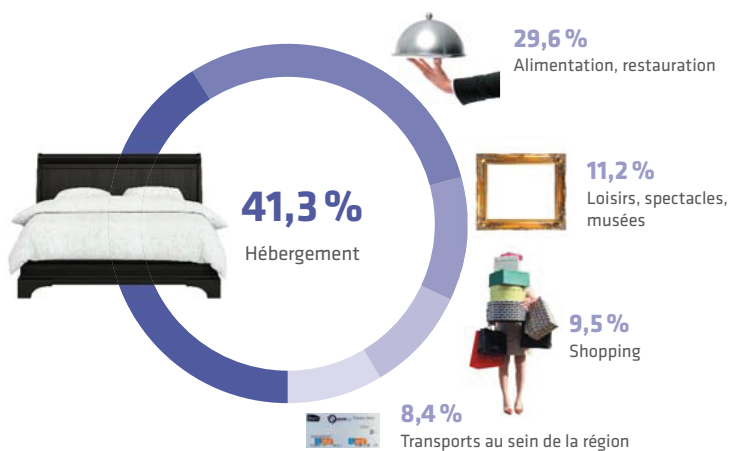
À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Italiens favorisent également Internet (60,4%, +6,7 points), devant les entreprises (13,0%, +2,9 points) ainsi que les agences de voyages et les tour-opérateurs (11,5%, -7,2 points). Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

### DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE RESTAURATION



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,2%.

### PRÈS DE 30% DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les Italiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (106 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (142 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+5,6 points) et moins importante au shopping (-8,7 points).

### À retenir

- 1 358 000 séjours, soit 6,6% des séjours de la clientèle internationale
- 5 845 000 nuitées, soit 6,3% des nuitées de la clientèle internationale
- 622 millions d'euros de consommation touristique, soit 4,7% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 4,3 nuits en moyenne
- 63,5% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 92,2% voyagent en individuel non organisé
- 71,2% voyagent pour motifs personnels uniquement

### Nos suggestions

- 458 € de budget moyen du séjour par personne
- 93,2% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 60,0% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans
- Entretien l'image romantique de la destination auprès des touristes italiens qui viennent principalement en couple
- Prendre en compte l'importance des clientèles d'affaires en proposant des offres adaptées à leurs attentes
- Mettre en avant une offre de restauration plus adaptée en termes de rapport qualité/prix à cette clientèle moins satisfaite en la matière