

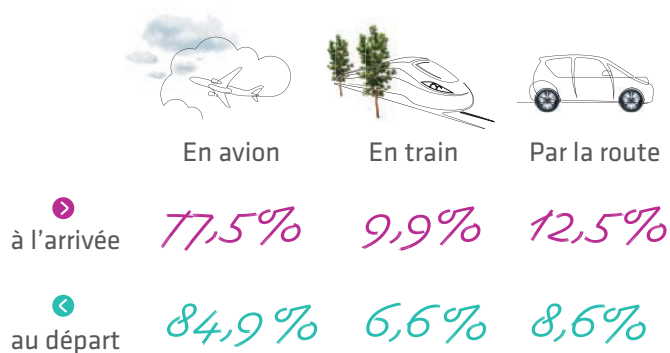
# Les Italiens



- › Population totale : 60,4 millions d'habitants
- › Taux de croissance économique : +0,3 %
- › PIB/habitant : 34 483 USD
- › Taux de chômage : 10,0 %

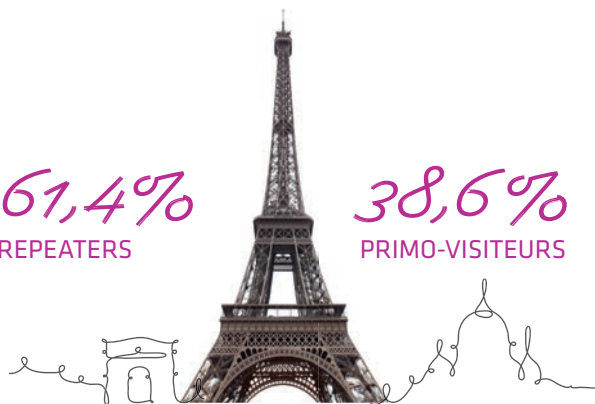


## MODE DE TRANSPORT



61,4%  
REPEATERS

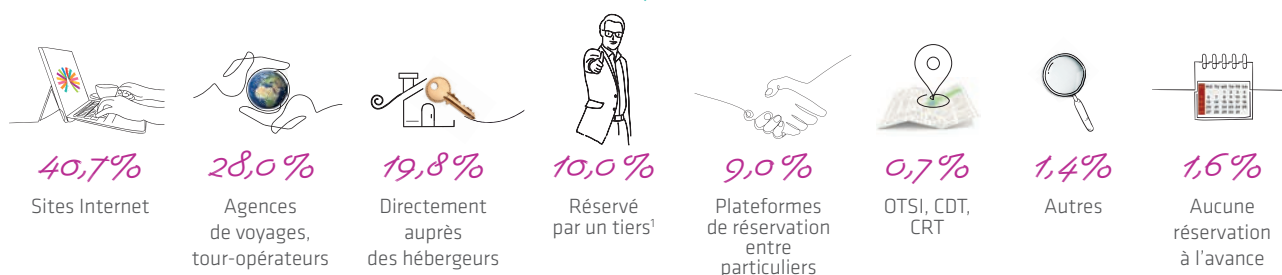
38,6%  
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,9 % de repeaters et de 40,1 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

## POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



## Quel profil ?

Les visiteurs italiens ont un âge moyen (40 ans) identique à celui de l'ensemble de la clientèle internationale. Ils sont employés pour plus du tiers (33,5 %, +5,1 points), issus des CSP+<sup>1</sup> pour 31,3 % (-2,3 points) et étudiants pour 14,5 % (+1,7 point). 39,9 % proviennent de Lombardie (Milan), 11,1 % du Latium (Rome), 10,2 % du Piémont (Turin) et 7,3 % de Toscane (Florence).

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

## Quel type de voyage ?

Plus des deux tiers des visiteurs italiens (70,6 %, -4,3 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en famille (29,0 %, +2,9 points), seuls (26,0 %, -1,3 point) ou en couple (25,8 %, +1,6 point). Ils voyagent en individuel non organisé pour 70,8 % (-6,3 points). Ils sont 12,6 % (+3,8 points) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 10,5 % (+2,3 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 6,2 % (+0,2 point) à préférer les groupes organisés.

## Quel hébergement ?

Plus de 8 séjours sur 10 (80,3 %, -1,1 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 65,3 % (48,0 % en 3 étoiles et 38,0 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (8,3 %) ainsi que les résidences hôtelières (2,1%). Les résidences principales d'amis (7,1 %) et de parents (6,0 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

## Quelles activités ?

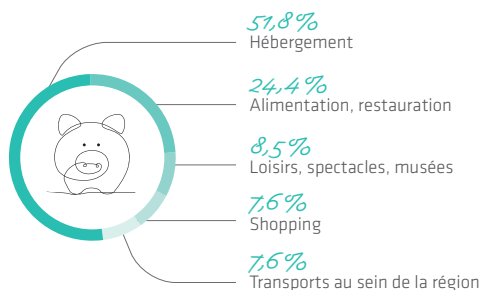
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (80,2 %), les promenades en ville (64,7 %) et les visites de parcs et jardins (39,2 %). Les Italiens s'intéressent plus aux parcs d'attractions (28,7 %, +3,2 points). En revanche, ils se consacrent moins aux visites de parcs et jardins (-11,0 points), au shopping (35,4 %, -10,8 points) et aux promenades en ville (-6,7 points). Ils sont également moins intéressés par la découverte de la gastronomie française (32,5 %, -6,4 points), les visites

guidées de quartiers (6,4 %, -5,8 points), les marchés et brocantes (13,3 %, -4,5 points) et les événements culturels (9,9 %, -3,2 points).

## Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (55,3 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (45,5 %), Notre-Dame de Paris (44,7 %), l'Arc de triomphe (44,2 %) et le musée du Louvre (37,5 %). Les Italiens sont plus nombreux à se rendre au centre Pompidou (24,3 %, +8,6 points), au musée d'Orsay (28,4 %, +8,6 points), au Sacré-Cœur de Montmartre (+7,2 points) ainsi qu'à Disneyland® Paris (21,3 %, +3,1 points). En revanche, ils se rendent moins au musée du Louvre (-12,5 points), à la tour Eiffel (-8,9 points), au château de Versailles (7,9 %, -6,3 points) ou à l'Arc de triomphe (-4,1 points).

## PLUS DE LA MOITIÉ DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Italiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (108 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+3,9 points) et moins importante au shopping (-7,1 points).

## À retenir

- **1 448 000 séjours**, soit 6,5 % des séjours de la clientèle internationale
- **6 210 000 nuitées**, soit 5,9 % des nuitées de la clientèle internationale
- **668 millions d'euros** de consommation touristique, soit 4,6 % de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **4,3 nuits** en moyenne
- **61,4 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **70,8 %** voyagent en individuel non organisé
- **70,6 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **461 €** de budget de séjour par personne
- **92,4 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **50,9 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

## Nos suggestions

- Proposer des offres (musées, restauration et hébergement) plus adaptées en termes de rapport qualité/prix
- Prêter une attention particulière à la clientèle d'affaires
- Favoriser un accueil et des informations en italien

## DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE D'ACCUEIL ET DE RESTAURATION



92,4 %

Ensemble du séjour



92,8 %

Sorties et offre culturelle



90,5 %

Accessibilité et transports



88,4 %

Hébergement



83,1 %

Restauration



81,6 %

Accueil et information

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 92,9 %

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les axes d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.

