



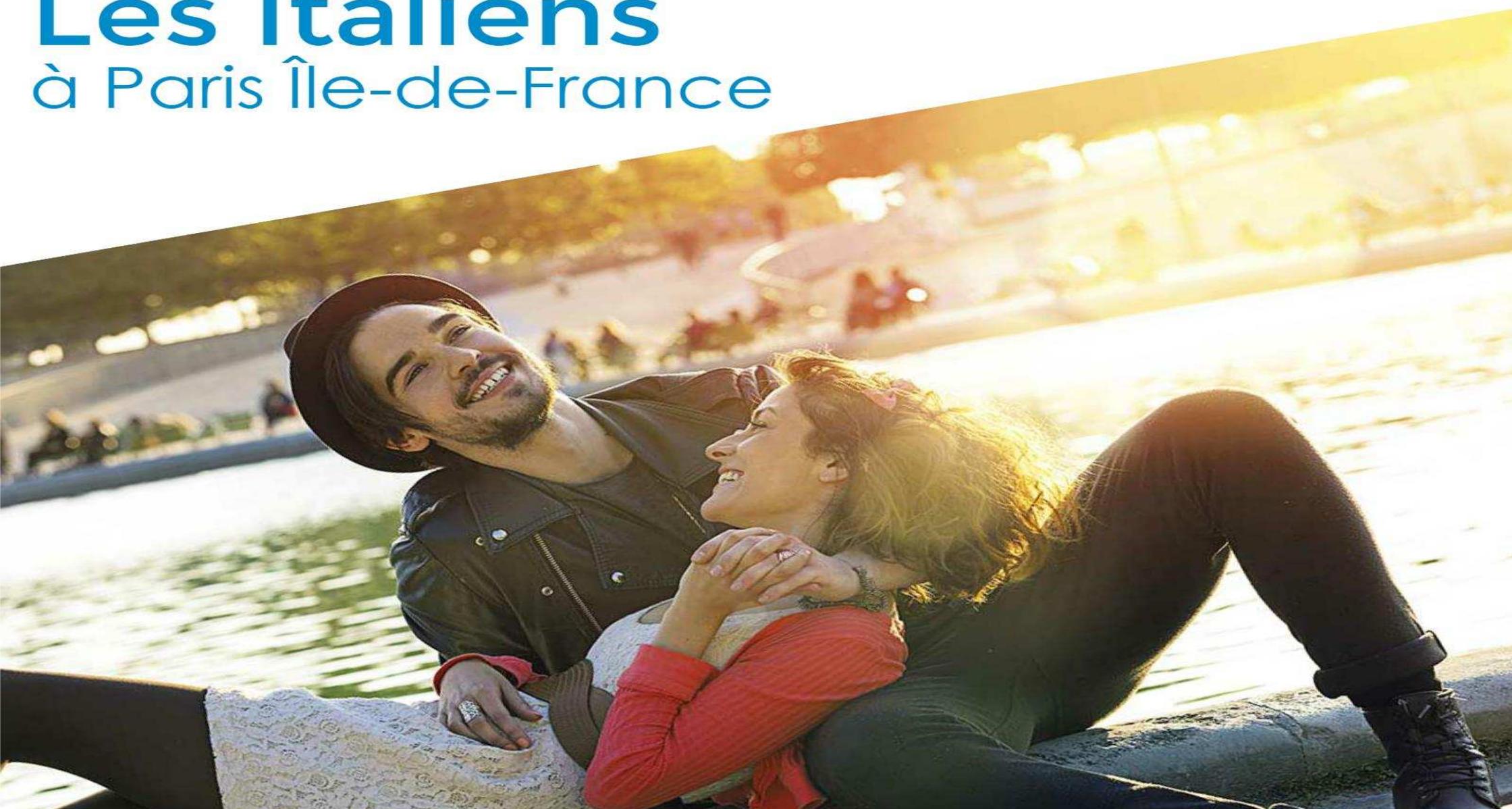
# Présentation du marché

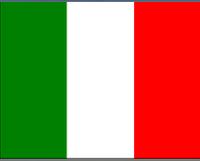
## Italien

Chiffres et profil de la clientèle italienne  
à Paris Île-de-France

# Les Italiens

## à Paris Île-de-France





**8%**

de touristes italiens,  
soit la 3<sup>e</sup> clientèle internationale

**1,5**

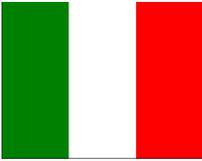
million de touristes

**731**

millions d'euros de recette touristique,  
soit la 5<sup>e</sup> clientèle internationale

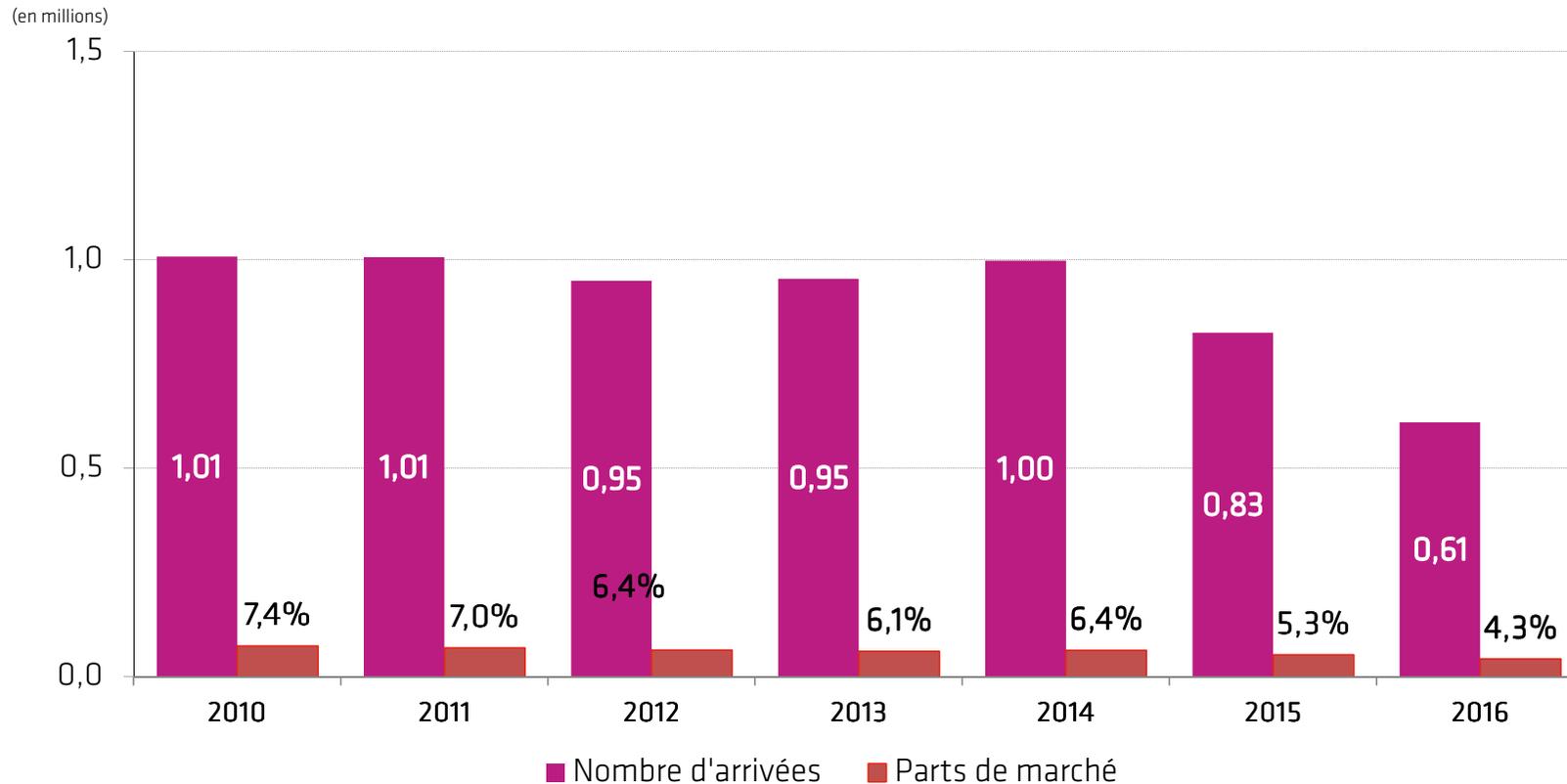
**56%**

de repeaters



# LES ITALIENS

8<sup>ème</sup> clientèle internationale dans l'hôtellerie francilienne  
Arrivées en 2016



**0,6 million**  
Soit - **26,1%**  
de janvier-décembre 2016  
par rapport  
à janvier-décembre 2015

*Avertissement méthodologique : l'enquête de fréquentation hôtelière a fait l'objet de plusieurs changements méthodologiques en 2006 et en 2014. Ainsi, les résultats de 2010 à 2013 ont été « rétrolés ».*

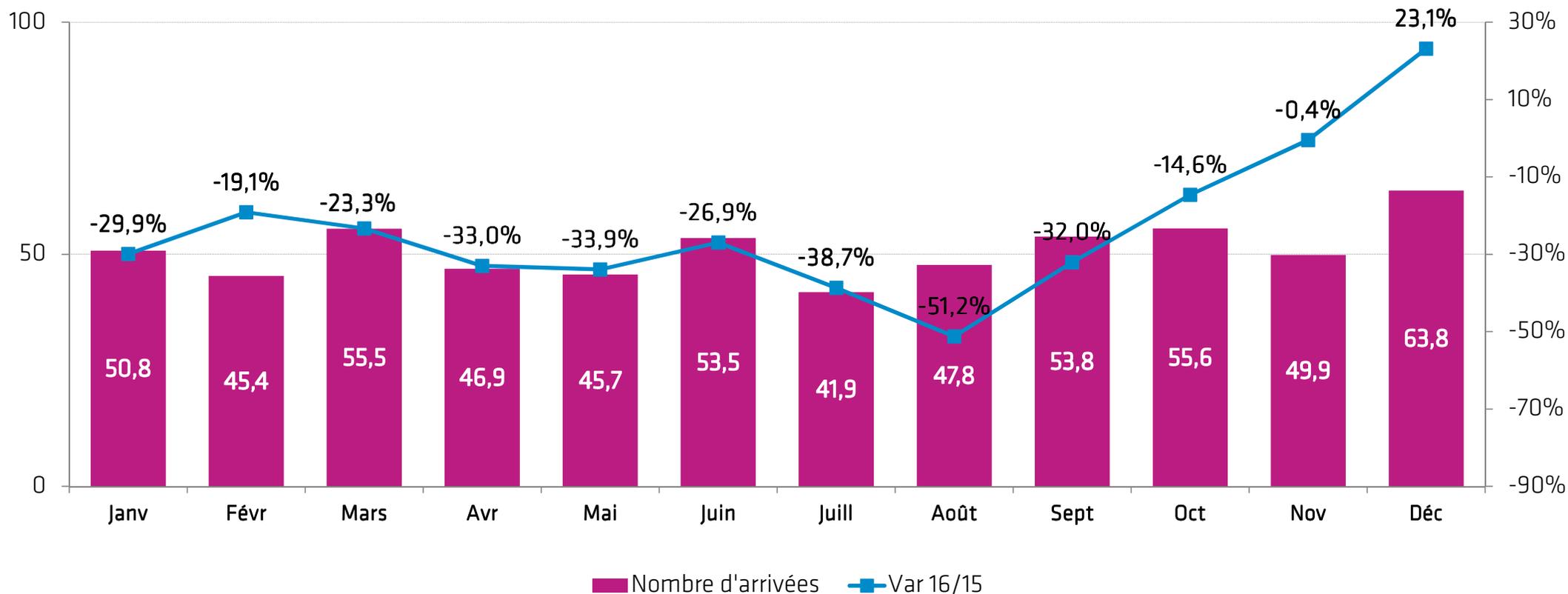
Sources : DGCIS - INSEE - CRT Paris Île-de-France.

# LES ITALIENS

## Arrivées mensuelles dans l'hôtellerie en Île-de-France en 2016



(en milliers)



*Avertissement méthodologique : l'enquête de fréquentation hôtelière a fait l'objet de plusieurs changements méthodologiques en 2006 et en 2014. Ainsi, les résultats de 2010 à 2013 ont été « rétropolés ».*

Sources : DGCIS - INSEE - CRT Paris Île-de-France.



## Provenance

26,8 % viennent de Lombardie (Milan)  
13,7 % du Latium (Rome)  
11,1 % d'Emilie-Romagne (Bologne)

## Moyen de transport

80,6 % viennent en avion  
12,5 % par la route  
6,9 % en train

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France – Résultats 2015.



## Profil

**50 %**  
de femmes

**41 ans**  
d'âge moyen

**34 %**  
issus des PCS+



**56 %**  
de repeaters

**33 %**  
en couple

**95 %**  
en individuel



# Motif du séjour



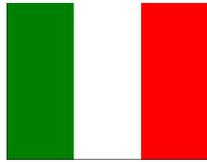
**73 %**

**de séjours personnels**



**27 %**

**de séjours  
professionnels ou mixtes**



# Moyens de réservation de l'hébergement



**43 %**

**Sites Internet**



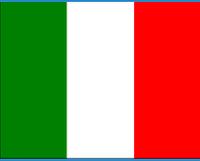
**34 %**

**Agences  
de voyages  
et tour-opérateurs**

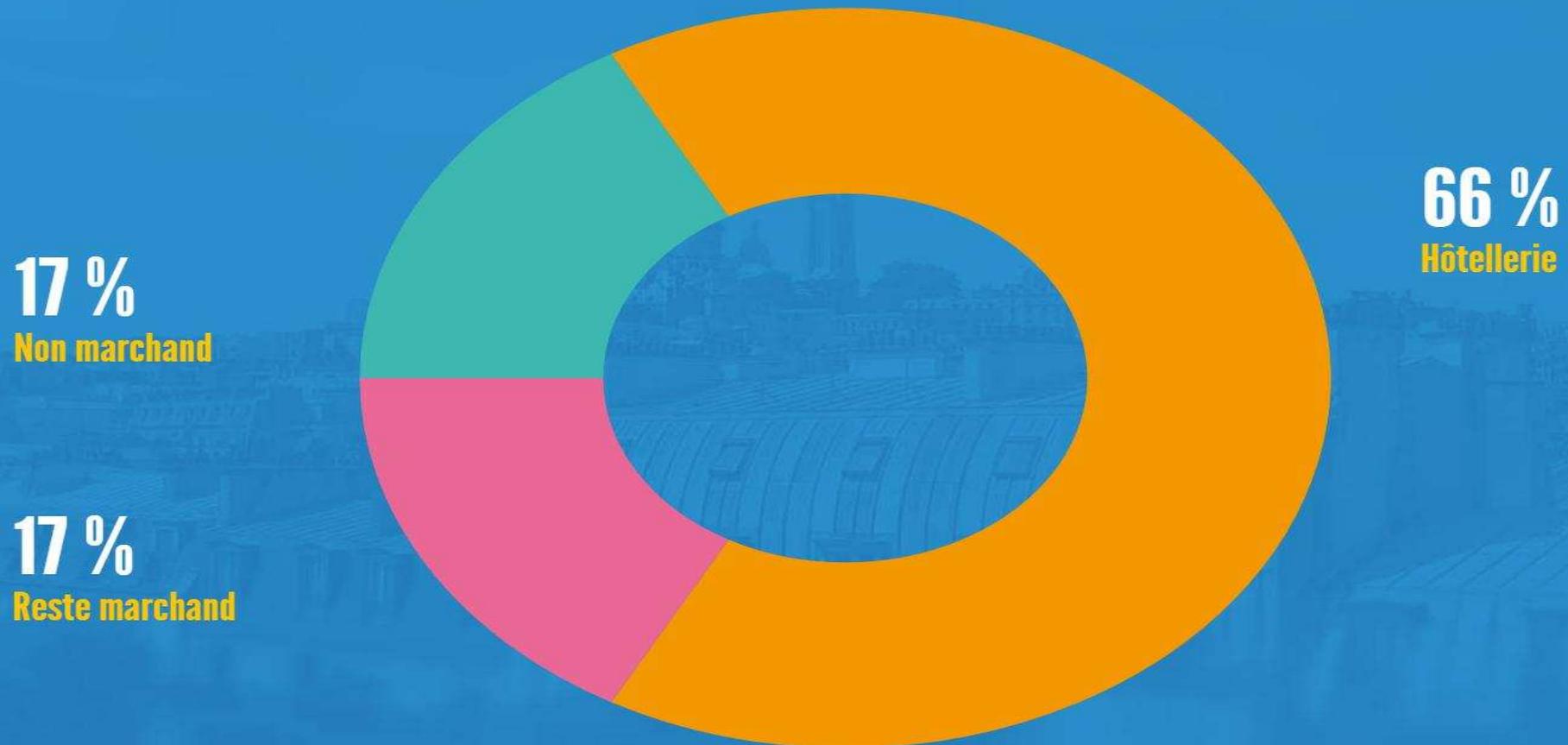


**11 %**

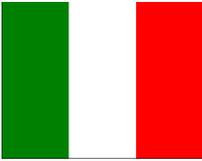
**Directement  
auprès des  
hébergeurs**



# Hébergement



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France - Résultats 2015.



## Top 3 des activités pratiquées



**89 %**

**Visite  
de musées  
et monuments**



**75 %**

**Découverte  
des villes  
et promenade**



**35 %**

**Shopping**

### Autres activités

- **Parcs d'attraction : + 3,1 points\***
- **Découverte des quartiers branchés : + 3,2 points\***

\* Par rapport aux autres clientèles internationales

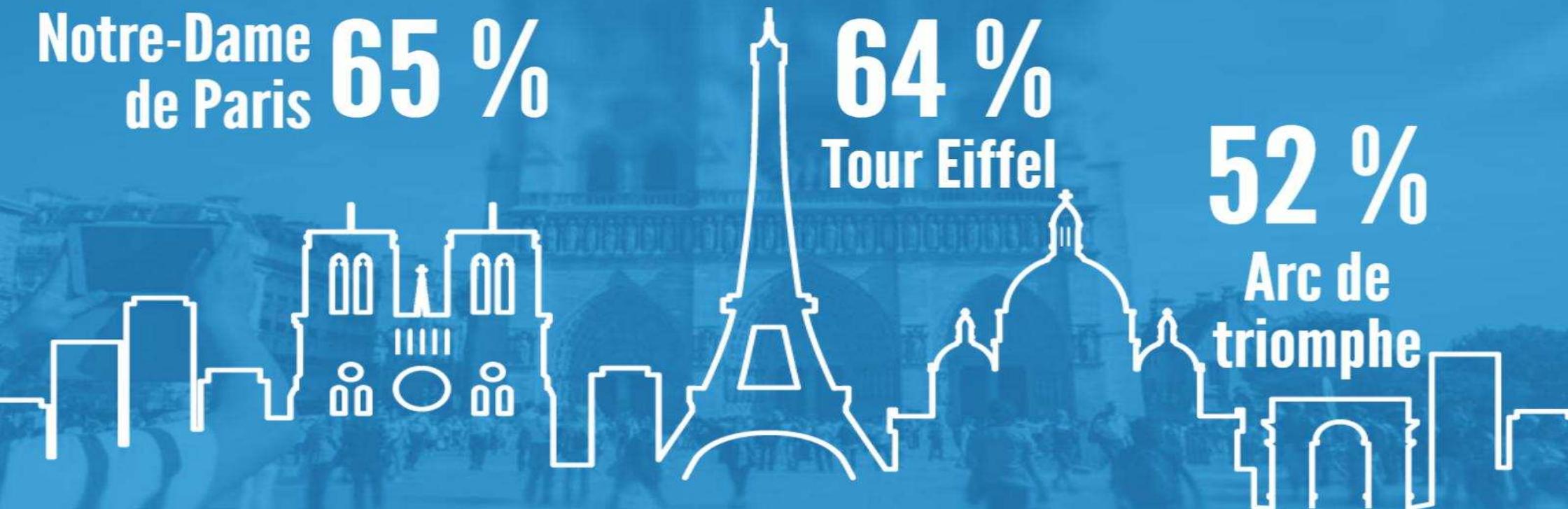


## Top 3 des sites visités

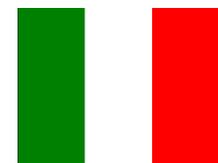
Notre-Dame  
de Paris **65 %**

**64 %**  
Tour Eiffel

**52 %**  
Arc de  
triomphe



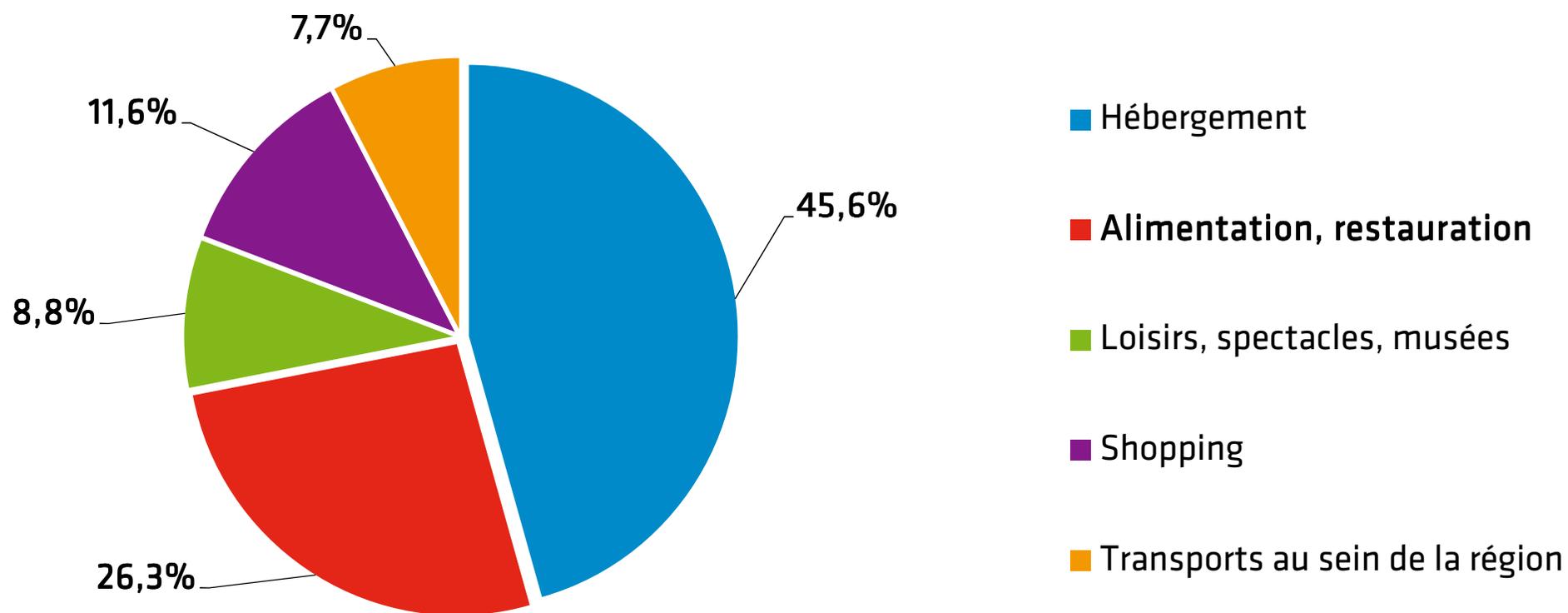
# Retombées économiques



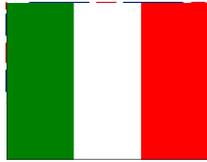
	Dépense moyenne par jour et par personne	Budget moyen du séjour par personne	Recette touristique (en millions)
<b>1<sup>er</sup> semestre 2015</b>	<b>126€</b>	<b>522€</b>	<b>380</b>
<b>1<sup>er</sup> semestre 2016</b>	<b>102€</b>	<b>402€</b>	<b>268</b>

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France - Résultats 2015 et 2016.

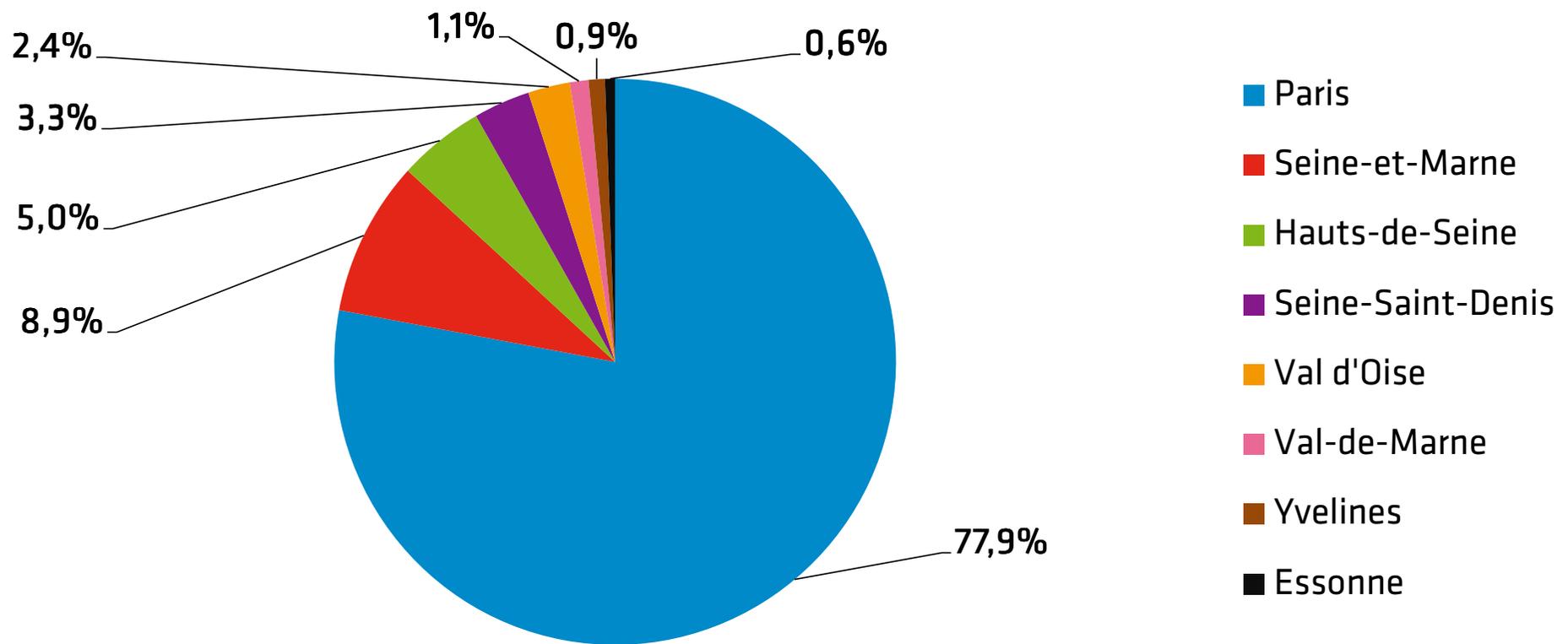
# Répartition de la dépense journalière



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France - Résultats 2015.



# Département de séjours



Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France - Résultats 2015.



# Satisfaction et intention de revisite



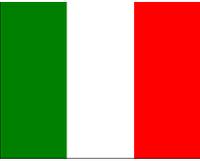
**95 %**

**de taux de satisfaction**



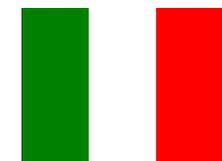
**52 %**

**d'intention de retour  
d'ici 1 à 2 ans**



# Les clientèles professionnelles et loisirs

# LES ITALIENS AU COURS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2016



	CLIENTELES PROFESSIONNELLES		CLIENTELES LOISIRS	
	1 <sup>er</sup> semestre 2016	Variation 1 <sup>er</sup> semestre 2016/ 1 <sup>er</sup> semestre 2015	1 <sup>er</sup> semestre 2016	Variation 1 <sup>er</sup> semestre 2016/ 1 <sup>er</sup> semestre 2015
<b>SEJOURS</b>	240 985	+16,1%	429 000	-17,5%
<b>NUITEES</b>	935 942	-5,3%	1 699 000	-16,3%
<b>CONSOMMATION TOURISTIQUE</b>	114 788 669 €	-22,9%	154 363 000€	-33,5%
<b>DUREE DES SEJOURS</b>	3,9 nuits	(-0,9 nuits)	4,0	+0,1 nuit
<b>DEPENSE MOYENNE</b>	123 €	-18,7 %	91€	-20,5%
<b>BUDGET MOYEN</b>	476 €	-33,6 %	360€	-19,4%
<b>HEBERGEMENT MARCHAND</b>	87,2%	-0,5 points	70,2%	-6,0 points

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains et sur les aires d'autoroutes, CRT Paris Île-de-France – Résultats premiers semestres 2015 et 2016.

# Plan d'actions CRT 2017

# Plan d'actions 2017

## ROADSHOW FRANCIA

Workshop

Date : 10 au 14 avril (Turin, Brescia, Rimini, Rome)

- Soirée Lumière, Roadshow Francia – Rome

SOIRÉE IMPRESSIONNISME, EXPOSITION MANET - MILAN,  
MAI 2017

## WORKSHOP MEDITERRANÉE

Workshop

Date : 6 au 8 octobre 2017  
(Marseille)

# Les 5 points à retenir

- 1. Un pays avec une situation économique difficile depuis 2008, et une sensibilité aux risques sécuritaires qui ont un impact important sur les résultats enregistrés en 2016.**
- 2. Un pays qui renoue avec la croissance en 2016.**
- 3. Un partenariat économique et culturel important entre la France et l'Italie, qui favorise les échanges entre les deux pays.**
- 4. 46 % de primo-visiteurs sur la destination Paris Ile-de-France : importance du travail de prospection tant que celui de fidélisation.**
- 5. Malgré une baisse du budget moyen, avec 268 Millions € de recettes touristiques sur les 6 premiers mois de l'année 2016, ce marché reste fondamental pour la destination.**

[pro.visitparisregion.com](http://pro.visitparisregion.com)

**Merci de votre attention**