



- > **Population totale :**
60,8 millions d'habitants
- > **Taux de croissance économique :** +0,9 %
- > **Taux de chômage :** 11,7 %
- > **Taux d'inflation :** -0,1 %

Les Italiens

QUEL PROFIL ?

➤ Les visiteurs italiens ont un âge moyen égal à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (39 ans). Ils sont employés pour plus de 3 visiteurs sur 10 (32,9 %, +6,8 points) et sont issus des PCS⁽¹⁾ pour 32,5 % (-3,1 points). 29,5 % proviennent de Lombardie (Milan), 15,9 % du Latium (Rome) et 10,7 % du Piémont (Turin).

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

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

➤ Près de 7 visiteurs sur 10 (66,9 %, -4,2 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent seuls (30,6 %, +2,9 points), en couple (28,3 %, +3,1 points) ou en famille (21,4 %, -2,8 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour 80,2 % (+1,0 point). Ils sont 8,9 % (+0,4 point) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 8,7 % (+1,9 point) à effectuer un voyage individuel organisé par leur entreprise et 2,2 % (-3,3 points) à préférer les groupes organisés.

QUEL HÉBERGEMENT ?

➤ Près de 8 séjours sur 10 (77,2 %, -5,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 61,3 % (moyen de gamme pour 62,9 % et haut de gamme pour 33,6 %), les meublés et locations saisonnières (7,3 %) ainsi que les résidences hôtelières (4,3 %). Les résidences principales d'amis (9,1 %) et de parents (8,2 %) 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 (69,8 %) et les visites de parcs et jardins (39,8 %). Les Italiens se consacrent moins au shopping (36,4 %, -11,1 points), aux visites de parcs et jardins (39,8 %, -9,9 points), aux marchés et brocantes (11,1 %, -6,3 points), aux croisières fluviales (8,8 %, -6,2 points), à la gastronomie française (35,0 %, -5,0 points) ainsi qu'aux visites guidées de quartiers (6,0 %, -4,9 points). Ils sont également

moins intéressés par les événements et expositions (9,8 %, -3,3 points) et les parcs d'attractions (19,5 %, -3,3 points). Ils sont en revanche davantage intéressés par les sorties nocturnes (25,7 %, +4,0 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

➤ "Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (55,8 %), Notre-Dame de Paris (52,6 %), l'Arc de triomphe (45,5 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (43,8 %) et le musée du Louvre (37,9 %). Les Italiens se rendent un peu moins au musée du Louvre (-9,8 points), à la tour Eiffel (-6,8 points), au château de Versailles (7,7 %, -4,9 points) et à l'Arc de triomphe (-3,5 points). En revanche, ils sont plus nombreux à se rendre au Sacré-Cœur de Montmartre (+6,3 points), au musée d'Orsay (24,3 %, +4,5 points) ainsi qu'au centre Pompidou (20,5 %, +4,4 points).



82,5 %
des touristes sont venus en avion



6,3 %
des touristes sont venus en train



11,2 %
des touristes sont venus par la route

67,0 %
REPEATERS



33,0 %
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 60,1% de repeaters et de 39,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



51,7 %

Sites Internet



22,9 %

Agences de voyages, tour-opérateurs



11,3 %

Plateformes de réservation entre particuliers



11,1 %

Directement auprès des hébergeurs



10,8 %

Entreprises



1,0 %

OTSI, CDT, CRT



1,3 %

Autres



0,9 %

Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, pour s'informer, les Italiens favorisent également Internet (57,9%, -1,1 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (18,1%, -1,4 point) et les plateformes de réservation entre particuliers (12,0%, -0,3 point).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ⁽¹⁾



94,2 %

Ensemble du séjour



95,4 %

Sorties et offre culturelle



89,1 %

Hébergement



87,9 %

Accessibilité et transports



85,5 %

Accueil et information



78,8 %

Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,7%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PRÈS DE 45 % DES DÉPENSES DES ITALIENS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



44,5 %

Hébergement

27,6 %

Alimentation, restauration

10,1 %

Shopping

9,7 %

Loisirs, spectacles, musées

8,1 %

Transports au sein de la région

Les Italiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (102 €) est très inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (146 €), accordent une part plus importante de leur budget à l'hébergement (+3,8 points) et moins importante au shopping (-8,5 points).

À RETENIR

- **1 350 000 séjours** soit 7,4% des séjours de la clientèle internationale
- **5 480 000 nuitées** soit 6,6% des nuitées de la clientèle internationale
- **4,1 nuits** en moyenne
- **67,0 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **80,2%** voyagent en individuel non organisé
- **66,9%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **102 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- **415 €** de budget moyen du séjour par personne
- **94,2%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **64,7%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS

- Développer les supports de communication et l'accueil en italien
- Proposer des offres touristiques adaptées aux attentes des voyageurs en couple autour des lieux de sorties nocturnes
- Proposer une offre de restauration plus adaptée en termes de rapport qualité/prix à cette clientèle qui est moins satisfaite en la matière

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 aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROLINES, QUIBUS (BVA) - résultats 2016 ; Banque mondiale, FMI.