



LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION

LES ITALIENS

Population totale : 59,4 millions d'habitants
Taux de croissance économique : -2,4 %
Taux de chômage : 10,7 %
Taux d'inflation : +3,3 %



Source : Eurostat.

Quel profil ?

Les visiteurs italiens ont un âge moyen (40 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour près de 4 visiteurs sur 10 (38,9%, -7,1 points) et sont employés pour un quart (24,8%, +6,3 points). Ils proviennent en majorité de la région de Milan (26,0%), de Rome (20,0%) et de la région de Naples (12,1%).

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

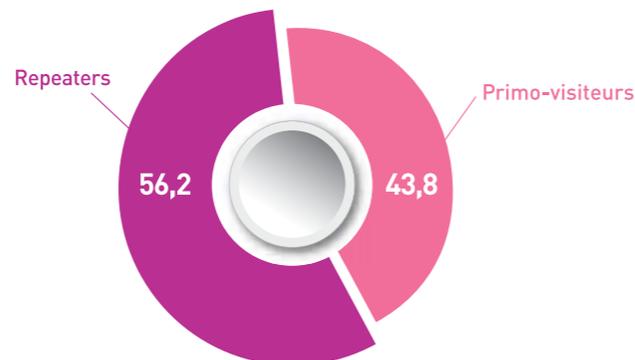
Quel type de voyage ?

Plus de 7 visiteurs sur 10 (72,5%, -0,1 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (32,9%, +6,8 points), seuls (31,2%, -5,7 points) ou en famille (23,5%, +2,5 points). Ils voyagent en individuel non organisé pour plus des trois quarts (78,0%, -1,9 point). Ils sont 18,4% à opter pour un séjour en individuel organisé (+4,0 points) et 3,6% à préférer les groupes organisés (-2,1 points).

Quel hébergement ?

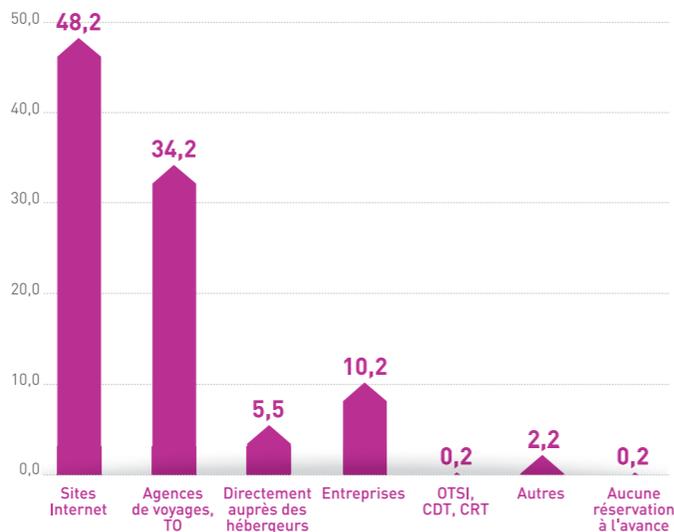
Près de 9 séjours sur 10 (88,6%, +7,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 79,1% (moyen de gamme pour 68,8% et haut de gamme pour 28,5%), les meublés et locations saisonnières (4,8%) ainsi que les résidences hôtelières (3,4%). Les résidences principales d'amis (4,8%) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (2,6%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE REPEATERS ITALIENS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



Période de référence : les 5 dernières années.
La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 54,9% de repeaters et de 45,1% de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
À l'étape de la préparation du voyage, les Italiens favorisent également Internet (50,1%, +2,1 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (31,6%, +1,9 point).

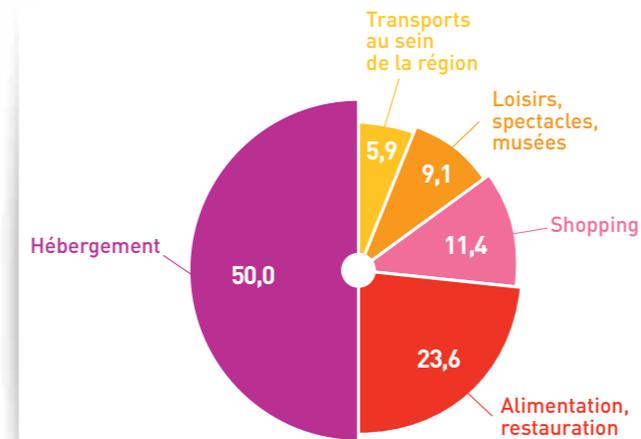
Quelles activités ?

Les Italiens se consacrent moins à la pratique du shopping (36,7%, -15,8 points), à la découverte de la gastronomie (28,2%, -14,6 points), à la visite de parcs et jardins (29,5%, -12,2 points) ainsi qu'à celle des marchés et brocantes (18,0%, -10,8 points). Ils sont également moins nombreux à assister aux visites guidées de quartiers (1,6%, -6,5 points) et à visiter les musées et monuments (83,6%, -4,5 points). Ils profitent en revanche des parcs d'attractions (27,8%, +8,7 points) et vont davantage à la découverte des quartiers branchés (15,1%, +2,5 points).

Quels sites visités ?

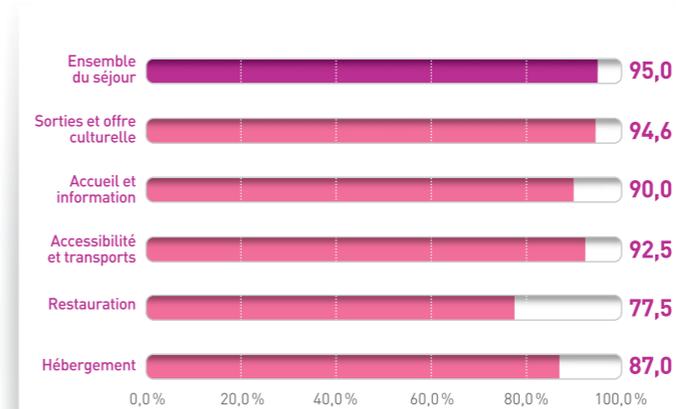
« Top 5 » des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (68,5%), la tour Eiffel (63,9%), l'Arc de triomphe (56,9%), le musée du Louvre (52,1%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (51,2%). Les Italiens sont plus nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (25,6%, +8,3 points), au Sacré-Cœur de Montmartre (+8,1 points), au Centre Pompidou (25,4%, +5,3 points) et à Notre-Dame de Paris (+4,0 points). En revanche, ils se rendent moins à la tour Eiffel (-6,4 points), au château de Versailles (13,5%, -5,1 points) et au musée du Louvre (-4,9 points).

LA MOITIÉ DES DÉPENSES DES ITALIENS CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT (EN %)



Les Italiens, dont la dépense moyenne par jour et par personne, est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+8,7 points) et moins important au shopping (-8,4 points).

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



*% satisfaits et très satisfaits.
Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 96,0%.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion.

Source : dispositif permanent d'enquête dans les aéroports - CRT Paris Île-de-France, ADP (BVA) - résultats 2012.

Suggestions

- Travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs, incontournables malgré l'importance d'Internet.
- Porter les efforts sur la restauration, secteur pour lequel les Italiens dépensent plus mais sont moins satisfaits.
- Être attentif au rapport qualité/prix et aux services en matière d'hébergement.

L'ESSENTIEL

- ➔ 962 000 séjours soit 9,0% des séjours de la clientèle internationale venue en avion.
- ➔ 4 583 000 nuitées soit 7,0% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion.
- ➔ 4,8 nuits en moyenne.
- ➔ 56,2% sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- ➔ 96,4% voyagent en individuel.
- ➔ 72,5% voyagent pour motifs personnels uniquement.
- ➔ 133 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- ➔ 95,0% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- ➔ 97,6% recommanderaient la destination à leur entourage.
- ➔ 46,5% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.