



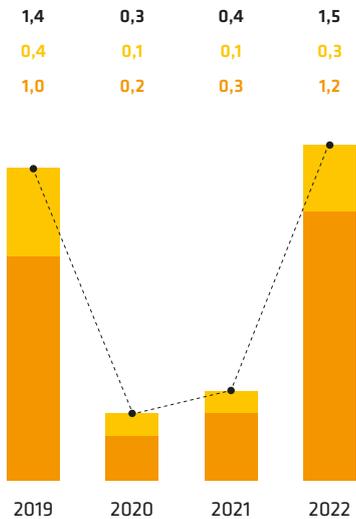
- **Croissance économique :**
+3,7% en 2022
+0,7% en 2023*
- **PIB par habitant :**
34 113 \$ en 2022
36 812 \$ en 2023*
- **Taux d'inflation :**
+8,7% en 2022
+4,5% en 2023*

*Prévisions
Source : FMI – avril 2023.

LES ITALIENS

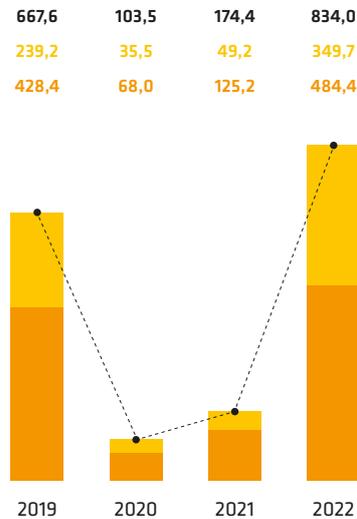
NOMBRE DE TOURISTES ITALIENS (EN MILLIONS)

7,8% de la fréquentation touristique internationale en 2022 (4^e rang)
6,5% de la fréquentation touristique internationale en 2019 (4^e rang)



CONSOMMATION TOURISTIQUE ITALIENNE (EN MILLIONS D'€)

6,9% de la consommation touristique internationale en 2022 (4^e rang)
4,6% de la consommation touristique internationale en 2019 (5^e rang)



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

1,5

million de touristes,
+272% par rapport
à 2021 et +4% par
rapport à 2019

7,9

millions de nuitées,
+272% par rapport
à 2021 et +27% par
rapport à 2019

834

millions d'euros,
+378% par rapport
à 2021 et +25% par
rapport à 2019

PROFIL DES ITALIENS VENUS EN 2022



57 % ↗
de femmes

38 ans ↘
en moyenne

37 % ↗
en famille

79 % ↗
pour motifs personnels

3,2 ↗
personnes en moyenne

23 % ↘
en couple

21 % ↘
seul



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

- 83 % en avion ↘
- 11 % en train ↘
- 7 % par la route ↘

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Plus de la moitié des touristes réservent plus d'un mois avant le départ (55 %, ↘). Pour 58 % d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA (↗). Sur place, plus de 6 touristes sur 10 (64 %) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 5,2 nuits et dépensent 552 € (↗) par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (94 %) et 52 % d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans. Plus de la moitié se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (55 %, ↗).

52 %
de repeaters ↘



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 66 % à Paris ↘
- 12 % en Seine-et-Marne ↘
- 8 % dans les Hauts-de-Seine ↘

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

- Valoriser des thématiques liées au patrimoine culturel, à la gastronomie et à l'art de vivre auprès des seniors
- Mettre en avant la mode, le shopping et les lieux branchés auprès des jeunes actifs
- Proposer des offres destinées aux familles basées sur la découverte de la destination via des activités ludiques