



## Italie

**À retenir : l'Italie s'affirme comme l'un des marchés de proximité le plus important pour contribuer à l'objectif des 100 millions de visiteurs en 2020.**

### LEXIQUE

**Bonjour :** Buongiorno  
**Bienvenue :** Benvenuti  
**Bon séjour :** Buon soggiorno  
**Merci :** Grazie  
**Au revoir :** Arrivederci  
**A bientôt :** A presto

### CARTE D'IDENTITÉ (2017)

Superficie : 301 000 km<sup>2</sup>  
 Population : 60,5 millions d'habitants  
**L'économie italienne :**  
 Croissance économique : + 1,4 %  
 Taux d'inflation : + 0,8 %  
 Taux de chômage : 10,8 %



### DONNÉES FRANCE

**2017 : retour des Italiens en France** (Paris, Lyon, Bordeaux, Alsace,...).  
 Croissance de ventes de billets d'avion vers la France, près de **15%** en **2017** et de **+ 21%** pour le **début 2018**.

**6,7 millions de touristes** en 2016 (- 11,4% par rapport à 2015),  
**38,5 millions de nuitées** (- 9,4% par rapport à 2015),  
**2,5 milliards d'euros de recettes** touristiques.

### DONNÉES OCCITANIE

**INSEE Hôtel et Camping : 6<sup>ème</sup> position**, 6% des nuitées étrangères totales (665 600 nuitées).  
 L'Italie représente 14% des nuitées en hôtellerie.

Trafic passagers lignes régulières **Aéroport de Blagnac Italie** en 2017 : **+ 42%**,  
**Rome : 312 723 (+ 12%)**.

### DONNÉES GERS



**Offices de Tourisme\* : 10<sup>ème</sup> position**,  
 Chemins de Saint-Jacques\* : N.S.,  
 Centrale de Réservation Gers Réservation Tourisme : N.S.,  
 Fluvial : Enquête Baïse CDT 32/47 : N.S.,  
**INSEE Hôtel : 8<sup>ème</sup> position**, 4% de la clientèle étrangère (1 443 nuitées),  
 INSEE Camping : N.S.,

**Flux Touristiques (Flux Vision Tourisme) : 7<sup>ème</sup> position**, 4,3% de la clientèle étrangère.

\*Outil comptage / GRC Destination Gers

N.S. : Non significatif

## Italie

### PLUS D'INFORMATIONS

#### COMPORTEMENT

- **Une clientèle de courts séjours lors des ponts et jours fériés italiens**

Voyageurs réguliers. **Séjour** en France en avril, juin et décembre (dernières minutes).

Destinations courts séjours favorites : Paris-Ile de France, Provence, Riviera-Côte d'Azur, Auvergne Rhône-Alpes et **Occitanie** (Lourdes).

- **Qui pratique les longs séjours l'été en France métropolitaine et Outre-mer**

3 mois de congés l'été (juin/septembre) permettent des longs séjours.

Destinations longs séjours favorites : Corse, Côte d'Azur, Bretagne, Normandie, Grand Est (Alsace), Nouvelle-Aquitaine, Caraïbes Françaises, Nouvelle-Calédonie et Polynésie Française.

- **Des Italiens attachés au papier qui poursuivent leur virage digital**

**550 quotidiens/suppléments** en Italie et une retombée media de **55 millions euros** en 2017.

**9,2 Mds d'€** d'achats **en ligne** dans le secteur du tourisme (55% des transactions) et une croissance qui a triplé en 3 ans.

Compte Facebook Atout France en Italie : + de 100 000 fans en 2018.

- **Poids majeur du Tourisme d'Affaires**

**22% des séjours** en France, **1 Mds d'€ de recettes** (1/3 des recettes touristiques italiennes en France).

- **Accessibilité vers la France en développement constant**

+ de **50 liaisons ferroviaires** hebdomadaires. **755 connexions hebdomadaires** (hiver 2018) avec **11 villes françaises** desservies au départ de 178 villes italiennes. En **été** près de **885 fréquences** hebdomadaires.

#### COMMENTAIRES

AXES STRATÉGIQUES DU PAC\* 2018

Une **action tripartite** de séduction orientée :

**Promotion Commerciale** : renforcement de la programmation et soutien des ventes France (groupes), Tourisme d'Affaires compris,

**Mise en avant de nouvelles destinations**, des nouveautés pour rassurer les clientèles,

**Restaurer la confiance** et **donner l'envie de partir** en France

- **Priorité** : les principaux bassins émetteurs (Milan, Rome), mais aussi les capitales régionales à fort potentiel (Naples, Turin, Bologne).
- **Cibles couples** et groupes d'amis en priorité, mais aussi les familles (classe aisée de la société italienne).
- Avec des thématiques fortes : l'innovation, **l'art de vivre**, la **culture** et les **événements**, **l'oénoastronomie**, la **nature** et les rencontres professionnelles.
- En priorité sur les médias blogueurs, réseaux sociaux, France.fr.

\*PAC : Plan d'Actions Commerciales

Sources : Atout France ; Memento du Tourisme - DGE ; INSEE ; CRT Occitanie ; CDT Destination Gers ; FVT Orange Visit Data ; Aéroport Toulouse Blagnac ; Eurostat ; Enquêtes Insee 2017 dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air (Campings d'avril à septembre; Hôtels de janvier à décembre), <http://atout-france.fr/notre-reseau/italie>