

Italie

Données générales	Données économiques
Nom : Italie Régime politique : République Capitale : Rome Monnaie : Euro Population : 58.7 millions d'habitants	PNB/Hab : 26 120€ Taux de chômage : 8.70% Taux d'inflation : 1.90% Taux de croissance : 1%

➤ **Données touristiques générales :**

- **Les vacances**

Taux de départ en vacances : 52 %

Nombre de voyages par habitants

Nord	Centre	Sud
2 voyages/an	1.9 voyages par an	1 voyage/an

- **Les séjours à l'étranger**

Nombre de départs à l'étranger (été 2004) : 7.5 millions

Taux de départ à l'étranger : 18 %

Durée moyenne des séjours à l'étranger : 9,6 jours

Dépenses à l'étranger : 17.8 milliards d'€

Principales destinations étrangères

En général	Tourisme organisé
France	Espagne
Espagne	Egypte
Suisse	Grèce
Autriche	Tunisie
Grèce	France

Progression des destinations « soleils d'hiver » (Caraïbes hispaniques, Mer Rouge, Tunisie, qui sont devenues destinations permanentes toute l'année), des courts séjours dans les grandes villes européennes (Paris - Barcelone – Prague –Londres – Amsterdam) et de la Méditerranée l'été (Espagne, Grèce).

Les destinations qui ont connu une forte progression : Croatie, Mer Rouge (Egypte), Caraïbes hispaniques (Cuba, St Domingue).

- **Bassins émetteurs**

Nord-ouest (Milan, Turin), nord-est (Bologne, padoue), centre (Rome, florence), sud (Naples, Sicile).

➤ **Comportements et tendances des consommateurs**

- **Mode de consommation et sources d'informations**

Achats et réservations

Avec intermédiaire : 5 à 10 % achètent un produit en tour-opérateur ou en agence de voyage.

Sans intermédiaire : 45 % réservent en direct le transport ou l'hébergement.

50 % des italiens ne réservent rien.

Les réservations de dernière minute sont habituelles pour les italiens.

Il est à noter que la pratique du « voyage fait par soi-même » progresse plus que jamais en Italie avec le développement rapide de l'utilisation d'Internet, que le consommateur utilise désormais pour réserver directement places d'avion et chambres d'hôtels.

L'Italie est plutôt en retard par rapport aux autres marchés européens, bien que, depuis 2000, on observe une augmentation du nombre de sites qui permettent aux particuliers de réserver on-line. Les produits touristiques vendus sur Internet ne représentent qu'un très faible pourcentage des ventes totales.

Les Italiens s'informent sur Internet et achètent dans une agence.

- **Motivations**

Conseil d'amis/relations	Intérêt personnel	Livres, guides, films, documentaires	Publicité, Internet, TV, presse
42%	37%	21%	21%

Progression de l'individualisme et besoin de retrouver des valeurs traditionnelles

En 2003, 74,4% des vacances ont eu comme motivation le repos ou le loisir.

Les citoyens expriment un fort besoin d'évasion.

Le tourisme urbain et la "culture" sont la première motivation des touristes italiens se rendant à l'étranger et notamment en France...

Le motif de visite aux parents ou amis concerne un quart des voyages de vacances.

- **Organisation**

Les Italiens sont connus par les opérateurs du secteur touristique pour être des touristes "self service".

Agence de voyages	Réservation directe	Sans réservations
16,5 %	29,8 %	53.2%

- **Saisonnalité**

1^{er} trimestre	2^{ème} trimestre	3^{ème} trimestre	4^{ème} trimestre
13 %	22 %	55 %	10 %

- **Mode de transport (vacances d'été)**

Voiture	Avion	Train
72%	10%	10%

Aujourd'hui, les Italiens profitent des transports low-cost qui permettent de multiplier les déplacements vers la Grande-Bretagne, la France, l'Allemagne, etc...

Plus fort taux d'implantation de low-costs d'Europe continentale (15.8%)

- **Types et durées des séjours**

Les séjours d'une semaine dans des destinations exotiques (soleil d'hiver notamment) ont lieu désormais toute l'année.

Les voyages à thème progressent auprès de la clientèle CSP+.

Durée moyenne des séjours de vacances : 7,4 nuitées pour les séjours de vacances

La durée moyenne des vacances d'été est de 2 semaines en 2004.

On observe une augmentation des séjours de vacances de 4 à 7 nuitées et une diminution des vacances "longues" (de 22 nuitées ou plus).

Baisse de la durée moyenne des séjours.

- **Hébergement**

Hôtel	Logement de parents ou amis	Hôtels/résidences	Résidences secondaires	Location
38.9%	29.4%	12.1%	10.4%	8.2%

Hébergement marchand : 51%

Hébergement non-marchand : 49%

• **Répartition des séjours par espace**

Mer	Montagne	Villes d'art	Lacs	Campagne	Nature (parcs naturels)	Grandes Villes
71%	27%	12%	3%	3%	3%	2%

• **Les consommateurs**

Les touristes italiens sont plutôt jeunes par rapport à leurs voisins européens.

58.7% des enfants sont partis au moins une fois en vacances durant l'été.

Seulement 20.1% des 65 ans et plus ont effectué un voyage dans l'année.

Les habitants du nord ont voyagé davantage par rapport à ceux du sud et du centre.

Les Italiens du nord qui représentent 44,6 % de la population italienne, ont effectué 54,2 % des voyages (2 voyages chacun).

Ceux du centre, avec 19,3 % des résidents, ont effectué 22,3 % des voyages (1,9 voyages chacun), tandis que ceux du Sud et des îles (36,1% de la population), ont réalisé 23,5 % des voyages (1 voyage chacun).

35,5 % des Italiens préfèrent passer leurs vacances en couple ou bien en famille

34,9 % partent avec un groupe d'amis

24,7 % partent en voyage organisé en groupe

4,9 % seulement voyagent seuls

Les considérations d'esthétique et de mode guident le consommateur dans ses choix, y compris pour les destinations de vacances.

➤ **Destination France :**

Séjours	7.5 millions	Durée moyenne du séjour	6.7 jours
Nuitées	50 millions	Dépenses	2 460 millions

• **Les régions préférées**

Paris Ile-de-France (37%), PACA (21%), Midi-Pyrénées (11.6%), Rhône Alpes (6.1%)

En progression permanente : la Bretagne et la Normandie

En baisse : la Corse, la Côte d'Azur, le Languedoc Roussillon

Paris, mais aussi les régions de l'Ouest, Bretagne en tête, ont vu leur fréquentation italienne croître de plusieurs points.

• **Fréquentation de l'hôtellerie française**

	Arrivées	Nuitées
Hôtellerie de tourisme	3 254 657	6 869 974
Hôtellerie de plein air	381 962	1 252 057

• **Types et durée de séjour**

Types de vacances en France

Circuits	Séjours soleil et plage	Séjour à la neige	City breaks
60 %	13 %	6 %	3 %

- **Type de séjours**

Courts séjours : 45,5%

Longs séjours (plus de 4 nuits) : 54,5%

Les italiens privilégient les circuits de découverte individuelle en voiture pour leur séjours en France.

- **Organisation**

Par intermédiaire	52%
Dont : Package	24%
Transport+hôtel	15%
Seulement hébergement	7%
Seulement transport	6%
Sans intermédiaire	48%

- **Moyen de transport**

	Destination France	Voyages à l'étranger
Voiture	44%	26,2 %
Avion	21%	54,5 %
Train	20%	NC

Dans les prochaines années, on prévoit une croissance de l'utilisation de l'avion, grâce à l'augmentation des fréquences des compagnies régulières et des vols "low cost" ainsi que du train, grâce à l'amélioration des connexions ferroviaires entre l'Italie et la France.

- **Saisonnalité**

1er trimestre	2ème trimestre	3ème trimestre	4ème trimestre
19,4%	20,4%	44,3%	15,9%

Les départs italiens sont toujours fortement concentrés en été, et surtout au mois d'août, pendant lequel une grande majorité des citoyens prennent leurs congés.

Mais on assiste, depuis une dizaine d'années, à un changement de comportement avec un meilleur étalement des départs tout au long de l'année.

- **Hébergement**

Hôtel	Location	Amis/Parents	Camping/Mobile Home
55 % (dont une forte majorité de 3*)	28 %	10 %	6%

- **Motivations**

S'occuper de soi-même et de ses amis est une aspiration forte et cela devrait conduire à une individualisation croissante des pratiques touristiques et vacancières.

La pratique des vacances est fortement liée aux congés scolaires.

30,9 % des Italiens qui sont venus en France en 2000 déclarent y être venus pour des motivations culturelles.

Le shopping est aussi devenu une composante de poids du tourisme urbain, puisqu'il constitue une motivation principale pour 10 % des Italiens se rendant en France

- **Consommateurs**

En France, les vacances familiales sont moins pratiquées par les Italiens que par les autres clientèles européennes. Cette tendance devrait perdurer dans les prochaines années, au profit notamment des groupes et des couples.

La catégorie sociale moyenne est plutôt de revenu moyen-inférieur.

47 % des Italiens en visite en France ont moins de 35 ans

17 % ont plus de 55 ans.

Composition des ménages italiens en voyage en France en 2000

Présence d'enfants dans le ménage :

Oui : 22%

Non : 78%

Taille du groupe en voyage

1 personne	2 personnes	3-4 personnes	5 et +
13%	21%	60%	6%

Taille moyenne des groupes : 3 personnes

Les points négatifs :

Les prix élevés des services semblent être la principale cause de désaffection de la clientèle italienne dans le sud de la France.

La fraîcheur de l'accueil et les standards de qualité des hébergements, qui s'éloignent de ceux des « resorts » des destinations balnéaires concurrentes en sont une autre.

➤ Destination Corse (2006) :

• Evolution des séjours

1990	1996	2001	2004	2005	2006
292 000	188 700	232 390	218 657	220 006	232 369

• Nombre séjours et nuitées 2006 :

	Avant saison	Saison	Arrière saison	Total
Séjours	50 518	134 212	47 100	232 369
Nuitées	302 278	1 397 199	441 416	2 140 893

39% des séjours étrangers et 34,3% des nuitées étrangères.

• Durée moyenne des séjours

	Avant saison	Saison	Arrière saison	Moyenne
Nombre de jours	6.0	10.4	9.4	9.2
Evolution / 2005	=	=	=	-0.1

• Hébergement

Evolution de la part de la clientèle italienne de 1998 à 2005 dans l'ensemble des hébergements.

Part des Italiens dans la fréquentation touristique hôtelière

	Avril (2)	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre
1998	ND	5%	7%	20%	28%	11%
1999	5%	3%	6%	14%	25%	8%
2000	9%	5%	7%	10%	19%	7%
2001	3%	3%	5%	10%	18%	6%
2002	4%	4%	9%	11%	19%	8%
2003	5%	3%	8%	11%	18%	7%
2004	7%	4%	7%	10%	20%	8%
2005	3%	5%	10%	12%	22%	10%
2006	3%	5%	9%	14%	23%	7%

Part des Italiens par type d'hôtel en 2006 :

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre
Hôtels NC 1* littoral	10%	7%	11%	16%	30%	10%	4%
Hôtels 2* littoral	5%	6%	7%	14%	22%	9%	2%
Hôtels 3*, 4* littoral	9%	5%	7%	11%	16%	7%	5%
Hôtels arrière pays	4%	6%	6%	8%	17%	7%	3%
Ensemble Hôtels	7%	6%	7%	12%	19%	8%	4%

Cette clientèle est très peu présente en début de saison, alors qu'elle représente plus d'1 client sur 5 au mois d'août.

Part des Italiens par type d'hébergement en 2006 :

Séjours	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
Camping	33.3	17.7	43.0	26.5
Hôtel	41.2	36.4	51.7	34.1
Meublé	41.8	26.2	48.8	33.3
Résidence secondaire	48.2	58.8	41.8	49.6
Résidence de tourisme ou VV	42.2	27.2	51.6	36.3
Tourisme vert	21.8	13.4	19.3	28.8

Nuitées	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
Camping	29.9	12.9	40.2	20.5
Hôtel	38.2	27.9	47.6	34.5
Meublé	36.0	19.1	43.4	24.7
Résidence secondaire	35.3	55.2	34.5	29.3
Résidence de tourisme ou VV	41.3	20.7	49.7	40.1
Tourisme vert	15.8	5.1	13.6	23.6

- **Image de la Corse¹**

Notoriété de la Corse :

Quand on leur demande de citer trois îles de la méditerranée, 30.2% des Italiens interrogés répondent la Corse en première position.

Localisation de la Corse :

80% des Italiens interrogés localisent précisément la Corse, 13% la situent approximativement et 7% donne une localisation erronée.

Notation de la destination Corse :

Les clients Italiens ont noté la destination Corse à une moyenne de 8.30/10 (moyenne tous marchés 8.05/10) avec un pourcentage de mauvaise note (de 0 à 5) de 1%.

Les prospects l'évaluent à 8.13/10 (moyenne tous marchés 7.48/10) avec un pourcentage de mauvaises notes (de 0 à 5) de 3%.

Concernant les prospects, ce sont les Italiens qui ont le mieux noté la Corse par rapport aux autres marchés.

Saison privilégiée :

La période préférée pour séjourner en Corse selon les prospects Italiens :

Printemps	Eté	Automne	Hiver
26%	60%	4%	3%

Mode de transport (clients) :

Voiture personnelle + bateau	Bateau	Avion	Avion + location de voiture	Bateau + location de voiture
76%	11%	7%	0%	6%

Hébergement (prospects) :

Hôtel	Location meublé ou villa	Camping-caravaning	Résidence hôtelière et tourisme
54%	16%	9%	8%

Appréciation du coût de la destination Corse :

	Très cher	Cher	Pas très cher
Clients	8%	58%	34%
Prospects	5%	32%	38%

La concurrence :

Prospects : Sardaigne, Sicile, Espagne

Clients : Sardaigne, Espagne, Sicile

Intention de séjours en Corse (prospects) :

38% des prospects Italiens envisagent de séjourner certainement en Corse prochainement.

15% n'envisagent pas d'y séjourner prochainement.

Les plus et les moins...

En étudiant l'image de la destination Corse élément par élément vis-à-vis des prospects Italiens, on constate :

Eléments à améliorer en priorité : L'hébergement, l'accueil de la population, le rapport Qualité/Prix et le coût du transport.

Elément à maintenir : La gastronomie.

Eléments à capitaliser : L'hébergement, la sécurité, l'accès, le patrimoine culturel et l'information.

➤ Tendances et perspectives du marché

Les italiens de plus de 55 ans représenteront 34% de la population en 2010 contre 30% en 2000.

➤ Les cibles prioritaires

Le grand public : 35/55 ans/CSP+, seniors actifs/CSP+, retraités/CSP+, 25-35 ans/CSP moyennes et supérieures et 12-18 ans/principalement en groupe.

Les clientèles pratiquant des activités spécifiques : remise en forme, oeno-gastronomie, golf, randonnée pédestre et cycliste, tourisme fluvial, tourisme urbain.

Les cibles professionnelles : tourisme d'affaires (congrès, « incentive », agents de voyages, clubs, associations et comités d'entreprise).

➤ Les produits prioritaires :

• Produits d'appel

Art de vivre/gastronomie, hébergement de charme, remise en forme (spa et thalasso), littoral, outre-mer/îles, tourisme urbain.

- **Produits de découverte**

Tourisme itinérant (circuit et routes à thème), marchés/shopping.

- **Produits de consommation**

Tourisme d'affaires, tourisme urbain, art de vivre/gastronomie, culture/patrimoine, littoral.

- **Produits de niche**

Outre-mer/îles, remise en forme (spa et thalasso), tourisme des jeunes, villages vacances.