



# ITALIE

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes - Sources : DGE, INSEE, Atout-France

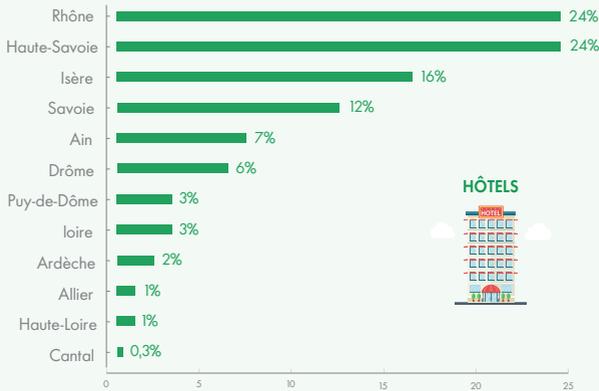


HÔTELS

soit  
**383 450**  
nuitées en 2018

**6<sup>ème</sup>**  
clientèle internationale

**+13%**  
en 6 ans



## L'HÔTELLERIE

Auvergne-Rhône-Alpes est la 4<sup>ème</sup> région hôtelière pour l'accueil des Italiens derrière l'Île-de-France, PACA et l'Occitanie.

Si un léger pic de fréquentation est observé en août, son inclinaison vers les espaces urbains explique une répartition relativement harmonieuse sur l'ensemble de l'année.

Répartition par catégorie d'étoiles	MILLIERS DE NUITÉES	POIDS DANS LE TOTAL	VARIATION 2017/2018
NON CLASSES	61	16%	+4,1%
★ et ★★	110	29%	-2,8%
★★★	133	35%	-4,3%
★★★★★ et ★★★★★★	80	21%	-4,1%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>	<b>-2,6%</b>

## DONNEES DE CADRAGE



LA FRANCE EST LA

# 1<sup>ère</sup>

DESTINATION  
«LOISIRS»  
ETRANGERES  
DES ITALIENS

# 7

MILLIONS  
d'arrivées  
en 2018

La France représente

# 9%

des départs à  
l'étranger en Italie

La position de la France se renforce grâce à une accessibilité en nette amélioration.



**967 vols directs**  
hebdomadaires pour l'été  
2019 (704 en hiver)



**49 liaisons ferroviaires**  
hebdomadaires.

### Les intérêts majeurs pour la France sont

- > Une destination leader consolidée par une clientèle fidèle, de plus en plus jeune et repeaters en toute saison.
- > Des congés scolaires d'une durée de 3 mois durant l'été (juin-septembre) pour de longs séjours en France métropolitaine et en Outre-mer.
- > Un réseau de distribution très établi en Italie et une économie digitale renforcée avec 14,2 milliards de chiffre d'affaires pour l'e-tourisme, 1<sup>er</sup> secteur du e-commerce en Italie.

## DONNEES EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

### PROFIL

Les bassins de clientèle touristique proviennent essentiellement de l'Italie du Nord: Turin et Milan.

Les touristes italiens sont à l'affût d'opportunités pour s'offrir



un week-end

ou



un court séjour

lors des ponts



PRINTEMPS



AUTOMNE

Ce sont surtout les femmes qui font le choix de la destination.

# 62%

des voyageurs italiens  
prennent la décision finale  
dans la semaine de la  
réservation

L'Italie détient le record en Europe des réservations de dernière minute.

La communication qu'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme mènera auprès de cette clientèle est axée sur la presse, dont l'importance dans le choix de la destination touristique est encore notable, et constitue une exception européenne.

On note toutefois, une évolution rapide du digital :

# 70%

ont accès à Internet, le mobile est le premier support pour surfer sur le net avec 29,5 millions d'internautes.



# 50%

des internautes italiens recherchent les informations touristiques uniquement sur Internet.

## TYPES DE VOYAGES

C'est une clientèle urbaine et esthète, privilégiant :



le shopping



l'art de vivre

## ACTIVITES/SITES

Ils affectionnent,



le tourisme en ville



les animations



la découverte du patrimoine



les expositions majeures

Ils apprécient,



les découvertes oeno-gastronomique

et pourront être des clientèles de la Vallée de la Gastronomie.

VALLÉE DE LA  
**GASTRONOMIE**  
FRANCE