

## LE TOURISME EN ITALIE DU CENTRE ET DU SUD

A l'occasion d'un séminaire réunissant des voyageurs français qui souhaitent faire évoluer leurs offres, vous êtes chargé de rédiger un rapport introductif sur l'Italie du centre et du sud.

Dans ce rapport, présentez les atouts géographiques et historiques de l'Italie péninsulaire et insulaire, analysez le potentiel touristique de cette partie de l'Italie dans tous ses aspects y compris les secteurs méconnus ou émergents, soulignez les problèmes actuels et les obstacles que rencontre le tourisme italien dans un espace méditerranéen concurrentiel ainsi que ses nouvelles perspectives.

**Votre réflexion doit exclure les 8 régions de l'Italie septentrionale :** Vallée d'Aoste, Piémont, Ligurie, Lombardie, Trentin-Haut-Adige, Vénétie, Frioul-Vénétie Julienne et Émilie-Romagne.

Le croquis (fond de carte joint) obligatoire et sa légende structurée montreront les principaux types de tourisme et les sites touristiques les plus visités de l'Italie centrale et méridionale ainsi que les facteurs expliquant leur fréquentation (données naturelles, accessibilité, etc.).

*Aide à la décision, le rapport est un document de caractère professionnel qui obéit à une forme spécifique. Le rapport doit être structuré en parties et sous parties accompagnées de titres et de sous-titres individualisés. Le style est direct, sans emphase ; le vocabulaire est précis, voire scientifique. Votre rapport comportera un sommaire en en-tête.*

## LISTE DES ANNEXES

**Annexe 1** : Carte de l'Italie

**Annexe 2** : Les aspects géographiques

**Annexe 3** : L'Italie : un patrimoine impressionnant

**Annexe 4** : Les chiffres du tourisme

**Annexe 5** : Une perte d'image et de compétitivité

**Annexe 6** : Séduire de nouvelles clientèles

**Annexe 7** : Fonds de carte format A3 à compléter et à rendre avec la copie  
L'autre (format A4) servira éventuellement de brouillon

NB : Les documents proposés en annexe peuvent aider le candidat à étayer son rapport. Ils ne doivent pas donner lieu à un commentaire systématique et détaillé

# ANNEXE 1 : Carte de l'Italie

Source : MMVI © EDITIONS ATLAS – Encyclopédie Atlas en cartes

DYL-www.tourismes.info



## ANNEXE 2 : Les aspects géographiques

Données climatiques de quelques villes de l'Italie du Centre et du Sud.

FLORENCE	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
T° max. moyennes	11	13	16	19	24	28	31	32	27	21	15	11
T° min. moyennes	2	3	5	8	12	15	18	18	14	10	5	3
Jours de pluie	8	7	8	10	8	6	4	5	6	9	9	8
Précipitations en mm	61	64	64	86	70	57	37	56	80	104	114	81

ROME	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
T° max. moyennes	12	13	15	18	23	27	30	30	27	22	16	13
T° min. moyennes	3	4	5	8	11	15	17	18	15	11	7	4
Jours de pluie	9	9	9	9	6	4	2	3	6	8	11	10
Précipitations en mm	103	99	68	65	48	34	23	33	68	94	130	111

PALERME	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
T° max. moyennes	15	15	16	18	22	25	28	29	27	23	19	16
T° min. moyennes	10	10	11	13	16	20	23	24	22	18	14	12
Jours de pluie	10	10	9	6	3	2	1	2	4	8	9	11
Précipitations en mm	72	65	60	44	26	12	5	13	42	98	94	80

Température de la mer : moyenne mensuelle

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Naples	14	13	14	15	18	21	24	25	23	21	18	16
Palerme	15	14	14	15	17	21	24	25	24	22	19	16
Cagliari	14	13	14	15	17	21	23	24	23	21	18	15

Sources : Stations météorologiques gérées par l'Aeronautica Militare (près des aéroports de Florence-Peretola, Rome-Ciampino, Palerme-Punta Raisi), Saisons & climats, Jean-Noël Darde Hachette 2005 pour les températures de l'eau de mer.



Vue de l'Etna (photo Josep Renalias)



Positano, corniche amalfitaine

Parcourant du nord au sud la péninsule italienne dont ils constituent l'épine dorsale, les Apennins traversent la majeure partie des provinces de la Botte. L'Apennin central et l'Apennin du sud sont des zones de forte sismicité. S'ajoutent les éboulements en période de forte pluviosité, dans toute la dorsale des Apennins, de l'Émilie jusqu'à la Sicile. Les fleuves du versant tyrrhénien sont les plus longs, les plus réguliers et ceux dont le débit est le plus important. Les terres élevées sont soumises à un climat de montagne avec des hivers rigoureux et des étés chauds. L'orientation du massif constitue une barrière contre les perturbations venant de l'Atlantique, expliquant la pluviosité plus abondante sur le versant occidental. L'exode progressif des *comunità montana* (communautés de montagne) vers les villes aurait tendance à s'inverser ces dernières années, mais la plus grande concentration d'habitants occupe les vallées et les versants fertiles.

Source : Les Apennins, Editions Atlas

La liste du patrimoine mondial établie lors de la réunion du Comité pour le Patrimoine de l'Humanité à Brasilia le 3 août 2010 comprend un total de 911 sites (dont 704 biens culturels, 180 naturels et 27 mixtes) répartis dans 151 pays.

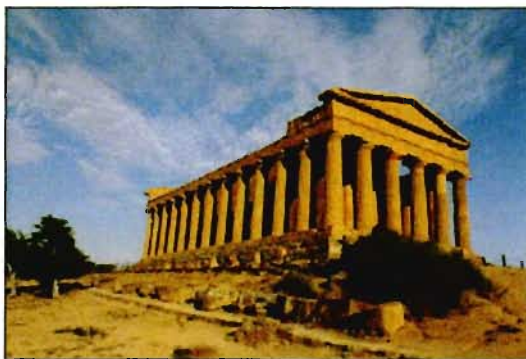


Nombre de sites classés (Source : site de l'UNESCO)

Italie	45	France	35	Inde	28
Espagne	42	Allemagne	33	Royaume-Uni	28
Chine	40	Mexique	31	Russie	23

Les dix musées les plus visités d'Italie (artistiques, scientifiques et historico-archéologiques)			
Nom	Localité	2008	2007
Musées du Vatican	Cité du Vatican	4 441.7	4 310.1
Zone archéologique de Pompéi	Pompéi	2 253.6	2 571.7
Galerie des Offices, Corridor de Vasari	Florence	1 553.9	1 615.9
Palais ducal	Venise	1 358.2	1 466.9
Galerie de l'Académie	Florence	1 234.3	1 286.7
Aquarium de Gênes	Gênes	1 212.0	1 352.0
Musée de Santa Croce	Florence	837.6	928.0
Musée central du Risorgimento	Rome	810.0	880.0
Bioparc (ancien zoo)	Rome	780.0	898.8
Musée national du Château Saint-Ange	Rome	734.6	843.8

Source : *I Dossier del Touring Club Italiano (Dossier Musei 2009) Visiteurs en milliers.*



Le Temple de la Concorde, Agrigente (Sicile)  
Auteur : pixelfehler, mai 2007



Habitats troglodytiques de Matera (Basilicate)  
Auteur : Dominique Grassigli, août 2006



Panorama de Florence depuis San Miniato al Monte  
Auteur : Jean-Cristophe Benoist  
Fichier photos Wikimedia Commons



Basilique Saint-Pierre de Rome  
Auteur : Wolfgang Stuck

**ANNEXE 4 : Les chiffres du tourisme**

Doc 1 : La fréquentation de l'Italie 2000-2009 (Source : Organisation Mondiale du Tourisme)

Années	Touristes internationaux (en millions)	Part de marché de l'Italie en Europe (en %)	Part de marché de l'Italie dans le monde (en %)
2000	41.2	10.5	6.0
2005	36.5	8.2	4.6
2006	41.1	8.9	4.9
2007	43.7	9.0	4.9
2008	42.7	8.8	4.7
2009	43.2	9.4	5.1

Doc 2 : les inégalités entre les grandes régions italiennes en matière d'hébergement en 2007 Source : Istituto nazionale di statistica (Istat)

Hôtels	Nombre	Lits	Chambres
<b>Italie</b>	<b>34.037</b>	<b>2.141.952</b>	<b>1.058.543</b>
Nord	21.231	1.147.507	589.992
Centre	6.364	426.660	204.844
Mezzogiorno	6.442	567.785	251.872

Campings, villages de tourisme	Nombre	Nombre de lits
<b>Italie</b>	<b>2.583</b>	<b>1.300.123</b>
Nord	1.181	554.760
Centre	536	328.635
Mezzogiorno	866	416.728

Autres établissements	Appartements en location (lits)	Agrotourisme (lits)	Autres* (lits)	B & B (lits)
<b>Italie</b>	<b>571.836</b>	<b>168.497</b>	<b>193.625</b>	<b>76.620</b>
Nord	358.959	57.882	123.130	27.141
Centre	154.825	81.004	54.806	19.344
Mezzogiorno	58.652	29.611	15.689	30.135

\* auberges de jeunesse, résidences secondaires, refuges de montagne et assimilés.

Doc. 3 : Les douze premières régions touristiques selon le nombre de touristes internationaux en 2008 (elles avaient alors reçu 95% du total des touristes).

Source : Istituto nazionale di statistica (Istat)

Régions	Touristes	Régions	Touristes	Régions	Touristes
Vénétie	8 728 228	Trentin-Haut-Adige	4 369 256	Piémont	1 216 616
Latium	6 952 266	Émilie-Romagne	2 090 979	Ligurie	1 203 730
Toscane	5 885 545	Campanie	1 847 380	Frioul-Vénétie Julienne	792 526
Lombardie	5 038 929	Sicile	1 766 763	Sardaigne	789 525

Documents 2 et 3 traductions : Tarrieux Jean-Paul

## ANNEXE 5 : Une perte d'image et de compétitivité

Source : ENIT juillet 2008. Article publié le 24 juillet 2008.

L'Italie émeut et retient l'attention du monde : elle doit cependant faire envie. C'est le leitmotiv de la table ronde "La projection étrangère du Tourisme Italien" qui a caractérisé le Groupe de travail 1 de la IV<sup>e</sup> Conférence pour le Tourisme de Riva del Garda.

Une Italie qui doit se regarder dans le miroir d'après **Robin Wilbertz**, Head of Product management Italy and France chez TUI Deutschland GmbH. Les destinations sont interchangeable. En se basant sur ce qui vient d'être dit, les Régions italiennes doivent rendre le système Italie toujours plus compétitif et améliorer ses infrastructures tandis que les structures d'accueil doivent centrer leur attention sur l'activité à laquelle elles sont destinées: accueillir et chouchouter le client.

Avec son patrimoine historique et artistique et grâce à l'authenticité de ses habitants, la marque Italie fait encore rêver. L'image que notre "Bel Paese" véhicule à l'étranger et ses carences infrastructurelles sont seulement deux exemples des points faibles qui transforment peut-être ce rêve en mauvais rêve. Il est donc nécessaire de corriger ces deux facettes pour redevenir compétitif.

**Roberto Brenner** d'Industry Leader Automotive & Travel Google Italia a sollicité d'importantes réflexions au sujet des comportements des touristes américains, anglais et allemands on-line. En 2007, après une recherche on-line, 13 millions de personnes n'ont pas acheté la destination Italie. Une perte non seulement de chiffre d'affaires mais aussi d'image et de compétitivité. On nous cherche mais on ne nous achète pas : l'Italie n'existe pas on-line. Nous existons comme Enit.it mais comment est-ce qu'un Américain pourrait nous associer à un domaine aussi spécifique? Il faut réfléchir sur ces détails qui représentent l'atout gagnant de stratégies de marketing et de communication spécifiques basées sur des politiques de système : c'est le message qui a été lancé au cours du débat. L'Italie a besoin de se faire découvrir comme Pays, aussi et surtout sur le Web, un élément ayant changé les habitudes des personnes en mettant le monde entier à la portée d'un simple clic. Une nécessité de collaboration et de coopération soulignée comme clé du succès par **Enio Meneghelli**, Président d'InGarda Trentino, et **Gherard Vanzi**, Directeur Marketing de Dolomiti Superski.

La grande nouveauté présentée durant cette table ronde a concerné la télévision d'Etat. **Giovanni Celsi**, de RAI International, a en effet annoncé une nouvelle se présentant comme une grande opportunité pour l'Italie dans le monde: YES ITALIA, une chaîne dédiée à la promotion touristique italienne sur un marché international qui concernera un public potentiel de 10 millions de personnes, de l'Amérique Latine à l'Asie. Sa mission est très claire : partir avec un nouvel élan pour faire voir dans le monde l'Italie qui réussit encore à toucher avec un made in Italy nouveau et frais.



AFP - Après la crise des déchets de Naples dont les images avaient fait le tour du monde, c'est au tour de Palerme (Sicile) d'être submergée par les ordures en raison d'une grève des éboueurs [...] Dernière modification : 01/06/2009 <http://www.france24.com/fr/20090601>

## ANNEXE 6 : Séduire de nouvelles clientèles

**Le Parc national des Abruzzes** créé en 1922 (Source Home Page Version française de Abruzzo Promozione Turistica) <http://www.abruzzoturismo.it/tourism/>



C'est le Parc le plus ancien et le plus important d'Italie. Y sont concentrées presque toutes les particularités qui caractérisent les Apennins du centre, y compris des éléments de flore et de faune uniques au monde et désormais disparus du reste de la chaîne. [...]

### L'agritourisme : une spécificité italienne entre agriculture, tourisme et développement durable

Vu de France, on pourrait penser qu'il s'agit simplement d'un synonyme de "tourisme rural" ou "vert" ou encore de "vacances à la ferme"... Ce n'est qu'en partie vrai. Cette forme de tourisme est née en 1965, fonctionnant en parallèle avec le syndicat agricole *Confagricoltura*. En 2008, 18 480 exploitations agricoles étaient concernées dont 4061 en Toscane, 2 921 dans la province autonome de Bolzano (Trentin-Haut-Adige), 1 222 en Vénétie, 1 132 en Lombardie et 1 052 en Ombrie. Leur nombre est passé de 9 718 en 1998 à 18 480 en 2008 (+90.2%) offrant 95 189 lits (+101.5%) dont 50 719 en Toscane. Différents produits et prestations sont proposés : logements, restauration, dégustations des produits des terroirs, activités sportives variées, équitation, trekking, mountain-bike, excursions, randonnées, observation de la faune et de la flore, cours de cuisine ou de langue, etc.

Source : *Le aziende agrituristiche in Italia Anno 2008 Mario Adua Istat. Traduction : Tarrieux Jean-Paul*

**Les plus beaux bourgs d'Italie** est un club qui rassemble des villages et des bourgs italiens d'intérêt historique et artistique fort. Il est né en mars 2001, à l'initiative du Conseil du tourisme de l'Association nationale des communes italiennes (ANCI), dans le but d'aider à protéger, préserver et revitaliser des petites communes mais aussi parfois de simples hameaux qui, en dehors des itinéraires touristiques majeurs, risquaient en dépit de leur grande valeur d'être oubliés avec des perspectives certaines de dégradation architecturale, de dépeuplement et d'abandon. Initialement, le groupe comprenait une centaine de villages, ils sont désormais 197 (janvier 2010) dont 22 en Ombrie, 19 en Ligurie, 19 dans les Abruzzes, 18 dans les Marches, 17 en Toscane, 16 en Lombardie, etc. Les candidats à l'admission au club doivent répondre aux critères suivants: intégrité du tissu urbain, harmonie architecturale, habitabilité du village, qualité artistique et historique des édifices publics et privés et services aux citoyens.

<http://www.borghitalia.it/>

Traduction : Tarrieux Jean-Paul

### ANNEXE 7 : Carte à compléter et à rendre avec la copie

