

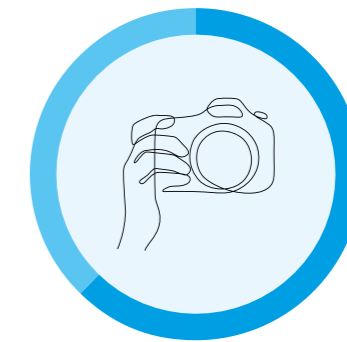
Les familles européennes



L'essentiel de la période 2014-2019 :

- Le nombre de séjours effectués par les familles européennes passe de 7,8 millions en 2014 à 8,3 millions en 2019, soit une hausse de 5,9 %. Sur la même période, le nombre de touristes européens progresse de 6,4 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 20,4 % en 2019, est stable par rapport à 2014.
- La consommation touristique des familles européennes passe de 2,1 milliards d'euros en 2014 à 2,3 milliards d'euros en 2019, soit une hausse de 9,3 %. Sur la même période, la consommation générée par les touristes européens progresse de 1,0 %. La part de marché calculée sur le segment européen, de 18,0 % en 2019, est en hausse de 1,4 point par rapport à 2014.
- Le nombre de familles françaises progresse de 1,8 % et la consommation générée de 4,5 % entre 2014 et 2019.
- Le nombre de familles européennes hors France progresse de 13,0 % et la consommation générée de 14,0 % entre 2014 et 2019.

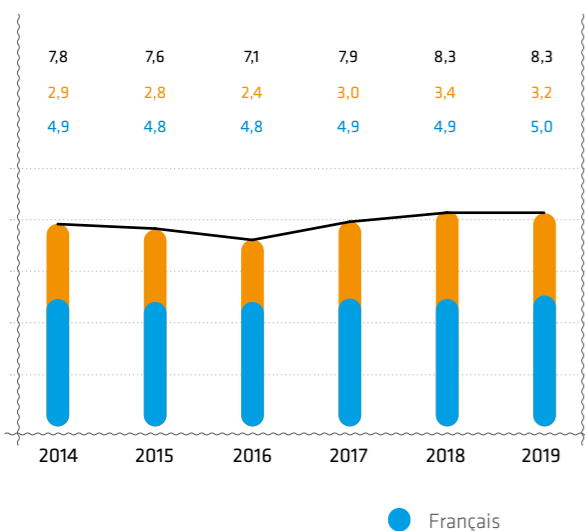
ORIGINES DES TOURISTES (MOYENNE 2014-2019)



- 62,4 % Français
- 37,6 % Européens

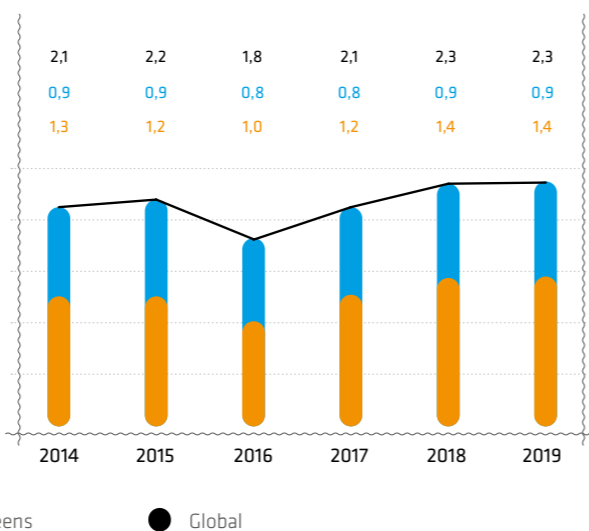
NOMBRE DE TOURISTES EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIONS)

20,1 % des séjours effectués par la clientèle européenne entre 2014 et 2019



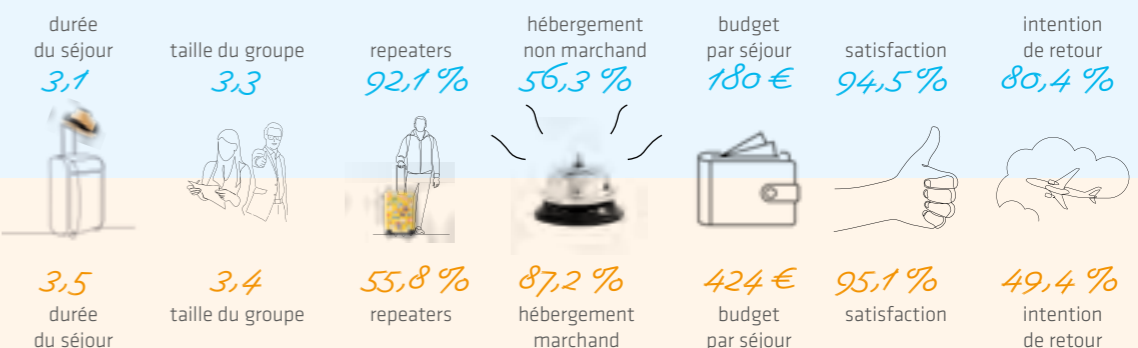
CONSOMMATION TOURISTIQUE EN ÎLE-DE-FRANCE (EN MILLIARDS D'€)

16,7 % de la consommation touristique européenne entre 2014 et 2019



- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Visites de musées et monuments (65,5 %) ▶ Promenades (64,1 %) ▶ Shopping (38,2 %)
- TOP 3 DES RÉGIONS ▶ Auvergne-Rhône-Alpes (13,5 %) ▶ Normandie (10,8 %) ▶ Hauts-de-France (10,4 %)

FAMILLES FRANÇAISES¹



FAMILLES EUROPÉENNES¹



- TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES ▶ Visites de musées et monuments (72,5 %) ▶ Promenades (60,3 %) ▶ Parcs d'attractions (53,8 %)
- TOP 3 DES NATIONALITÉS ▶ Britanniques (17,8 %) ▶ Espagnols (17,3 %) ▶ Italiens (11,5 %)

Principaux chiffres 2020

5,2 millions de touristes, -43,5 % par rapport à l'année 2019

17,9 millions de nuitées, -40,6 % par rapport à l'année 2019

1,4 milliard d'euros de consommation touristique, -47,3 % par rapport à l'année 2019

Recommandations marketing

- Proposer des activités ludiques et de plein air ainsi que des espaces *family friendly* adaptés aux familles
- Communiquer sur les mesures sanitaires mises en place dans les établissements recevant du public
- Proposer des offres tarifaires attractives et des produits spécifiquement dédiés aux familles