



**11 605 000**  
séjours

**43 009 000**  
nuitées

**4,1 milliards**  
d'euros de consommation touristique

**352 €**  
de budget moyen de séjour  
par personne

**65,0 %**  
souhaitent revenir  
à Paris Île-de-France  
d'ici 1 à 2 ans

## LES TOURISTES VENUS EN FAMILLE

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs venus en famille ont un âge moyen (41 ans) légèrement inférieur à celui de l'ensemble des clientèles (42 ans). Ils sont issus des CSP+<sup>1</sup> pour 33,7% (+0,6 point), 28,6% (+2,7 points) sont employés et 9,5% (+1,6 point) sont professions intermédiaires. Ils proviennent principalement de France (49,5%), notamment d'Auvergne-Rhône-Alpes (13,4%), de Normandie (10,4%) et de Nouvelle-Aquitaine (9,5%). Les touristes internationaux sont originaires principalement d'Espagne (5,7%), du Royaume-Uni (5,0%) et des États-Unis (5,0%).

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près de 9 visiteurs sur 10 (89,4%, +22,2 points) voyagent pour motifs personnels uniquement, notamment dans le cadre de vacances (62,8%, +10,5 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour 78,4% (-0,8 point) des touristes. Elle fait partie d'un circuit Europe pour 11,8% (+0,9 point) et d'un circuit France pour 11,5% (-0,2 point). Les visiteurs venus en famille voyagent en individuel non organisé pour 91,1% (+10,1 points). Ils sont 5,6% (+1,2 point) à opter pour un séjour individuel organisé

par une agence de voyages ou un tour-opérateur, 2,2% (-1,5 point) à préférer les groupes organisés et 1,0% (-9,8 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 7 séjours sur 10 (65,5%, +1,7 point) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 49,7% (47,7% en 3 étoiles) et 33,2% en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (8,2%) ainsi que les résidences hôtelières (3,9%). Les résidences principales de parents (24,5%) et d'amis (5,1%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (74,8%), les promenades en ville (68,0%) ainsi que le shopping (45,1%). Les touristes venus en famille sont particulièrement intéressés par les parcs d'attractions (36,2%, +16,5 points), les parcs et jardins (43,3%, +4,5 points) ainsi que le shopping (+4,4 points). Ils apprécient également les visites de musées

et monuments (+2,7 points) et les croisières fluviales (11,9%, +2,7 points). En revanche, ils profitent moins des sorties nocturnes (13,4%, -6,8 points) ou des événements culturels (10,3%, -4,0 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (50,9%), Notre-Dame de Paris (35,7%), le musée du Louvre (34,6%), l'Arc de triomphe (34,2%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (30,9%). Les touristes venus en famille sont particulièrement nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (28,3%, +14,1 points), à la tour Eiffel (+9,0 points), à l'Arc de triomphe (+4,3 points), au musée du Louvre (+3,4 points) ainsi qu'à Notre-Dame de Paris (+3,4 points). Ils se rendent également davantage au château de Versailles (13,1%, +2,7 points) et Sacré-Cœur de Montmartre (+2,1 points).

1 - Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	31,9%	19,6%	48,6%
Départ	39,2%	15,6%	45,2%



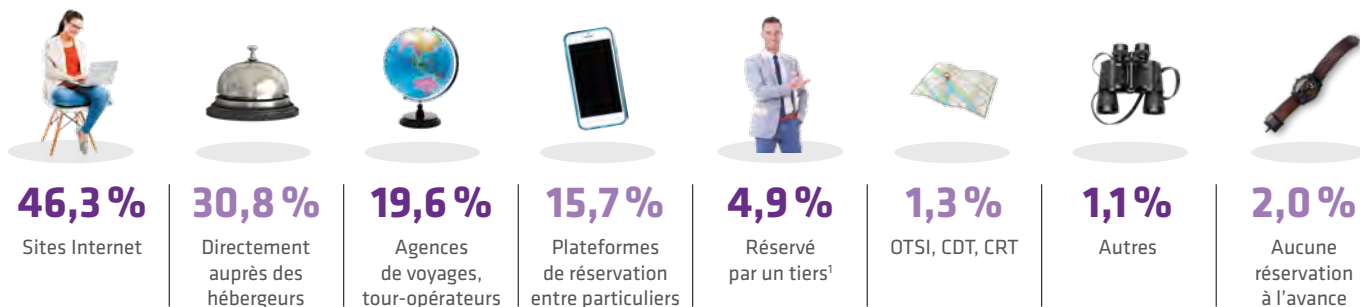
**73,3%**  
Repeaters

**26,7%**  
Primo-visiteurs

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 79,3% de repeaters et de 20,7% de primo-visiteurs.

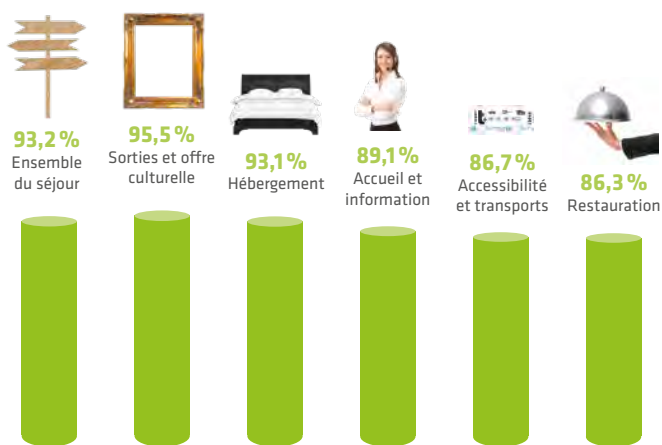
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, PRÈS DU TIERS ONT RECOURS AUX HÉBERGEURS EN DIRECT



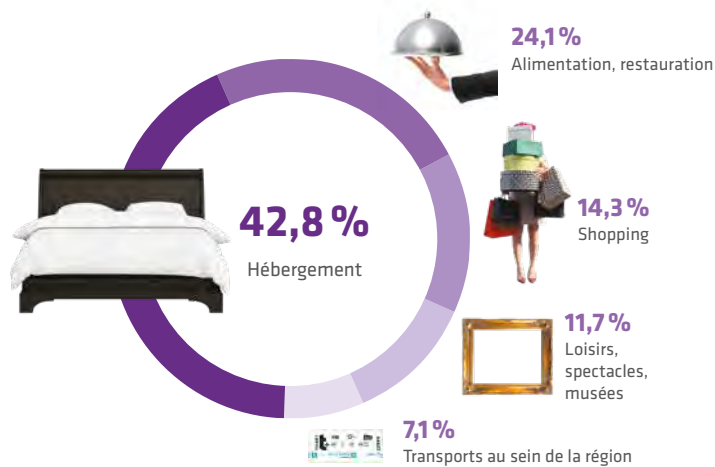
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.  
1 - Entreprises, parents, amis.

### DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 92,0%.

### PLUS DE 10% DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AUX LOISIRS



Les touristes venus en famille, dont la dépense moyenne par jour et par personne (95 €) est nettement inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (113 €), accordent une part plus importante de leur budget aux loisirs (+2,4 points) et moins importante à la restauration (-1,1 point).

### Leurs particularités

- Plus de la moitié viennent de l'international, principalement d'Espagne, du Royaume-Uni et des États-Unis
- Forte anticipation des voyages avec des réservations effectuées plus d'un mois à l'avance
- Intérêt plus marqué pour les parcs d'attraction, les parcs et jardins et le shopping
- Prédominance des séjours personnels notamment des motifs vacances et loisirs

### Nos suggestions

- Proposer des parcours ludiques de découverte culturelle et services dédiés aux enfants
- Proposer des offres incluant la découverte d'un incontournable de la destination
- Communiquer sur des offres promotionnelles auprès des familles européennes