



Communiqué de presse

## 74% des Français veulent avoir plus de moments avec leur famille

Paris, France, 11 février 2011

A la veille des départs en vacances, IPSOS révèle dans une étude réalisée fin 2010 que les Français sont aujourd’hui touchés par le manque de « moments » passés en famille.

### **La famille, valeur fondamentale et source de bien être**

81% des français considèrent que les moments qu'ils préfèrent sont ceux passés avec leur famille. A noter que cette opinion concerne toutes les populations, y compris les plus jeunes, bien plus attachés à l'idéal familial qu'on ne veut bien le dire parfois (69% parmi les 16-24 ans).

Cependant, si les familles françaises se veulent aujourd’hui davantage fusionnelles, les tensions du quotidien n'en sont pas moins présentes. 19% des individus sondés confient se disputer régulièrement au sein de leur foyer. Ce qui n'empêche que la famille demeure le point le plus satisfaisant de leur vie.

### **Se ressouder en temps de crise**

Principalement marquées par la bonne entente, les relations avec la famille se sont même resserrées au cours des dernières années. La famille occupe ainsi la place de refuge suprême, pourvoyeur de sécurité et de solidarité dans un contexte économique et social plus difficile qu'auparavant.

Cette évolution positive concerne avant tout la famille proche, à savoir les parents et les enfants. Ainsi, 38% des français estiment qu'ils se sont plutôt rapprochés de leurs parents au cours des 5 dernières années, contre 20% qui considèrent s'en être plutôt éloignés. L'écart est encore plus important en ce qui concerne les enfants : 47% s'en sont rapprochés, 6% s'en sont éloignés.

### **Quels sont les meilleurs moments à passer en famille selon les français ?**

Le choix numéro un des français se porte sur les occasions spéciales. 39% des sondés donnent la prime à ces opportunités pour les familles de vivre des expériences intenses (fêtes, anniversaires, sorties spéciales...). Et lorsqu'on leur demande quelles sont leurs attentes vis à vis de ces moments précis, 47% des Français choisissent avant tout de pouvoir partager avec tout de la joie et de l'émotion.

### **Le manque de temps passé en famille : une source de frustrations et de regrets**

Face au désir certain de profiter de sa famille et de jouir des instants passés ensemble, persiste le manque de temps accordé à ces retrouvailles. Si la famille occupe une place centrale dans la vie des Français, ceux-ci souffrent de ne pas lui consacrer suffisamment de temps. Ils sont 74% à souhaiter pouvoir consacrer davantage de temps à leur noyau familial.

Ce manque de temps consacré à sa famille est d'autant plus important qu'il apparaît comme irrécupérable et se traduit par des regrets qui subsistent tout au long de la vie.

Ainsi, une grande majorité des Français admet qu'elle aurait aimé partager plus de choses avec leurs parents lorsqu'ils étaient enfants (73%). Et cette frustration est loin de s'atténuer dans le temps, puisqu'au contraire elle tend même à progresser avec l'âge.

Plus précisément, que regrettent-ils le plus ? Principalement de ne pas avoir plus échangé avec leurs parents.

### **Disney, la marque familiale par excellence**

Dans un contexte marqué par le regret du temps non passé en famille, Disney se révèle être une marque particulièrement associée à la notion de « bonheur en famille ».

Testée au sein d'une liste de marques ayant un lien à la vie familiale, Disney / Disneyland Paris arrive en tête, avec un score global de 50% pour les familles françaises ayant au moins un enfant vivant dans leur foyer.

*« La famille est devenue une véritable valeur refuge. Les adolescents s'y rattachent d'autant plus que les relations conjugales sont devenues plus incertaines et que les séparations se multiplient. Ils ressentent naturellement le besoin de se recentrer sur la famille et de vivre des moments privilégiés avec leurs parents, ensemble ou séparément » déclare Serge Hefez, Psychiatre et psychanalyste français. « Toute occasion de pouvoir tisser des liens familiaux autour d'un espace ludique est dans ce sens bienvenue ».*

*“Par le biais de cette étude IPSOS, nous avons souhaité mieux comprendre l’importance et la nature des instants passés en famille et définir ce que parents et enfants attendaient de ces moments partagés”, déclare François Banon, Vice-président communication Europe de Disneyland Paris.*

*“Le temps qu’ils y consacrent, la façon dont ils occupent leur temps mais aussi les marques qu’ils y associent, racontent ce qui fait la qualité de ces moments partagés et permettent de décoder les nouveaux modèles de relations parents-enfants”.*

Chaque année, malgré la crise et malgré le boom des offres d'entertainment familial, plusieurs millions de familles européennes viennent à Disneyland Paris passer une journée ou un séjour pour vivre et partager la magie Disney. A partir du 6 avril 2010, en réponse aux attentes des français, Disneyland Paris propose de vivre en exclusivité un *Festival des Moments Magiques Disney*.

Enquête réalisée en ligne en décembre 2010 dans 6 pays européens (France, Grande-Bretagne, Espagne, Italie, Pays-Bas, Belgique), auprès d'un échantillon national représentatif de 1000 individus âgés de 16 à 64 ans dans chaque pays.



#### **Contact Presse :**

Disneyland Paris – Relations Presse

Tél. 01 64 74 54 02