



Etats-Unis

Capitaliser sur le premier marché de richesse au monde, où l'intérêt pour la France et l'Europe constitue un levier d'attractivité sans égal !

Le pays présente un potentiel immense, tant par la taille de son marché que par la diversité et le pouvoir d'achat de ses clientèles (347 millions d'habitants sur un territoire 15 fois plus vaste que la France). Première économie mondiale (croissance de 1,6 % prévue en 2025), premier investisseur étranger en France, il concentre aussi le plus grand nombre de millionnaires et de milliardaires.

L'Europe capte déjà 20 % des départs touristiques et la France se positionne dans le top des destinations internationales des Américains et au 2^e rang en Union européenne. En 2024, 5 millions de visiteurs américains ont séjourné en France, générant 10 % des recettes touristiques du pays.

Le marché américain constitue un marché clé pour la France et il convient d'adopter une approche ciblée et ambitieuse. La suite de cette page propose un éclairage détaillé sur ses dynamiques, ses clientèles et les leviers à mobiliser pour renforcer l'attractivité de la destination France.

Chiffres clés

5
millions d'arrivées en 2024,
augmentation de 9% par
rapport à 2019.

6,2
milliards d'euros de recettes en
2023, avec une augmentation
de 5 à 15% en 2024.

1er
marché mondial des dépenses
de voyage, les US devraient
atteindre 242 milliards de
dollars en 2027.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

- Population : 347 millions d'habitants (3e rang mondial).
- Taux d'urbanisation : 82,76 % de la population vit en milieu urbain.
- Âge médian : 38,5 ans.
- PIB par habitant (2024) : 90 000 \$ US (7e rang mondial).
- Prévision de croissance (2025) : +1,8 % (contre +2,8 % en 2024).
- Passeports : Plus de 160 millions en circulation, avec plus de 24,5 millions de passeports délivrés en 2024 (record historique).

• [Télécharger le document Presentation_Marche_USA_Juillet2025.pdf](#) PDF – 10.6 Mo

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Les États-Unis constituent le premier marché émetteur long-courrier pour la France, non seulement en termes de fréquentation, mais surtout par la valeur des recettes générées. En 2023, les dépenses touristiques des visiteurs américains en France ont atteint 6,2 milliards d'euros, soit une progression remarquable de +52 % par rapport à 2019. Cette tendance se poursuit en 2024, avec une hausse de +64 % sur la période janvier-février (comparée à 2019), et +7 % par rapport à janvier-février 2023. Avec près de 5 millions d'arrivées en 2024, les Américains restent les premiers contributeurs en dépenses par touriste sur la destination.

Sur les quatre premiers mois de 2025, les recettes touristiques de la France en provenance des États-Unis enregistrent une hausse de 116,3% par rapport à 2019 et de 7,3% par rapport à 2024. En mai, les arrivées ont progressé de 6,3% par rapport à l'an dernier. Pour la période de juin à août 2025, les prévisions anticipent une augmentation de 4,3% des arrivées aériennes en provenance des États-Unis par rapport à l'été 2024.

Sur le plan économique, la situation intérieure des États-Unis est marquée par une inflation persistante et une hausse des taux d'intérêt. Si la confiance des consommateurs s'est fragilisée depuis début 2025, les voyages

restent néanmoins une priorité budgétaire pour une large partie des Américains.

Les touristes américains ont également fortement contribué à la réussite de la saison hivernale 2024-2025 en France, avec une hausse de +41,2 % des nuitées hôtelières, atteignant 2,6 millions de nuitées, ce qui en fait le deuxième plus grand groupe étranger après les Britanniques. À Paris notamment, l'hôtellerie haut de gamme a profité d'une demande internationale dynamique. Le retour massif des visiteurs américains s'explique à la fois par l'amélioration des liaisons transatlantiques et par le pouvoir d'attraction renforcé de la France, en particulier des grandes métropoles. Les prévisions pour l'été 2025 confirment cette tendance avec une hausse attendue de +6 % des arrivées aériennes en provenance des États-Unis. Les dépenses touristiques américaines devraient croître de 7 à 9 % en 2025 par rapport à 2024, et les États-Unis sont en passe de devenir en 2027 le premier marché mondial en dépenses touristiques internationales, avec un total estimé à 242 milliards de dollars.

Cette dynamique est soutenue par une offre aérienne robuste : au printemps 2025, 19 villes américaines proposeront une liaison directe vers Paris et 3 vers Nice, soit une capacité globale en hausse de 3,8 % par rapport à avril 2019.

En parallèle, le nombre d'Américains voyageant à l'international continue de croître : en 2024, 107,7 millions de départs ont été enregistrés depuis les États-Unis, soit une hausse de 9,2 % par rapport à 2023. Cette clientèle est en grande partie haut de gamme, le pays concentrant le plus grand nombre de millionnaires (23 millions) et de milliardaires (900) au monde. Pour répondre à cette part importante de voyageurs à fort pouvoir d'achat, la France doit renforcer une offre sophistiquée et haut de gamme, à la hauteur des attentes de cette clientèle luxe.

Au-delà des clientèles traditionnelles, la France bénéficie d'un positionnement favorable pour séduire les jeunes générations, notamment les milléniaux. Son image de destination à la fois moderne, créative et fidèle à son art de vivre attire une clientèle en quête d'expériences culturelles, urbaines et authentiques. La diversification des cibles américaines, au-delà de la Côte Est et des clientèles anglo-saxonnes historiques, représente un axe stratégique pour renforcer encore la performance de la destination France.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

La France attire une clientèle américaine majoritairement de « repeater », de plus en plus diverse en termes d'âge et de communauté. Cette clientèle appartient en grande partie à une catégorie socio-professionnelle supérieure, voire privilégiée : le budget vacances disponible des Américains voyageant à l'international s'élève à plus de 9 982 \$ par personne et par an. Et ce, alors même qu'un Américain ne prend en moyenne que 10 à 14 jours de vacances par an.

La durée de séjour moyenne en France est estimée à 6 à 7 jours. Notre cœur de cible est une clientèle urbaine et suburbaine de 45 à 65 ans, mais le marché américain reste très segmenté et se compose de plusieurs profils-types. Il convient aussi de noter que les Américains restent très attachés à l'intermédiation : le recours aux OTAs et aux agences de voyages demeure extrêmement puissant aux États-Unis, ce qui doit être pris en compte dans toute stratégie de conquête et de distribution.

Nos recommandations pour aborder ce marché

Nos recommandations pour aborder ce marché

Avec une population de 347 millions d'habitants, plus de 160 millions de passeports actifs en circulation, la première économie mondiale et le plus grand nombre de millionnaires et milliardaires, les États-Unis représentent un marché d'une ampleur exceptionnelle. Pour réussir à y pénétrer durablement, il est essentiel de bien définir les personas en fonction des offres proposées, afin d'adapter la communication et de tirer parti de la diversité d'un marché extrêmement segmenté. La stratégie doit donc affiner les offres selon les cibles, tout en intégrant une approche globale incluant BtoC, BtoB et presse. C'est à travers cette adaptation fine et cette cohérence que la France peut séduire de nouvelles clientèles, notamment les milléniaux et les jeunes générations, tout en dépassant les seuls profils traditionnels anglo-saxons de la Côte Est. Une telle approche doit s'inscrire dans le temps long : les Américains attachant une grande importance à la loyauté et à la constance, seule une stratégie de longue haleine permettra de bâtir une relation solide et pérenne avec ce marché.

Revoir les webinaires Atout France Live

Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[webinaires Atout France Live](#)

Pourquoi la France séduit-elle autant les voyageurs internationaux ?

Interview de Adrian HALL, fondateur et Directeur général de Oenotavel Travel

[Adrian HALL](#)

Notes de veille internationale

- [Télécharger le document Veille internationale USA juin-juillet 2025 - Atout France.pdf](#) PDF – 1.85 Mo

Le marché Etats-Unis en un clin d'oeil

ETATS-UNIS

Chiffres clés | Marché

Quelques données économiques



347 MILLIONS d'habitants
90 000\$/hab (7e rang mondial)



1.8 % CROISSANCE prévue de l'économie en 2025 (2.8% en 2024)



25%
PRINTEMPS

24%
AUTOMNE



36%
ÉTÉ

15%
HIVER

Période de réservation



Principales destinations visitées en France



L'Agence de développement touristique de la France

Taux de change



1.16 USD

Données touristiques en 2024/2025

7% - 9%	Augmentation des dépenses touristiques provenant des USA en 2025 (prévisions)
5	MILLIONS d'arrivées d'Américains en 2024 (+9% par rapport à 2019)
5% - 15%	Augmentation des recettes en France issues du tourisme (6,2 milliards en 2023 +52% par rapport à 2019)
7.7	JOURS = Durée moyenne de séjour (+23% par rapport à 2019)

Principaux bassins émetteurs



Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 2ème destination des Américains en E.U
- Ils voyagent seuls ou en couple pour 85% ; et pour les 2/3 ont plus de 40 ans.
 - Ils viennent en avion et sont amateurs de train pour leurs déplacements en France
 - Clientèle haut de gamme

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact Marché Etats-Unis | tiana.gamez@atout-france.fr

www.atout-france.fr