

Tendances France

ETATS-UNIS

Données ATF

Chiffres clés | Marché

ETATS-UNIS

Quelques données économiques

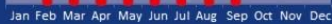
332.6 MILLIONS d'habitants

69,231 PIB / habitant

3,5 % CROISSANCE prévue de l'économie en 2022



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

Taux de change



Données touristiques en 2019

44.8 MILLIONS de voyages à l'étranger des Américains (exc. Canada et Mexique)

+7.3% Par rapport à 2018

4.5 MILLIONS d'arrivées d' Américains en France

3.6 MILLIARDS de recettes touristiques en France issues du tourisme Américain

7,7 JOURS = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 2eme destination des Américains en Europe
- 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

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact Marché Etats-Unis | agnes.angrand@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

GRAND EST

230 000 NUITÉES EN 2019
+3 % / 2018

+10% été 2022 / été 2019

Principales tendances du marché 2021 :

- Avec 4,7 millions* d'Américains accueillis en France en 2019, les États-Unis constituent le premier marché émetteur « long courrier ». Avec 4 années consécutives d'augmentation du nombre d'arrivées depuis (+11 % 2019 vs 2016), la France demeure une destination prisée des Américains.
A moyen et long terme les Etats-Unis restent un marché stable et porteur les dans un contexte économique très favorable
- Les fondamentaux du marché restent inchangés soit, une intermédiation élevée (pour les départs vers la France, en particulier pour les clientèles à haute contribution faisant appel à des agents de voyage appartenant à des consortia type Virtuoso.
- L'intérêt toujours grandissant pour les produits liés à l'art de vivre, l'oenotourisme mais aussi la croisière fluviale permettant de multiplier les expériences
- Une intermédiation élevée pour les départs vers la France en particulier pour la clientèle haut de gamme segment ou nous excellons particulièrement, dépassés que de peu par l'Italie : Même si les tendances à long terme tendent à favoriser les plateformes sous toutes leurs formes, l'agent de voyage voit son rôle revalorisé. Plus on monte en gamme plus c'est vrai

Thématiques mises en avant :

- Culture-Patrimoine-Mémoire,
- Oenotourisme et Gastronomie,
- Luxe,
- Fluvial et croisières.

Cibles :

Les couples actifs, les best agers, seniors +
Luxe, CSP++
Individuels et groupes