



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Tourisme

Fiche marché

**Etats-Unis**

# LES ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

9,8 millions  
de km<sup>2</sup>  
50 États  
18 fois la France



## Les grandes aires urbaines

- New-York  
25,9 millions habitants
- Los Angeles  
18,5 millions habitants
- Chicago  
11,7 millions habitants
- Washington  
8,2 millions habitants
- Boston  
7,5 millions habitants
- San Francisco  
7,2 millions habitants

319 millions  
d'habitants  
4<sup>e</sup> pays le plus  
peuplé au monde

Plus de 81% sont citoyens. 50 **agglomérations** comptent plus d'1 million d'habitants. BosWash, la **mégapole** qui s'étale de Boston à Washington en incluant NY compte à elle seule 70 millions d'habitants. Une autre mégapole qui inclut Los Angeles est en cours de formation entre San Francisco et San Diego. Sur les 20 **premiers aéroports du monde**, 10 sont situés dans une agglomération américaine. Un Américain sur deux a moins de 37 ans.



33%

de la population a  
moins de 25 ans

Prévision de  
croissance :  
+2,2%  
+1,1% en France

1<sup>ère</sup> **économie mondiale** les Etats-Unis, se classe **9<sup>e</sup> pour son PIB par habitant** et son revenu mensuel brut moyen par habitant. Le taux de chômage est revenu à son plus bas niveau depuis plus de neuf ans, à 4,6 %, contre 10% en France. L'incertitude qui a accompagné l'élection présidentielle et la victoire de Donald Trump ne semble pas avoir influé sur le marché de l'emploi. L'ampleur de la croissance dépendra de la crédibilité du programme économique du nouveau président.

23% voyagent à  
l'international

**118 millions d'américains possèdent un passeport** contre 50 millions en 2000. Plusieurs éléments incitent les citoyens Américains à voyager **davantage localement qu'internationalement** : nombre de jours de vacances négocié avec le salaire mais qui dépasse rarement 2 semaines ; médias peu ouverts sur l'international ; mauvais niveau de culture générale et manque de sensibilisation à la géographie ou l'histoire dans les high-schools ; ...  
**La majorité voyage à destination de leurs plus proches voisins** : Mexique et Canada. La France est la seconde destination Européenne après le Royaume-Uni en Europe.



2<sup>e</sup> destination  
européenne des  
Américains

3,3 millions de  
touristes en  
France  
1<sup>ère</sup> clientèle  
lointaine de la  
France

C'est la première clientèle lointaine de la destination France. Aucun visa n'est nécessaire pour des courts séjours (<90 jours). Leur durée moyenne de séjour est de 8,5 nuits. Ils dépensent en moyenne 4 000 dollars par visiteur et par voyage.

Bien que Paris et sa région demeurent la destination de choix, on assiste à une forte **augmentation des flux hors capitale** bénéficiant aux villes de Bordeaux et Lyon.

Bassins  
émetteurs

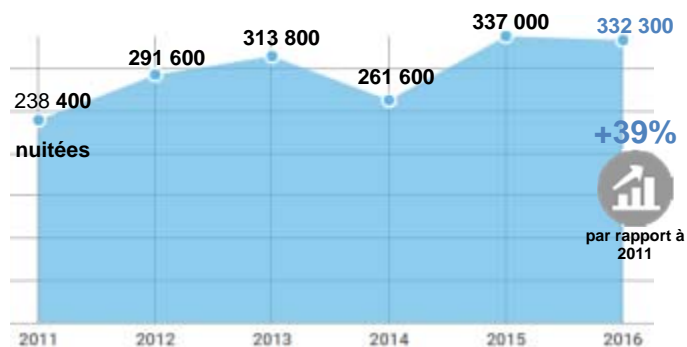
- BosWash  
(Boston, Washington, New-York, New Jersey et Connecticut)

- Californie

Mais aussi le Texas (Dallas), la Floride (Miami), la Géorgie (Atlanta)

# MARCHÉ ÉTATS-UNIS EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

1<sup>er</sup> mode  
d'hébergement  
en région :  
l'hôtel  
332 300 nuitées



6<sup>o</sup> clientèle  
internationale  
des hôtels en  
région

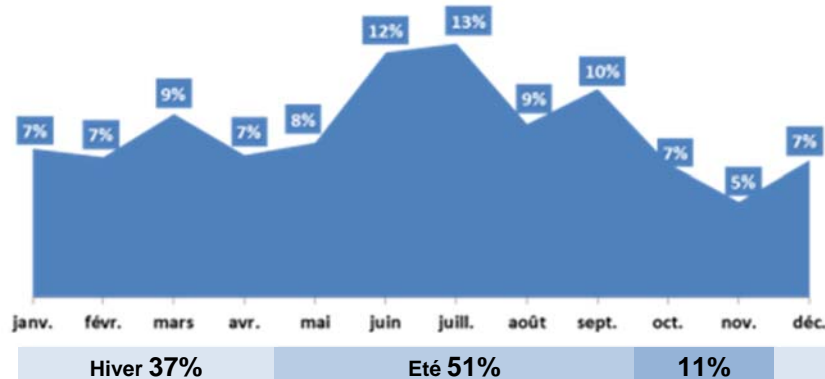
En cumulé sur les 6 premiers mois de l'année 2017, la fréquentation enregistre +6% par rapport à 2016.

Top 4 départements de  
séjours : 8 nuitées sur 10

Rhône 32% Haute-Savoie 29% Savoie 11% Isère 11%

► Puy-de-Dôme 5% ► Ain 4% ► Drôme 4% ► Ardèche 2% ► Allier 1% ► Loire 1% ► Haute-Loire 0% ► Cantal 0%

4 nuitées sur 10  
dans les 4 et 5  
étoiles  
soit 10 points de plus  
que la moyenne des  
étrangers



1 nuitée sur 2



en été

Taux  
d'intermédiation\*  
55%

## TOP PROGRAMMATION

- Lyon
- Chamonix Mont Blanc
- Le Beaujolais
- Annecy
- Grenoble
- Chambéry
- Les Côtes du Rhône
- Puy-de-Dôme

## 500 TOUR-OPÉRATEURS PROGRAMMENT LA FRANCE ET LA RÉGION

Les aspects les plus attractifs mis en avant portent sur : la culture, la beauté et l'ambiance de la région, les conditions climatiques, la réputation et le prestige de la destination, la qualité des hôtels et le rapport qualité / prix.

\*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

# PROFIL DES TOURISTES AMÉRICAINS

## Particularités de la culture US

Après l'anglais, l'espagnol, le chinois et le vietnamien



sont plus parlés que le français.

- Très directs, de contact facile, les Américains utilisent facilement le prénom. Il faut privilégier la cordialité sans excès de familiarité.
- Aucun pays à travers le monde n'éprouve autant de fierté pour son drapeau que les Etats-Unis.
- Culture protestante.
- De plus en plus de double signalétique (anglais/espagnol)
- Pour eux, il est primordial (surtout depuis le 11 Septembre 2001) de rester informé de ce qui se passe dans leur pays, où qu'ils soient.

## Les Américains et le digital



- 88% d'utilisateurs internet
  - 6 heures et 22 minutes par jour en moyenne
  - 86% se connectent tous les jours
  - 67% ont acheté un produit ou un service en ligne dans les 30 derniers jours



- 66% d'actifs sur les réseaux sociaux +11%/n-1
  - 2 heures et 06 minutes par jour en moyenne



Les Américains sont séduits par les médias vidéo. 36% des internautes regardent quotidiennement des contenus vidéo en ligne.

## En plein renouvellement générationnel

33% de la population a moins de 25 ans

- Clientèle de connaisseurs, plus féminine, plus cultivée, plus aisée et plus urbaine que la moyenne

**80%**  
Couple 40/70 ans  
CSP +



**Famille**  
multi générationnelle



**Jeunes**  
(scolaire et formation)



Connectés multi-supports : smartphones, pc, et tablettes sont utilisés durant le voyage.

# PARCOURS CLIENT DES TOURISTES AMÉRICAINS

Choix de la destination en ligne

→ Plus d'1 touriste sur 2 consulte des médias vidéo pour choisir sa destination, 7 sur 10 pour la clientèle business.

## 3 VECTEURS DE CHOIX

Sites touristiques  
(hébergement, destination...)



Blogs  
Guide de voyage en ligne



Sites d'avis



42% lisent les avis d'autres voyageurs.

Plus de la moitié accordent plus d'importance aux commentaires qu'aux classements officiels type Forbes ou AAA.

Critères de choix pour l'hébergement

1

Climatisation



2

Lit king size



3

Service & confort



## CRITÈRES SECONDAIRES

Bonne localisation de base pour les visites

Services et documents en anglais

Réservation  
2 à 3 mois avant  
le départ

→ Les Américains préfèrent de plus en plus passer directement par les sites des compagnies/hôtels pour leur réservation.

## ATTENTES DES TOURISTES AMÉRICAINS

Recherche  
d'expériences  
authentiques,  
au-delà des  
clichés et des  
stéréotypes

- 4 Américains que 10 consultent le site / l'application de la destination sur place pour organiser son séjour et planifier ses activités.
- Les touristes américains sont un peu nerveux à l'idée de rapporter chez eux des produits frenchy tant les autorités vétérinaires et sanitaires sont sévères. Cette appréhension freine les achats de souvenirs alimentaires.

### THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR

#### Visites de sites culturels et patrimoniaux



Sites Unesco  
Sites de mémoire  
Grands monuments  
Visites guidées de villes

#### Visites gourmandes & Oenotourisme



#### Activités de pleine nature



Visites de l'arrière-pays  
Grands sites naturels

L'habitude de  
portions XXL

- Servir systématiquement un verre d'eau en début de repas.
- Les sodas se boivent systématiquement avec des glaçons.
- Proposer le café expresso avant le dessert.
- Le vin est apprécié en apéritif.
- Sodas light, sucres de substitution et café décaféiné toujours disponibles.

#### Petit déjeuner

7h - 9h

Copieux,  
continental

#### Déjeuner

12h - 13h

Léger et rapide  
Sandwich, pizza, salade

#### Dîner

18h - 21h

Formule plat, dessert

Objectif : goûter à la gastronomie française

Exigeants en  
matière de  
services

- Ils recherchent le même confort que dans leur pays. Il faut donc offrir une haute qualité de service, à la hauteur de leurs exigences.

Le client est roi

Service en anglais



Excellence sur la qualité du service  
Information touristique en anglais

Produits et activités multi-générationnels

Réservation/commande en ligne

## NOTES

---

**Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute**  
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des voyageurs américains



**Emmanuelle Collin**

Market development manager  
[e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com)



**Olivia Poncy**

Responsable Promotion Amérique du Nord  
[o.poncy@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:o.poncy@auvergnerhonealpes-tourisme.com)  
Tél : +33 (0)4 26 73 31 48 - Mob : +33 (0)6 07 66 15 08

# ETATS-UNIS

## Le marché américain

319 millions d'habitants

66% d'actifs sur les réseaux sociaux



Facebook



Youtube

Consultation des médias vidéo pour choisir sa destination

73 millions voyagent à l'international (Mexique, Canada puis Europe)

## Le tourisme des Américains en France

3,3 million de séjours en France

France : 2° destination européenne des Américains

1<sup>ère</sup> clientèle lointaine de la France

## Le profil des touristes américains

Couple 40/70 ans

Famille multi générationnelle

CSP +

Cultivés

Urbains

Connectés multi-supports : smartphones, pc, et tablettes sont utilisés durant le voyage

## Le tourisme des Américains en Auvergne-Rhône-Alpes

332 000 nuitées hôtelières en 2016

Hiver 37%

Eté 51%

Automne 11%

6° clientèle internationale des hôtels  
40% des nuitées dans les hôtels 4 et 5 \*

+39% en 5 ans  
Janvier à Juin 2017 : +6% / 2016

### Top fréquentation

> Lyon

> Chamonix Mont Blanc

> Beaujolais

> Annecy

> Grenoble

> Chambéry

> Côtes du Rhône

> Puy-de-Dôme

## Tendances

Accorde plus d'importance aux commentaires qu'aux classements officiels



Conception et réalisation :  
Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

### Sources :

AmbaFrance, Atout France, Banque mondiale, Bureau des statistiques des USA, CIA World factbook, DGE, DGE/Banque de France – enquête auprès de visiteurs venant de l'étranger (EVE), Diplomatie.gouv, FMI, In-flight Survey of international Air Travelers, INSEE - Enquête Hôtellerie, IRIS, ITA (International Trade Administration), MMGY Global (2015), Trading economics, 2017 Digital Yearbook.