

LES FRANÇAIS ET LES VOYAGES AUX ÉTATS-UNIS

Février 2026



Note méthodologique



Cette étude a été réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans à 75 ans constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne via la plateforme Ipsos.Digital du 30 janvier au 2 février. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Étude Ipsos bva pour Europ Assistance réalisée via l'omnibus Ipsos.Digital ».



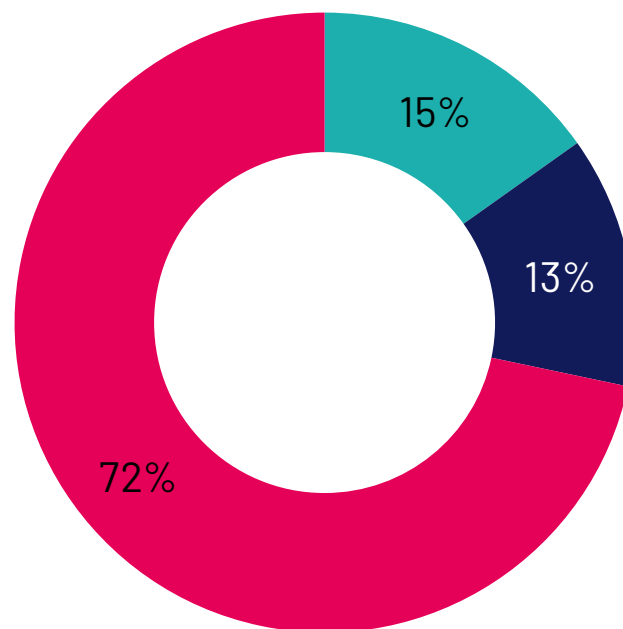
Ipsos rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 0,6 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Ipsos a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252

Près de 3 Français sur 10 (28%) se sont déjà rendus au moins une fois aux États-Unis d'Amérique.

Êtes-vous déjà allé(e) aux États-Unis ?

- Oui, une fois
- Oui, plusieurs fois
- Non, jamais

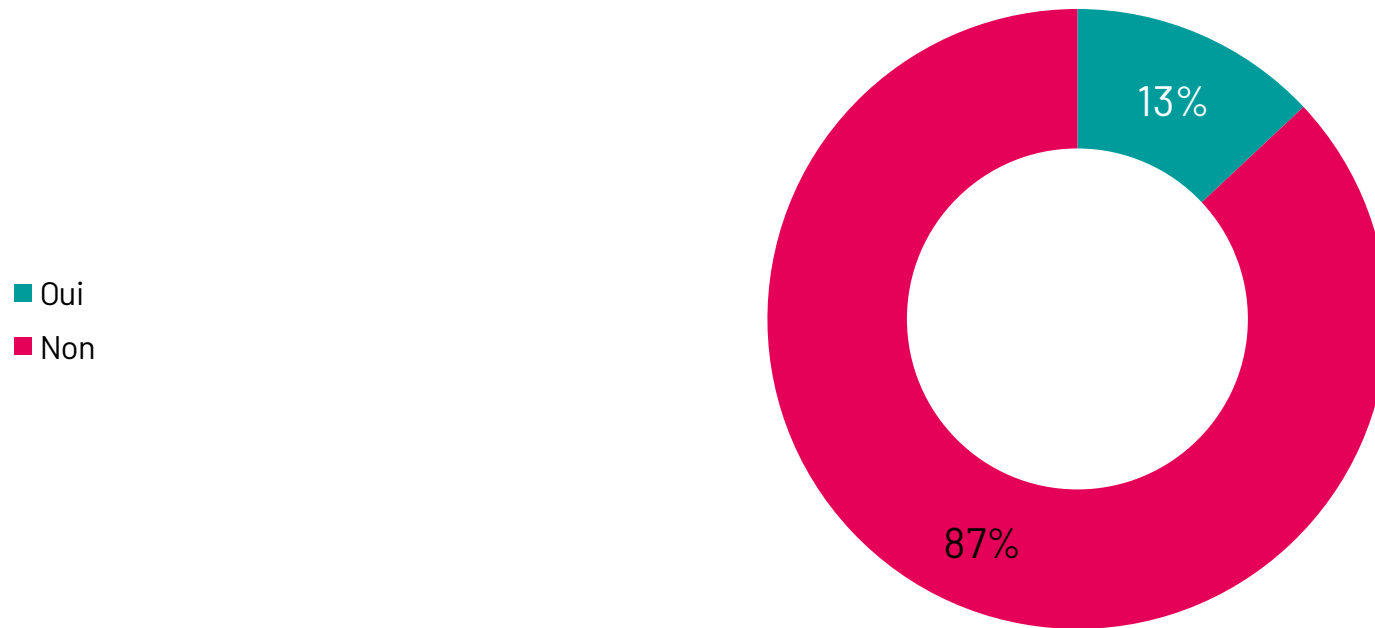


NET oui au moins une fois : **28%**
NET non, jamais : **72%**

Base: ensemble (n=1000)

Seuls 13% des Français ont envisagé de voyager aux États-Unis en 2026.

Avez-vous envisagé de voyager aux États-Unis en 2026 ?

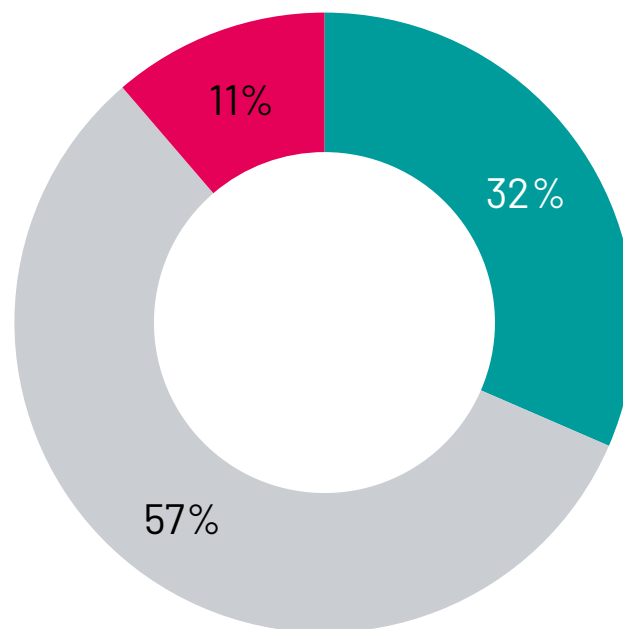


Base: Ensemble (n=1000)

Parmi les Français ayant envisagé de voyager aux États-Unis en 2026, une majorité (57%) hésite encore à maintenir ce voyage, 32% le maintiendront, 11% ne le maintiendront pas.

Allez-vous maintenir votre voyage aux États-Unis en 2026 ?

- Oui
- J'hésite encore
- Non

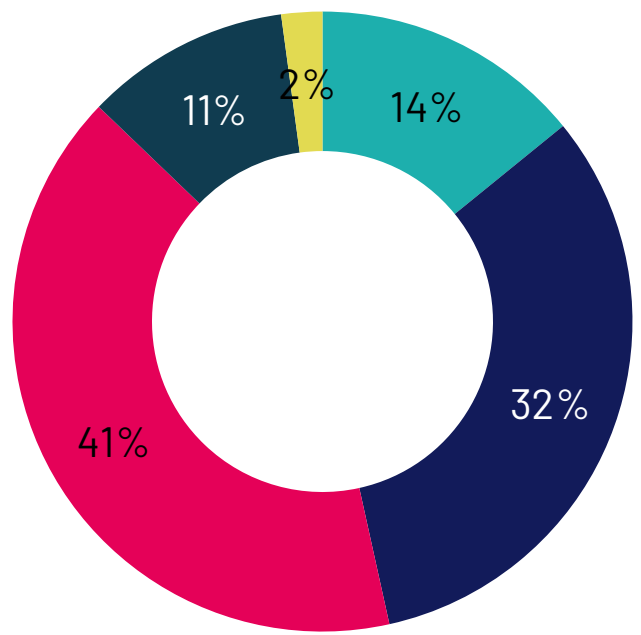


Base: (n=132) Français ayant envisagé un voyage aux États-Unis en 2026

Parmi les Français hésitant ou ne souhaitant pas maintenir leur voyage aux États-Unis, le contexte politique ou sécuritaire est la première raison évoquée avec 41% d'entre eux, la hausse des coûts (vols, accès aux parcs nationaux etc.) arrive en seconde position avec 32%, les nouvelles formalités administratives (historique des réseaux sociaux, données personnelles etc.) arrivent ensuite avec 14% l'évoquant.

Pour quelle raison hésitez-vous ou avez-vous décidé de ne pas maintenir votre voyage aux États-Unis en 2026 ? (Une seule réponse possible. Si plusieurs conviennent, merci d'indiquer celle qui vous a le plus influencé(e) dans votre décision)

- Les nouvelles formalités administratives (historique des réseaux sociaux, données personnelles, etc.)
- La hausse des coûts (vols, ESTA, accès aux parcs nationaux, etc.)
- Le contexte politique ou sécuritaire
- Un imprévu / événement personnel
- Autre (veuillez préciser)

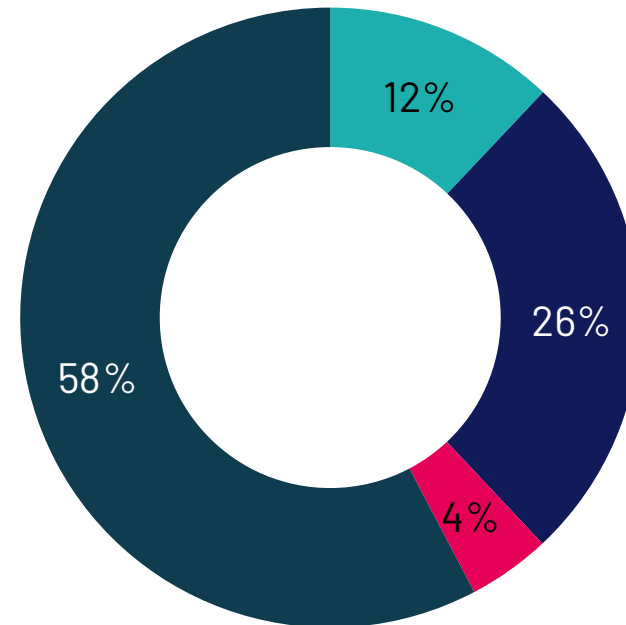


Base: (n=91) Ceux qui hésitent ou n'ont pas maintenu leur voyage aux États-Unis en 2026

26% des Français seraient davantage tentés de voyager aux États-Unis en cas d'offres promotionnelles, et 12% si les formalités d'entrée étaient simplifiées. Cependant, une majorité (58%) déclare qu'aucune des mesures proposées ci-dessous ne les inciterait à s'y rendre en 2026.

Parmi les possibilités suivantes, laquelle pourrait vous inciter à voyager aux États-Unis ? (Une seule réponse possible)

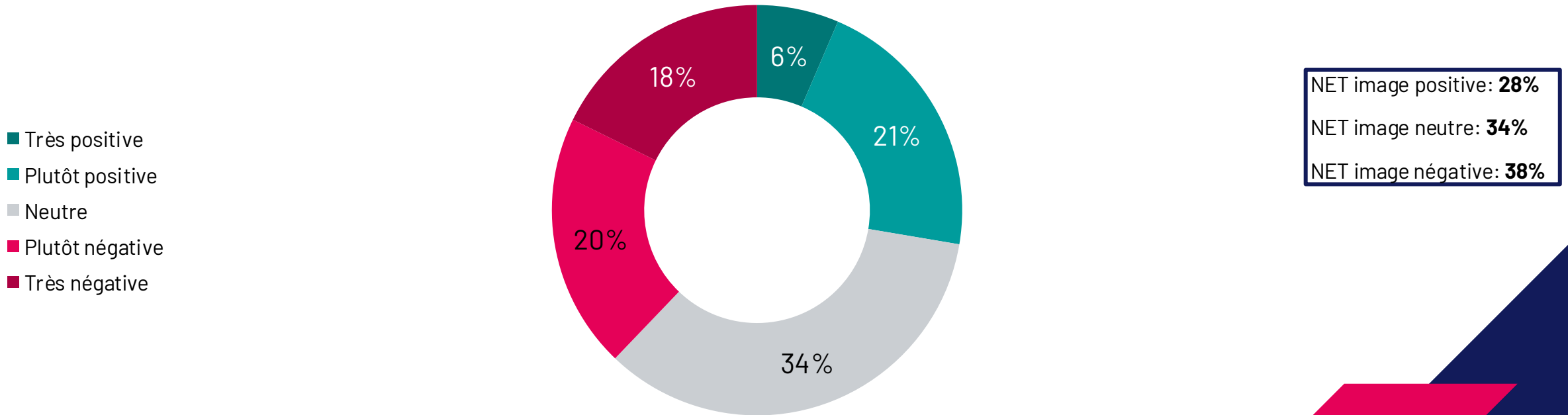
- Une simplification des formalités d'entrée
- Des offres promotionnelles sur les vols ou les hébergements
- Des garanties sur la protection des données personnelles
- Aucun de ces éléments ne m'inciterait à voyager aux États-Unis en 2026



Base: (n=959) tous sauf ceux qui maintiennent leur voyage aux États-Unis

Les Français sont relativement partagés sur l'image de l'accueil et de l'expérience touristique aux États-Unis, avec près de 4 Français sur 10 (38%) en ayant une image négative, 34% une image neutre et 28% une image positive.

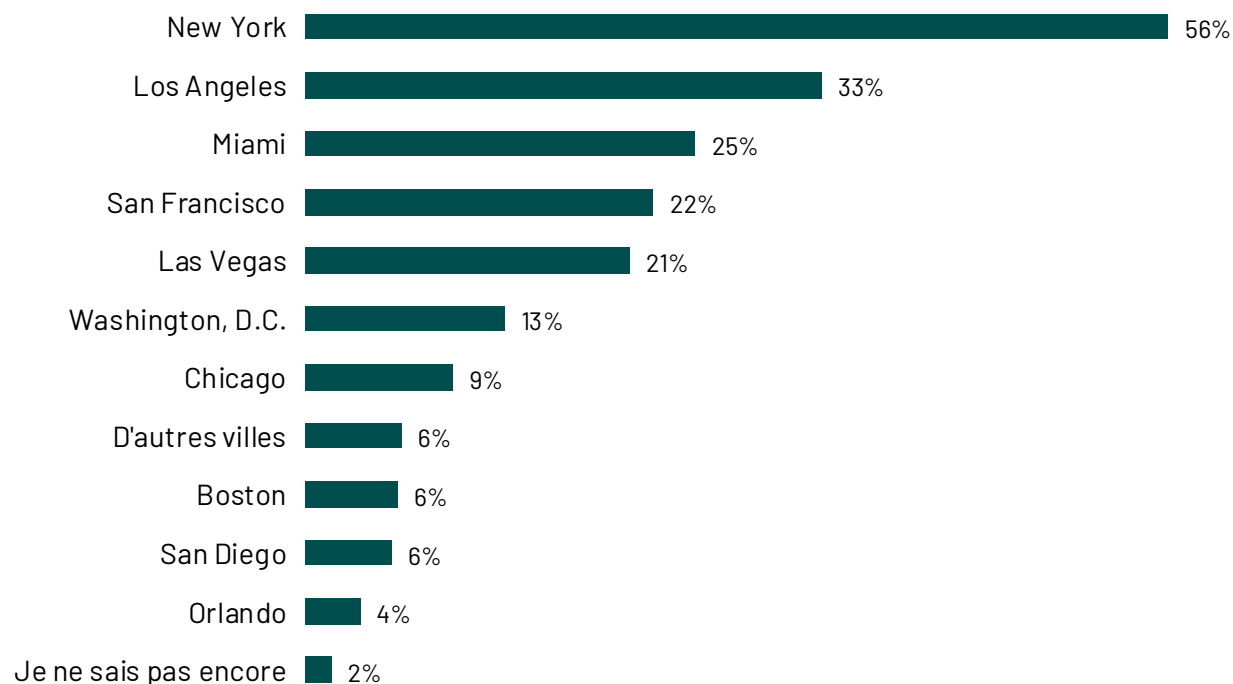
Globalement, quelle image avez-vous de l'accueil et de l'expérience touristique aux États-Unis en 2026 ?



Base: Ensemble (n=1000)

New York arrive en tête des destinations américaines plébiscitées par les Français ayant choisi de maintenir leur voyage aux États-Unis ou hésitant encore à le maintenir avec 56 % de citation. Elle est suivie par Los Angeles (33 %) et Miami (25 %).

*Pour votre voyage aux États-Unis, quelle(s) ville(s) souhaitez-vous ou avez-vous prévu de visiter en priorité ?
Plusieurs réponses possibles*



Base: (n=117) Ceux qui ont maintenu leur voyage aux États-Unis ou hésitent encore

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.

NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :
Market Research - version 2019
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.



Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .

de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

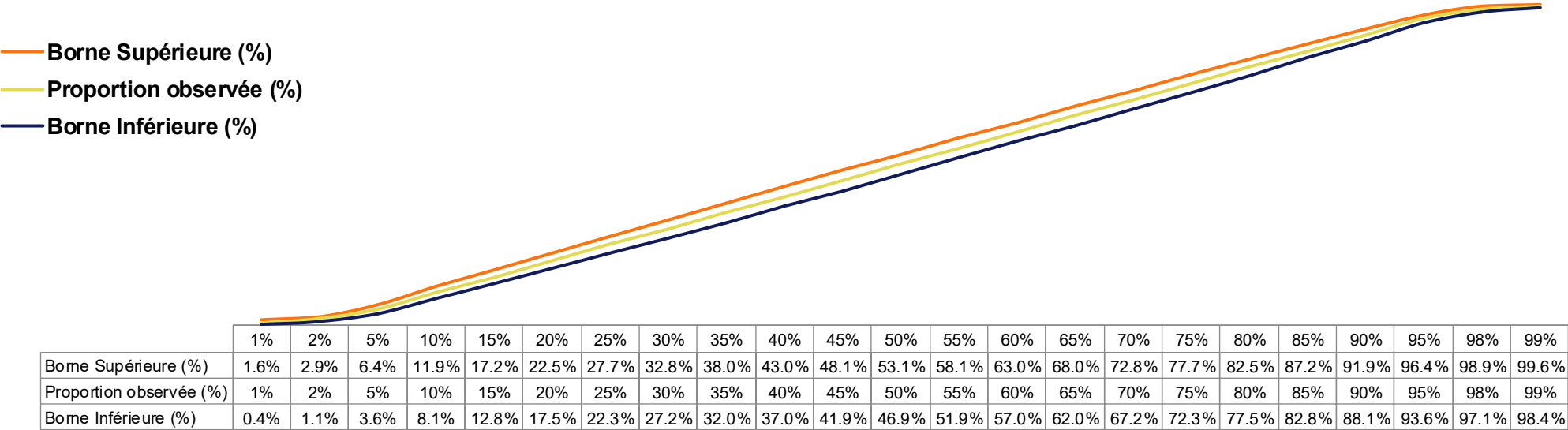
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : 95%
- Taille d’échantillon : 1000

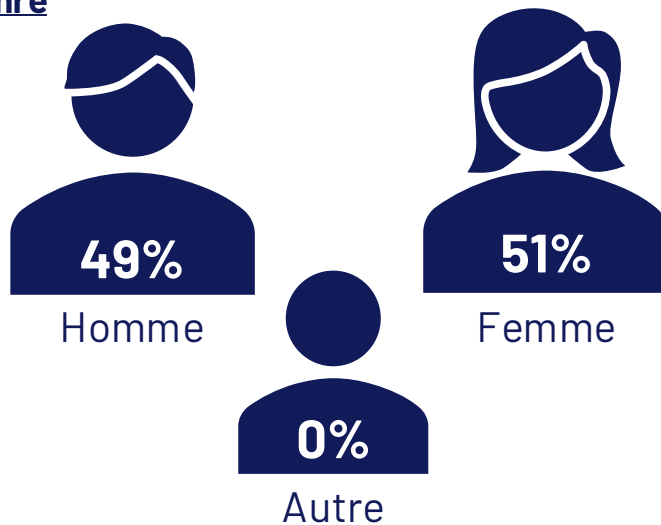
Les proportions observées sont comprises entre :



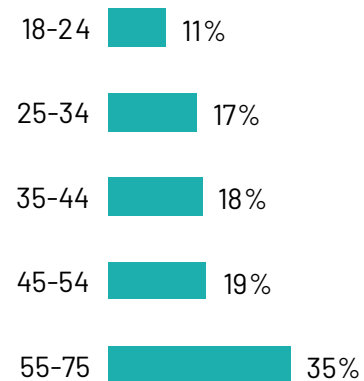
Structure de l'échantillon

Base=1000

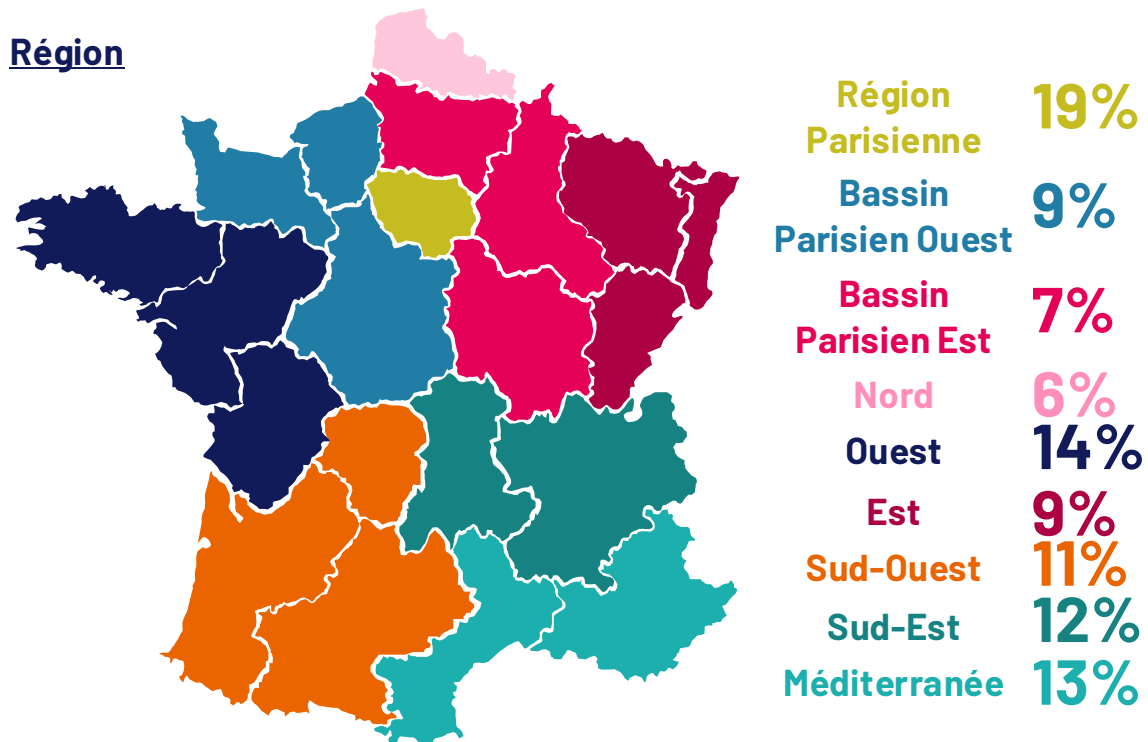
Genre



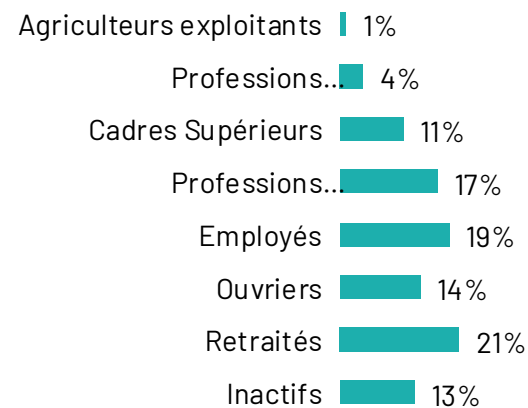
Âge



Région



CSP



FICHE TECHNIQUE ÉTUDE IPSOS.DIGITAL

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

Fiche technique

Étude Ipsos.Digital

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 1000 Français âgés de 18 ans à 75 ans représentatifs selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle de l'individu et de région de résidence
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- Le cas échéant, tirage raisonné permettant de sur représenter les cibles présentant systématiquement des taux de participation inférieurs à la moyenne
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA (données INSEE)

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 30/01/2026 au 02/02/2026
- **Taille de l'échantillon final** : 1000 individus
Détailler les boosts le cas échéant
- **Mode de recueil** : Recueil Online Panel Ipsos
- **Outil** : FastFacts
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 2 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- Critères de pondération : sexe, âge sur 5 tranches, catégorie socioprofessionnelle de l'individu, zones UDA

Fiche technique

Organisation (Étude sur panel online)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS bva

- Design et méthodologie
- Analyses et synthèse
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Scripting
- Echantillonnage
- Collecte des données en France
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Elaboration du rapport d'étude
- Mise en forme des résultats