



Résultats de la 4ème édition de « L'Observatoire Lifestyle Trends American Express »
consacrée au rapport des Français au voyage

Pour les Français, le voyage idéal rime avec temps pour soi, découverte et tranquillité d'esprit

- 81 % des Français envisagent de voyager d'ici la fin de l'année, dont 73 % dès cet été
- Le Sud-Est de la France, l'Espagne, la Bretagne et l'Italie sont les destinations plébiscitées en 2026
- Le voyage idéal est avant tout associé à la possibilité de prendre son temps et de se relaxer (54 %), de déconnecter du quotidien (50 %) et de se ressourcer mentalement et physiquement (49 %)
- 91% des Français estiment que planifier et bien organiser son voyage permet de partir plus sereinement
- Pour 60 % des Français, la découverte de nouveaux paysages figure parmi les expériences qui rendent un voyage mémorable, devant la découverte de lieux historiques et culturels (47 %) et la gastronomie locale (45 %)

Rueil-Malmaison, le 23 juin 2026 – À l'occasion des 30 ans de la Carte Platinum American Express et à l'approche de la saison estivale, American Express dévoile les enseignements de la 4ème édition de son **Observatoire Lifestyle Trends**¹ consacré aux nouvelles aspirations des Français en matière de voyage.

Si l'envie d'évasion reste forte, les attentes évoluent. Aujourd'hui, voyager ne se résume plus uniquement au choix d'une destination : les Français recherchent désormais des expériences fluides, sereines et sur-mesure. Temps pour soi, confort et découverte, deviennent les nouveaux marqueurs du voyage idéal.

« Le voyage reste une parenthèse précieuse pour les Français. Notre étude révèle qu'aujourd'hui, les voyageurs n'attendent plus seulement une destination, mais une expérience globale, pensée comme un véritable moment d'évasion. Ils privilégient des séjours mêlant détente, découverte et sérénité. On observe également des attentes croissantes autour de la fluidité, de la personnalisation et du confort, particulièrement fortes chez les jeunes générations », **déclare Aurélie Doudrich, Vice-Présidente Marketing, American Express France.**

Des intentions de départ élevées et un attrait fort pour les destinations françaises et européennes

Le désir d'évasion est particulièrement fort en 2026 chez les Français : plus de huit Français sur dix prévoient de voyager d'ici la fin de l'année (81 %), et près des trois quarts (73 %) envisagent de partir cet été.

Les destinations françaises et européennes concentrent l'essentiel des intentions de départ. Le Sud-Est de la France, l'Espagne, la Bretagne et l'Italie figurent parmi les destinations les plus envisagées cette année.

Les moins de 35 ans affichent les intentions de départ les plus élevées : 93% d'entre eux voyagent au moins une fois par an, 85 % envisagent de voyager cet été, tandis que la majorité d'entre eux (92 %) ont l'intention de partir avant la fin de l'année. Cette génération se distingue par une volonté affirmée de voyager en France (78 %).



La tranquillité d'esprit devient un élément central du voyage idéal

Le voyage idéal est avant tout associé à la détente et au lâcher-prise. Pour les Français, voyager signifie d'abord prendre son temps et se relaxer (54 %), déconnecter du quotidien (50 %) et se ressourcer mentalement et physiquement (49 %). Cette perception se traduit

dans les qualificatifs les plus associés au voyage : la détente (pour 2 Français sur 3 - 66%), la liberté (55 %), le confort (49 %) et la tranquillité d'esprit (45 %).

Dans ce contexte, 91% des Français estiment que préparer et organiser son voyage à l'avance permet de partir plus sereinement. Ils sont également 88 % à accorder une importance particulière au fait de voyager dans des conditions confortables, et 91 % à juger essentiel de voyager dans un cadre agréable. Au-delà du confort matériel, le confort s'apprécie désormais aussi à travers la fluidité de l'expérience, et la tranquillité d'esprit qu'elle procure.

Chez les moins de 35 ans, cette recherche de sérénité s'exprime par des attentes encore plus fortes autour de l'expérience de voyage : 90 % considèrent que bien préparer son voyage est essentiel pour partir sereinement, 85 % attachent une importance particulière au confort, et 76 % privilégient les solutions capables d'améliorer leur expérience de voyage. Ils attendent ainsi une expérience fluide et sans friction, où simplicité, confort et efficacité se conjuguent à chaque étape du voyage.

L'expérience prend le pas sur le seul choix de la destination

Au-delà du repos, le voyage prend la forme d'une parenthèse de découverte et d'enrichissement personnel. La découverte de nouveaux paysages est le premier élément qui contribue à rendre un voyage inoubliable (pour 60 % des Français), devant les visites culturelles et historiques (47 %), la gastronomie locale (45 %) et les nouvelles rencontres (39 %).

L'expérience du voyage ne se limite pas aux activités réalisées, mais également à la façon dont elles s'articulent et se vivent. Ainsi, 89% des Français estiment important d'alterner des moments d'activités et de détente, et 85% considèrent essentiel de multiplier les découvertes au cours d'un même séjour, qu'elles soient culturelles, gastronomiques ou humaines.

Cette quête d'émotions et d'expériences est particulièrement marquée chez les moins de 35 ans. Ils associent davantage leurs séjours aux expériences uniques (50% vs 39% chez les Français en général) et à l'intensité vécue (15% vs 10%).

American Express accompagne l'évolution des nouvelles attentes liées au voyage

Face à des voyageurs toujours plus attentifs au confort, à la fluidité et à la qualité de l'expérience vécue, American Express continue de faire évoluer ses services pour répondre aux nouveaux usages et aux attentes liées au voyage.

L'Observatoire Lifestyle Trends American Express met en lumière une aspiration devenue centrale : voyager sereinement, sans friction et avec davantage de maîtrise à chaque étape du parcours. Une attente à laquelle répondent aujourd'hui des services pensés pour simplifier et améliorer l'expérience avant, pendant et après le séjour.

Depuis 30 ans en France, la Carte Platinum American Express accompagne les voyageurs

grâce à des services conçus pour enrichir chaque étape du voyage et faire de chaque déplacement une expérience plus fluide, plus confortable et plus agréable.

Les titulaires de la Carte Platinum² bénéficient notamment d'un accès à plus de 1550 salons d'aéroport à travers le monde, d'avantages exclusifs via les programmes Fine Hotels + Resorts® et The Hotel Collection®, d'assurances et de services d'assistance voyage complets, ainsi que d'un service client disponible 24h/24 et 7j/7 : autant de services qui participent à transformer le voyage en expérience plus fluide, plus confortable et plus agréable.



¹ Méthodologie de l'enquête Opinion Way pour American Express "Les Français et leur voyage idéal": Enquête réalisée en ligne du 29 au 30 avril 2026 auprès d'un échantillon de 1006 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

² Des conditions s'appliquent.

À propos d'American Express

American Express (NYSE : AXP) est une marque mondiale spécialisée dans les paiements et les services haut de gamme, qui s'appuie sur la technologie. Nos collègues à travers le monde accompagnent nos clients en leur proposant des produits, des services et des expériences différenciés qui enrichissent leur vie et accompagnent leur réussite professionnelle. Fondée en 1850 et basée à New York, la marque American Express repose sur la confiance, la sécurité et le service, ainsi que sur une longue histoire d'innovation et de haute qualité de service pour nos clients. Avec plus d'une centaine de millions de commerçants dans notre réseau mondial, nous cherchons chaque jour à offrir la meilleure expérience client au monde à un large éventail de consommateurs, de petites et moyennes entreprises et de grandes sociétés. Présente en France depuis 1895, American Express a célébré en 2025 ses 130 ans d'engagement et de service auprès de ses clients français et internationaux sur le territoire.

Pour en savoir plus, visitez americanexpress.fr, @americanexpressfr, facebook.com/AmericanExpressFrance, linkedin.com/company/american-express et youtube.com/user/americanexpressfr

Contact presse - Agence Babylon

Julie Boggio - julie.boggio@babylone.fr - 06 98 92 37 82
Chloë Loyen - chloe.loyen@babylone.fr - 07 83 94 68 20