



Les Brésiliens

- Population totale: **201,0 millions d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+2,3 %**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 2,87 BRL**; variation 2013/2012: **+14,2 %**
- Taux de chômage: **5,4 %**
- Taux d'inflation: **+6,2 %**

Sources: Institut brésilien de géographie et de statistiques, FMI, Banque de France.

- 91,1 %** des touristes sont venus en avion.
- 8,9 %** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs brésiliens ont un âge moyen (41 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent aux PCS+¹ pour plus de la moitié (52,6 %, +10,3 points).

¹ Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

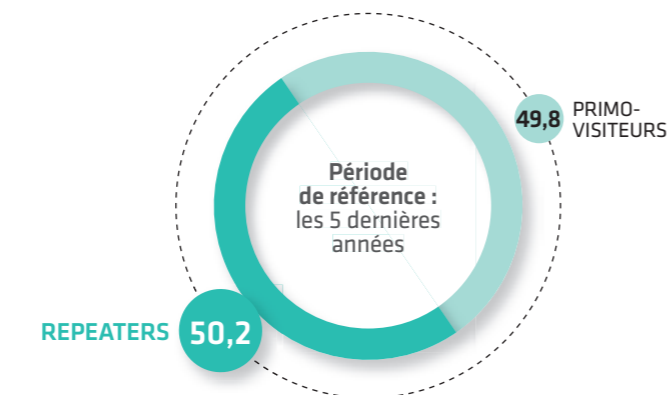
Quel type de voyage ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (83,5 %, +12,0 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (36,2 %, +8,6 points), en famille (25,4 %, +3,4 points) ou seuls (22,4 %, -10,0 points). Le séjour est inclus dans un circuit européen pour 50,7 % (+30,4 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans 38,2 % des cas (-31,9 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 14,8 % (+2,0 points). Les Brésiliens voyagent en individuel non organisé pour 80,5 % (+0,5 point). Ils sont 11,6 % à opter pour un séjour en individuel organisé (-2,1 points) et 7,9 % à préférer les groupes organisés (+1,6 point).

Quel hébergement ?

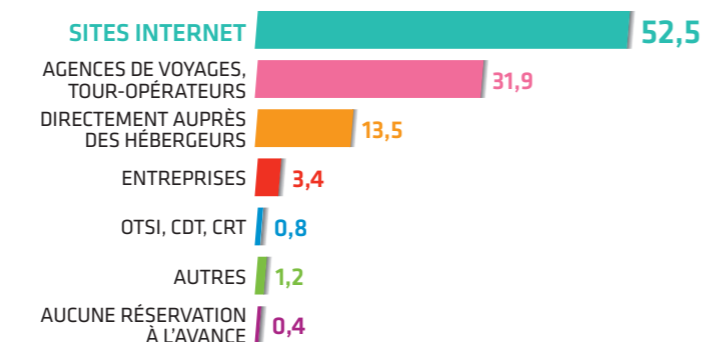
Près de 9 séjours sur 10 (89,3 %, +6,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 78,0 % (moyen de gamme pour 64,0 % et haut de gamme pour 23,7%), les meublés et locations saisonnières (5,5%), les résidences hôtelières (2,9 %) et les hébergements pour jeunes (2,1%). Les résidences principales d'amis (6,0 %) et de parents (2,8 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE RÉPARTITION ÉQUIVALENTE ENTRE LES REPEATERS ET LES PRIMO-VISITEURS BRÉSILIENS (EN %)



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1 % de repeaters et de 43,9 % de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Brésiliens favorisent également Internet (50,6 %, +1,4 point), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (29,1 %, +3,2 points).

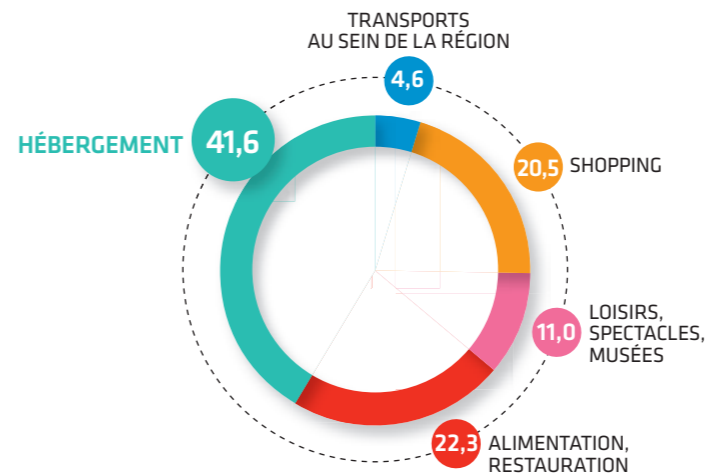
Quelles activités ?

Les Brésiliens se consacrent particulièrement aux visites de parcs et jardins (51,3 %, +16,6 points), à la découverte de la gastronomie (48,5 %, +12,9 points), aux visites de musées et monuments (97,7 %, +10,0 points) et aux sorties nocturnes (27,9 %, +9,6 points). Ils sont également davantage attirés par les marchés et brocantes (27,5 %, +5,4 points) ainsi que par la découverte de nouveaux quartiers branchés (20,8 %, +3,6 points). En revanche, ils sont moins intéressés par les visites guidées de quartiers (6,6 %, -1,4 point) ainsi que par la découverte des villes (69,1 %, -1,1 point).

Quels sites visités ?

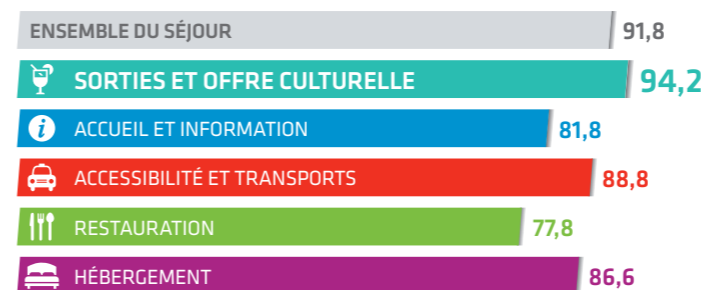
« Top 5 » des lieux les plus visités : la tour Eiffel (86,1%), l'Arc de triomphe (79,9%), le musée du Louvre (79,0%), le Sacré-Cœur de Montmartre (53,1%) et Notre-Dame de Paris (46,4 %). Ils sont nombreux à visiter certains des « classiques » cités plus haut comme le musée du Louvre (+23,9 points), l'Arc de triomphe (+23,1 points) et la tour Eiffel (+17,9 points). Ils visitent également davantage le musée d'Orsay (40,4 %, +16,4 points) et le château de Versailles (30,5 %, +13,5 points). Ils sont en revanche moins nombreux à se rendre à Notre-Dame de Paris (-13,6 points) et à Disneyland® Paris (12,6 %, -2,3 points).

21 % DES DÉPENSES DES BRÉSILIENS CONSACRÉES AU SHOPPING (EN %)



Les Brésiliens, dont la dépense moyenne par jour et par personne est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important aux loisirs (+2,5 points) et moins important aux transports (-2,2 points).

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET D'ACCUEIL (EN %)*



* % satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues: 94,3 %.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- S'adapter aux besoins des couples et des familles.
- Accentuer les efforts dans le secteur de la restauration en termes d'accueil et de services et être globalement attentifs à la qualité de l'accueil dans tous les secteurs.
- Privilégier Internet, à la fois comme vecteur d'information et de réservation.

L'essentiel

- 463 000 séjours** soit 3,1% des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 3 223 000 nuitées** soit 3,9% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 7,0 nuits** en moyenne.
- 50,2 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 92,1 %** voyagent en individuel.
- 83,5 %** voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 171 €** de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 91,8 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 98,1 %** recommanderaient la destination à leur entourage.
- 53,7 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.