



→ **Croissance économique :**

+2,9 % en 2022
+0,9 % en 2023*

→ **PIB par habitant :**

8 995 \$ en 2022
9 673 \$ en 2023*

→ **Taux d'inflation :**

+9,3 % en 2022
+5,0 % en 2023*

*Prévisions

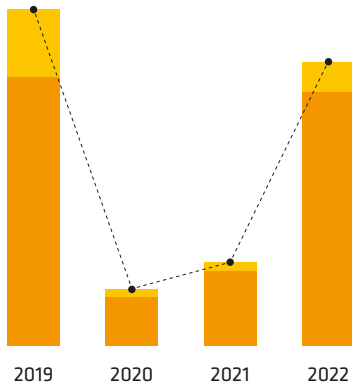
Source : FMI - avril 2023.

LES BRÉSILIENS

NOMBRE DE TOURISTES BRÉSILIENS (EN MILLIERS)

2,2 % de la fréquentation touristique internationale en 2022 (10^e rang)
2,3 % de la fréquentation touristique internationale en 2019 (11^e rang)

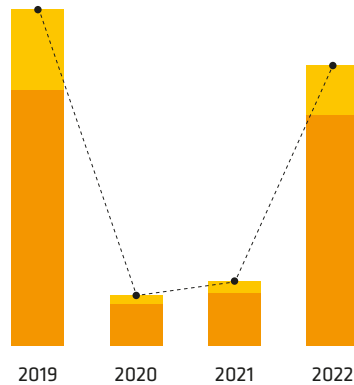
516,4	86,6	127,9	435,9
105,0	11,5	13,7	47,5
411,4	75,1	114,2	388,4



CONSOMMATION TOURISTIQUE BRÉSILIENNE (EN MILLIONS D'€)

3,2 % de la consommation touristique internationale en 2022 (8^e rang)
3,2 % de la consommation touristique internationale en 2019 (8^e rang)

462,9	68,9	89,1	385,7
111,8	11,2	17,2	68,6
351,2	57,7	71,9	317,1



● Loisirs ● Affaires et mixtes ● Global

PRINCIPAUX CHIFFRES 2022

436 000

touristes,
+241 % par rapport
à 2021 et -16 % par
rapport à 2019

3,0

millions de nuitées,
+358 % par rapport
à 2021 et -3 % par
rapport à 2019

386

millions d'euros,
+333 % par rapport
à 2021 et -17 % par
rapport à 2019

PROFIL DES BRÉSILIENS VENUS EN 2022



65 % ↗
de femmes

37 ans ↘
en moyenne

35 % ↗
en famille

89 % ↗
pour motifs personnels

3,2 ↗
personnes en moyenne

24 %
seul

20 % ↘
en couple



MODES DE TRANSPORT AU DÉPART

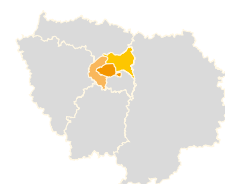
- 78 % en avion ↘
- 11 % en train ↗
- 10 % par la route ↗

DESCRIPTION DES SÉJOURS RÉALISÉS EN 2022



Plus de 6 touristes sur 10 réservent plus d'un mois avant le départ (61%, ↘). Pour 58 % d'entre eux, leur réservation se fait via des OTA. Sur place, plus de la moitié (54%, ↘) séjournent à l'hôtel. Ils restent en moyenne 6,8 nuits (↗) et dépensent 885€ par personne. À l'issue du séjour, plus de 9 touristes sur 10 sont satisfaits (93%) et 61% d'entre eux ont l'intention de revenir d'ici à deux ans (↗). Près des deux tiers se disent prêts à recommander la destination Paris Île-de-France à leur entourage (64%, ↘).

50 %
de primo-visiteurs ↗



TOP 3 DES DÉPARTEMENTS DU SÉJOUR

- 80 % à Paris ↘
- 7% dans les Hauts-de-Seine ↗
- 6% en Seine-Saint-Denis ↗

NOTES DE LECTURE : ↗ Hausse significative par rapport à 2019 ↘ Baisse significative par rapport à 2019

RECOMMANDATIONS MARKETING

→ Favoriser la communication digitale via les réseaux sociaux auprès de cette clientèle très attachée aux contenus en ligne

→ S'adresser en priorité au cœur de cible : les 30-40 ans

→ Proposer des offres diversifiées basées sur la culture, le shopping, l'art de vivre, les lieux branchés...