

**Population totale**

209,3 millions d'habitants

Taux de croissance économique

+1,1 %

PIB/habitant

9 821 USD

Taux de change moyen1 EUR = 4,31 BRL
variation 2018/2017 : +19,5 %**Taux de chômage**

12,3 %

LES BRÉSILIENS

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs brésiliens ont un âge moyen (41 ans) légèrement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des CSP⁺ pour plus de 4 personnes sur 10 (43,9 %, +10,3 points), employés pour 22,6 % (-4,3 points) et professions intermédiaires pour 8,3 % (-1,1 point).

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 visiteurs sur 10 (83,4 %, +8,0 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent en couple (32,3 %, +5,7 points), en famille (30,3 %, +3,7 points) ou seuls (20,9 %, -4,2 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 55,5 % (-16,6 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 37,2 % (+18,8 points) et d'un circuit France pour 11,6 % (-1,0 point). Les Brésiliens voyagent en individuel non organisé pour 84,5 % (+4,4 points). Ils sont 6,2 % (+1,2 point) à préférer les groupes organisés, 4,6 % (-2,1 points) à opter pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 4,6 % (-3,4 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

QUEL HÉBERGEMENT ?

Près de 9 séjours sur 10 (87,2 %, +5,1 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 63,9 % (51,7 % en 3 étoiles et 35,7 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (12,8 %), les résidences hôtelières (3,6 %) et les hébergements pour jeunes (3,5 %). Les résidences principales d'amis (8,8 %) et de parents (3,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (96,7 %), les promenades en ville (90,1 %) ainsi que les visites de parcs et jardins (74,5 %). Les Brésiliens se consacrent particulièrement aux visites de parcs et jardins (+20,6 points), aux promenades en ville (+15,2 points), aux sorties nocturnes (37,2 %, +14,8 points), à la découverte de la gastronomie française (59,7 %, +13,1 points) et aux visites de musées et monuments (+12,7 points). Ils sont également davantage attirés par le shopping (52,5 %, +3,8 points). En revanche, ils

sont moins intéressés par les parcs d'attractions (19,6 %, -4,4 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (81,0 %), l'Arc de triomphe (76,7 %), le musée du Louvre (73,6 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (48,4 %) et Notre-Dame de Paris (35,9 %). Ils sont nombreux à visiter certains des "classiques" cités plus haut comme l'Arc de triomphe (+28,6 points), le musée du Louvre (+23,4 points), la tour Eiffel (+16,1 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (+8,5 points). Ils se rendent également davantage au château de Versailles (23,4 %, +8,6 points), au musée de l'Armée (14,6 %, +8,2 points), au musée d'Orsay (27,6 %, +8,0 points), au centre Pompidou (22,1 %, +6,1 points) et à la Grande Arche de La Défense (9,8 %, +3,2 points). Ils sont en revanche moins nombreux à se rendre à Notre-Dame de Paris (-14,7 points) ou à Disneyland® Paris (12,8 %, -5,7 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	70,6%	12,4%	17,0%
Départ	87,5%	8,4%	4,2%

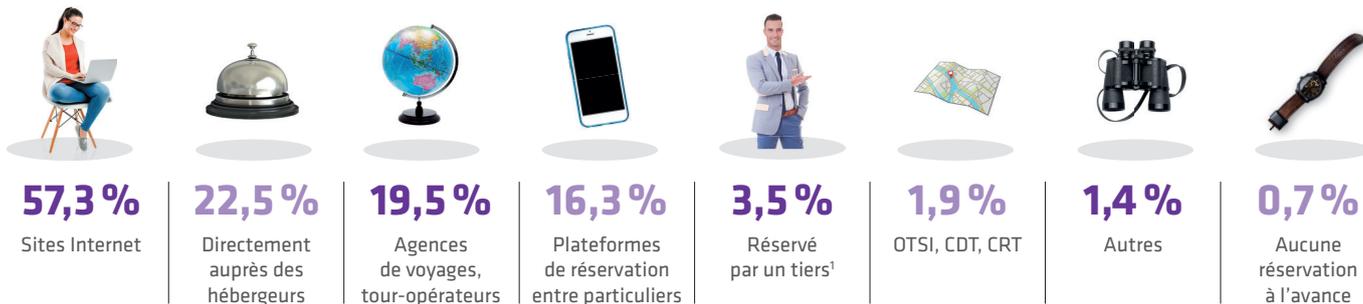


64,7%
Repeaters

35,3%
Primo-visiteurs

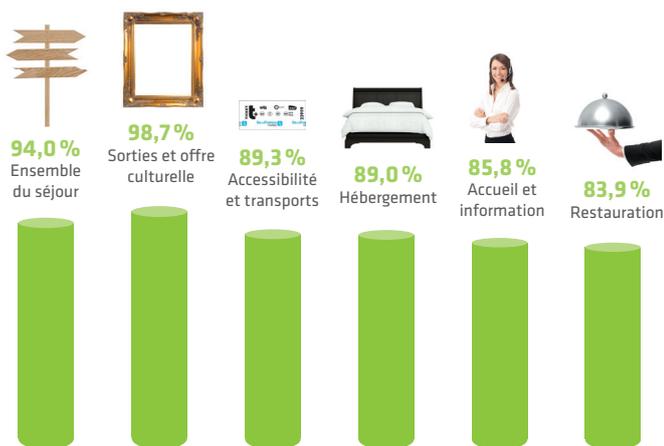
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.
Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



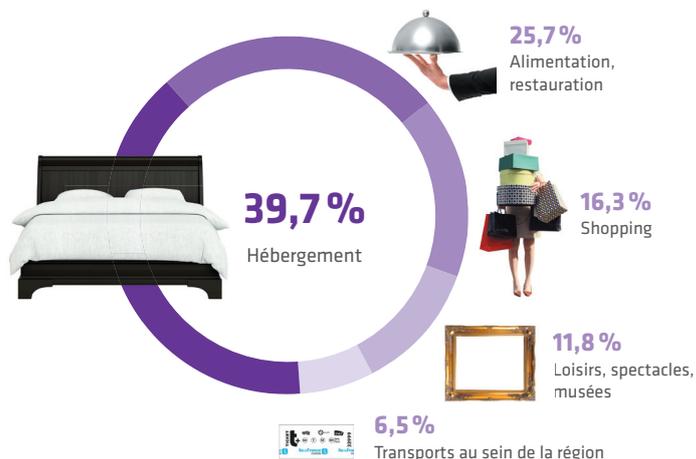
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.
1 - Entreprises, parents, amis.

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



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0%.

PLUS DU QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les Brésiliens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (155 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget aux loisirs (+2,4 points) et à la restauration (+2,4 points) et moins importante à l'hébergement (-4,7 points).

À retenir

- 487 000 séjours, soit 2,2% des séjours de la clientèle internationale
- 2 753 000 nuitées, soit 2,7% des nuitées de la clientèle internationale
- 427 millions d'euros de consommation touristique, soit 3,0% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- 5,7 nuits en moyenne
- 64,7% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- 84,5% voyagent en individuel non organisé
- 83,4% voyagent pour motifs personnels uniquement

Nos suggestions

- Mettre en avant les parcs et jardins à proximité des sites culturels, fortement appréciés par cette clientèle
- Valoriser la gastronomie et les sorties nocturnes auprès des touristes venus en couple
- Proposer des produits inédits à cette clientèle qui connaît bien la destination
- 879€ de budget moyen de séjour par personne
- 94,0% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- 52,4% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans