



La clientèle brésilienne



L'essentiel ⁽¹⁾

- **Forme d'état** : république fédérale présidentielle composée de 26 états et d'un district fédéral regroupés en cinq grandes régions statistiques (le Nord, le Nord-est, le Centre-ouest, le Sud-est et le Sud)
- **Capitale** : Brasilia
- **Langue(s) officielle(s)** : le portugais
- **Monnaie** : Réal brésilien (1 € = 3.40 BRL)
- **Population** : 202,8 millions d'habitants (2014)
- **Densité moyenne** : 24 habitants/km² (2014)
- **Taux de croissance économique** : + 2,5 % (2013)
- **PIB par habitant** : 11 067 \$ (2014)
- **Taux d'inflation** : + 6,3 % (2014)
- **Taux de chômage** : + 5,5 % (2014)
- **Vacances et congés** : L'année scolaire s'effectue de février à décembre, avec un mois de vacances en hiver (au mois de juillet), une semaine en février-mars pour le Carnaval, une semaine fin mars – début avril pour Pâques, et des grandes vacances de mi-décembre à fin janvier, période estivale au Brésil. Le nombre de congés payés dépend des absences du salarié. La loi prévoit 30 jours (calendaires, les week-ends étant inclus) correspondant au nombre de vacances accordées à un employé qui a été absent moins de 5 jours.
- **Aspects culturels** : Le Brésil, colonie prospère de la couronne portugaise durant plusieurs siècles, est connu comme le grand melting pot sud-américain. Il n'est plus guère possible d'individualiser les origines de la grande majorité des habitants, mais globalement, après l'appartenance portugaise, ce sont les vagues d'immigration en provenance d'Italie et d'Allemagne, voire de Suisse, qui ont laissé les traces les plus visibles dans le pays, jusque dans des villes du Sud aux allures bavaroises. Le Brésil compte aussi des communautés d'origine juive, libanaise et japonaise parmi les plus fortes au monde, sans oublier la population noire ou métisse issue de la traite des esclaves, ni les Indiens encore nombreux en Amazonie malgré une assimilation qui progresse sans cesse. Le climat, plus tempéré au Sud, et la répartition des différents groupes de population contribuent aux forts clivages sociaux entre états et régions du Brésil.

Caractéristiques générales des voyages ⁽²⁾

- **Départs annuels en voyage** : 1,7 millions de Brésiliens sont venus en Europe en 2013
- **Durée moyenne de séjour en France** : 10 jours
- **Saisonnalité** : toute l'année avec des pics en mai / juin et septembre / octobre
- **Budget des Brésiliens en France**: 180 euros par jour en moyenne
- **Thématiques prédominantes** :
« Art de vivre à la française » : culture, patrimoine, mode, vins, gastronomie ; contrairement aux Etats-Unis, destination principalement basée sur le shopping, le touriste brésilien choisit la destination France en raison de la grande variété d'offres qu'elle propose : tourisme culturel, urbain, tourisme religieux, œnotourisme,...
- **Types d'hébergements** :
Hôtellerie, principalement 3 à 5 étoiles
- **Commercialisation** :
Pour satisfaire les attentes de la classe moyenne brésilienne qui voyage à l'international, le secteur des voyages a connu des profonds bouleversements depuis 5 ans, avec notamment l'apparition de grands tour-opérateurs, dont CVC, regroupant des agences, des réseaux d'agences et des agences en ligne. Les agences traditionnelles se sont ainsi consolidées en particulier pour une clientèle haut de gamme qui souhaite des prestations de qualité et un encadrement parfait. Parallèlement, on constate une forte augmentation du tourisme en ligne (71% des consommateurs et 28% des ventes de voyages internationaux), des investissements dans les versions et applications mobiles, et une exceptionnelle pénétration des media sociaux.





■ Style de séjours

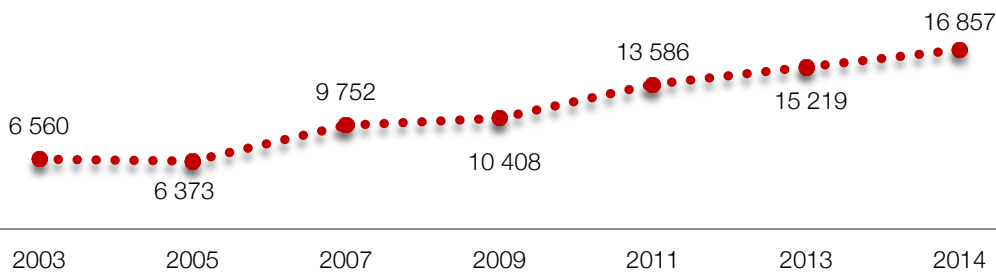
Les Brésiliens aisés, habitués à disposer de personnel et voyageant avec beaucoup de bagages, préfèrent souvent le transport en véhicule avec chauffeur au TGV, qui jouit pourtant d'une bonne image. Crédits gratuits très répandus (paiement en X fois sans frais), y compris pour les voyages, ce qui soutient l'accès au tourisme international des nouvelles classes moyennes. Choix du moyen de paiement (chèque ou carte) affiché sur les sites des TO et AGV avec indication du nombre d'échéances.

■ Suggestions ⁽²⁾

Le service doit être le maître mot. Ils ont besoin d'être choyés, «cocoonnés». Les Brésiliens sont très sensibles à la qualité de l'accueil, du service, à la langue parlée. Même si le « must » est bien sûr d'avoir du personnel qui parle brésilien-portugais, il est facile d'échanger avec eux en espagnol ou en anglais, les plus de 60 ans parlant quant à eux souvent le français. Ils ont un contact chaleureux et sont facilement tactiles. Ils aiment les rues animées, les marchés typiques, sortir le soir ... Ils ont peu de patrimoine chez eux et donc peu de références historiques. Les visites de châteaux, de musées marquants ainsi que les styles gothique ou roman les intéressent mais sans avoir toutefois toutes les connaissances requises pour comprendre toutes les clés. Il est donc préférable de ne pas leur imposer des explications trop détaillées.

■ Evolution de 2003 à 2014 des nuitées brésiliennes en Bourgogne ⁽⁵⁾

(hôtels)



■ Fréquentation par mode d'hébergements ⁽⁵⁾

- **Dans l'hôtellerie** : la clientèle latino américaine figure au 12^{ème} rang des clientèles étrangère en Bourgogne avec 16 857 nuitées en 2014 soit 1% des nuitées étrangères. La durée moyenne de séjour était de 1,5 nuitées en 2014.

Sources :

⁽¹⁾ FMI/Eurostat

⁽²⁾ Atout France

⁽³⁾ Baromètre eTour & ⁽⁴⁾ Observatoire eTour

⁽⁵⁾ Enquêtes de fréquentation INSEE (hôtels et campings) et gîtes de France (gîtes en centrale de réservation)

⁽⁶⁾ Enquête de notoriété Euroeka

Pour aller plus loin : consultez le site internet professionnel de Bourgogne Tourisme – www.bourgogne-tourisme-pro.com

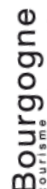
Votre contact promotion

Emmanuelle HERVIEU
 Chef de département marketing
 et promotion internationale
 Tel. 03 80 280 291
 e.hervieu@crt-bourgogne.fr



Votre contact observation

Fanny OEUVRAY
 Chargée de l'observatoire
 touristique régional
 Tel. 03 80 280 284
 f.oeuvray@crt-bourgogne.fr



Votre contact presse

Coralie MOISSON
 Chargée de presse
 Tel. 03 80 280 303
 c.moisson@crt-bourgogne.fr

