

Le Marché Brésilien

Le Brésil est un marché émergent mais il existait déjà, il y a plusieurs décennies, une importante demande de la classe supérieure, pour des séjours sur la Côte d'Azur, qui avait quasiment disparu. A présent, une nouvelle clientèle touristique se développe. Les liens avec le Portugal en font une porte d'entrée importante en Europe. Le Brésil est l'un des pays les plus inégalitaires au monde (5% de la population détient la moitié de la richesse nationale).

La France accueille 1,2 million de séjours (stable), durant 7,6 nuits. Du fait de la distance, l'intermédiation est très développée. Les dépenses à l'étranger s'accroissent (+20%/an de 2005 à 2014), mais depuis 2015, la situation économique s'est sensiblement dégradée.

La Côte d'Azur

Le marché brésilien est le principal marché d'Amérique latine, 15^{ème} marché étranger de la Côte d'Azur. Parmi les 53 sous-marchés (pays), il figure au 29^{ème} rang. La contribution du Brésil à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. La part de marché France est encore faible (5% des nuitées hôtelières).

Principales régions d'origine : 36% proviennent de Sao Paulo, 29% de Rio de Janeiro, 7% du Minas Gerais (Belo Horizonte), 6% de Bahia-Salvador, 3% du Rio Grande Do Sul (Porto Alegre), 3% du Parana (Curitiba) ; 74% proviennent donc du Sud-Est, 13% de Nord-Est/Bahia, 8% du Sud, tandis que la région de Brasilia n'émet que 4% des visiteurs et le Nord seulement 2%.

Chiffres clés

- 50 000 séjours de 5 nuits en moyenne, dont :
- 27 000 séjours en hôtels et résidences, dont 3000 à Monaco. Nuitées hôtels +10% entre 2016 et 2018 (durée moyenne 2,5 nuits)
- 13 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 119€/jour, 1079€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 55%, juillet-août = 27%, hiver = 19%. Pointe en juillet.

Visiteurs avion : 46% repartent sur des vols vers Paris 15% vers Lisbonne, 9% vers Barcelone/Madrid, 7% vers Londres, 5% vers Rome, 5% vers Francfort/Munich, 4% vers Genève/Zurich, 3% vers Venise.

Ce marché n'inclut que le Brésil, soit une population de 206 millions d'habitants (âge moyen : 27 ans)

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2016 : + 2,3%/an

Dépenses à l'étranger

16,8 milliards €, au 16^{ème} rang mondial en 2017 - Tendance annuelle moyenne 2005-2017 : +13% (mais -32% en 2015 et -16% en 2016 ; 2017 : +28%)

Nombre de jours de congés payés

30 + 5 jours fériés = 35

Visa nécessaire pour la France : **NON** si -3 mois

Particularités du calendrier : grandes vacances scolaires d'été de décembre à février

C'est un marché...

- émergent de longue distance, donc de primo-visiteurs (6 sur 10)
- majoritairement de loisirs
- de courts séjours hôtels (principal segment : 4-6 nuits)
- de groupes et d'individuels, actifs des catégories supérieures et jeunes (moyenne 40 ans)
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 50%), Monaco, casinos



Pouvoir d'achat du réal brésilien en France



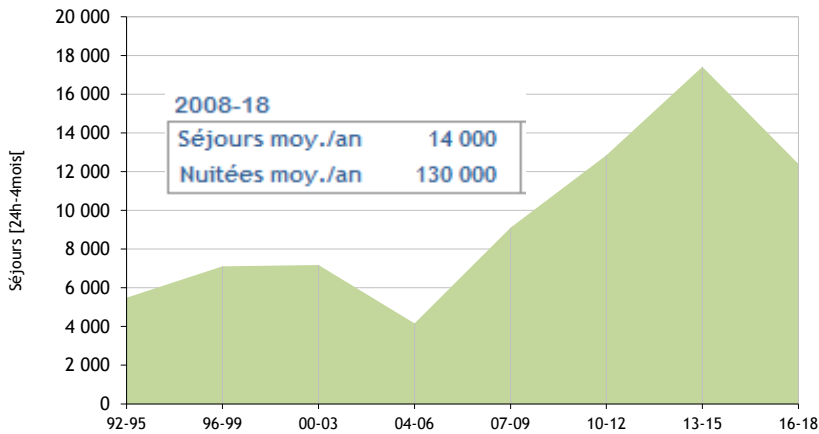
A mi Juin 2019, l'évolution du pouvoir d'achat des Brésiliens en France (€ pour 1 Réal) est franchement négative. Il s'est effondré de -50% entre 2011 et l'été 2018. Depuis, la tendance est légèrement positive.

😊 Points forts

- porteur à moyen et long terme
- tourné vers l'arc méditerranéen, au centre duquel se trouve la Côte d'Azur
- image et attractivité de Monaco (70% y font au moins une excursion, au 2^{ème} rang des marchés détaillés)
- forte dépense par personne (dép moy. : 119€/jour), notamment en shopping, ainsi qu'au casino (4^{ème} rang des marchés détaillés)

😞 Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris, avec faible part de marché Côte d'Azur (5% des séjours France)
- faible demande hivernale
- interruption de la croissance économique en 2015
- pouvoir d'achat (cours du Réal) en forte chute sur les dernières années (-50%)



Si la quasi-totalité des Brésiliens arrivent en Europe par avion, encore assez peu utilisent ce mode jusqu'à Nice-Côte d'Azur (environ un quart). L'absence de liaison aérienne directe pénalise la destination.

Le volume des séjours réalisés par avion jusqu'à Nice a fortement progressé entre 2004 et 2015, soit une moyenne annuelle de 17 000 séjours avion sur la période 2013-2015. Il rechute ensuite (13 000 actuellement).

L'hôtellerie accueille 27 000 séjours annuels, d'une durée moyenne de 2,5 nuits, dont 3000 à Monaco (durée moy. : 2,6 nuits). Entre 2016 et 2018, les nuitées hôtelières brésiliennes ont augmenté de 10%.

Les séjours par avion sont longs, soit plus de 9 nuits en moyenne, mais seulement 6,4 nuits en Loisirs Marchand (30% durent entre 4 et 6 nuits, principal segment) mais 18 nuits en Loisirs non Marchand, qui sont fréquemment de longs séjours (44% durent plus de 2 semaines).

Le taux de satisfaction est très bon avec 85% de "très satisfaits" et 3% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est très élevé avec 56% en moyenne, mais jusqu'à près de 70% en Loisirs Marchand (marché de longue distance où la fidélisation est plus difficile).

La dépense moyenne est élevée à 119€ par jour/pers. et 1079€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 8% des séjours, une faible part, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 27%.

La clientèle est âgée de 40 ans en moyenne, voire 35 ans en Loisirs non Marchand, donc assez jeune.

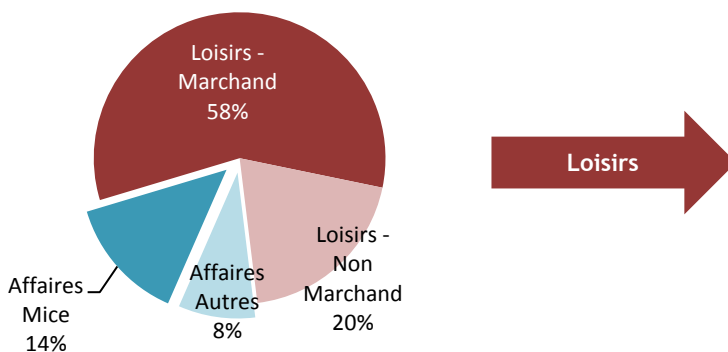
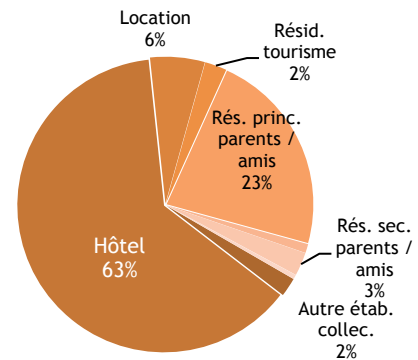
2001-18	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	9,4	6,4	17,9	9,4
Age moyen	40	40	35	43
Nb Personnes	1,7	2,1	1,5	1,4
Taux 1 ^{er} visite	56%	69%	21%	45%
Dépense/séjour	1 079 €	771 €	1 205 €	1 733 €
Dépense/jour	119 €	133 €	48 €	216 €
> 200€ / jour	27%	24%	9%	43%
De 30 à 200€ / jour	65%	73%	56%	54%
<30€ / jour	8%	4%	35%	3%
Satisfaction				
Très satisfaits	85%	86%	88%	80%
Satisfaits	12%	9%	11%	20%
Non entières. Satisf.	3%	5%	1%	0%

SEGMENTATION CIBLES

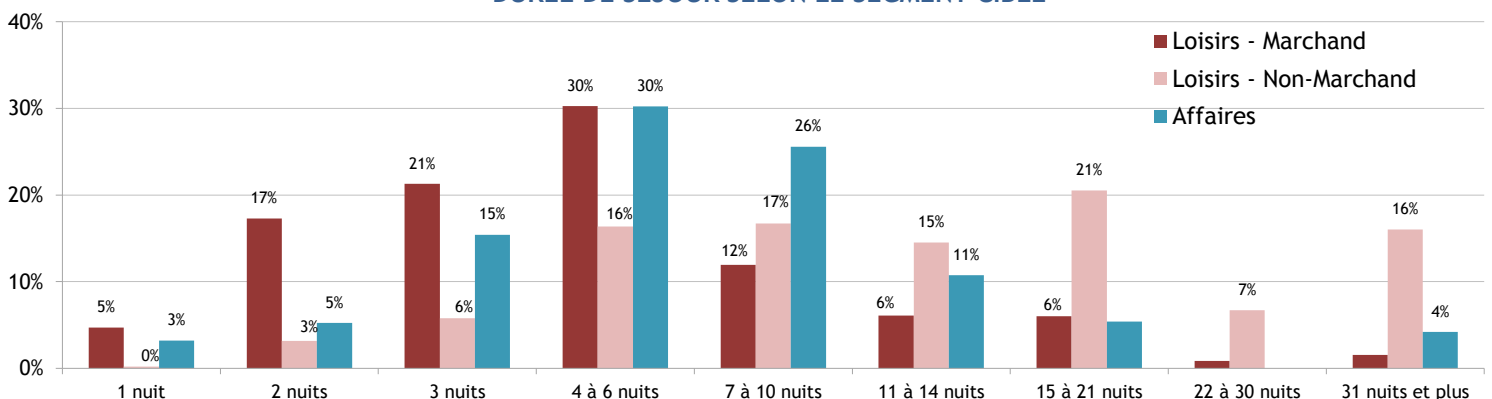
Le segment Loisirs Marchand regroupe 58% des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est assez faible soit 20%. Le segment Affaires représente moins du quart des séjours, dont 14% pour le MICE, segment dominant de l'Affaires.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 63% des séjours, devant les parents et amis (23%). La location ne concerne que 8% des séjours. Seuls 4% des séjours sont hébergés en résidences secondaires.

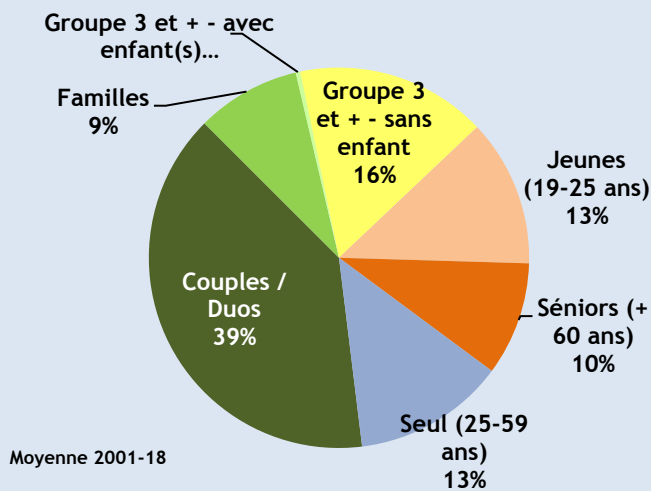
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

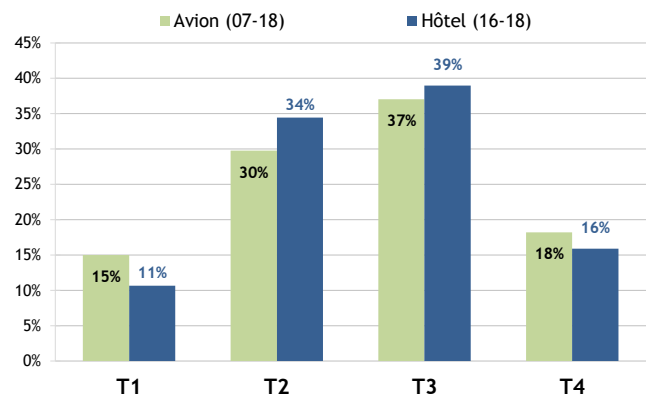


TYPLOGIE LOISIRS / AVION

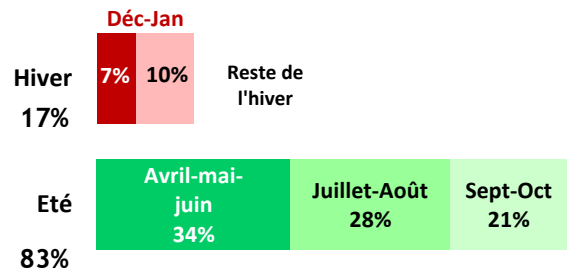


Les Brésiliens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 39% des cas. Le second segment en importance est celui des voyageurs à 3 personnes ou +, sans enfant (16% ; hors groupes constitués, non dénombrés). 13% voyagent seuls, mais ils peuvent rejoindre d'autres personnes sur place. 10% sont des Seniors. Les Familles représentent 9% (incluant 1,7 enfant en moyenne).

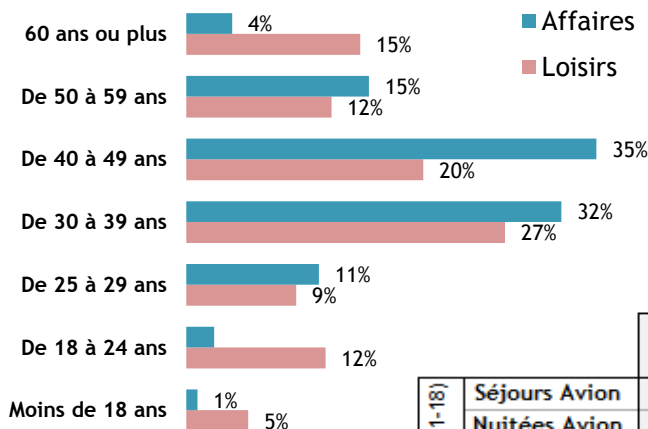
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITEES 2016-18 - HOTELS



SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



Saisonnalité : on note un très bon équilibre entre le 2^{ème} et le 3^{ème} trimestre, mais une demande plutôt faible au 1^{er} trimestre. L'hiver représente seulement 19% des arrivées annuelles. La période de Juin à Septembre représente 55% des arrivées.

Age/CSP : 69% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, 10% sont des étudiants et 7% des retraités. La classe d'âge la plus fréquente est de loin celle des 30-39 ans (27% des séjours Loisirs).

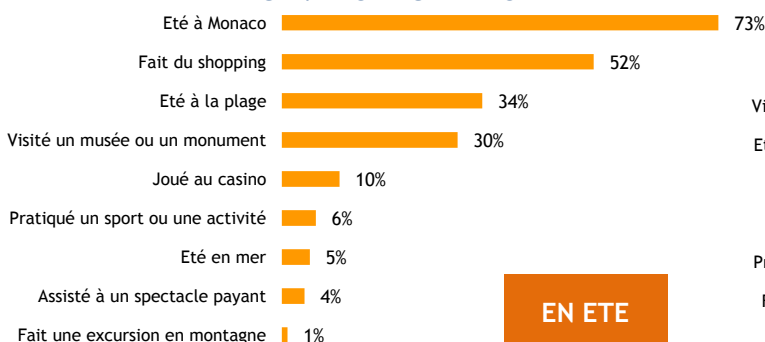
Zones : Nice héberge 55% des séjours avion et 3 primo-visiteurs sur 4. Cannes est la seconde zone choisie avec une belle part de 21%. Monaco héberge 10% des séjours et Antibes réalise près d'une nuitée sur 10. La demande moyen-haut pays reste infime.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-18) Séjours Avion	55%	3%	21%	7%	2%	10%	1%	0%
Nuitées Avion	50%	6%	22%	9%	1%	7%	4%	0%
Primo-visiteurs	76%	2%	10%	5%	2%	4%	1%	0%
Déjà-venus	43%	7%	22%	9%	4%	14%	1%	0%

SEGMENT LOISIRS

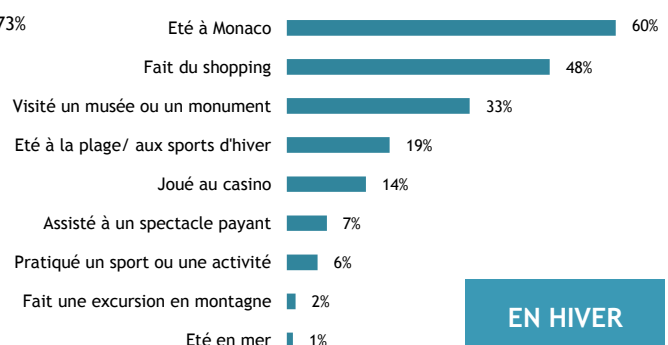
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (73%), le shopping (52%) et la plage (34%). En hiver, c'est encore la visite de Monaco qui vient en tête avec un taux de 60%, suivie du shopping avec 48% et de la visite de musée ou monument (33%). Sur l'année entière 11% jouent au casino, un taux relativement élevé.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER