

# ROADSHOW BRÉSIL



RIO DE JANEIRO | SALVADOR DE BAHIA | SÃO PAULO

27 JUILLET - 1ER AOÛT 2025



## UN MARCHÉ STRATÉGIQUE

Lors de la saison 24-25, le Brésil confirme son statut de marché touristique stratégique avec 81,3K de nuitées. Les touristes brésiliens représentent une clientèle moyenne gamme et haut de gamme toujours plus enclin à voyager en Europe pour vivre des expériences exclusives. Les tendances actuelles montrent que les voyageurs brésiliens recherchent des séjours combinés, faisant souvent escale dans des grandes capitales comme Paris avant de rejoindre des destinations de prestige comme Courchevel.

## PERFORMANCE DES DÉPENSES BRÉSILIENNES EN FRANCE

La clientèle brésilienne représente un segment en forte croissance sur le marché français. Les données Visa montrent que les porteurs de cartes brésiliens ont enregistré une augmentation significative de +33% de leurs dépenses à l'étranger notamment lors des JO de Paris 2024.

# 7,2%<sup>\*</sup>

de la clientèle de  
Courchevel  
provient du Brésil

\*chiffres EFFICEO en date du 1/12/24 au 21/04/24



## 4<sup>ème</sup>

# nationalité étrangère

chiffres EFFICEO en date du 1/12/24 au 21/04/24

## CONJONCTURE TOURISTIQUE DE LA FRANCE

### 2024

Avec 71 milliards d'euros de recettes internationales, la France enregistre une année record en hausse de 12 % par rapport à 2023.

Portée par les Jeux Olympiques et Paralympiques et des événements culturels, la France conforte sa place de première destination touristique mondiale en 2024 avec 100 millions de visiteurs internationaux

## PROFIL DES TOURISTES BRÉSILIENS

**Catégorie socio-professionnelle:** CSP+, 45-65 ans

**Type de séjour :** Haut de gamme (hôtels 4-5\*), en couple ou petits groupes famille ou amis

**Mode de réservation :** Anticipée, forte appétence pour les offres "Early Bird" et repeaters

## CONTEXTE ET MARCHÉ



212 MILLIONS D'HABITANTS

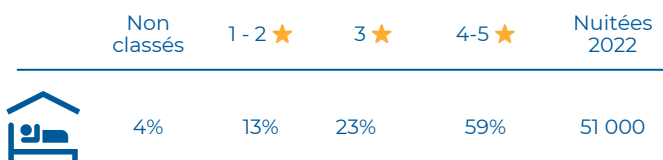


10 300 USD PIB / HABITANT



+2,2% CROISSANCE DU PIB RÉEL 2025

## RÉPARTITION PAR CATÉGORIE

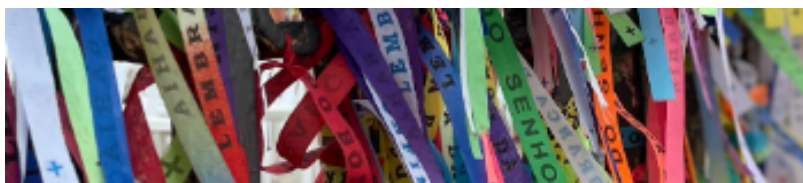


## ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS : ENTRE SÉJOURS TRADITIONNELS ET NOUVELLES TENDANCES

Le Brésil s'impose aujourd'hui comme un acteur de premier plan dans le domaine du digital, porté par des innovations majeures telles que le système de paiement instantané Pix et l'essor de plateformes e-commerce comme Mercado Libre. Cette transformation numérique influence directement les habitudes de consommation, y compris dans le secteur du voyage.

### Le smartphone, compagnon de voyage incontournable

Interrogés sur leurs habitudes en matière de tourisme, les Brésiliens placent le smartphone au cœur de leur expérience. Selon une enquête menée par Statista en 2024, 49 % des répondants affirment utiliser leur téléphone portable comme principal guide lorsqu'ils sont en vacances. Ce comportement reflète une évolution vers une autonomie numérique accrue, même en déplacement.



## L'essor du tourisme de luxe, entre digital et service personnalisé

Malgré cette digitalisation croissante, la clientèle brésilienne haut de gamme continue de privilégier la relation humaine et le conseil personnalisé, en particulier dans des destinations prestigieuses telles que Courchevel, où l'expérience sur mesure reste un critère essentiel.

Les agences de voyages et les services de conciergerie de luxe conservent ainsi une forte légitimité. En effet, 34 % des voyageurs se disent satisfaits de réserver leur séjour via un agent, et 60 % sont prêts à dépenser davantage pour bénéficier de l'expertise et de l'accompagnement attendus.

Cette clientèle en quête d'exclusivité recherche avant tout des expériences uniques et immersives, alliant prestations haut de gamme, confort raffiné et exploration culturelle, pour des séjours à la fois mémorables et authentiques.

## Omniprésence du digital

- Les Brésiliens sont très friands du digital humanisé et des influenceurs, qu'ils soient réels ou virtuels.
- Des avatars comme Lu do Magalu (7,6M d'abonnés instagram) et Lil Miquela (2,4M d'abonnés) ont conquis un large public.
- WhatsApp est privilégié pour le travail, et les réseaux sociaux jouent un rôle clé dans le statut social.
- Instagram, avec 120M d'utilisateurs, est l'une des plateformes les plus influentes du pays.

## LES FACTEURS DÉCLENCHEURS DU TOURISME HIVERNAL CHEZ LES BRÉSILIENS

Ce qui suscite des projets de voyage au ski chez les Brésiliens, c'est un mélange de désir d'évasion visuelle, de réseaux sociaux influents, de marques locales qui s'approprient l'univers neige, et d'une accessibilité croissante des destinations hivernales.



### LUCAS PINHEIRO BRAATHEN

Lucas Braathen met le ski sur la carte sportive du Brésil. Cela peut inspirer une nouvelle génération, encourager le tourisme hivernal et initier le développement d'une culture du ski dans un pays historiquement éloigné de ces pratiques.

### FARM RIO INVITE AU VOYAGE

La collection ski de Farm Rio ne se contente pas d'habiller pour la neige : elle transforme la perception du ski au Brésil. Elle crée du désir, suscite des projets de voyage, notamment vers les Andes, les Alpes ou le Canada, incite à s'équiper, et donne aux acteurs du tourisme sportif un nouveau segment marketing très vivant et stylé.



### SAISON FRANCE - BRÉSIL

Lancée à l'issue d'un sommet en juin 2023 entre le les Présidents Macron et Lula, cette saison célèbre les 200 ans de relations diplomatiques.

La Saison 2025 est un événement pluridisciplinaire, innovant et durable, visant à :

- Renouer et dynamiser une relation bilatérale historique
- Servir de plateforme d'influence globale franco-brésilienne sur les défis contemporains (écologie, droits, démocratie, mondialisation)
- Bâtir des coopérations pérennes, au-delà de l'année symbolique

### LES CONNEXIONS ENTRE LA FRANCE ET LE BRÉSIL RENFORCÉES EN 2025

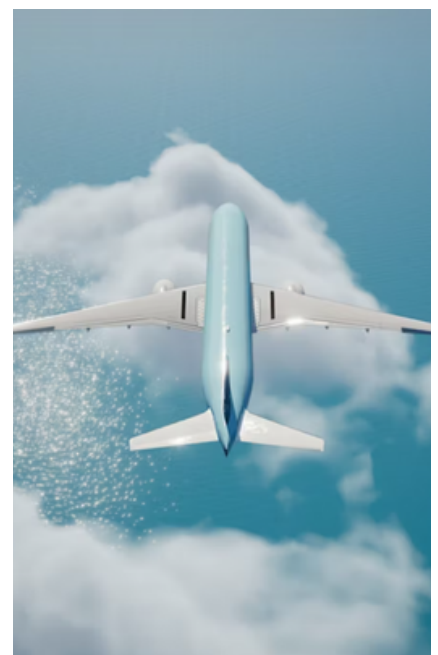
- Le Brésil est le 3<sup>e</sup> marché long-courrier hors Europe pour la France et la 2<sup>e</sup> destination européenne des Brésiliens après le Portugal.

Air France, acteur clé :

- 47 vols hebdomadaires (déc. 2024 – mars 2025).
- Nouvelle ligne vers Salvador de Bahia, pour :
  - Répondre à la hausse de la demande touristique
  - Renforcer la présence en Amérique du Sud
  - Valoriser Salvador, hub économique régional dynamique
  - Optimiser la stratégie de hub d'Air France

Coopération renforcée :

- Partenariat renouvelé avec GOL, couvrant 99 % de la demande Europe-Brésil.



# CHIFFRES & TENDANCES GÉNÉRALES

## Tendance et perspective du marché du luxe

“Plus que jamais la résilience du secteur semble aussi s'incarner dans la propension des marques à proposer des expériences à forte valeur ajoutée alors que les clientèles du luxe tendent aussi à diriger leurs achats vers des voyages, évènements et toutes autres propositions basées sur l'immersion et l'engagement.[...]”

Le retour à la croissance pourrait également être porté par des marchés émergents tels que l'Inde, l'Amérique latine, l'Asie du Sud-Est ou encore l'Afrique. Ensemble, ces régions pourraient injecter plus de 50 millions de consommateurs - principalement issus des classes moyennes supérieures - dans l'industrie du luxe d'ici 2030.”[...] [En savoir plus](#)

## Tendance pour le tourisme de luxe

“Virtuoso et Globetrotter ont dévoilé le rapport "Luxury Travel Trend Watch : 2025" autour des perspectives du secteur du voyage haut de gamme l'année prochaine. Du tourisme bien-être aux expériences spontanées en passant par les femmes en quête d'aventure en solitaire[...]” [En savoir plus](#), [Voir le rapport](#)

## Perspective de l'hôtellerie 2025

Le rapport EHL Insights identifie cinq tendances majeures qui définiront l'hôtellerie en 2025, soulignant l'adaptabilité du secteur et son engagement envers le progrès technologique et les besoins humains[...]” [En savoir plus](#), [lire l'étude](#)

## Bilan du tourisme en France pour la saison hivernale

Nathalie Delattre, ministre déléguée chargée du Tourisme, présente des chiffres du tourisme encourageants pour ce début d'année 2025 et des perspectives positives pour le printemps. Présentation des principaux indicateurs.[...] [En savoir plus](#)

## Coolcation, l'avenir du tourisme

Échapper à la canicule, éviter les vagues de chaleur, trouver un refuge frais... Telle est désormais la tendance qui façonne les choix des vacanciers pendant les grandes vacances d'été. Si certains optent pour les pays scandinaves, beaucoup préfèrent rester en France métropolitaine, à la recherche de lieux tempérés, loin des plages bondées.

Que ce soit en forêt, en montagne, ou au bord de lacs et rivières, cette quête de fraîcheur privilégie des destinations où la nature est au cœur de l'expérience. Cependant, l'attrait croissant pour ces espaces soulève la question des infrastructures nécessaires pour accueillir cette afflux saisonnier, particulièrement dans des environnements sensibles.

Ainsi, les touristes étranger provenant de pays chaud comme le Brésil, le Moyen Orient ou l'Inde pourraient de plus en plus favoriser les destinations plus fraîches pour leurs vacances.

# PROGRAMME DE LA TOURNÉE

Du samedi 26 juillet au vendredi 1er août

📌 Samedi 26 / Dimanche 27 juillet – Arrivée des participants à Rio de Janeiro

📌 Lundi 28 juillet – Rio de Janeiro

Événement toute la journée au Iate Clube do Rio de Janeiro

Participants : tour-opérateurs et agences invitées ✓

📌 Mardi 29 juillet – Rio → Salvador

Petit-déjeuner spécial dans un lieu avec Kangaroo Rio

Début d'après-midi : Transfert à l'aéroport – Vol vers Salvador

Soir : Cocktail avec clients directs, journalistes et influenceurs

📌 Mercredi 30 juillet – Salvador → São Paulo

Petit-déjeuner avec TO et agences locales à Salvador

Transfert à l'aéroport – Vol vers São Paulo

Arrivée à São Paulo

📌 Jeudi 31 juillet – São Paulo

Événement toute la journée avec TOs et agences

Lieu : Courchevel reçoit à la maison

📌 Vendredi 1er août – São Paulo

Petit-déjeuner avec Teresa Perez

Déjeuner avec TTW

Tea Time avec Primetour

Après-midi avec les journalistes – Happy Hour

Dîner & bilan

## OBJECTIFS DE LA TOURNÉE

- Promouvoir la destination auprès de la cible B2B : agents de voyages et TO
- Élargir le marché avec de nouveaux TO/agents
- Approfondir la formation de nos partenaires historiques (présentation des nouveautés)
- Accroître la visibilité de la destination afin d'augmenter la fréquentation des Brésiliens sur la totalité de la saison

Cette tournée s'inscrit dans la continuité des activités de promotion de la station.

## **Tournée Brésil 27 juillet au 1er août**

Responsable du dossier et du déplacement

Clémence LESELLIER

[clemence@courchevel.com](mailto:clemence@courchevel.com)

**Je souhaite participer au  
déplacement**

**Merci de vous inscrire avant le 17/06/25**

COURCHEVEL TOURISME

9 rue de l'Église 73120 Courchevel - France

[www.courchevel.com](http://www.courchevel.com)