



Commission canadienne  
du tourisme

Canadian Tourism  
Commission

# Brésil

## Analyse du marché 2009

Préparé par le Service de la recherche de la CCT



# Table des matières

---

Aperçu du marché .....	<b>1</b>
1) CONJONCTURE .....	1
2) ACCÈS AÉRIEN .....	1
3) TAILLE ET PART DU MARCHÉ AÉRIEN .....	1
4) CARACTÉRISTIQUES DES VOYAGES AU CANADA EN 2007.....	1
5) CONCURRENCE .....	2
6) PÉNÉTRATION DU MARCHÉ BRÉSILIEN .....	2
<b>1) CONJONCTURE .....</b>	<b>3</b>
Données démographiques : .....	3
Nouvelles tendances en matière de consommation : .....	4
Aperçu de l'économie : .....	5
<b>2) ACCÈS AÉRIEN .....</b>	<b>6</b>
Capacité actuelle : .....	6
Modifications apportées à la capacité opérationnelle des transporteurs : .....	6
Volume des voyageurs par rapport à la capacité aérienne en 2007 et 2008 : .....	6
Tendances en matière de capacité aérienne : .....	7
Capacité aérienne de la concurrence en 2008 : .....	7
Capacité aérienne en 2008 : .....	8
Capacité aérienne en provenance du Brésil - Janvier à juin 2009 (prévisions préliminaires) : .....	9
Autres renseignements importants sur les liaisons aériennes: .....	10
Renseignements sur les vols nolisés : .....	10
Exigences en matière de visa : .....	10
<b>3) TAILLE ET PART DU MARCHÉ AÉRIEN .....</b>	<b>11</b>
<b>4) CARACTÉRISTIQUES DES VOYAGES DES VISITEURS BRÉSILIENS.....</b>	<b>12</b>
Caractéristiques des voyages des visiteurs brésiliens au Canada : .....	12
Dépenses effectuées au Canada : .....	15
Visites du Brésil au Canada, par province : .....	16
<b>5) CONCURRENCE .....</b>	<b>17</b>
Principaux concurrents long-courriers : .....	17

6) PÉNÉTRATION DU MARCHÉ BRÉSILIEN.....	<b>19</b>
Industrie touristique : .....	19
Pratiques commerciales : .....	19
Sources et habitudes des médias : .....	19
Environnement électronique : .....	20

# Aperçu du marché

## 1) CONJONCTURE

- Le Brésil, dont la population totale est estimée à 196,3 millions d'habitants en 2008, se classe au cinquième rang mondial en termes démographiques. On prévoit que la population atteindra 201 millions d'ici 2010, et 223 millions d'ici 2020;
- Le Brésil, société très organisée autour de classes sociales, dispose d'une « élite » en pleine expansion, avec près de 20 millions de personnes faisant partie de la classe la mieux nantie aujourd'hui;
- Pour ce qui est du PIB, le Brésil peut se vanter de représenter la dixième économie en importance au monde. On s'attend à ce que l'économie brésilienne accuse un ralentissement en 2009, en raison des répercussions de la crise économique mondiale;
- Depuis 2004, le « nouveau réal » a connu une remontée par rapport au dollar canadien.

## 2) ACCÈS AÉRIEN

- En 2007, la capacité aérienne sur les vols sans escale a connu une baisse abrupte de 12,3 %, pour rebondir de 3,2 % en 2008 et s'établir à près de 80 000 sièges;
- Sur les vols d'Air Canada entre Toronto et Sao Paulo, la capacité de transport aérien a augmenté au cours de la saison d'hiver 2008 2009.

## 3) TAILLE ET PART DU MARCHÉ AÉRIEN

- Dans le monde, on a dénombré au total 4,2 millions d'arrivées en provenance du Brésil en 2008, soit une augmentation de 12,7 % par rapport à 2007;
- On estime que les voyages long-courriers en provenance du Brésil ont atteint 2,7 millions en 2008, ce qui représente une augmentation de 14,1 % par rapport à 2007;
- En 2008, le Canada a accueilli quelque 71 600 voyageurs brésiliens, ce qui représente une augmentation de 8,3 % par rapport à 2007;
- Par rapport à l'année 2000, le Canada a enregistré en 2007 une diminution de 1,6 % des recettes touristiques en provenance du Brésil, ces dernières totalisant 104,2 millions de dollars.

## 4) CARACTÉRISTIQUES DES VOYAGES AU CANADA EN 2007

- Les visites à des amis ou à de la famille (VAF) représentent le plus important motif des voyages effectués au Canada, soit 35 %, suivi par les voyages d'agrément, qui représentent 33 %;

- Les voyageurs d'affaires constituent le segment de clients potentiels le plus attrayant, ceux-ci dépensant en moyenne 1 842 \$ par voyage;
- Répartition selon l'âge : 31 % des voyageurs étaient âgés de 45 à 64 ans, soit la portion la plus importante de l'ensemble des voyageurs;
- Les voyageurs masculins représentent 55 % de l'ensemble des voyageurs en 2007, soit une augmentation de 10 % par rapport à 2000;
- Taille moyenne des groupes : la taille moyenne des groupes s'élève à 1,6, chiffre qui n'a pas changé depuis l'an 2000;
- Saisonnalité : les mois d'été continuent d'être les plus populaires, attirant 34 % du nombre total des visiteurs brésiliens au Canada;
- Destinations par province : l'Ontario demeure la destination la plus populaire, attirant 61 % de la clientèle.

## 5) CONCURRENCE

- Les États-Unis, l'Espagne, l'Italie, le Portugal, l'Allemagne et le Royaume-Uni ont constitué les principales destinations concurrentes du Canada en 2007.

## 6) PÉNÉTRATION DU MARCHÉ BRÉSILIEN

- L'industrie du tourisme joue un rôle prépondérant dans le processus de prise de décision du consommateur au moment de choisir une destination de voyage;
- Selon [Internetworldstats.com](http://Internetworldstats.com), le Brésil comptait 50 millions d'internautes en 2008, représentant de ce fait le pays d'Amérique du Sud le plus important en termes d'utilisateurs d'Internet;
- Soixante-deux pour cent des Brésiliens nantis possèdent un ordinateur de bureau, 14 % possèdent un ordinateur portable, et plus du tiers possèdent un téléphone cellulaire avec capacité d'accès Internet;
- Au Brésil, le commerce électronique connaît une évolution rapide; selon la publication [Valor Economico](#), sur l'année 2007 uniquement, le marché a connu une expansion de 43 %.

# 1) CONJONCTURE

## Données démographiques :

- Avec ses 196,3 millions d'habitants en 2008, le Brésil se classe au cinquième rang mondial des pays les plus peuplés. On s'attend à ce que la population du Brésil atteigne 201 millions d'ici 2010, et 223 millions d'ici 2020 (U.S. Census Bureau);
- La population du Brésil est relativement jeune, 53 % des habitants étant âgés d'un maximum de 29 ans, et 34 % ayant entre 30 et 54 ans en 2008 (U.S. Census Bureau);
- D'ici 2020, on prévoit une diminution du nombre des personnes âgées d'un maximum de 29 ans, alors que le nombre de personnes âgées de 30 ans et plus devrait augmenter;
- Malgré une économie en pleine croissance, près de 20 % de la population brésilienne peut être considérée comme vivant dans la pauvreté;

**Tableau 1 – Population des principales grandes villes du Brésil**

Rang	Villes principales	Population (en millions)
1	Sao Paulo	11,0
2	Rio de Janeiro	7,1
3	Salvador	2,9
4	Brasilia	2,6
5	Fortaleza	2,5
6	Belo Horizonte	2,4

Source : *Brazilian Institute of Geography and Statistics [IBGE], Recensement de la population - 2008*

- Au Brésil, la population est répartie de manière très inégale. La majorité des Brésiliens habitent à 300 kilomètres ou moins de la côte, de sorte qu'il existe des secteurs très densément peuplés. Environ 80 % de la population brésilienne habite dans les centres urbains;
- Près de 10 % de la population brésilienne habite à Sao Paulo et Rio de Janeiro. Le tiers des habitants de ces deux centres urbains habite dans des bidonvilles (*visit Britain*);
- L'immigration constitue un facteur démographique très important dans la formation, la structure et l'histoire de la population du Brésil. Le Brésil a accueilli le troisième nombre plus important d'immigrants de l'hémisphère ouest, après les États-Unis et l'Argentine.

- **Langue** – Au Brésil, le portugais est la seule langue officielle. Presque tous les habitants le parlent, et il constitue pratiquement la seule langue utilisée dans les écoles, dans les journaux, à la radio, à la télévision et à toutes les fins commerciales et administratives;
- Parmi les autres langues parlées, on compte l'espagnol, l'anglais, le français et le néerlandais;
- Dans la plupart des États brésiliens, l'anglais fait aussi partie du programme éducatif au secondaire, mais très peu de Brésiliens le parlent couramment. L'anglais est la seconde langue de premier choix avant l'espagnol, et les Brésiliens instruits parlent généralement deux langues;
- **Taux d'alphabétisation** – Près de 88,6 % de la population du Brésil sait lire et écrire.
- **Religion** – La religion prédominante est le catholicisme, pratiqué par 74 % de la population, alors que le protestantisme est pratiqué par 15,4 % de la population (Recensement 2000);
- **Congés** – En moyenne, les Brésiliens bénéficient de quatre semaines de congés payés par an;
- Entre les mois de décembre et février, les Brésiliens ont tendance à prendre de longues vacances à l'intérieur du pays, et ceux qui peuvent se le permettre prennent d'autres vacances au milieu de l'année (*Euromonitor, 2006; Commission européenne de tourisme, 2006*).

## Nouvelles tendances en matière de consommation :

- En 2007, le revenu familial moyen des Brésiliens était de 16 208 \$US, mais près de 75 % des ménages disposaient d'un revenu inférieur à ce montant;
- Le pourcentage des ménages touchant un revenu disponible annuel supérieur à 7 500 \$US est passé de 42,7 % en 2005 à 57,1 % en 2007 (*Euromonitor 2008*);
- Il existe un système de classes sociales très solide au Brésil. L'élite brésilienne, ou classe supérieure, affiche une croissance exceptionnelle, puisque 10 % des ménages générant les revenus les plus élevés jouissaient d'un revenu disponible moyen de 72 932 \$US en 2007, soit une augmentation de 124 % par rapport à 2002;
- Au Brésil, près de 20 millions d'habitants font partie de la classe la plus aisée, la majorité d'entre eux travaillant dans des professions libérales ou occupant des postes de dirigeants d'entreprise. Ce sous-ensemble de Brésiliens manifeste un intérêt accru pour la « consommation pour le plaisir », soit les dépenses consacrées aux catégories d'aliments et de boissons haut de gamme, aux voitures de luxe, aux croisières et aux vêtements de couturiers (*Euromonitor 2008*);
- Bon nombre de consommateurs brésiliens achètent des produits pour assouvir un désir plutôt que pour satisfaire des besoins de base. Le style, la sensualité, le plaisir et la satisfaction constituent certains des éléments que les consommateurs recherchent dans les produits et services qu'ils achètent (*Euromonitor 2008*);



- Les Brésiliens se perçoivent comme des gens tolérants, amicaux et bons vivants, très attirés par l'éclat de la ville. Bon nombre d'entre eux sont des amateurs de magasinage et aiment faire du lèche-vitrine;
- Les voyageurs long-courriers ont tendance à provenir des couches les plus aisées de la population brésilienne;
- Les voyageurs long-courriers sont en quête d'expériences variées, y compris les sports d'action et d'aventure, les arts et la culture, la nature, les activités associées au patrimoine et les voyages aux seules fins d'exploration (*Euromonitor, 2006; Commission européenne de tourisme, 2006*).

## Aperçu de l'économie :

Tableau 2 – Indicateurs économiques divers sur le Brésil

Indicateurs	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PIB (% a/a)	5,7	3,2	4,0	5,7	5,5	-0,5	4,3	5,0
Inflation (% a/a)	6,6	6,9	4,2	3,6	5,7	4,8	3,6	4,0
Taux de chômage	3,9	4,5	5,2	6,3	5,8	1,0	3,7	3,8
Dépenses personnelles (% a/a)	11,5	9,8	10,0	9,3	8,4	8,2	8,0	7,8
\$CA/réal	0,4451	0,4993	0,5217	0,5513	0,5868	s.o.	s.o.	s.o.
(% a/a)	-2,6%	12,2%	4,5%	5,7%	6,4%	s.o.	s.o.	s.o.

Source : Oxford Economics et Banque du Canada

- Le Brésil se classe au dixième rang mondial en matière de PIB. Il représente les trois cinquièmes de la production industrielle de l'Amérique du Sud (*gouvernement brésilien,, [www.brail.gov.br](http://www.brail.gov.br)*);
- Le Brésil jouit d'une économie très diversifiée, avec de solides bases manufacturières et agricoles ainsi que d'excellentes ressources minérales. Au cours des dix dernières années, les efforts déployés pour garantir la stabilité macroéconomique et introduire des réformes structurelles ont établi des conditions favorables à une période de croissance soutenue. Le pays est maintenant mieux intégré à l'économie internationale;
- Ces derniers mois, l'économie brésilienne a été frappée de plein fouet par la crise financière mondiale, qui a provoqué d'importantes baisses de la production industrielle et l'effondrement des exportations. Étant donné la grande faiblesse de la production industrielle, il est fort à prévoir que l'économie continue à s'effriter en 2009, ce qui, selon les prévisions, risque de déboucher sur une croissance négative du PIB de 0,5 %;
- Entre le début de 2003 et l'année 2008, le « réal » brésilien s'est apprécié par rapport au dollar canadien, mais la tendance s'est inversée avec la crise financière mondiale;
- Une légère amélioration de l'économie brésilienne se dessine à l'horizon, étant donné la dépendance faible du Brésil sur les exportations, ses bases économiques relativement solides, et la possibilité d'un allègement majeur de sa politique monétaire en 2009.

## 2) ACCÈS AÉRIEN

### Capacité actuelle :

- Il est impossible de procéder à une évaluation complète de la capacité aérienne du Brésil en raison des données limitées. À l'heure actuelle, nous ne pouvons obtenir que les données sur les vols affichant un seul et même code du Brésil jusqu'au Canada. Cela exclut les voyageurs qui prennent des vols nolisés et ceux qui utilisent des transporteurs à code distinct à certaines escales.

### Modifications apportées à la capacité opérationnelle des transporteurs :

- Toronto constituant le seul point d'entrée au Canada, l'accès à l'ouest du pays représente un défi;
- Le transporteur Air Canada a annoncé qu'entre le 1er décembre 2008 et le 1er avril 2009, il offrira un vol quotidien à bord d'un Boeing 777-300ER d'une capacité de 349 sièges, entre Toronto et Sao Paulo, en remplacement du Boeing 767-300ER de 211 sièges utilisé jusque-là.

### Volume des voyageurs par rapport à la capacité aérienne en 2007 et 2008 :

- En 2007, les voyageurs en provenance du Brésil ont effectué 63 500 voyages de plus d'une nuit au Canada, alors que les Canadiens ont effectué environ 20 000 visites au Brésil;
  - ♦ En 2007, le nombre de voyageurs possibles dépassait la capacité aérienne.
- De janvier à décembre 2008, on estime que les voyageurs en provenance du Brésil ont effectué quelque 71 600 voyages de plus d'une nuit au Canada. On estime la capacité aérienne à environ 80 378 sièges pour l'ensemble de l'année 2008.

**Tableau 3 – Volume des voyageurs comparativement à la capacité aérienne - 2007 et 2008**

Brésil 2007 (en milliers)			
Volume des voyageurs Brésil au Canada	Volume des voyageurs Brésil au Canada	Volume des voyageurs Brésil au Canada	Volume des voyageurs Brésil au Canada
63 500	63 500	63 500	63 500

Sources : Statistiques Canada et Le Conference Board du Canada; BACK Aviation Solutions \* Données préliminaires

## Tendances en matière de capacité aérienne :

- En 2005 et 2006, en matière de capacité, on note des augmentations à deux chiffres (+13,2 % et +10,4 % respectivement);
  - ♦ En 2005, la hausse était surtout attribuable aux augmentations importantes survenues au dernier trimestre de l'année, soit entre les mois d'octobre et de décembre 2005, alors qu'en 2006, elle était surtout attribuable aux augmentations importantes enregistrées aux premier et dernier trimestres de l'année.
- En 2007, on note une diminution considérable de la capacité aérienne sur les vols sans escale ( 12,3 %), en raison de la baisse de la capacité aux premier et dernier trimestres de l'année;
- En 2008, la capacité aérienne sur les vols sans escale a rebondi de +3,2 %. Cette augmentation est surtout attribuable aux hausses importantes enregistrées au dernier trimestre de l'année. En décembre, Air Canada a apporté des améliorations à son service entre Toronto et Sao Paulo, en passant du Boeing 767-300ER au Boeing 777-300R, ce qui lui permet d'offrir 138 sièges supplémentaires par jour.

**Tableau 4 - Tendances en matière de capacité aérienne**

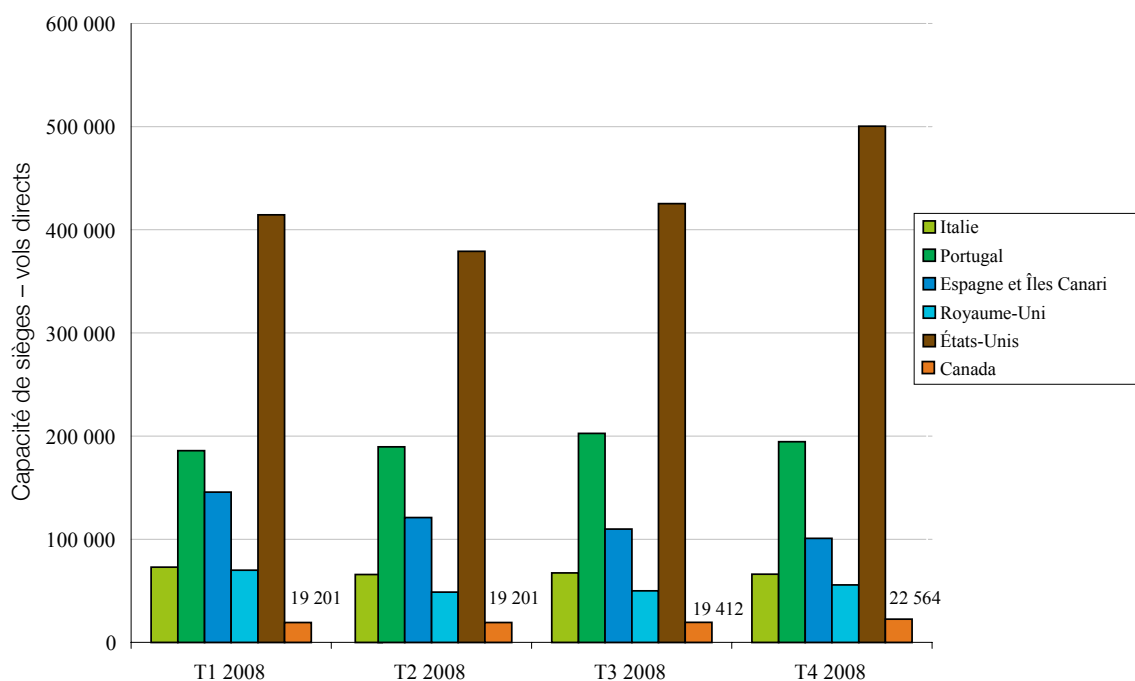
Capacité aérienne sur les vols du Brésil vers le Canada - 2004 à 2008					
Brésil	Brésil	Brésil	Brésil	Brésil	Brésil
Variation (%)	Variation (%)	Variation (%)	Variation (%)	Variation (%)	Variation (%)

Source : Le Conference Board du Canada; BACK Aviation Solutions

## Capacité aérienne de la concurrence en 2008 :

- En 2008, la capacité aérienne des vols sans escale vers le Canada est demeurée bien inférieure à la capacité des destinations concurrentielles;
- Au premier trimestre 2009, on s'attend à ce que le nombre de sièges disponibles sur les vols directs du Brésil vers le Canada augmente de 47,6 %.

**Graphique 1 – Capacité aérienne trimestrielle du Brésil vers certaines destinations pour l'année 2008**



Source : Le Conference Board du Canada; BACK Aviation Solutions

## Capacité aérienne en 2008 :

- Sur les vols sans escale au départ du Brésil, on a enregistré en 2008 une capacité totale de 80 378 sièges. Tous les vols étaient à destination de Toronto.

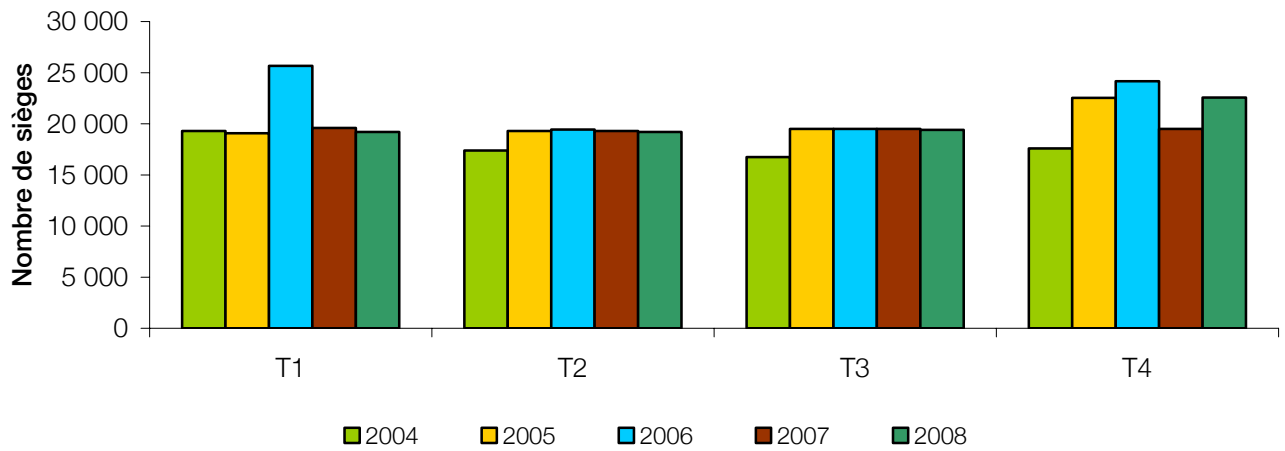
**Tableau 5 – Capacité aérienne au départ du Brésil pour l'année 2008**

Transporteur	Ville de départ	Ville d'arrivée	Fréquence	Nbre total de sièges	Nbre d'escales	Type d'appareil
Air Canada	Sao Paulo	Toronto	335	70 685	0	Boeing 767-300
Air Canada	Sao Paulo	Toronto	27	9 423	0	Boeing 777-300ER
Air Canada	Sao Paulo	Toronto	1	270	0	Boeing 777-200LR
Total			363	80 378		

Source : Le Conference Board du Canada; BACK Aviation Solutions

- Ces cinq dernières années, la capacité est demeurée stable aux deuxièmes et troisièmes trimestres sur les vols directs du Brésil vers le Canada, à l'exception d'une augmentation plus perceptible aux deuxième et troisième trimestres de 2005;
- La capacité a atteint un sommet au premier trimestre de 2006, mais est depuis revenue aux niveaux antérieurs à 2006;
- C'est au cours du dernier trimestre, soit d'octobre à décembre, que la capacité aérienne est la plus variable.

**Graphique 2 – Capacité aérienne saisonnière sur les vols directs au départ du Brésil**



Source : Le Conference Board du Canada; BACK Aviation Solutions

### Capacité aérienne en provenance du Brésil - Janvier à juin 2009 (prévisions préliminaires) :

**Tableau 6 - Capacité aérienne - Janvier à juin 2009 (prévisions préliminaires)**

Transporteur	Ville de départ	Ville d'arrivée	Fréquence	Nombre total de sièges	Nombre d'escales	Type d'appareil
Air Canada	Sao Paulo	Toronto	93	19 623	1	Boeing 767-300
Air Canada	Sao Paulo	Toronto	80	27 920	1	Boeing 777-300ER
Total			173	47 543		

Source : Le Conference Board du Canada; BACK Aviation Solutions

- Comparativement aux mois de janvier à juin 2008, on s'attend à ce que la capacité aérienne augmente de 24 % sur les vols directs au départ du Brésil vers le Canada (environ 9 100 sièges) au cours des deux premiers trimestres de 2009.

## Autres renseignements importants sur les liaisons aériennes<sup>1</sup>:

- Pour les voyages du Brésil vers le Canada qui ne figurent pas dans les données de BACK Aviation Solution, les liaisons à une et deux escales incluent ce qui suit :
  - ♦ United :
    - ♦ Rio de Janeiro à Washington, puis TORONTO
  - ♦ Continental :
    - ♦ Rio de Janeiro à Houston, puis TORONTO
    - ♦ Rio de Janeiro à Sao Paulo, à Newark, puis TORONTO
  - ♦ Air Canada / TAM Brazilian Airlines :
    - ♦ Rio de Janeiro à Sao Paulo, puis TORONTO
  - ♦ Delta:
    - ♦ Rio de Janeiro à Atlanta, puis TORONTO

## Renseignements sur les vols nolisés :

- Jusqu'à présent, aucun vol nolisé n'a été officiellement identifié.

## Exigences en matière de visa :

- Pour entrer au Canada, les voyageurs en provenance du Brésil doivent être munis d'un passeport et d'un visa;
- En 2004, le nombre de demandes de visas de la part des Brésiliens souhaitant se rendre au Canada a augmenté de 60 %, et le nombre de Brésiliens ayant soumis des demandes de visas de transit a augmenté de près de 250 % par rapport à l'année 2003. Le Canada était alors devenu la destination de prédilection des Brésiliens étudiant à l'étranger;
- En mai 2005, le Consulat général du Canada à Sao Paulo a adopté de nouvelles procédures de demandes de visa afin d'offrir au public brésilien un service efficace et de qualité. Ainsi, les demandeurs de visas n'ont plus à se présenter au Consulat canadien pour soumettre leur demande en personne. On les invite plutôt à les soumettre par l'entremise des agents de voyage ou de services de messagerie.

---

<sup>1</sup> Source : <http://www.expedia.ca/pub/agent.dll?tovr=-1294627292> (accès en février 2009).

### 3) TAILLE ET PART DU MARCHÉ AÉRIEN

Tableau 7 – Voyages en provenance du Brésil

	1991	1995	2000	2007*	2008*
Total mondial des arrivées** (en millions)	2,4	2,7	2,6	3,7	4,2
Variation (%)	-	14%	-5%	15%	13%
Total des arrivées – voyages long-courriers** (en millions)	1,8	1,9	1,8	2,4	2,7
Canada (en milliers)	33	40,6	50,1	66,1	71,6
Variation (%)	-	32,7 %	10,1 %	1,5 %	8,3 %
Part de marché du Canada	1,9 %	2,1 %	2,8 %	2,8 %	2,7 %

Source : Oxford Economics, TDM & ITS, Statistique Canada

\* Estimations préliminaires, Voyageurs en provenance du Brésil - NSA

\*\* Arrivées vers d'autres destinations, qui pourraient représenter un voyageur brésilien se rendant à de multiples destinations.

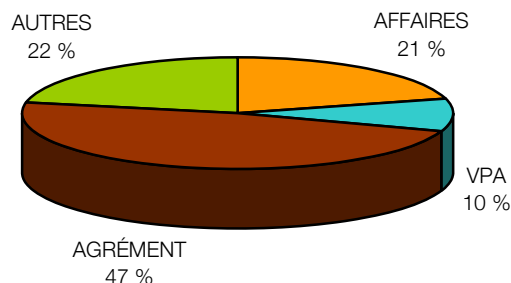
- En 2004, le Brésil a supplanté l'Argentine, devenant ainsi le premier pays d'Amérique du Sud en matière de voyages à l'étranger;
- En 2008, les arrivées en provenance du Brésil se chiffraient à environ 4,2 millions, ce qui représente une augmentation de 13 % par rapport à 2007;
- Le total des arrivées mondiales et des arrivées long-courriers en provenance du Brésil continue d'augmenter, les taux de croissance des voyages long-courriers représentant une moyenne annuelle de 6,8 % depuis 2000, et les taux de croissance des voyages à l'étranger augmentent à un rythme encore plus rapide, en moyenne de 7,4 % par année;
- En 2008, on rapporte près de 71 600 arrivées au Canada en provenance du Brésil, ce qui représente une augmentation de 8,3 %. En 2008, le Canada a atteint une croissance moyenne annuelle de 5,3 % des arrivées en provenance du Brésil depuis l'année 2000;
- La part du marché du Canada représente maintenant 2,7 % de tous les voyages long-courriers en provenance du Brésil.

## 4) CARACTÉRISTIQUES DES VOYAGES DES VISITEURS BRÉSILIENS

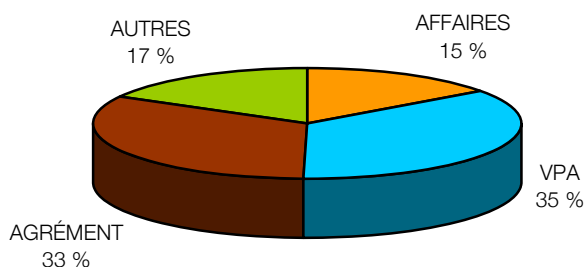
### Caractéristiques des voyages des visiteurs brésiliens au Canada :

Graphique 3 – Objectifs de voyage des Brésiliens en visite au Canada

Objectifs de voyage - 2000



2007 Trip by Purpose



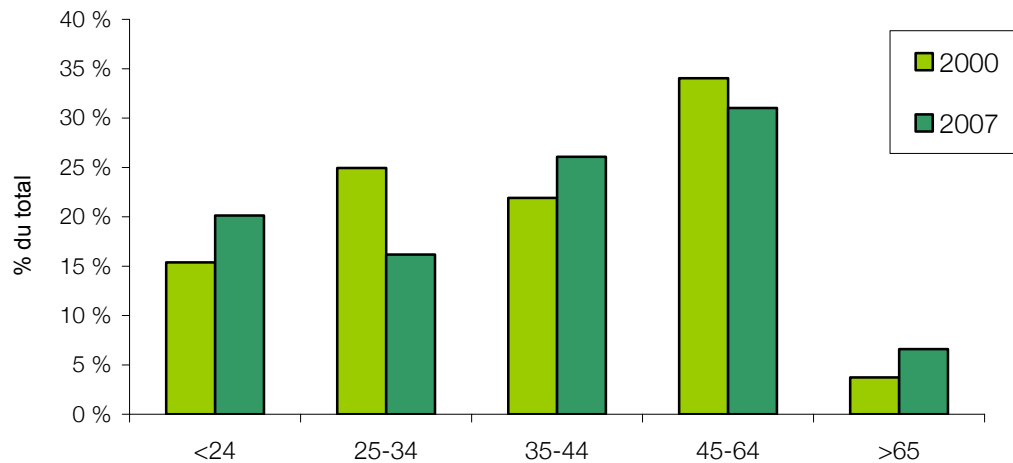
Source : EVI de Statistique Canada

- En 2007, les visites à des amis ou à de la famille (VAF) ont constitué l'objectif principal de voyage des Brésiliens venus au Canada, soit 35 % des voyages, suivi des voyages d'agrément, représentant 33 %. Quinze pour cent des voyages au Canada ont été effectués à des fins d'affaires, et 17 % à d'autres fins, y compris les séjours à des fins éducatives;
- Comparativement à l'année 2000, les VAF ont augmenté de manière significative, atteignant 35 % en 2007, ce qui représente une hausse de 10 %. En conséquence de cette augmentation, la proportion des voyages d'agrément a enregistré la baisse la plus importante (14 %), pour atteindre 33 %;



- En 2007, les Brésiliens ont passé en moyenne 18,9 nuits au Canada, comparativement à 20,1 nuits en l'an 2000;
  - ♦ En 2007, les Brésiliens en voyage d'agrément ont passé en moyenne 12,6 nuits au Canada, comparativement à 11,2 nuits en l'an 2000.
- La moitié de tous les visiteurs en provenance du Brésil ont voyagé à deux, alors que 36 % ont voyagé tout seuls. Ce sont des données qui n'ont pratiquement pas changé depuis l'année 2000. Très peu de Brésiliens ont voyagé accompagnés d'enfants, même si la proportion de ce groupe reste stable, avec 9 % en 2007;
- En 2007, près de 30 % des voyageurs brésiliens sont descendus à l'hôtel, et 28 % ont logé chez des amis ou de la famille.

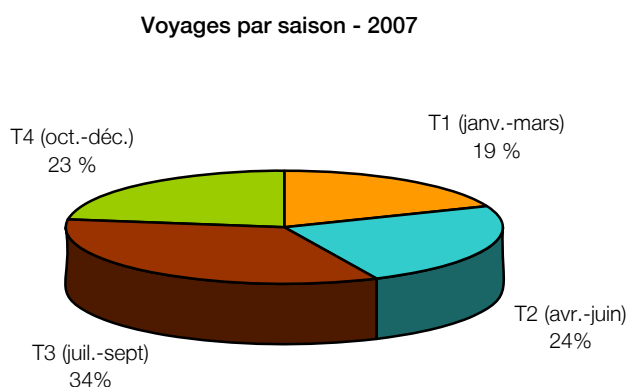
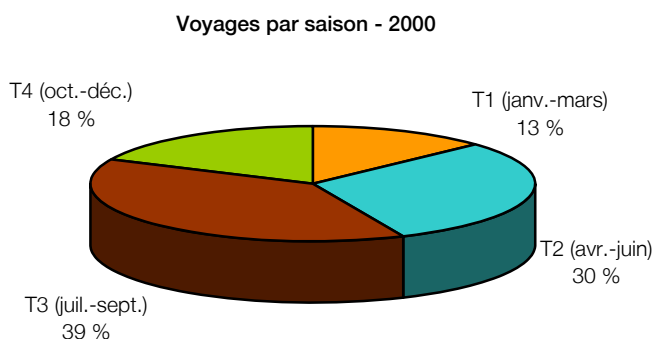
**Graphique 4 – Répartition selon l'âge des voyageurs brésiliens en visite au Canada**



Source : EVI de Statistique Canada

- En 2007, le cinquième de tous les visiteurs en provenance du Brésil étaient âgés de 24 ans maximum; 42 % étaient âgés de 25 à 44 ans; 31 %, de 45 à 64 ans, et 7 %, de 65 ans et plus;
- Comparativement à l'année 2000, on remarque une plus grande proportion de jeunes voyageurs âgés de 24 ans maximum et de visiteurs âgés de 35 à 44 ans s'étant rendus au Canada. Toutefois, la proportion de ces visiteurs âgés de 25 à 34 ans a diminué considérablement, avec une chute de 9 %, représentant 16 % du total des voyageurs.

## Graphique 5 – Voyages en provenance du Brésil, par trimestre



Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages internationaux.

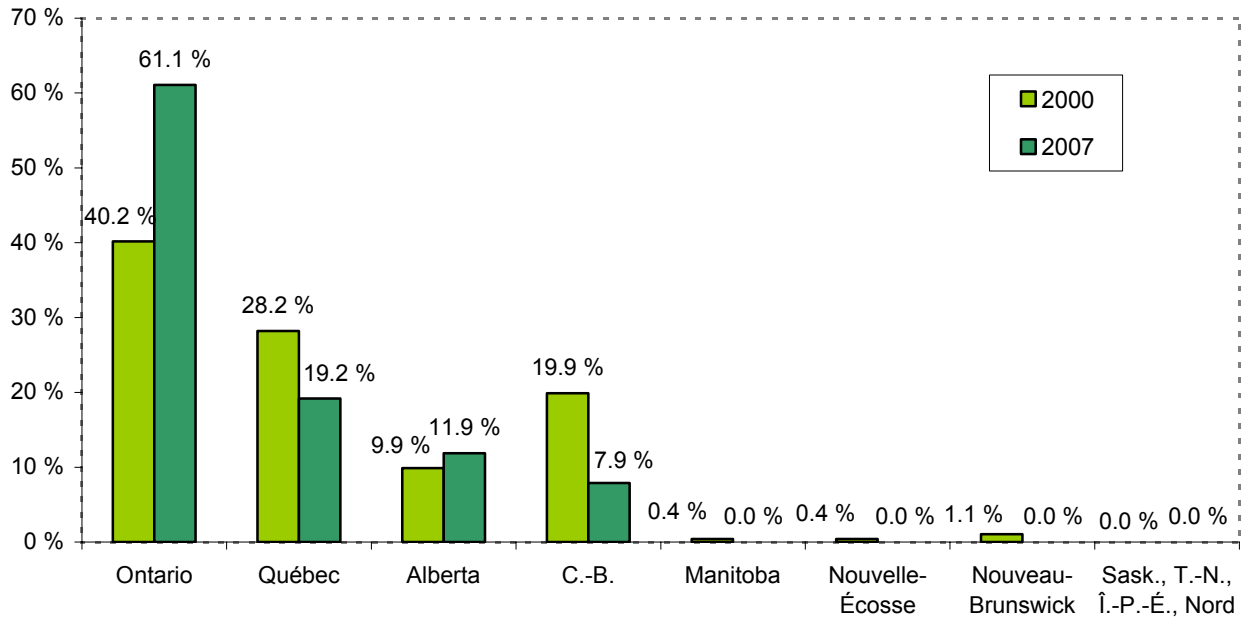
- Les mois d'été entre juillet et septembre s'avèrent les plus populaires. En 2007, 34 % du total des visites ont eu lieu pendant cette période. Les mois du printemps (T2) et d'automne (T4) sont toutefois pratiquement aussi populaires, puisqu'ils représentent respectivement 24 et 23 % des voyages;
- Comparativement à l'année 2000, on note des gains aux saisons d'automne et d'hiver, s'élevant à 5 et 6 % respectivement.

## Dépenses effectuées au Canada :

- En 2007, le Canada a enregistré une diminution de 1,6 % des recettes touristiques par rapport à l'année 2000, les recettes des séjours d'une nuit et plus en provenance du Brésil totalisant 104,2 millions de dollars;
  - ♦ Les voyageurs d'agrément ont apporté la plus importante contribution qui soit, avec 32,7 millions de dollars, soit 31,5 % du total des dépenses relatives aux séjours d'une nuit et plus en 2007.
- Compte tenu de l'augmentation significative du nombre de personnes s'étant rendues au Canada pour visiter des amis ou de la famille (VAF) en 2007, les recettes ont aussi augmenté considérablement dans ce groupe, soit de 352 % par rapport à l'an 2000. Les recettes générées par les voyages d'agrément ont chuté de 37 % en 2007 par rapport à 2000, ce qui reflète la diminution des voyages d'agrément;
- En 2007, les recettes générées par les voyages d'affaires ont augmenté de 31 %, en dépit d'une diminution de 8 % des voyages d'une nuit et plus chez ce groupe par rapport à l'année 2000, ce qui indique une augmentation de l'affluence dans le secteur des voyages d'affaires;
- Les Brésiliens ont dépensé en moyenne 1 642 \$ par voyage en 2007, soit 87,10 \$ par nuit, un montant plus élevé que la moyenne des dépenses effectuées par les Latino-Américains, qui se situe à 1 294 \$ par voyage, soit 77,80 \$ par nuit;
- Compte tenu de la moyenne des dépenses par voyage par personne, les voyageurs d'affaires semblent constituer le segment potentiel le plus attrayant, en raison de leurs dépenses moyennes de 1 842 \$ par voyage en 2007, ce qui représente une augmentation de plus de 41 % par rapport à l'année 2000. Les voyageurs d'affaires représentent aussi les meilleurs clients potentiels pour ce qui est des dépenses par nuit, qui se chiffrent en moyenne à 153 \$, ce qui équivaut à une augmentation de 35 % par rapport à l'année 2000, la durée moyenne des séjours demeurant relativement similaire;
- En 2007, le segment des voyageurs d'agrément a connu une baisse appréciable de 28 % de la moyenne des dépenses par voyage par rapport à l'année 2000, ces dépenses se chiffrant à 1 577 \$. La durée moyenne des voyages est passée de 11,2 nuits en 2000 à 12,6 nuits en 2007, mais la moyenne des dépenses par nuit a diminué de 35 % et s'élève à 126 \$;
- La moyenne des dépenses des voyageurs VAF a diminué de 3 % en 2007 par rapport à l'année 2000, passant ainsi à 968 \$, et la moyenne des dépenses par nuit a elle aussi diminué de 16 % pour s'établir à 52 \$ par rapport à l'année 2000, en partie en raison de l'augmentation de la durée des voyages, de 16 à 19 nuits.

## Visites du Brésil au Canada, par province :

Graphique 6 – Visiteurs en provenance du Brésil par province et territoire



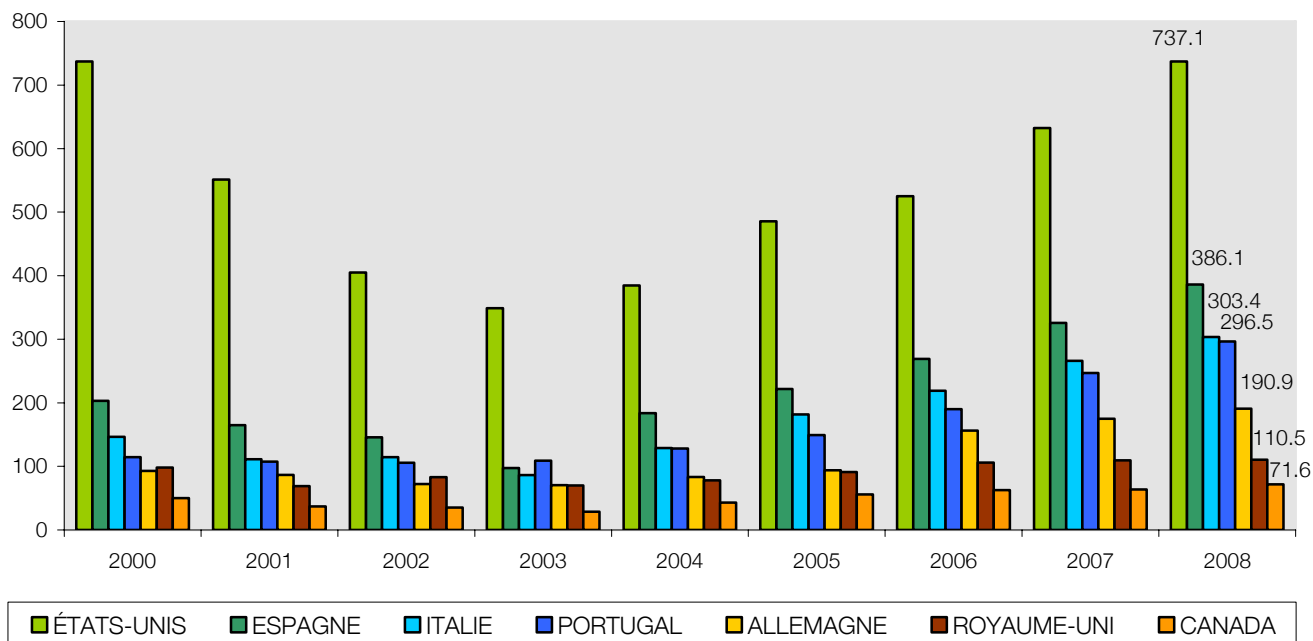
- En 2007, l'Ontario constituait la province de destination préférée des Brésiliens (61,1 %), suivie du Québec (19,2 %) et de l'Alberta (11,9 %);
- Comparativement à l'année 2000, l'Ontario a enregistré des gains substantiels en matière de visites en 2007, en augmentation de 20,9 %, surtout aux dépens de la Colombie-Britannique (-12 %) et du Québec (9 %).

## 5) CONCURRENCE

### Principaux concurrents long-courriers :

- Les États-Unis, l'Espagne, l'Italie, le Portugal, l'Allemagne et le Royaume-Uni constituent les principales destinations concurrentes du Canada;
- En 2008, on a dénombré au total quelque 737 100 arrivées aux États-Unis en provenance du Brésil, soit une augmentation de 16,6 % par rapport à 2007, les voyages ayant augmenté en moyenne de 2 % par année depuis 2001;
- L'Espagne a accueilli près de 386 100 voyageurs du Brésil, soit une augmentation de 18,6 % par rapport à 2007, ce qui représente une croissance moyenne annuelle de 13,3 % depuis 2001;
- En 2008, le Portugal affichait la plus importante croissance des voyages en provenance du Brésil, soit de 20,1 % par rapport à 2007, ce qui représente 296 500 voyages ainsi qu'une augmentation moyenne annuelle de 13,4 % depuis 2001;
- Entre 2004 et 2008, l'Italie a enregistré l'augmentation la plus marquée de tous nos concurrents, soit de 14 % en 2008 par rapport à 2007, en accueillant 303 400 voyageurs, ce qui représente une croissance moyenne annuelle de 12,3 % depuis 2001;
- L'Allemagne a accueilli quelque 190 900 voyageurs du Brésil en 2008, soit une augmentation de 9 % par rapport à 2007, ce qui représente une croissance moyenne annuelle de 11,6 % depuis 2001;
- Le Royaume-Uni a enregistré une augmentation faible de 0,9 % en 2008 par rapport à 2007, en accueillant 110 500 voyageurs du Brésil, ce qui représente une croissance moyenne annuelle négative de 2,3 % depuis 2001;
- Il faut cependant noter que les États-Unis ont perdu une bonne part du marché avec une baisse de 14,5 % par rapport à l'année 2000. Ils ne représentent donc que 27,5 % du marché en 2008, les voyages en provenance du Brésil vers des destinations concurrentes ayant augmenté à un rythme plus rapide que ceux vers les États-Unis.

Graphique 7 – Départs du Brésil par destination long-courrier



Source : Oxford Economics, TDM & ITS, Statistique Canada

Remarque : estimations préliminaires pour 2008, Voyageurs en provenance du Brésil- NSA

## 6) PÉNÉTRATION DU MARCHÉ BRÉSILIEN

### Industrie touristique :

- L'industrie touristique joue un rôle prépondérant dans le processus de prise de décision du consommateur au moment de choisir une destination à visiter;
- Le Brésil compte près de 10 000 agences de voyages :
  - ◆ Sur les quelque 6 300 agences de voyages effectuant des ventes internationales au Brésil, environ 65 affichent des ventes de plus d'un million de dollars US par année.
  - ◆ En raison des coûts d'exploitation plus élevés, la tendance sur le marché est à la fermeture des plus petites agences, ou à la fusion de ces dernières avec des agences de plus grande envergure.
- La majorité des voyagistes sont situés à Sao Paulo ou Rio de Janeiro.
  - ◆ Les principaux voyagistes sont : ADV Viagens e Turismo, CVC, Queensberry Viagens e Turismo, Soft Travel, New Age et Flot Operadora.
  - ◆ Le cycle de planification principal (pour le printemps) se déroule de septembre à novembre. (*Visit Britain*)

### Pratiques commerciales :

- La distribution de brochures et la diffusion de renseignements en portugais s'avèrent utiles à l'industrie, et seront fortement appréciées;
- Les relations personnelles occupent une grande place – on ne saurait nier l'efficacité des contacts directs;
- Bon nombre de gens d'affaires parlent anglais, mais certains d'entre eux préfèrent parler portugais;
- Au Brésil, on mange tard le soir (vers 20 h 30 les week-ends);
- Les normes associées à l'espace personnel sont beaucoup plus restreintes qu'en Amérique du Nord; les Brésiliens se tiennent très près les uns des autres quand ils discutent. Il est toutefois sage d'adopter une attitude plus formelle au moment d'une rencontre.

*(Visit Britain, US Commercial Service Brazil)*

### Sources et habitudes des médias :

Dans une étude réalisée en 2007 par la firme Deloitte & Touche, les éléments suivants ont été notés :

- Les Brésiliens accordent leur préférence à la visualisation de films à la maison (55 %) et à l'utilisation d'Internet à des fins sociales et d'intérêt personnel (53 %) plutôt qu'à la télévision (46 %);
- Cinquante pour cent des consommateurs brésiliens ont indiqué utiliser leur cellulaire pour se divertir;
- Au Brésil, près d'un consommateur sur cinq dit regarder, tous les jours ou presque, du contenu vidéo sur son cellulaire;
- Soixante-quinze pour cent des consommateurs brésiliens veulent pouvoir télécharger sans difficultés leur musique, des émissions de télévision, des fichiers balados, des films, etc., sur les différents appareils et plateformes qu'ils possèdent;
- Les consommateurs brésiliens consacrent entre 11 et 19 heures par semaine à l'utilisation d'Internet UNIQUEMENT à des fins personnelles;
- Les trois quarts des « post-boomers » brésiliens conviennent que leur ordinateur constitue un appareil de divertissement plus important que le téléviseur (comparativement aux deux tiers de la population totale);
- Soixante-treize pour cent des « post-boomers » nouent des contacts (réseaux sociaux, clavardoirs, etc.) sur Internet (comparativement à une moyenne de 55 % de l'ensemble des consommateurs).

Une étude de consommation des médias réalisée en 2007 par la firme Synovate indiquait ce qui suit :

- Soixante-deux pour cent des Brésiliens nantis possèdent un ordinateur de bureau, et 14 % possèdent un ordinateur portable;
- Plus du tiers possèdent un cellulaire avec capacité d'accès Internet et appareil photo.

Une étude réalisée en 2007 par la firme Global Nielsen Consumer a établi que les Philippins et les Brésiliens (67 %) sont les plus susceptibles d'être influencés par les annonces publicitaires de *tous* genres.

## Environnement électronique<sup>2</sup> :

- Selon [Internetworldstats.com](http://Internetworldstats.com), le Brésil était considéré en 2008 comme le plus important pays d'utilisateurs d'Internet (50 millions d'utilisateurs) de tous les pays d'Amérique du Sud, et représentait à peine moins de 50 % de tous les utilisateurs d'Amérique du Sud;
- Bien que le Brésil se classe au premier rang des utilisateurs, la pénétration Internet est extrêmement faible, représentant 26,1 %, un pourcentage légèrement inférieur à la pénétration moyenne dans l'ensemble de l'Amérique du Sud, qui s'élève à 27,1 %;

---

<sup>2</sup> Des données comme la pénétration et le nombre moyen d'utilisateurs d'Internet changent selon les sources de renseignements.



- Depuis 2008, le Brésil a enregistré une croissance exponentielle du nombre des utilisateurs d'Internet, soit de 900 % par rapport à l'année 2000;
- Après avoir accusé un retard pendant un certain nombre d'années, le Brésil gagne enfin du terrain en matière de communications en ligne. Bien que les connexions à domicile demeurent encore trop coûteuses pour la majorité des Brésiliens, le pays est déjà en tête de file de l'Amérique latine pour ce qui est du nombre d'utilisateurs d'Internet, devant l'Argentine et le Mexique.

**Tableau 8 – Utilisation d'Internet prévue par pourcentage de la population brésilienne**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Utilisateurs d'Internet prévus	17,5	21,2	25,2	29,5	34,2	39,0	71,6
% de la population	9,4 %	11,3 %	13,3 %	15,4 %	17,6 %	19,9 %	22,1 %

Source: [www.etcnewmedia.com/review](http://www.etcnewmedia.com/review)

- Selon les données de Nielsen Online, en novembre 2008, le Brésil comptait 24 419 045 utilisateurs d'Internet à domicile actifs (*ClickZ.com, janvier 2009*);
- Bien que le Brésil se classe au premier rang des utilisateurs, la pénétration Internet est extrêmement faible, représentant 26,1 %, un pourcentage légèrement inférieur à la pénétration moyenne dans l'ensemble de l'Amérique du Sud, qui s'élève à 27,1 %;
- En 2008, le Brésil a enregistré une croissance exponentielle du nombre des utilisateurs d'Internet, soit de 900 % par rapport à l'année 2000;

Utilisateurs actifs d'Internet au Brésil, par lieu d'accès, pour les mois de juillet et d'août 2006 (% de répondants) :

- ♦ À la maison : 40,04 %
- ♦ Accès publics payants (p. ex. les cafés Internet) : 30,10 %
- ♦ Au travail (à l'exclusion des bureaux à domicile) : 24,40 %
- ♦ Maisons d'amis, de voisins ou de membres de la famille : 16,16 %
- ♦ Écoles ou établissements d'enseignement : 15,56 %
- ♦ Accès publics gratuits (p. ex. les bibliothèques) : 3,49 %
- ♦ Autre : 1,73 %

(eMarketer, juin 2007)

- Au Brésil, comme c'est le cas pour bon nombre d'autres activités liées à Internet, le commerce électronique est en pleine expansion. En 2007 seulement, le marché a connu une croissance de 43 %, selon le Valor Economico. Pour ce qui est du nombre de personnes effectuant des achats en ligne, les données sont pratiquement aussi impressionnantes, les 2,6 millions d'acheteurs enregistrés en 2003 étant passés à 9,5 millions en 2007. Le commerce électronique associé aux voyages est tout aussi important, comme le prouve un exemple récent de réussite en la matière :
  - ◆ En 2006, GOL Linhas Aereas Inteligentes, le transporteur à faibles coûts du Brésil, annonçait qu'il terminait l'année au premier rang des entreprises de commerce électronique du Brésil. Sur son site Web, l'entreprise avait alors administré des ventes en gros de billets de l'ordre de 3,7 milliards de réaux. Les ventes sur Internet comptaient pour 82 % des ventes brutes totales de 4,6 milliards de réaux de la compagnie en 2006. Au quatrième trimestre de cette même année, le site Web de GOL avait enregistré en moyenne 1,5 million de visiteurs uniques par mois, soit une augmentation de 50 % par rapport à la même période en 2005. ([m-Travel.com](http://m-Travel.com), janvier 2007)
- Télévision interactive et appareils portatifs : au Brésil, les vendeurs d'appareils portatifs bénéficient d'une base d'abonnés massive, avec la croissance soutenue des dépenses d'annonces publicitaires en ligne, des talents créatifs dans la région et l'expérience acquise en matière de marques de renommée mondiale. Selon la publication eMarketer, d'ici 2012, le Brésil comptera environ 44 millions d'abonnés d'Internet sans fil, soit près de 25 % de sa base totale d'utilisateurs sans fil, s'élevant à 176 millions de personnes, comparativement à 7,1 millions d'utilisateurs de services Internet sans fil en 2008;
  - ◆ On s'attend à ce qu'une telle croissance des services Internet sans fil dynamise une portion importante de l'économie publicitaire en ligne du Brésil. Bien que la taille globale de ce marché (326 millions de dollars d'ici 2011, selon la maison PricewaterhouseCoopers [PwC]) soit beaucoup plus réduite que celle des États-Unis, de l'Europe et de certains pays de l'Asie-Pacifique, en matière d'échelle économique brute, le Brésil n'a pas de concurrent en Amérique latine.