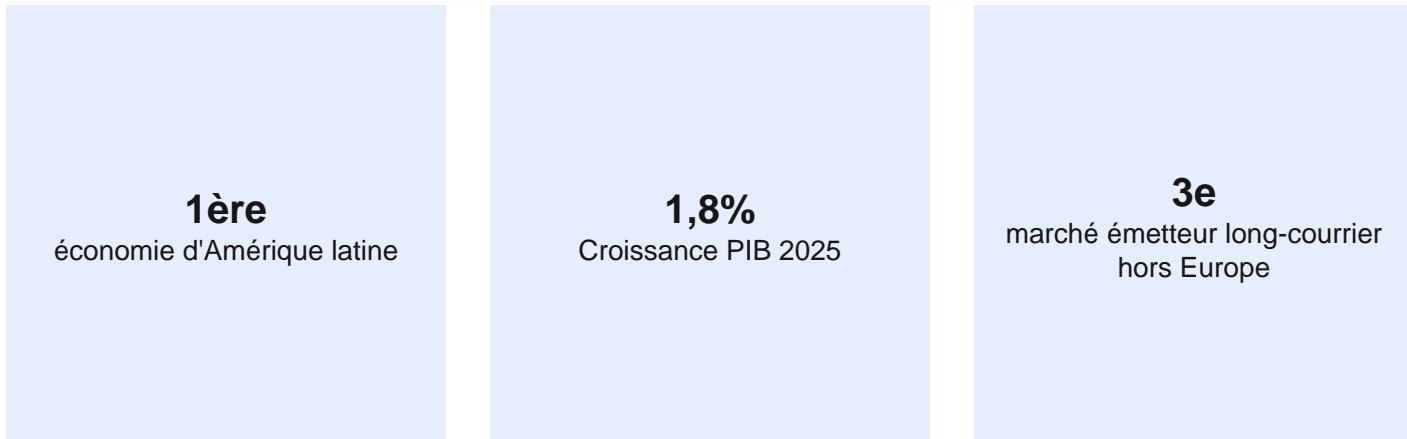




Plan d'actions Brésil

Si 2025 aura été une année importante pour les relations bilatérales France-Brésil dont on a fêté les 200 ans, de relations diplomatiques, l'année 2026 s'annonce d'une part, pleine de défis avec des élections présidentielles et des réformes importantes et d'autre part, pleine d'opportunités dans un contexte géopolitique favorisant l'Europe.

Chiffres clés



En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 213 millions d'habitants (7e population mondiale)
- Prévision du taux de croissance en 2025 : +2,2%
- Taux de croissance 2024: +3,4%
- PIB par habitant en US Dollar 2023 : 9 450 USD (19 200 USD PPA)

Le Brésil est aujourd'hui une puissance urbaine considérable, avec **17 villes de plus d'un million d'habitants** et 50 villes de plus 500.000 hab. Cette urbanisation a explosé en un siècle.

Avec une agglomération de plus 22.000.000 hab. (12.000.000 dans la ville même), São Paulo est parmi les 10 plus grandes métropoles du monde.

Traditionnellement jeune, **la population brésilienne a cependant tendance à vieillir** : en 2020, la population des moins de 14 ans est tombée à 20%, et celle de plus 65 ans, montée à 10%. La population senior arrive en masse avec ses nécessaires exigences d'adaptations.

Si le Brésil porte toujours d'importants problèmes sociaux, liés à la pauvreté encore importante, surtout dans le Nordeste, il avance vite et fermement. Son économie et ses institutions politiques sont stables.

Le Brésil se modernise très vite, tant technologiquement que juridiquement. **Très en pointe sur les systèmes bancaires et financiers**, le Brésil ainsi est technologiquement proche des pays membres de l'OCDE.

Les nombreux secteurs porteurs tels que ceux de la technologie et de l'e-business, des fintechs, de la construction civile, de l'assainissement, et de l'agrobusiness (soja, viande bovine, maïs, lait, poulet, canne à sucre, le secteur représente 50% des exportations du Brésil), mais aussi des richesses minières, de l'énergie, des services, de la formation professionnelle, et des produits cosmétiques, attirent de nombreux investissements étrangers et confortent le Brésil dans ses exportations.

Monnaie non convertible, le réal n'est pas une devise utilisée comme réserve ou investissement, ce qui la rend plus fragile et instable. **Le taux de change est donc un véritable paramètre économique**, surtout en ce concerne les voyages.

Quant à l'inflation, bête noire des gouvernements, elle reste désormais inférieure à 5%. Le Conseil Monétaire National permet désormais à la Banque centrale du Brésil d'assouplir sa politique monétaire en abaissant le taux d'intérêt de base, ce qui pourrait avoir des impacts positifs sur l'économie.

Le taux de chômage atteint quant à lui, son niveau le plus bas depuis 2014 et s'établit à 6,6%. L'emploi informel, représentant 39,2% de la population active, est le principal moteur de cette amélioration, tandis que l'emploi formel est resté stable.

2026 est l'année des élections présidentielles au Brésil. Les enjeux sont importants dans le contexte géopolitique actuel, et sur le plan commercial en particulier (tensions commerciales avec les États-Unis - surtaxes et **mise en place de l'accord du Mercosul**).

Positionnement de la destination France

Troisième marché long-courrier (hors Europe), le marché brésilien est traditionnellement un **marché de repeaters CSP+ de 45/65 ans, francophiles, voyageant en couple ou en petits groupes familiaux et d'amis**. Ils recherchent des raisons de revenir en France à l'occasion d'événements culturels et/ou sportifs, pour découvrir de nouveaux territoires ou produits.

Il s'est aussi distingué depuis des années par la **hausse des voyages de la classe moyenne émergente**, marché de 60 millions de consommateurs au niveau de vie européen, même si ce segment de clientèle a plus souffert de la pandémie et tarde à reprendre sa place.

Parallèlement, on constate une **accélération de la numérisation et de la consommation en ligne**. Même si le business des OTAs n'est pas simple en raison de la lourdeur juridique et administrative, le Brésil se distingue par une exceptionnelle pénétration des media sociaux : 2ème pays en nombre d'utilisateurs de Facebook (130 millions) et d'Instagram (70 millions).

Demandant des services sur-mesure et des attentions personnalisées, toujours à la recherche des dernières nouveautés, **les voyageurs brésiliens possèdent pour la France une passion encore profonde**. Même si désormais **deuxième après le Portugal**, la France occupe au Brésil une position enviable et bien distincte des autres destinations européennes.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les Brésiliens sont en quête d'expériences urbaines et culturelles, d'œno-gastronomie et de shopping. Ces voyageurs loisirs ou bleisure privilégient l'hôtellerie 4 à 5 étoiles, y compris les palaces parisiens (8% de la clientèle, 14% dans certains palaces).

Ce sont eux que l'on retrouve aussi en famille à Bordeaux, Nice, Courchevel ou Saint-Tropez, voire sur les sites culturels de la Vallée de la Loire ou de Normandie, les vignobles bordelais ou bourguignons. Leurs voyages fréquents, leur étonnante francophilie, et leur niveau élevé de dépenses moyennes contribuent à ce que le seul Brésil représente pour la France plus de **1,2 milliards d'euros de recettes touristiques**.

Les tendances actuelles les plus marquées en termes de voyages sont:

- **le ski et son lifestyle montagnard** (après-ski, bien-être, voyage en famille, gastronomie et fête en station)
- **expériences immersives** dans les univers du **luxe**, de la **mode** et de la **beauté** (petits groupes souvent menés par des influenceurs spécialisés)
- **expériences immersives** culturelles sur le **thème linguistique** (également menées par des influenceurs - professeurs de français)
- **voyages très haute contribution**: le secteur du luxe représente plus de **2 millions de consommateurs** détenant plus de 500 Mds de \$, en croissance constante.

La France a également conforté son image de destination durable sur plusieurs de ces thématiques ou sur plusieurs de ses destinations. **Les Brésiliens marquent fortement, même si à leur manière, leur attachement au tourisme durable**, qu'il s'agisse de leur souci marqué d'affichage écologique (succès du bio et du vegan), du respect de l'environnement et de la propreté qu'il implique, de la volonté de contacts respectueux avec les populations locales.

L'accès au voyage des classes émergentes est l'une des tendances fortes du tourisme brésilien, et les perspectives qu'il dessine – 2 millions de voyageurs vers la France en 2030- , justifient qu'Atout France y mène les actions nécessaires pour attirer des partenaires encore trop peu nombreux.

Cela exige une meilleure information sur sa réalité et ses potentiels, une actualisation permanente de la communication sur la distribution des produits middle-scale très perturbée par la crise, et la mise en place de services plus accessibles utilisant systématiquement les nouvelles plateformes en ligne. Les actions en synergie entre les bureaux de São Paulo, de Mexico et de New-York permettront aux partenaires de mieux optimiser leurs nouveaux investissements sur l'ensemble des marchés d'Amérique Latine.

Cibles : les « repeaters » orientés haut de gamme, couples ou petits groupes (familles, amis) ; les first timers («Village mondial », 35/45 ans) ; les générations X et Y partagées entre classes émergentes de first timers, et les jeunes CSP+ .

Webinaires Atout France Live !

Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires. En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[Retrouver le webinaire dédié à la Région latine](#)

Le marché Brésil en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

BRÉSIL

Quelques données économiques

- 213 M d'habitants
- 2.178 Md USD PIB
- 3,4% CROISSANCE en 2024 (2,2% prév. en 2025)

Période de réservation

Toute l'année, pics en janvier et juillet (J-60 - J-30)



Principales destinations visitées en France



ATOUT
FRANCE

L'Agence de développement touristique de la France

Taux de change

R\$/€ 6,30

Données touristiques en 2025

- 21 M de voyages à l'étranger (2025)
- 1 M d'arrivées de Brésiliens en France
- 14,8 Md USD dépenses à l'étranger (mi-juillet 2025)
- 1,2 Md USD dépenses en France par voyageur
- 9 Jours en moyenne

Principaux bassins émetteurs



São Paulo
Rio de Janeiro
Fortaleza

Bassins émetteurs secondaires

- Belo Horizonte
- Curitiba
- Porto Alegre
- Brasília

Profil voyageurs

- LA FRANCE est la 2ème destination des Brésiliens en Europe après le Portugal ;
- Marché de repeaters CSP +de 45/55 ans, orientés haut de gamme
- Voyagent en couple ou en petits groupes (famille, amis) ;
- Clients très hyper-connectés; exceptionnelle pénétration des réseaux sociaux.

TOP 3 des motivations de voyages en France

- 1 Culture Shopping
- 2 Tourisme urbain
- 3 Gastronomie

Mais aussi: ski, luxe et oenotourisme

Contact marché Brésil | caroline.putnoki@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [**Encontros à Francesa 2026 \(Brésil / Amérique du Sud\)**](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [**ILTM Latin America 2026**](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux
- [**Workshop Explore France / Sao-Rio**](#) : Rencontres B2B / Professionnels internationaux, Professionnels du secteur MICE

ENCONTROS À FRANCESCA 2026 (BRÉSIL / AMÉRIQUE DU SUD)

PRESTATION

Marchés d'intervention : Argentine, Brésil, Chili, Colombie

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières :

La cinquième édition de cette rencontre virtuelle, qui se tiendra en octobre 2026, a pour objectif de réunir tour-opérateurs, agences de voyages spécialisées, OTAs à fort potentiel, du BRÉSIL, de l'ARGENTINE, du CHILI et de la COLOMBIE et partenaires français, via des rendez-vous préprogrammés.

OBJECTIFS

- Présenter votre produit à une sélection de professionnels du Brésil (tout le territoire) et d'Amérique du Sud
- Optimiser votre investissement (pas de déplacement) pour une première approche, voire une action de "rappel" à vos contacts
- Bénéficier de l'expertise d'Atout France et de son important réseau local

FORMAT

Liste des sessions :

Encontros à Francesca 2026

Date de début	:	06 octobre 2026
Date de fin	:	08 octobre 2026
Date limite d'inscription	:	30 mai 2026

Format de l'opération :

Encontros à Francesca est un évènement virtuel comprenant 3 jours de RDVs d'affaires

Indicateur de performance :

Nombre de rendez-vous
Nombre de contacts effectués

Edition précédente :

Edition 2025:

- 131 buyers Brésil
- 62 buyers LATAM
- 1066 réunions effectuées

Profil visiteur :

Product managers tour-opérateurs, travel designers, agences de voyages

Visiteur attendu :

150

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Nombre de partenaires souhaités :

30

Visibilité partenaire :

- Fiche contact sur la plateforme online - Invitations

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

30/05/2026

Précisions tarifaires :

1.350 Euros H.T. 1.050 Euros H.T. (Early Bird) Date limite du Early Bird : 31/01/2026

Shirley Vieira shirley.vieira@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention : Argentine, Brésil, Chili, Colombie

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels internationaux

Espaces et filières :

En 2026, Atout France sera présente via un espace "France" permettant de maximiser votre visibilité et de vous faire bénéficier de sa notoriété dans le Trade spécialisé sur le haut de gamme.

En amont d'ILTM, vous aurez également l'opportunité de participer à une mission de prospection à Buenos Aires, afin de renouer avec ce marché. L'économie argentine connaît en effet un nouvel élan, et les voyageurs argentins sont de retour en France (coût de la mission à définir - <2000 Euros - selon le nombre de participants, merci de nous informer de votre intérêt).

OBJECTIFS

- Rencontrer des acheteurs hautement qualifiés et influents du marché latino-américain du luxe.
- Bénéficier de l'important réseau d'Atout France dans le secteur du luxe
- Optimiser votre visibilité sur un espace aux couleurs de la France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

Visibilité partenaire :

1 table avec pancarte.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

15 décembre 2025

Précisions tarifaires :

14.222 USD H.T. (1 table - 1 agenda - 1 badge) - stand sur espace France Mission en Argentine (en amont) en sus, sur demande.

FORMAT

Liste des sessions :

ILTM Latin America 2026

Date de début	: 04 mai 2026
Date de fin	: 07 mai 2026
Date limite d'inscription	: 30 octobre 2025

Lieu :

São Paulo, Brésil

Format de l'opération :

Un salon de tourisme de luxe, comprenant 3 jours de rendez-vous pré-programmés.

Indicateur de performance :

- Nombre de rendez-vous réalisés.
- Nombre de contacts qualifiés établis lors de l'événement.
- Participation aux événements de networking, incluant cocktails, dîners et conférences.

Profil visiteur :

Agences Virtuoso, Serandipians, Embark, Concierges, Travel designers. 470 buyers dont 80% brésiliens. 22% de nouveaux buyers.

Visiteur attendu :

470 buyers dont 80% brésiliens. 22% de nouveaux buyers.

Shirley Vieira shirley.vieira@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention : Argentine, Brésil

Type de rendez-vous :

Public attendu : Professionnels internationaux, Professionnels du secteur MICE

Workshop Explore France / Sao-Rio 2026

Atout France vous invite à participer à cet événement B2B à São Paulo et Rio de Janeiro, une opération stratégique dédiée à deux marchés à fort potentiel, parmi les plus matures d'Amérique latine.

OBJECTIF

- Établir des contacts commerciaux ciblés et de qualité en vous appuyant sur le réseau d'Atout France

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Partenaires privés: hôteliers, DMC, attractions, shopping
Partenaires institutionnels : destinations et attractions culturelles

Nombre de partenaires souhaités :

20

Visibilité partenaire :

Invitations et présentations. Réseaux sociaux.

CONDITIONS

Date limite d'inscription :

15 février 2026

Précisions tarifaires :

3 850 Euros H.T. Early Bird: 3.500 Euros H.T. si réservation avant le 31 janvier 2026.

FORMAT

Liste des sessions :

Workshop Brésil

Date de début	:	25 mai 2026
Date de fin	:	29 mai 2026
Date limite d'inscription	:	13 février 2026

Lieu :

Sao Paulo et Rio de Janeiro

Format de l'opération :

- 1 journée de réunions pré-programmées dans chaque ville
- 1 moment de networking dans chaque ville

Indicateur de performance :

- nombre de rendez-vous et contacts

Profil visiteur :

- Tour-Opérateurs généralistes et spécialistes - Agences et travel designers - Quelques agences de MICE et événements

Visiteur attendu :

70 participants à São Paulo 40 à Rio de Janeiro

Shirley Vieira shirley.vieira@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Les opérations à la carte

2026

- [**E-learning France Connaisseur**](#) : Formations / Professionnels internationaux
- [**Démarchage France au Brésil**](#) : Formations / Professionnels internationaux

Marchés d'intervention : Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Barheïn, Brésil, Canada, Egypte, Emirats Arabes Unis

Type de rendez-vous : Formations

Public attendu : Professionnels internationaux

France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises. L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

OBJECTIF

FORMAT

Format de l'opération :

Formation à distance.

Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

Marchés d'intervention : Brésil

Public attendu : Professionnels internationaux

Rencontre avec les professionnels brésiliens du tourisme, afin d'augmenter la connaissance des destinations françaises.

Séminaire de présentation pour les agents de voyage et rencontre avec la presse est en option également, permettant de couvrir à la fois le B2B et la presse.

OBJECTIF

PARTENAIRES

Profil des partenaires ciblés :

Institutionnels et privés

FORMAT

Lieu :

Format de l'opération :

4 à 5 rendez-vous par jour.

Possibilité d'organisation de séminaires de présentation auprès des agents de voyages indépendants et tour-opérateurs de niche: sur devis.

Indicateur de performance :

Nombre d'agences visitées

Nombre de contacts effectués

Profil visiteur :

Tour-opérateurs, agences de voyage et agences MICE, loisirs, FIT, Groupes, Presse et influenceurs.

Visiteur attendu :

4-5 contacts par jour

Shirley Vieira shirley.vieira@atout-france.fr

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

