



# SCHEDE MERCATO BRASILE

Dicembre 2011

in collaborazione con



**Istituto Nazionale  
Ricerche Turistiche**

## Sommario

---

Quadro d'insieme .....	1
Il mercato turistico brasiliano .....	3
Conclusioni.....	11
Nota metodologica .....	12

## Quadro d'insieme

### Caratteristiche socio-economiche

Principali indicatori demografici - anno 2010	
Popolazione	190.732.694
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 31,8 / 15-29 anni: 28,5 / 30-59 anni: 32,6 / over 60 anni: 7,1
Età media	28,8
Tasso di crescita della popolazione (in %)	1,17
Rapporto maschi/femmine	0,934
Fonte: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, cit. in Enit, Rapporto Enit-MAE 2012. Brasile.	

Principali indicatori economici 2006 - 2010					
	2006	2007	2008	2009	2010
PIL (miliardi di dollari)	1.088,9	1.366,3	1.652,6	1.594,5	2.028,7
Crescita del PIL reale (variazione %)	3,9%	6,1%	5,2%	-0,7%	7,5%
Debito pubblico (% PIL)	56,4%	56,4%	58,6%	58,4%	57,2%
Bilancia commerciale (milioni di dollari)	46.457	40.032	24.836	25.290	20.267
Fonti: Economist Intelligence Unit. Banco Central Brasil, OCSE, cit. in Enit, Rapporto Enit-MAE 2012. Brasile.					

## Caratteristiche turistiche

### Il potenziale turistico

	<b>BRASILE</b>
le presenze in Italia	1,4 milioni
quota sulle presenze straniere	0,9%
posizione nella graduatoria dei mkt esteri	24°
trend 2010 - 2005 (presenze)	in crescita + 83,9%
totale viaggi all'estero	5,2 milioni nel 2008
peso % viaggi estero sul totale viaggi	7,5%
mete estere	Usa - 18,6%   Argentina - 13,4% Francia - 7,9%   Uruguay - 7,5% Portogallo - 6,8%   Spagna - 6%   ITALIA - 5,3%
posizione dell'Italia nella graduatoria mete straniere	7° (in aumento)

Fonti. Per i dati relativi alle presenze in Italia, la quota delle presenze straniere, la posizione nella graduatoria dei mercati esteri e il trend 2005-2010: Istat, Capacità e movimento dei clienti negli esercizi ricettivi 2010. Per il totale dei viaggi all'estero, il peso dei viaggi all'estero, le mete estere e la posizione dell'Italia nella graduatoria mete estere per il Brasile: European Travel Commission/Embratur, Market insights-Brazil, 2008.

## Il mercato turistico brasiliano

### Il turismo dal Paese verso l'estero e il posizionamento dell'Italia

Cresce nel decennio 1998-2008 il numero dei viaggi all'estero dei residenti in Brasile, +25% passando da 4,2 milioni a 5,2 milioni di viaggi oltre confine. Sul totale dei viaggi dei brasiliani, quelli all'estero rappresentano una quota pari solo al 7,5%, poiché l'estensione territoriale del Paese che favorisce il turismo domestico.

In questo contesto, l'Italia si posiziona come 7<sup>a</sup> destinazione di vacanza per questo mercato accogliendo il 5,3% dei movimenti, preceduta dagli Usa (18,6% dei viaggi all'estero dei residenti in Brasile), dall'Argentina (13,4%), dalla Francia (7,9%), dall'Uruguay (7,5%), dal Portogallo (6,8%) e dalla Spagna (6%).

#### Viaggi all'estero dei turisti residenti in Brasile

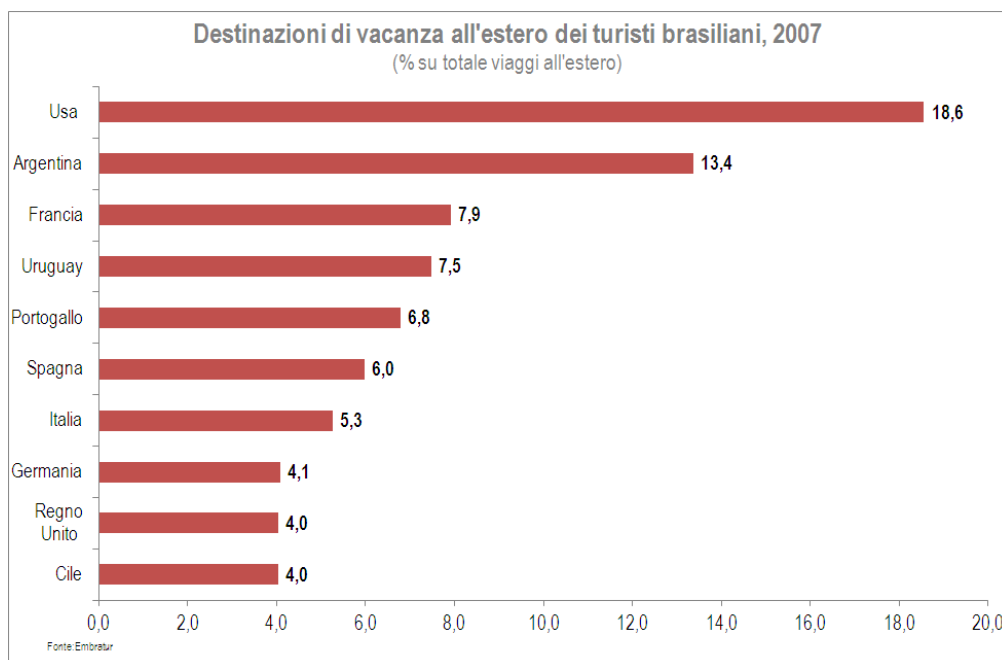
1998	4.200.000
1999	2.900.000
2000	3.228.000
2001	2.674.000
2002	2.364.000
2003	3.229.000
2004	3.701.000
2005	4.667.000
2006	4.825.000
2007	5.141.000
2008	5.250.000

Fonte: European Travel Commission/Embratur, Market insights-Brazil, 2008

#### Numero di viaggi dei residenti in Brasile

anno di riferimento	2007
Totale viaggi (in milioni)	68,2
Totale viaggi all'estero (in milioni)	5,1
Peso % viaggi all'estero su totale viaggi	7,5

Fonte: European Travel Commission/Embratur, Market insights-Brazil, 2008



L'Italia, però, rispetto alle altre destinazioni vede una crescita dell'incoming da questo mercato superiore ad altre mete principali (+47,1% di biglietti emessi per voli diretti dal Brasile verso l'Italia nel 2009 rispetto al 2006). Solo negli Usa si è registrato un incremento maggiore (+49,7%).

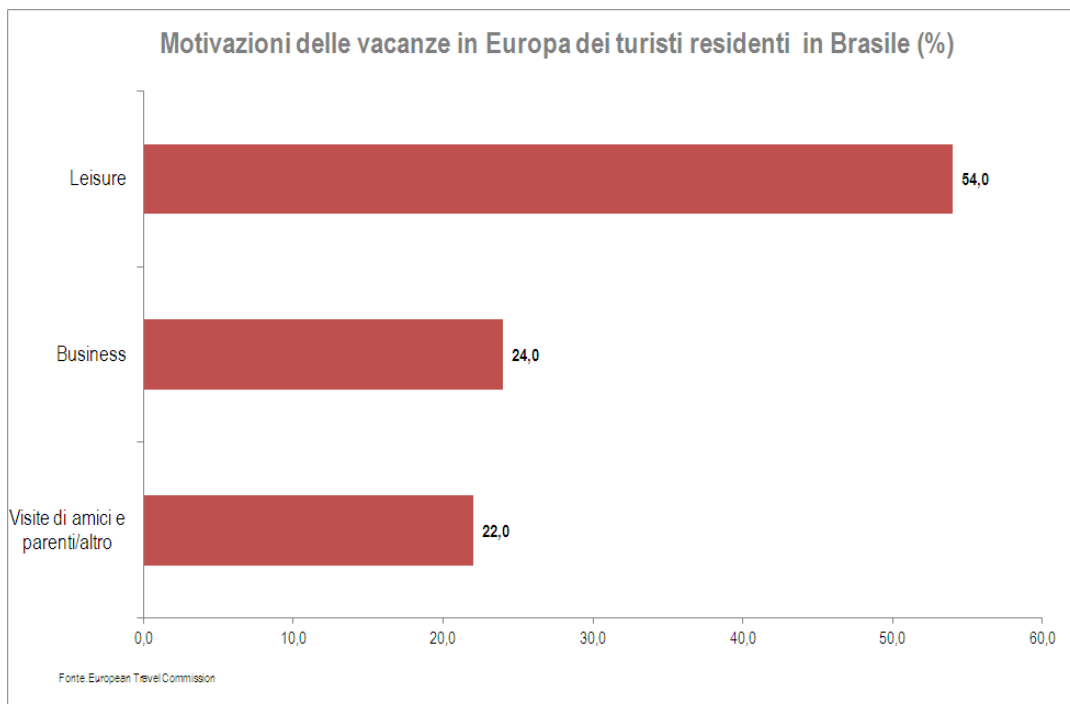
**Principali destinazioni estere dei residenti  
brasiliani (numero totale di biglietti emessi per voli diretti dal  
Brasile verso le destinazioni)**

	2006	2007	2008	2009
Stati Uniti	1.843.395	2.699.949	2.654.816	2.760.019
Argentina	1.780.181	2.087.390	2.410.211	2.000.106
Portogallo	977.429	1.026.676	1.220.656	1.155.133
Francia	799.933	899.448	1.112.525	998.132
Cile	592.867	806.581	775.829	694.803
Spagna	590.905	654.505	689.902	612.877
Germania	521.290	463.994	574.239	547.227
<b>Italia</b>	<b>270.352</b>	<b>310.015</b>	<b>360.513</b>	<b>397.573</b>

Fonte: ANAC - Agenzia nazionale per l'aviazione civile, Brasile, Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/Enit 2012

Quando diretti in Europa, i brasiliani si spostano per motivi prevalentemente leisure (54%), con una quota business del 24% e il restante 22% motivato dalla visita ad amici e parenti.

Coerentemente con quest'ultimo dato, il 20% alloggia in abitazioni private di proprietà o della famiglia, mentre il 66% prende una stanza in hotel.



### Tipologia di alloggio utilizzata durante il soggiorno all'estero dai turisti residenti in Brasile (%)

Hotel	66,0
abitazione privata	20,0
Altro	12,0

Fonte: IPK International<sup>1</sup>

<sup>1</sup> European Travel Commission, Market insights-Brazil - IPK

## Il turismo verso l'Italia

Sebbene si tratti di un mercato in forte crescita per le destinazioni italiane (+119,9% di arrivi e +83,9% di presenze nel quinquennio 2005-2010), il Brasile origina in Italia ancora un numero contenuto sia di arrivi (oltre 580 mila al 2010) che di presenze (circa 1,4 milioni). La quota di questi movimenti sul totale di quelli dall'estero incide appena per l'1,3% degli arrivi e per lo 0,9% delle presenze. Secondo i dati Banca d'Italia cresce nel 2010 (rispetto al 2009) sia il numero dei viaggiatori (+21,1%) che di pernottamenti (+16,1%) e di spesa (+22,2%). Il trend resta positivo anche nel 2011 (dato provvisorio gennaio-novembre): +43,5% dei viaggiatori rispetto al 2010, +1,8% i pernottamenti, +23,1% la spesa.

### Arrivi e presenze dei turisti provenienti dal Brasile in Italia Anni 2005-2010

Arrivi							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2005-2010
Alberghiero	239.511	287.503	384.488	437.967	399.018	533.471	122,7
Extralberghiero	24.479	27.912	39.111	40.595	37.359	47.139	92,6
Totale	263.990	315.415	423.599	478.562	436.377	580.610	119,9
% su totale estero	0,7	0,8	1,0	1,1	1,1	1,3	

Presenze							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2005-2010
Alberghiero	634.590	720.640	949.913	1.059.437	976.487	1.247.397	96,6
Extralberghiero	141.782	147.011	176.012	167.044	160.695	180.336	27,2
Totale	776.372	867.651	1.125.925	1.226.481	1.137.182	1.427.733	83,9
% su totale estero	0,5	0,6	0,7	0,8	0,7	0,9	

Fonte: Istat, Capacità e movimento degli esercizi ricettivi

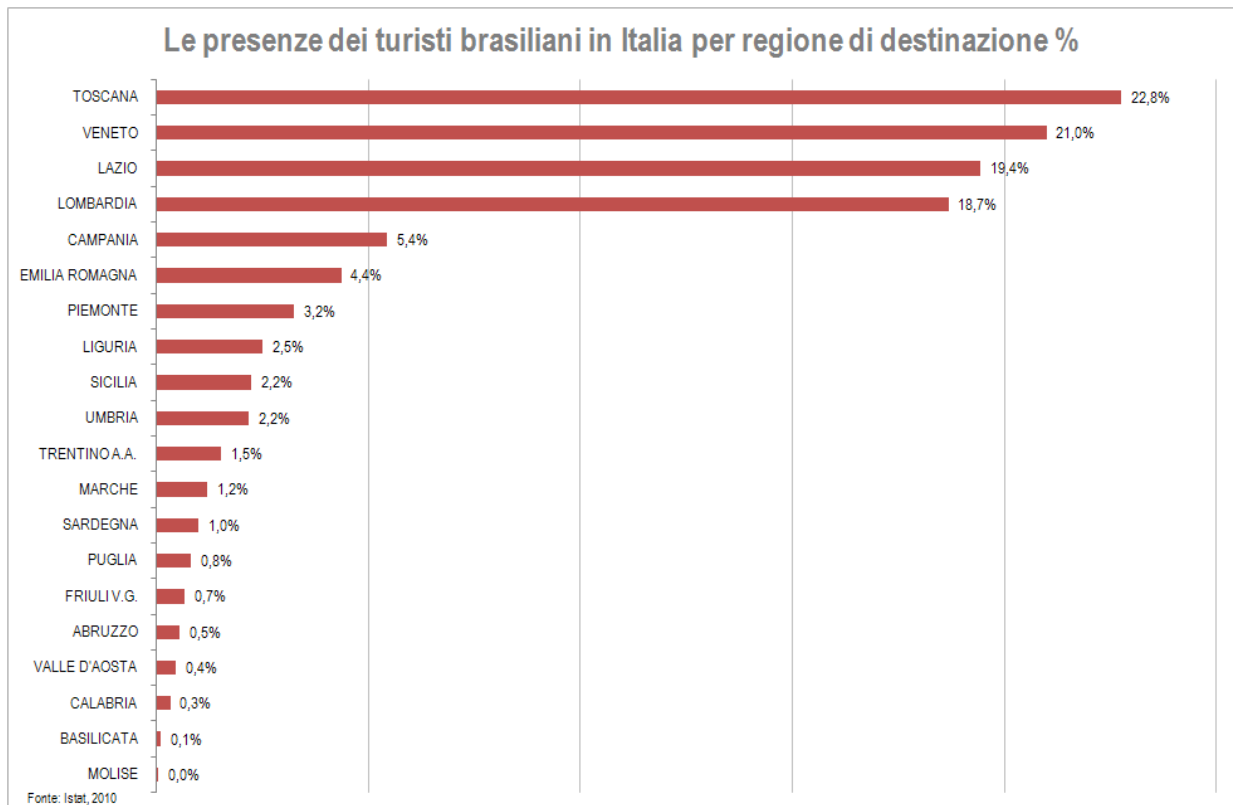
### Viaggiatori provenienti dal Brasile in Italia: numero di viaggiatori alle frontiere, pernottamenti e spesa (migliaia di unità e € milioni) Anni 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	Gennaio- Novembre 2010	Gennaio- Novembre 2011	Variazione % 2007-2010
Viaggiatori alle frontiere	291	302	227	275	262	376	-5,5
% su totale estero	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,5	
Pernottamenti	3.349	4.069	2.760	3.205	2.983	3.036	-4,3
% su totale estero	1,0	1,2	0,9	1,0	1,0	1,0	
Spesa	320	328	248	303	290	357	-5,3
% su totale estero	1,0	1,1	0,9	1,0	1,0	1,2	

Fonte: Banca d'Italia, Il turismo internazionale dell'Italia



Le Regioni che beneficiano maggiormente di questi flussi sono in primis quelle delle grandi città d'arte italiane, la Toscana (22,8% delle presenze del mercato), il Veneto (21%), il Lazio (19,4%) e la Lombardia (18,7%).



## L'Italia sul mercato organizzato brasiliano

Il turismo organizzato dal mercato brasiliano vede un'incidenza dei viaggi verso l'Italia pari al 23,9% dei pacchetti venduti dagli operatori che commercializzano il nostro Paese in Brasile, con una tendenza alla crescita rilevata dal 41,7% dei tour operator brasiliani. L'Italia è però al secondo posto tra le richieste della domanda brasiliana, dopo la Francia, ma prima della Spagna.

Città d'arte, itinerari e mare sono i prodotti turistici più venduti in Brasile sia verso il mondo che verso l'Italia.

Ben 11 regioni sono coinvolte negli itinerari/soggiorni italiani proposti su questo mercato, con in testa le destinazioni del Lazio, della Toscana, del Veneto e della Campania. Seguono le mete della Lombardia, della Sicilia e della Liguria.

### Brasile: la commercializzazione dell'Italia

	<b>2011</b>
Quota % dell'Italia sul totale dei viaggi venduti	23,9
Quota % di T.O. che prevede una crescita della domanda verso l'Italia	41,7
Destinazioni più richieste dalla clientela	Francia Italia Spagna
Prodotti più venduti nel mondo	Città d'arte Itinerari Mare
Prodotti più venduti verso l'Italia	Città d'arte Itinerari Mare
N° di regioni italiane vendute	11
Destinazioni italiane più vendute	Lazio Toscana Veneto Campania Lombardia Sicilia Liguria Sardegna Piemonte Umbria

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo su dati Unioncamere, Indagine sul turismo organizzato internazionale 2011

Nel panorama competitivo internazionale per il turismo organizzato, l'Italia si posiziona al primo posto come destinazione più venduta dai T.O. brasiliani per tour itineranti, vacanze in città d'arte (insieme alla Francia) e visite a siti archeologici (insieme alla Grecia), mentre per il turismo enogastronomico subisce la concorrenza della Francia, collocandosi in seconda posizione.

**Brasile: il posizionamento competitivo dell'Italia sui diversi prodotti**  
% sul totale operatori  
Anno 2011

	1°	% citazioni	2°	% citazioni
Mare	Spagna/Grecia/Croazia/Brasile	16,7	Egitto/Italia/Portogallo	8,3
Città d'arte	Italia/Francia	41,7	Spagna	33,3
Siti archeologici	Grecia/Italia	16,7	Perù	8,3
Enogastronomia	Francia	25,0	Italia	16,7
Itinerari	Italia	50,0	Francia	33,3
Business	Germania	8,3		
Meeting	Corea del Nord	8,3		
Religioso	Arabia Saudita	8,3		

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo su dati Unioncamere, Indagine sul turismo organizzato internazionale 2011

Internet è meno diffuso rispetto ad altri Paesi: ha un sito web l'83,3% degli operatori del turismo organizzato brasiliano, ma solo l'8,3% è presente con le sue offerte sui grandi portali di prenotazione e vendita on line (Expedia, Opodo, ecc.). Complessivamente 1 operatore brasiliano su 3 utilizza il web per vendere pacchetti, con un'incidenza delle vendite on line che conta il 43,8% di pacchetti venduti per le diverse destinazioni mondiali.

Per vendere pacchetti turistici in Italia la commercializzazione dei T.O. brasiliani passa in prevalenza dai canali tradizionali dell'intermediazione: l'82% dei Tour Operator utilizza le agenzie di incoming, mentre il 16,5% si serve del sito web di proprietà ed appena l'1,5% dei grandi portali di vendita on line. La quota di pacchetti turistici venduti attraverso il web è pari al 29,5% dei pacchetti turistici venduti complessivamente dai buyer brasiliani per la destinazione Italia.

## Brasile: la commercializzazione on line (%) Anno 2011

T.O. presenti su un sito web	83,3
T.O. presenti su un portale web	8,3
T.O. che Utilizzano Internet per la vendita dei pacchetti	33,3
<hr/>	
<i>Quota di pacchetti venduti on line sul totale dei pacchetti venduti nel mondo</i>	43,8
<i>Quota di pacchetti venduti on line sul totale dei pacchetti venduti in Italia</i>	29,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo su dati Unioncamere, Indagine sul turismo organizzato internazionale 2011

### Brasile: i canali di vendita dei pacchetti viaggio in Italia (%)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo – in collaborazione con Unioncamere

## Conclusioni

---

Nella presente scheda mercato si analizzano abitudini di viaggio e preferenze nelle scelte delle destinazioni italiane per i turisti provenienti dal Brasile, attraverso un quadro dettagliato dei target di domanda, dei gusti, abitudini e necessità dei turisti-consumatori. Tali elementi sono propedeutici a una programmazione strategica mirata, basata su una maggiore specializzazione dei prodotti turistici italiani, con l'obiettivo di aumentare le quote sul mercato brasiliano e potenziare il tasso di fidelizzazione dei turisti, anche attraverso l'individuazione di nuovi prodotti o di mix di prodotti.

L'estensione territoriale del Brasile favorisce il turismo domestico rispetto all'outbound, che costituisce appena il 7,5% del totale dei viaggi dei brasiliani. Ciononostante, tra il 1998 e il 2008 il numero di viaggi all'estero dei residenti in Brasile è cresciuto del +25%, passando da 4,2 milioni a 5,2 milioni. Il peso del nostro Paese tra le destinazioni estere preferite dai brasiliani è ancora molto contenuto: l'Italia è, infatti, la 7<sup>a</sup> destinazione estera per i brasiliani (con il 5,3% dei viaggi), ma tra le mete europee è preceduta dalla Francia, dal Portogallo e dalla Spagna. Per il Brasile, dunque, l'Italia costituisce ancora un prodotto "nuovo".

Per attrarre maggiori flussi da questo Paese, occorre tener presente che i brasiliani sono attratti da destinazioni di facile fruibilità e considerano il viaggio come scoperta per poi portare a casa acquisti e regali a testimoniare l'esperienza vissuta. Di conseguenza, ci troviamo di fronte a un mercato sul quale il posizionamento passa ancora attraverso le mete di maggiore notorietà (soprattutto le città d'arte) e un turismo itinerante delle capitali europee. Dunque si profila una possibile politica strategica, sulla linea di quella adottata dalla Francia, che favorisca la raggiungibilità di mete come Roma, Venezia, Firenze e Milano dagli altri poli turistici europei come Parigi, Berlino o Madrid, per poi puntare ad una successiva fidelizzazione per i viaggi successivi al primo.

## Nota metodologica

---

L'indagine mira a rilevare i comportamenti turistici dei mercati oggetto di studio e si articola in 4 fasi:

1. Analisi dei comportamenti turistici all'estero
2. Analisi del turismo organizzato internazionale
3. Analisi del peso dei singoli mercati in Italia
4. Analisi dei comportamenti turistici in Italia

### I comportamenti turistici all'estero

I dati relativi ai comportamenti dei turisti stranieri sono stati reperite attraverso la raccolta e l'analisi dei dati pubblicati dagli enti nazionali e dagli istituti di statistica preposti al turismo. Le variabili analizzate sono le seguenti:

- il numero di viaggiatori, delle vacanze, dei viaggi all'estero
- le destinazioni internazionali,
- i comportamenti di vacanza

Le fonti analizzate per il Brasile sono:

#### **ANAC - Agência National de aviação civil**

[www.anac.gov.br](http://www.anac.gov.br)

Tipologia di ente: pubblico

Studi statistici utilizzati:

- *Brasile-Rapporto Congiunto Ambasciate/Consolati/Enit 2012: Paesi di destinazione (n. biglietti emessi)*

#### **European Travel Commission**

[www.etc-corporate.org](http://www.etc-corporate.org)

Tipologia di ente: pubblico

Studi statistici utilizzati:

- *Market insights-Brazil: numero di viaggi, Paesi di destinazione (n. viaggi), motivazioni, tipologia di alloggio*

## **Il turismo organizzato internazionale**

Le informazioni relative al posizionamento dell'Italia sul mercato dell'intermediazione internazionale, sono state estratte dai risultati dell' "Indagine sul turismo organizzato internazionale". L'universo di riferimento dell'indagine è composto dai Tour Operator internazionali che trattano, quale meta turistica, l'Italia. Il campione finale utilizzato, stratificato per nazione, è pari a 575 unità. La metodologia adottata per la rilevazione del questionario, di durata complessiva media pari a circa 20 minuti, è stata quella C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviews). Le interviste hanno avuto luogo nel mese di aprile 2011 e sono state condotte nelle lingue correnti nei mercati analizzati.

## **Il peso dei singoli mercati in Italia**

Al fine di definire conoscere il peso dei mercati e comprenderne il posizionamento al fine di poter intercettare nuovi flussi di domanda, per ogni mercato sono state analizzate le presenze nelle strutture ricettive Italiane (fonte Istat).