

MARKET INSIGHTS
AUSTRÁLIA
2024*



*Análise 2024 com base no histórico de 2023

Ficha Técnica

Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Diretor-Presidente da Embratur

Marcelo Ribeiro Freixo

Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade

Jaqueline Gil

Diretoria de Gestão e Inovação

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

Gerência de Mercados e Eventos Internacionais

Bruno Giovanni dos Reis

Coordenação de Mercados Internacionais

Carolina Stolf

Equipe Técnica de Mercados Internacionais

Lilás Nascimento

Raissa Neumann

André Netto

Lucas Faria

Luiza Lino

Naara Bandeira

Daniele Garnier

Coordenação de Modais

Philippe Karat

Equipe Técnica de Modais

Bianca Campitelli

Maurício Mascarenhas

Jéssica da Silva Brito

Gerência de Informação e Inteligência de Dados

Fábio Montanheiro

Equipe Técnica de Dados e Revisão

Theogenes Rocha

Paula Schulz

Edson Duarte

Larissa Regis

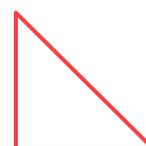
Diagramação

Natália Bomfim

Nathanael Nepomuceno



SUMÁRIO



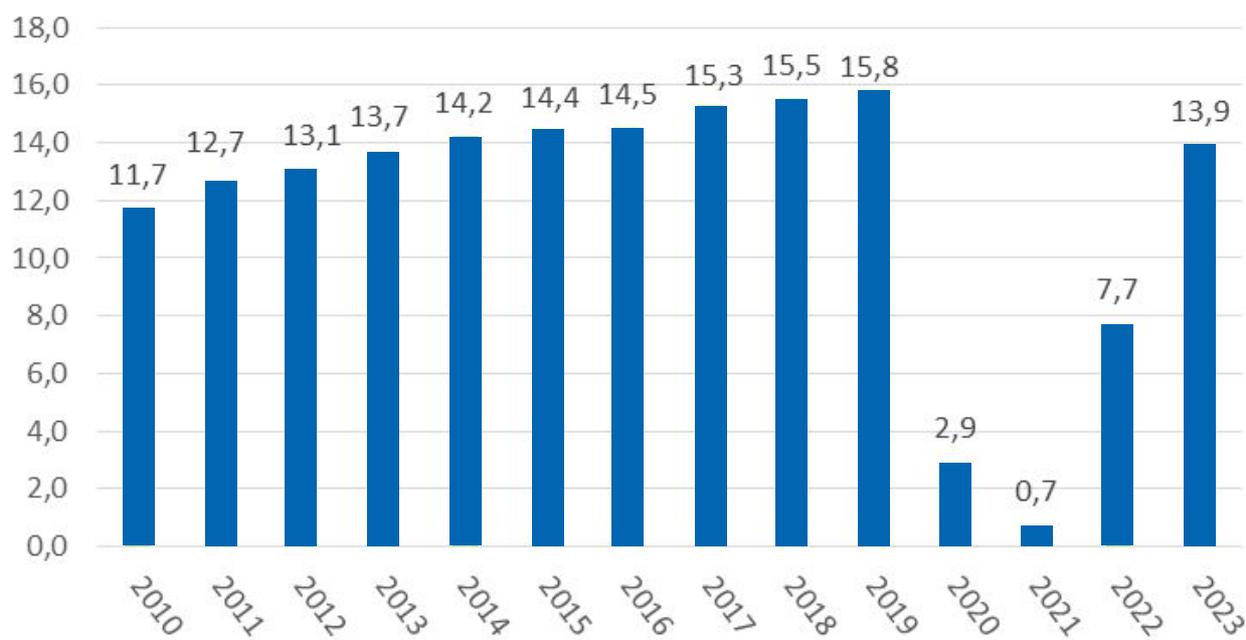
Mercado Emissor	4
Principais destinos para o mundo	6
Principais destinos para a América do Sul e Central.....	7
Emissivo para o Brasil	8
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado	9
Conectividade	10
Perfil de compra para o Brasil	11
Vendas B2C	13
Vendas B2B	15
Motivos de viagem em geral	16
Motivos de viagem ao Brasil	17
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado	19
Principais empresas do mercado	20
Ciclo de promoção	22
Oportunidades de Negócios.....	23
Tendências e oportunidades	24

Mercado Emissor Austrália

A Austrália é um ator relevante no mercado emissor mundial de turismo devido ao alto volume de turistas e seus gastos significativos. As preferências dos turistas australianos incluem destinos variados e experiências de alta qualidade, o que incentiva o desenvolvimento de infraestrutura turística global e promove o intercâmbio cultural e econômico.

Entre os anos de 2010 e 2019, mais de 10 milhões de australianos viajaram internacionalmente a cada ano. Os anos entre 2020 e 2022 registraram números mais baixos devido às restrições impostas pela pandemia de COVID-19, mas o número de viajantes internacionais australianos voltou a ultrapassar o patamar dos 10 milhões em 2023. Previsões da GlobalData indicam que 2024 pode registrar um número recorde de emissões, na casa dos 17 milhões de turistas.

Austrália - Saída internacionais (milhões)



Fonte: GlobalData 2023

Mercado Emissor Austrália

A Austrália é o 6º maior país do mundo em área territorial. Está dividido em 6 estados (Nova Gales do Sul, Queensland, Austrália do Sul, Tasmânia, Victoria e Austrália Ocidental) e 2 territórios (Território da Capital Australiana, ACT, e Território do Norte). A sua população (aproximadamente 26 milhões) está localizada principalmente na periferia do país e está concentrada nas suas cidades. As principais áreas urbanas da Austrália são: Sydney, Melbourne, Brisbane, Perth, Adelaide e Canberra.

Assim como o Brasil, a Austrália possui grande variedade geográfica que inclui desertos, florestas tropicais, grandes planícies e uma extensa costa oceânica. É um país que entende o que é ter rica biodiversidade e lindas paisagens naturais.

Viajantes australianos têm alto poder de compra, paixão por esportes e interesse por ecoturismo e cultura, indicando que o Brasil tem um grande potencial para atrair visitantes daquele país. No ano de 2023, a Austrália ocupou o 18º lugar no ranking de entradas de estrangeiros no Brasil.



O gasto médio do turista australiano em viagens para o exterior no ano de 2023 foi de **USD 3.751,09**.

Fonte: GlobalData 2023



Principais destinos 2023

Mundo 13.897.120 turistas

Os dois principais destinos internacionais visitados pelos australianos em 2023 foram os vizinhos Indonésia e Nova Zelândia. Outros destinos entre os 10 mais visitados incluem dois países na Europa (Reino Unido e Itália), um na América do Norte (Estados Unidos) e outros cinco na Ásia (Singapura, Tailândia, Japão, Índia e Malásia).

Número de turistas x 1000

1	 Indonésia	1.398
2	 Nova Zelândia	1.257
3	 Reino Unido	1.201
4	 Estados Unidos	944
5	 Singapura	804
6	 Tailândia	776
7	 Itália	742
8	 Japão	576
9	 Índia	481
10	 Malásia	440

Fonte: GlobalData



Principais destinos 2023

América do Sul e Central

2.606.690 turistas

Entre os países da América do Sul e Central, o Brasil é o destino mais visitado, inclusive na frente do Chile, que recebe voo direto de Sydney, o que indica que viajantes australianos podem estar buscando conexões em países como Estados Unidos, África do Sul, Emirados Árabes Unidos, Qatar, entre outros que recebem voos diretos da Austrália.

Número de turistas

1	 Brasil	46.935*
2	 Argentina	29.970
3	 Chile	7.790

Fonte: GlobalData

*Fonte Brasil: Dados oficiais - Portal de Dados Embratur

Vale ressaltar que, apesar do Brasil ser o primeiro destino para australianos na América do Sul e Central, há bastante concorrência na América do Norte por parte de Canadá e México, na África por parte de Egito e África do Sul e em basicamente toda a Europa. Atualmente o market share do Brasil no número de emissões internacionais da Austrália é de apenas 0,3%.



*Market Share do Brasil** (2023): **0,3%**

*Percentual de viajantes internacionais deste mercado que viajaram ao Brasil dividido por viajantes internacionais deste mercado que viajaram para destino internacional em 2023

Mercado da Austrália no Brasil

O Brasil foi apenas o 35º destino na lista de países mais visitados por turistas australianos no ano de 2023, com 46.935 chegadas.

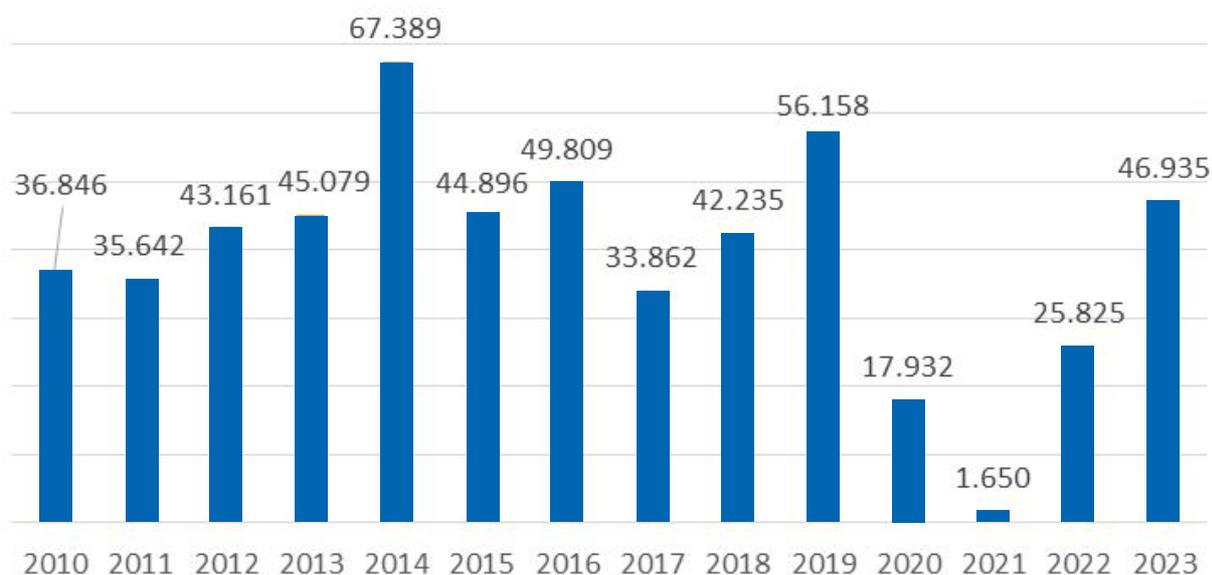
Antes do início da pandemia, a Austrália tinha um fluxo anual de turistas ao Brasil que variava entre 35 e 60 mil, com exceção do ano de 2014, ano em que o Brasil sediou a Copa do Mundo de Futebol Masculino da FIFA, quando o Brasil recebeu 67 mil australianos (ver gráfico abaixo). Em 2023, o número de visitantes australianos voltou a ultrapassar a marca de 40 mil após a queda no número de entradas por causa da pandemia de COVID-19.

Ingresso de turistas australianos Brasil

2019	2020	2021	2022	2023
56.158	17.932	1.650	25.825	46.935

Fonte: Portal de Dados Embratur - Painel de Chegadas Internacionais

Chegadas ao Brasil



Fonte: Portal de Dados Embratur - Painel de Chegadas Internacionais

Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado australiano

Para fins de análise, foram considerados **concorrentes diretos** os países que possuem os mesmos produtos turísticos que o Brasil e concorrem diretamente com os mesmos segmentos e/ou nichos.

Já os **concorrentes indiretos** são os países que não concorrem nos mesmos segmentos e nichos que o Brasil, porém eles “conquistam” o mesmo turista que o Brasil, ou seja, o turista opta por esse outro destino em vez dos destinos brasileiros, mesmo que com produtos diferentes.

A partir disso, são considerados concorrentes do Brasil no mercado Austrália:

- **Diretos:** Argentina, Chile, México, Ilhas Fiji, Ilhas Maurício, Tailândia.
- **Indiretos:** Estados Unidos, Canadá, Europa, Emirados Árabes Unidos, África do Sul, Egito, Japão, Índia.

Muitos turistas australianos optam por visitar países vizinhos, como Indonésia, Malásia e Nova Zelândia. Neste caso, não se pode dizer que estes países são nem concorrentes diretos nem indiretos do Brasil pelo fator distância. Um voo para o Brasil dura em média 20h, enquanto para estes países vizinhos voos duram entre 3 e 5 horas.

Conectividade

Participação de entradas de turistas australianos no Brasil, por modal, no ano de 2023:



Fonte: Portal Dados Embratur
Chegadas Internacionais, 2023

A distância geográfica entre Austrália e Brasil claramente favorece o transporte aéreo. **88,55%** dos turistas do mercado australiano chegaram ao país por via aérea, enquanto **10,21%** optaram por transportes terrestres, o que simplesmente quer dizer que chegaram a países vizinhos por avião e entraram no Brasil por transportes terrestres.

Os principais portões de entrada para australianos foram São Paulo e Rio de Janeiro (via aérea), e Paraná (via terrestre).

Voos atuais (JUL/2024)

Atualmente não há voos diretos entre Austrália e Brasil. Entretanto, visitantes australianos têm algumas opções de voos com apenas uma escala para chegarem ao Brasil, como por exemplo:

- Qantas/LATAM - escala em Santiago, Chile
- Emirates - escala em Dubai, Emirados Árabes Unidos
- Qatar - escala em Doha, Qatar
- Qantas/American Airlines - escala em Dallas, EUA

Fonte Portal de Dados Embratur - Malha Aérea Internacional



A malha aérea é atualizada constantemente, acesse esse link para consulta em tempo real: <https://dados.embratur.com.br/inicio/malha-aerea-internacional>

Perfil de compra para o Brasil



Fonte: ForwardKeys, considerando viagens de lazer a partir de 4 noites, passagens aéreas emitidas de jul 2023 a jul 2024

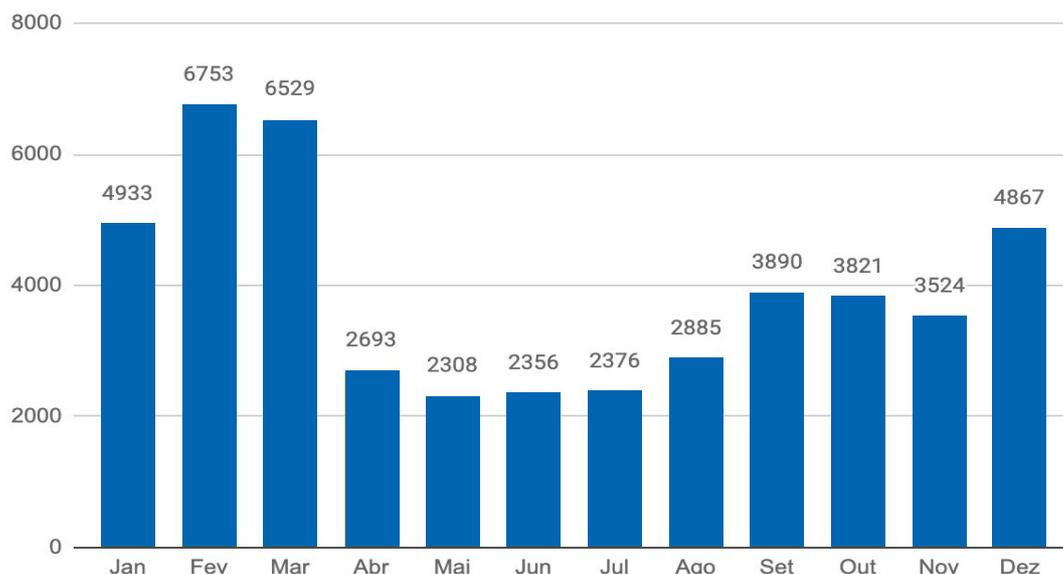
A média de permanência para visitantes da Austrália ao Brasil é de 32 noites. 64% dos turistas passam mais de quatro semanas no país, indicando que a maioria das visitas são de brasileiros expatriados visitando família e amigos, o que converge com os números indicados pela GlobalData em dois de seus estudos.

Tanto o *Tourism Source Market Insight Australia 2023* quanto o *Customer Survey Holiday Preferences Q2*, de julho de 2024, mostram VFR (visitas a amigos e família) como principal motivação de viagem dos Australianos. Sol e Praia e cultura também figuram nas preferências. Pode-se, portanto, inferir que atrativos como experiências de sol e praia com apelo cultural, como música, arte e gastronomia atrairão o interesse dos australianos que viajarem ao Brasil.

Fonte: (1) Forward Keys Destination Gateway; (2) Fonte: GlobalData

Sazonalidade 2023

Distribuição de visitantes australianos por mês



Fonte: Portal de Dados Embratur

Perfil de compra para o Brasil

Nota-se ainda no gráfico de distribuição de visitantes australianos por mês que, no ano de 2023, os três primeiros meses do ano foram os que registraram os maiores números de entrada. Assim como o Brasil, a Austrália se encontra no hemisfério sul. Isso quer dizer que o verão australiano é no mesmo período que o brasileiro.

o verão coincide com as férias escolares e o período de férias anuais para muitos trabalhadores, o que proporciona tempo suficiente para viagens internacionais mais longas.

Fonte: (1) Portal de Dados Embratur; (2) Mapeamento Embratur.



Vendas B2C

Emissões de aéreas Austrália-Brasil:

Tipo de Venda:

46%

Intermediada

54%

Direta

Fonte: ForwardKeys - viagens a lazer, acima de 4 noites, período de julho de 2023 a julho de 2024.

Distribuição da venda intermediada:



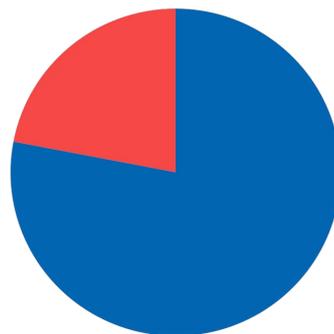
Agência de viagens **78%**



Agência Online **22%**

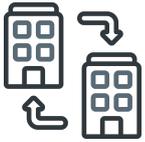


Agência corporativa **0%**



Fonte: ForwardKeys Destination Gateway

O perfil de compra, no que se refere à compra de passagens aéreas, se dá majoritariamente por canais diretos, segundo dados da *ForwardKeys*, representando 54% do total. Entre os 46% dos casos em que houve um intermediador, 78% esteve a cargo de agências de viagem tradicionais e 22% foram realizadas em agências online (OTA).



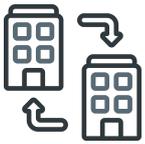
Vendas B2C

Por outro lado, quando as vendas não se restringem a passagens aéreas, a pesquisa *GlobalData's Tourism Source Market Australia 2023* indica que 18% dos entrevistados australianos no Customer Survey Q4 2021 preferem agentes de viagens online (OTAs) para reservar suas férias. As OTAs atuam como mediadoras entre os clientes e as empresas de turismo, dão suporte quando necessário e oferecem múltiplas ofertas aos seus clientes, como reservas de hotéis, reservas de transporte, etc.

Preferência de compra de pacotes por consumidores australianos de acordo com a pesquisa:

- Compra direta com companhias aéreas - 19%
- OTAs - 18%
- Compra direta com hospedagens - 16%
- Agências tradicionais - 11%
- Plataformas de aluguel de hospedagem - 11%

Fonte: GlobalData - Q4 2021 Consumer Survey



Vendas B2B

A indústria de turismo na Austrália é impulsionada por uma forte rede de participantes. Em resumo, é uma rede complexa de agentes atacadistas (wholesalers), agências de viagem, operadores de turismo e provedores de tecnologia trabalhando juntos para facilitar viagens internacionais. Diferentes produtos são muitas vezes comprados separadamente e consumidores também tendem a adquiri-los através de uma variedade de meios, com alguns elementos de uma agência de viagens, outros de alguma agência de viagens on-line e alguns diretamente de fornecedores.

O setor de produção é formado por diversos grupos, sendo os principais Flight Centre Travel Group, Helloworld Travel Limited e the Travel Corporation. A Flight Centre conta com marcas como Infinity Holidays e GOGO Vacations. O Grupo Helloworld conta com membros como Magellan Travel e Mobile Travel Agents. E o Travel Corporation conta com marcas como Contiki e Trafalgar Tours. Algumas das empresas no setor de produção também se encontram no setor de distribuição e se juntam a outras grandes empresas como Abercrombie and Kent e Intrepid Travel.

Além dos grupos e empresas citados acima, há uma vasta lista de agências de viagens e tour operadoras independentes no mercado, como STA Travel, Travel Counsellors, Odyssey Travel e Virtuoso, entre outras.

Fonte: Embratur CMI Inteligência de Mercado

Motivos de viagem em geral

De acordo com a pesquisa *Customer Survey Q2 2024*, apresentada pela *GlobalData*, as preferências de turistas australianos incluem visitas à família e amigos, sol e praia, cultura, cruzeiros, aventura e esportes e bem-estar.



Fonte: Source Market Insight: Austrália (2023)

Destinos mais buscados na internet desde a Austrália em 2023

1	 China
2	 Qatar
3	 Argentina
4	 Malta
5	 Sri Lanka
6	 Portugal
7	 Canadá
8	 Nepal
9	 Kosovo
10	 Brasil

Fonte: Similarweb - Q2 2024

Viagens ao Brasil

Busca por cidades brasileiras a partir da Austrália tráfego digital	
1	Rio de Janeiro
2	São Paulo
3	Brasília
4	Salvador
5	Natal
6	Manaus
7	Florianópolis
8	Curitiba
9	Fortaleza
10	Porto Alegre
11	Recife
12	Fernando de Noronha
13	Ilha Grande
14	Balneário Camboriú
15	Belo Horizonte

Fonte: Similarweb Q2 2024

Viagens ao Brasil

Principais portões de entrada 2023	
1	São Paulo
2	Rio de Janeiro
3	Paraná
4	Rio Grande do Sul
5	Bahia
6	Santa Catarina
7	Distrito Federal
8	Amazonas
9	Ceará
10	Amapá

Fonte: Portal de Dados Embratur

Destinos mais comercializados - Pesquisa b2b	
1	Rio de Janeiro
2	São Paulo

Fonte: Pesquisa B2B Embratur Q1 2024

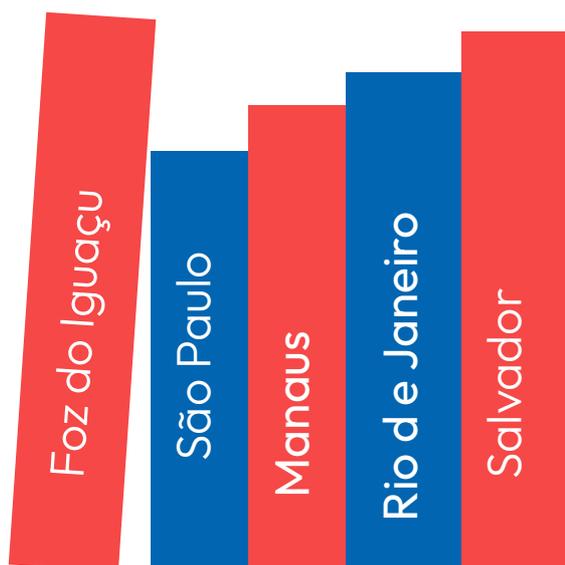
Principais cidades de origem para o Brasil

Cidade de Origem	Número de Passageiros	Share
Sydney (SYD)	8.269	40,2%
Brisbane (BNE)	4.752	23,1%
Melbourne (MEL)	3.197	15,5%
Perth (PER)	2.328	11,3%
Coolangatta (Gold Coast) (OOL)	843	4,1%
Adelaide (ADL)	815	4,0%
Canberra (CBR)	126	0,6%
Hobart (HBA)	51	0,2%
Cairns (CNS)	46	0,2%
Darwin (DRW)	23	0,1%

Fonte: ForwardKeys - Destination Gateway - Período entre julho 2023 a julho 2024.

Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado

Os destinos **apresentados** na vitrine dos operadores e agências de viagens do mercado australiano são: Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, São Paulo, Manaus e Salvador. Não há muita variedade. Infere-se que há oportunidade para ações de awareness e diversificação de produtos neste mercado.



Fonte: Análise de prateleira de uma média de cinco operadoras do mercado australiano.

Principais Empresas do Mercado

Tour Operadoras		
1	Explore!	https://www.exploreworldwide.com.au/
2	Flight Centre	https://www.flightcentre.com.au/
3	Exoticca	https://www.exoticca.com/us/america/south-america/brazil
4	Intrepid Travel	https://www.intrepidtravel.com/
5	Contiki	https://www.contiki.com/
6	Trafalgar	https://www.trafalgar.com/en-au
7	Insight Vacations	https://www.insightvacations.com/

OTA's (Agências de viagens online)		
1	Expedia	https://www.expedia.com.au/
2	Webjet	https://www.webjet.com.au/
3	Lastminute.com.au	https://www.lastminute.com.au/
4	Booking.com	https://www.booking.com/
5	Wotif	https://www.wotif.com/
6	Skyscanner	https://www.skyscanner.com.au/

Fonte: Mapeamento Embratur - empresas relevantes.

Principais Empresas do Mercado

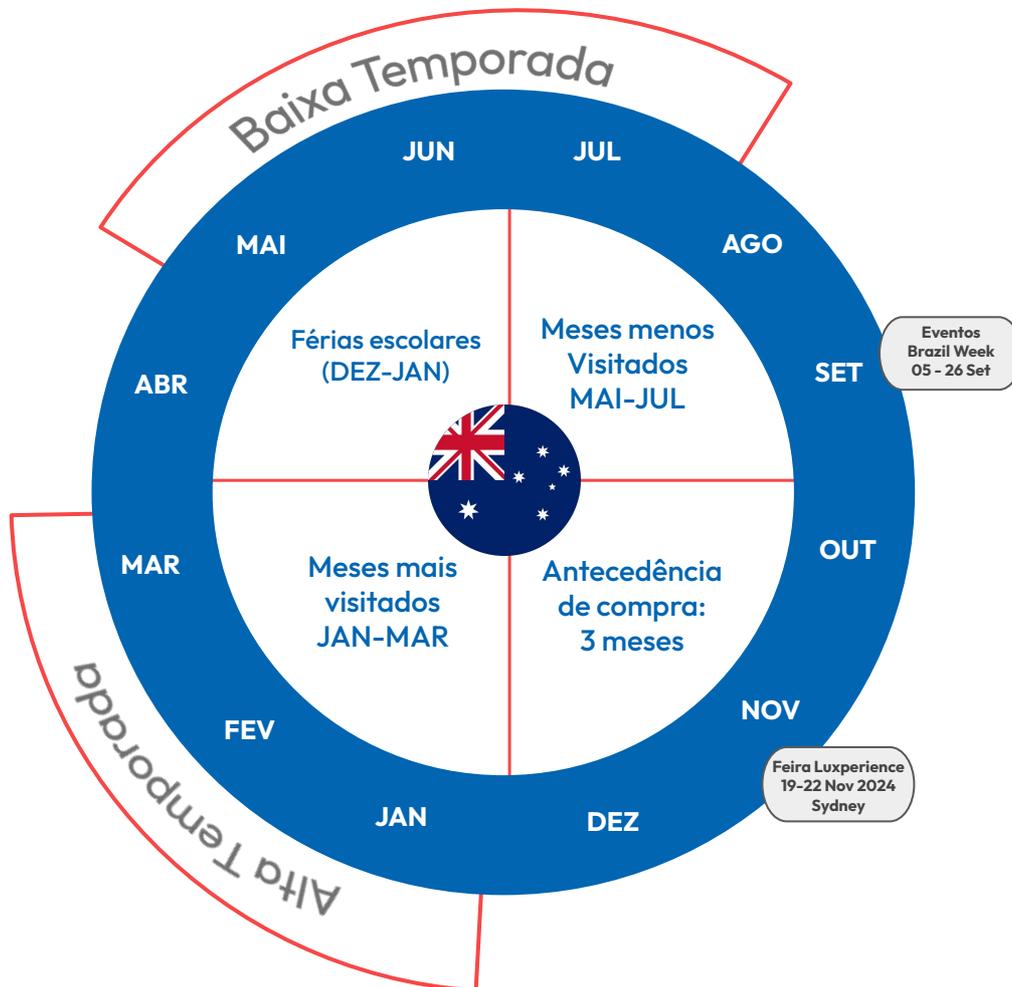
Agências de viagens		
1	Flight Centre	https://www.flightcentre.com.au/stores/
2	Helloworld	https://www.helloworld.com.au/Find-Your-Agent.html
3	Express Travel	https://etg.travel/

Grupos de Operadoras e Agências		
1	Flight Centre Travel Group	https://www.fctgl.com/
2	Helloworld Travel	https://www.helloworldlimited.com.au/
3	Travel Corporation	https://ttc.com/
4	Express Travel Group	https://etg.travel/

Associações		
1	Afta - australia travel industry association	https://afta.com.au/
2	Cato - council of australian tour operators	https://www.cato.travel/
3	Clia - cruise lines international association australasia	https://www.cruising.org.au/

Ciclo de promoção

Tático Anual **Austrália** 2024



AUSTRÁLIA

MARKET INSIGHTS



Antecedência de compra:

93 dias

Fonte: ForwardKeys

Meses com maior volume de:

	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Busca por viagens Brasil										Red	Red	Red
Entrada de turistas Brasil	Orange	Orange	Orange									
Busca por viagens Mundo	Red										Red	Red
Férias escolares	Teal											Teal
Baixa Temporada Brasil					Grey	Grey	Grey					

Oportunidades de negócios

Principais feiras e eventos

B2B

Flight Centre's World Travel Expo

Local: Melbourne, Austrália. Uma exposição que destaca destinos turísticos das Américas e da Europa, oferecendo uma plataforma para operadores turísticos e empresas de serviços turísticos se conectarem com o mercado australiano.

Get Global

Local: Sydney, Austrália. Um evento focado em destinos internacionais e produtos para o mercado australiano de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions).

Luxperience

Local: Sydney, Austrália. Luxperience é uma feira de turismo de luxo que conecta fornecedores de serviços de luxo de todo o mundo com compradores internacionais e australianos.

B2C

World Travel Expo by Flight Centre

Local: Melbourne, Austrália. A feira apresenta uma variedade de produtos e destinos de viagem, oferecendo ofertas exclusivas e informações de viagem.

The Travel Expo by Helloworld Travel

Local: Brisbane, Austrália. Organizada pela Helloworld Travel, esta feira apresenta uma ampla gama de opções de viagem, incluindo destinos internacionais e ofertas exclusivas de viagens.

Fonte: Mapeamento Embratur - eventos relevantes.

Atenção: Estude a importância da participação nas feiras de turismo do país de acordo com a estratégia da sua empresa ou instituição.

Fique atento ao marcar ações nos períodos pré e pós grandes eventos, pois há um aumento nas atividades para o *trade* local.

Tendências e oportunidades

Considerando os destinos brasileiros mais comercializados nas prateleiras australianas, os destinos mais buscados na internet, os destinos mais visitados no Brasil por australianos e, levando-se em consideração suas preferências na escolha de viagens globais, infere-se que há interesse por parte de turistas australianos pelos segmentos de Sol e Praia, Cultura, Natureza, Aventura, Cruzeiros e bem-estar. É interessante, portanto, apresentar o Brasil como um destino com produtos completos, que oferecem praias com atividades culturais memoráveis, ou natureza com atividades sustentáveis e autênticas, que propiciem bem-estar aos viajantes, por exemplo.

Os grupos Flight Center Travel Group e Helloworld Travel Limited dominam o mercado. No entanto, consórcios de agências de viagens independentes vêm ganhando importância.

Entre as tendências atuais na indústria de turismo australianas, pode-se citar o aumento do uso de sistemas de reserva online e ferramentas digitais, uma crescente demanda por experiências de viagem sob medida e serviços personalizados e foco crescente em opções de viagem e práticas de turismo sustentável.

A maioria dos operadores turísticos está sediada em Sydney e Melbourne. Alguns outros ficam em Brisbane, Adelaide e Perth.

Se a sua empresa está planejando uma visita ao mercado, é importante ter paciência para construir um bom relacionamento com o trade australiano.

Os negócios geralmente são conduzidos de maneira descontraída, mas formal.

É necessário se programar com antecedência. As equipes de vendas, de produtos e de destinos geralmente cuidam de mais de um destino. Planeje treinamentos com meses de antecedência.

O mercado australiano dá muita importância ao relacionamento com parceiros. Após sua visita, faça o acompanhamento de todas as visitas e reuniões com um resumo via e-mail. Este acompanhamento manterá o relacionamento forte. Embora as visitas regulares sejam improváveis, uma visita anual (ou a cada dois anos) é importante para dar exposição à sua empresa.

