



 INSIGHTS DE MERCADO

# FRANÇA

2025

\*Com base no histórico de 2024

# Ficha Técnica

## **Presidente da República**

Luiz Inácio Lula da Silva

## **Diretor-Presidente da Embratur**

Marcelo Ribeiro Freixo

## **Diretoria de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade**

Bruno Giovanni dos Reis

## **Diretoria de Gestão e Inovação**

Roberto Pedro Krukoski de Azevedo Gevaerd

---

## **Gerência de Mercados e Eventos Internacionais**

Alexandre Nakagawa

## **Coordenação de Mercados Internacionais**

Alisson Braga de Andrade

## **Equipe Técnica de Mercados Internacionais**

André Netto

Daniele Garnier

Lilás Nascimento

Lucas Faria

Naara Bandeira

Raíssa Neumann

## **Gerência de Informação e Inteligência de Dados**

Fábio Montanheiro

## **Equipe Técnica de Dados e Revisão**

Camila Neiva

Cristiano Borges

Daniele Barros

Edson Duarte

Larissa Regis

Scarlett Bispo

Theogenes Rocha

## **Design Gráfico**

Natália Bomfim

Ronald Albuquerque

Nathanael Nepomuceno



# SUMÁRIO

Principais destinos para o mundo .....	4
Principais destinos para Américas .....	5
Mercado Emissor .....	6
Principais destinos concorrentes do Brasil no mercado .....	7
Conectividade .....	8
Perfil de compra para o Brasil .....	9
Motivos de viagem ao Brasil .....	11
Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado .....	12
Empresas do mercado .....	13
Tendências e oportunidades .....	15
Ciclo de promoção .....	16

# Principais destinos 2024

## 61.087.372 turistas

Os principais destinos internacionais dos turistas franceses são países fronteiriços. Esse público é o 5º maior emissor de turistas internacionais do mundo.

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 <b>Espanha</b>	11.636
2	 <b>Itália</b>	9.003
3	 <b>Reino Unido</b>	3.216
4	 <b>Alemanha</b>	1.903
5	 <b>Estados Unidos</b>	1.901
6	 <b>Grécia</b>	1.838
7	 <b>Portugal</b>	1.696
8	 <b>Bélgica</b>	1.537
9	 <b>Marrocos</b>	1.358
10	 <b>Turquia</b>	1.071

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

# Principais destinos 2024

Os principais destinos internacionais dos turistas franceses nas Américas do Sul e Central:

(Números de turistas) x 1000 visitantes por Ano

1	 <b>Guadalupe</b>	724
2	 <b>Brasil</b>	<b>235*</b>
3	 <b>República Dominicana</b>	221
4	 <b>Cuba</b>	170
5	 <b>Argentina</b>	158
6	 <b>Peru</b>	112
7	 <b>Colômbia</b>	90
8	 <b>Chile</b>	89
9	 <b>Costa Rica</b>	81

Fonte: GlobalData, 2025 - ano referência 2024.

Apesar de o México não aparecer nesta lista por ser um país da América do Norte, eles receberam em torno de 294.000 franceses em 2024. Destacamos esse país por ser forte um concorrente do Brasil.

\*Ingresso de turistas franceses no Brasil 2024 - 235.163 (Painel de Chegadas Internacionais)

# Mercado da França para o Brasil

Ao analisar os destinos mais visitados pelos franceses, observamos que, de fato, como nos demonstram as porcentagens, destinos de sol e praia são os mais buscados por esse público, já que Espanha, Itália, Grécia e Portugal são destinos fortes neste segmento. Lembrando que são países fronteiriços ou de *short haul*.

Contudo, quando analisamos os destinos mais visitados nas Américas Central e do Sul, que são viagens distantes, observamos que o segmento de sol e praia também é significativo. Os outros destinos todos apresentam destinos com praias famosas e atrativas, estando o Brasil em 2º lugar dos destinos das Américas do Sul e Central a ser visitado pelos franceses.

É possível perceber que as visitas ao Brasil vêm crescendo, com exceção do período da pandemia (2020 a 2022). Em 2024, houve um aumento de 25% em comparação com 2023.

## Ingresso de turistas deste mercado no Brasil

2019	2020	2021	2022	2023	2024
257.504	70.369	34.848	130.910	187.559	235.163

Fonte: Portal de Chegadas Internacionais



Market Share do Brasil\* (2024):

**0,38%**



Em 2024, o Brasil registrou 235.163 de turistas franceses, em vias de alcançar os números pré pandemia.



**Dados de entrada são atualizados constantemente**

**CLIQUE AQUI**



ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

\*Percentual de viajantes internacionais deste mercado que visitaram o Brasil em 2024.

# Principais Destinos Concorrentes do Brasil no mercado francês

<b>Concorrentes Diretos</b>	Guadalupe, México e República Dominicana
<b>Concorrentes Indiretos</b>	Espanha, Reino Unido, Portugal e Estados Unidos

Os franceses estão dispostos a ultrapassar suas fronteiras para disfrutar de uma bela praia, ressaltamos que são exigentes e buscam por conforto e bem estar.

Elementos culturais também são bem fortes para esse público, por isso temos Peru, México e Colômbia na nossa lista de concorrentes. E os elementos de natureza também aparecem em destinos como Chile e Itália.

Essas preferências colocam o Brasil como um destino com potencial de crescimento no mercado.

## Percepção do Brasil

# 71%

dos turistas franceses consultados **pretendem visitar o Brasil** nos próximos dois anos (a contar da pesquisa) e **13%** já estiveram no país **pelo menos uma vez**.

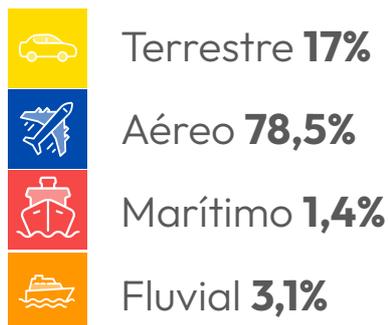
Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023

Nota: **concorrentes diretos** os países que possuem os mesmos produtos turísticos que o Brasil e concorrem diretamente com os mesmos segmentos e/ou nichos.

**Concorrentes indiretos** são os países que não concorrem nos mesmos segmentos e nichos que o Brasil, porém “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.

# Conectividade

Participação de entradas de turistas deste mercado no Brasil, por modal:



Fonte: Portal de Dados Embratur

As viagens terrestres possuem um número considerável nas viagens internacionais dos franceses (29%, Globaldata 2024) porque sabemos que o europeu viaja muito de carro ou trem pelos países vizinhos ou próximos.

A entrada predominante para o Brasil, pela longa distância, é por vias aéreas. Mas podemos observar que 17% da entrada é por terra, o que deve representar os franceses que vêm a outros países da América do Sul e, ao chegar no Brasil, vem pelas estradas.

## Voos atuais (ABR/2025)



A malha aérea é atualizada constantemente

[CLIQUE AQUI](#)



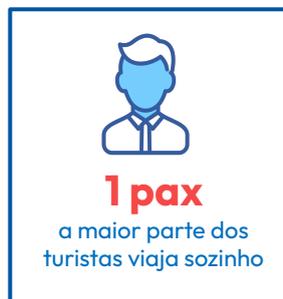
ou escaneie o qr code para consultar em tempo real

Importante ressaltar que a França possui uma boa conectividade com o Brasil, com 5 voos diretos, porém alcança apenas as regiões brasileiras sudeste e nordeste.

Vale reforçar que os franceses estão próximos de Portugal, país que possui conectividade direta com 14 destinos brasileiros, alcançando todas as regiões do Brasil. Vale a pena considerar essa conectividade ainda na Europa e chegar em voo direto a partir de Lisboa ou Porto.

Fonte: FlightConnections

# Perfil de compra para o Brasil



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

O turista francês é um cliente com alto gasto em viagens internacionais e, também, é um turista exigente, procura pelo conforto e bem-estar, bom atendimento, com alimentação diferenciada e experiências memoráveis.

Além de comprarem a viagem com antecedência, esse público tem uma tendência maior de realizarem compras diretas nas cias aéreas.

Pela sazonalidade de entrada no Brasil, os meses de dezembro e fevereiro são os meses que eles mais entram, e uma das justificativas é o verão no Brasil. Em julho e agosto também são meses com altos números por ser o período de férias escolares na França.

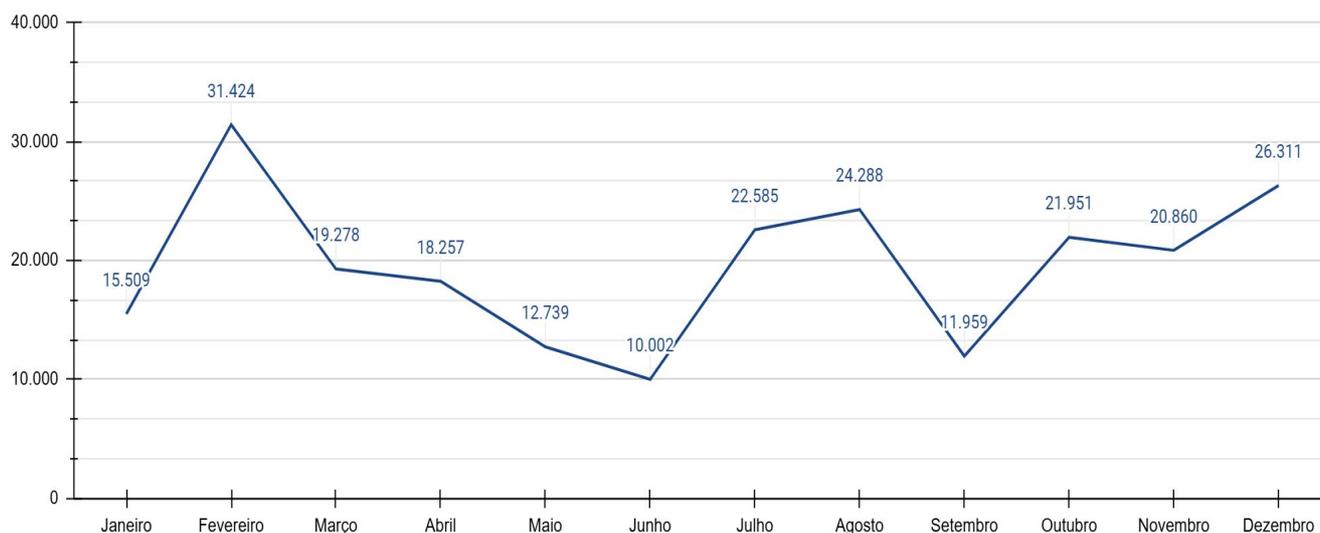


O gasto médio do visitante deste mercado no exterior foi de **USD 2.011 em 2024.**

Fonte: GlobalData

## Sazonalidade 2024

Distribuição do total de visitantes deste mercado por mês:



Fonte: [Portal de Dados Embratur](#) (Embratur, MTur e Polícia Federal)

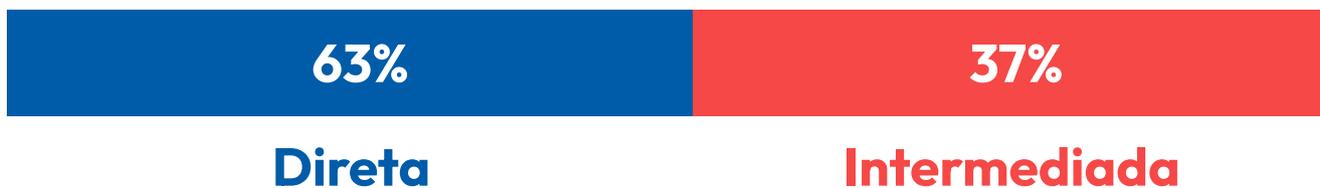
# Perfil de compra para o Brasil



## Vendas B2C e B2B

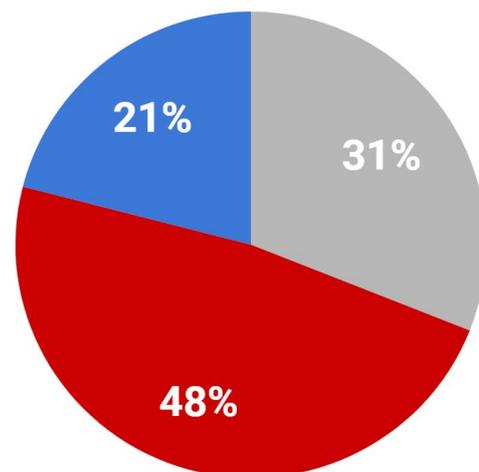
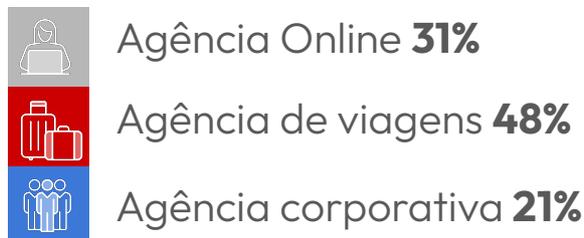
### Emissões de passagens aéreas França-Brasil

Tipo de Venda:



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer, permanência acima de 04 noites, período Abr 2024 a Mar 2025.

### Distribuição da venda intermediada



Fonte: ForwardKeys, viajantes a lazer e a negócios, período Abr 2024 a Mar 2025.

- As vendas B2B ocorrem fundamentalmente entre DMC's e Operadoras na construção do pacote, em seguida, o operador vende para Agências de Viagens (*online* e *offline*/físicas).

As vendas de bilhetes aéreos de forma direta ganhou o cenário de 63%, no ano de 2024. Isso demonstra uma maior independência na hora de realizar a viagem do turista francês.

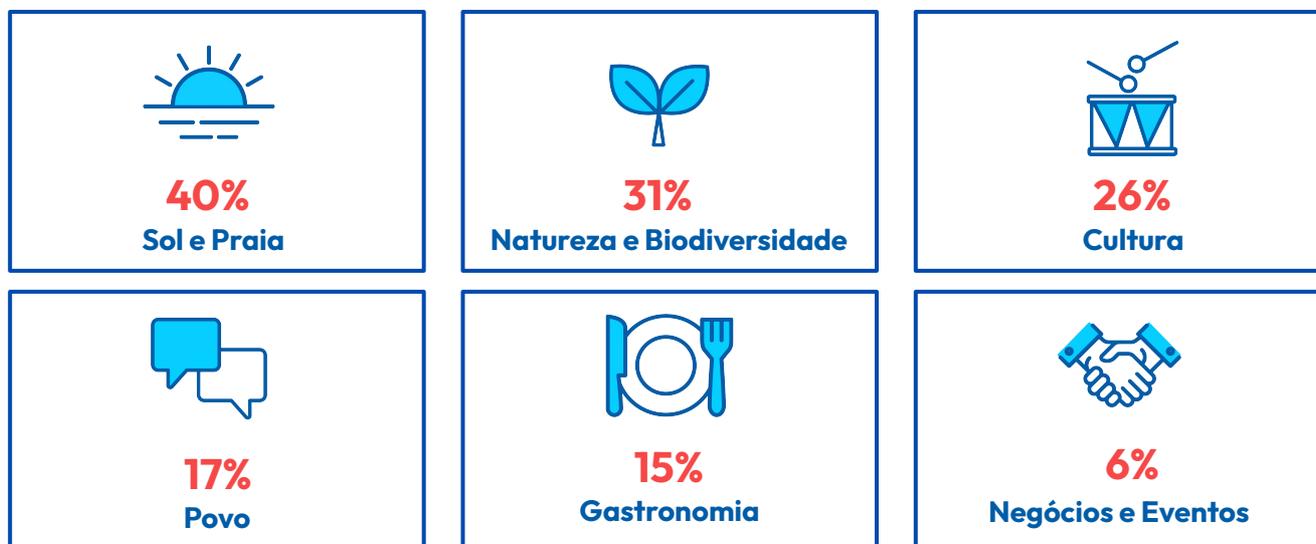
Nas compras indiretas (37%), ao analisar as principais empresas de venda no mercado, destacam-se agências online que possuem uma atuação mais ampla no continente europeu, além de empresas offline, que ainda possuem uma parcela relevante desse público.

# Motivos de viagem deste turista (domésticos e internacionais)



Fonte: GlobalData 2024 - Consumer Survey

# Motivos de viagem ao Brasil



Fonte: Pesquisa PENTA, Embratur, 2024/2023



Consulte os indicadores

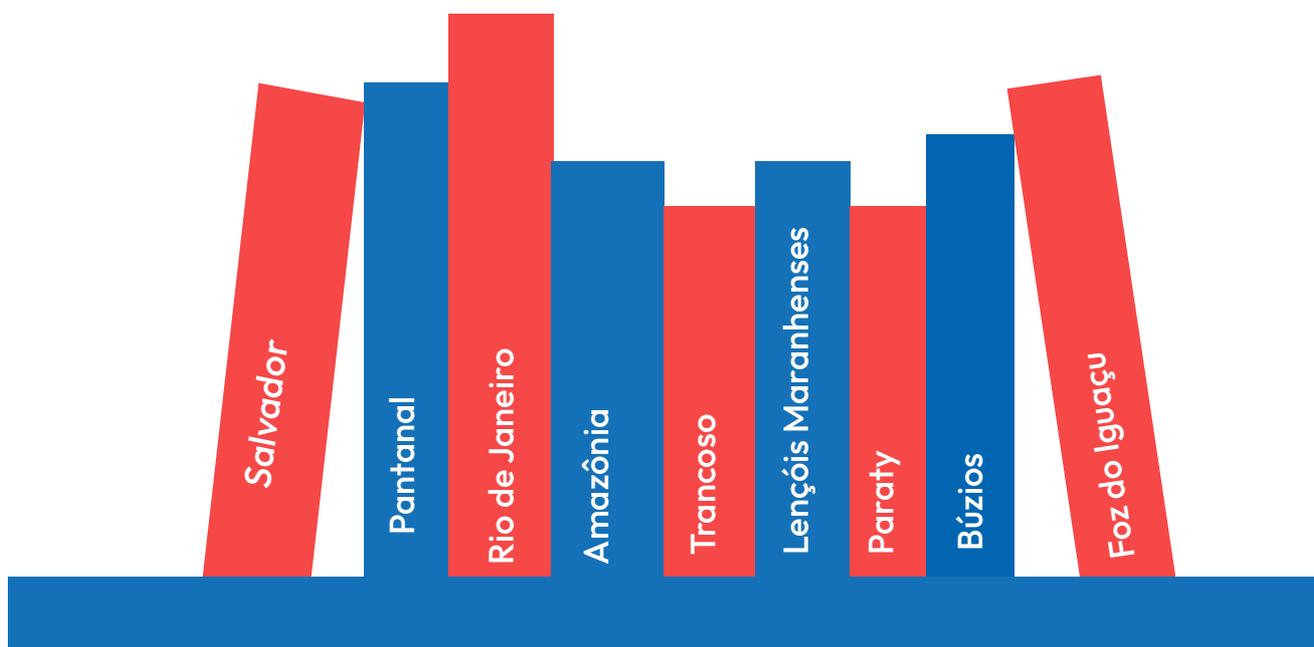
[CLIQUE AQUI](#)



ou escaneie o qr code para mais detalhes

Nota: Pesquisa PENTA - pesquisa encomendada pela Embratur à consultoria Penta Group LLC, realizada no último trimestre de 2023, com o objetivo de identificar público-alvo em mercados estratégicos e compreender a motivação de viagens internacionais, lança luz ao imaginário do turista argentino e permite que algumas tendências possam ser apontadas.

# Destinos brasileiros nas prateleiras do mercado



## Percepções de prateleira



### Países em pacotes multidestinos com Brasil

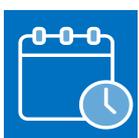
Argentina e Chile



### Destinos de oportunidades

João Pessoa, Manaus, Brasília,  
Chapada dos Veadeiros

Destinos que podem ter um crescimento no *awarness*.



### Ampliação de tempo de permanência

NE, Foz do Iguaçu

Destinos que podem ter o tempo de permanência ampliado, seja por inclusão de experiências ou combinando com outros destinos



### Segmentos mais comercializados

Sol e Praia e resorts all inclusive

Fonte: Pesquisa de Catálogo Embratur. Pesquisa das vitrines comercializadas nos canais de uma amostra média de 5 operadoras por mercado.

# Empresas do Mercado

Operadoras	
Club Med	<a href="https://www.clubmed.fr">https://www.clubmed.fr</a>
Karavel	<a href="https://www.karavel.com/">https://www.karavel.com/</a>
NG Travel	<a href="https://www.kappaclub.fr">https://www.kappaclub.fr</a>
TUI France	<a href="https://www.tui.fr">https://www.tui.fr</a>
Voyageurs du Monde	<a href="https://www.voyageursdumonde.fr">https://www.voyageursdumonde.fr</a>

Agências de viagem	
Fram	<a href="https://www.fram.fr/">https://www.fram.fr/</a>
La Clef des Voyages	<a href="https://www.clefdesvoyages.fr">https://www.clefdesvoyages.fr</a>
Objectif Nature	<a href="https://www.objectif-nature.fr">https://www.objectif-nature.fr</a>
Promovacances	<a href="https://www.promovacances.com/">https://www.promovacances.com/</a>
Voyage Privé	<a href="https://www.voyage-prive.com">https://www.voyage-prive.com</a>

OTAs	
eDreams	<a href="https://www.edreams.fr/">https://www.edreams.fr/</a>
Expedia	<a href="https://www.expedia.fr">https://www.expedia.fr</a>
Havas Voyages	<a href="https://www.havas-voyages.fr">https://www.havas-voyages.fr</a>
Mister Fly	<a href="https://www.misterfly.com/">https://www.misterfly.com/</a>
Opodo	<a href="https://www.opodo.com">https://www.opodo.com</a>
Supersaver	<a href="https://www.supersaver.fr">https://www.supersaver.fr</a>

Fonte: Mapeamento Embratur e ForwardKeys

# Empresas do Mercado

Veículos de Imprensa B2C e B2B	
<b>Geo</b>	<a href="https://www.geo.fr">https://www.geo.fr</a>
<b>Guide du Routard</b>	<a href="https://www.routard.com">https://www.routard.com</a>
<b>Lonely Planet France</b>	<a href="https://www.lonelyplanet.fr">https://www.lonelyplanet.fr</a>
<b>Petit Futé</b>	<a href="https://www.petitfute.com">https://www.petitfute.com</a>

Associações	
<b>ATES</b> Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire	<a href="https://www.tourisme-equitable.org">https://www.tourisme-equitable.org</a>
<b>ATR</b> Agir pour un Tourisme Responsable	<a href="https://www.tourisme-responsable.org">https://www.tourisme-responsable.org</a>
<b>COTAL</b> Confédération des Organisations Touristiques de l'Amérique Latine	<a href="https://www.cotal.fr">https://www.cotal.fr</a>

Cias Aéreas			
<b>Air France</b>	Paris (CDG)	São Paulo (GRU) Rio de Janeiro (GIG) Fortaleza (FOR) Salvador (SSA)	<a href="https://www.airfrance.fr">https://www.airfrance.fr</a>
<b>AZUL</b>	Orly (ORY)	Campinas (VCP)	<a href="https://www.voeazul.com.br">https://www.voeazul.com.br</a>
<b>LATAM</b>	Paris (CDG)	São Paulo (GRU)	<a href="https://www.latamairlines.com">https://www.latamairlines.com</a>

Fonte: Mapeamento Embratur realizado em março de 2023.

# Tendências e oportunidades



## Percepção do mercado para alavancar vendas

É necessário trabalhar melhor os destinos brasileiros no mercado para o público B2B, bem como aumentar o desejo de compra pelo público B2C.

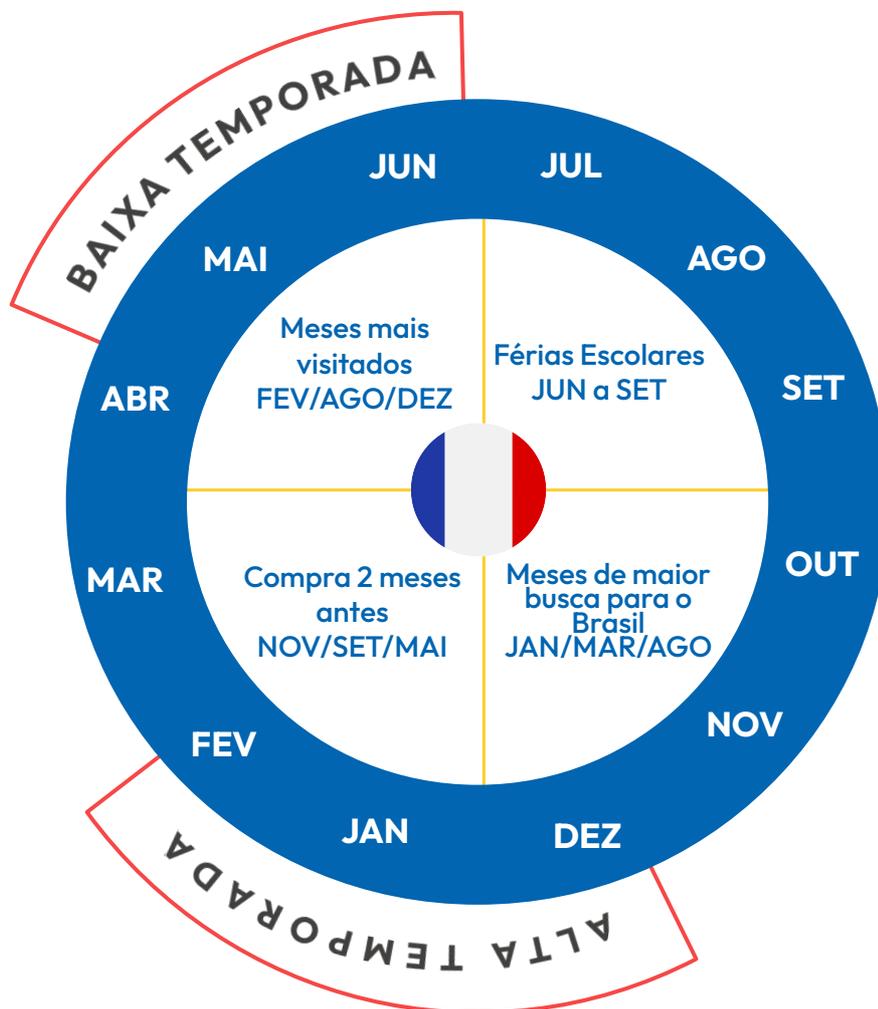


## Ações necessárias no mercado

Aumentar o *awerness* e o desejo de compra.  
Competir com os preços das passagens aéreas.

- França é a 7ª maior economia do mundo, de acordo com Globaldata, 2024. Além disso, é o 5º maior emissor de turistas internacionais para o mundo.
- Para o Brasil, França é o 6º emissor de turistas em ranking geral, mas o 1º emissor a partir da Europa.
- O gasto médio do turista francês é alto, em torno de USD2.000,00. Isso reforça que esse público busca por lugares que lhe ofereçam conforto e bem estar, além de boa experiência. Isso os tornam turistas mais exigentes, mas que estão dispostos a pagar pelo conforto.
- Com o aumento das compras online em todo o mundo, os franceses, hoje, realizam mais compras diretas (63%) para adquirir seus bilhetes de viagem que compram por intermédio de uma agência (37%), quando são viagens com foco em lazer.
- Uma **oferta multissegmentada** pode se tornar especialmente atrativa quando direcionada ao público francês, pois, ao adaptar a proposta de valor para diferentes segmentos, é possível **aumentar a relevância, melhorar a experiência** do turista e **ampliar as chances de conversão**.
- As atividades culturais, como visitas a museus e galerias de arte, assim como entretenimento em geral, podem ser **integradas às ofertas**.
- Segundo a Pesquisa Penta (2024/2023), o **clima tropical** foi o principal atrativo para os turistas franceses em 2023, sendo citado por 40% dos entrevistados. As **praias brasileiras**, em especial, motivaram a escolha de 37% desses visitantes. Outros fatores que conquistaram os franceses foram a **gastronomia** brasileira (15%) e a hospitalidade do **povo brasileiro** (17%).
- [Revista Tendências do Turismo](#) - 6ª Edição - uma parceria da Embratur e do Ministério do Turismo que apresenta as 19 tendências mais citadas por publicações para o turismo mundial em 2025.

# Ciclo de promoção



Antecedência média de compra

67 dias

Fonte: Forward Keys

Meses com maior volume de:	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Busca por viagens Brasil	■	■						■				
Entrada de turistas Brasil		■						■				■
Busca por viagens Mundo	■	■	■									
Férias escolares						■	■	■				
Baixa Temporada Brasil					■	■			■			



[embratur.com.br](http://embratur.com.br)



Atualização: Abril/2024

