

# UX au Brésil

Bonnes pratiques &  
tendances UX

★ *ferpection*



# ★ Pourquoi la localisation est-elle importante en UX Design ?

Localisation : adapter les interfaces à la langue et à la culture d'un pays.

Un site ou une application doit répondre aux codes du pays afin de correspondre au mieux aux attentes de ses utilisateurs.

Le UX Design prend en considération la localisation afin d'apporter aux entreprises un produit et service adapté.

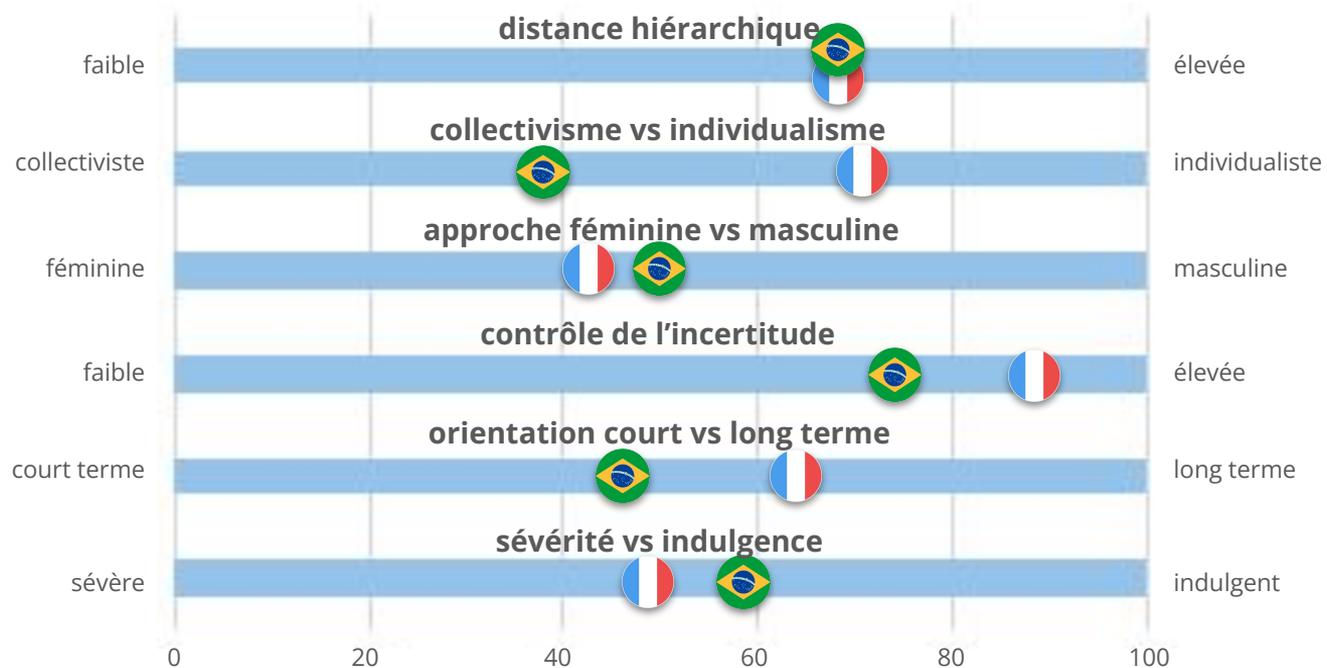
**Voici les spécificités de l'UX Design au Brésil.**



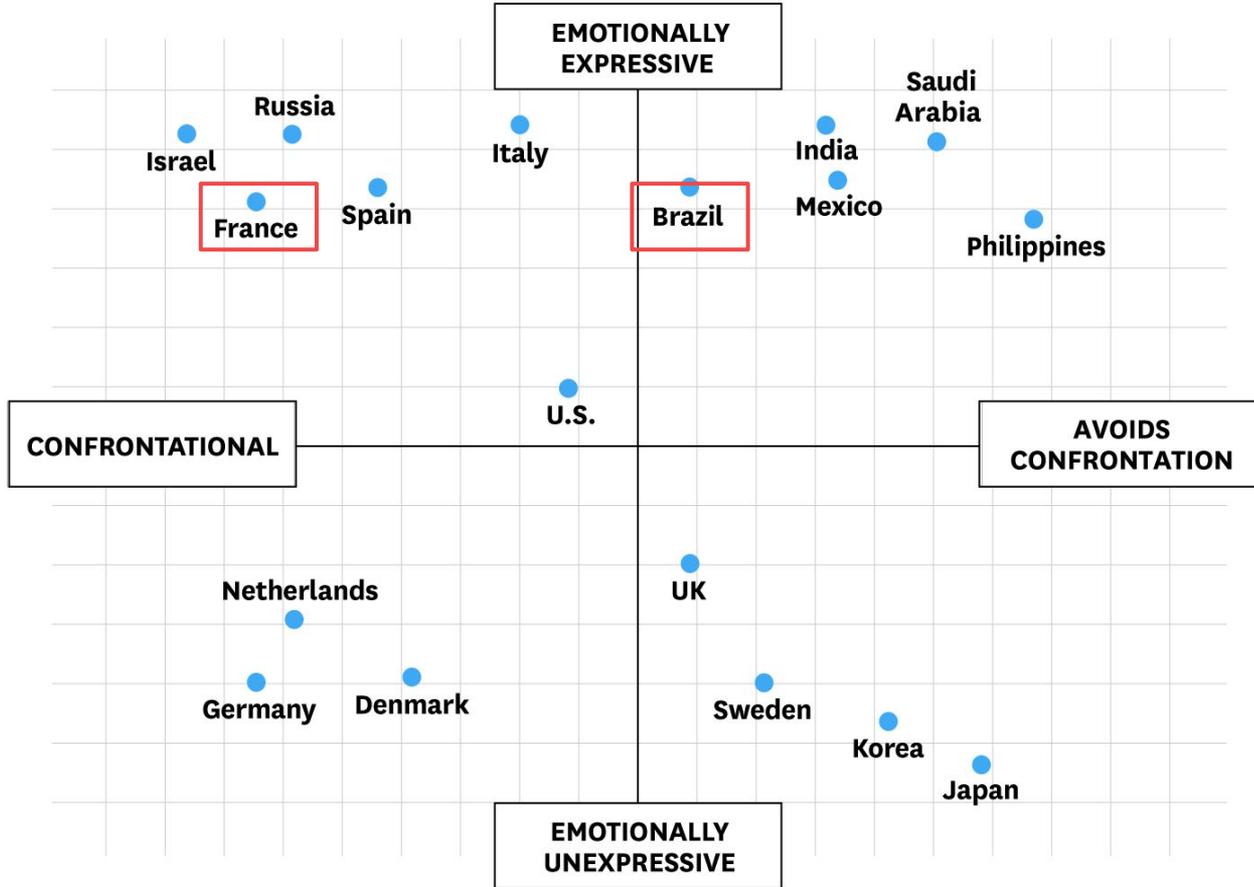


## Analyser la culture

Le chercheur néerlandais, Geert Hofstede, a mis en place un système de mesure en 6 catégories pour analyser les différentes cultures des pays.



# ★ Une façon de communiquer différentes selon les pays



Source : Erin Meyer "Getting to si, ja, oui, hai and da", 2015



1

## Révolution des réseaux sociaux

Communication  
Image  
Communautés

2

## Révolution bancaire

Mobile first  
Les possibilités de paiement

3

## Interfaces

Navigation  
Couleurs





# Section 1

Communication

# ★ Le Brésil est environ 15 fois plus grand que la France

## Fuseau horaire

Avec ses 8 515 770 km<sup>2</sup>, **le Brésil est 15 fois plus grand que la France** et sa population est 3 fois plus nombreuse. En raison de la taille du pays, le Brésil est divisé en 4 fuseaux horaires.

## Coût élevé des appels et des SMS

Les appels téléphoniques et les SMS sont très chers au Brésil. En effet, un appel/message extrarégional coûte plus cher, et il en est de même pour les appels hors opérateur.





# L'importance de la rue

## Fêtes en plein air

Le Brésil est très célèbre pour sa fête nationale : le Carnaval. C'est une fête de 4 jours où la population descend dans la rue pour danser, chanter et faire des spectacles. Tous les Brésiliens, de toutes classes sociales, se réunissent pour célébrer cet événement national.

Ce carnaval et toutes les autres festivités en plein air soulignent l'importance de la rue. Elle est un lieu commun de rencontres et d'activités sociales.



## ★ Première activité numérique : la communication

### Main online activities

**94%**

Sending or receiving texts, voice messages or images through apps

**76%**

Watching videos, TV shows, and movies

**73%**

Talking through video calls

**69%**

Sending or receiving emails

**Parmi les 4 principales activités en ligne au Brésil, 3 concernent la communication.**

Que ce soit par des textes, des images, des vidéos, la voix, des e-mails, etc., l'échange est très important pour les Brésiliens, ce qui donne une place importante aux réseaux sociaux.

# WhatsApp est le principal moyen de communication

## Le réseau social le plus populaire



Au Brésil, WhatsApp est le 3e réseau social le plus utilisé. À l'échelle mondiale, c'est le plus grand marché en dehors de l'Asie. Il compte 146,6 millions d'utilisateurs, ce qui représente 55% de l'ensemble des utilisateurs sud-américains.

**Whatsapp est devenu la solution pour communiquer de la manière la plus économique.** Il existe même des forfaits mobiles qui offrent une utilisation infinie. Cela permet de communiquer à moindre coût et de localiser facilement ses amis dans la rue.

### As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2021 são:

1. Facebook (130 mi)
2. YouTube (127 mi)
3. WhatsApp (120 mi)
4. Instagram (110 mi)
5. Facebook Messenger (77 mi)
6. LinkedIn (51 mi)
7. Pinterest (46 mi)
8. Twitter (17 mi)
9. TikTok (16 mi)
10. Snapchat (8,8 mi)



## WhatsApp pour contacter les entreprises

### Communication avec les entreprises

L'utilisation de WhatsApp va au-delà de celle des Européens. Les Brésiliens utilisent cette application pour contacter leurs proches, mais aussi les entreprises (pharmacies, supermarchés, etc.).

C'est pourquoi l'application a lancé WhatsApp Business afin de répondre aux besoins de la population.





# Section 2

Image



## Une culture du melting-pot

### Des cultures ethniques diverses

La population, la culture et la cuisine du Brésil sont un melting-pot mondial puisqu'elles sont composées en grande partie de cultures d'immigrants provenant de pays tels que le Japon, l'Italie, la Syrie, l'Allemagne, la Corée, le Liban et la Chine.

**La population brésilienne est unique grâce à sa diversité.**

### La beauté est un droit

Le Brésil est le 2<sup>e</sup> pays avec le taux le plus élevé de chirurgie esthétique. En effet, l'assurance prend en charge plusieurs chirurgies esthétiques, telles que la rhinoplastie et la mammoplastie dans les hôpitaux publics. Le pays soutient cela, car une "bonne" apparence représente une "bonne" classe sociale.





## L'importance de l'image : le succès d'Instagram

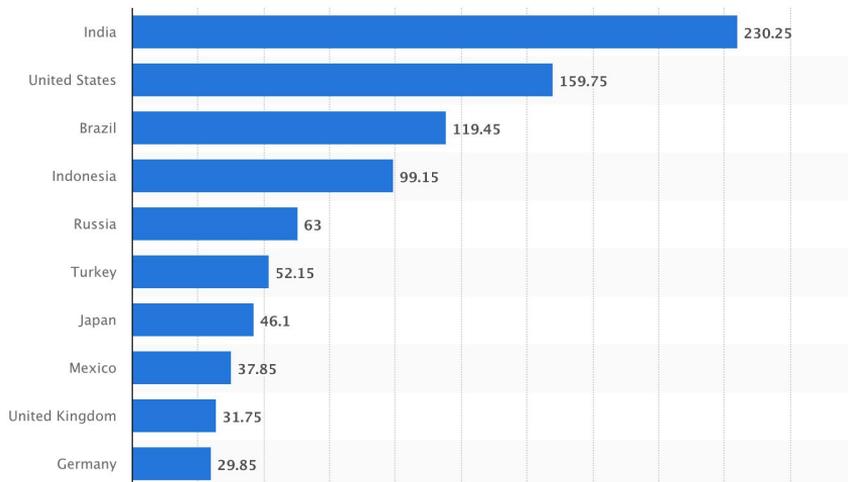
### Images et esthétique

Les Brésiliens sont très regardants sur l'apparence.

Cela explique la popularité du réseau social Instagram.

**C'est le 3e pays où l'audience d'Instagram est la plus importante**, juste après les États-Unis. Les Brésiliens sont très engagés et postent beaucoup.

**Ils utilisent souvent Instagram shop pour acheter en ligne et avoir une communication directe avec la marque.**

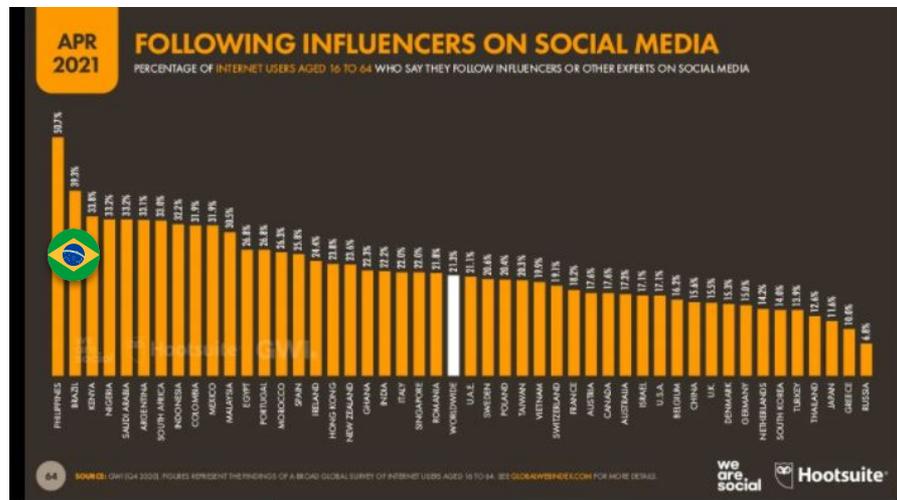
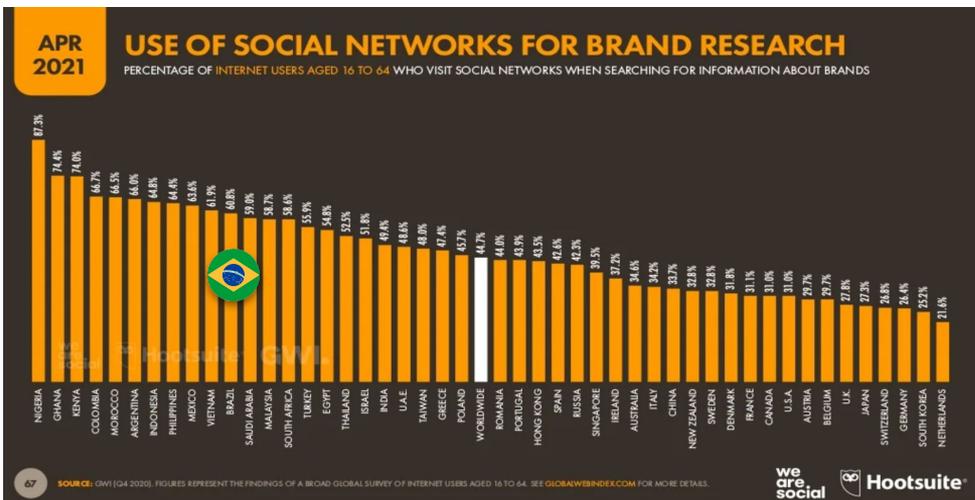




## L'importance des réseaux sociaux

**Les Brésiliens étant très connectés les uns aux autres via les réseaux sociaux**, cela devient une réelle opportunité pour les marques. Utiliser les différents réseaux sociaux pour communiquer et toucher sa cible.

**Le Brésil est le 2e pays qui suit le plus d'influenceurs.** Pour toucher de plus près son audience, les marques peuvent établir des partenariats avec des méga-influenceurs.





# Section 3

Communautés

# ★ La communauté de gamers sur YouTube et Facebook



## Une forte communauté esport

Le Brésil possède une importante communauté esport, qui communique principalement sur Facebook et YouTube.

**Par exemple, la société LOUD a été la première organisation esport à atteindre 1 milliard de vues sur YouTube dans le monde.** Elle a fait du jeu mobile Free Fire l'un des principaux esports au Brésil. La communauté est très engagée.



*“Bien sûr, nous avons eu l'engagement de tous les influenceurs de LOUD à participer à ce contenu et de produire du contenu sur leurs propres réseaux (YouTube, Instagram, Facebook et twitter), car chacun est déjà une célébrité en dehors de LOUD.”*  
M. Bittencourt, co-fondateur



## Partie 2

# Révolution bancaire





# Section 1

Mobile first



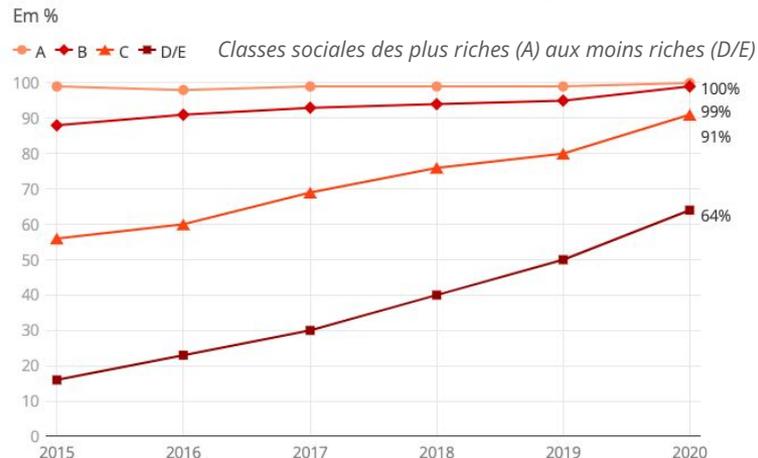
## L'accessibilité à internet

### De plus en plus d'accessibilité à Internet

Le système éducatif dépend de la qualité de la connexion internet. 30 % des Brésiliens n'ont toujours pas de connexion internet, ni même d'ordinateur, de tablette ou de smartphone.

De plus, seulement 5% de la population parle anglais, c'est pourquoi il est très important d'avoir un site ou une application en portugais.

### Domicílios com acesso à internet no Brasil, por classe

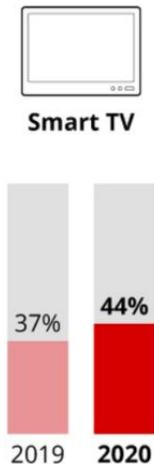
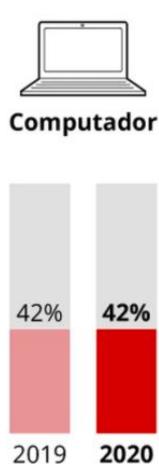
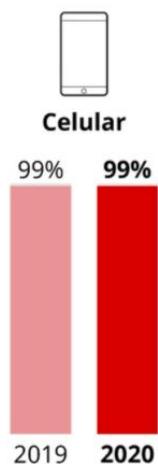


Infográfico atualizado em: 18/08/2021

Gráfico: G1 • Fonte: Cetic.br - TIC Domicílios 2020



## Mobile first, focaliser sur les applications



### Priorité au smartphone

Presque tous les Brésiliens ont un téléphone ou un smartphone, alors que moins de la moitié de la population possède un ordinateur.

Ce constat est intéressant pour les entreprises qui souhaitent développer leur activité au Brésil. Les Brésiliens auront tendance à utiliser davantage d'applications plutôt que de naviguer sur un site.

**Le Brésil est l'un des pays qui consomment le plus d'applications.** Les Brésiliens passent quotidiennement 4,8 heures sur leur téléphone.

Les plateformes de certaines entreprises sont exclusivement sur le mobile, ou ont un site web qui suggère de télécharger l'application.



## Section 2

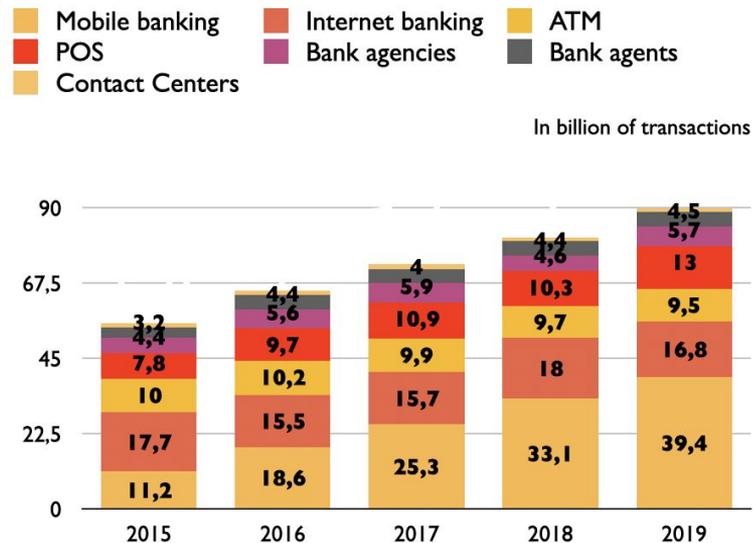
Les possibilités de paiement



## Applications de finance

### Transactions in Brazil

Banking transactions continue to grow, driven by Mobile Banking and POS.



Source: Febraban Banking Technology Survey 2020, by Deloitte Touche Tohmatsu.

Les Brésiliens ont également augmenté l'utilisation des applications dans diverses catégories, comme les finances, le shopping et l'apprentissage.

Depuis que les applications bancaires permettent aux Brésiliens de payer avec leur mobile, les transactions ont augmenté de plus de 70 %.

Les Brésiliens peuvent également recharger leur forfait mobile prépayé directement via les applications bancaires.

# ★ La nouvelle façon de transférer de l'argent : PIX



**PIX est un système de paiement électronique** spécialement conçu pour le marché brésilien. Créé par la Banque centrale du Brésil en 2020, il permet le transfert d'argent en quelques secondes, à tout moment de la journée. Il est sécurisé et pratique.

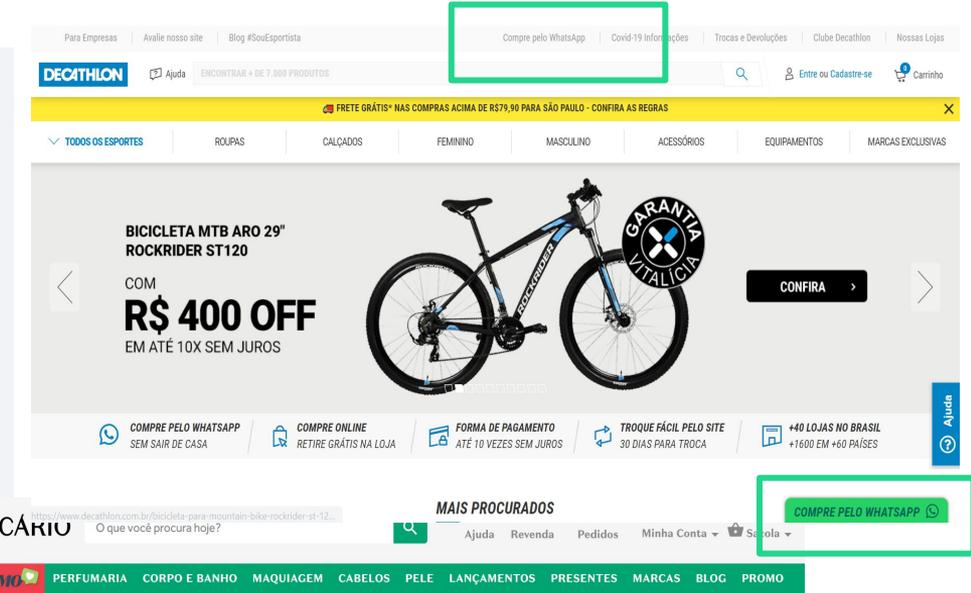
Presque toutes les entreprises utilisent PIX pour transférer de l'argent. En raison de l'importante inflation, les Brésiliens n'utilisent plus de pièces de monnaie, qui n'ont plus beaucoup de valeur. PIX est la solution adaptée à la situation brésilienne.

# WhatsApp Pay

## Un véritable canal d'achat

La plupart des entreprises ont capitalisé sur l'opportunité de toucher un public plus large et d'offrir la possibilité de payer via WhatsApp.

En 2021, ce canal a été renforcé grâce à WhatsApp Pay, une fonctionnalité de paiement in-chat qui permet aux utilisateurs d'effectuer des transactions via WhatsApp auprès de leur liste de contacts.





# Partie 3

## Interfaces





# Section 1

Navigation



# Analphabetismo de la population

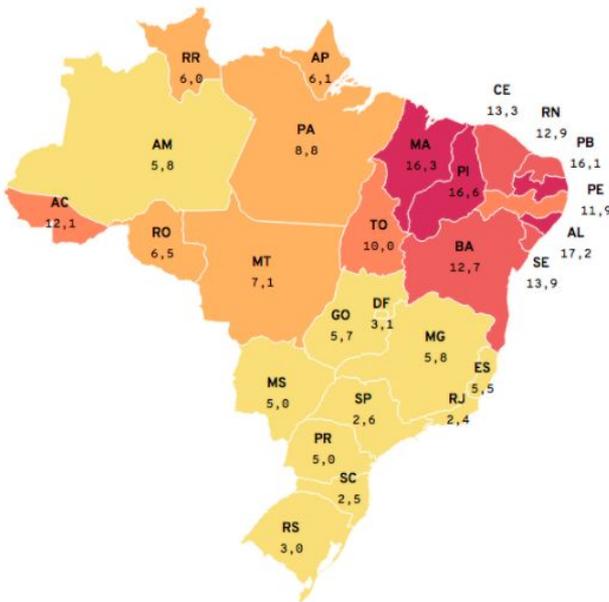
## Analphabetismo

Près de 7 % de la population était encore analphabète en 2018.

Cette partie de la population ne sait ni lire ni écrire ; ce qui rend difficile la compréhension de leurs droits ou de leurs perspectives financières.

### Taxa de analphabetismo por estados

% de analphetos acima de 15 anos em 2018



### Taxa de analphabetismo

	2016	2017	2018
15 anos ou mais	7,2%	6,9%	6,8%
60 anos ou mais	20,4%	19,2%	18,6%



### Nível de instrução (1)



Sem instrução

	2016	2017	2018
Sem instrução	7,8%	7,2%	6,9%

	2016	2017	2018
Concluíram ao menos a etapa do ensino básico obrigatório	45,0%	46,2%	47,4%

(1) Pessoas de 25 anos ou mais de idade.

### Número médio de anos de estudo (2)



(2) Pessoas de 25 anos ou mais de idade.

# ★ Un rôle important pour les images en ligne

L'analphabétisme étant toujours présent au Brésil, les images ont une importance considérable. Elles sont davantage utilisées sur les sites Web pour illustrer les informations.

Il y a plus d'icônes dans le menu, de sorte que le site Web et la navigation soient plus compréhensibles.



Promoções



Lançamentos



Mais Vendidos



Primeira Compra



Blog



Clube Viva



Exclusivo no APP





# Un rôle important pour les images en ligne

Shopee, l'application de shopping la plus téléchargée et la 3<sup>e</sup> application (gratuite) la plus téléchargée au Brésil. Il s'agit d'une application de shopping en ligne et son interface est très visuelle avec de nombreuses icônes.



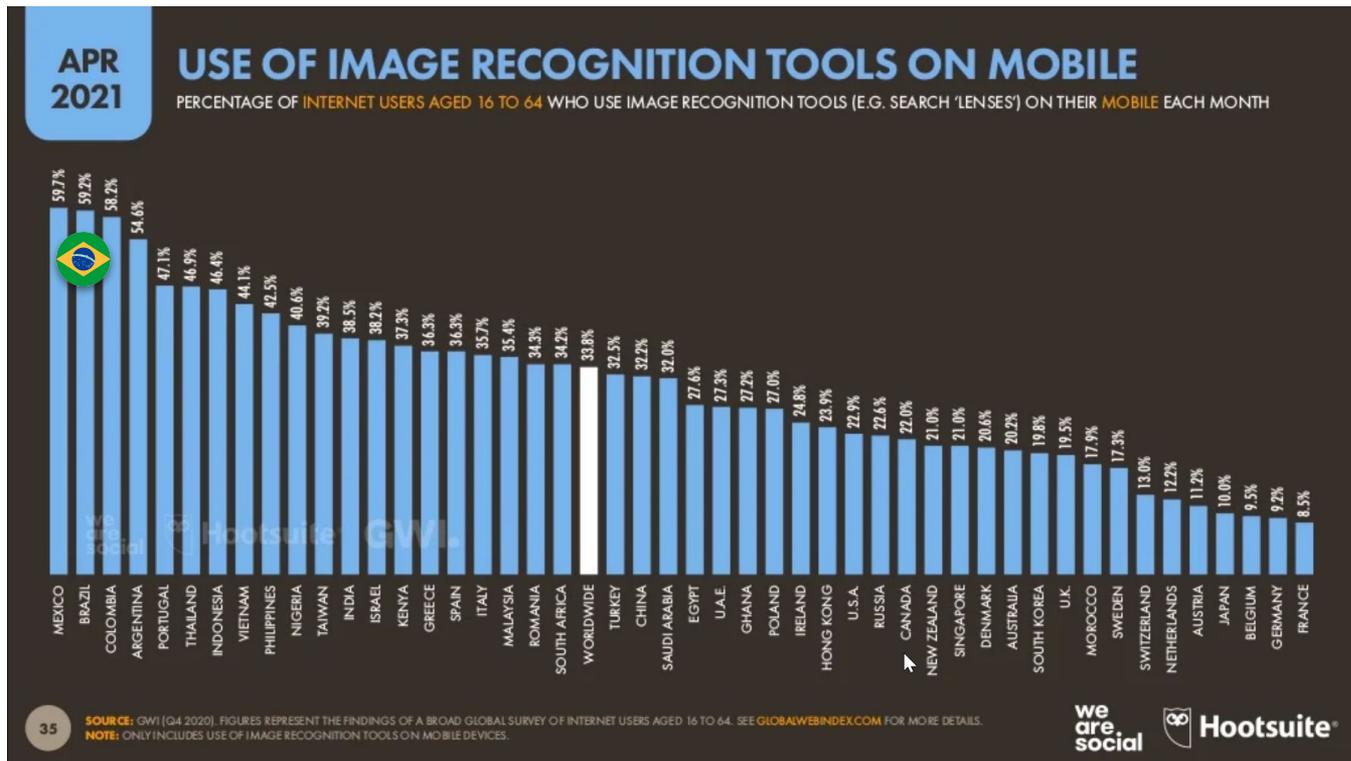
*Shopee website Brazil*

*Shopee website France*



## Un rôle important pour les images en ligne

En raison de l'utilisation accrue des images en ligne, le Brésil est le 2e pays à avoir le plus haut taux d'utilisation des outils de reconnaissance d'images sur les smartphones.





# Section 2

Couleurs



## Couleurs : jaune et vert

Ces dernières années, il y a eu plusieurs protestations et les partisans du président ont décidé de porter leur maillot de football national qui a les mêmes couleurs que leur drapeau (jaune et vert). Aujourd'hui, ces couleurs sont connotées et représentent les supporters du président.





## Couleurs : rougeâtres

C'est pourquoi les interfaces essaient d'éviter les couleurs jaune et verte et préfèrent utiliser d'autres couleurs comme le rouge et le bleu.



*ifood application*



*Itaú application*



*Singu application*



## Partie 4

# Conclusion





# Conclusion

## Réseaux Sociaux



Pour communiquer avec tout le monde : entourage et entreprises



Pour communiquer, partager et atteindre la cible



Pour apprendre et faire partie d'une communauté



## Transfert d'argent et paiement



Le mobile d'abord. Un pays qui utilise principalement les smartphones et les applications

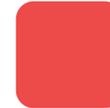


Le transfert d'argent et le paiement via le mobile sont l'une des principales utilisations du mobile

## Interfaces



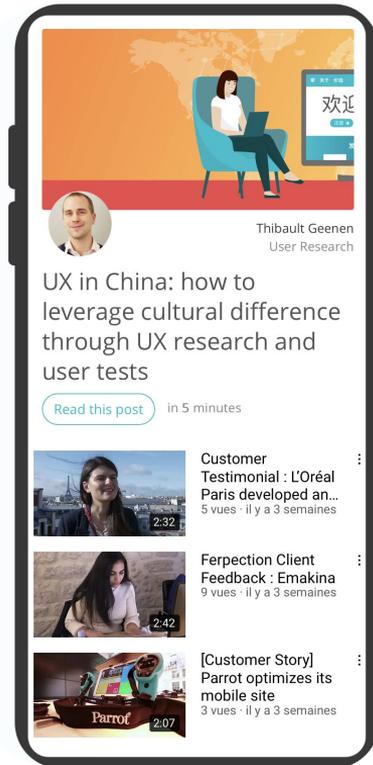
Les icônes aident à la navigation. Cela est visuel et facilite la navigation pour les analphabètes



Afin d'éviter toute position politique, il est préférable d'éviter les couleurs vertes et jaunes

# Merci !

119 rue du chemin vert  
75011 Paris  
+33 1 76 42 00 45  
[hello@ferpection.com](mailto:hello@ferpection.com)



Retrouvez nos contenus experts sur  
notre [blog](#) et notre chaîne [YouTube](#)