

# FICHE MARCHÉ

## Corée-du-Sud





# CORÉE DU SUD

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes

Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



**303 000**

nuitées totales  
(marchandes et  
non-marchandes)  
en 2022



**3,5 nuits**

en moyenne par  
séjour en Auvergne-  
Rhône-Alpes



**28<sup>e</sup>**

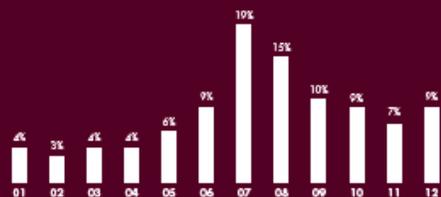
clentèle  
étrangère

**11 000**

nuitées dans  
l'hôtellerie en 2022  
-13% / 2019

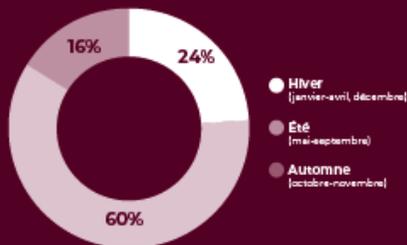
57% des nuitées hôtelières régionales se déroulent en Haute-Savoie, suivie par Lyon avec 26%

## Répartition mensuelle des nuitées



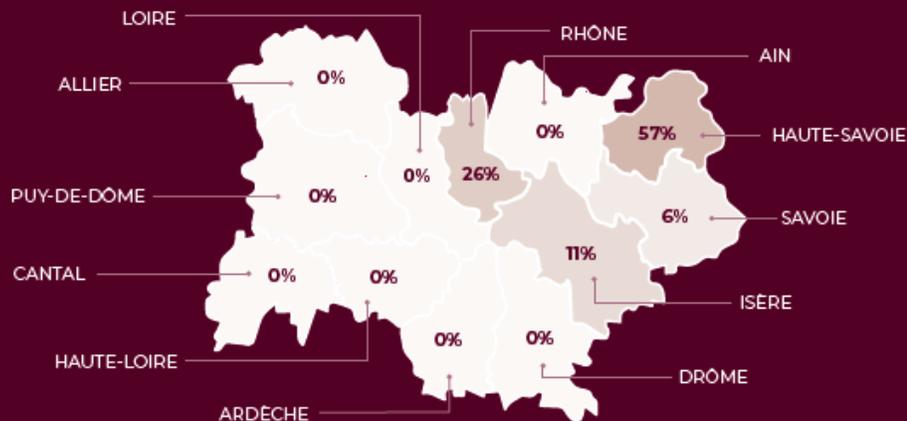
Source : Orange Flux vision

## Répartition saisonnière des nuitées



## Hôtels

### Répartition des nuitées par département



### Répartition par catégorie



## Données économiques du pays en 2023



**2,6%**

Taux de chômage



**2,7%**

Taux d'inflation du pays



## Thématiques et activités pratiquées

En 2023, nous assistons à une évolution significative de la demande des voyageurs sud-coréens. Outre la demande de nouveautés, d'exclusivité et d'expérience qui est forte, il faut retenir un souhait d'approfondir les composantes du voyage : plus de nuitées, plus de temps... plus de shopping.

Les thématiques qui les intéressent sont : le tourisme urbain, culture et patrimoine UNESCO, les beaux villages, l'art de vivre à la française (gastronomie et vin), les activités de pleine-nature (randonnée, golf, cyclo et ski).

## Comportement sur le marché France

**1<sup>ère</sup> destination** des Sud-Coréens en Europe

**Segment de clientèle**  
Voyageurs indépendants, couples, familles et groupes.

**Typologie de clientèle**  
Couples sans enfant, lunes de miel, seniors.

Depuis l'été 2022, les Sud-Coréens sont indiscutablement de retour en France.

Le «revenge travel» est en marche avec la consommation de produits de luxe français qui se conjugue avec le «revenge shopping»

En 2022, les Sud-coréens étaient les plus gros dépensiers au monde de produits de luxe par habitant, cela se traduit également dans le tourisme.

## Tendances

Les opérateurs sont très réactifs mais ils ont, à nouveau, besoin d'être informés afin de développer une nouvelle programmation pour répondre aux nouvelles attentes des clients. Ils sont en demande de nouveaux produits, nouvelles thématiques.



# FICHE MARCHÉ – COREE DU SUD



## • Connexions :



+ de 21 vols/semaine entre Séoul et Paris (Korean Air, Asiana airline et AF)

Pas de vols directs sur Lyon ou Genève mais en correspondance avec les compagnies aériennes Finnair, KLM, LH, Turkish airways, Qatar airways, EK, Etihad et Cathay Pacific

Charters opérés par certains tour-opérateurs au printemps/été sur Marseille et Lyon (à l'étude).

## • Transports privilégiés :



Réservation trains TGV depuis ou vers Paris

VTC ou location de voiture pour FIT / Autocars confort (groupes), Minibus pour mini-groupes

## • Hébergements privilégiés :



- Majoritairement hôtellerie de charme haut de gamme 4\* et luxe 5\* située au centre-ville. Pour le segment moyen gamme, réservation en hôtels 3\*.  
Pour les séjours ski, réservation en résidences de tourisme ou hôtelières.

- En chambre, ils apprécient les pantoufles et le plateau de courtoisie avec bouilloire /thés-café à volonté. Petits déjeuners tôt en raison du décalage horaire et apprécient les buffets salés au petit déjeuner.

## • Habitudes de réservation:

- Taux d'intermédiation élevé pour l'achat du voyage en Europe/France. Recours au DMC coréennes basées à Paris.

## • Typologies de clientèles

- Les Millenials (génération MZ + Z) : clientèle individuelle FIT / tribu
- Les couples à la « coréenne » : DINKS + Honeymooners
- Les seniors voyageant en groupes ou petits groupes

## • Types de voyages / Intérêts :



- Tourisme urbain (patrimoine Unesco, événements culturels, mode-shopping, art, design & architecture)
- Gastronomie & oenotourisme 
- Nature (randonnée pédestre, cyclotourisme, golf, ski) 

## • Saisonnalité :



- Toute l'année, taux de départs annualisé et lissé sur l'année à 36%
- Longs séjours : allongement de la durée de séjour de 7 à 15 jours en France – sinon packages classiques 7,9 jours/5,7 nuitées en France
- Programmation en circuits thématiques et/ou haut de gamme des highlights de notre région en circuit mono-destination France sur 8 à 10 jours



# FICHE MARCHÉ – COREE DU SUD

## Bien Accueillir



- **Monnaie du pays** : Le Won sud-coréen: 1€ = 1 454 KRW. La Corée du Sud jouit d'une bonne santé économique grâce à ses chaebols (Hyundai, Samsung, LG, KIA, SK, Lotte) qui représentent la moitié de la valeur du marché boursier du pays.



- **Habitudes de confort standard** :

Le client coréen apprécie les marques d'attention à son égard, la politesse, la gentillesse. Très attaché à la sécurité et à la propreté des hôtels et des lieux visités. Exigences en termes de qualité de services et de confort. Sensibles aux bonnes affaires.

Il est poli de s'incliner légèrement pour saluer, pour remercier et dire au revoir.

Ils aiment dîner tôt 19h00-19h30, les plats épicés, le vin et la bière fraîche en été et après repas, le café glacé (ice americano ou double avec glaçons) – très curieux de connaître la cuisine locale ou gastronomique. Carte menus avec photos est appréciée!

### ➤ VOCABULAIRE UTILE

- Bonjour : annyeong haseyo
- Bonsoir : joh-eun jeonyeog-ieyo
- Au revoir : annyeonghi gaseyo
- Merci : Gamsahamnida
- Bienvenue : hwan-yeong
- Excusez-moi (SVP) : Sillye hamnida

### ➤ OUTIL TRADUCTION

- <https://parlonscoreen.fr/>
- DeepL: textes ou voix



Pour aborder le marché coréen, il faut adapter son offre à leur demande (prestations de qualité, propositions d'offres spéciales limitées dans le temps. Un flyer/brochure en coréen ou du personnel parlant coréen est un vrai plus. Très sensibles aux photos et vidéos sur Instagram et réseaux sociaux coréens. Très curieux de tester de nouvelles expériences en France.

Un accompagnement est donc nécessaire pour amorcer le marché coréen afin d'être informé des us et coutumes du pays, de la relation de business qui se construit sur la durée en Corée du Sud comme le reste de l'Asie, de la spécificité de la clientèle coréenne.



# FICHE MARCHÉ COREE DU SUD



- Bassin émetteur:

→ Séoul et sa métropole 23M hab  
7,3 m de sud-coréens à l'étranger en 2021

- Typologie des structures de distribution du marché:

→ TO (grossiste / clientèle B2B)

→ Agences généralistes (clientèle B2C)

→ Agences spécialisées par thèmes (B2C)

→ OTA pour clientèle FIT

- Pénétration internet :

→ 99,96% connectés

→ et 50,8% abonnés à la 5G

## › Le Saviez-vous ?

- La Corée du Sud fut le **1<sup>er</sup> pays asiatique outbound rouvert pendant la crise du Covid** avec 6,5 millions de voyageurs à l'étranger en 2022
- **La France reste la destination la plus visitée en Europe!** Le marché de l'outbound représente 28,7 millions de sud-coréens à l'étranger en 2019. L'Europe représentait 44% des voyages à l'étranger en 2019.
- 7<sup>ème</sup> plus grand marché de luxe au monde en 2022
- La Corée du Sud a été nommée « nation la plus innovante au monde » selon Bloomberg – 6<sup>ème</sup> économie mondiale en 2023.

## CONTACT



- Rachel GREGORIS
- [r.gregoris@auvergnernhonealpes-tourisme.com](mailto:r.gregoris@auvergnernhonealpes-tourisme.com)
- +33 (0)6 87 71 90 41

