



## 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



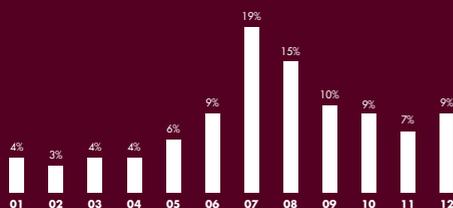
**28<sup>e</sup>**  
clientèle  
étrangère

**11 000**

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

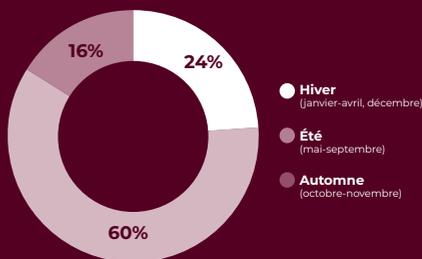
57% des nuitées hôtelières régionales se déroulent en Haute-Savoie, suivie par Lyon avec 26%

### Répartition mensuelle des nuitées



Source : Orange Flux vision

### Répartition saisonnière des nuitées



## Données économiques du pays en 2023



**2,6%**

Taux de chômage



**2,7%**

Taux d'inflation du pays



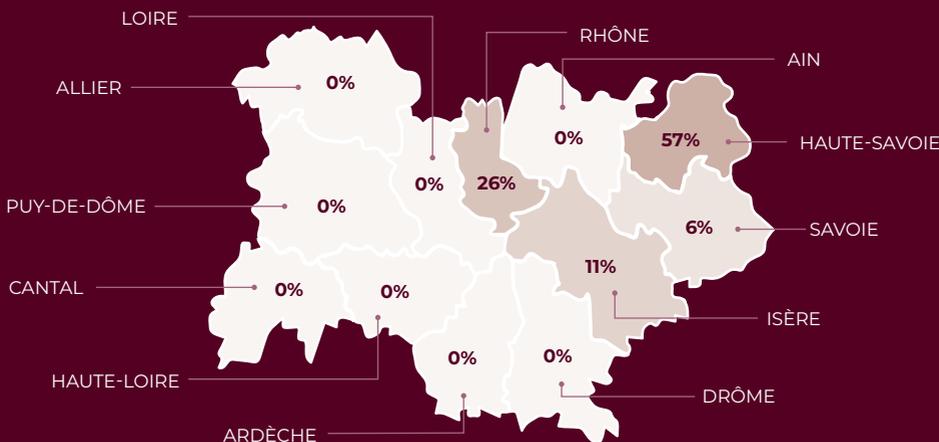
## Thématiques et activités pratiquées

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).

 **Hôtels**

Répartition des nuitées par département



Répartition par catégorie



## Comportement sur le marché France

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

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

**Typologie de clientèles**  
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.