

LES SUD-CORÉENS

75,6 %
des touristes
sont venus en avion

24,2 %
des touristes
sont venus en train

0,2 %
des touristes
sont venus par la route

> Population totale : **50,4 millions** d'habitants
> Taux de croissance économique : **+2,6 %**
> Taux de change moyen : **1 EUR = 1 256,54 KRW** ;
variation 2015/2014 : -10,1%

> Taux de chômage : **3,6 %**
> Taux d'inflation : **+0,7 %**

Sources : BCE, Banque mondiale, FMI.



32,5 %
REPEATERS

67,5 %
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 58,1% de repeaters et de 41,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.



POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDERANT



37,8 %
Sites Internet



36,0 %
Agences de voyages, tour-opérateurs



19,0 %
Directement auprès des hébergeurs



7,2 %
Plateformes de réservation entre particuliers



2,2 %
Entreprises



0,1 %
OTSI, CDT, CRT



2,1 %
Autres



1,1 %
Aucune réservation à l'avance

À l'étape de la préparation du voyage, les Sud-Coréens favorisent également Internet (41,7%, -13,9 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (30,5%, +9,2 points) ainsi que les hébergeurs en direct (13,8%, +3,4 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

QUEL PROFIL ?

Les visiteurs sud-coréens ont un âge moyen (33 ans) très inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 30,8% (+5,0 points), issus des PCS+⁽¹⁾ pour 23,5% (-12,5 points) et étudiants pour 22,3% (+13,8 points).

(1) Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Plus de 8 personnes sur 10 (82,6%, +9,1 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils sont 30,4% à voyager seuls (+3,6 points), 22,3% en famille (-3,1 points), 16,0% en couple (-10,6 points) et 15,4% entre amis (+5,2 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans 35,9% des cas (-30,4 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour 37,0% (+21,3 points) et d'un circuit France pour 30,6% (+10,4 points). Les Sud-Coréens voyagent en individuel non organisé pour 82,0% (-0,1 point), 11,1% d'entre eux optent pour un séjour en individuel organisé (+0,3 point) et 6,9% préfèrent les groupes organisés (-0,1 point).

QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 9 séjours sur 10 (92,1%, +8,0 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 55,8% (moyen de gamme pour 55,0% et haut de gamme pour 34,7%), les gîtes et chambres d'hôtes (21,4%) ainsi que les résidences hôtelières (6,8%). Les résidences principales de parents (3,3%) et d'amis (2,5%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (97,9%), la découverte des villes (65,4%) et le shopping (44,1%). Les Sud-Coréens se consacrent particulièrement aux visites de musées et monuments (+11,2 points), aux sorties nocturnes (29,5%, +9,9 points) ainsi qu'aux visites guidées de quartiers (10,5%, +1,9 point). En revanche, ils sont moins attirés par les parcs d'attractions (10,5%, -16,1 points), la découverte de nouveaux quartiers branchés (11,1%, -7,0 points) et celle de la gastronomie (30,4%, -6,7 points).

QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (88,9%), l'Arc de triomphe (77,7%), le musée du Louvre (77,2%), Notre-Dame de Paris (64,9%) et le Sacré-Cœur de Montmartre (55,6%). Ils sont plus nombreux à visiter la plupart des sites du "top 5", particulièrement le musée du Louvre (+27,4 points), l'Arc de triomphe (+27,0 points) et la tour Eiffel (+23,3 points). Ils se rendent davantage au musée d'Orsay (46,7%, +26,3 points), au château de Versailles (34,8%, +21,2 points) ainsi qu'au centre Pompidou (27,5%, +10,1 points). Ils sont moins nombreux à se rendre à Disneyland® Paris (3,2%, -13,8 points).



DES TOURISTES UN PEU MOINS SATISFAITS, NOTAMMENT EN MATIÈRE DE RESTAURATION, DE TRANSPORTS ET D'ACCUEIL⁽¹⁾



87,6 %
Ensemble du séjour



92,8 %
Sorties et offre culturelle



87,4 %
Hébergement



80,1 %
Accueil et information



80,0 %
Accessibilité et transports

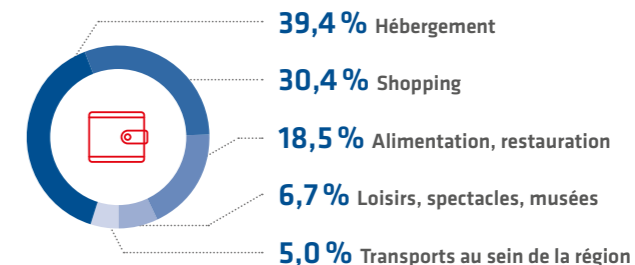


77,0 %
Restauration

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,5%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

PRÈS DU TIERS DES DÉPENSES DES SUD-CORÉENS CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Sud-Coréens, dont la dépense moyenne par jour et par personne (182 €) est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+11,0 points) et moins importante à la restauration (-4,2 points) ainsi qu'à l'hébergement (-3,9 points).

À RETENIR <

- > **291 000 séjours** soit 1,5% des séjours de la clientèle internationale
- > **1 435 000 nuitées** soit 1,7% des nuitées de la clientèle internationale
- > **4,9 nuits** en moyenne
- > **32,5 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France

- > **93,1%** voyagent en individuel
- > **82,6%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- > **182 €** de dépense moyenne par jour et par personne

- > **896 €** de budget moyen du séjour par personne
- > **87,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > **39,9%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

NOS SUGGESTIONS <

- > **Porter une attention particulière aux jeunes coréens** voyageant seuls ou entre amis
- > **Communiquer sur la thématique "shopping"**, activité à laquelle est consacrée une part importante de leur budget
- > **Informier et rassurer les visiteurs sur les questions de sécurité**