

Le Marché Coréen

La Corée du Sud est un marché émergent, dont l'économie est en forte croissance (4%/an), et qui présente un bon potentiel pour la Côte d'Azur, malgré une population bien moins nombreuse que la Chine ou le Japon. Il s'agit de la 12ème économie mondiale.

La population est francophile, et la France accueille plus de 200 000 séjours Coréens.

Il existe plusieurs segments de clientèle, parmi lesquels les jeunes et étudiants, les groupes et les individuels. Le taux d'intermédiation reste très élevé.

La Côte d'Azur

Le marché coréen est un petit marché complémentaire, dont le volume actuel est comparable à celui de la Grèce ou de la Nouvelle-Zélande et supérieur à celui de l'Afrique du Sud. Parmi les 53 sous-marchés (pays) il figure au 36ème rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère est inférieure à 1%.

La part de marché France de la Côte d'Azur est faible (5,2% des nuitées hôtels en 2017) mais avec un potentiel de hausse.

Principales régions d'origine : plus de 95% viennent de Corée du Sud, dont une majorité de Séoul ou Pusan

Chiffres clés

- 30 000 séjours de 6 nuits en moyenne, dont :
- 20 000 séjours en hôtels et résidences. Nuitées hôtels +26% entre 2016 et 2018 (durée moyenne : 2 nuits)
- 10 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 10 résidences secondaires

Dépense : 110€/jour, 564€/séjour

Saisonnalité en séjours : juin à septembre = 41%, juillet-août = 21%, hiver = 28%. Pointe en mai.

Visiteurs avion : 49% repartent sur des vols vers Paris, 8% vers Londres, 7% vers Francfort, 7% vers Rome, 6% vers Barcelone, 5% vers Amsterdam, 5% vers Dubai

Ce marché inclut la Corée du Sud et la Corée du Nord (tourisme émetteur inexistant), soit une population de 51 millions d'habitants en Corée du Sud (âge moyen : 36 ans)

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2017 : + 4,3%/an

Dépenses à l'étranger

27 milliards €, au 9ème rang mondial en 2017 - Tendance annuelle moyenne 2005-2017 : +6,7%

Nombre de jours de congés payés

15 + 12 jours fériés = 27

Visa nécessaire pour la France : NON si -3 mois

Particularités du calendrier : nouvel an lunaire en février, mai : mois de la famille, Noël férié



C'est un marché...

- "neuf" et de longue distance (73% de primo-visiteurs)
- de loisirs et d'affaires (1/3)
- de courts séjours (principal segment : 4-6 nuits), en hôtels ou location
- de groupes et d'individuels
- de jeunes étudiants ou d'actifs (âge moyen : 36 ans)
- à forte motivation shopping (56% sur la Côte d'Azur)

Pouvoir d'achat du Won Sud Coréen en France



A fin février 2019, l'évolution du pouvoir d'achat des Sud-Coréens en France (€ pour 1 Won) est en progression régulière et sensible (+20% entre début 2010 et début 2015), suivie d'une stabilisation à un haut niveau.

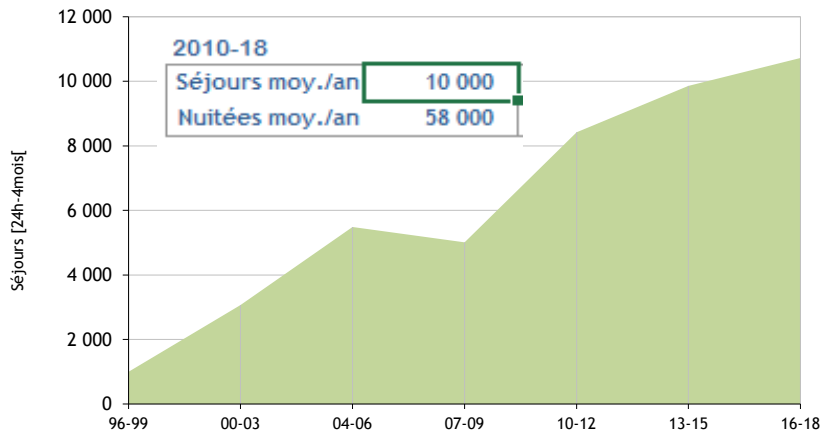
Malgré un léger fléchissement durant l'été 2017, le pouvoir d'achat a presque retrouvé son niveau à fin 2018.

😊 Points forts

- part élevée de séjours en Loisirs Marchand (64%)
- potentiel de croissance, lié notamment au retour en France après un 1er séjour à Paris
- visa non requis pour les séjours de tourisme
- fort intérêt pour les destinations latines européennes
- Séjours répartis sur l'année avec près d'un séjour sur trois réalisés en hiver et absence de pointe estivale
- forte dépense par jour, notamment en shopping
- 84% de touristes très satisfaits

☹️ Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte en direct
- potentiel démographique plus limité que Chine ou Japon
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris
- séjours Côte d'Azur courts et concentrés sur Nice (1 séjour sur 2) et visite Monaco
- fidélisation difficile (73% de primo, 3ème rang des marchés)
- faible taux de pratique d'activités (dernier rang des marchés) y compris musées et plage



La Corée émet 30 000 séjours, dont environ un sur trois est effectué par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. La moyenne annuelle des séjours avion est passée de 3 500 sur la période 2000-2003 à 10 000 en 2010-18. La tendance est très positive, avec un bon potentiel de croissance supplémentaire.

L'hôtellerie accueille 18 000 séjours annuels, d'une durée moyenne de 2 nuits, dont plus de 1000 à Monaco (durée moyenne 2,4 nuits). La croissance des nuitées hôtelières entre 2016 et 2018 atteint +26%.

Pour les séjours avion, le motif principal est, à 64%, le Loisirs Marchand, une part très élevée. En revanche, la part du non Marchand reste très marginale (2%). La clientèle est jeune, soit 36 ans en moyenne, voire 34 ans en Loisirs Marchand. 73% des visiteurs effectuent un 1^{er} séjour sur la Côte d'Azur (3^{ème} rang des marchés), voire 88% pour le Loisirs Marchand, attestant le caractère "neuf" de ce marché.

La durée des séjours avion s'élève à 6 nuits, mais varie fortement selon les cibles. 63% des séjours Loisirs Marchand sont des courts séjours de 1-3 nuits, et la durée moyenne n'est que de 3,5 nuits sur ce segment. Les séjours avion Loisirs non Marchand sont bien plus longs : 40% durent plus de 7 nuits (12 nuits en moy.). Le principal segment pour l'Affaires est le 4-6 nuits (un sur deux).

Le taux de satisfaction est très élevé avec 86% de "très satisfaits", et 3% d'insatisfaits.

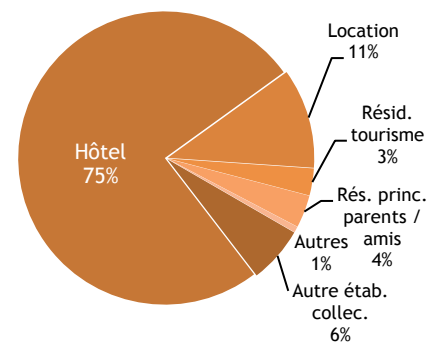
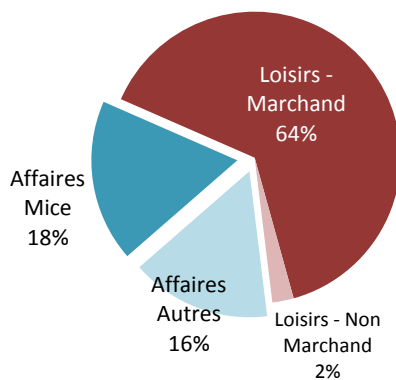
La dépense est élevée avec 110€ par jour/pers. et 564€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 11% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 19%. Les visiteurs Loisirs Marchand dépensent 144€/jour.

| 2007-18 | GLOBAL | Loisirs Marchand | Loisirs Non-March. | Affaires |
|-----------------------------|--------|------------------|--------------------|----------|
| Durée de séjour | 6,0 | 3,5 | 12,2 | 9,3 |
| Age moyen | 36 | 34 | 35 | 39 |
| Nb Personnes | 2,2 | 2,2 | 1,1 | 2,3 |
| Taux 1 ^{er} visite | 73% | 88% | 10% | 44% |
| Dépense/séjour | 564 € | 555 € | 321 € | 602 € |
| Dépense/jour | 110 € | 144 € | 52 € | 79 € |
| > 200€ / jour | 19% | 20% | 0% | 18% |
| De 30 à 200€ / jour | 71% | 69% | 77% | 72% |
| <30€ / jour | 11% | 11% | 23% | 9% |
| Satisfaction | | | | |
| Très satisfaits | 86% | 82% | 100% | 93% |
| Satisfaits | 11% | 16% | 0% | 0% |
| Non entier. Satisf. | 3% | 2% | 0% | 7% |

SEGMENTATION CIBLES

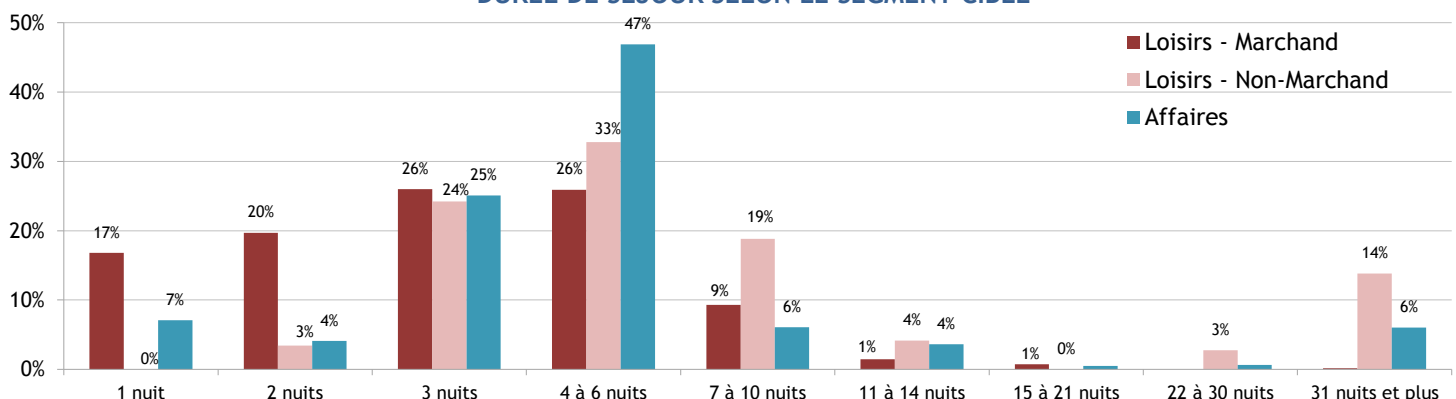
Le segment Loisirs Marchand domine largement avec 64% des séjours avion, un très fort taux. Le segment Loisirs non Marchand ne représente que 2%, le taux le plus faible parmi les marchés. Les motifs Affaires regroupent 34% des séjours, dont 18% pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 75%, devant la location (14%). Les autres hébergements sont très minoritaires, même les parents et amis (4%).

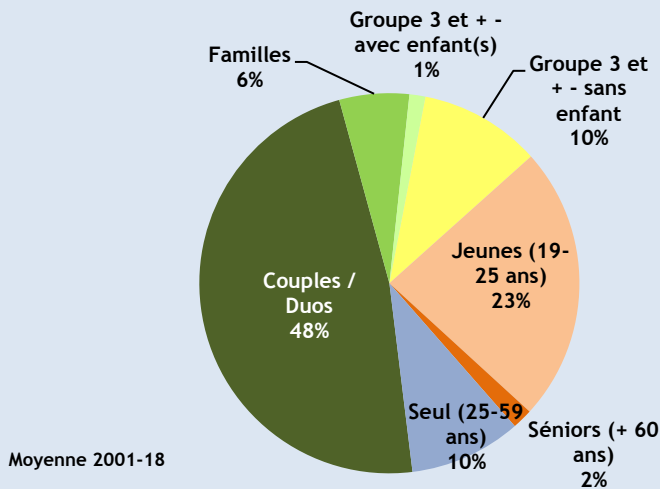


SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT

DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

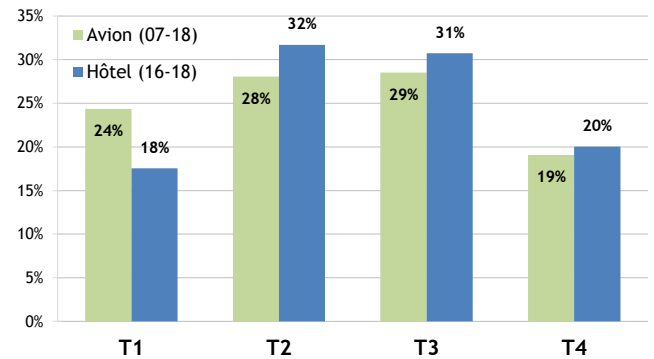


TYPLOGIE LOISIRS / AVION

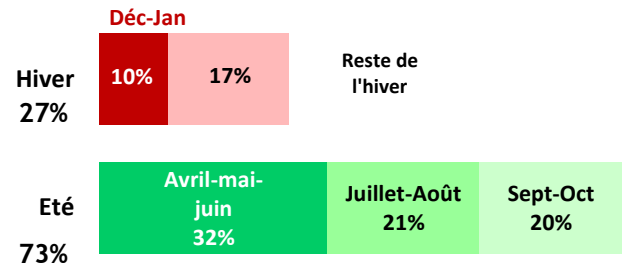


Les Coréens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, dans près d'un cas sur deux. Le 2ème segment en importance est celui des Jeunes, soit 23% des visiteurs. Les Familles représentent 7% (incluant 1,6 enfant en moyenne). 10% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 10% voyagent à 3 ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). En revanche, les Seniors sont très faiblement représentés dans la demande Loisirs avion (2%).

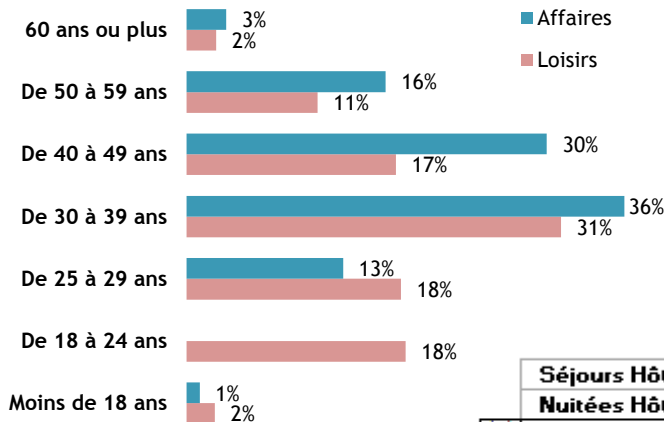
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITEES 2016-18 - HOTELS



SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



Saisonnalité : on observe une excellente répartition des arrivées sur les 4 trimestres, avec une pointe au 2ème trimestre dans l'hôtellerie. et une part de l'hiver élevée (28% des arrivées et 27% des nuitées). La période de Juin à Septembre regroupe 41% des arrivées.

Age/CSP : 77% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, et 18% sont des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est de loin celle des 30-39 ans (un tiers des séjours Loisirs)

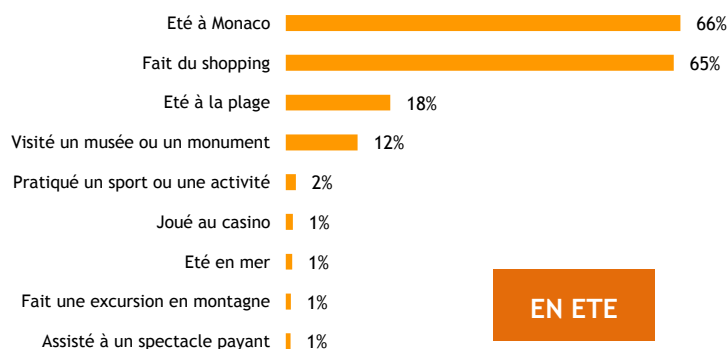
Zones : Nice héberge 51% des séjours hôtels et 69% des séjours avion, ainsi que 8 primo-visiteurs sur 10. Antibes est la 2ème zone hôtelière choisie avec 19% des séjours, mais derrière Cannes pour les séjours avion (6% vs 13%). Cannes héberge 31% des visiteurs avion déjà venus. Monaco bénéficie d'une part de 6%.

| | Nice | Litt Métrop. | Cannes / Mand | Antibes CASA | Menton | Monaco | Grasse | Montagne |
|-----------------------|------|--------------|---------------|--------------|--------|--------|--------|----------|
| Séjours Hôtels | 51% | 8% | 13% | 19% | 1% | 6% | 1% | 0% |
| Nuitées Hôtels | 54% | 6% | 15% | 15% | 1% | 7% | 1% | 0% |
| Séjours Avion | 69% | 1% | 13% | 6% | 3% | 7% | 1% | 0% |
| Nuitées Avion | 51% | 1% | 12% | 27% | 3% | 6% | 1% | 0% |
| Primo-visiteurs | 78% | 0% | 8% | 3% | 0% | 8% | 3% | 0% |
| Déjà-venus | 43% | 1% | 31% | 17% | 0% | 7% | 0% | 0% |

SEGMENT LOISIRS

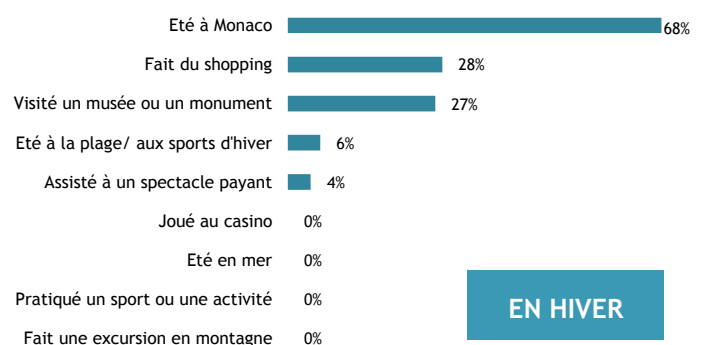
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (66%), le shopping (65%), loin devant la plage (18%). Assez peu visitent un musée-monument (12%) et très peu pratiquent un sport ou une activité. En hiver, la visite de Monaco vient aussi largement en tête (68%), devant le shopping (28%) et la visite de musée-monument (27%). Les taux de pratique d'activités sont très faibles. (dernier rang parmi les marchés).

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER