

rapport trimestriel sur le marché

Corée du Sud

Janvier à mars 2008

Faits saillants au sujet du marché

Nombre de visites à l'étranger :	13,3 millions en 2007
% de variation par rapport au trimestre précédent :	+10,7 %
Nombre de visites au Canada :	200 388 en 2007
% de variation par rapport au trimestre précédent :	+3,47 %

Commentaires / autres renseignements :

1) L'inauguration présidentielle du 25 février et les élections législatives du 9 avril en Corée ont eu une incidence sur les voyages à l'étranger durant le premier trimestre. Les chiffres du mois de mars pour les destinations court-courriers, par exemple l'Asie du Sud-Est et la Chine, accusent une baisse de 30 %. Les déplacements des représentants gouvernementaux et les voyages de motivation sont reportés après la tenue des élections.

2) Le nombre de visas travail-vacances attribués par le Canada a augmenté, passant de 800 à 2 010 cette année, chiffre choisi afin de souligner les Jeux olympiques de 2010 à Vancouver.

3) En vue de l'application du programme d'exemption de visa américain à l'intention des Coréens, qui est reportée au début de 2009, plusieurs organismes américains de marketing touristique ouvrent des bureaux en Corée.

4) Le nombre de visiteurs coréens au Canada a atteint 200 000 en 2007, ce qui indique que le marché est maintenant prêt à passer au prochain niveau de croissance sur le plan des produits diversifiés, incluant notamment les forfaits de groupe, les produits à l'intention des voyageurs indépendants, les voyages de motivation, les voyages par intérêt particulier (VIP) et le développement des créneaux.

Capacité aérienne

- 1) Air Canada : augmentation de la capacité durant la haute saison en été.
 - Ajout de 3 vols par semaine à destination de Vancouver durant la saison estivale de juillet-août, en plus du vol quotidien déjà en place, pour un total de 13 vols par semaine à destination du Canada durant trois mois.
 - Air Canada reprendra le vol direct vers Toronto du 2 juillet au 26 septembre 2008, à raison de 3 vols par semaine.
- 2) Korean Air a décidé de ne pas renouveler le vol nolisé direct à destination de Calgary offert l'année dernière. Il se peut que le transporteur offre 4 vols pendant le mois de juillet, mais ce projet est encore à l'étude.
- 3) Lancement de nouvelles routes long-courriers :
 - Asiana : Incheon-Paris à partir du 31 mars 2008
 - Air Calin : Incheon-Noumea à partir du 22 juin
 - Finnair : Vol direct à destination de Helsinki à partir du 2 juin

Contexte économique et politique

Croissance du PIB :	4,6 % en 2007
Croissance économique prévue :	4,7 % en 2008
Taux de chômage :	3,5 %
Inflation :	3,0 %
Indice des prix à la consommation :	+3,6 % en février
Taux de change :	1 \$CA = 980 KRW

Revenu national disponible net : 3 100 \$ par ménage

Commentaires / autres renseignements :

- 1) L'appréciation du won coréen de 15 % en début d'année par rapport au yen japonais et à la devise européenne a eu une incidence sur le nombre de voyageurs coréens se rendant à l'étranger au cours du premier trimestre.
- 2) La force du dollar canadien par rapport à la devise américaine a eu des répercussions négatives au Canada sur les programmes d'ALS de courte durée en raison des coûts moins élevés des destinations américaines.
- 3) Le président Lee, qui est entré en fonction le 25 février, a promis durant les élections d'augmenter la croissance économique à plus de 7 % en moyenne et de doubler le revenu par habitant pour le porter à 40 000 \$ dans le but de faire de la Corée l'une des sept principales économies mondiales d'ici les 10 prochaines années. Selon les économistes, les prévisions économiques avancées par le gouvernement pour l'année en cours constituent des objectifs ambitieux. L'économie coréenne est actuellement la onzième économie mondiale.

Tendances touristiques émergentes

- 1) Les voyageurs se servent largement de contenu généré par les utilisateurs sur leurs sites Web comme outil de marketing pour montrer les produits offerts sur vidéo. Le site Web de partage de vidéos YouTube a annoncé qu'il étendrait ses services localisés en Corée afin d'enrichir son contenu local.
- 2) Les grosses sociétés commerciales se lancent dans l'industrie du tourisme, parmi elles CJ Group, sous la raison sociale CJ Worldis, Lotte JTB et Daemyung Group. Daemyung possède d'importantes installations à vocation récréative, dont trois immeubles de marque en copropriété en Corée.
- 3) Les voyageurs indépendants constituent un segment en croissance et les principaux voyageurs étendent leurs activités dans ce domaine afin d'offrir des produits pour répondre à cette demande croissante.

4) On constate une croissance du nombre de clients dans les marchés de créneau présentant des possibilités considérables pour les produits de plein air au Canada. Les Coréens sont de plus en plus branchés sur la tendance LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability). Population pour les différents créneaux : trekking - 10 millions, marathon - 4 millions, ski - 4 millions, golf - 2,7 millions.

Il y a 13 centres de ski et 284 terrains de golf en Corée, ce qui est tout à fait insuffisant par rapport à la population de voyageurs d'agrément.

5) Les possibilités dans le domaine des produits de croisière sont à la hausse étant donné le taux de croissance annuel de ce marché en Corée, qui se situe entre 20 % et 30 % .

Activités visant l'essor du marché

1) Les principaux voyagistes ont entrepris le lancement des marques de luxe afin de différencier leurs voyages organisés et de répondre aux hautes attentes des consommateurs. Les marques incluent notamment Jewery Mode, Prestige Club, Discovery Nobless et KALPAK.

2) Possibilités de voyages de motivation/comité de marketing - RCVM avec les compagnies de carte de crédit, incluant les cartes BC Card, Samsung, Shinhan, Lotte et Hyundai. La société BC Card enverra 200 passagers en voyage de motivation au Canada à partir du 21 mai.

3) Selon un sondage de l'entreprise Hana Tour, la préférence des clients pour les voyages de groupe, qui était de 53 % en 2005, est passée à 39 % en 2007, ce qui confirme la tendance observée vers une augmentation du nombre de voyageurs indépendants.

Activités de la CCT

À l'intention des professionnels du tourisme

1) Atelier de Ski Canada, le 19 janvier : Formation organisée conjointement par BC Tourism et Travel Alberta au centre de ski Phoenix sur les produits de tourisme d'hiver et reliés au ski et à la planche à neige. Au total, 40 professionnels du tourisme et des représentants de six médias ont participé à l'atelier.

2) Ateliers des trois villes de la C.-B. (BC Tri-city), les 28 et 29 février : Visites des villes de Vancouver, Whistler et Victoria ainsi que de Tourism BC en Corée pour suivre une formation conjointe dans le cadre du PSVC à Séoul et à Busan. Au total, 140 agents ont reçu la formation.

3) Mission du ministre ontarien Peter Fonseca à Séoul, du 24 au 26 mars :

- Formation dans le cadre du PSVC organisée conjointement avec le p-d.g. de Tourisme Ontario, Tourism Toronto/Niagara Falls, Tourisme Ottawa et la Commission des parcs du Niagara. Au total, 70 agents ont assisté à la formation.

- Conférence de presse, visites de représentants à quatre grandes agences et réception à l'intention des dignitaires.

À l'intention du grand public

1) Production d'une carte d'Animation Canada : tirage de 5 000 copies pour distribution aux membres du PSVC, aux médias et aux consommateurs cibles.

2) Production du guide de voyage Canada Travel Planner 2008-2009, qui devrait être prêt à la fin avril.

À l'intention des médias

1) Couverture médiatique totale : Valeur en dollars de la publicité pour le premier trimestre : + 4 399 155 \$, soit une augmentation de 1,3 % par rapport à la même période l'an dernier.

Télévision : 2 142 860 \$; radio : 480 000 \$; journaux : 710 395 \$; Internet : 510 000 \$.

[Présence à la télévision – meilleure couverture]

- KBS TV <Click, Global News> Bal de Neige d'Ottawa
- KBS TV <Easy Life Talk Show > Récit de voyage de Luvada en C.-B. avec sa famille
- KBS TV <Click, Global News> Les joies des randonnées en traîneaux à chiens en Ontario
- WOWnet TV : Vin de glace Kimalu du Canada
- KBS TV <Click, Global News> Festival des lumières de Kensington
- SBS TV <VJ Special> Festival de la sculpture de glace de Lac Louise
- KBS TV <Click, Global News> Festival du jardinage du Canada et Festival de la navigation de plaisance en Ontario
- KBS TV <News 9> Otarie de l'Aquarium de Vancouver

2) Nombre de demandes de renseignements de la part des médias : 320

3) Sept communiqués ont été envoyés chaque semaine à 250 médias.

- Visite de Luvada Dunford au Canada avec KBS TV; aurores boréales à Yellowknife; destination voyage pour la famille – fête hivernale en Ontario; 400^e anniversaire de la ville de Québec; Carrefour GoMedia Canada; publication d'un guide des voyages en famille en Ontario.

4) Rencontre avec les médias sur le programme des voyageurs indépendants au Canada : le 26 février

- Au total, 72 médias ont assisté à la rencontre organisée conjointement avec Tourism BC et Travel Alberta.

5) Voyage de familiarisation pour les médias sur les Jeux olympiques de

Vancouver de 2010 : du 9 au 13 février

- Quatre médias grand public ont participé à l'événement : Joong Ang Daily, revue Yonhap Repere, Metro et DongA Daily.

6) Conférence de presse sur la visite du ministre Fonseca en Corée tenue le 25 mars et à laquelle ont assisté 16 médias.

À l'intention des professionnels des relations publiques

1) Visite de la Coalition du tourisme 2010 en Corée, le 18 janvier :

- CCT, MAECI, Tourism BC, Tourism Whistler, Tourism Vancouver

- Le programme comprenait des visites à l'organisation olympique de Corée, à SBS TV et à la fondation pour la promotion des sports olympiques de Séoul.

- Réception de réseautage avec 90 voyageurs locaux, médias et commanditaires olympiques

[Publicité conjointe]

1) Campagne publicitaire en mars conjointement avec l'Ontario :

- 2 panneaux DEL sur le toit du grand magasin Lotte et à l'entrée du district Myung-dong au centre-ville

- 19 affiches sur les portes de sécurité dans le métro dans les principaux districts commerciaux et quartiers résidentiels huppés

- 39 affiches sur les autobus

- 12 affiches dans les abritaxi

- 2 affiches dans les abribus à Busan

- 2 publicités sur grand écran dans la zone du terminus d'autobus et de l'hôtel de ville

2) Publicité sur grand écran conjointement avec l'Alberta, de janvier à décembre 2008 :

- Située dans le district de l'hôtel de ville, un quartier commercial et d'affaires très achalandé

Environnement concurrentiel

À mesure que le marché de tourisme émetteur en Corée poursuit sa croissance (10 % entre 2000 et 2008) un certain nombre de destinations long-courriers ouvrent des bureaux en 2008 : Égypte, Indonésie, Nouvelle-Calédonie, Dubaï, Texas et Dallas.

Perspectives d'avenir

Selon les voyageurs partenaires, l'industrie a connu des difficultés durant le premier trimestre en raison du taux de change, de la hausse des prix du pétrole, des suppléments exigés par les transporteurs aériens, de l'inauguration présidentielle, des élections législatives et des réductions des commissions des compagnies aériennes.

Des réservations pour des voyages de groupe et de motivation au Canada sont prises pour la mi-avril et on s'attend à de bons résultats pour les mois de mai et juin. La plupart des voyageurs prévoient une croissance de 10 % à 20 % des activités au Canada en 2008, ce qui représente une légère baisse par rapport à la croissance de 20 % à 30 % l'an dernier. Cette baisse est attribuable aux facteurs externes mentionnés plus haut.