

rapport trimestriel sur le marché

CORÉE

Avril à juin 2008

Faits saillants au sujet du marché

Nombre de visites à l'étranger :	1 780 995 (janv.- avril 2008)
% de variation par rapport au trimestre précédent :	+3,9 %
Nombre de visites au Canada :	35 457 (janv.- avril 2008)
% de variation par rapport au trimestre précédent :	-1,98 %

Commentaires / autres renseignements :

-L'industrie touristique locale connaît un ralentissement en raison des facteurs négatifs qui touchent les déplacements outre-mer, notamment la hausse vertigineuse des prix du carburant, les commissions réduites des compagnies aériennes aux agences de voyage, les suppléments exigés par les transporteurs aériens, la force du dollar canadien et les manifestations anti-gouvernement concernant les importations de bœuf des États-Unis. De nombreux voyagistes restructurent leurs activités pour compenser les revers subis par l'industrie au cours du deuxième trimestre.

- Des groupes de citoyens organisent depuis plus de 50 jours des manifestations à la chandelle, et la situation sociopolitique se répercute sur les déplacements à l'étranger.

Capacité aérienne

1) Du 23 au 25 avril, des négociations bilatérales sur l'aviation ont eu lieu à

Séoul entre la Corée et l'Afrique du Sud. L'entente prévoit une hausse des vols hebdomadaires, qui seront au nombre de 15 entre Séoul et Le Cap à l'occasion de la Coupe du monde de la FIFA en 2010. Conformément à la nouvelle entente, les transporteurs aériens des deux pays peuvent atterrir dans tous les aéroports internationaux de la Corée et de l'Afrique du Sud, contrairement au système actuel qui limite les compagnies aériennes à un aéroport en Corée et à un aéroport en Afrique du Sud.

2) Korean Air (KAL) offrira plus de vols vers des destinations estivales :

a. Deux vols nolisés par semaine vers la ville portuaire de Danang, au Vietnam, du 24 juillet au 31 août.

b. 12 vols nolisés à bord d'un Airbus 330 à destination de Cairns, en Australie, du 24 juillet au 25 août.

c. Vols nolisés à bord d'un Boeing 737 vers la ville d'Irkutsk, en Russie, en collaboration avec Siberian Airlines.

d. Reprise des vols d'Incheon vers São Paulo, avec escale à Los Angeles, depuis le 2 juin 2008.

- Air Canada a inauguré un nouveau système de tarification aérienne destiné aux voyageurs. Basé sur le principe du « premier arrivé, premier servi », ce système assure une répartition plus équitable des places assignées aux groupes et aux voyageurs indépendants.

3) Finnair : trois vols directs par semaine d'Incheon vers la Finlande ont été inaugurés le 3 juin 2008.

Contexte économique et politique

Croissance du PIB :	5 %
Croissance économique prévue :	4,5 % en 2008
Taux de chômage :	3,2 % en mai

Inflation :	4 %
Indice des prix à la consommation :	hausse de 4,9 % en mai
Taux de change :	1 \$ CAN = 1 035 KRW
Revenu national disponible net :	31 \$/ménage

Commentaires / autres renseignements :

Entre janvier et mars, le revenu réel du pays a enregistré la baisse la plus importante depuis cinq ans en raison des problèmes que crée la flambée des prix du carburant au sein de l'industrie. Les prix à la consommation ont connu leur hausse la plus rapide en sept ans. Au mois de mai, la hausse vertigineuse des prix du pétrole brut et des matières premières a fait grimper les coûts des biens et services.

Tendances touristiques émergentes

- Mode Tour a lancé un site Web (www.jmspecial.com) qui offrira des produits de luxe et haut de gamme sous sa bannière JM (Jewellery Mode). C'est la première fois qu'un voyageur chapeaute un site spécial de produits de luxe.
- En Europe, le nombre de voyageurs par chemin de fer s'élevait à un peu plus de 468 000 personnes en 2007, établissant un nouveau record depuis le début des ventes de billets en Corée il y a une cinquantaine d'années. Les ventes d'Eurailpass sont affectées par les préférences changeantes des voyageurs, qui choisissent désormais de visiter seulement une ou deux destinations plutôt qu'un grand nombre de pays européens. Cette tendance touristique émergente s'est traduite par des ventes de cartes Eurailpass valables pour un ou deux pays.
- En 2007, les cartes valables pour un seul pays, comme l'Eurailpass Italie, ont connu une croissance marquée de près de 500 % et représentent désormais 16 % des ventes de cartes Eurailpass, comparativement à un faible 3 % en

2006.

- Selon de récentes statistiques sur le golf, la population totale de golfeurs en Corée a atteint 2,75 millions de personnes réparties dans trois groupes d'âge : 63,5 % (le groupe le plus nombreux) ont entre 30 et 40 ans, suivis des golfeurs dans la vingtaine et dans la cinquantaine. Comme en témoignent ces chiffres, les golfeurs coréens sont de plus en plus jeunes et au-delà de la moitié des joueurs qui pratiquent cette activité dans leur région la fin de semaine sont âgés de 30 à 40 ans.

Activités visant l'essor du marché

- La mission commerciale des hôtels et lieux de villégiature Starwood a organisé l'atelier Starwood de 2008, qui rassemblait en Corée les représentants de 30 hôtels Starwood de la région de l'Asie-Pacifique. Une centaine de voyagistes coréens ont assisté à l'atelier.

- Le groupe Accor a tenu le salon mondial Accor de 2008 à Séoul. Vingt représentants des hôtels Accor du monde entier ont pour l'occasion rencontré 300 acheteurs coréens. Comme le nombre de voyageurs indépendants en Corée ne cesse d'augmenter, les voyagistes locaux s'intéressent vivement aux possibilités d'hébergement à l'échelle planétaire.

- Malgré le ralentissement observé durant la première moitié de l'année, trois grands voyagistes ont connu une hausse de plus de 100 % de leur chiffre d'affaires entre janvier et avril 2008, par rapport à l'an dernier. Interpark Tour mène le bal avec 199,1 %, suivi de OK Tour avec 138 % et de Naeil Tour avec 118,7 %.

- En avril 2008, les grandes compagnies aériennes ont fait passer de 9 % à 7 % les commissions versées aux agents de voyage pour les ventes de billets. Parmi les 10 transporteurs étrangers qui ont annoncé leur décision d'adhérer à ce nouveau système, on retrouve Thai Air, British Airways, Vietnam Airlines, Alitalia, Singapore Airlines, Air New Zealand, Garuda Indonesia Airways et JAL. United Airlines et Delta prévoyaient aussi réduire leurs commissions de 7 % à 5 %.

Activités de la CCT

À l'intention des professionnels du tourisme

1) Programme de formation des télévendeurs qui travaillent pour les principaux voyagistes :

A. Hana Tour, le 25 avril :

Formation de 100 personnes. Les employés qui travaillent auprès du public et les télévendeurs qui conseillent des achats par téléphone se sont familiarisés avec la vente de forfaits au Canada.

B. Mode Tour, le 3 juin :

Formation de 120 employés de l'équipe des ventes en ligne et du groupe des ventes de voyages au Canada.

C. Lotte Tour, le 10 juin :

Formation d'une équipe de 100 télévendeurs et du personnel régional des ventes à Séoul.

2) Voyage de familiarisation haut de gamme au Canada, du 23 au 29 avril :

- Partenariat avec Tourism BC afin d'encourager les voyagistes à mettre sur pied des voyages organisés haut de gamme.
- Invitation de cinq agents clés offrant des produits haut de gamme : équipe de Mode Jewellery, Honeymoon Resort Tour, Jason Tour, Hana Tour et Lotte JTB.
- On s'attend à ce que l'hébergement de luxe et les activités en plein air aident à développer le concept de « vacances de rêve » au Canada.

3) Voyage de familiarisation Vacances au volant au Canada, du 7 au 14 mai :

- Projet mené conjointement avec Tourism BC et Travel Alberta qui réunit des membres de l'industrie et des médias.

- Au total, six voyagistes et deux médias examineront le marché du voyage indépendant – Tour Baksa, Nael Tour, Lotte, Sejung Tourmall, Pharos, Eos Travel.

4) Voyage de familiarisation – trekking dans les Rocheuses canadiennes, du 14 au 21 juin :

- Projet commun avec Travel Alberta réunissant l'industrie et les médias.

- Des agents spécialisés dans les expéditions en montagne cibleront 10 millions de randonneurs coréens pour accroître les ventes de produits de trekking dans les Rocheuses.

5) Salon ANTOR à Kwangu, les 29 et 30 avril :

- Au total, 18 entreprises nationales de voyages organisés ont rencontré 110 agents de la région.

6) Publicité commune dans les journaux avec Lotte et Hana Tour :

- Placement de 10 annonces publicitaires dans les principaux quotidiens coréens dont *Chosun Daily*, *Joongang*, *Dong-A* et *Maekyung Economic Daily*.

7) Coproduction de guides de voyage, d'affiches et de cartes postales sur le Canada :

A. More Tour a produit 400 guides de voyage sur le Canada pour stimuler les ventes pendant la saison estivale.

B. Hana Tour a distribué aux détaillants des cartes postales montrant l'image de marque du Canada.

C. Pour cibler les personnes dans la trentaine, Mode Tour a imprimé 2 000 affiches montrant l'image de marque du Canada, puis les a distribuées dans 500 bureaux.

8) Les principaux voyagistes continuent de miser sur le marketing en ligne :

A. Hanjin Travel : promotion des forfaits au Canada sur le site Web (www.kaltour.com).

B. Tour Express : campagne promotionnelle sur le Canada par l'intermédiaire du site pour les agents (www.tourexpress.co.kr).

À l'intention du grand public

1) Foire internationale du tourisme de Corée (Korea World Travel Fair), du 5 au 8 juin.

- De concert avec Tourism BC et Travel Alberta, nous avons assisté au plus vaste salon grand public, qui s'est tenu au centre des congrès de la Corée.

- Au total, 89 000 visiteurs ont franchi les portes du salon durant les quatre jours de l'événement.

- 416 exposants représentaient 60 pays.

- Un sondage a été effectué auprès de 1 000 répondants au kiosque d'exposition de la CCT afin de déterminer les nouvelles tendances dans l'industrie du voyage et l'intérêt du public envers les voyages au Canada.

2) Nombre total de demandes de renseignements par des consommateurs au deuxième trimestre : 889

95 par courriel; 430 par téléphone; 95 par télécopieur; 266 en personne

À l'intention des médias

1) Couverture médiatique totale – valeur en dollars de la publicité pour le deuxième trimestre :

5 270 165 \$, soit une baisse de 6 % par rapport à la même période l'an dernier. Au cours du deuxième trimestre de 2007, la couverture médiatique avait connu une augmentation de 70 % en raison de la promotion accrue des vols nolisés vers Calgary avec Travel Alberta. Même si la couverture médiatique

a accusé une légère baisse au deuxième trimestre de cette année, elle demeure élevée dans l'ensemble.

- Télévision : 2 848 190 \$; journaux : 950 700 \$; magazines : 420 275 \$; radio : 380 000 \$; présence sur Internet : 671 000 \$

[Présence à la télévision -- meilleure couverture]

- KBS TV <Morning Talk Show, Easy Life> - Visite d'une érablière en Ontario en compagnie d'une maman célèbre et sa fille : 60 minutes, 757 000 \$

- SBS TV <Hello, Global In-Laws> - Une bru aux yeux bleus dans une belle-famille de Halifax

- KBS TV <Click, Global News> - Oil Springs

- KBS TV <Click, Global News> - Taxi « vert » qui respecte davantage l'environnement

- MBC TV <Special> - Living Doll, Ontario

- KBS TV <Click, Global News> - Portes ouvertes Toronto

- KBS TV <Click, Global News> - Festival vert de Toronto

- EBS TV <Docu Prime> - Parcs nationaux en Alberta

2) Nombre de demandes de renseignements de la part des médias : 290

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

- Rendez-vous Canada 2008; Festival canadien des tulipes à Ottawa; tournée en Corée dans le cadre du Festival international du film de montagne de Banff; Vacances au volant dans l'Ouest canadien (voyageurs indépendants); partenariat non traditionnel avec Paris Croissant; Festival international de jazz de Montréal; célébration du 100^e anniversaire du livre *Anne... la maison aux pignons verts* avec le grand magasin à rayons Lotte; Drive Canada! dans les provinces de l'Ouest; Toronto PATH, un réseau pédestre souterrain

À l'intention des professionnels des relations publiques

1) Promotion auprès des voyageurs indépendants - Vacances au volant dans l'Ouest canadien

- Promotion à frais partagés avec Paris Croissant, première chaîne de boulangerie en Corée, qui compte 2 000 magasins à l'échelle du pays. En collaboration avec Tourism BC et Travel Alberta; du 6 au 31 mai 2008

2) 100^e anniversaire du livre *Anne... la maison aux pignons verts*

- Partenariat promotionnel avec Lotte, l'un des plus grands magasins à rayons de la Corée; du 23 mai au 14 juin

- Présentation de la décoration en l'honneur du centenaire d'*Anne... la maison aux pignons verts* et bannières de la CCT à l'entrée de Lotte

- 900 personnes ont participé à un concours littéraire pour gagner un voyage organisé à l'Î.-P.-É.

- Le service de gestion des relations-clients de Lotte a diffusé la promotion par l'intermédiaire de publipostages.

3) Tournée en Corée dans le cadre du Festival international du film de montagne de Banff

- Présentation initiale en Corée; du 24 au 30 avril

- Présentation dans cinq grandes villes du pays, soit Séoul, Taegu, Pusan, Kwangju et Taejon

- Publicité commune avec CGV theatre, le magazine *E-mountain*, Travel Alberta, Green Tour et le bureau de tourisme de Banff-Lac Louise

[VCP Media]

1) KBS TV <Walking into the World>, du 26 juin au 5 juillet

- 2) KBS TV <Easy Life>, du 25 avril au 3 mai
- 3) EBS TV <Docu Prime>, du 28 avril au 13 mai
- 4) Voyage de familiarisation – trekking dans les Rocheuses canadiennes
<Monthly Chosun, Mountain>, du 14 au 22 juin
- 5) Inspection des lieux de villégiature de luxe en Colombie-Britannique
<Magazine S & Style H>, du 24 au 29 juin
- 6) Rendez-vous Canada 2008 - *Korea Travel Times* et *Korea Travel Information Times*

Environnement concurrentiel

Devant la forte croissance du marché coréen, de nouveaux organismes de marketing de destinations inaugurent des bureaux en Corée afin de promouvoir leurs attractions inédites auprès des voyageurs coréens.

- Nouvelle-Calédonie : Inauguration officielle du bureau de représentation en Corée en mars 2008. Nouveaux vols directs à bord d'Air Caledonia à partir du 22 juin 2008. Publicité bien visible dans les médias imprimés et sur les navettes.

- L'aéroport de Munich, en Allemagne, a ouvert un bureau de représentation à Séoul le 1^{er} mai 2008 et fait la promotion des vols directs Incheon-Munich offerts par Korean Air à partir de juin 2008. Plaque tournante du trafic aérien, l'aéroport de Munich arrive au 7^e rang des aéroports européens sur le plan de l'achalandage.

- L'office du tourisme de la Finlande sera représenté à Séoul dès le mois de juillet 2008.



Perspectives d'avenir

- On s'attend à ce que, dans l'ensemble, les voyages à l'étranger connaissent un certain ralentissement et une croissance minimale en 2008. Cette baisse est en grande partie attribuable à la flambée des prix du carburant et à ses répercussions directes sur l'indice des prix à la consommation et la croissance prévue. Les voyageurs coréens prévoient cependant une reprise des affaires pendant la saison estivale et le congé de l'Action de grâce en Corée (longue fin de semaine en septembre).