



rapport trimestriel sur le marché

Corée du Sud

Juillet à septembre 2008

Faits saillants au sujet du marché

Nombre de visites à l'étranger :	4 032 816 (janv.-juil.)
% de variation par rapport au trimestre précédent :	-0.9 %
Nombre de visites au Canada :	114 211 (janv.-juil.)
% de variation par rapport au trimestre précédent :	-1,54 %

Commentaires / autres renseignements :

-Le programme tant attendu d'exemption de visa américain à l'intention des voyageurs coréens devrait entrer en vigueur en janvier 2009. Même si le programme avait été ajourné en 2008, le service de délivrance électronique de passeports a été lancé en août 2008, ce qui était une importante condition préalable à l'adhésion de la Corée. Environ 800 000 Coréens se sont rendus aux États-Unis en 2007.

-Lors de leur sommet à Séoul en août 2008, les présidents Lee Myung-bak et George Bush ont convenu de mettre en œuvre le programme WEST (Work, English Study and Travel), une initiative réciproque d'exemption de visa. Un protocole d'entente a d'ailleurs été signé en septembre à New York. Dans le cadre de ce programme, jusqu'à 5 000 étudiants universitaires sud-coréens pourront se rendre aux É.-U. pour étudier l'anglais et faire un stage d'une durée de 18 mois. Le programme pourrait entrer en vigueur dès l'année prochaine. WEST est une extension du programme Work and Travel régi par Washington, qui permet à des étudiants étrangers de passer jusqu'à quatre mois aux É.-U. durant leurs vacances et d'y travailler.

-Les négociations d'ententes aériennes entre le Canada et la Corée devraient reprendre en novembre 2008. Les dernières négociations remontent à 1989. Les membres de la communauté et les milieux d'affaires coréens à Toronto ont signé une pétition à cet effet en vue d'accroître la capacité aérienne entre les deux pays.

-La plupart des voyageurs ont connu une baisse des voyages vers l'étranger

d'entre 10 % et 20 % durant la haute saison de juillet et août par rapport à l'année dernière, en raison de la hausse des prix du pétrole, de l'augmentation des tarifs aériens et du ralentissement des dépenses de consommation. Un certain nombre de voyageurs ont fait l'objet d'une restructuration pour s'adapter à cet environnement commercial difficile.

On peut trouver des statistiques supplémentaires sur le marché dans Tourisme en bref.

Capacité aérienne

Le supplément carburant des principales compagnies aériennes augmentera de nouveau en septembre, après avoir connu une hausse initiale en juillet. Il atteint entre 100 \$ et 196 \$ pour les destinations court-courrier et passera de 370 \$ à 442 \$ pour les destinations long-courrier, incluant le Canada, les É.-U., l'Europe et l'Océanie. Les voyageurs s'inquiètent de l'effet que pourrait avoir une augmentation correspondante des prix des voyages organisés sur l'industrie.

-Korean Air, la principale compagnie aérienne de la Corée et le plus important transporteur de marchandises au monde, a accusé des pertes nettes de 279 millions de dollars durant le trimestre ayant pris fin le 30 juin, principalement en raison de l'augmentation des coûts du carburant.

-La compagnie Emirates Airline offre de doubler les milles de récompense pour ceux et celles qui voyageront entre juillet et octobre dans le cadre du programme Skywards. La compagnie a lancé une importante campagne de publicité auprès du public coréen afin de mieux faire connaître la destination.

-Étant donné la popularité grandissante de la ville de Tokyo, au Japon, auprès des voyageurs indépendants, la capacité aérienne entre Haneda et Gimpo sera intensifiée. La négociation d'ententes aériennes aura lieu en septembre à Tokyo, les deux pays s'étant entendus pour augmenter la capacité aérienne jusqu'à concurrence de 28 vols hebdomadaires. Les restrictions s'appliquant aux vols longue durée des compagnies aériennes coréennes en direction des É.-U. via Tokyo seront levées à partir de 2010.

-Air India a mis fin au vol direct entre Incheon-Deli en raison des prix croissants du carburant et de la réduction de ses effectifs.

-Indonésie : Garuda Airline augmentera son service aérien entre Incheon et Bali.

De cinq par semaine, le nombre de vols passera à sept, soit un par jour du 13 décembre 2008 au 29 mars 2009. La compagnie doublera également sa capacité aérienne pendant ces quatre mois puisqu'elle utilisera des avions Airbus B747-400.

Contexte économique et politique

Croissance du PIB :	4,8 % au deuxième trimestre
Croissance économique prévue :	4,5 % en 2008
Taux de chômage :	3,1 %
Inflation :	5,2 %
Indice des prix à la consommation :	5,6 % en août
Taux de change :	1 \$ CAN = 1 107 KRW
Revenu national disponible net :	

Commentaires / autres renseignements :

L'économie coréenne a connu sa croissance la plus faible en quatre ans durant le deuxième trimestre. Les dépenses des particuliers ont atteint leur plus bas niveau en quatre ans en raison de l'érosion de la confiance des consommateurs. La hausse de l'inflation ainsi que la flambée des prix du pétrole et des matières premières ont en effet eu des répercussions sur l'ensemble de l'économie.

-On s'attend à ce que la croissance de la Corée continue à ralentir légèrement à court terme, puisqu'elle est touchée par les problèmes de prêts hypothécaires à risque et la crise financière aux États-Unis.

-Les résultats enregistrés en septembre, traditionnellement une période de pointe en raison du congé de l'Action de grâce, ont déçu les attentes des voyageurs puisque les ventes totales n'ont atteint que 85 % de celles de l'an dernier. Cela est en partie attribuable à la courte période du congé, qui coïncidait avec la fin de semaine, entraînant une réduction des dépenses des particuliers.

Tendances touristiques émergentes

-Google a annoncé avoir fait l'acquisition d'un concepteur d'outils-blogue coréen dans le but de se tailler une place dans le marché jusqu'ici inaccessible des moteurs de recherche Web en Corée. Google offrira un environnement Internet plus adapté aux internautes locaux grâce à la technologie de Tatter & Company, bien connue pour sa plateforme de blogues, Tattertools, et Ecolin. À l'heure actuelle, ce sont des entreprises locales, soit Naver.com suivie de ses rivales Daum.net et Nate.com, qui dominent ce marché.

-Presque tous les foyers de la Corée sont branchés sur Internet haute vitesse. À la fin de juillet, 15,09 millions de ménages étaient abonnés à des services Internet haute vitesse, soit une hausse de 620 000 par rapport à l'année dernière. Cela représente 95 % des 15,88 millions de ménages que compte la Corée du Sud.

-Les principales compagnies aériennes ont annoncé une réduction des commissions à partir de septembre 2008, soulevant des inquiétudes chez les voyagistes quant aux modèles de rentabilité futurs. Korea Air mettra en application un système sans commission pour tous les vendeurs de billets à compter de janvier 2010. KAL avait au départ planifié de mettre en œuvre un tel système dès 2009 en commençant par faire passer les frais BSP de 9 % à 7 % cette année. Air Canada et Qantas les ont fait passer de 8-9 % à 7 % à compter du 1^{er} octobre. Lufthansa, Air France et Fin Air les ont réduits à 5 % à partir du 1^{er} septembre.

-Malgré la baisse des ventes de voyages collectifs enregistrée cette année, les croisières sur la Méditerranée sont en hausse par rapport à la dernière saison automnale.

Activités visant l'essor du marché

Dans l'expectative de l'entrée en vigueur du programme d'exemption de visa américain, California Tourism a ouvert un bureau en Corée en juillet 2008, suivant l'exemple du Texas, de New York, Dallas, San Francisco et de l'Alaska qui ont établi des bureaux en Corée l'année dernière.

En vue de l'entrée en vigueur du programme d'exemption de visa américain et de l'augmentation du nombre de voyageurs coréens attendue, Hana Tour a rencontré des voyagistes américains établis à Samho, Aju, Joeun et Dongbu dans le but de collaborer et d'accueillir cette affluence de voyageurs

indépendants et autres.

Activités de la CCT

À l'intention des professionnels du tourisme

- 1) Promotion en ligne avec Tour Express, du 16 juillet au 4 août
-Promotion de voyages organisés estivaux à destination du Canada par l'entremise des sites Web de voyagistes ciblant les consommateurs qui réservent en ligne
- 2) Promotion de randonnées dans les Rocheuses avec Hyecho Travel et Youngone Trade, un partenaire non traditionnel, du 25 juillet au 31 août
-Départ de deux groupes de 30 personnes le 23 septembre et le 3 octobre -
On a réussi à recruter suffisamment de personnes pour former deux groupes
-Yongone Trade s'occupe de la commercialisation de grandes marques de vêtements de plein air telles que Yongone, Northface et Gortex
- 3) Soirée Canada avec Travel Alberta et Tourism BC, le 27 août
-90 gestionnaires de bureaux canadiens des principaux voyagistes et membres des médias ont été invités
-Mise en valeur des Jeux olympiques d'hiver de 2010 et du Stampede de Calgary
- 4) Atelier de télémarketing de Mode Tour en collaboration avec Tourism BC et Travel Alberta, le 28 août
-Des invitations ont été lancées aux responsables des ventes dans les bureaux locaux de Mode Tour ainsi qu'aux conseillers en voyages à Séoul et dans la province de Kyunggi. Au total, 60 personnes ont assisté à l'atelier pour connaître les produits hivernaux et hors saison pouvant faire augmenter les ventes
- 5) Campagne de produits arborant la feuille d'érable sur porte-bannière conjointement avec Tourisme Ontario et Hana Tour
-Porte-bannières dans 780 bureaux d'agents au détail

À l'intention du grand public

- 1) Promotion de randonnées dans les Rocheuses avec Hyecho Travel et Youngone Trade, un partenaire non traditionnel. Campagne intégrée de marketing du 25 juillet au 31 août

-Départ de deux groupes de 30 personnes le 23 septembre et le 3 octobre -
On a réussi à recruter suffisamment de personnes pour former deux groupes

-Yongone Trade s'occupe de la commercialisation de grandes marques de vêtements de plein air telles que Yongone, Northface et Gortex.

-Publipostage aux 12 000 clients de la base de données de Yongone

-Publicité conjointe dans la revue grand public « Mountain » et des quotidiens

2) Publication conjointe du guide de voyage de l'Alberta 2009, le 30 septembre

-Tirage de 10 000 exemplaires, 80 pages

À l'intention des médias

* Couverture médiatique totale : valeur en dollars de la publicité pour le troisième trimestre

5 753 612 \$ - hausse de 4,3 % par rapport à la même période l'an dernier.

Télévision : 2 724 400 \$; journaux : 1 904 220 \$; magazines : 519 992 \$; radio : 315 000 \$; Internet : 290 000 \$

[Présence à la télévision - meilleure couverture]

-EBS TV <Docu Prime> Le patrimoine naturel mondial - Rocheuses canadiennes

-KBS TV <Visual Album> La nature dans toute sa splendeur - La région de Kananaskis

-KBS TV <News> Le Canada exporte 152 millions de dollars en produits agricoles

-YTN <News> Cirque sur le thème du rêve « Nebbia »

-KBS TV <Click! Global News> 400^e anniversaire de la ville de Québec au Canada

-KBS TV <News> Musée de la chaussure au Canada

- KBS TV <Visual Album Mountain> Parc national de Banff
- KBS TV <Walking into World> Canal Rideau en Ontario
- KBS TV <Visual Album> Yukon
- KBS TV <Click! Global News> Le grand festival du canal au Canada

À l'intention des professionnels des relations publiques

) Partenariat non traditionnel

Voyage en famille en Ontario « Mère et fille » - Promotion ciblant les femmes conjointement avec l'Hôtel Plaza, du 4 au 31 juillet

2) Promotion conjointe de l'Ouest du Canada axée sur la formule avion-voiture avec Tourism BC, Travel Alberta et Air Canada, campagne en ligne du 21 juillet au 10 août

Environnement concurrentiel

-Australie : Dans le cadre du projet de forfaits de groupe de 1,5 million de dollars, la commission australienne du tourisme a lancé de juillet à décembre une campagne à l'intention des voyageurs de groupe indépendants de concert avec 10 voyagistes. L'Australie a augmenté de 25 % ses investissements en Corée cette année.

-Philippines : Au cours des sept premiers mois, le plus grand nombre de visiteurs aux Philippines, soit 380 619, provenaient de la Corée du Sud, suivi des États-Unis avec 366 662 visiteurs.

-Hong Kong : Les voyages vers les destinations court-courrier comme Hong Kong, qui ont fait l'objet d'un important battage publicitaire notamment à la télévision, ont augmenté de 27,1 % durant le premier semestre de 2008. Les visiteurs en provenance de la Corée se sont chiffrés à 500 713.

-Le bureau du tourisme d'Abu Dhabi a lancé un système de classement des hôtels écologiques.

Perspectives d'avenir

-La capacité aérienne est l'un des principaux facteurs limitant l'expansion du marché de la Corée à long terme. Le nombre de visiteurs coréens au Canada a diminué de 6,5 % en juillet. Cette baisse est attribuable à l'abandon des vols nolisés à destination de Calgary, qui avaient ajouté une capacité de 8 800 sièges en juillet et août l'année dernière. On devrait donc enregistrer une autre diminution du nombre de visiteurs coréens en août. Toutefois, la croissance du marché demeure dans l'ensemble soutenue et positive compte tenu de l'environnement commercial négatif attribuable à des facteurs externes tels que les prix records du pétrole, les suppléments, les réductions des commissions aériennes et le taux de change, qui ont eu des répercussions sur l'industrie du voyage. De l'avis des voyagistes, le Canada est moins touché que d'autres destinations.

-Les principaux voyagistes sont en train de restructurer et de rationaliser leurs activités afin de s'adapter au contexte commercial changeant, tout particulièrement à la réduction des commissions, à l'augmentation des tarifs aériens et à la croissance du nombre de voyageurs indépendants.

-Le Canada est perçu comme un marché en croissance et continue de susciter l'intérêt des voyagistes, qui se tournent vers des routes et réseaux diversifiés en prévision des pourparlers sur les ententes aériennes et de l'entrée en vigueur du programme d'exemption de visa américain.