



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

ATOUT  
FRANCE

L'Agence de développement  
touristique de la France

# PRÉSENTATION DU MARCHÉ CORÉE DU SUD

<b>Superficie</b>	100 431 km <sup>2</sup>
<b>Population</b>	51, 75 millions d'habitants (juillet 2024) Séoul et sa métropole : 23 millions (Séoul intra-muros : 9,6 millions) 7,08 millions de Coréens à l'étranger (dans 193 pays) 27 000 en France dont 4 500 étudiants
<b>Régime politique</b>	Démocratie parlementaire : Président de la République élu pour 5 ans (mandat unique)
<b>Densité</b>	515 hab/km <sup>2</sup>
<b>Taux de croissance</b>	<b>2, 5 %</b> en 2024 (FMI - octobre 2024) - Rappel du taux de croissance 2023 : 1, 4 % (FMI)
<b>Prévision du taux de croissance en 2025</b>	<b>+ 2, 1 %</b> KDI et <b>+ 2, 2%</b> FMI (septembre 2024)
<b>PIB par habitant</b>	<b>PPA 59 330 USD</b> - <b>PPC 34 160 USD</b> (FMI, avril 2024)
<b>Taux de chômage</b>	1,9% (août 2024) ; 2, 7 % sur l'ensemble de l'année 2023

**13<sup>e</sup> puissance économique mondiale, la 4<sup>e</sup> économie d'Asie est portée par les exportations notamment par les Chaebols. L'export constitue depuis longtemps un des fers de lance les plus puissants de l'économie sud-coréenne : plus de 42 % du PIB.**

**Pénétration Internet : 99, 96 %.** **1<sup>er</sup> pays au monde à avoir commercialisé la 5 G (le 3 avril 2019) : 58, 8% des Coréens y sont connectés (mars 2024)**

Le revenu par habitant multiplié par 400 au cours de 60 dernières années !

**Le revenu par habitant de la Corée du Sud a été multiplié par 400 au cours des 60 dernières années, depuis que le gouvernement coréen a lancé son ambitieux plan de développement quinquennal en 1962.**

**Dans une situation de totale pauvreté**, le gouvernement coréen s'était fixé un objectif simple et clair de prospérité, en élaborant un plan quinquennal, un plan directeur pour le développement national, **qui a été mis en œuvre plus de 7 fois jusqu'en 1996.**

**Il visait à garantir la compétitivité mondiale sur les marchés étrangers.**

**Rappel du PIB 2023 par habitant : USD 33 192 – en USD courant ppc**



**« La Corée a enregistré un niveau de développement économique sans précédent au cours des dernières décennies, réalisant à la fois l'industrialisation et la démocratisation. »**

## La Corée du Sud a connu l'une des plus grandes transformations économiques des 60 dernières années #MIRACLE DU FLEUVE HAN

- Une véritable prouesse compte tenu de sa taille géographique limitée, de ses ressources naturelles insuffisantes et de la taille de sa population (une **population active de 28,4 millions** de personnes sur 51,75 millions d'habitants),
- Le pays a accordé une attention particulière au développement technologique et à l'innovation pour promouvoir la croissance, passant d'un environnement essentiellement rural et agricole à un pays urbain et industrialisé.
- **L'industrie représentait 25% du PIB et employait 63,6% de la population active en 2023**
- Les principales industries sont le textile, l'acier, la construction automobile, la construction navale dont les méthaniers, l'électronique et les cosmétiques.
- **La Corée du Sud se classe dans le Top 5 mondial de la production de semi-conducteurs.**



### 2024, L'économie sud-coréenne est sur la voie d'une reprise

L'économie coréenne a été confrontée à un certain nombre d'obstacles, notamment des conflits géopolitiques, des perturbations de la chaîne d'approvisionnement mondiale, le changement climatique, des exportations en baisse, une inflation élevée mais toutefois relative face à d'autres économies : **3,6 % sur l'ensemble de l'année 2023.**

**L'économie coréenne connaît un réel rebond en 2024. La prévision de croissance de 2,5 %** est portée par une reprise à la hausse de la demande mondiale pour les semi-conducteurs et la remontée conséquente des exportations.

**Les dépenses par cartes de crédit ont augmenté en septembre 2024 de 4,6% sur un an** et les ventes de véhicules sur le marché local ont progressé de 1,7%.

Le PIB a cru, au 1<sup>er</sup> trimestre 2024, de **+1,3 %.**

La fluctuation du taux de change, avec une devise nationale plus forte qui rend donc les voyages internationaux plus coûteux, ne semble pas avoir une influence négative sur la propension des ménages à voyager à l'étranger. A fin septembre 2024, la demande ne semble pas faiblir.

Dès début 2024 le **taux de départ en vacances à l'étranger à Seollal était de 53,2% vs 2023.**



## Séoul : 10e au classement mondial des places financières

Séoul retrouve sa place dans le top 10 du classement mondial des places financières du think tank britannique Z/Yen. La capitale sud-coréenne avait été classée 11e au dernier classement du (GFCI).

Global Financial Centres Index 35

Table 1 | GFCI 35 Ranks And Ratings

Centre	GFCI 35		GFCI 34		Change In	
	Rank	Rating	Rank	Rating	Rank	Rating
New York	1	764	1	763	0	▲1
London	2	747	2	744	0	▲3
Singapore	3	742	3	742	0	0
Hong Kong	4	741	4	741	0	0
San Francisco	5	740	5	735	0	▲5
Shanghai	6	739	7	733	▲1	▲6
Geneva	7	738	10	730	▲3	▲8
Los Angeles	8	737	6	734	▼2	▲3
Chicago	9	736	9	731	0	▲5
Séoul	10	735	11	729	▲1	▲6
Shenzhen	11	734	12	728	▲1	▲6
Washington DC	12	733	8	732	▼4	▲1
Frankfurt	13	732	14	726	▲1	▲6
Paris	14	731	15	725	▲1	▲6
Beijing	15	730	13	727	▼2	▲3
Zurich	16	729	18	722	▲2	▲7
Luxembourg	17	728	16	724	▼1	▲4
---	---	---	---	---	---	---

Le 33e classement du Global Financial Centres Index publié par le think tank britannique Z/Yen. © Z/Yen

Publié deux fois par an depuis 2007, le GFCI évalue la compétitivité de 130 places financières dans cinq catégories et dans lesquelles **Séoul se place parmi les 15 premières villes** :

- environnement commercial (13e),
- ressources humaines (7e),
- infrastructures (10e),
- développement du secteur financier (13e),
- réputation et facteurs généraux (12e).

**Au classement général, Séoul est donc 10e devant Paris (14e), Pékin (15e) et Tokyo (19e).** New York occupe la première place, suivie de Londres (2e), Singapour (3e) et Hong Kong (4e).

La capitale sud-coréenne est aussi 10e dans le classement de la compétitivité FinTech, en hausse d'un rang par rapport à septembre 2023.

Elle s'impose ainsi comme une ville financière numérique de premier plan.

## Voitures écologiques en Corée du Sud

**+33,4 %**

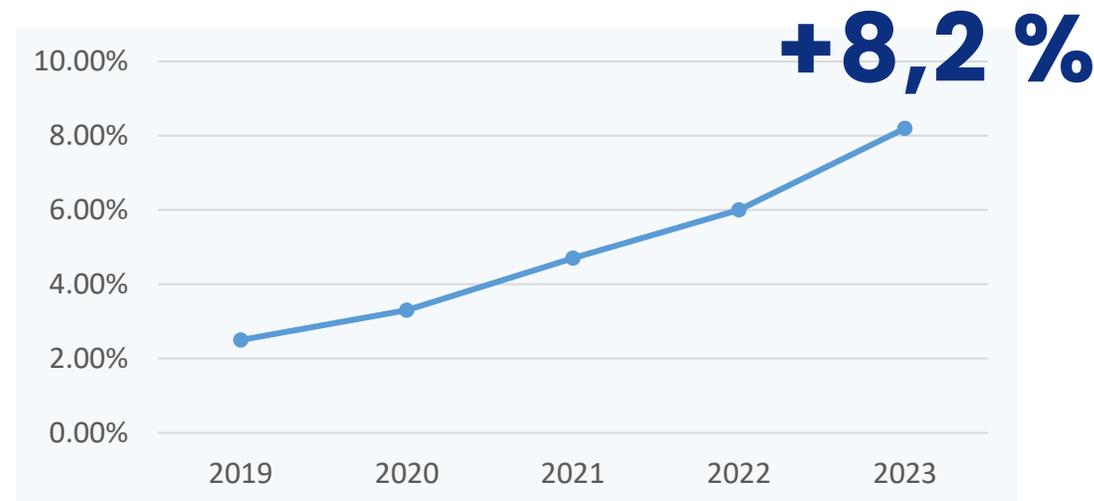
**de véhicules écologiques parmi le total  
de véhicules immatriculés en 2022 vs  
2023**

(+39,5 % pour les véhicules électriques  
-2,6 % pour les véhicules diesel)



Un véhicule neuf sur **3,14** immatriculé est écologique.

En 2023, pour la première fois, le nombre total d'immatriculations de véhicules écologiques a dépassé celui des véhicules fonctionnant au GPL, atteignant **2,21 millions d'unités**.



**PART DE MARCHÉ DES VÉHICULES ÉCOLOGIQUES  
EN CORÉE DU SUD**

# Prise de conscience de environnementale

## 2 projets verts en cours à Séoul à l'horizon 2026



La ville de Séoul, dont le parc est déjà constitué, en partie, de bus électriques, prévoit de convertir **1 300 véhicules de transport public, dont 300 bus d'aéroport, à l'hydrogène** et de construire 5 stations de recharge pour les bus à hydrogène en collaboration avec **Hyundai**, Ministère de l'Environnement, SK E&S et TMap Mobility.



### **Végétalisation urbaine :**

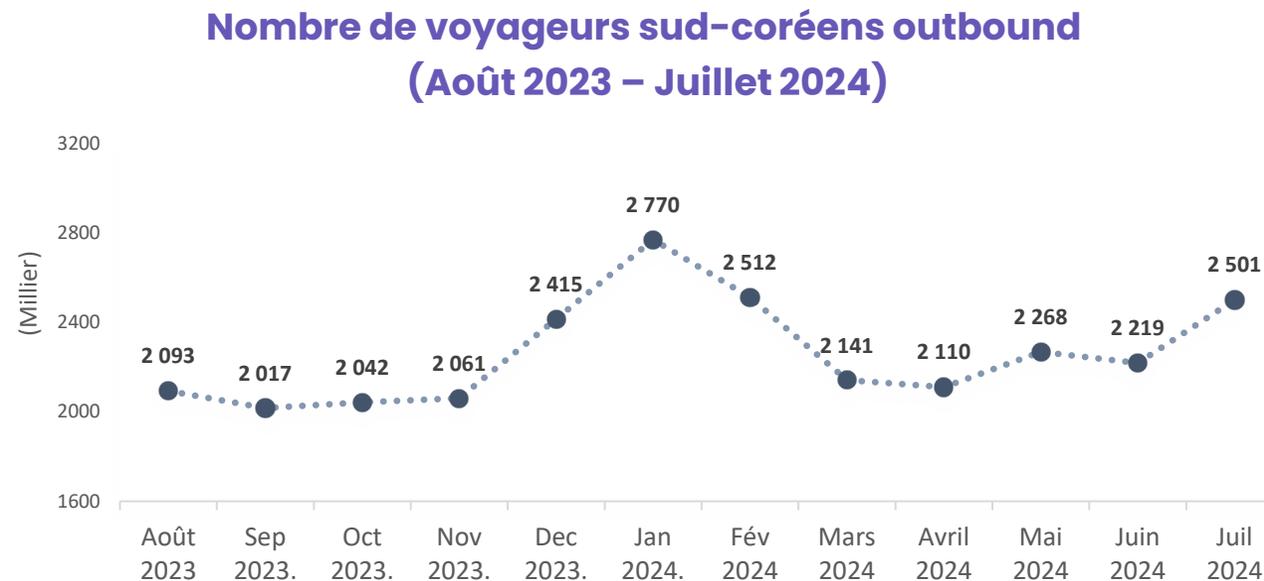
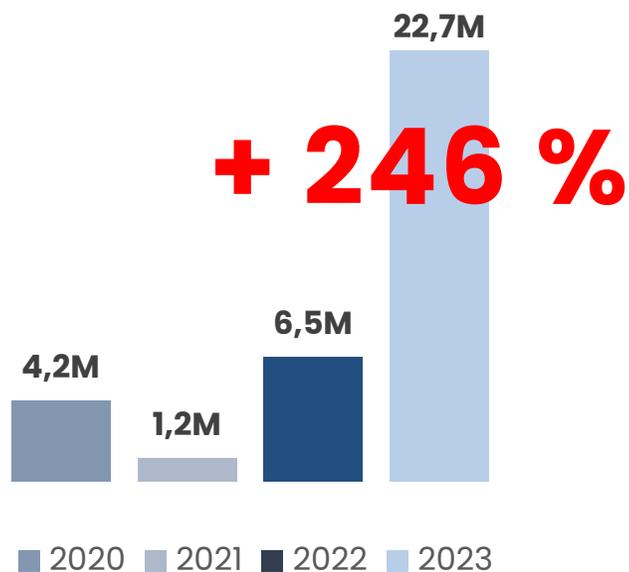
Projet de "Garden City"

Séoul prévoit de construire **286,6 km de routes et d'achever un total de 2063,4 km de routes vertes** d'ici 2026 afin que les citoyens puissent profiter de la nature à 5 minutes de chez soi.

# ■ CONTEXTE TOURISTIQUE

Les tendances de voyages à l'étranger

## Fort rebond du tourisme outbound

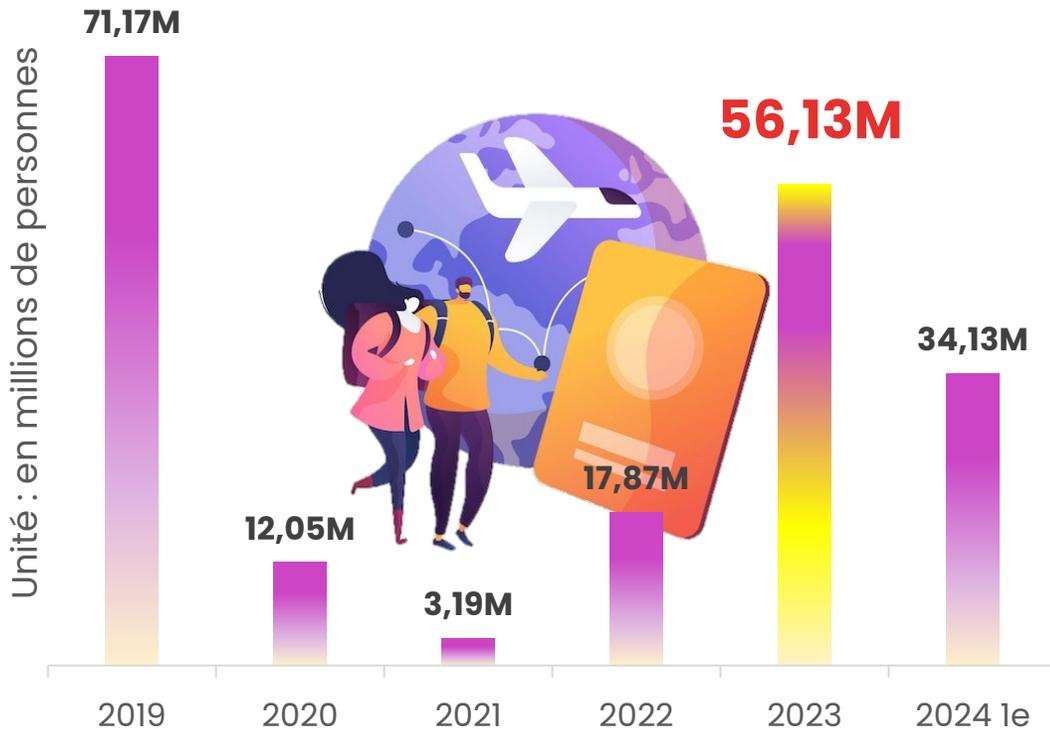


### INFO

- La Corée du Sud a été le tout 1er pays asiatique à rouvrir l'outbound durant la crise Covid
- 22,7 MILLIONS de Sud-coréens ont voyagé à l'étranger en 2023

Reprise dynamique du trafic à l'aéroport de Séoul Incheon

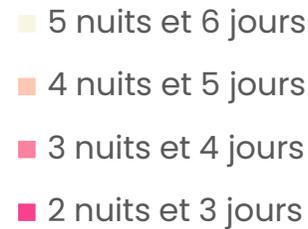
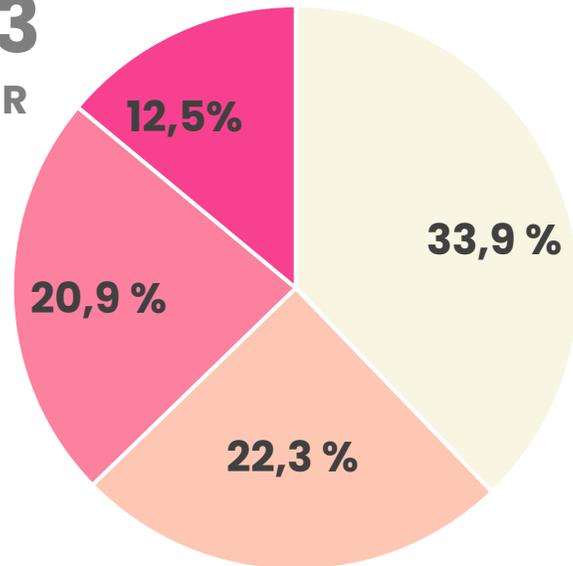
**Evolution du nombre de passagers à l'aéroport international d'Incheon**



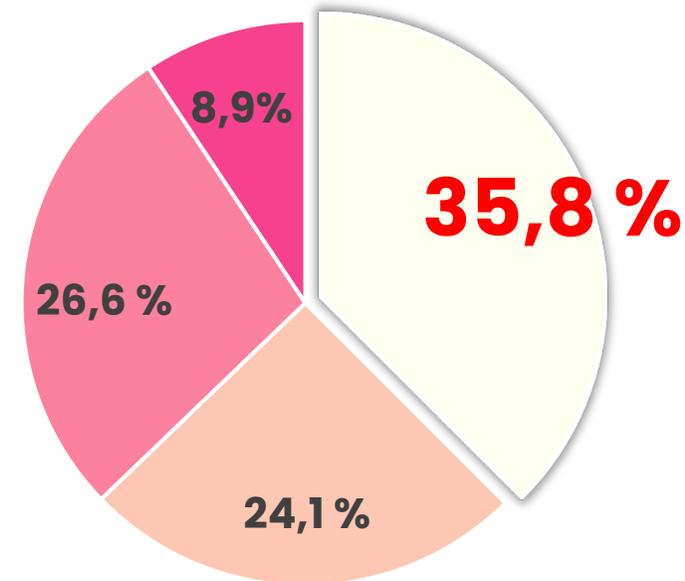
- En 2023, le nombre total de passagers internationaux à l'aéroport de Séoul Incheon a atteint près de **56 millions de passagers, soit largement plus du triple du total de l'année précédente**, qui était de 17,87 millions de passagers.
- Au cours du premier semestre 2024, le nombre de total de passagers internationaux à l'aéroport de Séoul Incheon a atteint **près de 34 millions de passagers**, soit une hausse de **35,9%** par rapport à l'année précédente.
- **2024 : Effet « Vacances d'été »** : le nombre quotidien de passagers à l'aéroport international de Séoul Incheon était prévu à **213 782 pax** pendant la période estivale (du 25 juillet au 11 août)

Les Sud-Coréens voyagent plus longtemps qu'avant la pandémie

**2023**  
FÉVRIER



**2024**  
FÉVRIER

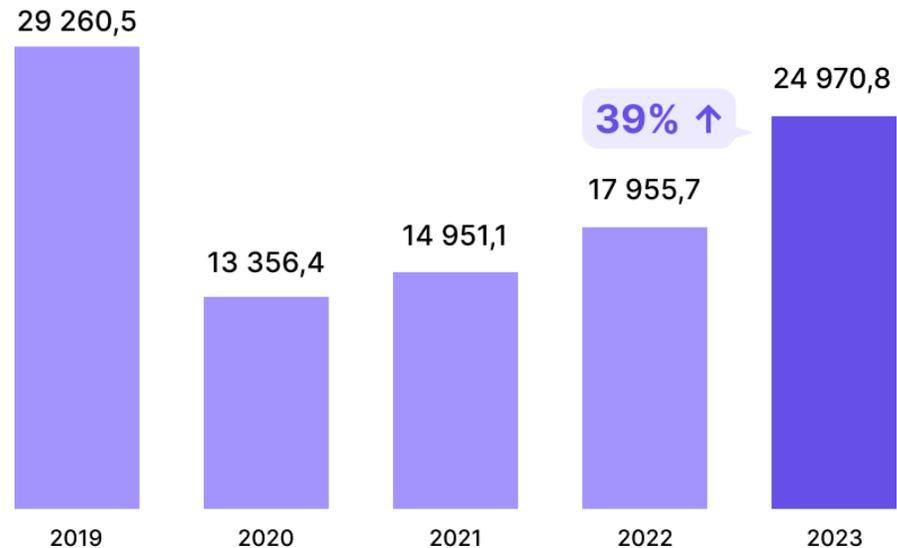


- La durée des voyages de moyenne et longue durée, de 5 à 15 nuits, a augmenté (**35,8%**), tandis que la part des voyages de courte durée a diminué.

# Dépenses des voyageurs sud-coréens à l'étranger

Les dépenses totales des touristes sud-coréens sont en forte progression depuis 2019

## Dépenses de voyages à l'étranger des Sud-coréens (unité=\$ million)



\*2019 ~ 2023  
(source=KTO)

**24 970,8 milliards de USD en 2023  
(+ 39 % vs 2022)**

En 2023, les dépenses à l'étranger des Sud-coréens ont totalisé **24 970,8 milliards de US dollars.**  
**Soit une augmentation de 39 % vs 2022.**

**2023 : retour proche du niveau pré-pandémique**

**Rappel 2019 : 29 260,5 milliards de US dollars**

L'Europe, destination convoitée par les Sud-coréens

## 2eme destination convoitée Par voyageurs Sud-coréens

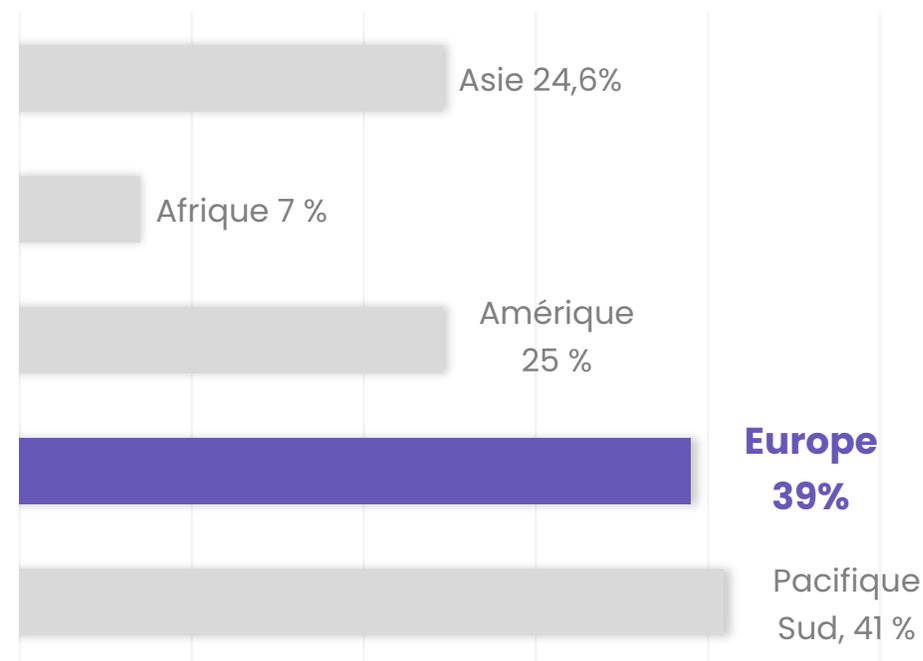
L'intérêt des Sud-coréens pour les destinations étrangères progresse :

**39 % des répondants s'intéressent à l'Europe comme destination de voyage**

(enquête Consumer Insight - données datant de juillet 2024).

**La France est la destination européenne la plus plébiscitée**

## Intérêt des destinations de voyages à l'étranger



France : Evolution totale de – 0.8% | Evolution Corée du Sud **+ 0,4%**

## Projections des arrivées aériennes pour la période septembre – novembre 2024

### Des Sud-Coréens

données au 1er septembre 2024

MARCHÉS	PROJECTIONS POUR LA PÉRIODE DE septembre à novembre 2024		
	FRANCE	ESPAGNE	ITALIE
	Évolution %	Évolution %	Évolution %
Total des arrivées internationales	- 0,8 %	+ 19,6 %	+ 14,2 %
Corée du Sud	<b>+ 0,4 %</b>	- 15,1 %	- 1,1 %

- Le marché sud-coréen continue sa progression **+ 0,4 %**

France reste une destination attractive pour les voyageurs coréens, malgré une tendance globale à la baisse d'autres marchés européens

# — DISTRIBUTION



Après la transition vers la phase endémique du Covid-19 en 2023, l'engouement des Sud-coréens pour les voyages à l'étranger a explosé et se poursuit en 2024.

## Nombre des départs à l'étranger de l'année 2023 vs 2022

\*Toutes destinations confondues



**Hanatour**

**+ 385 % vs 2022**



**모두투어**

MODE TOUR

**+ 327 % vs 2022**



**내일투어**

NAEIL TOUR

**+ 610 % vs 2022**



**노랑풍선**

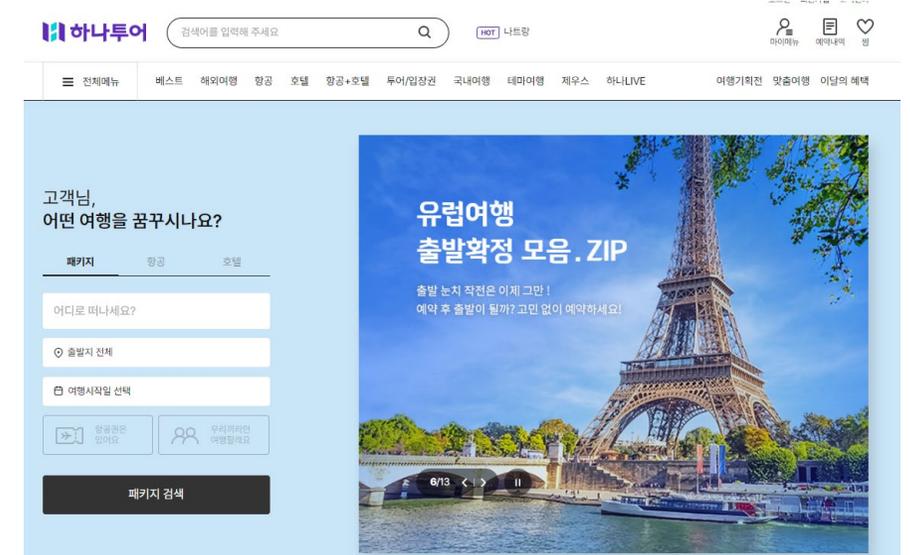
YELLOW BALLOON TOUR

**+ 430% vs 2022**

## Redressement rapide des agences de voyages

### Nombre de clients envoyés en France en 2023

Agences de voyages	Nombre de clients envoyés en France en 2023	Taux de variation vs 2021-2022
Hanatour	15 769	+ 330 %
Mode Tour	18 900	+ 936 %
Very Good Tour	22 000	+ 1 733 %
Yellow Balloon Tour	12 000	+ 232 %



- ✓ Forte reprise des voyages à forfait
- ✓ L'Europe de l'Ouest incluant la France était l'une des destinations les plus recherchées par les Sud-coréens après la crise Covid-19

La forte demande de la Destination France

**Hanjin Travel**



3 départs en juin – taux de remplissage :

le 2 juin : **97,2 %**

le 9 juin : **92,5 %**

le 16 juin : **100 %**

**96,6 % au total**

**Excellent résultat des vols affrétés sur Marseille !**

**Lotte Tour**



**Programmation et commercialisation de mono-destination France**

Départs toutes les semaines

\* Sud de la France, Bordeaux, Tours (châteaux de la Loire), Saint Malo et Mont-Saint-Michel

\* Mise en avant de la route de Lavande durant la saison

\* Expérience de la gastronomie française

**Very Good Tour**



**Départ en France 5 groupes par semaine**

(tous types de PKG : mono & multi)

## Vols directs vers la France

**AIRFRANCE** 

**7 vols par semaine**

Quotidien

En code share avec Korean Air

**KOREAN AIR**

**6 vols par semaine**

Période Automne  
(depuis le 6 octobre 2024)

**ASIANA AIRLINES** 

**6 vols par semaine**

Tous les jours sauf mardi  
(programme hivernal)

**t'way**

**4 vols par semaine**

Lundi, mercredi, vendredi,  
jeudi

## ⇒ Vols hebdomadaires avec une escale, notamment :



**3 vols**



**7 vols**



**10 vols**



**6 vols**



**Lufthansa**

**12 vols**



**11 vols**



**18 vols**



**10 vols**



**11 vols**



**28 vols**

## Actualités des distributeurs : Renaissance des voyages à forfait

### Agences de Voyages Traditionnelles

- Voyages à forfait avec des programmes plus allégés offrant plus de souplesse et de flexibilité, gagnent en popularité, notamment pour les produits haut de gamme.
- Développement des stratégies ESG :
  - ✓ Hanatour : Adhésion au programme de United Nations Global Compact en mai 2023 afin de renforcer les activités de gestion ESG.
  - ✓ Mode Tour : Partenariat avec Air France KLM en février 2023 afin d'élargir l'utilisation des carburants d'aviation durables (SAF).



### OTA

- My Real Trip, une des plus grande OTA coréenne, a lancé la commercialisation de produits de voyages à forfait (semi-organisés) réservés uniquement à la clientèle MZ – jeunes âgés de 20 à 39 ans.



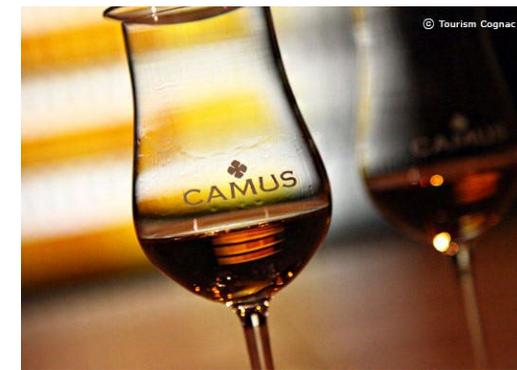
## Programmation de la France – programmes thématiques et/ou haut de gamme



**French Road Trip en Porsche**  
PPT MOTOR TOUR



**Golf Trip en France**  
HANJIN TRAVEL



**Cognac & Wine Trip en France**  
CHALET TRAVEL & LIFE

La demande de voyages à forfait pour les jeunes âgés de 20 à 30 ans est en hausse

청춘유리 X 서이룬과 떠나는  
**청춘여행**

**PROFILE**  
청춘유리(원유리)  
@travel\_bellauri

- 여행 에세이 작가, 대한민국 대표 여행 크리에이터
- 7개국 500개 도시 여행
- 여행에세이 스테디셀러 '오늘은 이 바람만 느껴줘', '당신의 계절을 걸어요', 베스트셀러 '유럽예약', 독립출판물 '그대의 봄', '그 여름, 젊은 달' 저자
- SNS : 개인 페이스북, 인스타그램, 유튜브 운영
- 2012년 세계여행 크리에이터 첫 시작
- 모두투어의 컨셉투어인 '청유투어, 유보투어' 전 회 차 메인



### 파리 생제르맹 FC

프랑스 리그 1에 소속된 프로 축구 클럽이며 현재 우리나라 이강인 선수가 활약하고 있습니다. 프랑스의 주요 대회 최다 우승과 타이틀 기록을 갖고 있습니다. 파르크 데 프랭스 스타디움을 투어하며 그 열정의 순간 속으로 들어가봅니다.



- Les agences de voyages sud-coréennes ciblent la génération MZ en proposant des voyages à forfait « thématiques ».
- Les voyages en compagnie d'influenceurs et/ou qui permettent d'assister à des événements sportifs en direct (notamment ceux auxquels participent à l'étranger des sportifs sud-coréens de renommée internationale) ont récemment connu un succès grandissant.

### Un joueur sud-coréen LEE Kangin au PSG !

- Hana Tour, indique que la part des réservations effectuées par les jeunes âgés de 20 à 30 ans s'est élevée à **30 % en 2023** contre 13% en 2019.
- Pour Mode Tour, la part de la génération MZ représentait **20 %** des clients en 2023, contre 13 % en 2019.

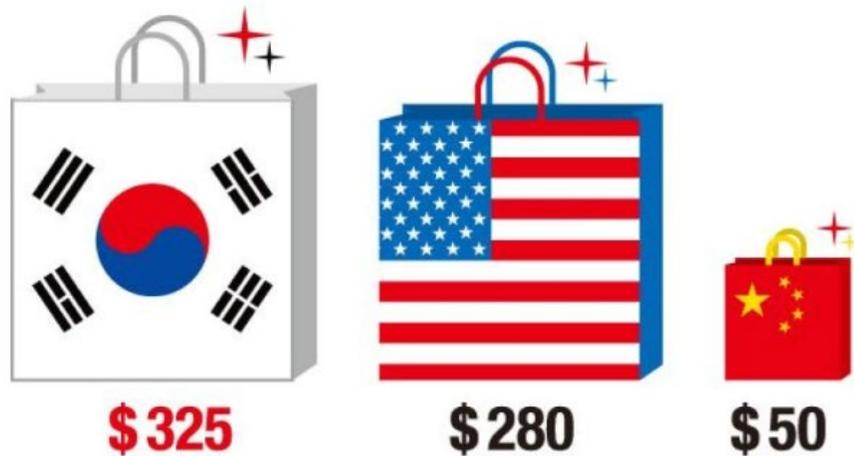
# NOUVELLES TENDANCES

### L'industrie du luxe explose en Corée du Sud



- **5e marché du luxe, à l'échelle mondiale.** Le marché du luxe sud-coréen est estimé à 21 milliards d'€ en 2022 soit **une croissance spectaculaire de 45 % en comparable.**
- **Les marques de luxe sont fortement présentes sur le marché sud-coréen.**
- Louis Vuitton, Hermès et Chanel réunies ont réalisé près de 4 000 milliards de wons (environ 3 milliards d'euros) de ventes en 2022, soit une augmentation de 22 % vs 2021.
- **La génération MZ est devenue un groupe de consommateurs clé sur le marché du luxe.** Les MZ ont considérablement contribué à l'expansion du volume du marché en manifestant un intérêt croissant pour les biens de luxe, dans des secteurs traditionnels (mode et les accessoires) mais aussi dans des domaines tels que les animaux domestiques, les hôtels de luxe et la gastronomie...

## L'industrie du luxe explose en Corée du Sud



Source: Morgan Stanley

Marché du luxe 2022 en Corée du Sud

**15,9 milliards d'euros**

**(+ 24 % vs 2021)**

Part de marché du luxe

**307 euros par habitant**

de consommation de produits de luxe

- La Corée du Sud était le **5ème plus grand marché du luxe** au monde en 2022
- En 2022, **la consommation de produits de luxe par habitant en Corée du Sud s'est classée au premier rang mondial** (En moyenne de 300 Euros dépensés par habitant sud-coréen)

## Les nouvelles attentes des voyageurs sud-coréens



**Recherches de produits Mono-destination permettant aussi de découvrir des petits villages** = développement de la programmation France et donc augmentation de la durée du séjour en France.



Les Sud-coréens veulent faire un choix de consommation plus 'valorisante' lors de leurs voyages à l'étranger (Ex : expérience dans un restaurant étoilé, séjour dans un hôtel de luxe, acheter des marques de luxe)



Les voyages se déroulent durant les saisons d'été et d'hiver (décembre/janvier, juillet/août) mais ils restent toujours importants le reste de l'année. Le taux de départs annualisé et **lissé sur l'année est de 36 %.**



**Connexion Internet essentielle**  
En Corée, tout le monde est hyper connecté. Habités à la vitesse de connexion rapide, et afin d'utiliser les applications mobiles en ligne pendant leurs voyages (Google Map, Instagram, Samsung Pay...) les Coréens ont besoin d'une connexion fiable et stabilisée.



**Préférence de paiement par cartes de crédit plutôt qu'en espèces.** Paiement par mobile est de plus en plus apprécié (Samsung Pay, Apple Pay, KakaoPay...)



**Besoin significatif de formations des acteurs coréens du tourisme** aux régions françaises et aux nouveaux produits : sites, hébergements qu'ils ne connaissent pas.  
**Plus de 10 000 Kilomètres les séparent de la France !**

# CLIENTÈLES SUD-CORÉENNES

## Clientèles cibles prioritaires



### **COUPLES « A LA CORÉENNES » / DINKS / HONEYMOONERS**

La France est une destination très appréciée des couples et des jeunes mariés sud-coréens.



### **SENIORS ACTIFS**

Les Seniors actifs sont (re)devenus une des clientèles les plus importantes du marché touristique de Corée du Sud. La forte reprise date de mars 2023.



### **MZ (Millenials + Z) / FIT**

Ils voyagent seuls ou avec des amis toute l'année

# LE DIGITAL

## Importance de l'e-commerce

### E-COMMERCE

(Janvier 2024)



**162,39 Mds €**

Montant total en  
2023

**+8,3 %** vs 2022

**119,88 Mds €**

Montant total d'achats  
Via Smartphone  
En 2023

soit

**73,8 %**

du montant total



### LE POIDS DU E-TOURISME DANS LE E-COMMERCE



**17,2 Mds €**

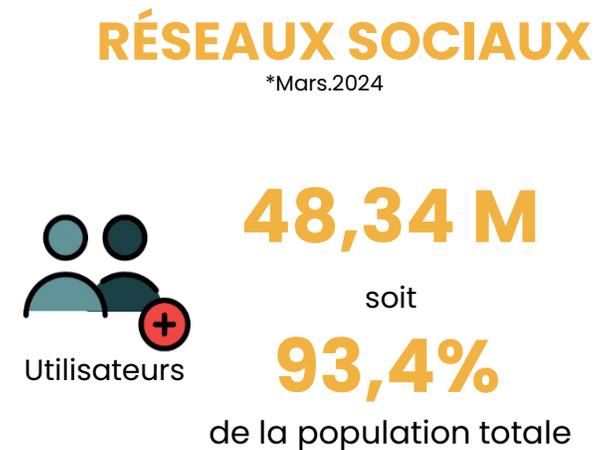
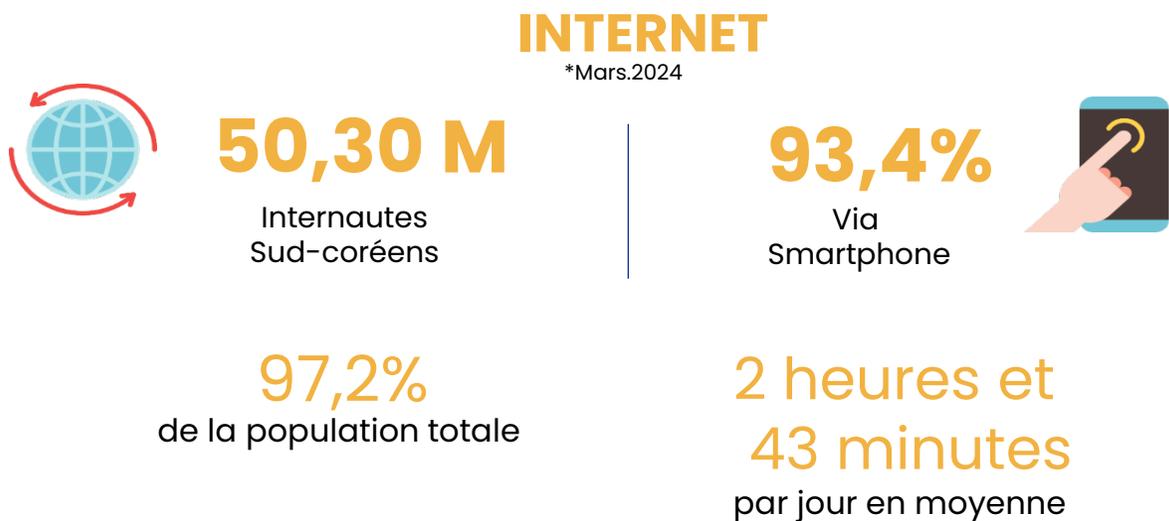
Montant total en  
2023

**+44 %** vs 2022

soit

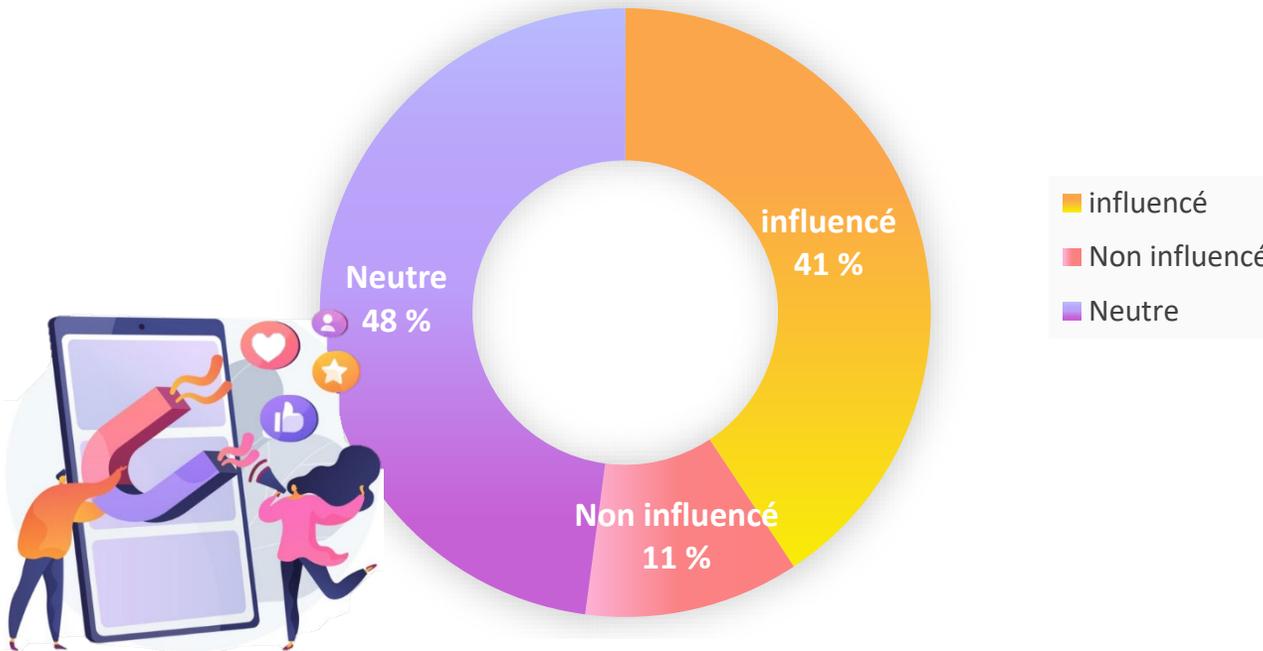
**10,6 %**  
PDM

## Digital en Corée du Sud : tout le monde est hyper connecté !



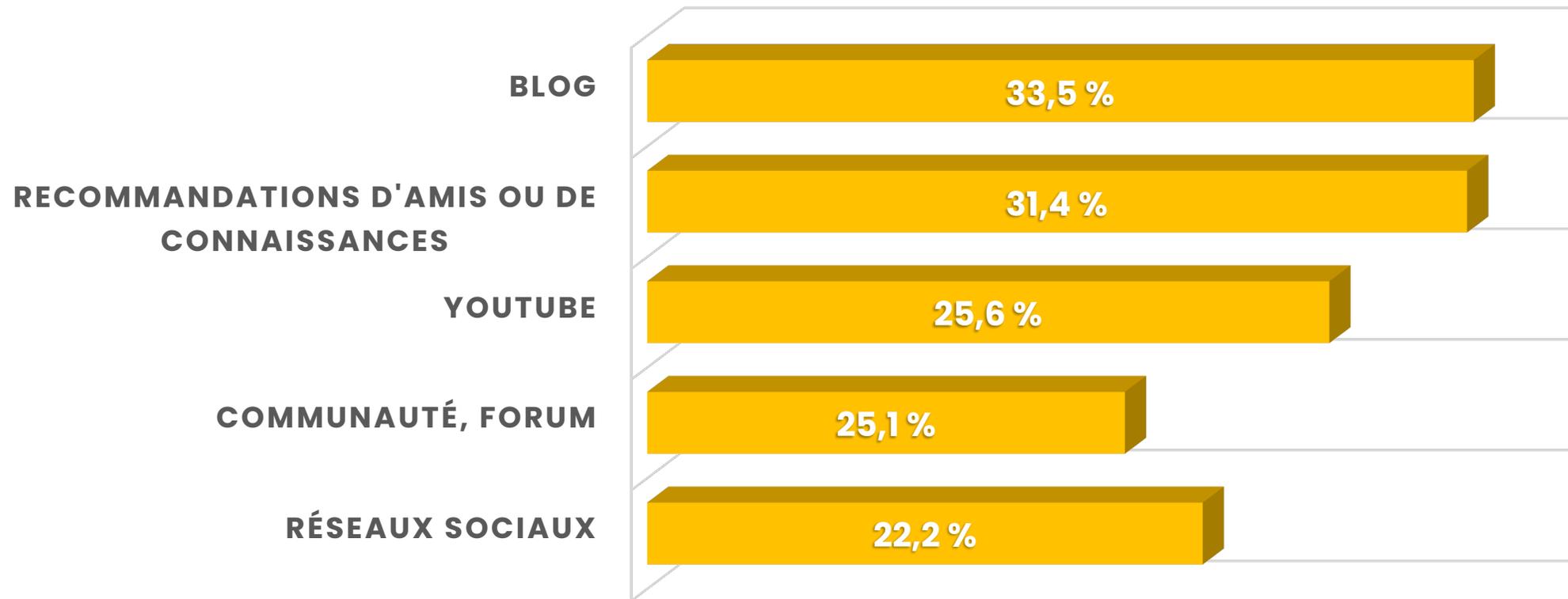
## Impact significatif des émissions de télé et des contenus sur les réseaux sociaux

### Taux d'influence des émissions de télé et des réseaux sociaux pour choisir la prochaine destination

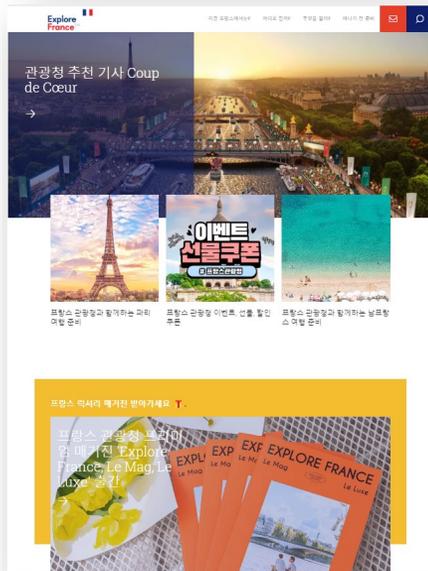


- Les émissions de télé et les réseaux sociaux sont des sources d'inspiration pour les Sud-coréens lorsqu'ils choisissent leur prochaine destination de voyage.
- **41 %** ont répondu qu'ils ont été influencés par les contenus.
- Les jeunes âgés de 20 à 29 ans sont les plus influencés par les émissions TV (séries et télé-réalité) et les réseaux sociaux.

## Canaux les plus fréquentés pour l'obtention d'informations pour les voyages à l'étranger

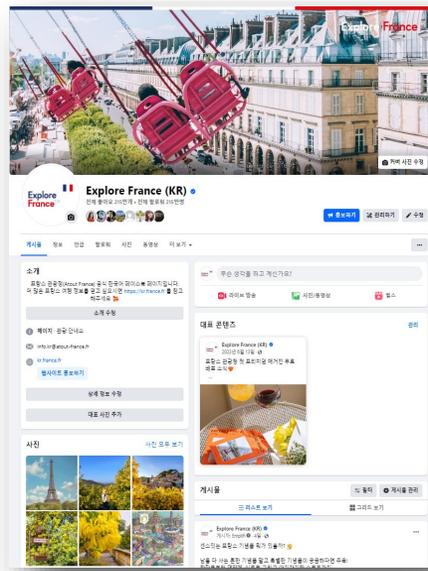


## Plus de 90 000 fans de la France suivent les canaux de Atout France Corée du Sud !



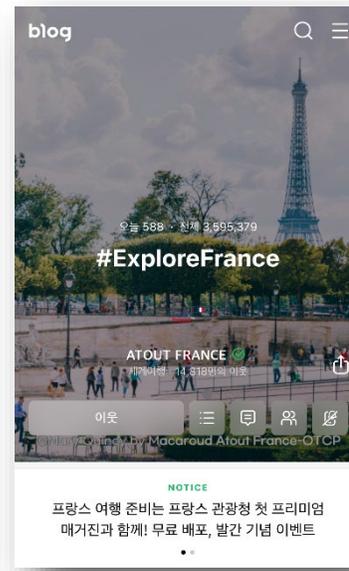
FRANCE.FR/KO

1794 354 pages vues en 2023



FACEBOOK

62.8k abonnés



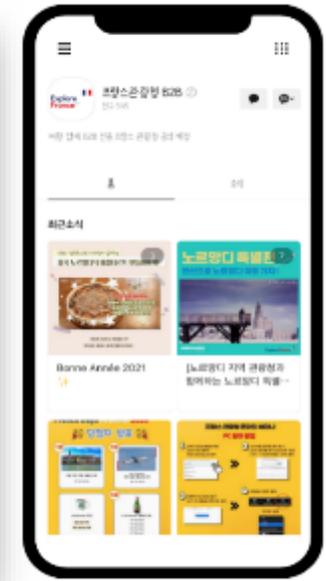
BLOG NAVER

606 212 pages vues en 2023  
15.3k abonnés



E-NEWSLETTER

18k abonnés qualifiés

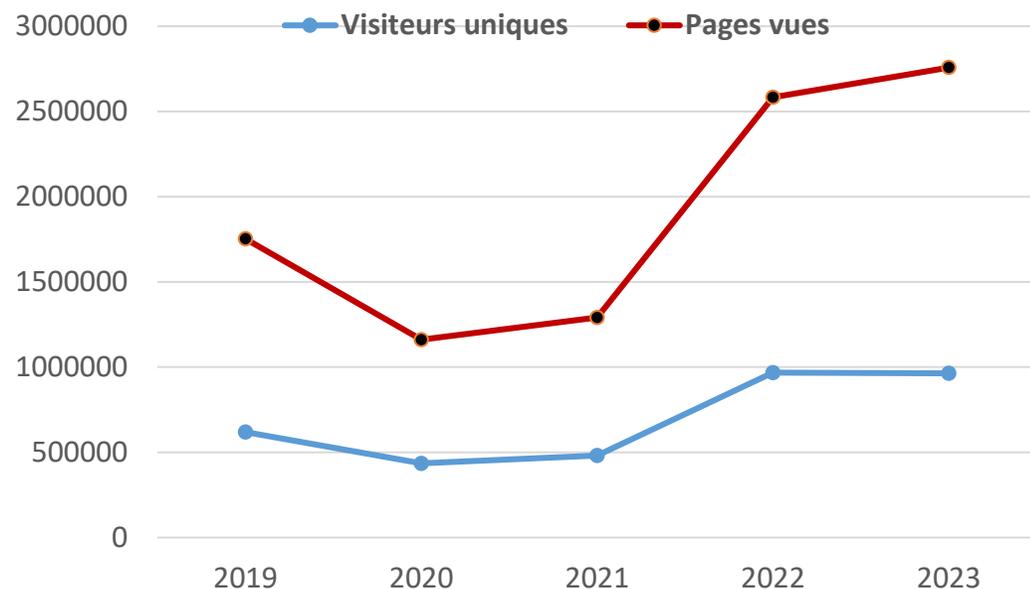


KAKAOTALK CHANNEL

814 abonnés

« Meilleure référence des Sud-coréens pour les voyages en France : France.fr/ko »

### Importante croissance du site web d'Atout France Corée du Sud



La création de vos articles sur le site web d'Atout France Corée (France.fr/ko) est désormais incontournable pour conquérir le marché coréen.

Grâce au design et au copy-éditing adaptés à l'écosystème numérique de la Corée du Sud, les contenus se placent toujours en première page des résultats sur Naver et Google.

Les articles créés sont très souvent repris par des médias et des blogueurs sud-coréens.

## Collaboration/Reprise des contenus du blog Atout France par Naver

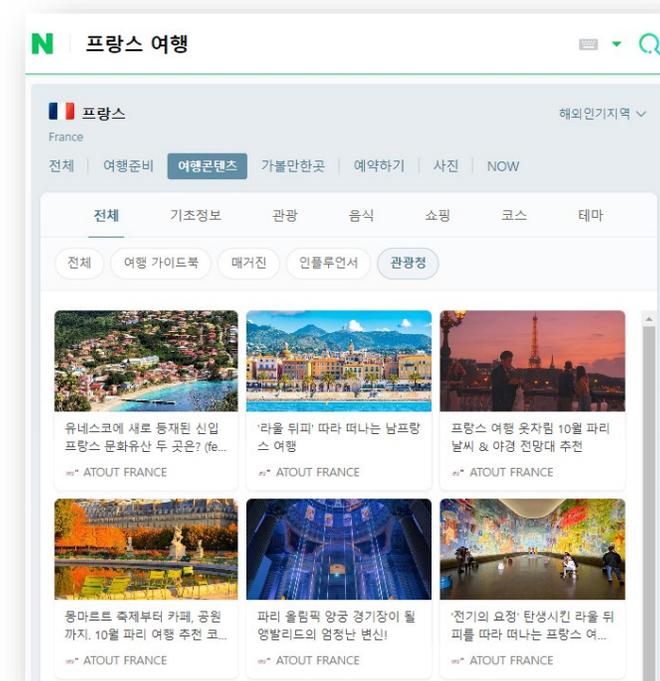
# NAVER

### Atout France Corée : Partenaire de NAVER

1er portail sud-coréen **avec une collaboration  
EXCLUSIVE de contenus.**

Depuis juin 2022, les contenus du **Blog Naver d'Atout France** sont automatiquement repris et mis en ligne sur le portail Naver.

**Un énorme supplément de visibilité et de rayonnement des posts réalisés par le bureau Atout France à Séoul.**



# ■ ACTIONS PHARES 2025

Faites découvrir votre destination ou votre établissement de manière efficace grâce au savoir-faire et l'expertise d'Atout France Corée !



Afin de développer votre notoriété et de faire rayonner votre destination ou vos produits, Atout France Corée du Sud mène des campagnes online sur mesure, en collaborant avec les OTAs, les forums en ligne, canaux les plus performants et des influenceurs reconnus et suivis.

**Thèmes / Sujets :** Nouveautés, Destinations, Itinéraires, Hébergements, Gastronomie, Shopping, Luxe, Promotion saisonnière...

**38** campagnes de communication Online réalisées en 2023

## Du 20 au 23 octobre 2025 : programme complet à la conquête du marché sud-coréen !

Rendez-vous annuel afin de présenter les nouveautés et de renforcer le développement de la programmation de votre destination et/ou de vos offres. Ces rencontres vous permettront d'enrichir les contacts avec différents acteurs du tourisme, les journalistes et les influenceurs sud-coréens.

**Notre série d'évènements « French Days in Seoul » est incontournable pour marquer votre présence sur le marché sud-coréen.**

### 2<sup>e</sup> édition « FRANCE AWARDS »

Ce concours vise à encourager l'innovation, la durabilité, la créativité ainsi qu'à promouvoir les meilleures pratiques en récompensant, par une remise de trophées, des professionnels sud-coréens. Vous serez jury du prix : "Meilleur produit innovant France".

### Format de l'opération

Rendez-vous one to one personnalisés et en présentiel

- Le 20 octobre – Réunion de cadrage et Présentation de marché sud-coréen pour les partenaires
- Le 21 octobre – Workshops presse et professionnel, Déjeuner Presse, Soirée « France »
- Le 22 octobre – Série de démarchages
- Le 23 octobre – Séminaires professionnels (formation d'agents de réseaux d'agences)



## Communiquer et former les professionnels du tourisme sud-coréens aux nouveautés !

Notre chaîne KakaoTalk est **un outil permanent pour communiquer et former les agents de voyages sud-coréens aux nouveautés** de vos destinations et/ou aux nouvelles offres.

Aujourd'hui, le bureau Atout France Corée du Sud communique auprès de 815 acteurs de distribution. Cette chaîne est, à la base, un outil B2C et reste visible du grand public.

## Format de l'opération

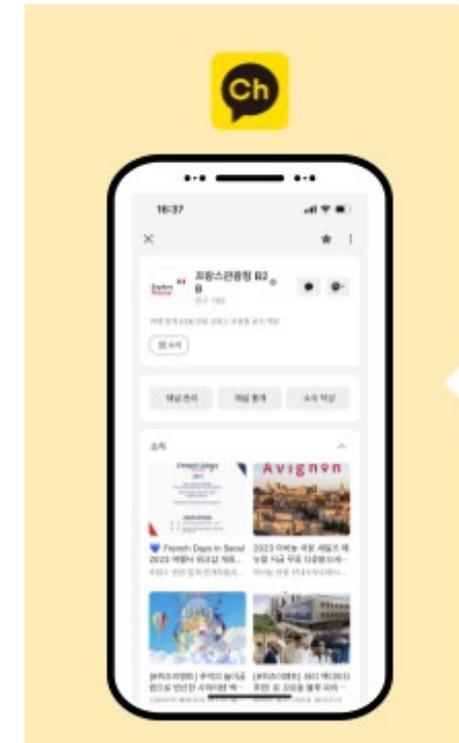
- **Un posting sur la chaîne KakaoTalk reliant à des articles sur les pages de notre site France.fr/ko**
- **Création d'un « Event » aux couleurs de la destination ou du produit afin d'encourager la participation**



B2B



B2C



## Excellents résultats des canaux d'Atout France Corée en 2023



🇫🇷 PAGE VUES : **1 794 354** (+0,63 % VS 2022)  
SESSIONS : **963 219** (-9 % VS 2022)



PAGES VUES : **606 212** (+20 % VS 2022)  
ABONNÉS : **14 818** (+14 % VS 2022)



ABONNÉS E-NEWS : **18K** (+20 % VS 2022)  
NOMBRE D'ENVOIS EN 2022 : **13**

## Presse & Influence en 2023

**26** Accueils de Presse & Influenceurs,  
**2 259** Articles Publiés,  
**+ 14 964 285,36€** de Contre-Valeur Publicitaire  
générées (parutions presse, online, TV...)

## « Explore France, Le Mag, Le Luxe 2024-2025 »



**10 000** exemplaires

**19** partenaires

**128** pages

Parution : mai 2024

Retombées : **47** articles, **199 160,17 €** CVP

## B2B en 2023

Formations et communications actives via **KakaoTalk Channel**  
auprès de **814 acteurs sud-coréens de la distribution**

Grand succès de notre évènement annuel  
**« French Days in Seoul 2023 »**

**27** partenaires français

**300** professionnels du tourisme

**#ActivateurDeTourismes**

**A**TOUT  
**FR**ANCE  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

