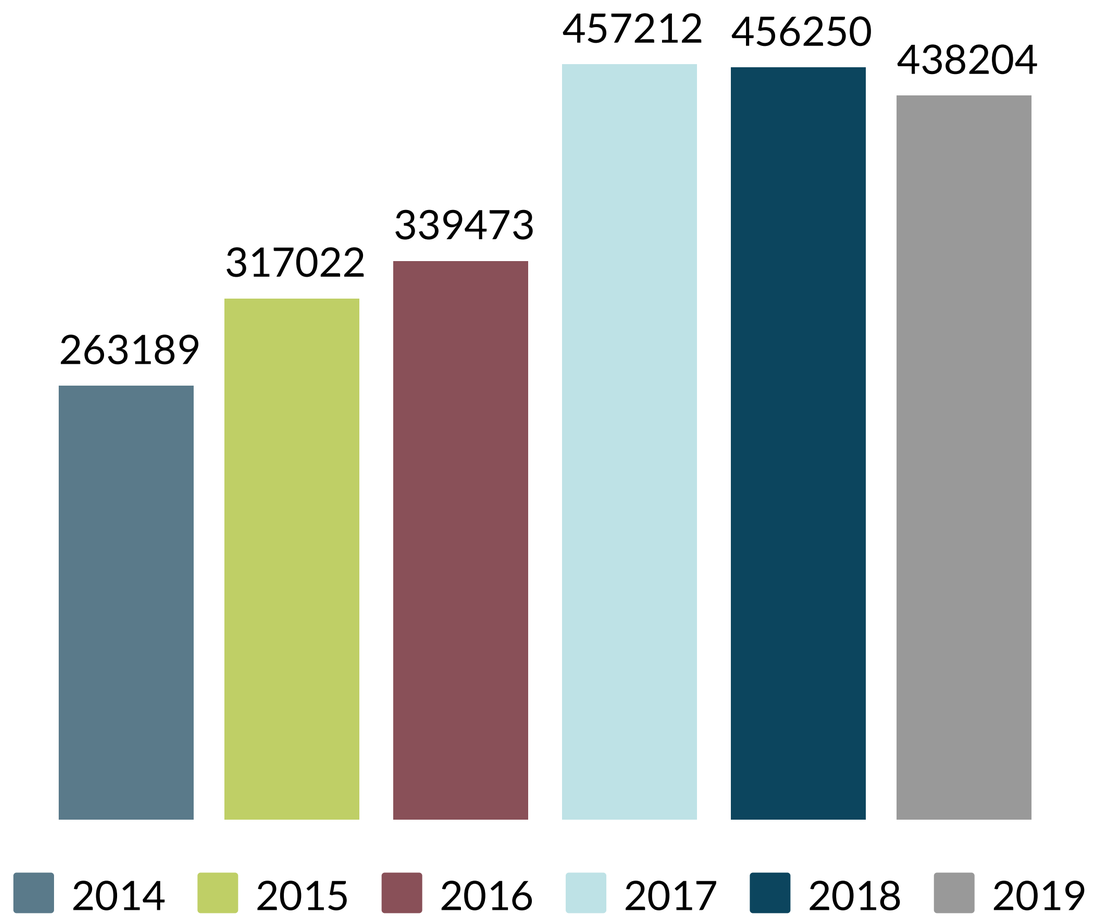
Suisse Tourisme.

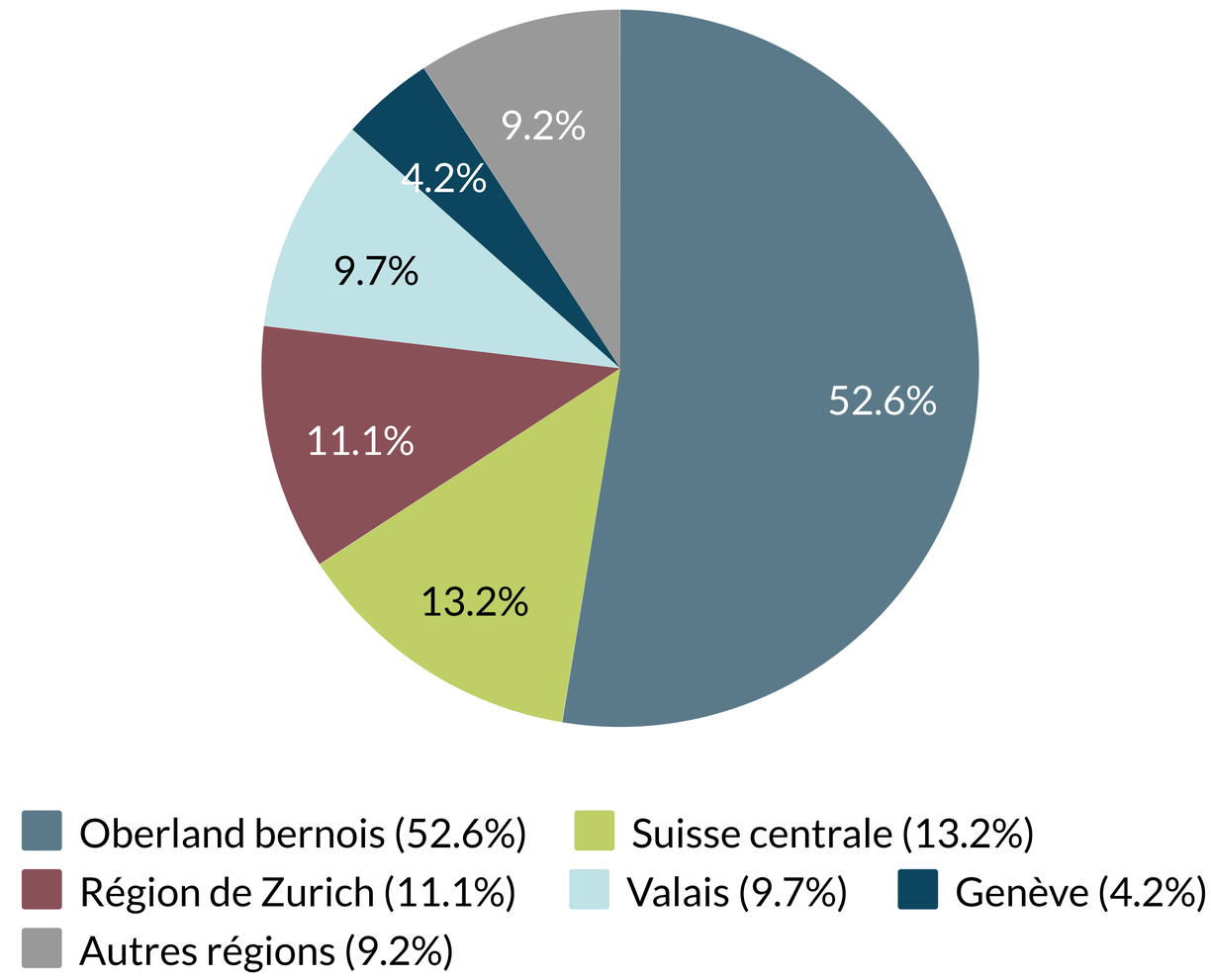
Touristes coréens en Suisse

Evolution des nuitées de l'hôtellerie 2014-2019

Evolution des nuitées de 2014 à 2019: +66.5%



Répartition des nuitées par régions (2019)



Données-clés*

77% des touristes coréens voyageant en Suisse ont moins de 35 ans

75% privilégient le train comme moyen de transport en Suisse

CHF 210 Dépenses moyennes par jour/par pers. en Suisse

66% voyagent seuls ou à deux en Suisse

90.4% visitent plusieurs destinations lors d'un séjour

50% Un touriste coréen sur deux en Suisse vient de la capitale (Séoul)

1,5 jours durée moyenne de leur séjour en Suisse

74% d'entre eux visitent la Suisse pour la 1ère fois

+1% Evolution estimée des nuitées de 2020 à 2022

68.2% des nuitées sont enregistrées en été

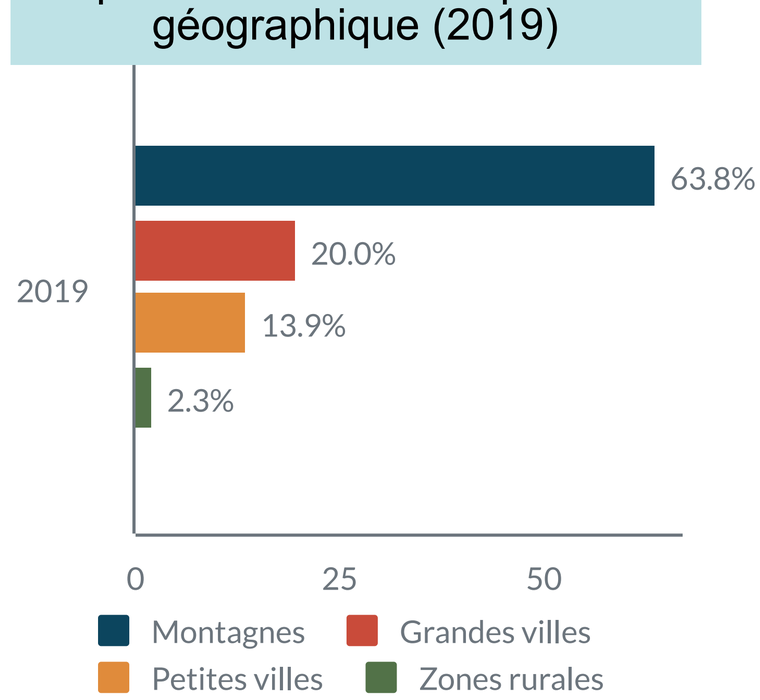
44% privilégient la marche à pied comme activité en été

* Sources: Monitoring du Tourisme Suisse (MTS) 2017. Enquête réalisée par Suisse Tourisme auprès de plus de 21'500 touristes venus de 130 pays dans 180 destinations suisses. / OFS.

Motivations de voyage en Suisse

1. Nature
2. Attractions naturelles spécifiques
3. Montagnes
4. Lacs, rivières
5. Relaxation
6. Ecologie / durabilité
7. Atmosphère
8. Glaciers / neige
9. Climat agréable
10. Calme

Répartition des nuitées par zone géographique (2019)



Destinations favorites*

1. Interlaken
2. Grindelwald
3. Lucerne
4. Zurich
5. Zermatt
6. Unterseen
7. Berne
8. Wilderswil
9. Genève
10. Lauterbrunnen

* Selon le volume des nuitées de l'hôtellerie générées en 2019

Suisse Tourisme.

Février 2020

Corée du sud/Tourisme: relations avec la Suisse.

République de Corée, Corée du Sud.
Habitants (estimation 2019, statista.com): 51,85 millions
Superficie: 100 210 km^2

Faits et chiffres.

- Actuellement, la population coréenne augmente peu, la plupart des sources suggèrent une stagnation de la croissance de la population dans les années à venir[1].
- La Corée connaît également un vieillissement de sa population: la proportion des plus de 60 ans devrait augmenter dans les années à venir.
- Plus de 80% de la population vit dans des zones urbaines.
- Le niveau d'éducation est très élevé; les Coréens dépensent en général beaucoup d'argent dans l'éducation et la formation continue.
- Sur le plan économique, la Corée est l'un des «Tigres» asiatiques: des états qui se caractérisent par une croissance économique rapide et un PIB relativement élevé et en croissance constante.
- Grâce à la croissance économique des dernières années (augmentation de 40% du PIB entre 2009 et 2016), les voyages à l'étranger sont envisageables pour un grand nombre de Coréennes et de Coréens, et ce, même si les voyages lointains représentent toujours des dépenses budgétaires importantes pour eux. Depuis 1991, les voyages à l'étranger ont augmenté de 10% par an.
- De nombreuses compagnies aériennes européennes desservent l'Europe au départ de la Corée. La ligne nationale Korean Air relie trois fois par semaine la capitale de Séoul directement à Zurich.
- En 2019, 438 204 nuitées d'hôtel ont été réservées par des visiteurs coréens - ce qui représente une baisse de 4% par rapport à 2018.

Évolution des nuitées de l'hôtellerie.

Année	Nuitées	Variation en %
2019	438 204	-4.0%

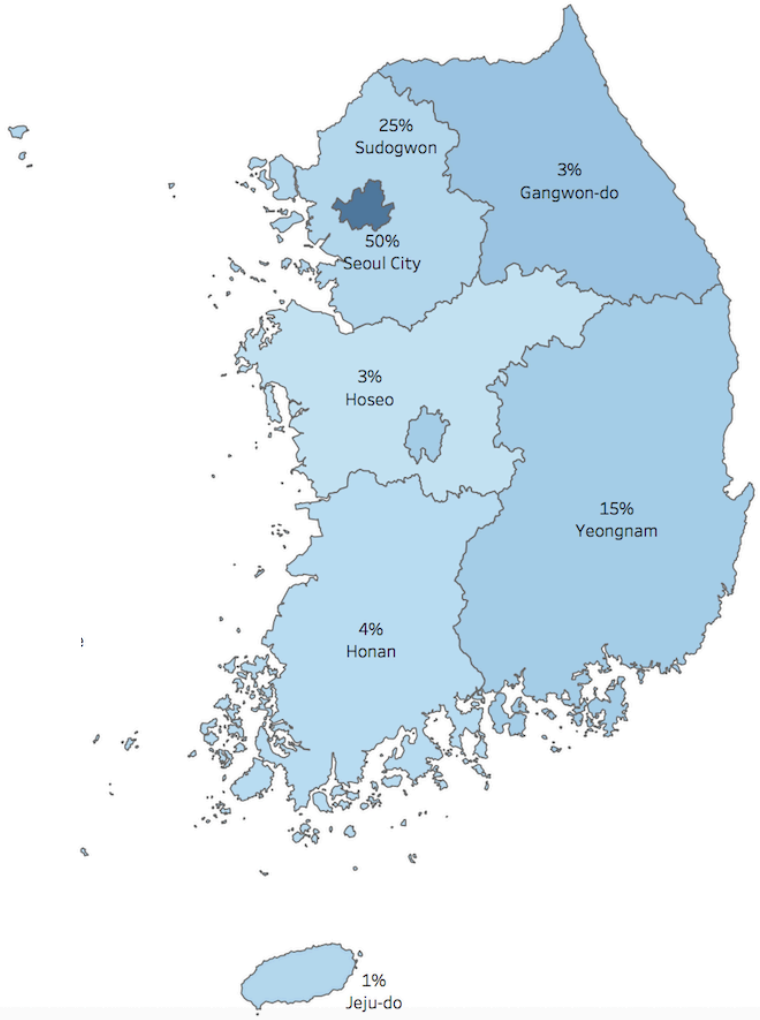
Suisse Tourisme. Schweiz Tourismus. Svizzera Turismo. Switzerland Tourism.
Tödistrasse 7, Case postale, CH-8027 Zurich, téléphone +41 (0)44 288 11 11, MySwitzerland.com

Évolution des nuitées de l'hôtellerie selon la région touristique, de 2017 à 2019.

Région	2017	2018	2019	Variation 18/19
Oberland bernois	238 852	245 269	230 429	- 6,1%
Suisse centrale	63 830	56 734	57 747	+ 1,8%
Région de Zurich	56 764	52 019	48 675	- 6,4%
Valais	36 697	39 221	42 337	+ 7,9%
Genève	19 047	20 316	18 215	- 10,3%
Canton de Vaud	13 835	14 191	14 480	+ 2,0%
Bâle	9 920	9 448	7291	- 22,8%
Grisons	4 325	5 097	4970	- 2,5%
Argovie	4 730	3 811	3486	- 8,5%
Suisse orientale	2 768	3 814	3119	-18,2%
Fribourg	897	2 077	3061	+ 47,4%
Tessin	4 319	3 345	2805	- 16,1%
Jura & Trois-Lacs	1 128	908	1589	+ 75,0%

Touristes en provenance de Corée du Sud: régions d'origine[2]

Region	Overnights	Inhabitants	Affinity
Seoul City	50.0%	16.7%	2.99
Gangwon-do	2.7%	2.6%	1.03
Yeongnam	14.7%	17.8%	0.82
Jeju-do	0.7%	1.1%	0.62
Sudogwon	25.3%	43.6%	0.58
Honam	4.0%	8.8%	0.46
Hoseo	2.7%	9.5%	0.28



Répartition des nuitées en Suisse (tous types d'hébergement) selon la région de provenance des hôtes coréens.

Évolution de la demande et de l'intérêt pour la destination Suisse.

Destinations préférées.

- Les Coréennes et Coréens voyagent le plus souvent vers des destinations asiatiques et aux États-Unis. L'Europe est, pour beaucoup, une destination de rêve (onéreuse) que l'on ne peut s'offrir qu'une seule fois dans sa vie.
- La Suisse et la France, l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni et la Turquie font partie des destinations européennes les plus prisées.
- Les hôtes coréens associent souvent plusieurs destinations européennes au cours d'un même voyage.

Motivations pour un voyage en Suisse.

- La principale motivation de voyage à l'étranger pour les touristes coréens l'étranger est le besoin de «régénération et de découvertes actives», d'amusement et d'aventures en famille et entre amis.
- La plupart des Coréens voyagent pendant les vacances (57%), un quart de tous les voyages sont des voyages d'affaires et 12% des voyages à l'étranger depuis la Corée ont des fins éducatives.
- Les Coréennes et Coréens qui voyagent en Suisse sont aussi amateurs de nature et de montagnes, tous âges et sexes confondus.
- Compte tenu de la pollution de l'air en Corée, les visiteurs coréens apprécient la meilleure qualité de l'air en Suisse. La petite taille des villes et villages par rapport aux villes d'Asie et la propreté des cours d'eau suisses les séduisent.
- Le tourisme itinérant prend de l'importance: les voyageurs plus âgés et les familles sont toujours plus nombreux à explorer seuls la Suisse en train, en bus et en bateau.
- La saison hivernale a également sa place dans les programmes de voyage des visiteurs coréens (en 2019, 31,8% des nuitées ont été enregistrées en hiver).
- Les Coréennes et Coréens voyagent sans visa dans l'espace Schengen et également en Suisse (jusqu'à 90 jours).

Activités préférées[1].

- Les visiteurs coréens sont de plus en plus amateurs d'aventures individuelles en Suisse: randonnées, découvertes de la nature et gastronomie sont ici au centre de leurs intérêts.
- Dans le domaine de l'hébergement, les Coréennes et les Coréens préfèrent les établissements modernes, mais pas nécessairement dans le segment de luxe. Les auberges de jeunesses sont également appréciées, ainsi que des hôtels spécialisés avec, p.ex. une vue exceptionnelle, une bonne offre de bien-être ou un passé historique intéressant.

Améliorer l'expérience de voyage en Suisse.

- La confusion avec d'autres asiatiques, comme les Chinois ou les Japonais, et les hypothèses formulées à leur égard quant au fait qu'ils parlent chinois ou japonais sont des éléments très agaçants pour les visiteurs coréens.
- En Corée, les personnes d'âge moyen et surtout les personnes âgées, parlent peu l'anglais ou d'autres langues européennes. Ils sont donc dépendants d'offres touristiques, d'informations et de sites Web de qualité en langue coréenne.

Commercialisation de la Suisse touristique - Suisse Tourisme en Corée.

- Suisse Tourisme (ST) est présente en Corée depuis 2000. D'abord avec un mandat auprès de l'ambassade, et depuis 2005, avec son propre bureau indépendant à Séoul.
- Les principaux groupes cibles des activités promotionnelles de ST en Corée sont les familles qui planifient des vacances plus longues avec plus de contenus éducatifs, ainsi que les personnes âgées qui voyagent individuellement.
- Les Coréennes et Coréens sont très influencés par les médias. Internet et les réseaux sociaux sont aussi des sources d'inspiration très souvent utilisées pour préparer des voyages à l'étranger. La Corée du Sud est un pays où Internet et les technologies mobiles ont été adoptés très tôt. Le travail de ST se concentre ainsi beaucoup sur la mise à disposition et la diffusion de messages dans les médias et les réseaux sociaux.
- La popularité joue un rôle important: les stars et les célébrités de la télévision coréenne sont très populaires en tant que source d'information et de motivation pour les voyages à l'étranger et font souvent la promotion de destinations (voir ci-dessous les «Swiss Friends»).
- En Corée, les ventes du Swiss Travel Pass (AG pour touristes) ont généré un chiffre d'affaires de près de 16,5 millions de CHF en 2018[3] (le CA le plus important au plan mondial a été réalisé en Chine – y c. Hong Kong et Taiwan: CHF 20,3 Mio.).

Les «Swiss Friends» coréens.

- Depuis 2003, ST travaille en collaboration avec des célébrités coréennes, appelées «Swiss Friends» («Goodwill Ambassadors» ou ambassadeurs), afin de promouvoir la Suisse en tant que destination de vacances auprès des groupes-cibles les plus importants dans ce pays.
- De tels partenariats sont possibles en raison du grand attrait des Coréennes et des Coréens pour le monde des médias et plus particulièrement celui des médias sociaux, ainsi que l'importance de la fameuse «K Pop» (pop musique coréenne) en Asie.
- Les premiers «Swiss Friends» (de 2003 à 2011) étaient principalement des actrices et acteurs de grande renommée. En 2015 et 2016, il s'agissait toutefois d'un partenariat avec certains membres de la troupe du boysband «Super Junior», très connu en Asie.
- En 2018, ST a poursuivi cette tradition en Corée. Noh Hong-chul, célèbre animateur et star de la télévision est le dernier «Swiss Friend».

Références:

Statistiques des nuitées hôtelières: Office fédéral de la statistique, 2015-2020.

[1] *Research Report Korea, étude de marché de Suisse Tourisme 2017.*

[2] *Monitoring du Tourisme Suisse 2017, Suisse Tourisme.*

[3] *Swiss Travel System SA, 2018*

ST/Corp. Comm./Février 2020