



## Plan d'actions Corée du Sud

Un jeune marché, en progression, qui affole les statistiques !

En 2024, le "revenge travel" a continué sa forte progression : plus de 830 000 Sud-Coréens ont voyagé en France, et cette tendance se conjugue, toujours, avec la consommation de produits de luxe français : le "revenge shopping".

En 2019, les Sud-Coréens avaient rejoint le « Club des Grands Voyageurs », avec un taux de départ record à l'étranger de 55,5 %. 28,9 millions des 51, 7 millions d'habitants ayant voyagé à l'étranger.

En 2024, ils ont confirmé leur statut : 28 720 773 Sud-Coréens ont voyagé à l'étranger !

### Chiffres clés

**28 720 773**

C'est le nombre de Sud-  
coréens ayant voyagé à  
l'étranger en 2024 - soit 99,4 %  
vs 2019

**11 %**

de départs vers l'Europe

**7**

jours = durée moyenne de  
séjour en France

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- Population : 51, 75 millions d'habitants (juillet 2024)
- Taux de croissance 2024 : 2 % (*source : BOK*)
- Pour rappel taux de croissance 2023 : + 1,4 % (*source : BOK*), taux de croissance 2022 : 2,6 % (*source : FMI*)
- Prévision du taux de croissance 2025 : 0,8 % (*source : FMI mai 2025*) revue à la baisse en raison de la situation politique
- PIB par habitant : 59 330 USD (PPA) et 34 160 USD (PPC) en 2023 (*source : FMI*)
- Le revenu national brut par habitant a atteint en 2024 : 36 624 US\$, en hausse de 1,2 %, dépassant ceux du Japon et de Taiwan (*FMI*)
- Taux d'inflation : 2,3 % sur l'ensemble de l'année 2024 (*source KOSIS*)
- Taux de chômage : 3,2 % en février 2025 (*source KOSIS*).
- Taux de change : 1 € = 1 578 KRW au 14 mars 2025 soit une évolution de + 138,1090 (9,59 %) sur les 12 derniers mois (*source XE*).

### Positionnement de la destination France

Si 2023 fut "**L'Année de la reprise**", cette tendance s'est confirmée, en 2024, avec d'excellents résultats en termes de voyages à l'étranger. **28 720 773 Sud-Coréens ont voyagé à l'étranger. Cela représente 99,4 % par rapport à 2019 !** L'année 2025 a bien débuté et se poursuit avec de très bons chiffres malgré les turbulences liées à la situation politique intérieure mais également avec un taux de change défavorable. Au **1er trimestre 2025**, l'aéroport d'Incheon International a enregistré ses meilleures performances **avec 18,6 millions de passagers et 105 817 vols** soit une augmentation du nombre de passagers de 3,9 % par rapport à la même période en 2019 et de 7,8 % par rapport à la même période en 2024, tandis que le nombre de vols a augmenté respectivement de 6,3 % et 5,7 %. A noter que le nombre de vols internationaux s'est élevé à 105 817, soit une hausse de 5,7 % sur cette même période. Les voyages en Europe représentent aujourd'hui environ 11% des départs, et devraient évoluer vers 15 à 20 % de part de marché dans les 10 prochaines années [source KATA-juin 2023]. Avec plus de **830 000 voyageurs Sud-coréens qui ont séjourné en France, en 2024** (avec une durée moyenne de séjour de 7 jours), la France reste la destination européenne leader du marché sud-coréen. Cette croissance confirme toujours le grand potentiel du marché sud-coréen pour la Destination France. Toutefois, la Suisse, l'Espagne et l'Italie constituent nos principaux concurrents européens et ils sont toujours à surveiller.

#### Connectivité aérienne

**La fréquence des vols directs vers la France a retrouvé son niveau** d'avant Covid et d'excellents taux de remplissage en, allant de 82,3 % jusqu'à 91,2 % en fonction des quatre compagnies concernées.

En raison du conflit en Ukraine, la liaison entre Paris et Séoul est assurée en empruntant une route plus au sud. Malgré ce changement d'itinéraire qui a donné lieu à un allongement du temps de vol (2 heures de plus) et malgré une très forte augmentation des tarifs, les demandes de sièges toutes classes confondues ne sont toujours pas satisfaites.

**23 vols directs** (programme été 2025) sont opérés chaque semaine entre Séoul et Paris CDG : (4 compagnies : Air France, Asiana, Korean Air et la compagnie Low Cost T'Way)

A cela, il convient d'ajouter les plus de 200 vols par semaine avec une escale, proposés par plus de douze compagnies. L'année 2024 a vu le renforcement des vols au départ de Séoul, par des compagnies du Golfe qui permettent de rejoindre de nombreuses villes françaises.

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

#### Profil des voyageurs

Outre les voyageurs adeptes des voyages packagés, toujours en augmentation, la part des FIT et des séjours mono-

destination voire mono-régionaux sont en forte progression.

Ils permettent ainsi une découverte plus approfondie de la France ou de la région. C'est le cas de la Provence grâce à la remise en place de vols affrétés en juin 2023. Depuis octobre 2024, les vols depuis Séoul vers Marseille mais sont désormais des vols tri-classes (première, affaires et éco), permettant une commercialisation de produits premium et haut de gamme. 4 rotations sont prévues à l'automne 2025.

- Bassins émetteurs : Séoul (26 millions d'habitants), Busan (2nd ville de Corée du Sud).
- Age des voyageurs : Gen-Z (31%), Millennials (23%), Génération X et Baby-boomer (35%), Seniors (11%)
- Voyages loisir 80 %/ Voyages d'affaires 20 %

### **Principales raisons de choisir la France**

Très dynamique et particulièrement résilient, le marché sud-coréen a toujours préféré la France comme destination en Europe. Le voyage en France est toujours un marqueur social et offre la possibilité de vivre des expériences inaccessibles en Corée du Sud. Les voyageurs sud-coréens sont francophiles et apprécient l'offre française qui concentre ce qu'ils recherchent : le patrimoine historique et culturel, la mode et le shopping, l'art et l'artisanat, le vin et la gastronomie mais également des paysages somptueux et les espaces naturels.

Cette diversité attire les voyageurs sud-coréens à toute saison. Des activités de niche comme le golf (3e population golfique au monde) ou la randonnée (loisir actif préféré des Sud-coréens) séduisent de plus en plus.

### **Activités favorites**

- Le tourisme urbain et la culture : le patrimoine historique notamment les sites UNESCO et les beaux villages ;
- l'art de vivre, la gastronomie et l'oénotourisme ;
- l'artisanat et le savoir-faire français ;
- les voyages de noce ;
- la nature active, les activités outdoor ;
- La mode et le shopping, notamment les marques de luxe françaises, participe au déclenchement du voyage en France. La clientèle sud-coréenne à haute contribution est grande consommatrice de marques, notamment françaises. **En 2022, les Sud-coréens étaient les plus gros dépensiers au monde de produits de luxe par habitant** : 325 USD et cela, hors cosmétique [source : Morgan Stanley]

### **Place du tourisme d'affaires**

Beaucoup d'entreprises sud-coréennes participent à de nombreux salons/foires en France. Tous les secteurs sont concernés. Les participants aux Congrès en France prolongent leurs séjours afin de profiter de leur voyage en France. Des voyages incentives en France, voyages de récompense des salariés, sont régulièrement organisés par des compagnies d'assurance et de marketing.

Les voyages d'affaires sont, majoritairement, réservés par de petites agences de voyages avec lesquelles les entreprises travaillent habituellement. Concernant les grands groupes, ils effectuent des appels d'offres auprès des agences de voyages/tours opérateurs.

### **Destinations favorites en France**

1. Paris – Ile de France
2. Provence-Alpes-Côte d'Azur
3. Auvergne Rhône-Alpes
4. Normandie
5. Alsace

### **Sensibilité au tourisme durable**

En Corée du Sud, l'idée de « Voyage équitable » a fait son apparition au début des années 2000, avant de devenir le « Voyage durable » que l'on connaît aujourd'hui. Malgré une conscience collective assez peu éveillée au thème de durabilité, le tourisme durable est reconnu mais a grandement besoin de gagner en popularité en Corée du Sud. La programmation des professionnels est très limitée à ce jour. L'offre autour de cette thématique a fortement besoin d'être développée.

### **Mode de réservation**

Les voyageurs individuels sud-coréens sont très sensibles aux promotions de billets d'avion notamment pour les destinations long-courriers comme la France. Il est fréquent qu'ils choisissent leurs dates de voyages en fonction des promotions. Ils réservent leurs activités et leurs hébergements via les OTA.

La génération Seniors ainsi que les voyageurs en famille réservent toujours via les agences de voyages pour les produits packagés.

#### Taux d'intermédiation pour la réservations de voyages :

- 47,4 % via agences de voyages ou OTAs
- 27, 4 % via les portails internet
- 20,8 % via les sites des compagnies aériennes et /ou des hôtels
- 4, 4 % via le téléshopping ou T-commerce.

#### Saisonnalité

Les Sud-coréens voyagent toute l'année et notamment sur les ailes de saison.

Les deux grandes fêtes nationales très importantes en Corée du Sud sont le nouvel an lunaire (janvier ou février en fonction du calendrier) et « Chuseok » : « Fête de la moisson » (septembre ou octobre en fonction du calendrier).

Ces périodes permettent aux Sud-coréens de voyager à l'étranger notamment vers des destinations lointaines.

Cette année, par exemple, en octobre 2025 avec trois périodes de jours fériés consécutifs pour la Fête de la Nation, Chuseok (dont les dates varient chaque année en raison du calendrier lunaire) et la Fête du Hangeul. En posant un seul jour de congés, 10 jours de voyage seront possibles, ce qui constitue une excellente opportunité de départ, notamment, vers la France (*voir calendrier des jours fériés 2025 dans l'espace documents ci-dessous*).

#### Phases d'inspiration et de réservation pour chaque saison

##### Printemps

- Inspiration : Novembre - Février
- Réservation : Décembre - Mars

##### Eté

- Inspiration : Novembre - Avril
- Réservation : Janvier - Mai

##### Automne

- Inspiration : Avril - Juillet
- Réservation : Mai - Août

##### Hiver

- Inspiration : Septembre - Octobre
- Réservation : Octobre - Décembre

### Recommandations pour aborder ce marché

**La presse, les médias (traditionnels et en ligne) ainsi que les influenceurs très orientés « lifestyle », doivent faire l'objet d'une véritable stratégie d'influence.**

Après une excellente année 2024 de flux vers la France et un très bon début d'année 2025, il convient de poursuivre les efforts menés afin de rassurer les voyageurs, tout en renforçant ou en développant l'attractivité de la destination avec **des thèmes porteurs** pour les Sud-coréens et en y ajoutant une **notion d'expérience devenue extrêmement importante à leurs yeux, nouveau marqueur social fort.**

#### **La recommandation d'Atout France Corée du Sud**

Pays très digitalisé, ultra-connecté, il est nécessaire de **se faire connaître via les réseaux sociaux sud-coréens et en ligne** avec des contenus de grandes qualités, parfaitement adaptés au marché. Cela veut dire, un contenu rédigé et adapté aux attentes des clientèles sud-coréennes et non pas une simple traduction de contenus. **La Corée du Sud est le pays des "Netizens" !**

L'écosystème digital en Corée est très particulier. Il est choisi mais non imposé : Naver, KakaoTalk... *Plus d'information avec la fiche infographie digitale dans la section documents ci-dessous\**

**Le bureau Atout France en Corée du Sud a établi un partenariat exclusif avec Naver** (1er portail sud-coréen : **59,11 %** de parts de marché en janvier 2024). Notre expertise est à votre disposition, pour développer et amplifier votre notoriété.

**Important !** Une traduction parfaite d'articles, de documents conditionne votre image et donc votre crédibilité et professionnalisme auprès des Sud-coréens. Une parfaite traduction du coréen est un exercice très difficile, soyez très vigilant et contactez-nous avant de faire traduire vos documents. Un service de traduction sur-mesure vous sera proposé.

*\* section, exclusivement, réservée aux Adhérents Atout France. Munissez-vous de votre identifiant et mot de passe pour accéder à la section "Documents".*

## **Revoir les webinaires Atout France Live**

### **Nouveauté : Atout France Live : Tendances des marchés internationaux et présentation des plans d'actions 2026.**

Pour accompagner ses adhérents dans la préparation de leurs plans d'actions 2026, Atout France a lancé une nouvelle série de webinaires.

#### **En 1h à 1h30, les directeur-trices d'Atout France à l'international partagent :**

- Les données clés les plus récentes sur les principaux marchés émetteurs vers la France,
- Des éclairages permettant aux adhérents d'affiner leurs stratégies de positionnement à l'international,
- Des propositions d'actions B2B, B2C et presse, en cohérence avec les orientations stratégiques de la destination France.

[webinaires Atout France Live](#)

# Le marché Corée du Sud en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

### CORÉE DU SUD

#### Quelques données économiques

 51,75 MILLIONS d'habitants en 2024

 36 024 USD - PIB / habitant en 2024

 0,8 % Prévission taux de croissance de l'économie pour 2025

Source: KOSTAT, OECD, FMI



Source: 2024, KOSTAT

#### Principales destinations visitées en France



**ATOUT FRANCE**  
L'Agence de développement touristique de la France

#### Taux de change



1€ = 1 578 KRW  
(mars 2025)

#### Rappel des données touristiques en 2024

28,72 MILLIONS de voyages à l'étranger des Sud-Coréens

830 000 voyageurs Sud-Coréens en France

29,22 MILLIARDS d'US\$ de dépenses touristiques des Coréens à l'étranger

7 JOURS = Durée moyenne des séjours en Europe

Sources: Mof, UNWTO

#### Bilan outbound 2024

Taux de remplissage de la ligne directe Séoul Incheon – Paris CDG (2024)

AIRFRANCE	KOREAN AIR	ASIANA AIRLINES <sup>1</sup>	t'way
91,2%	84,3%	87,5%	82,3%
(depuis Septembre 2024)			

#### Profil des voyageurs sud-coréens



- Voyage en couple en augmentation
- Les Millénnials recherchent les sites touristiques instagrammables
- Voyage gastronomique en forte augmentation
- Les Seniors sont (re)devenus une des clientèles les plus importantes. les seniors plus de 60 ans sont ceux qui dépensent le plus pour les « voyages ».

Source: Consumer Insight, KTO

#### TOP 5 des activités touristiques préférées des Sud-Coréens pendant leurs voyages à l'étranger

- TOP1 Visites touristiques dans la ville
- TOP2 Voyage gastronomique
- TOP3 Découvertes de restaurants locaux
- TOP4 Activités et découvertes de la nature
- TOP5 Visites de sites historiques

Source: Korea Research

Contact marché Corée du sud | Corinne.foulquier@atoutfrance.fr

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)

## Prestations proposées sur ce marché

Les évènements programmés

- [Workshops 'French Days in Seoul 2026'](#) : Rencontres B2B / Médias internationaux, Professionnels internationaux



**Marchés d'intervention :** Corée du Sud

**Type de rendez-vous :**

**Public attendu :** Médias internationaux, Professionnels internationaux

Les événements B2B incontournables du marché sud-coréen, labélisés dans le cadre de la célébration du 140e anniversaire des relations diplomatiques franco-coréennes !

## OBJECTIFS

- Mettre en avant les nouveautés et les diversités de votre destination et/ou de vos offres.
- Favoriser et développer les échanges avec les professionnels coréens du tourisme.
- Consolider et élargir vos relations avec les acteurs du Trade ainsi que les médias et influenceurs.

## PARTENAIRES

**Profil des partenaires ciblés :**

Institutionnels, entreprises privées

**Nombre de partenaires souhaités :**

10 exposants minimum

**Visibilité partenaire :**

Chaîne Atout France B2B KakaoTalk Channel Catalogue des exposants Invitation digitale Communiqué de presse E-newsletter B2B

## CONDITIONS

**Date limite d'inscription :**

Date limite d'inscription : le 10 juin 2026

**Précisions tarifaires :**

À partir de 7 300 000 KRW HT

## FORMAT

**Liste des sessions :**

*French Days in Seoul 2026*

Date de début : 26 octobre 2026

Date de fin : 30 octobre 2026

Date limite d'inscription : 10 juin 2026

**Lieu :**

Séoul

**Format de l'opération :**

- Lundi 26 octobre 2026 : Réunion de cadrage et Présentation du marché par le Directeur du bureau Séoul
- Mardi 27 octobre 2026 : Démarchage
- Mercredi 28 octobre 2026 : Workshops presse & professionnel et Soirée "France"
- Jeudi 29 octobre 2026 : Démarchage

**Profil visiteur :**

Tour-opérateurs et agences de voyages créatrices de séjours, OTA, MICE, journalistes, influenceurs

**Visiteur attendu :**

Plus de 200 professionnels du tourisme pendant 4 jours

**Media / Support :**

Communication via KakaoTalk Channel / Catalogue des exposants / Invitation digitale et relais / Communiqué de Presse / E-newsletters dédiée aux professionnels coréens

**CHUNG - Hye-won** [hye-won.chung@atout-france.fr](mailto:hye-won.chung@atout-france.fr)

Informations complémentaires et mises à jour sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)



