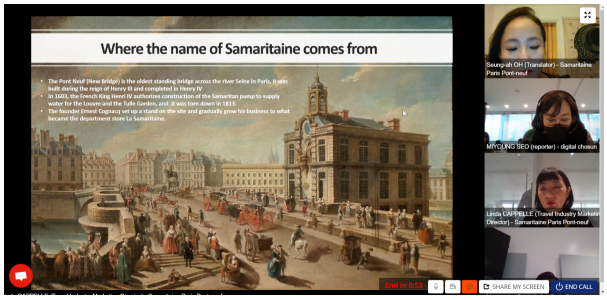


Retour sur les French Days in Séoul 2021

ARTICLE

L'événement« French Days in Seoul » organisé par Atout France en Corée du Sud du 25 au 28 octobre a rencontré un franc succès. Près de 80 agents de voyages, tour-opérateurs, journalistes et influenceurs sud-coréens se sont retrouvés à la Résidence de l'Ambassade de France et ont pu s'entretenir avec 13 partenaires français* grâce à cet événement digital.



Pendant ces trois jours, Atout France a rendu possible pas moins de 266 rencontres "one-to-one" permettant aux professionnels sud-coréens du secteur touristique de découvrir les dernières offres de la Destination France.

La Corée du Sud s'est imposée comme le pays émetteur le plus important d'Asie, notamment grâce à l'exemption de quatorzaine obligatoire au retour d'un voyage à l'étranger pour les personnes vaccinées. En parallèle, l'accélération de la campagne de vaccination mise en place par le gouvernement sud-coréen, qui repose sur les vaccins Pfizer, Moderna, AstraZeneca et Janssen, a rapidement rendu possible la reprise du tourisme à l'international.

En quelques chiffres

La Corée du Sud connait depuis l'été 2021 une augmentation importante du nombre de passagers sur les vols long-courriers. En septembre, les ventes de billets d'avion à destination de la France ont augmenté de 53,4 % par rapport à

la même période en 2020. Les réservations auprès des agences de voyages et des tour-opérateurs sont elles aussi en forte hausse. La France a accueilli depuis plusieurs groupes de touristes sud-coréens, et de nombreux tours sont d'ores et déjà programmés pour les mois de novembre et décembre par des agences de voyages principales comme Hanjin Travel et Hana Tour.

Nouveauté : des groupes mono-destination France
On remarque aussi une augmentation notable des groupes de voyageurs prenant la France pour destination unique, ce qui marque un changement radical avec les pratiques des touristes sud-coréens qui avaient jusque-là pour habitude de se rendre dans plusieurs pays européens lors de leur voyage. La clientèle individuelle haut de gamme reprend également si l'on en juge par le taux de remplissage des Premières classes sur les vols Korean Air et des classes Business sur les vols Korean Air et Air France. Les classes Éco de ces deux compagnies affichent par ailleurs des résultats très satisfaisants. Le marché MICE est lui aussi en passe de se réveiller, avec un groupe de 280 personnes prévu à Paris en décembre et un autre de 27 personnes pour un tour de France à la fin novembre.

Atout France en Corée du Sud travaille activement à la programmation de ces séjours avec les agences de voyages concernées et à la promotion du secteur auprès des influenceurs et des journalistes, mais aussi à la mise en place de différentes campagnes numériques cherchant à soutenir la relance du tourisme coréen et à encourager ses différents acteurs à se lancer à la conquête du marché coréen !

** Partenaires français :*
• ***Destinations*** *: Agence d'attractivité Hello Lille ; Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme ; Comité Régional de Tourisme de Normandie, Voyage en Bretagne ; Office Métropolitain de Tourisme et des Congrès de Marseille ; Chamonix-Mont-Blanc ; Tahiti Tourisme ; Disneyland Paris*
• ***Transporteur*** *: Rail Europe*
• ***Shopping*** *: Galeries Lafayette Paris Haussmann ; La Vallée Village ; McArthurGlen Designer Outlets ; Samaritaine Paris Pont-Neuf*