



The World's Leading  
Travel Trade Show

ITB/2/fr  
Service de presse special

*ITB Berlin 2007  
du 7 au 11 mars*

*Un tigre prend son élan :  
Le tourisme de la Corée du Sud mise sur  
l'Europe*

Auteur : Bernd Kubisch

### *Tout le monde connaît Samsung et Hyundai – Mais Jeju-Do et Gyeong Ju qu'est-ce que c'est ?*

En Corée du Sud, officiellement République de Corée, les hommes d'affaires en provenance du monde entier défilent sans discontinuer et font en sorte que les statistiques des arrivées passent chaque année d'un record à l'autre. Dans les régions industrielles et près des immenses chantiers navals, comme ceux de Busan et de Geoje, on construit surtout des hôtels pour pouvoir héberger des hommes d'affaires venus du Japon, des Etats-Unis et de l'Allemagne. Presque chaque écolier entre Los Angeles et Moscou connaît des noms comme Samsung et Hyundai, mais Jeju-Do et Gyeong Ju ne leur disent rien et la plupart des parents sont également perplexes. L'Internet vient en aide : Jeju-Do est une île très appréciée des touristes sur laquelle les Coréens se marient volontiers. Gyeong Ju, autrefois capitale du royaume de Silla florissant, est deux fois sur la liste du Patrimoine culturel mondial de l'UNESCO avec le temple Bulguksa et la grande statue de Bouddha dans la grotte de Seokguram, et possède de nombreux autres édifices historiques ainsi que des tombes.

### *Encore plus de publicité et de nouveaux programmes en Europe*

Le pays du miracle économique veut intensifier la publicité de ses attraits touristiques pour attirer encore plus de vacanciers en provenance de l'Amérique du Nord, et surtout de l'Europe et de l'Allemagne. Par ailleurs, des programmes attrayants et des campagnes publicitaires ont pour objectif d'inciter les hommes d'affaires à prolonger leur séjour de quelques jours pour mieux découvrir le pays et ses habitants. La province Gyeongsangbuk-Do, avec Gyeong Ju, la capitale et une ville culturelle attrayante, est un des thèmes principaux des nouvelles mesures de marketing et de la campagne publicitaire de l'organisation étatique Korea Tourism Organization (KTO) qui a son siège à Séoul, la capitale du pays. Comme l'a souligné Shin Pyung Sup, le directeur du bureau de la KTO à Francfort-sur-le-Main, il veut créer en Allemagne, en Suisse et en Autriche, de nouveaux programmes sur la Corée en coopération avec des voyagistes et des agences de voyages. Il a ajouté, " nous désirons également travailler étroitement avec des organisateurs de voyages des pays de l'Europe de l'Est, comme la Hongrie, la Tchéquie, la Slovaquie et la Croatie".

### *Campagne publicitaire pour les tombes royales, les Jeux Olympiques d'hiver et Taekwondo*

Gyeongsangbuk-Do et Gyeong Ju seront, également pendant l'ITB Berlin 2007, le thème principal du stand de la Corée du Sud. Pour les touristes, la ville et ses environs ressemblent à un immense musée. Le Cheomseongdae Observatory du VII<sup>e</sup> siècle avec ses maisons Hanok traditionnelles et ses tombes royales de Silla au pied des collines verdoyantes font également partie des attractions de la région. Le gouvernement de la République de Corée déploie des efforts considérables pour que les Jeux Olympiques d'hiver se déroulent en 2014 à Pyeongchang et l'Exposition Mondiale de 2012 à Yeosu. Kim Jong-Min, président de la centrale de la KTO à Séoul pense que cela va mettre en valeur l'image positive du pays sur le marché international. La Corée présente également ces deux candidatures à l'ITB

Berlin. Le pays se souvient bien que le championnat du monde de football en 2002 a eu des conséquences positives sur l'image et les recettes du pays. La République de Corée avait entre autre construit, pour le championnat du monde de football, un grand aéroport moderne, des hôtels et des autoroutes. La KTO a l'intention de développer les voyages consacré au Taekwondo comme créneau sur le marché. Selon Shin Pyung Sup "il y a plus de 2 000 adeptes du Taekwondo rien qu'en Allemagne". Son pays prévoit de coopérer avec des associations en Allemagne et sponsorise des billets d'avion vers la Corée du Sud pour les gagnants des tournois. Le directeur de la KTO, responsable du marché allemand, a confirmé que "notre objectif est que le nombre de visiteurs du secteur du Taekwondo s'élève déjà à un millier en 2007"

### *Record des arrivées grâce aux hommes d'affaires et aux Asiatiques*

Ce sont surtout les hommes d'affaires et les hôtes en provenance de l'Asie qui augmentent les chiffres concernant les arrivées en Corée du Sud. John S. Lee, directeur de la KTO pour l'Europe et l'Amérique à Séoul, a déclaré : "L'Europe et l'Amérique du Nord, avec les nombreux voyageurs qui ont les moyens, représentent un fort potentiel pour nous, et nous voulons encore plus les conquérir". La Corée du Sud n'a jamais accueilli autant d'hôtes qu'en 2006, mais moins que prévu. Les 6,159 millions d'arrivées en provenance de l'étranger dépassent de peu les 6,02 millions de 2005. Pour l'année en cours, le pays escomptent accueillir 6,5 millions de visiteurs. Deux hôtes sur cinq (40 pour cent) viennent du Japon, le pays limitrophe, dont la côte est dans le champ de vision de quelques îles coréennes. Pour les Japonais, la Corée du Sud est une destination très bon marché, pour un touriste en provenance de l'Allemagne, les prix sont les mêmes qu'à Munich ou Hambourg. Près de 510 000 visiteurs étaient venus en 2005 de l'Europe, 530 000 des Etats-Unis où vivent de nombreux immigrants coréens. La très forte monnaie nationale, le Won, rend plus difficiles les affaires avec les visiteurs en provenance de l'étranger. Comme l'a indiqué la KTO, leurs dépenses par séjour en Corée sont passées par exemple de 968 dollars en 2005 à 858 dollars en 2006, avant elles dépassaient les 1 000 dollars. 42,3 pour cent des visiteurs sont des vacanciers classiques, 43,7 pour cent des hommes d'affaires et 9,4 rendent visite à des amis ou à des parents. Le taux des hommes d'affaires est nettement supérieur à celui des vacanciers en provenance de la plupart des pays émetteurs de l'Europe.

### *La force économique de la Corée – le marché d'émission est le numéro 3 en Asie*

Le ministère des Affaires étrangères allemand (Berlin) a indiqué dans ses informations économiques sur la Corée, que la République de Corée, qui compte près de 50 millions d'habitants, a réalisé un produit intérieur brut de 786 milliards de dollars en 2005 et atteint ainsi un revenu de 16 500 dollars par habitant. D'après le produit national brut, l'économie coréenne occupe aujourd'hui la 11<sup>ème</sup> place dans le monde entier. Les Coréens dépensent de plus en plus d'argent dans les autres pays. En Asie, ce ne sont que les Japonais et les Chinois qui entreprennent plus de voyages à l'étranger que les Coréens du Sud. C'est ce qui ressort d'une statistique de la *Deutsche Zentrale für Tourismus – DZT* – (Centrale allemande du Tourisme). Près de 9,8 millions de citoyens de la République de Corée

ont été à l'étranger en 2005. Ils étaient 17,1 millions au Japon et 9,1 millions en Chine à voyager dans d'autres Etats. Selon des données de la KTO, le nombre des voyages à l'étranger des Coréens du Sud a fortement augmenté en 2006 pour passer à 11,5 millions. Selon la DZT, 1,2 million de Coréens du Sud sont venus en Europe, 136 000 d'entre eux en Allemagne et 238 000 en Italie. Les Coréens du Sud ont dépensé 1 045 euros en moyenne en Allemagne, soit 145 euros par jour. Près de la moitié des hôtes en Allemagne étaient des vacanciers.

### *L'Allemagne est le plus important marché émetteur de l'Europe*

L'Allemagne et la République de Corée entretiennent depuis longtemps déjà de bonnes relations politiques, économiques et culturelles. Le chef de KTO Europe souligne : "L'Allemagne est également en tête des arrivées de nos hôtes européens". 74 962 voyageurs en provenance de l'Allemagne étaient venus en Corée du Sud en 2005, ils étaient vraisemblablement 76 000 visiteurs en 2006 et, selon la KTO, ils seront plus de 80 000 en 2007. Ces chiffres concernant le plus important marché émetteur européen montrent aux professionnels du tourisme à Séoul quel travail difficile les attende.

70 pour cent des visiteurs qui partent de l'Allemagne pour aller en Corée du Sud sont des hommes d'affaires et 17 pour cent des vacanciers. A cela s'ajoute les visites de parents effectués par des Coréens immigrés. " Nous nous réjouissons également", comme le déclare Lee, " que les Allemands restent en moyenne 9 nuits dans notre pays, les autres touristes ne séjournent que 5 à 6 nuits".

### *Sympathie pour „Lotte“ et Rudi Völler*

Les touristes en provenance de l'Allemagne sont très appréciés en Corée du Sud. C'est ce qu'a toujours assuré le manager de la KTO dans les nouvelles campagnes publicitaires, pour lesquelles le marché allemand est souvent un pionnier. Les nombreux mineurs et les infirmières, qui étaient venus dans les années 60 et 70 de la Corée du Sud à Francfort, à Cologne, dans le bassin de la Ruhr et dans d'autres régions de la République Fédérale d'Allemagne pour y travailler, ont dit beaucoup de bien sur l'Allemagne dans leur pays. L'économie de l'Allemagne connaissait un boom à cette époque, la main d'œuvre était rare, on recherchait alors des étrangers travailleurs. "C'était du travail dur et une belle période" a déclaré Maria Shin. Elle a travaillé autrefois comme infirmière en Allemagne, elle est aujourd'hui guide et interprète à Séoul. La Coréenne ajoute : "Les footballeurs allemands du championnat du monde de football en 2002 ont récolté beaucoup de sympathie chez nous, surtout Rudi Völler avec sa spontanéité". Maria Shin était autrefois l'interprète chargée de s'occuper de l'entraîneur national et de son équipe.

Goethe a également ses fans en Corée. Le magnat de l'économie, Shin Kyuk Ho a été tellement conquis par "Les souffrances du jeune Werther" et de son amour pour Charlotte qu'il a nommé son empire „Lotte“, il y a des décennies déjà. "Cette histoire touche nos hôtes, surtout les Allemands" a déclaré Jung Lee, directeur général de l'hôtel de luxe „Lotte“ à Séoul. Pour faire des achats, les hôtes de l'hôtels peuvent aller dans les boutiques souterraines ou dans le grand magasin limitrophe. Tous appartiennent au „Lotte“.

### *Les hôtels font des bonnes affaires – Les congrès sont également très demandés*

Dans l'hôtel de luxe „Lotte“ à Séoul, la majorité des hôtes viennent du Japon, l'Allemagne étant le plus fort marché en provenance de l'Europe" a confirmé le directeur général Lee. "Nous faisons de bonnes affaires, nous avons en moyenne un taux d'occupation de 75 pour cent. Ceci est également valable pour les autres hôtels „Lotte“ du pays". Le chef de l'hôtel désire maintenant que les hommes d'affaires "restent plus longtemps chez nous en Corée, pour y passer des vacances ou pour se reposer" et parle au nom d'un grand nombre de ses collègues. Bernhard Brender, General Manager du „Grand Hilton“ à Séoul, a également parlé d'un taux d'occupation de 75 pour cent. "Notre hôtel „Millenium Seoul“ a un taux d'occupation de 78 pour cent". Brender, qui est originaire de l'Allemagne, considère que les affaires avec les congrès internationaux ouvrent encore de nombreuses nouvelles possibilités : "Cela marche bien. Mais il est possible de mieux faire". Hilton propose, dans ce secteur, de bonnes conditions qui sont "surtout idéales pour des fabricants comme BMW, Volkswagen et Mercedes". „Hilton“ a déjà fait de très bonnes expériences avec ses programmes parallèles pour les hommes d'affaires et les autres clients. En hiver, ce sont les excursions en ski à Yong Pyong, avec 16 remonte-pentes et à deux heures de Séoul, qui sont très demandées. La République de Corée dispose actuellement de 57 000 chambres de deux à cinq étoiles. Selon Brender, 117 000 chambres seront vraisemblablement nécessitées jusqu'en 2010.

### *Passer la nuit près du chantier naval, dans le temple et chez l'habitant*

Le „Samsung Hotel“ à Geoje est l'exemple d'un nouvel hôtel construit pour les hommes d'affaires. Il est implanté près du chantier naval du groupe industriel. Avec 80 chambres, il est un nain en comparaison aux nombreux autres hôtels à Séoul qui comptent 400 chambres ou plus. Le Samsung à Geoje a ouvert ses portes en novembre 2005. Il doit être rentable en moins de trois ans, a déclaré Kim Lee, la directrice du marketing. La jeune femme qui a étudié aux Etats-Unis n'est âgée que de 29 ans. "C'est le rendement qui compte" dit-elle en souriant. "Nous hébergeons des managers en provenance du monde entier. Nous fêtons chaque semaine le baptême d'un bateau dans notre immense chantier naval implanté tout à côté de l'hôtel".

Il existe également des possibilités de nuitées exceptionnelles pour les hôtes qui passent leurs vacances en Corée du Sud. Dans le programme „Temple Stay“, les touristes peuvent méditer, prier et fabriquer des lampions avec des moines bouddhistes. Le séjour n'est pas fait pour les lève-tard. La journée commence à l'aube. Le nombre de participants s'élève actuellement à près de 7 000 hôtes étrangers par an. „Temple Stay“ existe depuis le championnat du monde de football en 2002, lorsque de nombreux voyageurs cherchaient une possibilité d'hébergement tout en voulant connaître les usages et la culture de la Corée. Il est également possible de séjourner chez l'habitant à Séoul ou dans une autre ville.

### *Une frontière attire des millions de visiteurs – Une excursion en Corée du Nord*

La frontière entre le Nord et le Sud du pays est une des plus grandes attractions pour les visiteurs de la Corée. Pour les touristes, il était impensable de visiter Berlin pendant la "guerre froide" sans faire une virée au Mur ou au passage pour les étrangers "Checkpoint Charlie". Et de nombreux visiteurs de Séoul partent en voiture, en train ou en bus pour aller voir la "zone démilitarisée" (Demilitarized Zone/DMZ). Le nombre de visiteurs rien qu'à Imjingak près du 'Pont de l'amitié' "est estimé à deux millions par an, la majorité d'entre eux sont des Coréens" a déclaré le guide et chauffeur Seo Seong Un. "Nous serions très heureux d'accueillir encore plus d'Européens". Il sait que cet après-midi un grand nombre de Coréens et de Chinois, quelques Japonais et un Allemand sont assis dans le bus. Les visiteurs sont surtout fascinés par le "voyage en petit train" qui traverse un tunnel creusé par des Coréens du Nord. Ce n'est pas un édifice pour prendre la fuite, "mais pour s'infiltrer en Corée du Sud" explique un Coréen du Sud. Les larmes, les souvenirs, le vin de millet, le manège et la barbe à papa font partie de la visite de la frontière. Depuis quelques années, il est possible de réserver un voyage organisé de plusieurs jours en Corée du Nord dans la montagne de Geumgangsan. Grâce à Hyundai. Après avoir signé un contrat avec le gouvernement communiste, le groupe industriel a construit des routes et des hôtels dans la montagne. Ses bus touristiques ont l'autorisation de passer chaque jour la frontière du Sud vers le Nord.

### *Encore plus de vols vers la Corée du Sud*

Là où l'économie et le tourisme se développent bien, le trafic aérien augmente également. Le porte-parole Boris Ogursky a déclaré : "Pour Lufthansa, la Corée du Sud est un des plus importants marchés en croissance en Asie". A partir de la fin mars 2007, la compagnie aérienne allemande va proposer la ville portuaire Busan comme deuxième destination en Corée du Sud. Elle aura alors dix vols hebdomadaires vers le pays asiatique. Les deux compagnies aériennes coréennes qui desservent l'Allemagne, prennent également de l'extension. "Asiana Airlines est très sollicitée" a déclaré Andreas Scheibe, responsable des ventes de l'entreprise dans le bureau de Francfort. La compagnie a demandé pour le 1<sup>er</sup> juillet 2007 trois vols supplémentaires qui compléteront les quatre vols hebdomadaires organisés jusqu'à présent et désire ainsi relier chaque jour l'Allemagne et la Corée du Sud. Korean Air est également "très satisfaite de ses liaisons avec l'Allemagne", comme le confirme la Regional Sales Manager Karen Sahren à Francfort. D'autres liaisons entre ces deux pays ne sont pas encore mûres. Une chose est certaine : Vienne sera la nouvelle destination qui sera desservie en un premier temps deux fois par semaine.

### *Les problèmes de langue et les propositions pour le tourisme*

Au cours des dernières années, la Corée du Sud a beaucoup investi pour que l'orientation des hôtes étrangers soit facilitée dans les rues et les gares. La forêt de panneaux, également avec des renseignements en anglais, augmente sans cesse. Peu de Coréens parlent l'anglais. Ceci est à la fois valable pour la population rurale et pour les chauffeurs de taxi à Séoul.

L'interprète Maria Shin : "Mais on fait beaucoup pour améliorer cette situation. De plus en plus de Coréens apprennent l'anglais, surtout les jeunes". Celui qui essaie

de se faire comprendre avec les pieds et les mains et qui sourie gentiment, arrive presque toujours à s'en sortir. Comme c'est le cas aux relais d'autoroute à près de 200 kilomètres au Sud de Séoul. Un petit centre informatif en anglais attire les touristes en leur permettant d'envoyer gratuitement des emails et d'utiliser l'Internet. L'aimable responsable en tailleur rouge parle coréen et un peu de japonais. L'hôte européen obtient malgré tout ce qu'il désire : une carte des autoroutes en deux langues.

Il y a aussi des remarques critiques sur le développement du tourisme dans la presse coréenne : Le „Korea Herald“ propose que le ministère compétent développe un nouveau "logiciel" pour le tourisme : "des menus acceptables dans le monde entier à des prix raisonnables et des passe-temps Pop Art pour un public international". Les médias souhaitent également que les responsables développent aussi des projets à long terme pour le tourisme et créent de nouvelles attractions touristiques. Le „Korea Times“ fait ressortir la différence entre le tourisme d'émission et le tourisme de réception : l'augmentation du nombre de voyageurs étrangers ne suffit pas à compenser les dépenses élevées des Coréens qui sortent du pays.

#### *Les plus importants voyageurs découvrent également le pays asiatique*

Après les petits organisateurs spécialisés, ce sont également les grands offreurs qui découvrent la République de Corée comme destination. Shin Pyung Sup, directeur de la KTO explique : "La plupart des organisateurs de voyages qui ont la Corée dans leur programme proposent souvent des séjours qui mettent surtout l'accent sur Gyeong Ju et sur Andong dans la province Gyeongsanbuk-Do". Il cite comme exemples Meier's Weltreisen, Gebeco, Windrose, Ikarus, Lernidee, Tischler, Djoser, Dr. Tigges et les deux "nouveaux" TUI et FTI. TUI propose maintenant la Corée du Sud dans un circuit au Japon pour la saison été 2007. Alexa Hüner, porte-parole de la société, indique "qu'il est cependant encore trop tôt pour faire une déclaration sur l'écho". Chez FTI, la Corée fera pour la première fois partie du programme Asie en été 2007. Dietmar P. Schulz, gestion du produit Asie, indique que "le pays sera également dans le catalogue en hiver 2007/2008, avec quatre hôtels à Séoul, des excursions et deux circuits.

#### *Opinions des participants de l'ITB Berlin en provenance de la Corée du Sud*

Woonbae Park de l'organisateur „Exodus DMC“, a déclaré : "Pour moi, l'ITB Berlin 2006 a été un fort succès. J'ai pu établir des contacts sensationnels. Le stand de la Corée et l'organisation ont été très bons". Kab-Yeol, Vice President for Management, KTO Seoul : "Je connais très bien l'ITB Berlin et j'ai participé au salon pour la première fois en 1990. A cette époque, notre stand mesurait 140 mètres carrés. Aujourd'hui, nous occupons 200 mètres carrés, nous avons encore plus d'exposants et encore plus d'offreurs du secteur privé. Les contacts et les affaires effectuées pendant l'ITB Berlin sont très importants pour mon pays". Bernhard Brender, General Manager, „Grand Hilton“ à Séoul : "Pour nous, il est impératif de participer à l'ITB Berlin. En 2007 à Berlin, j'essaierai d'attirer encore plus d'entreprises européennes à venir en Corée pour des colloques et des congrès et d'organiser des forfaits attrayants de trois à cinq jours. Outre l'établissement des

contacts et la signature de contrats, il est par ailleurs important d'annoncer la couleur" .

### *Messe Berlin : La République de Corée depuis 1975 à l'ITB Berlin*

La République de Corée est représentée dans un stand depuis 1975 sans interruption à l'ITB Berlin. Au fil des années, la participation n'a cessé de croître. En 2007, le pays se présente sur une superficie de stand de 200 mètres carrés et 26 exposants et co-exposants. David Ruetz, directeur du projet ITB et Senior Manager a souligné : " Ce développement est certainement dû au fait que cette destination est de plus en plus appréciée". Il a ajouté que la destination enregistre sans cesse des augmentations du nombre des arrivées touristiques. " C'est surtout le secteur 'Business-Travel/MICE' qui enregistre les plus fortes croissances. En proposant de nouveaux programmes, on essaie d'inciter les hommes d'affaires qui viennent en Corée du Sud à prolonger leur séjour". La société Messe Berlin se réjouit que la République de Corée soit de nouveau représentée cette année au pied de la Tour de la Radio (*Funkturm*).

#### INFORMATIONS :

Korea Tourism Organization (KTO) :

allemand : [german.tour2korea.com](http://german.tour2korea.com) anglais : [tour2korea.com](http://tour2korea.com)

Visite de la frontière/DMZ Tour :

[english.tour2korea.com/03Sightseeing/ThemeTours/dmz.asp?kosm=m3\\_3&konum=7](http://english.tour2korea.com/03Sightseeing/ThemeTours/dmz.asp?kosm=m3_3&konum=7)

Hôtel Lotte : [www.hotellotte.co.kr](http://www.hotellotte.co.kr)

Grand Hilton Séoul :

[www1.hilton.com/en\\_US/hi/hotel/SELGRHI-Grand-Hilton-Seoul-hotel/index.do](http://www1.hilton.com/en_US/hi/hotel/SELGRHI-Grand-Hilton-Seoul-hotel/index.do)

Samsung Hotel Geoje : [www.sghotel.co.kr](http://www.sghotel.co.kr)

Lufthansa : [www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com)

Asiana Airlines : [de.flyasiana.com](http://de.flyasiana.com)

Korean Air : [www.koreanair.com](http://www.koreanair.com)

Voyagiste Exodus DMC : [www.koreabound.com](http://www.koreabound.com)

Voyagiste US Travel : [www.ustravel.co.kr](http://www.ustravel.co.kr)

Guide et interprète Maria Shin : [maria50@hanmail.net](mailto:maria50@hanmail.net)

Affaires étrangères, informations sur l'économie de la République de Corée :

[www.auswaertiges-  
amt.de/diplo/de/Laenderinformationen/KoreaRepublik/Wirtschaft.html](http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Laenderinformationen/KoreaRepublik/Wirtschaft.html)

Deutsche Zentrale für Tourismus : [www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)