



Entretien avec M DALARD,

**Responsable de l'agence Korea
Konsult**

(Par David FREROT)



Certains touristes visitent les pyramides, d'autres, en mal de sensations fortes, des contrées insolites. Pour ces derniers, l'agence **Korea Konsult**, basée en Suède, propose non pas un vol pour Mars mais des séjours à 8 000 km de Paris, en Corée du Nord plus exactement.

Son responsable, **Monsieur DALARD**, a eu la gentillesse de répondre aux questions de Racines Coréennes.

M DALARD, votre agence se trouve sur un véritable marché de niche ?

Un marché de niche fortement dépendant de la situation géopolitique de la péninsule coréenne.

Qui au eu l'idée de fonder cette entreprise ?

Julia Dalard, ma femme.



Une touriste devant le monument de réunification

Etait-ce difficile de nouer des relations avec les autorités nord coréennes ?

Ce sont les autorités nord-coréennes qui se sont adressées à Julia (qui travaillait dans le tourisme) pendant son séjour dans le pays en 2003 lui demandant si elle était intéressée d'ouvrir une agence touristique en Suède qui couvrirait le "marché scandinave et mondial". Le tourisme n'était alors qu'à ses débuts mais il y avait une réelle volonté d'ouvrir le pays aux étrangers.

A la base de votre activité, il y a certainement la confiance et la patience qui ont été déterminantes pour obtenir l'accréditation officielle. Comment éviter de froisser les susceptibilités ou trouver grâce aux yeux du régime nord-coréen ?

En faisant attention à ne pas sortir du domaine purement touristique et en respectant la méthodologie qu'on nous impose.

Quelle est la nationalité la plus représentée parmi vos clients ?

Les Suédois et les Norvégiens représentent environ 40 % de nos clients. Les Français, Allemands et Russes font augmenter le pourcentage à 80 % et le restant est constitué par des touristes venant du monde entier.

Que recherchent-ils en particulier ? L'exotisme, le frisson ou le privilège d'être les premiers ?

La recherche de sensations fortes dans un pays à infrastructure politique unique au monde, le frisson de visiter un pays dont les traditions sont très différentes de celles auxquelles on est habitué dans sa vie quotidienne. Ce qui attire aussi beaucoup de touristes, ce sont les spectacles de masse (Mass Games) avec environ une centaine de milliers de participants dans un des plus grands stades au monde ainsi que la DMZ (la zone démilitarisée). Nombreux sont nos clients qui disent vouloir visiter le pays dont on parle tant tout en cherchant à se faire une opinion personnelle non influencée par les médias.



spectacle de masse Arirang (Mass Games)

L'activité de votre entreprise est-elle fortement soumise aux aléas administratifs ou politiques ?

Absolument ! Notre agence touristique en est fortement dépendante.

Vous êtes-vous personnellement rendu plusieurs fois en Corée du Nord ? Toujours l'excitation ou la routine ? Quelle région qui vous plaît tant ? Quels sont leurs atouts ?

J'y ai été une quinzaine de fois et je m'y rends environ deux fois par an. La routine du travail ? Oui, bien sûr mais il y a aussi la curiosité et l'excitation de voir et de constater s'il y a eu de nouveaux changements survenus dans le pays.

Parlez-vous coréen ?

Non, mais nous avons dans notre personnel un employé parlant couramment le coréen et le chinois.

Comment trouvez-vous le peuple nord-coréen ?

Le peuple nord-coréen est très chaleureux. Ce sont des gens en qui on peut avoir confiance et qui ne reviennent pas sur leur décision.

La Corée du Nord s'ouvre petit à petit. La fin du monopole pour vous ou un formidable gisement touristique à exploiter ?

Monopole ou pas, on continuera à travailler avec ce pays et d'y envoyer des touristes accordant une attention particulière à cette région du monde.