

Note d'opportunité sur les industries culturelles et créatives en Corée du Sud

Secteur cinéma

Secteur cinéma



Historique du secteur

La culture cinématographique coréenne a connu ses débuts au moment de la domination coloniale du Japon. Celui-ci contrôlant intégralement les importations de long-métrages en Corée du Sud, ces derniers servaient de vitrine au mode de vie capitaliste des cultures occidentales. À l'issue de la seconde guerre mondiale, la plupart des films de l'industrie sud-coréenne traitent de la liberté, à l'image de *Viva Freedom!* en 1946. L'industrie cinématographique stagne ensuite durant la guerre de Corée, avant de connaître un âge d'or entre 1955 et 1972 durant lequel sont produits deux œuvres majeures de l'histoire du cinéma coréen : *The Housemaid* en 1960 et *Obaltan* en 1961.

Les années 1980 et 1990 marquent un tournant dans la structuration de l'industrie. Après l'ouverture du *Damoah Theater* en 1986, les multiplexes se développent. Ils regroupent au minimum 8 salles de cinéma, et disposent d'une capacité d'accueil d'au moins 1.000 personnes. Actuellement, 3 réseaux de multiplexes dominent le paysage sud-coréen : CGV, Megabox et Lotte. Parallèlement, les *chaebols*, grands conglomérats de l'industrie, notamment du divertissement, étendent leur influence dans le secteur cinématographique à travers le financement, la production et la distribution de films.

Ouvert à Séoul le 5 septembre 1968, le Centre Culturel Français a exercé une influence notable sur le cinéma coréen grâce à sa salle de projection. À l'époque de la dictature Park, cette salle est en effet l'une des seules à contourner la censure en projetant des classiques du cinéma français, dont les films de la Nouvelle Vague. Ils inspirent les réalisateurs coréens qui, avec la *Korean New Wave*, permettent à l'industrie cinématographique coréenne d'élargir son rayonnement mondial avec des long-métrages comme *Oldboy* (2003). Ces derniers permettent au cinéma coréen de concurrencer sur son propre sol le cinéma américain, et de s'exporter largement à l'international. Plus récemment, les films *Parasite* (2019) ou encore *Decision to Leave* (2022) font à leur tour rayonner le *soft power* coréen à l'échelle planétaire.

Chiffres clés



Population
51,69 millions d'habitants
soit 21,7 millions de foyers



Pratiques de consommation
2,44 films vus au cinéma par habitant en 2023
(+11 % vs 2022)
soit 125 millions d'entrées au cinéma au total



CA de l'industrie cinématographique
902 millions d'€ en 2023 (+8,7% vs 2022)
soit un prix moyen du ticket d'entrée à 7,36 € en 2022



Part de marché des films coréens en Corée
47,4 % en 2023 (-6,9 % vs 2022)



CA à l'export
66 millions d'€ en 2022 (+47,0 % vs 2021)



Nombre de films produits en Corée du Sud
817 films produits en 2022 (+13 vs 2021)
Dont 518 sont classifiés « pour 18 ans et + »



Nombre de cinémas en Corée du Sud
573 cinémas en 2023 (+12 vs 2022)
Soit un total d'environ 3.371 écrans



Genres favoris en 2023
Action / Animation / Drame (25,7% (-29,1% vs. 2022) / 24,1% (+15,7%) / 21,1% (+13,1%) du CA 2023)



Box-office des films étrangers en Corée du sud
474 millions d'€ en 2023 (+25,3 % vs 2022)



Part de marché des films français
0,2 % en 2023
Soit 1,57 millions d'€



Investissement public
52,7 millions d'€ prévus en 2024
comprenant l'accès au cinéma pour les personnes à mobilité réduite et l'éducation cinématographique pour les jeunes.

La Corée du Sud, comme la France, est un pays de cinéma. Les salles, majoritairement des multiplexes, sont régulièrement fréquentées par la population (2,44 films par an et par personne vus en salle en 2023). Cette dernière apprécie en premier lieu le cinéma local. Les plus gros succès en salles sont à mettre au profit des productions coréennes, et étrangères, principalement américaines. Le cinéma français est aussi régulièrement représenté, bien que moins populaire.

Sources :

- KOFIC, Summary of the Korean Film Industry, 2022&2023
- Agence de presse MBC News
- South Korea Policy Briefing



Tendances (1/3)

Un marché ouvert à l'international

Le cinéma coréen s'est d'abord fait connaître à l'étranger grâce aux festivals, avant de devenir plus populaire. Depuis les années 1990, il bénéficie d'un vrai rayonnement international qui lui permet d'améliorer ses performances à l'export. En revanche, l'importation de contenus cinématographiques en Corée du Sud reste très marginale, à l'exception du cinéma américain qui représente en 2023 environ 36,2 % des parts de marché du cinéma en Corée du Sud (contre 0,2 % pour le cinéma français). Il est aussi essentiel de cerner le contrôle de l'Etat sur la diffusion des programmes en Corée du Sud. Il existe en effet depuis 1967 une loi sur les quotas de diffusion du cinéma coréen. Actuellement, les salles de cinéma sont tenues de diffuser des films coréens pendant au moins 1/5 de l'année, soit 73 jours, ce qui limite la présence de contenus étrangers à l'écran.

Le cinéma français a connu quelques succès comme *Intouchable* (1,5M entrées), *Léon* (1,3M entrées), *Portrait de la jeune fille en feu* (149k entrées), ou encore *Mon inconnue* (93k entrées). En 2023, 26 films français ont été distribués en Corée, et ont accumulé 249.434 entrées, pour un chiffre d'affaires de 1,57 million d'€.



Affiches des films *Intouchable* (2012), *Léon* (1995), *Portrait de la jeune fille en feu* (2020) et *Mon inconnue* (2019)

Une baisse de fréquentation des salles

En 2022, avec la levée des mesures de distanciation sociale et la sortie des films coréens reportés ainsi que des blockbusters hollywoodiens, le chiffre d'affaires a considérablement augmenté, avec une hausse de 66,7 % par rapport à 2021, permettant de récupérer une partie des pertes subies avec l'augmentation des prix des places de cinéma (hausse de 40 %). Cependant, la fréquentation des salles demeure inférieure au niveau pré-pandémique (226,7 millions en 2019 vs 125,1 millions en 2023). Le comportement des consommateurs a évolué, notamment du fait de la crise sanitaire qui a grandement reporté les usages vers les plateformes OTT. Les modes de distribution ont également évolué en conséquence. Netflix (39 % de PDM) et Tving (17,4 % de PDM) sont les deux plateformes les plus utilisées en Corée du Sud, et certains distributeurs décident déjà de présenter leurs films en SVOD après des sorties techniques en salle. Une enquête a montré que pour 6 personnes sur 10 en Corée du Sud, le coût élevé des billets est le frein principal à la fréquentation des salles de cinéma. Par conséquent, les coréens profitent en grand nombre du « jour de la culture » le dernier mercredi de chaque mois pour bénéficier de tarifs réduits dans les salles.

Restrictions budgétaires et impact sur l'industrie cinématographique en Corée

L'Etat possède en Corée une influence sur les performances de l'industrie cinématographique via l'instauration d'un certain nombre de règles permettant de privilégier les contenus sud-coréens. Toutefois, fin 2023, le ministère de la Culture a décidé de réduire les subventions du KOFIC (Korean Film Council) de près de 1,43 million d'€, ce qui représente une diminution de 38,5 % du budget de l'institution par rapport à 2023. Les subventions pour la production cinématographique ont connu une baisse de 36 %, tandis que le soutien budgétaire pour les films d'animation a été entièrement supprimé. Cette réduction a également affecté les festivals de films organisés en Corée : en 2024, le budget alloué pour soutenir les festivals de films nationaux et internationaux s'élève à 1,72 million d'€, soit une baisse de 54 % par rapport à l'année 2023. De plus, le nombre de festivals soutenus par l'État a été réduit de 40 à 10.

Sources :

- KOFIC, 2022 Summary of the Korean Film Industry, 2023
- KOFIC, 2023 National Cinema Status, 2024
- Agence de presse News1, Donga ET Digital Today
- Dossier Unifrance, Corée du Sud, 2023



Tendances (2/3)

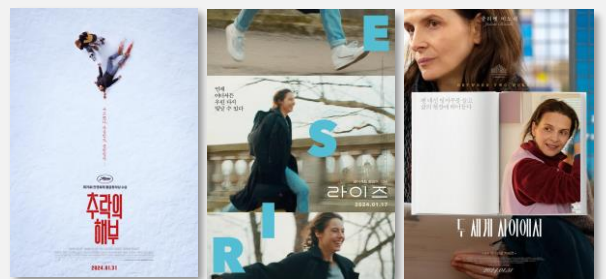
Un marché des salles de cinéma dominé par un puissant oligopole

Les trois exploitants Megabox, Lotte et CJ (filiales de multinationales opérant dans l'agroalimentaire, la pétrochimie ou les médias) forment un oligopole pesant 96 % du marché des salles de cinéma en Corée du Sud. Alors que le pays compte au total environ 573 salles de cinéma, on dénombre 199 salles CGV (plus de 35 % des parts de marché), devant Lotte (142 cinémas) et Megabox (109 cinémas). Les salles de cinéma sont par ailleurs de plus en plus pensées pour être attractives et confortables, mais aussi pour offrir une expérience unique. Outre les innovations technologiques, types IMAX ou 4DX, il existe également des salles à thème dans les grands multiplexes (salle avec dîner gastronomique inclus, cinéma en pleine nature, expérience romantique, etc.). Dans ce contexte, peu de cinémas indépendants existent en Corée, le pays comptant un total de moins de 70 salles d'art et d'essai. Les films français, souvent considérés comme films d'auteur, sont cependant distribués par des distributeurs coréens indépendants comme Jinjin Pictures, Challan, Pancinema, Green Narae Media etc. Particularité à noter, le magazine spécialisé Ciné 21 est très populaire en Corée du Sud et fait figure d'exception.



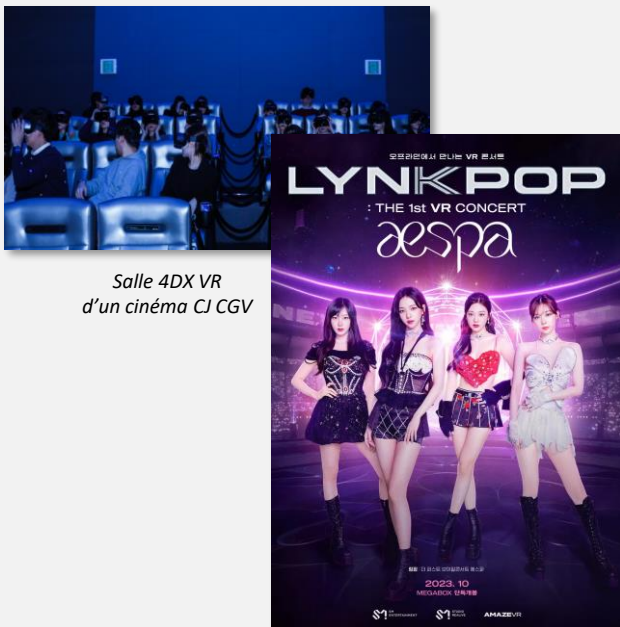
Multiplexe Megabox à Séoul

Multiplexe CGV à Séoul



Anatomie d'une chute, En Corps, Ouistreham, 3 films français programmés en 2024

Les nouvelles technologies pour relancer la fréquentation des salles ?



Salle 4DX VR d'un cinéma CJ CGV

Concert en VR du groupe aespa (2023)

L'industrie cinématographique coréenne s'empare petit à petit de la VR (réalité virtuelle). De plus en plus de contenus sont produits dans ce format, et les exploitants de salles de cinéma adaptent leurs complexes afin de pouvoir accueillir ce type de contenus, dans l'espoir de relancer l'intérêt des spectateurs.

La Corée du Sud est à l'origine de plusieurs projets de films en réalité virtuelle, comme le documentaire de Gina Kim *Bloodless* qui a remporté le prix de la meilleure histoire en VR à la Mostra de Venise. Certains groupes de K-pop, comme aespa, commencent à proposer des concerts en VR dans les salles de cinéma dans le but d'offrir une expérience plus immersive à leurs fans. CGV ambitionne d'intégrer la technologie 4DX VR à ses 500 cinémas 4DX à travers le monde.

Sources :

- Agence de presse Banronboda, [Weekly Data Trend] User Numbers for the Top 3 Movie Apps: CGV, Megabox, Lotte Cinema in Order, 2023
- KIS Credit Opinion, Megabox, 2023
- KIS Credit Opinion, CJ CGV, 2023
- KOFIC, 2023 National Cinema Status, 2024

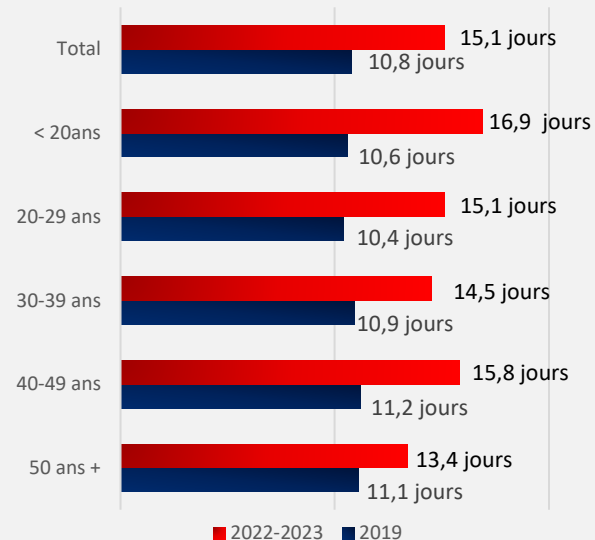


Tendances (3/3)

Préférence pour les films « garantis »

Les Coréens sont devenus plus sélectifs dans leurs choix de films depuis la pandémie. Une étude menée par CJ indique qu'en comparaison avec la période pré-COVID, les spectateurs coréens ont de plus en plus tendance à attendre quelques jours, voire quelques semaines, après la sortie d'un film avant de le regarder. On observe également une importance grandissante du bouche-à-oreille et du marketing viral sur les réseaux sociaux. En effet, les Coréens préfèrent les films dits « garantis », après avoir pris connaissance des avis d'autres spectateurs. Par exemple, le film américain « Élémentaire » de Pixar a connu le plus grand succès parmi les films d'animation au box-office 2023 en Corée du Sud, attirant un nombre significatif de spectateurs au cours de sa troisième semaine de sortie.

Évolution du délai moyen de visionnage après la sortie



Des expériences uniques qui ne peuvent être vécues qu'au cinéma



Bien que le nombre d'abonnements aux plateformes de streaming OTT ait augmenté de manière significative, les Coréens continuent de se rendre au cinéma pour une expérience irremplaçable.

Par exemple, les cinémas ont commencé à diffuser des événements sportifs tels que la Coupe du Monde ou des matchs de baseball, permettant ainsi aux amateurs de se rassembler et de regarder le match ensemble.



De plus, la demande pour des salles premium est en constante augmentation : le chiffre d'affaires généré par ces salles est passé de 13,4 % en 2019 à 21 % entre 2022 et 2023. Par exemple, CGV a collaboré avec Tempur, une marque de literie danoise haut de gamme, pour proposer des salles de cinéma équipées de lits. Chez Megabox, The Boutique Suite offre un service d'accompagnement, de conciergerie et un room service permettant de commander des boissons directement depuis la salle de cinéma.

Triomphe des films animés

L'année 2023 est marquée par le succès des films d'animation au box-office, notamment ceux d'origine japonaise, particulièrement auprès des jeunes. Il apparaît que ces films sont visionnés plusieurs fois par les spectateurs au cinéma : les trois films les plus regardés à plusieurs reprises sont The First Slam Dunk, Suzume et Élémentaire.



Opportunités

L'alliance franco-coréenne depuis 2006

La Corée et la France ont conclu en 2006 un accord de coproduction permettant aux films coproduits de bénéficier des avantages et des soutiens offerts dans les deux pays, couvrant plusieurs aspects, de la production à la projection. Cet accord favorise également les échanges de professionnels du cinéma entre les deux pays. Sur le plan financier, chaque pays doit contribuer à hauteur d'au moins 20 % et au plus 80 % de l'investissement total. La coopération exige une compréhension approfondie des cultures et des styles cinématographiques respectifs. Les derniers films réalisés dans le cadre de cet accord étaient le documentaire « *L'homme qui peint des gouttes d'eau* » (2021) de Oan Kim et Brigitte Bouillot, et le film « *Un Long Solo* » (2018) de Damien Manivel.



L'homme qui peint des gouttes d'eau (2021)



Une vie toute neuve (2018)

Rayonnement francophone en Corée du Sud

Parmi les distributeurs coréens, Challan et Green Narae Media se distinguent en tête du classement des distributeurs les plus favorables à la francophonie, Gree Narae Media se positionnant comme le principal promoteur des films français en Corée du Sud, avec un cumul plus de 365.000 entrées de 2018 à 2022. Le secteur de la distribution indépendante reste également dynamique et fidèle aux productions françaises. Parmi les 24 autres entreprises qui distribuent un ou plusieurs films français, plusieurs sont des partenaires de longue date tels que Jinjin Pictures, AtnineFilm, First Run ou Pancinema.

Le cinéma français est souvent mis à l'honneur dans les festivals de films, comme en témoigne les nombreuses sélections d'œuvres françaises chaque année aux prestigieux Festival international du film de Jeonju, Festival international du Film Fantastic de Bucheon, DMZ Docs, et Festival International du Film de Busan. Ce dernier, le plus important festival d'Asie qui se tient chaque année en octobre, met à l'honneur plus d'une quarantaine de films français dans les différentes sections programmées, la France y étant souvent le pays le mieux représenté après la Corée du Sud. À ces occasions les talents des films sont souvent invités, comme Luc Besson et Bertrand Bonello au BIFF en 2023. La Corée offre également un unique festival de film français : le Jeju French Film Festival sur l'île de Jeju au mois de novembre.

Sources :

- KOFIC, KoBiz, 2024
- Dossier Unifrance, Corée du Sud, 2023



Dispositifs de soutien (1/2)

Les aides sélectives à la distribution à l'étranger

Dans le but de contribuer à renforcer et à renouveler les stratégies de distribution à l'étranger des œuvres cinématographiques françaises, Unifrance, avec le soutien financier du CNC, a décidé de mettre en place un dispositif d'aide à la distribution des films français à l'international. Ce dispositif s'adresse à des distributeurs, personnes morales, établies hors de France qui détiennent les droits de distribution ou d'exploitation d'une œuvre éligible. Les aides sont accordées par décision du directeur général d'Unifrance après avis de la « commission d'aide à la distribution à l'étranger » composée de professionnels, et peuvent aller jusqu'à 30.000 €.

L'aide individuelle à la promotion (AIP)

L'AIP est une aide à l'attention des membres d'Unifrance destinée à soutenir la présence des programmes français sur les grands marchés et festivals internationaux. Pour les distributeurs d'œuvres audiovisuelles, l'AIP peut être mobilisée à l'occasion de tout événement d'envergure internationale, sauf lorsqu'Unifrance y propose une offre dédiée (pavillon, délégation ou offre négociée). Pour les producteurs (cinéma et audiovisuel), l'AIP peut être mobilisée à l'occasion de tout événement international, sauf lorsqu'Unifrance y propose une offre qui leur est dédiée (délégation ou offre négociée), hors pavillon. Ce dispositif permet de bénéficier du remboursement jusqu'à 50 % des frais liés à la prospection sur un marché ou un festival. Le plafond est de 1.500 € par société, dans la limite de 6 opérations par an.

Les aides d'Unifrance au court-métrage dans le monde

Lancée à titre expérimental en 2016 avec le CNC et pérennisée en 2022 par Unifrance, cette aide vise à renforcer le soutien à la promotion internationale des films courts et à la structuration du secteur de la vente à l'international. Y sont éligibles les courts-métrages français et les coproductions, majoritaires et minoritaires, y compris en langue étrangère. L'aide permet la prise en charge de certains frais techniques (fabrication, duplication, transport, projection) et de promotion (traduction, doublage, sous-titrage, marketing, publicité, recours à un attaché de presse, recours à un traducteur, frais d'inscription dans un festival étranger, frais de voyage).

Incitation au tournage en Corée pour les producteurs étrangers

Le KOFIC (Korean Film Council) propose un fond d'incitation à la localisation des tournages qui remboursent de 20 % à 25 % des dépenses engagées lorsqu'une production audiovisuelle (film ou série, documentaire, animation) étrangère ou coproduite avec la Corée est tournée en Corée. Pour les tournages de plus de 10 jours avec des dépenses supérieures à 572.103€, le remboursement est de 25 % (plafonné à 214.539 €). Pour les tournages de plus de 5 jours avec des dépenses entre 71.513 € et 572.103 €, le remboursement est de 20 % (plafonné à 114.421 €). Pour être éligible, l'entreprise étrangère doit avoir conclu un contrat avec une société coréenne pour le tournage, pouvoir justifier d'au moins 71.513 € de dépenses, et le tournage doit se dérouler en Corée pendant au moins 5 jours. Les films d'animation, les publicités, les événements sportifs et les programmes éducatifs ne sont pas éligibles au programme.

Sources :

- Statista, *Film Industry in South Korea*, 2022
- Ina, *La Revue des médias, Le cinéma en Corée du Sud – Histoire d'une exception culturelle*, 2021
- Xerfi, *L'industrie mondiale du divertissement*, 2021
- KOFIC, *2024 Location Incentive*, 2024



Dispositifs de soutien (2/2)

Les aides proposées par la Seoul Film Commission

La Seoul Film Commission (SFC) est une organisation créée dans le but de soutenir les activités de production cinématographique et de promouvoir Séoul comme destination de tournage. La SFC propose une gamme de services comprenant des programmes de formation pour les producteurs coréens ainsi que des initiatives de soutien destinées aux salles de cinéma spécialisées dans les films indépendants. Quatre dispositifs de soutiens sont accessibles aux productions étrangères :

Production Cost Support

Le Production Cost Support est un dispositif offrant un remboursement de frais pouvant aller jusqu'à 30 % du coût total (plafonné à 214.538 €) pour des projets tournés à Séoul. Ce dispositif est destiné aux producteurs ou sociétés de production de toutes nationalités, qui :

1. Développent un projet nécessitant a minima 4 jours de tournage à Séoul ;
2. Sont impliqués dans une coproduction internationale, ou impliquant la Corée du Sud ;
3. Développent un projet d'une durée minimale de 60 minutes ;
4. Produisent des longs-métrages, des documentaires, des séries télévisées ou des séries web ;
5. Ont signé un contrat de distribution.

Location Scouting Support

Le Location Scouting Support permet de couvrir des frais de prospection à Séoul en prenant en charge des billets d'avion aller-retour pour deux personnes, des frais d'hébergement (plafonnés à 858 €), des services logistiques, et la location d'une voiture pendant 3 jours. Ce programme est accessible aux producteurs ou sociétés de production de toutes nationalités ayant pour projet de tourner un film à Séoul, d'une durée minimale de 60 minutes. Les projets bénéficiant déjà du soutien du programme Production Cost Support ne sont cependant pas éligibles au Location Scouting Support.

Seoul Screenplay Development Support

Le Seoul Screenplay Development Support permet de couvrir des frais liés au développement d'un scénario : billets d'avion aller-retour pour deux personnes, location d'un espace de travail à Séoul pour l'écriture du scénario, pour une durée maximale de 30 jours. Ce dispositif s'adresse aux réalisateurs, producteurs et scénaristes étrangers prévoyant de séjourner à Séoul pour travailler sur un projet de long-métrage, documentaire, série télévisée ou série web dont l'action se déroule à Séoul. Les candidats doivent lors de leur candidature soumettre un brouillon de scénario en coréen ou en anglais.

Filming Support

Le Filming Support permet de financer partiellement des coûts de production ainsi que des frais de repérage. La Seoul Film Commission (SFC) agit pour ce dispositif en tant qu'intermédiaire afin d'obtenir les autorisations de tournage dans des lieux publics ou dans les transports en commun. Elle fournit également un soutien logistique, en coordonnant en outre la gestion des routes, et fournissant l'équipement nécessaire pour mettre en place des barrages routiers.



Principaux événements

Nom	Création	Description
Festival International du Film de Busan (BIFF)	1996	Festival international (le plus grand d'Asie) organisé chaque année en octobre à Busan. Considéré comme l'un des plus grands festivals du film en Corée du Sud, il est engagé en faveur du nouveau cinéma d'auteur et promeut des nouveaux talents. Il permet par ailleurs d'être éligible aux Oscars. Il accueille également le Asian Contents and Film Market (ACFM), marché du film du festival, créé en 2006.
Jeonju International Film Festival (JIFF)	2000	Festival organisé annuellement au mois de mai à Jeonju. Il présente des films indépendants et expérimentaux et met l'accent sur des parcours alternatifs au sein de l'art cinématographique contemporain.
Festival International du film d'animation de Bucheon (BIAF)	1999	Festival international d'animation, organisé chaque année en octobre à Bucheon, qui a pour but de diffuser le charme du genre animation et se développer en tant qu'expert du film d'animation en Asie. Il permet d'être éligible aux Oscars.
Festival International du film fantastique de Bucheon (BIFAN)	1997	Le Festival International du film fantastique de Bucheon est organisé chaque année en juillet et est spécialisé dans les films d'horreur, thrillers et films fantastiques sud-coréens et internationaux.
Seoul International Pride Film Festival (PRIDE)	2011	Festival organisé annuellement au mois de novembre à Séoul. Plus grand festival de cinéma queer de Corée, le festival présente des films autour des thématiques LBTQIA+. En 2021, 124 films de 32 pays y étaient programmés, y compris des films français tels que <i>Famille tu me hais</i> (2020) de Gaël Morel et <i>Tout s'est bien passé</i> 2021 de François Ozon
Busan International Short Film Festival (BISFF)	1980	Le Busan International Short Film Festival est organisé chaque année pour explorer le potentiel des courts métrages coréens. Son objectif principal est de présenter et de développer ces courts métrages coréens à l'échelle mondiale.
DMZ Docs	2009	DMZ Docs est un festival international du film qui vise à promouvoir le documentaire sur les thèmes de la paix, de la communication et de la vie. Il soutient également les documentaristes du monde entier dans leur processus de création cinématographique.
Festival du Film français de Jeju	2011	Le Festival du Film Français de Jeju est le seul festival annuel du film français en Corée. Il met en valeur la diversité et le charme du cinéma français, offrant ainsi une occasion de découvrir la culture française.

Principaux acteurs (1/3)

Les principaux acteurs publics

Nom	Description
Korean Film Council (KOFIC)	Placé sous la juridiction du ministère de la Culture, son rôle est de soutenir les films sud-coréens sur le territoire ainsi que d'accompagner leur promotion et leur visibilité à l'international.
Korean Film Producers Association (KFPA)	Une des associations professionnelles de référence des producteurs de cinéma en Corée du Sud. Elle représente plus d'une soixantaine de studios de cinéma.
Producers Guild of Korea (PGK)	Une des associations professionnelles de référence des producteurs de cinéma en Corée du Sud.
Directors Guild of Korea (DGK)	Association professionnelle de référence des réalisateurs de films en Corée du Sud.
Korean Buyers & Distributors of Foreign Films (KBDF)	Association professionnelle de référence des acheteurs et vendeurs de films étrangers en Corée du Sud.

Sources :

- Statista, *Film Industry in South Korea, 2022*
- Site officiel des événements
- Site officiel des acteurs

Secteur cinéma



Principaux acteurs (2/3)

Les principaux distributeurs

Le marché des producteurs et distributeurs cinématographiques est en partie dominé par des sociétés sud-coréennes (CJ, Lotte, NEW). Cependant, on remarque toutefois la présence non-négligeable des grandes majors du cinéma américain (Disney, Warner Bros., Universal Studios, Sony Pictures).

Distributeur	Part de marché	Description	Films notables
MEGABOX PLUS M	16,7 %	Société de divertissement fondée en 2014. Producteur, distributeur et vendeur de films et séries télévisées.	<i>12.12: The Day (2023)</i> - <i>Hunt (2022)</i>
DISNEY DISTRIBUTION	16,4 %	Société américaine fondée en 1923. Elle s'est étendue progressivement pour devenir le premier groupe de divertissement dans le monde.	<i>Elemental (2023)</i> - <i>Avatar 2 (2022)</i>
LOTTE ENTERTAINMENT	11,5 %	Société de production et distribution de films fondée en 2003, sous-distributeur du studio américain <i>Paramount Pictures</i> en Corée du Sud.	<i>Top Gun: Maverick (2022)</i> - <i>Along With The Gods (2017)</i>
NEXT ENTERTAINMENT WORLD	9,6 %	Société de production et distribution cinématographique fondée en 2008 par l'ancien président de Showbox Kim Woo-Taek.	<i>MONSTER (2023)</i> - <i>Dernier train pour Busan (2016)</i>
UNIVERSAL PICTURES	7,9 %	Société de production cinématographique américaine qui a produit et distribué nombre de succès internationaux.	<i>Jurassic World Dominion (2022)</i> - <i>Parasite (2019)</i>
CJ E&M	6,3 %	Filiale de CJ Corporation, entreprise majeure de divertissement et de médias de masse en Corée du Sud.	<i>Decision to Leave (2022)</i> - <i>Oldboy (2003)</i>
SHOWBOX / MEDIAPLEX	5,7 %	Société de production et distribution de films parmi les plus importantes en Corée du Sud. Créée en 1996, elle se lance dans la distribution à partir de 2002.	<i>Emergency Declaration (2022)</i> - <i>I Saw The Devil (2010)</i>
ABO Entertainment	4,1 %	Société coréenne de petite et moyenne taille fondée en 2019, spécialisée dans la distribution de films.	<i>The Roundup (2022)</i>
MINDMARK INC	2,9 %	Filiale de Shinsegae créée en 2020: Elle a acquis des sociétés de production telles que Silkwood et Studio 329.	<i>Brave Citizen (2023)</i> - <i>Love Reset (2023)</i>
WARNER BROS. ENTERTAINMENT	2,2 %	Société américaine de production et de distribution pour le cinéma et la télévision. Fondée en 1923, elle est le deuxième distributeur mondial.	<i>The Batman (2022)</i> - <i>Champion (2018)</i>

Les principaux producteurs

Nom	Création	Description	Films notables
Barunson E&A	1996	Filiale de Barunson, Barunson E&A est une société spécialisée dans la production et la distribution de films, séries et contenus audiovisuels.	<i>Parasite (2019)</i> - <i>Mother (2009)</i>
Showbox	1999	Showbox est une société de production et de distribution de films figurant parmi les plus importantes en Corée du Sud.	<i>Exhuma (2024)</i> - <i>Emergency Declaration (2022)</i>
HB Entertainment	2006	Entreprise coréenne de divertissement, spécialisée dans la production de séries et de films.	<i>Confidential Assignment (2017)</i> - <i>Always (2011)</i>
JK Film	2002	Filiale de CJ ENM, JK Film est l'un des principaux producteurs de films en Corée du Sud.	<i>Haeundae (2009)</i> - <i>The Spy: Undercover Operation (2013)</i>
Sanai Pictures	2012	Filiale de Kakao Entertainment, Sanai Pictures est connue pour sa spécialisation dans la production de films des genres policier et noir.	<i>New World (2013)</i> - <i>Hunt (2022)</i>
Hive Media Corp	2014	Hive Media Corp est une société de production cinématographique. Fondée en 2014, elle est surtout axée sur la production de films historiques.	<i>Deliver Us from Evil (2020)</i> - <i>12.12: The Day (2023)</i>
Filmmaker R&K	2005	Société de production fondée par le réalisateur Ryoo Seung-wan, et son épouse Kang Hye-jung, principalement pour ses propres films.	<i>EXIT (2019)</i> - <i>Svaha: The Sixth Finger (2019)</i>

Sources :

- KOFIC, December 2023 Summary of the Korean Film Industry, 2024
- JOBKOREA, Company information, 2024

Secteur cinéma



Principaux acteurs (3/3)

Les multiplexes

Nom	Création	Description
CGV	1999	Plus grande chaîne de multiplexes coréenne, CGV propose une variété de salles de cinéma spéciales telles que 4DX, IMAX et ScreenX, ainsi que des services haut-de-gamme comme le « CINE de CHEF », afin d'offrir au public une nouvelle expérience au cinéma. En plus de son expansion en Corée, l'entreprise s'est développée à l'international, notamment aux États-Unis, en Chine et au Vietnam.
Megabox	1999	Fondée en 1999, Megabox dispose en 2024 de 109 salles de cinéma en Corée. Dans certains de ses cinémas, Megabox propose des services offrant une expérience spéciale, tels que le « COMFORT CINEMA » équipé de sièges plus confortables. En plus des projections de films, Megabox organise également divers événements culturels et des conférences.
Lotte Cinema	1999	Filiale de Lotte Cultureworks (anciennement Lotte Entertainment), Lotte Cinema est la deuxième plus grande chaîne multiplexe coréenne en termes de nombre de cinémas. Ils sont principalement situés à l'intérieur ou à proximité des magasins Lotte Department Store ou Lotte Mart. Ils sont de manière générale plus présents en région, en particulier à Busan.

Les salles de cinéma indépendantes

Nom	Création	Description
Indiespace	2007	Situé à Mapo-gu, Séoul, Indiespace est le premier cinéma coréen dédié aux films indépendants. Il offre au public un espace pour découvrir des films indépendants et uniques, qui ne sont pas souvent présents dans les grandes chaînes multiplexes.
Seoul Art Cinema	2002	Géré par The Korean Association of Cinematheques, le Seoul Art Cinema est un espace culturel unique qui projette plus de 500 films chaque année et attire plus de 60.000 visiteurs grâce à des programmes spéciaux tels que des expositions et des projections de films indépendants.
Artnine	2013	Artnine est une salle d'art et d'essai de l'arrondissement à Séoul. Art Nine dispose de deux salles équipées d'un son de haute qualité, avec des écrans inclinés pour une meilleure expérience. Misant sur une programmation de films indépendants, d'art et d'essai ainsi que de classiques, elle propose régulièrement des événements : rencontres avec le public, avant-premières. Artnine appartient au groupe Megabox.
Arthouse Momo	2008	En plein cœur du campus de la Ewha Woman's University à Séoul, Arthouse Momo est un écrin culturel au design innovant signé par le célèbre architecte français Dominique Perrault. Ce cinéma, avec ses deux écrans et ses 140 places, s'est rapidement imposé comme un lieu de prédilection pour les étudiants, les professeurs et le grand public. Équipée du même matériel de projection que l'ancien Kodak Theater de Los Angeles, Arthouse Momo garantit une qualité d'image exceptionnelle, faisant d'elle une destination incontournable pour les cinéphiles séoulites.
Emu Cinéma	2015	Emu Artspace est un complexe culturel ouvert en 2010 composé d'un café, d'une galerie d'art, d'une salle de concerts, d'un rooftop et d'un cinéma. Emu Cinema, ouvert en 2015, est composé de deux salles arts et essai d'une cinquantaine de places. Emu Cinema programme des films étrangers, d'art et d'essai, ainsi que des films coréens avec sous-titres anglais, et intervient également comme distributeur.

Sources :

- Statista, Film Industry in South Korea, 2022
- Site officiel des événements
- Site officiel des acteurs

Secteur cinéma



Les essentiels



Les habitudes du public pour la salle contrariées par la pandémie au bénéfice des plateformes OTT

Le public coréen est traditionnellement caractérisé par une forte fréquentation des salles de cinéma, avec une moyenne de 2,44 films vus par personne sur l'année 2023, malgré un maillage des salles de cinéma inégal car très concentré dans les grandes métropoles. Cette habitude a toutefois été perturbée par la pandémie de COVID-19 qui a stimulé l'essor d'autres modes de consommation de contenus, et notamment celui des plateformes OTT.



Une intégration des nouvelles technologies rapides dans les salles de cinéma

Les salles de cinéma en Corée sont en grande majorité des multiplexes qui peuvent consentir à d'importants investissements pour offrir des expériences fortes aux spectateurs, en n'hésitant pas à utiliser les nouvelles technologies (VR, 4DX, 4k, salles à thème, etc.).



Un cinéma coréen privilégié par la population locale et fortement promu à l'international

Le cinéma coréen reste majoritaire en Corée du Sud (plus de 50 % de part de marché). Ce dernier est par ailleurs très promu à l'international par les pouvoirs publics via des politiques de *soft power*. Enfin, la présence de bonnes écoles de cinéma formant notamment de très bons techniciens (comme la KAFA) permettent de pouvoir compter sur des équipes locales.



Une consommation de cinéma étranger principalement tournée vers les États-Unis

La consommation de cinéma étranger est principalement tournée vers les *blockbusters* américains. En 2022, la part de marché des productions issues des États-Unis était de plus de 39 %.



Un cinéma français pour autant apprécié

Malgré une part de marché autour de 0,2 % en 2023, le cinéma français est valorisé en Corée, notamment du fait de l'admiration encore prégnante pour les films et les cinéastes de la Nouvelle Vague et d'une appétence pour l'esthétique et l'art de vivre à la française. Une Académie France-Corée du cinéma a été lancée en 2022 entre le CNC et le KOFIC pour faciliter les échanges entre professionnels du cinéma coréens et français.



Une forte influence du public sur les films à l'affiche

Le public coréen est particulièrement attentif au respect de l'intégrité de l'image de leur pays. Des systèmes de notation puissants sont mis en œuvre, et influencent largement le public. Des contenus sont également régulièrement déprogrammés du fait d'accusation de distorsions historiques (cf. *Joseon Exorsist*) ou de scandales liés à la vie privée des comédiens.

Éléments culturels clés



Une filiale ou des partenaires locaux nécessaires pour construire un réseau et développer ses opportunités

Malgré une dimension *business* très forte, l'économie coréenne privilégie le relationnel au transactionnel. La présence sur le territoire est un atout indispensable pour développer son réseau et construire des relations de confiance dans le secteur visé avant de pouvoir s'y développer économiquement.



Une bonne compréhension de la culture coréenne fortement recommandée

La bonne compréhension des codes et de la culture coréenne est indispensable pour fluidifier la relation partenariale. Bien que se développant, l'usage de l'anglais est encore modéré en Corée du Sud. L'apprentissage de quelques mots de coréen est un plus.



Un territoire et des secteurs fortement financiarisés

Les secteurs des Industries culturelles et créatives sont fortement financiarisés et les acteurs en présence ont les moyens de débloquer de larges plans d'investissement et des financements forts pour un développement à long termes, parfois plusieurs dizaines d'années.



Un système hiérarchique vertical et soumis à de nombreuses strates de validation

L'organisation du travail en Corée du Sud réside encore largement sur la verticalité (observation néanmoins à nuancer chez les nouveaux acteurs du numérique par exemple). La culture du *Pali Pali* (vite-vite en français) et ses arbitrages très rapides et verticaux existe également néanmoins et peut entraîner des accélérations brutales dans la prise de décision.



Une puissance du *soft power* européen à relativiser, des ajustements culturels à consentir

Sensible à l'histoire et à la culture occidentale, la Corée est en capacité d'adhérer à des créations et contenus inspirés de l'héritage européen, même s'il convient de ne pas surestimer leur attrait inné pour un public par ailleurs très friand de productions locales, et asiatiques. Les contenus doivent impérativement être adaptés aux codes et à l'esthétique coréenne, et apporter une plus-value vis-à-vis des productions coréennes.

Liens utiles

[Cartographie des ICC Coréennes par l'Ambassade de France en Corée du Sud](#)

[The Evolving Landscape of Korean Cinema \(2023\)](#)

[Unifrance, Bilan cinéma 2022 – Corée du Sud](#)

[Seoul Film Commission](#)

Sources :

- Statista, *Film Industry in South Korea*, 2022
- KOCCA, 2024
- Xerfi, *L'industrie mondiale du divertissement*, 2021
- Dossier Unifrance, *Corée du Sud*, 2023