

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

Secteur presse



## Historique du secteur

Les premiers titres de presse apparaissent en Corée du Sud à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, en tant que médias officiels du gouvernement. Il faut attendre les années 1920 et l'occupation japonaise pour que les titres historiques *Chosun Ilbo*, *Dong-A Ilbo* et *JoongAng Ilbo* fassent leur apparition. Journaux dissidents et de résistance, ils sont démantelés en 1940 par l'occupant japonais et ne referont leur apparition que pendant les années 1950, vivant néanmoins des heures difficiles jusqu'au début des années 1980 et la fin du régime totalitaire de Park Chung-hee.

Depuis, l'offre de presse papier s'est considérablement diversifiée, même si elle est toujours dominée par les trois titres historiques cités ci-dessus. Ces derniers défendent une ligne conservatrice, pro-occidentale et anti-réunification. Parmi les autres grands quotidiens nationaux, on compte le *Hankook Ilbo*, le *Hankyoreh* (se distinguant par sa ligne éditoriale de gauche) ou le *Kyunghyang Shinmun* (journal indépendant aux positions progressistes). Autre particularité de la Corée du Sud, la présence d'une offre anglophone, composée de trois titres : le *Korea Times*, le *Korea Herald* et le *Korea JoongAng Daily*. En Corée, il existe également des titres de presse spécialisée couvrant divers domaines tels que le sport (*Sports Seoul*), l'économie (*Money Today*) et l'art (*Kmisul*), offrant des analyses approfondies destinées aux amateurs de ces secteurs. Cette presse spécialisée hebdomadaire représentait en 2023 42 % des tirages d'après la Korea Press Foundation.

Il existait en 2022 une centaine de journaux quotidiens différents. Comme dans le reste du monde, la concurrence avec le numérique a entraîné une baisse du nombre d'abonnements ces dernières années. Les moteurs de recherche offrant des accès aux articles de presse en ligne, que sont Naver et Daum-Kakao (et non Google, en Corée), sont en effet très populaires, notamment auprès de la jeune génération ultra connectée, en témoigne le succès du site *OhMyNews*.

## Chiffres clés



Population  
**51,69 millions d'habitants**  
Avec un taux d'alphabétisation de 99 %



Salariés du secteur de la presse en Corée du Sud  
**45.388 personnes en 2022 (+4,8 % vs. 2021)**



CA du secteur de la presse en Corée du Sud  
**3,22 milliards d'€ en 2022**



Part des emplois à temps plein  
**80,9 % soit 36.698 salariés en 2022**  
(-0,4 % vs. 2021)



Part des journaux papier dans le CA de la presse  
**82 % en 2022 soit 2,62 milliards d'€**  
(-1 % vs. 2021)



Part des femmes parmi les journalistes  
**33,5 % en 2022 (+2 % vs. 2021)**



Part du numérique dans le CA de la presse  
**18,5 % en 2022 soit 595 millions d'€**  
(+1,9 % vs. 2021)



Taux de consultation des journaux en ligne  
**69,6 % en 2023**



Part de la publicité dans le CA de la presse  
**65,5 % en 2022 soit 2,1 milliards d'€**  
(+4,9 % vs. 2021)



Plus fort tirage quotidien national  
**Chosun Ilbo avec 1,2 millions en 2021**

Le secteur de la presse en Corée est encore largement dominé par la presse papier, qui représente 82 % du chiffre d'affaires global et qui conserve un volume de tirage important. Cette dernière voit néanmoins son poids diminuer année après année, notamment du fait de l'émergence de plateformes de presse en ligne particulièrement compétitives, et dont la croissance est assez rapide (+5,8 % en quantité en 2022). La crise sanitaire a amplifié ce phénomène, avec une digitalisation accélérée des usages. Les effets de cette dernière ont également entraîné une augmentation du chiffre d'affaires de l'industrie, soit une hausse de 11 % en 2022. La part des femmes journalistes de presse reste faible, celles-ci ne représentant qu'un tiers de l'effectif global de la profession.

Sources :

- KPF, *The Korea Press Yearbook, 2022*
- KPF, *Newspaper Industry in Korea 2022, 2022*
- Korea Audit Bureau of Certification
- Agence de presse YNA
- Agence de presse Medias

## Tendances (1/2)

### Une population consommatrice de journaux papier offrant un fort pouvoir d'influence à la presse

La Corée du Sud est historiquement un pays consommateur de journaux papier. Les 3 principaux titres de presse quotidienne nationale ont longtemps été tirés à plus de 2 millions d'exemplaires chacun, ce qui les classait parmi les journaux les plus lus au monde. Aujourd'hui, malgré une chute des ventes et des tirages due au développement d'habitudes de consommation plus tournées vers le numérique, la diffusion de journaux papier reste élevée. Ils ont d'ailleurs une influence non-négligeable sur l'opinion publique et la société coréenne. Cette dernière est très politisée (plutôt à droite), en témoigne le nombre de blogs d'opinion florissant sur le web coréen, ou encore l'utilisation élevée de X et Instagram, avec plus de 20 millions d'utilisateurs sur Instagram et 4 millions sur X.



Le Chosun Ilbo, le JoongAng Ilbo et le Dong-a Ilbo, les 3 principaux titres de presse quotidienne nationale en Corée du Sud

### Des ventes des journaux papier récemment reconnues comme surestimées

En mars 2021, le gouvernement, par la voix du ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme, a fait savoir que les chiffres de ventes de la Chosun Ilbo, publiés par le Korean Audit Bureau of Certification (KABC) étaient surestimés. Selon cette enquête, 40 % des journaux déclarés comme payés étaient en fait distribués gratuitement par le biais de divers mécanismes (distribution gratuite, remises, ventes en gros, etc.). Cette augmentation artificielle des chiffres servait à justifier les tarifs publicitaires pratiqués, ainsi que les subventions étatiques reçues, basées notamment sur le tirage des journaux. Cependant, en août 2023, la police a décidé de ne pas poursuivre l'affaire faute de preuves suffisantes.

### Une liberté d'information conforme aux normes internationales malgré des pressions existantes

La Corée du Sud est une démocratie libérale qui respecte la liberté et le pluralisme des médias. Influents sur la population et la société coréenne, les organes de presse sud-coréens sont néanmoins confrontés à des pressions politiques. Selon une étude menée par le Reuters Institute en 2023, seulement 28 % des répondants coréens ont indiqué qu'ils font confiance aux médias de presse, ce qui représente une baisse de 2 % par rapport à l'année 2022. Les répondants ont attribué des notes particulièrement basses à la performance de la presse coréenne dans la représentation des personnes socialement défavorisées, dans l'évaluation du gouvernement et des personnalités publiques, ainsi que dans la surveillance des activités des entreprises. Autre sujet, l'influence des grands conglomérats sud-coréens (les *chaebols*) sur les médias du pays est considérable. D'un point de vue financier, les *chaebols* sont tout-puissants en Corée du Sud : les chiffres d'affaires combinés des 5 principaux *chaebols* du pays représentant plus de 60 % du PIB de la Corée. Ce poids des *chaebols* sur l'économie du pays leur permet d'avoir une influence directe sur les médias, notamment par le biais de la publicité, qui représentait 65,5 % du chiffre d'affaires de la presse papier en 2022. Un rapport de 2015 a mis en évidence la domination des conglomérats sur le marché publicitaire : Samsung est notamment le plus gros client de cinq des principaux journaux nationaux.

Sources :

- Agence de presse Hani, 2023
- Reuters Institute, Digital News Report 2023 – South Korea, 2023
- NordVPN
- DMCREPORT, 2024
- Agence de presse MoneyToday

# Secteur presse



## Tendances (2/2)

### L'information en ligne et les réseaux sociaux, contrepoids de la presse traditionnelle



Classement de l'Apple Store coréen (avril 2024)

Depuis le début des années 2000, un paysage médiatique en ligne plus autonome s'est développé en Corée du Sud, illustré par l'ascension de OhMyNews. Ce site d'actualités, connu pour son credo « chaque citoyen est un journaliste », capte l'attention de millions de visiteurs chaque jour. Parallèlement, l'essor des réseaux sociaux a enrichi l'éventail des moyens disponibles pour l'accès à l'information.

Newneek, une entreprise novatrice axée sur la diffusion d'actualités numériques, s'est distinguée par son offre de newsletters et son application mobile. Depuis son lancement en décembre 2018, Newneek a su s'imposer comme un acteur majeur en Corée du Sud en s'inspirant du succès des newsletters, à l'image de Substack aux États-Unis. La société se félicite de compter 590.000 abonnés, mettant en avant un des taux de lecture les plus élevés du pays. Son application occupe la deuxième place des applications d'actualités les plus téléchargées sur l'App Store.

60 % de la population utilise au moins un réseau social en Corée du Sud, et ce taux monte à 90,6 % pour les millenials. Les coréens consacrent en moyenne 1h par jour aux réseaux sociaux. Les services les plus prisés incluent KakaoTalk, Instagram, Facebook et X (anciennement Twitter), tandis que YouTube demeure la plateforme vidéo de prédilection, avec une consommation moyenne mensuelle de 40 heures.

### La baisse des revenus publicitaires à l'ère des datas

Le secteur de la presse en Corée est en recherche de nouveaux modèles de financements. La baisse des revenus issus de la publicité, source principale de revenus jusqu'ici, représente un défi majeur. Pour y faire face, les groupes de presse cherchent à développer leur base d'abonnés en ligne, et la collecte de données personnelles, afin de générer de nouveaux revenus.

### La montée en puissance des formats vidéo courts

Le marché coréen de la presse a en 2024 confirmé l'avènement de l'économie de plateforme et YouTube est devenu un acteur dominant du secteur. La croissance des plateformes vidéo et des réseaux sociaux, axée sur des formats courts comme les Reels sur Instagram, devrait se poursuivre : d'après un sondage de 2023, 13,7 % des Coréens indiquent utiliser des formats courts pour se renseigner sur l'actualité.



Page Instagram de JTBC News



Page YouTube des agences de presse

- Sources :
- Korea Press Foundation
  - Publishinstitute
  - Images: Agence de presse Mediatoday et AP News



## Principaux acteurs (1/2)

### Les principaux titres de presse quotidienne nationale

Nom	Tirage en 2020	Description
Chosun Ilbo	1 001 240	Un des trois principaux quotidiens sud-coréens, de sensibilité conservatrice, fondé en 1920 pendant l'occupation japonaise de la Corée. Le Chosun Ilbo est le journal ayant le plus fort tirage en Corée du Sud, il est donc particulièrement influent. L'équipe du quotidien publie également un hebdomadaire, <i>Chugan Chosun</i> .
Dong-a Ilbo	705 198	Un des trois principaux quotidiens sud-coréens, de sensibilité conservatrice, fondé en 1920 pendant l'occupation japonaise de la Corée. Le Dong-A Ilbo est la société mère du Dong-A Media Group, composé de 16 filiales, dont des sites d'information, d'actualité sportive et Channel A, une société de radiodiffusion.
JoongAng Ilbo	582 552	Un des trois principaux quotidiens sud-coréens, de sensibilité conservatrice, fondé en 1965 par le fondateur du groupe Samsung. Le quotidien est également disponible dans une version en anglais, nommée le <i>Korea Daily</i> .
Munhwa Ilbo	181 120	Quotidien fondé en 1990, appartenant autrefois à Hyundai qui en abandonne le contrôle après la crise financière de 1997, de tendance conservatrice et anticommuniste.
Kukmin Ilbo	58 730	Quotidien fondé en 1988, appartenant à Kukmin Cultural Foundation. Affilié à la droite chrétienne conservatrice, il couvre un large éventail de sujets sociaux, politiques, économiques et culturels.

### Le top 5 de la presse spécialisée

Nom	Tirage en 2020	Description
Maeil Kyungjae	555 149	Fondé en 1966, il est le plus grand journal économique en Corée en termes de tirage, avec une distribution de plus de 700.000 exemplaires. Il est considéré comme le principal journal économique du pays et entretient une relation de rivalité avec le <i>Hanguk Kyungjae</i> .
Hanguk Kyungjae	357 596	Journal maintenant sa position de leader en termes de bénéfices nets, il a conclu un partenariat exclusif avec le <i>Wall Street Journal</i> et propose un service de consultation du contenu original du <i>Wall Street Journal</i> via son application.
Sports Dong-a	82 352	Quotidien filiale du <i>Dong-a Ilbo</i> , spécialisé dans les sports et le divertissement, il a été fondé en 2008 et se distingue par son approche différenciée dans le domaine du journalisme sportif.
Sports Seoul	65 362	Spécialisé dans les domaines du sport et du divertissement, <i>Sports Seoul</i> a été fondé en 1985 en tant que filiale de <i>Seoul Shinmun</i> . Il joue également un rôle actif dans l'organisation d'événements sportifs, tel que le 2024 Seoul Shinmun Half Marathon.
Sports Chosun	63 450	Fondé en 1990, <i>Sports Chosun</i> est une filiale du <i>Chosun Ilbo</i> . Avec ce dernier, <i>Sports Chosun</i> co-organise des événements sportifs tels que le Chuncheon Marathon et Cheongryonggi National High School Baseball Championships et entretient également un partenariat avec le journal sportif japonais <i>Sports Nippon</i> .

### Les titres de presse quotidienne disponibles en anglais

Nom	Description
The Korea JoongAng Daily	Propriété du <i>JoongAng Ilbo</i> . Le journal, qui est publié avec une édition quotidienne du <i>New York Times</i> , est situé dans les bureaux principaux du <i>JoongAng Ilbo</i> à Seosomun-ro à Séoul.
The Korea Herald	Quotidien de langue anglaise fondé en 1953. La rédaction est composée d'écrivains et de rédacteurs coréens et internationaux, avec une couverture médiatique supplémentaire provenant d'agences de presse internationales telles que l' <i>Associated Press</i> . Le <i>Korea Herald</i> est exploité par <i>Herald Corporation</i> qui publie également <i>The Herald Business</i> , un quotidien économique en coréen, <i>The Junior Herald</i> , un hebdomadaire en anglais pour adolescents et <i>The Campus Herald</i> , un hebdomadaire en coréen destiné aux étudiants universitaires.
The Korea Times	Le <i>Korea Times</i> est le plus ancien des trois journaux de langue anglaise publiés quotidiennement en Corée du Sud. Il s'agit du journal frère du <i>Hankook Ilbo</i> , grand quotidien en langue coréenne. Tous deux appartiennent à Dongwha Enterprise. Il ne faut pas le confondre avec le journal coréen du même nom basé à Los Angeles, aux États-Unis, qui s'adresse à la communauté coréano-américaine.





## Principaux acteurs (2/2)

### Les entreprises de presse proposant du contenu en français

Nom	Description
KBS World Radio	KBS World Radio est une station de radio sud-coréenne dont les programmes sont diffusés à travers le monde. Elle a été créée en 1953. L'objectif de cette station est de présenter la vie coréenne au reste du monde, via notamment une offre en français, et de donner des informations aux 5,7 millions de Coréens vivant à l'étranger.
Yonhap News Agency	Yonhap est la plus grande agence de presse en Corée du Sud, entreprise à caractère semi-public. Elle fournit principalement les différents médias sud-coréens en dépêches, articles et photographies. Yonhap possède par ailleurs une chaîne télévisée spécialisée dans l'information en continu, <i>news Y</i> , et une société de statistiques et d'informations financières, <i>Infomax</i> . L'agence publie aussi des informations à l'attention des médias étrangers en anglais, chinois, japonais, arabe, espagnol et français.

### Les principaux titres de presse en ligne

Nom	Description
Chongbo Tongshin Shinmun	Journal sud-coréen en ligne créé en 2000 et spécialisé dans la technologie de l'information et de la communication. La KICA ( <i>Korea Information &amp; Communication Contractors Association</i> ) en est le principal actionnaire.
Daily Hankook	Anciennement <i>Hankook Ilbo</i> , créé en 1964, situé politiquement au centre. Rebaptisé <i>Daily Hankook</i> en mai 2014, devenant un journal en ligne mis à jour quotidiennement.
EBN	Un des premiers titres sud-coréens entièrement créé pour Internet. Bulletin d'information plus que journal d'opinion, il traite depuis sa création, en 2000, de l'actualité de l'industrie par secteur.
Newneek	Startup qui diffuse des actualités numériques via ses newsletters et son application mobile, offrant contenu exclusif, analyses, et espace communautaire, et se distingue par un nombre élevé d'abonnés et une forte popularité depuis son lancement en 2018.
NewsOne	Créé en 1999, ce journal en ligne de type généraliste est toutefois centré sur l'économie et le tourisme. Les collectivités locales, leurs spécialités et leurs actualités sont mises en valeur.
OhMyNews	Créé en 1999, le site est aujourd'hui l'un des organes de presse les plus influents en Corée du Sud. Quelques journalistes développent les actualités et des non-professionnels écrivent sur divers sujets de la vie quotidienne.

### Les principales entreprises de presse magazine

Nom	Description
Changjakkwa Pipyong	Fondée en janvier 1966, une des plus anciennes revues littéraires qui existe aujourd'hui en Corée du Sud. Elle a contribué à faire connaître un grand nombre d'écrivains.
Designhouse Inc.	Fondée en 1976, Designhouse Inc. est une société de média qui publie des magazines mensuels et des ouvrages visant à l'amélioration de la qualité de vie par le biais du design, de la culture et de l'art.
DongaScience	DongaScience est une entreprise qui édite des magazines de vulgarisation scientifique. Elle publie Science Donga, le principal magazine scientifique mensuel, et depuis 22 ans, le bihebdomadaire Children Science Donga, et contribue au contenu scientifique du DongA Ilbo et de son journal en ligne.
Hankyung Business	Créé en 1995, le magazine publie chaque semaine des articles de fond sur l'économie, la politique économique et la stratégie de gestion des entreprises.
Kaya Media	Kaya Media est un groupe d'édition de magazine éditant notamment MotorTrend, un magazine spécialisé dans l'automobile. Le groupe édite également Neighbor Magazine, un titre <i>lifestyle</i> touchant aux thématiques de mode, horlogerie, bijoux et beauté.
Munhak Sasang	Magazine littéraire créé en octobre 1972, a d'abord appartenu aux éditions Samsung avant la création d'une maison d'édition éponyme. La revue est l'organisatrice des prix littéraires en Corée.
Seoul Cultural Publishers	Seoul Cultural Publishers a été créé en 1988 et publie actuellement deux hebdomadaires, deux bi-hebdomadaires et sept mensuels, ainsi que 850 livres par an. Ces publications comprennent des livres de fiction et de non-fiction, des livres pour enfants et des bandes dessinées.
Sisa Journal	Indépendant et centriste, il a été lancé en 1989. Longtemps seul en tête des magazines sud-coréens, il a été récemment rejoint par ses concurrents, Hankyoreh21 et Chugan Chosun.

Sources :

- Reporter Sans Frontière, Classement de la liberté de la presse, 2021
- INA, La revue des médias, Les médias en Corée du Sud : un paysage très spécifique, 2020
- Korea Times, divers articles, 2021
- Agence de presse Yonhap, divers articles, 2021
- Industry Survey, Korea Press Foundation, 2020

## Secteur presse



### Principal événement

#### Journalism Week

La semaine du journalisme, organisée par la Fondation de la Presse Coréenne (KPF), est l'un des événements de référence de la presse en Corée. Durant une semaine, l'ensemble de la profession se rassemble pour échanger, débattre et penser le futur de la presse et du journalisme en Corée du Sud. L'événement accueille également des invités internationaux et décerne des prix d'excellence à des journalistes ayant produit des reportages d'importance en Corée ou dans le monde.



Journalism Week de Séoul

### Opportunités

#### La Bourse Kwanhun-KPF

Issue de la collaboration entre le club de journalistes Kwanhun et la Fondation de la Presse Coréenne (KPF), cette bourse permet à des journalistes de pays partenaires de la Corée du Sud de découvrir la Corée du Sud, de venir y travailler ou d'intervenir dans des débats d'experts. L'objectif de cette bourse est de faciliter et d'encourager la couverture de l'actualité coréenne à l'international, notamment en termes de culture et de société. La Fondation de la Presse Coréenne organise par ailleurs des « échanges » journalistiques permettant d'accueillir des journalistes de pays partenaires en Corée et inversement.

#### ELLE Magazine et Marie Claire, des exemples de magazines en Corée du Sud

ELLE, lancé en France en 1945, est aujourd'hui le média de mode *leader* dans le monde, avec environ 30 millions de lecteurs. En Corée, il est depuis son lancement en 1992 (racheté en 2012 par Hearst-Joongang) le premier magazine de mode international. Depuis plus de 30 ans, il s'est imposé comme une référence de la mode et de l'élégance en Corée du Sud. Publié mensuellement, le magazine est tiré à plus de 80.000 exemplaires en 2022. Il réunit également 3,2 millions d'abonnés sur Instagram et affiche 1,4 millions de visiteurs uniques et 12 millions de pages vues sur son site. Autre groupe de presse à succès en Corée du Sud, Marie Claire a lancé son magazine mensuel en 1993 et le conserve dans son giron depuis. Il est aujourd'hui tiré à 55.000 exemplaires et réunit 3,2 millions d'abonnés sur ses réseaux sociaux. Ces deux magazines mettent souvent en couverture des stars coréennes pour attirer les fans, et il n'est pas rare que les exemplaires soient en rupture de stock.



Numéros de ELLE Korea



Numéros de Marie Claire Korea

#### Le référencement auprès d'UNI-Press

L'association UNI-Press a pour vocation d'assurer la promotion de la culture et de la langue française dans le monde. Trait d'union entre les publications adhérentes et les millions de francophones du monde entier, UNI-Press mène des actions en faveur de la représentation et de l'expansion de la presse française dans toutes les parties du globe. Chaque année, UNI-Press permet ainsi à environ 600 publications françaises, grand public et spécialisées, d'accroître leur notoriété et leur diffusion dans plus de 190 pays, dont la Corée du Sud.

Sources :

- Reporter Sans Frontière, Classement de la liberté de la presse, 2021
- INA, La revue des médias, Les médias en Corée du Sud : un paysage très spécifique, 2020
- Korea Times, divers articles, 2021
- Agence de presse Yonhap, divers articles, 2021
- Industry Survey, Korea Press Foundation, 2020

# Secteur presse



## Les essentiels

### Une consommation forte de titres historiques

Malgré une diminution des ventes papier, les grands succès de la presse coréenne restent des titres historiques et locaux (notamment les trois quotidiens Séoulites).

### Une transformation des habitudes de consommation du lectorat traditionnel de la presse papier

Le public traditionnel se transforme peu à peu en consommateur d'information en ligne, qu'elle soit écrite (Naver, Kakao-Daum, etc.) ou filmée (YouTube, Afreeca TV, etc.). Ce changement de comportement est en partie explicable par un scepticisme croissant envers les médias traditionnels, notamment du fait de la mainmise des conglomérats et des milieux politiques sur les grands groupes de presse.

### Un secteur traditionnel encore à la traîne concernant sa transformation numérique

La progression très rapide des usages numériques a largement affecté les ventes et les niveaux de distribution de la presse papier. De plus, la presse écrite papier coréenne a du mal à se renouveler car elle ne propose pas d'abonnements en ligne, comme le fait la presse française, par exemple.

### Une appétence pour la culture française ouvrant des opportunités de thématiques éditoriales à succès

On note une appétence et une admiration du public coréen pour l'art de vivre à la française, notamment pour l'industrie de la mode, du design, du *lifestyle*, de la beauté et du luxe.

## 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.

### Une forte influence de l'opinion publique et des réseaux sociaux sur la presse

Le public coréen est particulièrement attentif au respect l'intégrité de l'image de leur pays. Des systèmes de *reviews* puissants sont mis en œuvre et influence largement l'opinion publique. Les réseaux sociaux ont profondément transformé les rapports entre la presse et le public comme le montre la révolution des bougies de 2016.

## Liens utiles

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

Sources :

- Reporter Sans Frontière, Classement de la liberté de la presse, 2021
- INA, La revue des médias, Les médias en Corée du Sud : un paysage très spécifique, 2020
- Korea Times, divers articles, 2021
- Agence de presse Yonhap, divers articles, 2021
- Industry Survey, Korea Press Foundation, 2020