

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

Secteur réalité virtuelle



Historique du secteur

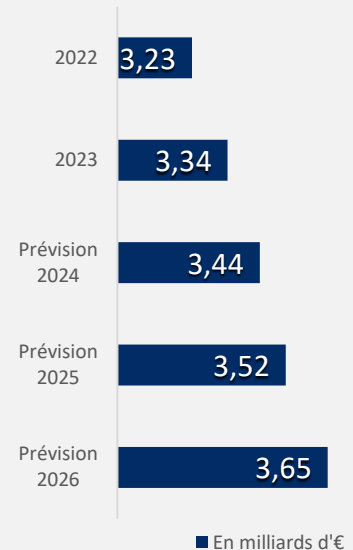
La puissance des conglomérats (*chaebols*) spécialisés dans la construction d'équipements (Samsung, LG) et la propension forte de la population à adopter rapidement de nouvelles technologies donnent à la Corée du Sud un des niveaux de digitalisation les plus élevés au monde.

Pour asseoir la compétitivité du pays et devenir un acteur majeur du métavers au niveau mondial d'ici 2026, le gouvernement sud-coréen soutient le développement des technologies immersives via plusieurs programmes de soutien financier structurants :

- **Soutien au développement de l'industrie du métavers en 2024** avec une subvention totale de 85,6 millions d'€, destinée au développement des entreprises et des plateformes ainsi qu'à la formation des employés ;
- **Un *Digital New Deal***, annoncé en 2020, et prévoyant des investissements dans l'économie du numérique à hauteur de 40 milliards d'€ d'ici 2025. Cette enveloppe inclue notamment **370 millions d'€ pour la réalité mixte**, et **177 millions d'€ pour le métavers**.

La forte implication des institutions publiques se traduit aussi au niveau local. En 2023, la métropole de Séoul a lancé Metaverse Seoul pour rendre l'ensemble de ses services publics accessibles dans le métavers. Celui-ci fermera néanmoins en octobre 2024.

Marché des équipements XR en Corée du Sud



Chiffres clés



Population
51,69 millions d'habitants



Valeur du marché de la réalité mixte dans le secteur du jeu vidéo en Corée du Sud
5,48 milliards d'€ en 2021 (+27 % vs. 2020)



Croissance du PIB en Corée du Sud
2,3% en 2024 (estimation FMI)



Développeurs et distributeurs de jeux vidéo ayant adopté la VR/AR
18,7 % en 2022



Taux de chômage en Corée du Sud
2,7% en 2023 (-0,2 % vs. 2022)



Taux de croissance annuel moyen du secteur de la réalité mixte en Corée du Sud
33 % depuis 2013



Entreprises coréennes spécialistes des métavers
220 (objectif 2026)



Studios spécialisés dans la production de contenus en réalité virtuelle
67 en 2022



Emplois générés par le métavers en Corée du Sud
40.000 (objectif 2026)



Investissement du gouvernement coréen dans la réalité mixte
370 millions d'€ entre 2020 et 2025

Le gouvernement soutient fortement le développement des technologies immersives, et en particulier du métavers. Il soutient les projets applicables notamment aux secteurs de l'éducation, de la santé, du commerce en ligne, de la manufacture et de la défense. Le soutien aux entrepreneurs concerne également les start-ups, avec des dispositifs de soutien mis en place ces dernières années. En mars 2024, le ministère des Sciences et des TIC a annoncé un appel à des sociétés d'investissement pour créer et gérer un fonds de 36 millions d'€ dédié au métavers.

Sources :

- Agence de presse The JoongAng
- KOSIS
- 2023 Game Industry White Paper, 2023
- Korea Herald, Articles divers, 2021
- Entretiens experts du secteur



Tendances (1/2)

La réalité virtuelle au service du *soft power* culturel coréen

Grâce aux investissements consentis dans la réalité virtuelle et le métavers (le gouvernement avait notamment mené un plan d'investissement de 3,5 milliards d'€ dès 2016 pour promouvoir les nouvelles technologies), la Corée du Sud a développé des expériences immersives faisant la promotion de la culture coréenne dans le monde entier. En 2022, *Korea Cubically Imagined*, une exposition immersive dédiée à la culture coréenne co-organisée par la KOCCA et le ministère de la Culture, du Sport et du Tourisme, a eu lieu à New-York. L'exposition présentait plusieurs expériences immersives et contenus, dont notamment un concert du célèbre groupe de K-pop BTS, ou encore des scènes du film *Parasite* de Bong Joon-ho. Ces contenus ont permis aux visiteurs de découvrir les tendances de nombreux pans de la culture pop sud-coréenne, dont l'art, le design, la musique et le cinéma.



Mapping vidéo lors de l'exposition Korea Cubically Imagined à New-York.

Expérience en VR lors de l'exposition Korea Cubically Imagined à New-York.



Réalité virtuelle, formation et contenus éducatifs

Le gouvernement sud-coréen considère l'industrie de la réalité virtuelle (VR) comme un secteur de croissance prioritaire, et continue d'y investir considérablement. En 2021, le ministère des Sciences et des TIC a annoncé un plan d'investissement de 145 millions d'€ pour le développement des technologies de réalité virtuelle et de réalité augmentée. Ce plan inclut des projets visant à intégrer la XR à d'autres domaines tels que la construction, ainsi que le développement de services XR destinés aux citoyens. Cela comprend notamment des services de réalité augmentée basés sur la localisation, pour le tourisme par exemple. Le pays mise également sur la réalité virtuelle pour assurer des formations à moindre coût. L'armée utilise par exemple la VR pour former ses soldats aux tirs de contrebatterie grâce à un simulateur, et des cas d'usage existent également dans l'industrie. Enfin, le gouvernement souhaite lancer une évaluation de l'aptitude à conduire un véhicule pour les seniors, via une solution VR, d'ici 2025.

Réalité virtuelle et e-commerce

Conséquence entre autres de la pandémie, le commerce en ligne est devenu un mode d'achat extrêmement important en Corée du Sud, et montre un intérêt grandissant pour les technologies immersives. En 2023, plus de la moitié des achats se font en ligne, et la réalité virtuelle ou augmentée est régulièrement utilisée pour faciliter l'acte d'achat ou la projection du client (cabine d'essayage virtuelle, *showroom* reproduit dans le métavers, etc.). Les achats peuvent également se faire directement au sein d'un environnement immersif, notamment en utilisant des NFT. Les transactions d'actifs virtuels devenant de plus en plus courantes, la préférence pour des investissements à haut risque est devenue une tendance parmi les investisseurs sud-coréens. En mars 2024, le volume des transactions d'actifs virtuels en Corée du Sud a atteint 8,4 milliards d'€, dépassant celui du marché boursier qui s'élevait à 8,2 milliards. La même année, le People Power Party, parti au pouvoir en Corée du Sud, a annoncé son souhait de voir repoussée de deux ans l'implémentation d'une taxe sur les actifs numériques initialement prévue pour 2025.

Sources :

- KTN Global Alliance, *South Korea Immersive Technologies*, 2021
- CNBC, *Articles divers*, 2021
- Korea Herald, *Articles divers*, 2021
- Agence de presse Newsis



Tendances (2/2)

La montée en puissance des influenceurs virtuels

Les influenceurs virtuels sont des personnages créés de toutes pièces dans un environnement virtuel, et qui disposent de caractéristiques physiques et de traits de personnalité similaires à ceux des êtres humains. En Corée du Sud, ce phénomène prend de l'ampleur depuis quelques années. L'influenceuse virtuelle la plus populaire est Rozy, créée en 2021 par Sidus Studio X. Le design de Rozy a été pensé pour rappeler les influenceuses de la Gen-Z les plus populaires. Rozy est également un outil de *soft power* pour la Corée du Sud, avec à son actif en 2024 plus de 160.000 abonnés sur Instagram. ISEGYE IDOL, groupe de K-pop virtuel lancé en 2021, a quant à lui rencontré un succès considérable en atteignant la 6^{ème} place du top 100 de la plateforme de streaming coréenne Melon. Un magasin proposant à la vente les produits dérivés du groupe a même été ouvert.



Le groupe de K-pop virtuel
ISEGYE IDOL

Évolution des équipements : vers de nouveaux horizons avec Samsung

Depuis l'arrêt de la production du Samsung Gear VR en 2019, il n'y a plus de fabricants d'équipements XR en Corée du Sud, et la plupart des entreprises de l'industrie AR/VR se concentrent sur la production de contenus. En 2023, le chiffre d'affaires généré par les contenus représentait environ 80 % du chiffre d'affaires total du secteur, et 52,4 % provenait des contenus culturels. Le soutien et les investissements du gouvernement se concentrent également plutôt sur les contenus immersifs tels que les expériences sensorielles et les métavers, plutôt que sur la fabrication des équipements.

Toutefois, avec le lancement du casque Vision Pro annoncé par Apple, Samsung a également annoncé en février 2023 la sortie d'un casque en collaboration avec deux entreprises, Google et Qualcomm. Samsung est chargé de la production des casques ; Google est en charge du développement logiciel ; Qualcomm est responsable de la conception des semi-conducteurs. La sortie est prévue pour décembre 2024, avec un objectif de production de 30.000 unités.



Annnonce de la collaboration entre Samsung, Google et Qualcomm pour la sortie d'un casque de VR (prévue fin 2024)



Vision Pro d'Apple (sortie prévue en 2024)

Sources :

- Agence de presse The JoongAng
- IFS Post
- ZDNET, Comment l'annonce du Vision Pro d'Apple a incité Samsung et Google à relancer leur projet de casques de VR, 2023



Opportunités

Des collaborations entre les acteurs français et coréens

Un moyen efficace de s'exporter pour les professionnels français de la XR est l'établissement de partenariats avec des entreprises coréennes bien implantées dans des secteurs stratégiques tels que les télécommunications. En 2021 par exemple, LGU+ lance en partenariat avec l'Ambassade de France en République de Corée l'opération « Hello-France » : il s'agit de proposer du contenu VR français sur l'application U+ Dive. Des sociétés de production telles que Lucid Realities ou Ubisoft Entertainment y proposent leurs productions.

Des collaborations existent également en matière d'éducation. On peut notamment citer le MOU signé en 2023 entre l'université de Paichai et Apero, entreprise française du métavers, visant à rendre les expériences immersives plus accessible au public et à promouvoir les programmes de développement des talents. L'université de Paichai a également invité Apero à organiser un programme éducatif sur le thème du métavers pour ses étudiants.

Des opportunités pour la France concernant les contenus culturels

La réalité virtuelle et la réalité augmentée offrent également des opportunités du côté des contenus culturels, notamment en Corée du Sud où les amateurs d'art et de culture sont en recherche de contenus innovants. L'entreprise Culturespaces s'est par exemple implantée en Corée du Sud, avec l'ouverture en 2018 du centre d'art numérique Bunker de Lumières sur l'île de Jeju, puis du Théâtre des Lumières à Séoul en 2022.

D'après une étude d'Unifrance, la Corée du Sud était d'ailleurs le premier pays d'exportation de la VR française en 2018. Le développement des salles de cinémas en 4D XR et des concerts en VR (à l'image du concert *Permission to Dance* de BTS) représentent également un axe de développement intéressant. La participation aux événements majeurs du secteur des ICC est une opportunité à saisir pour les acteurs français du secteur.

Software et solutions techniques

Reconnue pour la qualité de ses talents créatifs, la France a aussi une carte à jouer en matière de solutions techniques. Si ces dernières sont très développées en Corée du Sud, il existe des opportunités au niveau des *software*, via le développement de solutions techniques adaptées aux environnements immersifs et permettant notamment de répondre aux enjeux d'interopérabilité entre les métavers. En effet, pour se développer à l'échelle mondiale, le métavers doit reposer sur des normes ouvertes et interopérables.

La VR : des applications qui s'étendent à de plus en plus de secteurs

La VR se développe et vient répondre à une demande émanant d'un nombre grandissant de secteurs. Les musées par exemple s'y intéressent de plus en plus : le Musée national de Corée a ainsi ouvert une Immersive Digital Gallery en 2020, dans laquelle les visiteurs peuvent découvrir des expériences XR en lien avec ses collections ou sa programmation. Du côté des entreprises privées, des plateformes telles que Gather et oVice commencent à proposer des bureaux virtuels. En 2021, l'application coréenne Zigbang a mis en place un système permettant aux employés de travailler entièrement sur Metapolis, une plateforme métaverse, sans bureaux physiques.



Le métavers Metapolis, développé par l'entreprise coréenne Zigbang.

Sources :

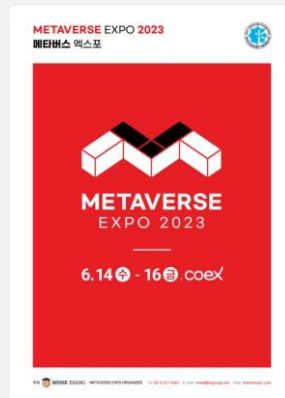
- KTN Global Alliance, *South Korea Immersive Technologies, 2021*
- VRAPA, *Ressources diverses, 2021*
- CNBC, *Articles divers, 2021*
- Site Officiel Metaverse Expo
- Photo: Agence de presse IT Chosun, 2023



Principaux événements

Metaverse Expo

La Metaverse Expo (anciennement Seoul AR/VR Expo) a lieu chaque année en juin. Elle a rassemblé plus de 11.000 visiteurs venus du monde entier en 2023. Ce salon réunissant plus de 100 entreprises permet aux amateurs de nouvelles technologies de découvrir les dernières applications de la réalité virtuelle et du métavers. Cet événement propose également des conférences et des démonstrations.



Metaverse Expo 2023

Le Bucheon International Fantastic Film Festival (BIFAN)

Le Bucheon International Fantastic Film Festival (BIFAN), lancé en 1997, est un festival majeur du cinéma à Bucheon. Parallèlement à la partie traditionnelle du festival du film, le BIFAN a renforcé sa programmation avec *Beyond Reality*, où des œuvres XR de premier plan sont présentées et des artistes clés du monde entier sont invités.

Principaux acteurs (1/3)

Acteurs spécialisés dans le métavers

Nom	Description
Naver	Naver est à l'origine de la plateforme VR <i>Zepeto</i> , lancée en 2018, et qui comptait 400 millions d'utilisateurs en 2022 (dont 95 % d'utilisateurs étrangers, 20 millions d'utilisateurs actifs par mois). Plus de 2 milliards d'objets virtuels ont été vendus depuis son lancement.
Com2uS	Entreprise de jeux vidéo, Com2us a lancé son métavers <i>Com2Verse</i> proposant un espace de travail, des services et des divertissements. Il a temporairement fermé ses portes en mars 2024 après 7 mois de service.
Nexon	Développeur de jeux vidéo à l'origine du <i>MapleStory Universe</i> , permettant aux joueurs d'échanger des NFTs, Nexon a également créé un métavers avec <i>Project MOD</i> , plateforme de création de contenus VR.
Spatial	Fondé en 2016, Spatial.io est un métavers live accessible gratuitement depuis un simple lien. Il est ainsi très facile d'inviter des personnes dans un espace dédié. Spatial.io représente une solution alternative pour organiser des réunions à distance, comme le permettent Zoom ou Google Meet, dans un environnement 3D immersif et personnalisable, et accessible depuis un ordinateur, un mobile, une tablette ou un casque VR.
Stan World	Métavers créé en 2019 et ayant pour but de réunir les super fans de K-pop (appelés « stans ») au sein d'un même univers immersif, Stan World permet aux fans d'interagir et d'organiser des événements pour soutenir leurs groupes favoris.
Anipen	Fondée en 2013, Anipen est connue pour son service AnibeAR, une application mobile permettant de créer du contenu vidéo en réalité augmentée. L'entreprise va étoffer son offre et renforcer ses partenariats avec des entreprises comme Google, Samsung, SK Telecom ou LGU+.
Metaverse Seoul	Le gouvernement métropolitain de Séoul a lancé Metaverse Seoul pour rendre l'ensemble de ses services publics accessibles dans le métavers (démarches des entreprises, éducation, dépôt de plaintes, demandes de renseignements, déclarations d'impôts, etc.). Ce métavers fermera néanmoins en octobre 2024.

Sources :

- KTN Global Alliance, *South Korea Immersive Technologies*, 2021
- VRAPA, *Ressources diverses*, 2021
- CNBC, *Articles divers*, 2021
- Korea Herald, *Articles divers*, 2021
- Agence de presse K-Bench/ C Net/ Inven/ Newsis, 2023



Principaux acteurs (2/3)

Acteurs institutionnels

Nom	Description
Korea Creative Content Agency (KOCCA)	La KOCCA, créée en mai 2009 par la fusion de diverses organisations gouvernementales sud-coréennes, soutient la production, la planification, la création, la distribution, l'expansion internationale, le développement des affaires, la formation, la recherche et le développement, le financement et les études. Ses champs de compétence incluent la radiodiffusion, les jeux vidéo, la musique, la mode, l'animation, les characters, la bande dessinée, la propriété intellectuelle, et les contenus immersifs et innovants.
Korea Tourism Organization (KTO)	Le secteur du tourisme est particulièrement actif dans le domaine de la VR en Corée du Sud. La KTO a lancé une campagne intitulée « Come Play with Korea, K-VIBE Festa », qui utilise une plateforme métavers ainsi que la XR pour proposer de nouvelles expériences de voyage en Corée.
Korea Metaverse Industry Association (K-META)	K-META est une association professionnelle regroupant les acteurs de l'industrie du métavers en Corée du Sud, fondée en 2021. Son rôle est de soutenir la croissance du secteur et de suivre les évolutions du marché, en lien avec les institutions gouvernementales.
Korea VR/AR Metavers Content Association (KOVACA)	KOVACA est un regroupement de producteurs de contenus VR et de métavers. Son objectif est de protéger les droits et intérêts de ses membres, de garantir leurs droits de propriété intellectuelle, et d'établir des normes de distribution pour les contenus immersifs.

Principaux acteurs télécom

Nom	Description
SKT	Leader sur le marché des télécommunications, SKT a lancé <i>Jump Studio</i> , premier studio de développement de contenus en réalité mixte en Asie à utiliser la technologie Microsoft.
KT	Entreprise à l'origine du service <i>Super VR</i> proposant plus de 10.000 contenus (jeux, k-pop, sport, éducation, yoga, voyage, immobilier, simulations d'entretiens d'embauche, santé, etc.).
LG U+	Groupe faisant partie de la XR Alliance avec Orange notamment, à l'origine de 9 applications de contenus VR, toutes gratuites pour ses abonnés 5G, et proposant plus de 2.000 contenus (sport, gaming, shopping...). Le groupe a notamment lancé <i>U+ Dive</i> , une plateforme exclusivement consacrée à des contenus de divertissement en réalité virtuelle et accessible via une application sur smartphone. L'application donne accès à des films, du contenu panoramique, des voyages, des spectacles ou encore des expositions, en VR.

Principaux équipementiers coréens

En Corée du Sud, les géants de la technologie ont développé des équipements de réalité virtuelle tels que le casque Gear VR de Samsung ou le LG 360VR de LG. Cependant, la production de ces équipements a été interrompue, principalement en raison d'un manque de contenu, et d'une demande relativement faible de la part des consommateurs.

Nom	Description	Équipement
Samsung	Samsung propose dès 2015, en partenariat avec Oculus VR, le casque <i>Gear VR</i> . Après 5 ans d'absence sur le marché, Samsung a annoncé en février 2023 la sortie d'un casque en collaboration avec deux entreprises, Google et Qualcomm, dont la sortie est prévue pour décembre 2024.	Gear VR (production arrêtée) Casque XR (prévu fin 2024)
LG	Spécialiste de l'électronique coréen proposait dès 2016 son casque LG 360 VR. Cependant, la production des équipements a été arrêtée en raison de la faible demande.	LG 360 VR (production arrêtée)

Sources :

- KTN Global Alliance, *South Korea Immersive Technologies, 2021*
- VRAPA, *Ressources diverses, 2021*
- CNBC, *Articles divers, 2021*
- Korea Herald, *Articles divers, 2021*
- *Entretiens experts du secteur*



Principaux acteurs (3/3)

Principaux équipementiers étrangers

Nom	Description	Équipement
Sony	Sony a lancé sa Playstation VR en 2016, suivi de la Playstation VR2 en 2023, ainsi que des casques compatibles avec ses consoles. La PS VR a connu un succès important en Corée du Sud, avec des précommandes épuisées en cinq minutes. Cependant, ces casques sont devenus moins populaires par la suite en raison du manque de contenu disponible.	Playstation VR (2016) Playstation VR 2 (2023)
Meta	En Corée, les 10.000 premières unités de l'Oculus Quest 2 de Meta ont été toutes vendues dans les trois jours suivant sa sortie, mais les ventes ont diminué depuis lors. Dans cette situation, il est difficile pour SKT, responsable de la distribution des produits Meta en Corée, d'introduire de nouveaux modèles plus coûteux comme le Meta Quest Pro sur le marché coréen.	Oculus Go (2019) Oculus Quest 2 (2021)
Apple	Le Vision Pro, casque de réalité mixte d'Apple annoncé en 2023, a suscité un grand intérêt en Corée du Sud. Apple a également annoncé en 2023 que le Vision Pro serait commercialisé dans d'autres pays à la fin de 2024.	Apple Vision Pro (attendu en 2024)

Acteurs spécialisés dans la réalité virtuelle

Nom	Description
Super VR	Plateforme lancée en 2019 par KT Corp, hébergeant des contenus médias immersifs en 4K, déclinés en AR/VR. Plus de 100 start-ups coréennes et étrangères contribuent à la plateforme avec plus de 10.000 contenus produits.
VA Corporation	Plateforme fondée en 2021 et valorisée en 2024 à plus d'un milliard d'€. Elle possède son propre studio de production virtuelle s'étendant sur 15.000 m ² , et produit des contenus VR utilisables dans le métavers. En 2023, VA Corporation a absorbé sa filiale VA Studio spécialisée en effets visuels (VFX), et a signé un partenariat avec la Korea National University of Arts pour le développement de contenus et de programmes éducatifs en réalité virtuelle.
EVR Studio	Société de développement de contenus en réalité virtuelle dans les domaines du jeu vidéo, de la VFX, de l'ingénierie, de la mode, de l'écriture et de la photographie. En 2023, l'entreprise a dévoilé Eden, un projet d'humain digital en collaboration avec divers artistes K-pop, permettant aux fans du monde entier de communiquer avec les artistes dans la langue de leur choix.
Looxid Labs	Développeur d'équipement VR fondé en 2015, a notamment développé le casque VR <i>eye-brain</i> et la solution VR <i>Analytics</i> en utilisant une technologie d'interface œil-cerveau. La société travaille également sur le projet <i>Lucy</i> , consistant à développer un assistant à la communication pour les patients paralysés.
Reality Reflection	Développeurs de logiciels de réalité virtuelle et d'infographie 3D, équipé d'une technologie de numérisation 3D innovante, et éditrice de <i>Music Inside</i> , jeu de musique en VR sorti en 2017. Depuis 2015, l'entreprise dirige également Mossland, un projet de métavers basé sur la blockchain.
SKonec Entertainment	Leader dans la réalité virtuelle appliquée aux jeux vidéo, a lancé <i>Mortal Blitz</i> en 2017, jeu de tir en FPS en VR. Depuis février 2024, l'entreprise développe TRAVELER, un jeu de réalité mixte qui sera disponible sur Meta Quest.
d'strict	d'strict est une entreprise qui utilise des technologies immersives dans la création de contenus (œuvres d'art multimédia, expositions, contenus commerciaux). Ils sont particulièrement connus pour leurs projets projetant des images en 3D sur des façades LED, et leurs Arte Museum (centres d'arts numériques).
Media & Art	Spécialisé dans le domaine des expositions d'art médiatique immersif, Media & Art vise à offrir de nouvelles expériences artistiques au public. La société est surtout connue pour <i>Groundseesaw</i> , une plateforme qui présente et accueille diverses expositions.
3D Factory	3D Factory est la première entreprise coréenne à avoir réussi à commercialiser un jeu FPS utilisant la technologie VR LBE en 2016. Entre 2016 et 2018, 3D Factory a également organisé des concerts d'artistes musicaux décédés en hologrammes.
Gwangju Media Art Platform (GMAP)	Le Gwangju Media Art Platform (GMAP) est un centre d'art dédié aux arts numériques, situé dans la ville de Gwangju. Il organise divers événements et expositions, à l'image du Gwangju Media Art Festival.

Sources :

- VR News Network, 2016
- The JoongAng, 2017
- Chosun Biz, divers articles ICT, 2023
- Korea Herald, Articles divers, 2021
- Entretiens experts du secteur

Secteur réalité virtuelle



Les essentiels



Une expertise française reconnue dans le secteur

Le soutien précoce des institutions a permis le développement d'un écosystème dense et une expertise technologique française désormais reconnue en matière de XR.



Une politique d'investissement public forte en France comme en Corée du Sud

La politique publique d'investissement sur le secteur est importante en Corée du Sud, avec notamment un investissement de près de 550M€ sur les technologies immersives grâce au *Digital New Deal*. Cette observation est également vraie en France, notamment depuis le lancement du Plan France 2030, s'attaquant notamment aux enjeux AR/VR.



De multiples opportunités pour les acteurs français de la VR sur le territoire coréen

Les acteurs français sont à la fois reconnus pour leurs compétences en création mais aussi pour leur apport au niveau technologique. Comme souvent, les thématiques autour de la culture et de l'art de vivre à la française sont à explorer et permettent de se démarquer sur le territoire coréen.



Des relations privilégiées avec les leaders américains

Malgré la reconnaissance des acteurs français du secteur, la Corée du Sud entretient des relations privilégiées avec les leaders américains du secteur (Google, Meta) dans le développement de la réalité mixte et du métavers. La concurrence est donc particulièrement forte pour les acteurs français.

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 terme, 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 de *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](#)



[Samsung XR/VR headset – everything we know so far and what we want to see](#)

Sources :

- KTN Global Alliance, *South Korea Immersive Technologies, 2021*
- VRAPA, *Ressources diverses, 2021*
- CNBC, *Articles divers, 2021*
- Korea Herald, *Articles divers, 2021*
- Entretiens experts du secteur