

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

Secteur webtoon

Secteur webtoon



Historique du secteur

Le webtoon (combinaison de « *web* » et de « *cartoon* ») s'apparente à une bande dessinée numérique qui se lit par « défilement vertical ». Proche de la bande dessinée en termes de narration, le webtoon s'en éloigne dans sa création graphique : format nativement numérique, il exploite donc en premier lieu possibilités offertes par son support. Il constitue aujourd'hui l'un des plus grands phénomènes de consommation culturelle en Corée, aux côtés de la K-pop, du cinéma, des séries télévisées et des jeux vidéo. Le format webtoon est né en Corée du Sud avec l'apparition des premiers smartphones au début des années 2000, d'abord avec le portail web coréen Daum en 2003, suivi par Naver en 2004. La structuration du marché autour de grilles de programmes réparties sur la semaine a permis sa monétisation. Cette dernière s'est accélérée notamment à partir de 2012 avec l'arrivée des solutions de paiement en ligne et le passage d'un modèle gratuit financé par la publicité à un modèle *freemium* ou *premium*. En 2022 les premiers pays importateurs de webtoon coréen sont le Japon (45,6%), la Chine (14%) et les Etats-Unis (13,5%).



3 extraits de webtoons
L'histoire se lit en faisant défiler les images vers le bas

Chiffres clés



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



Part d'abonnés à des offres payantes de webtoon en Corée du Sud
45,6% en 2023 (vs 45,7% en 2022)



CA du secteur webtoon en 2022
1,3 milliards d'€ (+16,8% vs 2021)



Part de consommation webtoon sur smartphone
82,0% en 2022 (vs 14,3% sur ordinateur)



Manque à gagner dû au piratage en 2022
530 millions d'€ (+14,4% vs 2021)



Fréquence de consommation des webtoons
Tous les jours : 26,4% des utilisateurs (n = 1031)
Au moins 1 fois par semaine : 27,4% des utilisateurs



Tranche d'âge des lecteurs en 2023
36% entre 20-30 ans (-0,8% vs 2022)



Part des entreprises exportant des contenus
56,4% en 2022 (n=165)
79,5% des exportations se font vers l'Asie



Webtoons produits en Corée
3649 en 2021 vs 2600 en 2020 (soit +40,35%)



Part des entreprises important des contenus
4,3% en 2022 (n = 164)
99,3% des importations viennent de Chine et du Japon

En 2022, l'industrie du webtoon a engendré un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'€. Avec plus de 10 millions de lecteurs quotidiens en Corée, dont 36% sont des personnes âgées d'une vingtaine d'années, ce lectorat représente plus de 20% de la population. Le webtoon connaît également une croissance fulgurante à l'international. Actuellement, le marché asiatique reste la principale cible d'exportation. Néanmoins, les États-Unis (13,5% des exportations) et la France (4,6%) offrent d'importantes opportunités de développement. En termes d'exportation, la France est le premier marché européen, l'Europe (hors France) représentant quant à elle 3,8%. Les projections de croissance pour les années à venir sont significatives, avec des estimations de chiffre d'affaires atteignant les 20 milliards d'€ d'ici 2027.

Sources :

- DUPUY Valérie, *Le Webtoon, une esthétique de l'hypotypose*, dans *Poétiques et esthétiques numériques tactiles : littérature et arts*, 2016
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News



Tendances (1/3)

Un développement de la « snack culture » favorable aux formats traditionnels des webtoons

En Corée, le marché des contenus culturels s'est développé ces dernières années autour de la notion de « snack culture » : des contenus courts, entre 5 et 15 minutes, que les utilisateurs coréens « consomment » de manière quotidienne, notamment dans les transports. Le webtoon est un excellent exemple de cette tendance, proposant des feuillets quotidiens ou hebdomadaires, conçus pour être lus en quelques minutes. Par exemple, les utilisateurs de l'application Naver Webtoon se connectent en moyenne 360 minutes par mois, soit 12 minutes par jour, ce qui représente environ 3 à 4 épisodes de webtoons par jour. Au total, plus de 10 millions de Coréens (principalement des moins de 30 ans), lisent quotidiennement des webtoons. Les genres favoris sont le drame, le fantastique, l'action, la romance, l'horreur ou encore la vie quotidienne.



Passagers dans un métro à Séoul



Une accélération de l'expansion à l'international

Selon une enquête de la Korea Creative Content Agency (KOCCA), le webtoon, à l'origine distribué principalement sur le marché coréen, s'exporte de plus en plus à l'international. En 2020, bien que seulement 7% des sociétés de webtoon interrogées possédait une filiale à l'étranger, trois quarts d'entre elles déclaraient des activités d'exportation. Les exportations en 2022 étaient à 72,3% à destination de l'Asie (Vietnam, Chine, Japon, Malaisie, Indonésie, Taiwan), à 13,5% vers l'Amérique du Nord et à 3,7% à destination de l'Europe (Hors France), la France représentant à elle seule 4,6%. Pour ce qui concerne les importations, la quasi-totalité (99,3%) venaient de la Chine et du Japon.

Le développement d'une stratégie « One Source Multi Use » (OSMU)

Désormais, les webtoons les plus populaires sont adaptés au cinéma et à la télévision, ce qui participe à amplifier leur notoriété et leur audience. Cette déclinaison sur différents supports répond à une stratégie de vente de droits de licence, connue sous le nom de OSMU (*One Source Multi Use*) ou *IP extension*. Initialement un roman en ligne, « Solo Leveling » s'est transformé en un webtoon à succès, puis a été décliné en animé, jeux vidéo, et produits dérivés. Cette approche a non seulement élargi sa base de fans mais aussi généré de multiples sources de revenus, illustrant l'efficacité de l'OSMU pour valoriser une œuvre originale. Depuis 2021 des webtoons adaptés en séries télévisées ont été diffusés sur Netflix, comme « Mask Girl », « Hellbound » ou « Death's Game », conférant à ces adaptations et à leur œuvre d'origine une renommée mondiale. Sur le modèle existant au cinéma, on note également le développement de bandes originales pour les webtoon, visant à procurer une meilleure immersion.



Adaptations de webtoon pour les plateformes OTT.

Sources :

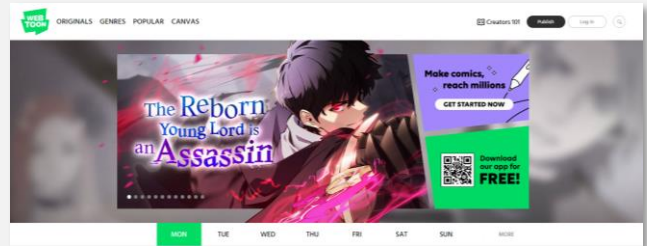
- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News



Tendances (2/3)

Une rémunération des auteurs attractive

Les auteurs de webtoons, notamment débutants, connaissent des rémunérations et des conditions de travail attractives pour le secteur. Par exemple, la plateforme de Naver, *Webtoon*, engage les auteurs pour une période d'un an en moyenne contre l'engagement de délivrer un épisode par semaine. En 2023, cette activité leur rapporte en moyenne 3,863 € par mois avec une moyenne d'âge de 31,8 ans (20,3% des contrats signés se composent d'un salaire fixe et d'un variable calculé d'après les chiffres de ventes des chapitres). À titre de comparaison, 53 % des auteurs français de bandes dessinées touchent moins que le SMIC et 36 % d'entre eux vivent sous le seuil de pauvreté (2016). Ce modèle de rémunération influe sur le processus de création, les webtoons étant modelés pour entretenir le suspense à chaque fin de chapitre.



Page d'accueil de la plateforme de Naver Webtoon US

Des modèles économiques mixtes, entre publicité, ventes à l'unité et abonnement

Webtoon et Piccoma reposent sur un modèle économique mixant publicité et vente à l'unité. Le lectorat étant majoritairement un lectorat jeune au pouvoir d'achat modeste, toutes les œuvres sont proposées en accès gratuit avec un encart publicitaire non-intrusif à la fin du chapitre. A cela s'ajoute un système de pass que les lecteurs peuvent payer avec des *coins*, la monnaie virtuelle de l'application. Concrètement, lorsqu'un lecteur veut avoir accès à une série déjà publiée, il peut avoir accès gratuitement aux premiers épisodes, mais doit s'il souhaite lire la suite soit attendre un jour pour débloquer un épisode supplémentaire, soit déboursier l'équivalent de 50 centimes par épisode. Le principe est le même pour les séries en cours de publication. Les auteurs publient un épisode par semaine, mais certaines séries proposent trois épisodes d'avance que le lecteur peut débloquer avec un pass. En France, la plateforme *Delitoon* propose des options gratuites comme le *Ticket Free Time* qui permet de lire un nouveau chapitre tous les 3 jours, ou le *FreeView* qui offre un épisode gratuit par semaine pour certains titres. L'utilisateur sera néanmoins incité à payer ses épisodes à l'unité s'il souhaite lire la suite. La plateforme *Webtoon Factory* de Dupuis qui misait sur une formule d'abonnement à 3,99€/mois offrant l'accès à l'ensemble de son catalogue, est repassé sur un modèle de *coins*.

Delitoon et Ono : l'ascension française dans l'univers des webtoons coréen

Créé par Didier Borg en 2011, Delitoon est une plateforme de webtoon distribuant des contenus en français. Les séries proposées par Delitoon sont quasi-exclusivement coréennes et traduites en langue française par l'éditeur. La plateforme fonctionne selon un modèle *freemium* : les premiers épisodes d'une série sont gratuits et les suivants déblocables grâce à des *coins*, monnaie virtuelle du site. Vendue en 2020 au coréen Kidari Studio, la plateforme cumulait en 2021 plus de 1,83 millions d'utilisateurs. Elle a atteint en 2022 un chiffre d'affaires de 7 millions d'€, devenant ainsi un *challenger* des deux géants du secteur, *Webtoon* de Naver et *Piccoma* de Kakao.

Ono, une plateforme française de Webtoons, a établi un partenariat stratégique avec Kenaz, un producteur indépendant de Webtoons en Corée du Sud, formant une joint-venture détenue à parts égales. Cette collaboration est soutenue par le groupe Média-Participations, visant à enrichir et diversifier l'offre de Webtoons numériques et papiers. Avec plus de 250.000 téléchargements de son application, Ono prévoit de coproduire de nouveaux Webtoons et d'importer l'expertise coréenne en France, où son studio Ellipse Animation à Angoulême commencera bientôt à produire des Webtoons.

Sources :

- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News



Tendances (3/3)

Perspectives optimistes : croissance et défis dans l'industrie du Webtoon

L'industrie de la bande dessinée a connu une période de croissance rapide suivie d'une entrée dans une phase de stagnation. Alors que la pandémie de COVID-19 a entraîné une augmentation de la consommation de bandes dessinées et de webtoons, entraînant une expansion notable du marché, une concurrence intensifiée provenant de diverses autres formes de contenu tels que les vidéos, les jeux et les romans en ligne laisse présager un ralentissement possible de la croissance. Néanmoins, l'industrie a trouvé des opportunités de croissance grâce à l'exportation de webtoons vers les marchés internationaux, notamment aux États-Unis et en Europe. Naver Webtoon, par exemple, a connu un succès significatif sur le marché américain, revendiquant 12,5 millions d'utilisateurs mensuels en 2022 et dépassant ses concurrents de plus de huit fois. De même, en Europe, les plateformes de webtoon coréennes ont obtenu des résultats remarquables, dominant les premières positions sur le marché français du webtoon en 2022. Malgré les défis potentiels posés par la saturation du marché et la concurrence accrue, l'industrie du webtoon continue d'explorer des voies d'expansion, en exploitant les marchés internationaux pour soutenir la croissance et l'innovation.

L'exploitation de la propriété intellectuelle à travers les boutiques éphémères

La dernière tendance est l'utilisation stratégique de la propriété intellectuelle (IP) via le lancement de boutiques éphémères. Le succès des "pop up" de Naver Webtoon, organisés dans des lieux de premier plan comme le Starfield COEX Mall et le Hyundai Department Store, se traduit par des résultats impressionnants : 170.000 visiteurs, plus de 300 produits dérivés créés et 600.000 exemplaires vendus lors de trois événements éphémères. Cette popularité souligne l'importance croissante de la propriété intellectuelle dans l'industrie des contenus, au sein de laquelle les IP constituent une source majeure de revenus. Les magasins éphémères offrent une opportunité unique aux fans de s'immerger dans le monde des personnages et des histoires de webtoon au-delà du numérique, favorisant ainsi un engagement plus profond avec le public. Grâce à des accords de licence stratégiques, Naver Webtoon collabore avec des partenaires pour développer une large gamme de produits, en tirant parti de l'attrait pour les personnages et les histoires.

Naver Webtoon : une introduction en bourse aux Etats-Unis

En 2024, Naver Webtoon a annoncé son intention de lancer une introduction en bourse (IPO) sur le marché boursier américain, visant le mois de juin de cette année. La société a choisi Goldman Sachs et Morgan Stanley comme principaux chefs de file pour l'IPO. Webtoon Entertainment, le siège nord-américain de Naver Webtoon, se prépare à la cotation. On estime que la valorisation de l'entreprise se situe entre 3 et 4 milliards d'€, et ambitionne de lever jusqu'à 468 millions d'€ grâce à cette IPO. La possibilité de cotation de Naver Webtoon sur le marché boursier américain est discutée depuis plusieurs années, à la suite de sa restructuration en 2020 visant à pénétrer le marché nord-américain. Les performances récentes ont été solides, avec une augmentation de 9,3 % du volume des échanges au quatrième trimestre de 2023, atteignant 309 millions d'€ par rapport à la même période l'année précédente. De plus, l'entreprise a réalisé pour la première fois un bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (EBITDA) positif pour l'année, indiquant un redressement réussi.

Sources :

- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News



Principaux événements

| Plateforme | Description |
|---|--|
| Bucheon International Comics Festival (BICOF) | Rendez-vous international annuel du monde de l'édition et particulièrement de la bande dessinée, dite <i>manhwa</i> en coréen et du webtoon, le BICOF est un événement de référence en Asie et dans le monde. Il réunit chaque automne à Bucheon, à l'ouest de Séoul, l'ensemble des acteurs de la filière. Il est l'occasion d'une réflexion profonde sur les tendances en matière de contenus proposés concernant les bandes dessinées et le webtoon. |
| Busan Webtoon Festival | Unique rendez-vous professionnel spécialisé dans le webtoon, le Busan Webtoon Festival a lieu chaque année à l'automne. Il permet de réunir une large communauté d'auteurs et dessinateurs de webtoons, de distributeurs, et d'acteurs internationaux pour mener des réflexions sur l'avenir du secteur et permettre de donner des informations précieuses, notamment d'ordre juridique, sur un marché encore en structuration. |
| Seoul Comic Con | La Seoul Comic Con est un événement de référence pour les acteurs de l'édition et particulièrement de la bande dessinée et du webtoon. Il s'agit d'une convention mondiale pour la culture pop et l'industrie du divertissement. Elle réunit chaque année au mois de juillet les <i>leaders</i> de l'industrie ainsi que de nombreux fans et invite à la réflexion autour des nouveautés du marché et des tendances qui seront à l'œuvre dans les mois et années à venir, y compris du point de vue technologique (métavers, NFT, blockchain, etc.). |



Affiche de la 7^{ème} édition du Busan Webtoon Festival



Affiche de la 23^{ème} édition du BICOF



Un stand au BICOF



Une conférence lors du Busan Webtoon Festival

Sources :

- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News



Opportunités

Concours d'auteurs et académies

Les auteurs produisant souvent seuls les contenus webtoon, la compétition est forte entre les plateformes pour dénicher de nouveaux talents, et signer des contrats d'exclusivité. Lezhin Comics, par exemple, organise chaque année un concours de webtoons. L'entreprise coréenne Naver, de son côté, a également lancé un service pour auteurs amateurs, Canvas. Kakao Entertainment opère la *Webtoon Academy* afin de former de futurs auteurs de webtoons.

Cessions de propriétés intellectuelles et adaptations

Comme pour beaucoup de secteurs des industries culturelles et créatives, les opportunités de cession de propriétés intellectuelles ou d'adaptation sont nombreuses en Corée du Sud. La consommation de webtoons étant très forte et l'attractivité des plateformes résidant en grande partie dans les contenus, ces dernières sont en constante recherche de bonnes histoires à intégrer directement dans leur catalogue ou à adapter au format webtoon pour le public coréen, et plus largement. Les opportunités d'adaptation papier existent aussi. En France, l'adaptation du webtoon à succès *Solo Leveling*, créé par Chugong a permis des ventes records pour Delcourt, sa maison d'édition. L'ensemble des 6 albums vendus se sont écoulés à près d'un million d'exemplaires.

Nouvelles initiatives gouvernementales et lancement d'un festival international

Pour encourager l'émergence d'une plateforme mondiale de bandes dessinées et de webtoons, semblable à Netflix, le gouvernement intensifie son soutien. Ce dernier lance des initiatives pour mieux comprendre les marchés étrangers ciblés et accompagner les entreprises lors de leur implantation. Répondant aux besoins soulignés par l'enquête 2023 du secteur, notamment en matière d'interprétation et de traduction pour le développement international, le budget a été augmenté à 715.000€. Des événements d'envergure, axés sur des marchés stratégiques comme le Japon et les États-Unis, sont prévus pour promouvoir les webtoons coréens à l'international. Le programme inclut également le soutien à des coproductions internationales et à des concours, renforçant la visibilité des plateformes coréennes de petite et moyenne taille par la distribution de contenus adaptés aux besoins locaux. En outre, a été annoncé pour l'automne 2024 un festival international, similaire au Festival de Cannes, et destiné spécifiquement à l'industrie de la bande dessinée et du webtoon. Ce festival, doté d'une cérémonie de récompenses internationales, comblera le manque d'une plateforme nationale de célébration, offrant une occasion unique pour les lecteurs, créateurs et professionnels du secteur de se rencontrer et de partager leur passion commune.

Sources :




- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News



Principaux acteurs

Le secteur du webtoon coréen se partage entre deux catégories principales : les plateformes, qui hébergent le contenu en ligne, et les agences qui éditent les webtoons. En 2023, la Corée comptait 34 plateformes (340 millions d'€ de chiffre d'affaires) et 397 maisons d'éditions (237 millions d'€ de chiffre d'affaires).

Plateformes

| Maison mère | Plateforme | Pages vues 2022 | CA 2022 | Description |
|---|---------------|--|---------|--|
|  | Naver Webtoon | 938 chapitres par utilisateur en moyenne | 1664 M€ | Naver Webtoon, aussi connu sous le nom de Line Webtoon (pour les marchés aux Etats-Unis et au Japon) ou tout simplement de Webtoon (en Europe), est la plateforme la plus développée à l'international. En 2020, la plateforme comptait 72 millions d'utilisateurs actifs par mois, dont 10 millions aux Etats-Unis, 7 millions en Indonésie, 3,5 millions en Thaïlande et 2 millions en France. En Europe, elle est disponible en Espagne et en France depuis 2020, et en Allemagne depuis 2021. En France, elle mise sur le développement de contenus locaux, avec près de 40 auteurs français signés exclusivement pour la plateforme. |
|  | Kakao Page | 140 M | 658 M€ | Le développement international de Kakao Entertainment a d'abord visé le Japon, avec l'ouverture de Piccoma en 2016, aujourd'hui devenue la 7 ^{ème} application mondiale en termes de dépenses des consommateurs. L'expansion s'est ensuite accélérée vers l'Asie du Sud-Est, avec l'ouverture en mai 2021 d'une filiale Kakao Webtoon en Thaïlande et à Taiwan. En Thaïlande, Kakao a comptabilisé 270 000€ de transactions dans les quatre jours suivant son lancement. En Amérique du Nord, Kakao Entertainment a racheté deux applications américaines de webtoon en mai 2021 : Tapas (510M d'€) et Radish (440M d'€). Le groupe a par ailleurs lancé Piccoma, sa plateforme japonaise, sur le marché français début 2022. |
| | Daum Webtoon | N/A | | |
| | Piccoma | N/A | | |
|  | Lezhin Comics | N/A | 121 M€ | Kidari Studio, qui détient en Corée la plateforme Lezhin Comics, a atteint 8,9 millions d'€ de chiffre d'affaires en France en 2019, grâce la plateforme Delitoon qu'elle a acquise cette même année. Delitoon proposait 340 webtoons et comptait 1,73 million d'utilisateurs en France en janvier 2024. |
| | Delitoon | N/A | | |
|  | Manta | N/A | 158 M€ | Ridi, qui opère notamment la première librairie en ligne de Corée (<i>Ridibooks</i>) et sa propre plateforme de webtoon, a lancé en novembre 2020 une plateforme dédiée au marché américain, Manta, la première plateforme de webtoon à abonnement mensuel (3,99€). Elle a enregistré 500.000 téléchargements de l'application en 4 mois, et planifie de s'étendre à l'international. |

Il est important de noter que la majorité des entreprises sud-coréennes opérant dans le secteur sont des PME. Les autres plateformes actives sur le marché génèrent moins d'un milliard de pages vues annuellement. De ce fait, elles possèdent une puissance nettement inférieure à celle des principales plateformes mentionnées précédemment et affichent une croissance internationale limitée. Toutefois, ces entreprises jouent un rôle significatif dans l'économie du webtoon en Corée du Sud. Parmi elles figurent Toptoon, Toonmics, Bomtoon, Manhwakyung, Postype, Mootoon, Battle Comics, Mr Blue, Justoon, entre autres.

Sources :

- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News

Secteur webtoon



Les essentiels



Un marché à la croissance rapide et constante

La croissance dynamique du marché du webtoon est fortement soutenue par les institutions publiques, et le marché devrait selon les prévisions atteindre 20 milliards d'€ en 2027, avec un taux de croissance annuel moyen de 5,1%. Le niveau élevé de structuration de l'industrie en Corée du Sud favorise les exportations.



Un marché structuré sur l'ensemble de la chaîne de valeur

Le marché se structure sur l'ensemble de la chaîne de droits et permet des adaptations nombreuses en fonction des différents médias (cinéma, séries TV, jeux vidéo, etc.). On note des possibilités de co-création (France / Corée) de studios de production permettant un apprentissage de la fabrication du webtoon (Joint-venture Ono x Kenaz). Par ailleurs, des opportunités existent également dans l'adaptation ou la cession de droits de propriétés intellectuelles françaises en Corée du Sud et inversement.



Un marché de plateformes nécessitant des investissements forts en technologie

Le webtoon est un marché de technologie basé sur la qualité des plateformes et les investissements consentis en développement. La concurrence forte des diffuseurs de grande taille (Naver et Kakao) pouvant dégager des capacités d'investissement colossales peut rendre le marché peu accessible aux acteurs de taille réduite ou intermédiaire.

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 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](#)

[2023 Cartoon Industry White Paper](#)

Sources :

- 2023 Comic Industry White Paper
- 2023 Webtoon Business Status Survey
- Korea Comics Promotion Agency_2023_Q2 Distribution Statistics Data
- 2022 Content Industry White Paper
- Korean News