



K-STORY & COMICS IN EUROPE 4-6 JUILLET 2023 :
LE RENDEZ-VOUS PRO DE LA BANDE DESSINÉE CORÉENNE

Sur la lancée de ses précédents événements parisiens, KOCCA Europe, l'agence gouvernementale en charge de la promotion de l'industrie des contenus culturels coréens (à l'exception du cinéma) : BD/webtoon, musique, mode, jeux vidéo, loisirs numériques, des contenus audiovisuels comme les films d'animation, drama, documentaires, etc. veut mettre en évidence cette année une approche globale des univers des sociétés qu'elle représente, soit la plupart des studios coréens producteurs de webnovels et de webtoons, à l'exception des deux grands leaders Webtoon et Piccoma qui n'ont pas besoin de ce support gouvernemental et qui jouent brillamment leur propre partition.

DANS UN CONTEXTE HYPER-CONCURRENTIEL, LE WEBTOON PROGRESSE PARTOUT DANS LE MONDE

De nos jours, plus personne en France n'ignore ce qu'est le webtoon : une bande dessinée qui se lit en scrollant verticalement, idéalement adaptée au smartphone. Publiée sous la forme de feuilletons de 40 à 80 épisodes, c'est un système de lecture à l'origine de procédés de narration innovants et de nouvelles pratiques de commercialisation d'œuvres de fiction. Sa caractéristique, c'est qu'elle est pensée non pas en termes de support (la bande dessinée) mais en termes d'univers « fluide », de « propriété intellectuelle » (ou IP) capable de se couler dans toutes les formes de narration : BD/webtoon, musique, mode, jeux vidéo, loisirs numériques, des contenus audiovisuels comme les films d'animation, drama, documentaires... Ces innovations ont permis à la culture coréenne de prendre une position décisive dans ce secteur, en Asie d'abord, en particulier au Japon, puis dans le monde.



Un percée remarquée en France

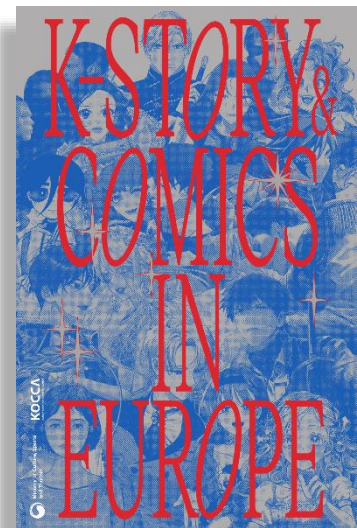


Depuis trois ans que KOCCA organise son événement parisien, la prise de conscience de l'importance du webtoon ne fait plus aucun doute pour quiconque en France. Aucun Parisien n'a pu ignorer ces derniers jours la démonstration de force de Naver (N°1 coréen) qui, en juin 2023, à un mois de la Japan Expo qui doit avoir lieu le 13 juillet prochain, a déployé dans le métro parisien une incroyable campagne de publicité pour sa filiale française Webtoon mobilisant toute la station de métro Opéra et La Rotonde de la Fnac Saint-Lazare, de même que les plus importantes stations de la capitale, dans une campagne orchestrée par l'agence parisienne Mediamonks. Au moment de la Japan Expo, Piccoma (Groupe Kakao, N°2 coréen et N°1 au Japon) sera le sponsor principal de l'événement de Villepinte.

Un secteur en constante expansion, offrant de nouvelles opportunités aux créateurs

A ce jour, on estime à plus de deux millions le nombre de lecteurs français de webtoon. Si le secteur du webnovel est encore balbutiant mais prometteur, le webtoon a créé un nouveau segment en France dans le domaine de l'imprimé : ainsi, en pionnier, *Solo Leveling* publié en France chez Delcourt/Tonkam, à l'origine une série de webnovels (romans lisibles sur smartphone, comme les webtoons) écrite par Chugong et publiée en ligne par Kakao avant d'être éditée par D&C Media compte plusieurs centaines de milliers d'exemplaires vendus. Aux USA, le label dédié à la BD coréenne Webtoon Unscrolled affiche des ventes qui sont de l'ordre de 200 000 exemplaires au titre dans la version papier de leur production numérique.

Voici un mois, Amazon, le leader Mondial du e-commerce, a lancé sa propre plateforme de webtoons au Japon sous la marque Fliptoon qui diffuserait les contenus des compagnies coréennes Kidari Studio ou Lezhin Entertainment. On apprend ces jours-ci que pour contrer Amazon, le fameux fabricant de smartphones Apple s'allie à l'un des plus grands studios de webtoons, Kenaz, qui sera présent cette année dans notre événement pour entrer sur le marché. De tels acteurs déboulant sur le marché marquent qu'un cap est passé. Leur présence est un élément décisif pour le développement du webtoon dans le monde. Selon l'accord, environ 30% des webtoons de Kenaz seront présentés en premier lieu sur l'application Apple Book.



Question souvent posée : est-ce que cela paie les auteurs ? Une enquête récente de Icv2 aux USA mentionne que ces productions -qui sont ouvertes aux créateurs internationaux et pas seulement aux auteurs coréens- ont généré 27 millions US\$ en 2022 aux états-Unis, soit une progression de 75% depuis 2019, tandis qu'en Corée les auteurs ont perçu 1,7 milliards US\$ en 2022, soit 87 fois ce qu'ils percevaient dix ans auparavant.

Dès lors, les uns et les autres prennent position : Disney lance Ducktoon, tandis que les Japonais lancent eux aussi leurs plateformes avec leur contenu : Kadokawa, Kodansha, Bandai, Shueisha...

2. K-STORY & COMICS IN EUROPE : UN RENDEZ-VOUS MARQUANT POUR ÉCHANGER ET FAIRE VIVRE LES ÉCHANGES ÉCONOMIQUES ENTRE ACTEURS EUROPÉENS ET CORÉENS DE CONTENUS CULTURELS.

La propriété intellectuelle au centre de ses adaptations



La plupart des webtoons, c'est un fait parfois ignoré, ont pour origine un « webnovel ». Ce segment de marché en Corée est quasiment aussi important que celui de la BD : La taille du marché des Webnovels en Corée a été d'environ 1 085 Md de wons, soit environ 760 M€ en 2021. En comparaison, le marché du webtoon est de 1 570 Md de wons, soit 1,1 Mds € en 2021, en progression de 48,6% pour l'année précédente. Les éditeurs français commencent seulement à s'intéresser au marché des Webnovels. Cette année permet de repérer les bonnes opportunités.

Dans le domaine de l'adaptation audiovisuelle, en 2022, plus d'une quarantaine de productions audiovisuelles ont été mises en œuvre à partir de webtoons et de webnovels diffusés par Naver et Kakao : 26 chez Naver cette année (contre 6 en 2019 !). Quelques exemples : « Reborn Rich », « A business proposal » en 2022, « Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim ? » en 2018, « Love in the moonlight » en 2016, etc.

Ce savoir-faire, grâce à l'effet OSMU (One Source Multiple Uses : source unique, usages multiples) permet non seulement de recruter chaque jour de nouveaux adeptes sur les différents supports, mais aussi de tester les « IP » afin de minimiser l'échec sur des productions coûteuses comme les films, les feuilletons TV, les dessins animés et les jeux vidéo.

L'effet démultiplicateur est probant : « A business proposal » a vu les ventes de webtoon quadrupler chez Kakao après la diffusion du feuilleton qui en avait été tiré. « Reborn Rich » de Naver webtoon a vu de son côté ses ventes totales de son webnovel multipliée par 188 dans les 25 jours après la diffusion de sa version télévisée.

3. LES SOCIÉTÉS PRÉSENTES CETTE ANNÉE

Chaque année, KOCCA fait un appel d'offres auprès des créateurs de contenus. Cette année, pas moins de 15 sociétés se présentent à nous :

La liste des participants :

| | |
|----|--------------------------|
| 1 | A2Z Entertainment |
| 2 | DAEWON C.I. |
| 3 | Do7 Entertainment |
| 4 | DONUTPEACH Inc. |
| 5 | EO Contents Group, inc. |
| 6 | Haksan pub |
| 7 | KENAZ |
| 8 | People&Story Corp. |
| 9 | Rockin'KOREA Co., Ltd. |
| 10 | RS Media |
| 11 | Safehouse Inc. |
| 12 | Sound alliance Co., Ltd. |

| | |
|----|-----------------------|
| 13 | Storywiz Co., Ltd. |
| 14 | Toyou's Dream Inc. |
| 15 | Woowa Brothers Corp.. |

A2Z Entertainment est une société spécialisée dans le webnovel de genre dans ²

différents domaines : le thriller, la SF, la romance, la non-fiction, les dramas sur la plateforme Gozknock ENT. Chaque année, les romans de Gozknock ENT sont adaptés en films, séries télévisées, comédies musicales ou même en webtoons.

Daewon C.I Inc. Fait partie des pionniers du renouveau du marché coréen de la bande dessinée en 1991, avec le lancement de Comic Champ, la première revue de BD en Corée du Sud. Cette revue a introduit en Corée des BD telles que le manga Slam Dunk, tout en publiant des contenus originaux comme Sabre et Dragon ou encore Ragnarök, exportées dans plus de 40 pays. Priest et Queens ont été adaptés en films hollywoodiens et en dramas taïwanais. A partir de 2010, Daewon C.I Inc. Se consacre aux webtoons en adaptant des dramas tels que «Clean with Passion» ou encore «Unintentional Love Story», et en s'ouvrant à des productions conjointes avec des partenaires étrangers.

Do7 Entertainment. Acteur depuis des années du webtoon coréen, activité qui s'est concrétisée par des succès partout dans le monde, Do7 offre une palette de possibilités dans la production de webtoons offrant des services aussi bien dans la conception que l'accompagnement marketing, la distribution ou la production audiovisuelle. Son premier webtoon, *Wet Sand*, figure dans le top des meilleures ventes mondiales, en dépit du registre BL (Boy's Love) qui est le sien. Il est lisible sur smartphone en huit langues et a fait l'objet d'une adaptation en volumes dans sept idiomes différents. On signale aussi *Shutline*, qui, à côté de sa version imprimée, a été marqué par le lancement réussi de l'«audio drama» et du «concert talk» qui ont été tirés de ce webtoon. L'étendue de son savoir-faire dans le domaine du webtoon, que ce soit l'édition, la déclinaison en produits dérivés, en spectacles et autres supports innovants confirment sa position éminente sur le marché.

Donutpeach est un distributeur international de contenu digital, spécialisé dans la distribution d'oeuvres originales, webtoons et novel comics principalement pour le public féminin, le bien-être et le développement personnel. «To Be Happiness, Beyond Empathy with DONUTPEACH » est leur devise, avec l'idée que le partage dans l'émotion et la joie profitent au développement de l'être humain.

EO Content Group est dirigé par la productrice Eun Young Oh, 27 ans d'expérience dans l'industrie des films et séries télévisées. Avec plus de 102 propriétés intellectuelles originales en collaboration avec 160 auteurs, elle détient les droits de 53 séries télévisées et films au total, 18 séries, 6 films et 3 webtoons étant en développement.

Haksan Culture Co., Ltd a été fondée en 1995 fondant deux magazines spécialisés tels que *Sonnyeon Chance* et *Comic Party*, qui sont à l'origine de l'éclosion de bien des talents coréens, notamment sur les supports numériques. Son partenariat avec NTT Somare permet son développement international, notamment en Indonésie et dans les pays anglophones, au total dans 13 pays. La société travaille en ce moment sur la production de dessins animés en Chine.

Kenaz est un studio dont l'activité est centrée sur la création et la préproduction de webtoons avec des graphismes de qualité et des intrigues. Il emploie environ 180 auteurs exclusifs de webtoons, accompagnés par son équipe de développement de produits. Il se déploie en plusieurs types d'ateliers spécialisés, tels que Studio PlumB en direction du public masculin, Studio Jungle spécialisé en univers pour le jeu vidéo et Team LycheeRappi visant une audience féminine.

People&Story est une entreprise spécialisée dans la production de webtoons et romans en ligne. Elle a un catalogue de webtoons appuyé sur plus de 2000 de ses webnovels, adaptés en dessins animés et

en séries TV, sous la forme de spectacles et de films d'animation. Le studio, fondé à Busan dans la province du Gyeongsang du Sud, produit chaque année 40 webtoons diffusés dans des pays tels que les Etats-Unis, le Japon, la Chine ou encore la France. De plus, People&Story publie en Corée, des webtoons à succès provenant de l'étranger.

Rockin'Korea Ltd, créée en 2000, produit et exporte des webtoons, des webnovels, des drama, des événements musicaux, des festivals et des albums à travers le monde, autour de sa filiale « RKStudio », notamment dans le domaine éducatif. Parmi ses quelque 200 artistes coréens et 800 produits de licence, mentionnons le webtoon-drama « The Spring of Crush » diffusé simultanément sur «Watcha» en Corée et sur «RakutenTV» au Japon ou encore «Bump up Business», un webtoon en service exclusif sur «Naver Series» en cours d'écriture pour être un *drama*. Rockin'Korea Ltd, a lancé l'année dernière, une plate-forme Webtoon appelée « rktoon.net ».

Rsmidia est une maison d'édition qui se concentre sur la production et distribution de romans en ligne ainsi que de webtoons.

Safehouse Inc. est une entreprise de production spécialisée qui compte actuellement plus de 130 auteurs qui ont produit un grand nombre de contenus. Chaque année, l'entreprise promeut des concours de scénarios, afin de découvrir de nouveaux sujets et de nouveaux talents.

Sound Alliance Co., Ltd. est une entreprise qui propose une solution sonore complète pour divers contenus, notamment la pré/postproduction d'audio-dramas, de films, de concerts K-POP et de spectacles en live. Elle détient les droits étrangers de webromans originaux du groupe d'écrivains "Geulgun", dirigé par l'auteur 'Isu Yoon', auteur du célèbre drama "*Love in the Moonlight*". Elle peut produire et distribuer des webnovels, des webtoons, des audio-dramas et des séries télévisées.

Storywiz est une filiale du Groupe KT, fondée en 2020. Elle est spécialisée dans la création, la distribution et l'exploitation de webnovels et de webtoons, ainsi que dans la gestion de la plateforme de webnovels Blice et de la plateforme de webtoons, K-Toon. En raison de sa position stratégique dans le Groupe KT, Storywiz développe la chaîne de valeur du groupe à travers ces vecteurs, ainsi que leur adaptation en vidéo, en dessins animés et d'autres formes de médias mixtes.

Toyous Dream est une entreprise de planification et de production de webtoons fondée en 2009. Elle a produit plus de 530 titres de webtoons et propose actuellement 78 œuvres sur plus de 20 plateformes, ce qui la positionne comme un des acteurs les plus actifs en Corée du Sud. On lui doit les séries *Tong*, *Dokgo*, *Blood Rain*, *Shark*, *K*, *le Nettoyeur* et *Polar Night* diffusées en collaboration avec le Japon, la Chine, l'Amérique du Nord ou encore l'Europe, mais également la production et l'exportation de vidéos. Toyous Dream Inc. Possède des expériences dans l'adaptation en vidéos d'œuvres telles que *Tong Memories*, *Dogko Rewind*, *Item* ou encore *Shark*. L'entreprise se distingue par sa capacité à produire des contenus variés sans se restreindre à un seul média spécifique.

Woowa Brothers Corp. est l'une des plus grandes entreprises technologiques représentatives de la Corée du Sud, et elle s'engage dans l'expansion de la diversité du marché des webtoons et la promotion d'un écosystème sain à travers sa plateforme Manhwakyung, qui figure dans le Top 3 du marché coréen. On peut y trouver plus de 200 contenus originaux sous le label « nouvelle découverte ».

KOCCA vous invite à venir les rencontrer pour prendre la mesure du phénomène de la création coréenne. Notre ambition est de constituer une plateforme d'échanges pour établir des partenariats

Ces rencontres auront lieu cette année entre le 4 et le 6 juillet 2023

4. RENCONTRES ENTRE LES ENTREPRISES

- Dates : Du mardi 4 juillet au jeudi 6 juillet 2023
- Lieu : Le Novotel Paris Les Halles (8 place Marguerite de Navarre - 75001 Paris)
- Organisation de l'évènement :
 - 30 minutes par rencontre, chaque société a la possibilité de rencontrer jusqu'à 20 entreprises

Contact : koccaeurope@kocca.kr / seokyeongkil@kocca.kr

LE FORMULAIRE POUR S'INSCRIRE :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd3S2EdxANTKKIJ16I6rncMMS_3xXrcpTOdUOB_u0dIQaseV-Q/viewform?pli=1

5. « LET'S TALK » : CONFERENCES ET TABLE RONDE

- Dates le jeudi 6 juillet 2023 de 14h à 17h
- Lieu : Le Novotel Paris Les Halles
- programme :

| sujet | Heure | Durée | Intervenants |
|---|-------------|-------|---|
| L'évolution et l'état des lieux de contenus numériques(digital contents) en Europe | 14:00~14:20 | 20' | o Ainara Ipas Directrice générale du plateforme ONO (média-participations) |
| Questions/Réponses | 14:20~14:30 | 10' | |
| Maintenance du système et remplacement du matériel de présentation | | | |
| Le dynamisme de K-contents et ses ressorts | 14:35~14:55 | 20' | o Nicolas Piccato Directeur du Lyon BD Festival |
| Questions/Réponses | 14:55~15:05 | 10' | |
| Maintenance du système et remplacement du matériel de présentation | | | |
| Le potentiel de l'expansion de K-Contents dans le monde | 15:10~15:30 | 20' | o Sonia Latoui Directrice générale adjointe Mediawan Thematics |
| Questions/Réponses | 15:30~15:40 | 10' | |
| Maintenance du système et remplacement du matériel de présentation | | | |
| Où en est la vague coréenne-Hallyu après « Squid Game » ? | 15:45~16:30 | 45' | o Nicolas Piccato : Directeur du Lyon BD Festival o Sonia Latoui : Directrice générale adjointe Mediawan Thematics o Didier Borg : Creative Content Industry Advisor Animée par Seokyeong Kil, KOCCA |
| Questions/Réponses | 16:30~16:40 | 10' | |

Soirée de Networking



Retrouvez tous les professionnels du secteur concernés coréens et ses développements.
Convivial et informel.

- Date : le jeudi 6 juillet 2023 à partir de 17h30
- Lieu : Le Novotel Les Halles Paris

Contact Presse
Nicolas MALLET
06.63.32.16.01
Nicolas.mallet.rp@gmail.com