



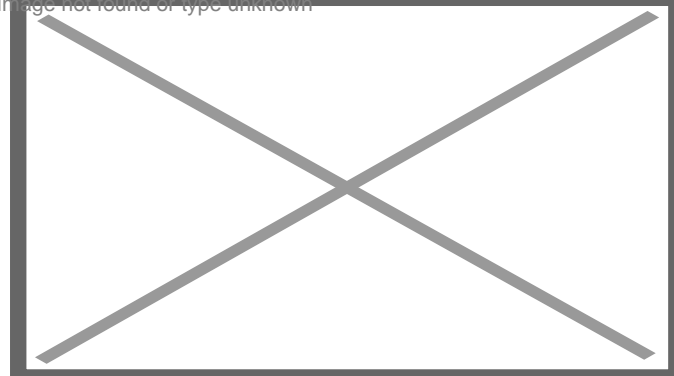
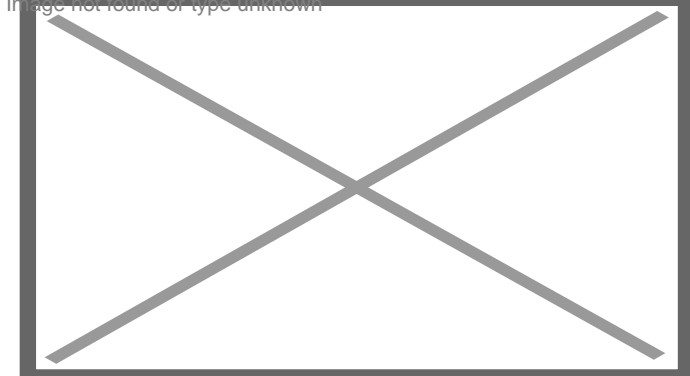
Industries Culturelles et Créatives (ICC) et ICC Immersion en Corée du Sud

ARTICLE CORÉE DU SUD

Atout France était partenaire de l'événement « ICC Immersion » lancé par le ministère de la Culture, le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, le ministère de l'Économie et des Finances, l'Institut Français et Business France afin de favoriser le développement des Industries Culturelles et Créatives à l'international et ainsi développer l'influence et l'attractivité de la France à l'international.

Quatre pays (Canada, Israël, Royaume-Uni et Corée du Sud) ont été choisis pour lancer le programme « **ICC Immersion** », visant à favoriser les échanges avec les professionnels des industries culturelles et créatives, au travers de conférences, tables rondes et rendez-vous d'affaires. Cinq secteurs sont mis plus particulièrement à l'honneur : muséographie, XR/VR/AR, jeu vidéo, webtoon et musique.

Le premier événement s'est tenu en Corée du Sud la semaine dernière, avec **[15 entreprises françaises présentes](#)**. A cette occasion, Atout France a mis en relation des prospects liés à l'industrie du tourisme avec les entreprises présentes, en proposant aux différentes startups concernées son expertise technique du marché sud-coréen. Ces mises en relation participeront au développement du patrimoine français en Corée du Sud et concourront à donner au public coréen le désir de le découvrir grandeur nature, tout en soutenant l'innovation dans le secteur des ICC.



Le **K-culture**, de son côté, fait sensation en France avec par exemple la participation de stars de la K-Pop aux défilés de prestigieuses maisons de couture (Jimin de BTS chez Dior, J-Hope de BTS chez Vuitton) ou encore les Black Pink à l'Élysée pour l'opération Pièces-Jaunes. Le **webtoon** prend lui aussi ses quartiers en France, avec notamment une présence remarquée au festival d'Angoulême.

Atout France fut précurseur du sujet en réalisant et pilotant le 1er webtoon ayant pour but de promouvoir la Destination France. Une série de 15 épisodes de « Mon quartier à Paris » a été créée, en coopération avec CJ Entertainment et l'Institut Français de Séoul, et publiés sur la plateforme de Naver dédiée : « Series » en 2018 et 2019.

La culture et plus largement les industries créatives sont un vecteur fort d'influence culturelle et d'attractivité-touristique.

Quelques chiffres

En 2019, la France constituait la destination européenne préférée des Sud-Coréens. Selon une enquête récente, 78 % des Sud-Coréens répondant ont indiqué qu'ils voyageront une fois à l'étranger en 2023 et 35 % au moins deux fois.

Contact(s)

Corinne FOULQUIER - Directrice - Corée du Sud

- [+82 2 776-9142](tel:+3327769142)
- corinne.foulquier@atout-france.fr