



LIVRES CANADA BOOKS®

Le marché du livre sud-coréen pour les éditeurs canadiens

Rapport de la mission exploratoire menée
par Livres Canada Books en Corée du Sud,
du 17 au 21 juin 2013

Le marché du livre sud-coréen pour les éditeurs canadiens

Rapport de la mission exploratoire menée par Livres Canada Books en Corée du Sud, du 17 au 21 juin 2013

© 2013 Livres Canada Books
Tous droits réservés. Publié en 2013

Membres de la délégation

François Charette
Directeur général, Livres Canada Books
fcharette@livrescanadabooks.com

Gillian Fizet
Responsable des droits, House of Anansi et Greenwood Books
gfizet@grounwoodbooks.com

Arnaud Foulon
Vice-président, Éditions et opérations, Groupe HMH
arnaud.foulon@groupehnh.com

Brian MacDonald
Directeur des ventes et du marketing, University of Toronto Press
brianm@utpress.utoronto.ca

Un merci tout spécial à Mme Hye-Shin Kang et à Mme Soo Hyang Kim, de l'Ambassade du Canada en Corée, qui ont grandement contribué au succès de notre mission exploratoire.

Livres Canada Books
1, rue Nicholas, bureau 504
Ottawa, Ontario K1N 7B7
CANADA

www.livrescanadabooks.com

Nous reconnaissons l'appui financier du gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du livre du Canada de Patrimoine canadien

We acknowledge the financial support of the Government of Canada through the Canada Book Fund at Canadian Heritage

Canada

Table des matières

Le contexte coréen	1
Habitudes de lecture	3
Le marché du livre coréen	4
Commerce, établissement des prix et droits d'auteur	7
Point de vue sur l'édition grand public, Gillian Fizet	9
Paju Book City.	9
La Biliothèque nationale de Corée.	11
Réunions avec éditeurs et distributeurs.	12
Réunions avec des sous-agents (agences de droits)	14
Visites de librairies	15
Recommandations pour les éditeurs d'ouvrages de langue anglaise et d'ouvrages généraux	16
Point de vue sur l'édition savante, Brian MacDonald	18
Marché du livre	18
Enseignement supérieur en Corée	20
Droits de traduction	21
Fournisseurs locaux d'impression à la demande	21
Point de vue sur le livre jeunesse et l'édition de langue française, Arnaud Foulon . . .	22
Le numérique	22
Les éditeurs	23
Les agents	25
Édition jeunesse.	25
Conclusion.	26
Appendice : Contacts en Corée du Sud	28
Éditeurs	28
Agences de droits	30
Libraires / Distributeurs / Grossistes.	31
Organisations professionnelles et organismes publics	32



Le contexte coréen

La Corée du Sud est le seul pays à avoir amélioré sa situation en passant de pays en développement et de pays bénéficiaire de l'aide étrangère au début des années 1960 à celui de membre de l'OCDE et de pays donateur d'aide étrangère au début du 21^e siècle. Les 50 millions d'habitants de la Corée (dont près de 2 millions sont des étrangers) jouissent maintenant d'un mode de vie moderne qui, jusqu'à un certain point — par exemple la pénétration du téléphone intelligent et le mode de vie urbain — établit des tendances partout dans le monde et attire une attention culturelle considérable.

Le parcours de la Corée pour se hisser au quinzième rang des économies les plus importantes du monde a été semé d'embûches. Le pays se distingue par 30 années d'orientation gouvernementale exhaustive et l'omniprésence de l'État continue plus que jamais de se faire sentir. La Corée est caractérisée par des conglomerats géants, connus sous le nom de « chaebols », qui ont établi une part substantielle du marché mondial. Ces conglomerats, qui comprennent Hyundai Motors, Samsung et LG, font en sorte que les exportations sont le moteur essentiel de l'économie du pays.

La Corée a été durement frappée par la crise asiatique de 1997-1998, mais en conséquence, elle était bien préparée pour la crise financière mondiale de 2008-2009. La crise a eu peu d'impacts financiers directs en Corée; toutefois, le won coréen s'est affaibli par rapport au dollar américain et les exportations ont chuté, entraînant le pays dans une récession. Malgré la récession, le pays est parvenu à maintenir une croissance économique légèrement positive. L'économie coréenne a connu un regain en 2010 et a progressé de 3,7 % en 2011.

L'économie nationale de la Corée s'est constamment détériorée depuis le milieu de l'année 2011. Cette situation a eu une incidence sur les dépenses privées alors que l'inflation a fait bondir les salaires et que la dette des ménages a atteint un sommet sans précédent depuis 1998. Ceci s'illustre par la diminution mensuelle des dépenses en livres et autres biens culturels qui sont durement touchés durant ces périodes.

Tableau 1. Principaux indicateurs économiques, 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012 (est.)
PIB (milliards de won)	1 026 452	1 065 037	1 172 803	1 215 023	1 251 473
Croissance du PIB (%)	2,3	0,3	6,2	3,6	3,0
Croissance des dépenses privées (%)	1,5	0,1	4,2	2,4	2,1
Taux de chômage (%)	3,2	3,6	3,7	3,4	N/A
Taux de change (won/dollar canadien)	1 038,31	1 100,24	1 125,68	1 119,61	1 122,65
Population	49 540 367	49 773 145	50 515 666	51 121 854	51 530 829
Ménages	19 005 339	19 261 292	19 865 179	20 132 485	20 403 388
Dépenses mensuelles des ménages en livres (won)	22 638	21 211	21 902	20 570	20 690
Librairies	3 519	3 009	3 111	2 962	2 920

Source : Bureau national des statistiques de la Corée, Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme de la Corée, Korea Publishing Marketer Conference (KPMAC).

Après de nombreuses réalisations durant l'ère préindustrielle, la Corée a depuis ce temps connu de graves difficultés en raison de la colonisation par les Japonais suivie d'un système de contrôle étatique qui a réduit la diversité nationale à quelques stéréotypes. Ce n'est qu'au cours des 20 dernières années que la culture de la Corée est devenue dynamique et créative. Bien que l'anglais soit enseigné comme langue seconde à un âge de plus en plus jeune, de nombreuses personnes utilisent encore le « Konglish » (mots anglais ou mots dérivés de l'anglais qui ont la même signification dans le contexte coréen) plutôt qu'un anglais correct. Les étudiants ont tendance à avoir une connaissance passive de la langue. La langue seconde de la génération plus âgée est le japonais.

La population de la Corée est vieillissante. Il y a moins de jeunes d'âge scolaire et universitaire et il y a une cohorte de membres de la génération du baby-boom dans la cinquantaine et la soixantaine qui croît rapidement (en Corée, la génération du baby boom est venue dix ans plus tard qu'en Amérique du Nord et après la guerre de Corée de 1950 à 1953). La population de la vieille école économiquement active (définie comme étant âgée de 15 à 64 +ans) atteindra son apogée en 2017, mais les tendances récentes illustrent une forte croissance de l'emploi des personnes dans la cinquantaine et la soixantaine et un chômage élevé chez les jeunes Coréens dans la vingtaine. Les données les plus récentes de 2012 du Hyundai Economic Research Institute décrivent une réalité où 1,1 million de Coréens dans la vingtaine sont en chômage et où 70,5 % d'entre eux ont cessé de chercher un emploi.

Même si les familles sont moins nombreuses que dans le passé, les familles coréennes consomment beaucoup de livres, particulièrement des livres jeunesse. Il est à noter toutefois que lorsqu'ils ont terminé l'école maternelle, les Coréens sont plus susceptibles de lire en ligne plutôt que hors ligne. Le système d'éducation coréen est intensif; les étudiants coréens passent plus d'heures à étudier dans les écoles officielles et les instituts privés postsecondaires que les étudiants des autres pays. L'anglais est enseigné comme matière obligatoire dès la maternelle et les jeunes Coréens maîtrisent beaucoup mieux cette langue que leurs parents.

Les Coréens sont reconnus pour le nombre d'heures qu'ils consacrent à l'étude et leurs résultats d'aptitudes en mathématiques le démontrent bien. La vie d'un enfant Coréen d'environ trois ans, jusqu'à ce qu'il se présente à l'examen d'admission à l'université à l'âge de 17 et de 18 ans, gravite autour de l'étude à l'école et de l'investissement de son temps dans des instituts privés après l'école. Les instituts privés tentent d'enseigner à nouveau aux étudiants les compétences essentielles qui auraient été enseignées à l'école. Le nombre d'enfants d'âge scolaire diminue toutefois de plus en plus, au fur et à mesure que la population vieillit. Ceci signifie que les classes sont moins nombreuses et que les écoles plus petites sont subséquemment menacées de fermeture.

Malgré ce processus pédagogique intensif, de nombreux Coréens se disent insatisfaits du système Coréen — qui tend à favoriser l'apprentissage par cœur — et tentent à un coût énorme d'envoyer leurs enfants (et souvent un parent) dans un pays anglophone pour y parfaire une partie de leur éducation. Selon le ministère de l'Éducation, des Sciences et de la Technologie, sur un total de 289 288 Coréens qui étudiaient à l'étranger en 2010-2011, 5 % de ceux-ci avaient choisi d'étudier au Canada alors que 24,9 % et 21,8 % avaient choisi d'étudier aux États-Unis et en Chine respectivement. Les enfants qui ont passé plus de trois ans à l'étranger sont habilités à s'inscrire à l'une des 165 prestigieuses écoles secondaires de langue étrangère où environ 100 000 étudiants étudient en anglais.

Le nombre de librairies en Corée a diminué régulièrement au cours des dix dernières années. La très grande majorité de celles-ci sont des librairies indépendantes. Un grand nombre de ces librairies dépendaient de la vente de manuels scolaires qui sont officiellement approuvés et fréquemment révisés. Les principaux éditeurs sont d'avis que la diminution du nombre de librairies aura une incidence minimale sur les ventes futures parce que de grands détaillants, par exemple Kyobo et YP Books (Young Poong), prennent la relève. L'achat en ligne auprès de grandes librairies est également devenu pratique et rapide puisque les livres sont livrés à peu de frais le jour suivant ou parfois le jour même. Contrairement à la diminution du nombre de librairies, la conversion des clubs vidéo qui prêtent des livres et des bandes dessinées, plutôt que des vidéos ou des DVD, est un phénomène remarquable.

La Corée est généralement considérée comme un marché où il est difficile de faire des affaires, où l'expertise locale sera requise et qui, même si le pays et la façon de faire des affaires changent, demeure une culture dans laquelle les relations sont considérées importantes. Pour cette raison, les agents demeurent encore des intermédiaires essentiels entre les éditeurs étrangers et les éditeurs coréens.

Habitudes de lecture

En Corée, il y a un consensus général selon lequel vous connaîtrez du succès plus tard dans la vie si vous réussissez à être accepté dans l'une des quatre universités les plus importantes, connues sous l'acronyme SKY — l'Université nationale de Séoul, l'Université de Corée et l'Université Yonsei (plus l'Université des femmes Ewha). Les étudiants coréens subissent les pressions des parents pour lire et étudier de façon intensive afin d'être

4 | LE CONTEXTE CORÉEN

acceptés dans une bonne université. Ceci expliquerait l'augmentation d'une année à l'autre du nombre moyen de livres lus par les étudiants. De plus en plus d'étudiants rêvent d'étudier à l'étranger et ont pour objectif d'être admis dans une université de la Ivy League.

Le lectorat est anormalement faible comparativement à la moyenne américaine pour les segments du groupe d'âge de 40 à 54 ans et de 55 ans et plus. L'une des explications de cette faiblesse serait que ces personnes ont grandi durant et immédiatement après la guerre de Corée, lorsque les ressources étaient rares, et que l'environnement a façonné la mentalité de cette génération.

Tableau 2. Taux de lecture par groupe d'âge (pourcentage)

	15-24	25-39	40-54	55+	Moyenne
Corée (2010)	90	73	62	41	67
UE 27 (2007)	82	72	74	63	71

Source : Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme de la Corée, Eurobaromètre

La même proportion d'adultes et d'enfants lit pour apprendre quelque chose de nouveau, mais plus d'enfants considèrent que c'est une habitude agréable. Les adultes ont tendance à lire pour la tranquillité d'esprit et pour passer le temps.

Tableau 3. Motivation à lire (pourcentage)

Raison de lire	Adultes	Enfants
C'est l'une de mes habitudes agréables	6,0	13,0
Pour apprendre quelque chose de nouveau	30,2	32,7
Pour la tranquillité d'esprit	10,7	6,3
Pour passer le temps	12,6	8,5

Source : Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme de la Corée

Les femmes et les personnes qui possèdent un diplôme collégial lisent en moyenne beaucoup plus de livres par année.

Tableau 4. Nombre moyen de livres lus par année (2010)

Sexe			Éducation		
Moyenne	Hommes	Femmes	Moyenne	Élevée	Diplôme
10,8	10,3	11,4	2,5	6,4	16,5

N = 1 000

Source : Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme de la Corée

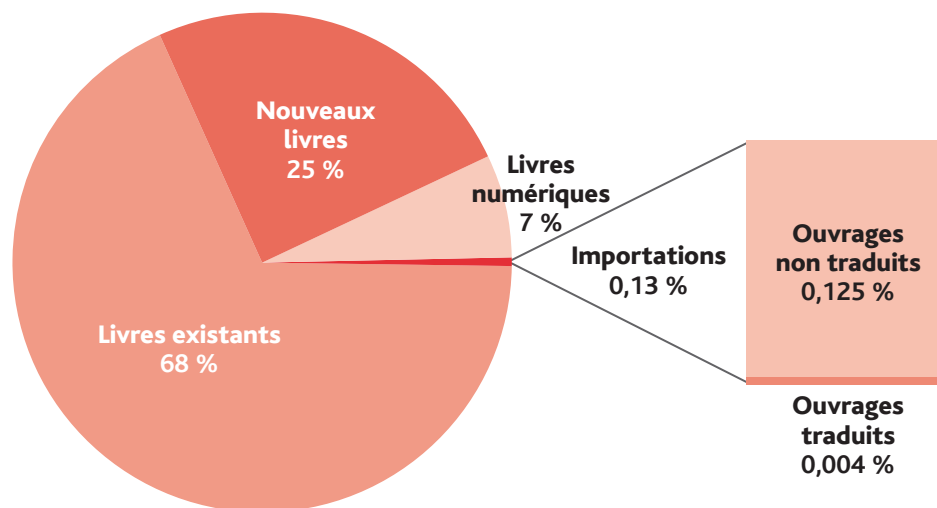
Le marché du livre coréen

Certaines questions se posent au sujet de la taille du marché coréen et de la façon dont l'Association des éditeurs coréens et le Bureau national des statistiques de la Corée

évaluent la taille totale du marché. L'estimation de la taille totale du marché en 2011 était de 4 970 milliards de won (4,4 milliards de dollars canadiens). Ceci signifie que la valeur marchande du marché du livre coréen a augmenté de près de 25 % au cours des dix dernières années. On prévoit que le marché connaîtra une croissance de 1,94 % à 5 066 milliards de wons (4,5 milliards de dollars canadiens) en 2012.

La taille du marché pour les livres traduits du coréen vers l'anglais et le français en 2011 était évaluée à 477 milliards de wons (422 millions de dollars canadiens), soit environ 9,59 % du marché total (la part de marché pour les ouvrages traduits a augmenté à 26,6 % si on tient compte de la langue japonaise et des autres langues). Ceci est un pourcentage plus faible que l'estimation de 33 % en 2002. On prévoit que la taille du marché des ouvrages traduits croîtra de 1,97 % à 486.468 milliards de wons (430 millions de dollars canadiens) en 2012.

Figure 1. Marché du livre coréen par catégorie, 2012 (estimation)

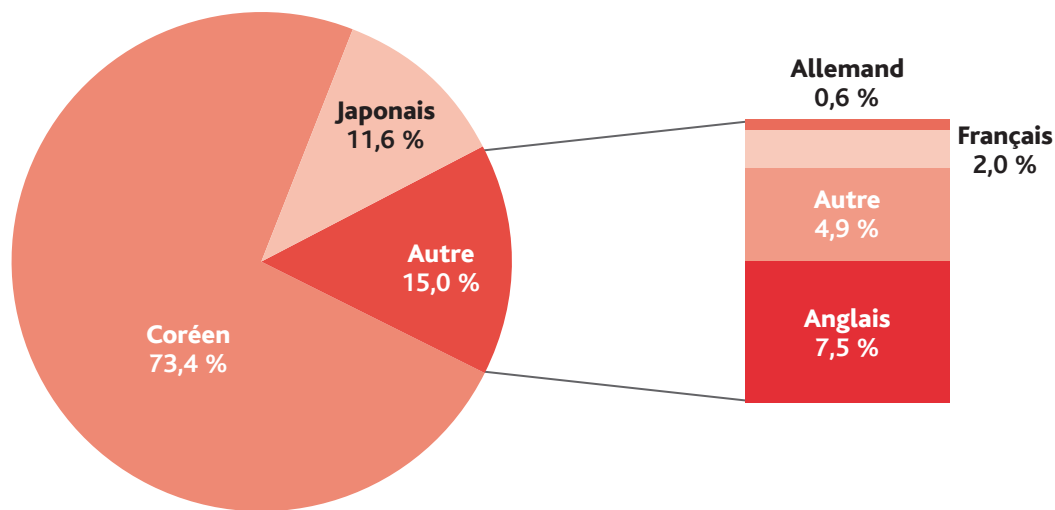


Source : Service des douanes de la Corée, Bureau national des statistiques de la Corée, Association des éditeurs coréens, Korea Electronic Publishing Association (KEPA).

Une part importante des livres traduits provient du Japon. La proximité géographique et la proximité culturelle sont les raisons qui sous-tendent cette tendance. Plus de 90 % des bandes dessinées lues en Corée proviennent du Japon. Le Canada est bien situé sur le plan linguistique car il peut exploiter tout autant le marché de la traduction anglaise que celui de la traduction française.

Les Coréens considèrent qu'ils ont une affinité naturelle avec la langue française. Outre le fait qu'ils ont une vision idéaliste et romantique de la langue, les Coréens croient qu'elle se traduit très bien en coréen car elle permet de conserver l'émotion, la sensibilité et le sentiment national.

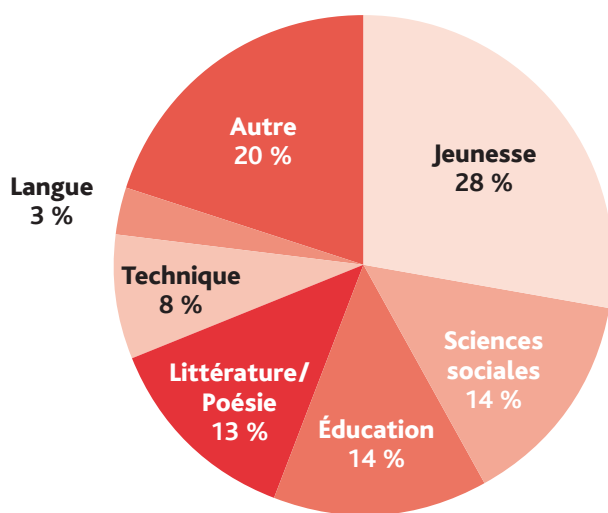
Figure 2. Part de marché par langue, nouveaux titres



Source : Association des éditeurs coréens.

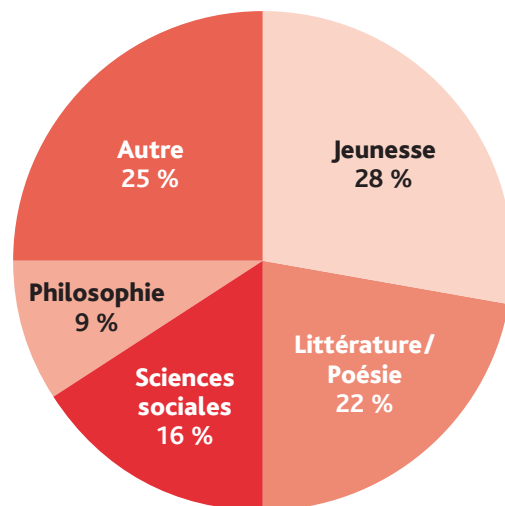
Des divergences apparaissent lorsque l'on compare la part des ouvrages traduits au marché total. La part des ouvrages traduits est plus élevée dans les segments du livre jeunesse, de la littérature et de la poésie alors que les manuels de sciences donnent de bons rendements parce que le marché de l'éducation est concurrentiel, mais relativement stable en Corée.

Figure 3. Part de marché par genre, nouveaux titres (2011)



Source : Association des éditeurs coréens

Figure 4. Part de marché par genre, titres traduits (2011)



Source : Service des douanes de la Corée, Bureau national des statistiques de la Corée, Association des éditeurs coréens, Korea Electronic Publishing Association (KEPA).

Commerce, établissement des prix et droits d'auteur

La Corée est toujours un pays qui aime établir des règlements et le marché coréen ressemble donc davantage à ce qu'était le marché du livre dans de nombreux pays développés lorsque les restrictions du prix de vente conseillé (PVC) s'appliquaient. Sur le plan légal, le rabais maximal pour les livres qui viennent de paraître est de 10 %. Les livres moins récents peuvent être vendus avec des rabais de 25 à 40 %. Il est normal que les grossistes achètent des livres des éditeurs avec un rabais de 47 à 55 % du PVC. Le prix moyen de tous les livres en 2011 était de 13 010 wons (11,50 dollars canadiens). Le livre jeunesse était le moins dispendieux (8,70 dollars canadiens) alors que le prix des livres de sciences, d'art et d'histoire se vendaient plus de 19 000 wons (17 dollars canadiens).

Les éditeurs paient des droits d'auteur de 5 à 10 % du prix de détail brut et le salaire des agents est de 10 % des droits d'auteur versés aux détenteurs des droits.

Tableau 5. Modèle général d'établissement des prix par canal, 2011

	Part (%)		
	Hors ligne (plein PVC)	En ligne (rabais de 32%)	Livre numérique (rabais de 35%)
Éditeur	55,0	80,9	87,5
Prix de détail national	10,0	12,0	
Prix de détail régional	5,0		
Livraison (coûts fixes)		2,0	
Marge de détail	30,0	5,2	12,5
Consommateur	100,0	100,0	100,0

Source : Entrevues avec des éditeurs.

Tableau 6. Prix moyen de tous les livres publiés par catégorie, 2011

	Wons	Dollars canadiens
Général	18 932	16,70
Philosophie	16 883	14,90
Religion	13 778	12,20
Sciences sociales	19 855	17,50
Sciences pures	20 916	18,50
Sciences techniques	21 647	19,10
Arts	19 928	17,60
Langue	16 710	14,80
Littérature/Poésie	10 887	9,60
Histoire	19 666	17,40
Éducation	10 314	9,10
Enfants	9 813	8,70
Total partiel	14 459	12,80
Bandes dessinées	4 541	4,00
Total	13 010	11,50

Source : Association des éditeurs coréens

Point de vue sur l'édition grand public

Gillian Fizet, House of Anansi

Paju Book City

Lors du premier avant-midi de notre mission officielle, en compagnie d'un interprète, nous nous sommes dirigés vers Paju Book City, une ville autonome qui abrite des centaines d'éditeurs, d'imprimeurs, d'organismes littéraires, d'entreprises de conception et de distributeurs. Paju est un complexe culturel situé à environ une heure de Séoul et près de la frontière de la Corée du Nord. Administrée par le ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme de la Corée, Paju Book City a été établie il y a environ 20 ans. J'ai entendu toutes sortes de théories qui en expliquent la raison, mais ma préférée est celle qui veut que le gouvernement sud-coréen désirait déménager de plus en plus de personnes vers la Corée du Nord de sorte que si les deux pays en venaient à s'unifier, la région serait déjà dotée d'une industrie prospère. Il est plus plausible que le gouvernement sud-coréen voulait développer un groupement culturel d'éditeurs à guichet unique. Si vous visitez le site Web officiel de Paju Book City (www.pajubookcity.org/english/sub_03_01.asp) vous apprendrez que la Book City est « la ville pour retrouver l'humanité perdue »; il s'agit d'un projet qui vise à retrouver des valeurs communes après la confusion et le désordre qui ont été causés par la règle coloniale japonaise, une période de libération chaotique, la guerre de Corée et l'invasion de la société coréenne par la culture occidentale.

Comme je l'ai rapidement appris, ce ne sont pas toutes les entreprises reliées aux livres qui sont de fait exploitées à partir de Paju. Un bon nombre d'éditeurs et de distributeurs ont des bureaux dans le centre-ville de Séoul en plus d'avoir une base à Paju. De cette façon, ces derniers peuvent tirer profit des avantages d'être situés dans un endroit central, tout en collectant les crédits d'impôt de Paju Book City du gouvernement. Nous avons été étonnés de voir qu'il y avait si peu d'infrastructures dans la « ville », pratiquement aucune signalisation et des directives visiblement très strictes pour la conception et la construction. Personne ne vit à Paju (c'est essentiellement une ville fantôme au milieu d'un espace ouvert), il y a très peu de restaurants (nous n'en avons vu qu'un seul), personne n'y circule et tous restent simplement dans leur édifice et travaillent. À bien des égards, cela m'a rappelé un complexe industriel. Malgré le fait que des centaines de personnes viennent y travailler tous les jours, il n'y a apparemment qu'un seul autobus que vous pouvez prendre à Séoul pour vous y rendre. J'ai remarqué qu'il y avait des douches dans la plupart des édifices que nous avons visités et je me suis demandé si les employés étaient souvent obligés de dormir au bureau s'ils rataient le dernier autobus. Il régnait une chaleur étouffante et chacun des édifices que nous avons visités ressemblait à un sauna et en dégageait les odeurs.

La première réunion que nous avons tenue à Paju était avec un acheteur du Kyobo Book Center, l'une des librairies les plus importantes de la Corée. Elle a été créée il y a 32 ans, à partir d'une compagnie d'assurance-vie dont les PDG voulaient relancer les résultats nationaux de la lecture du pays. Aujourd'hui, Kyobo possède une part de marché de 30 %. Elle se distingue des autres intervenants majeurs de l'industrie en étant la librairie la plus axée sur le numérique et par sa participation récente aux affaires concernant l'impression sur demande. L'acheteur a bien voulu parler à Brian MacDonald (UTP) et, en fait, il connaissait déjà certains des livres de l'University of Toronto Press. Il connaissait bien Indigo et sa tendance graduelle à vendre moins de livres et plus d'articles de style de vie, phénomène également inévitable en Corée du Sud, comme nous l'avons nous-mêmes constaté plus tard. Nous en avons appris un peu plus sur la section des livres anglais de Kyobo — dont la majorité provient des États-Unis et du Royaume-Uni. Si tant est qu'elle possède des livres d'auteurs canadiens, ils seraient vraisemblablement entrés au pays par le truchement de distributeurs américains et britanniques. Ils sont regroupés dans un format appelé « livre broché international » qui est essentiellement un livre de poche très petit et très mince. L'importation est dispendieuse et pour faire un profit, la librairie augmente le prix courant des États-Unis ou du Royaume-Uni d'environ 20 %.

Notre réunion suivante était avec Jakkajungsin, une maison d'édition spécialisée dans la fiction littéraire et les ouvrages généraux pour adultes et enfants. Même s'ils nous attendaient, les employés de Jakkajungsin ont semblé quelque peu étonnés de notre visite et ne comprenaient pas vraiment pourquoi nous voulions les rencontrer. Toutefois, lorsqu'Arnaud Foulon a remarqué l'affiche en coréen du grand film *L'histoire de Pi* et a rappelé à tous que Yann Martel est Canadien et que HMH avait également publié le livre, l'atmosphère s'est détendue. Leur directeur du marketing nous a expliqué combien la commercialisation en ligne était devenue capitale pour leur entreprise. Durant les années 1990, les Coréens allaient dans les librairies pour bouquiner et choisir leurs livres d'après ce qu'ils voyaient ou ce qu'on leur avait recommandé. De nos jours, en raison de l'essor de l'Internet et des médias sociaux, la vente de livres en ligne est une affaire énorme — selon les employés, plus de 40 % de leurs affaires sont maintenant effectuées en ligne. Lorsqu'on a demandé de quelle façon une petite maison d'édition comme Jakkajungsin pouvait vendre ses livres aux Coréens, on nous a dit que les campagnes de publicité majeures étaient la meilleure stratégie. Apparemment, les PDG des plus importantes entreprises coréennes des technologies de l'information, par exemple Samsung, apposeront leur nom et la marque de leur entreprise sur les livres qui les tiennent à cœur. Les marchandises filmiques sont également énormes. Le film *L'histoire de Pi*, par exemple, était pratiquement inconnu en Corée jusqu'à sa sortie en salle. Ceci était également la première réunion où, pour la première fois, nous avons commencé à entendre parler des récents efforts visant à préserver et à promouvoir la culture coréenne. De plus en plus d'entreprises tentent de développer des talents coréens et d'investir dans des auteurs coréens et, en conséquence, elles achètent moins de droits de traduction.

Notre réunion suivante à Paju était avec la Korea Electronic Publishing Association (KEPA). L'une des choses les plus remarquables que j'ai constatée au sujet de l'industrie coréenne de la publication est leur retard incroyable sur le plan de l'édition numérique.

Dans un pays où la technologie de l'information est tellement avancée, on serait porté à croire que les livres numériques sont bien établis. Mais les éditeurs s'opposent aux livres numériques et les considèrent comme des concurrents directs. En conséquence, la part actuelle du marché est très faible (1 %, selon la personne à qui vous parlez), mais toutes les personnes à qui vous parlez admettront que le marché commence à prendre de l'ampleur. Selon la KEPA, 40 000 livres sont publiés en format papier chaque année, mais seulement 5 000 à 10 000 livres numériques sont disponibles. Il y a plus de 20 canaux de distribution, les intervenants clés étant Kobo (nouvellement installé en Corée), Google Corée et Amazon. Samsung tente également de pénétrer le marché. Le prix du livre numérique est établi à travers les canaux et les rabais ne sont pas autorisés. D'après ce que j'ai pu constater, la majorité était vendue partout à un prix de 4 000 à 10 000 wons (4 à 10 dollars canadiens).

Après avoir rencontré les représentants de la KEPA, on nous a présenté le fondateur et concepteur d'un nouveau logiciel de publication de livres numériques sur le marché libre appelé uPaper. Un programme simple et à guichet unique de publication de livres numériques, uPaper ne s'adresse pas uniquement aux éditeurs de livres et aux librairies, mais également aux écrivains. Le processus entier, du téléchargement de vos fichiers jusqu'à la conception d'une couverture, l'entrée de métadonnées et le choix des distributeurs auxquels vous voulez vendre vos livres, prend moins d'une heure. Le logiciel uPaper sera lancé aux États-Unis en septembre 2013 et il est déjà offert en Chine, au Japon et en Allemagne. Le logiciel sera également présenté aux salons du livre de Francfort et de Beijing.

La Bibliothèque nationale de Corée

Après avoir quitté Paju, nous avons eu une réunion à la Bibliothèque nationale de Corée avec le personnel de la Division des acquisitions. C'était un endroit très étrange : institutionnel, stérile, étouffant et tous les employés semblaient porter un uniforme de couleur bleu clair, blanc ou kaki. Cette réunion était organisée dans le but d'en apprendre davantage au sujet de la façon dont nous pourrions placer plus de livres canadiens dans les librairies coréennes. Le système de la Bibliothèque nationale a un budget de 2 billions de wons (2 milliards de dollars canadiens) et possède près de 9 millions de livres dont 1,1 million sont des livres étrangers de l'Occident. Lorsqu'on a demandé aux responsables le genre de livres qu'ils cherchaient à acquérir, ils ont mentionné les priorités suivantes : 1) livres en langue coréenne; 2) livres d'auteurs coréens; et 3) livres dans tout domaine relié à la Corée. Ils manifestent très peu d'intérêt pour les livres canadiens, en anglais ou en français, et à moins qu'il n'y ait une relation directe avec l'agent de la bibliothèque, la probabilité qu'ils envisagent l'acquisition de livres canadiens est extrêmement faible. Kyobo était l'agent de la bibliothèque en 2013. L'agent travaille avec une série de sous-agents de toutes les parties du monde qui recommandent essentiellement des livres à l'équipe des acquisitions. L'équipe des acquisitions passe ensuite une commande par le truchement de Kyobo qui s'occupe de tout à partir de là. Nous avons senti que notre réunion était quelque peu précipitée et nous sommes partis avec le sentiment d'avoir été en quelque sorte vaincus. Nous en avons parlé ensuite tous ensemble et nous avons convenu que l'approche la plus proactive serait de tenter d'organiser un

effort collectif canadien et de nous allier à un agent qui pourrait ensuite promouvoir les livres canadiens auprès de l'agent de la Bibliothèque nationale.

Réunions avec éditeurs et distributeurs

Nous avons organisé la majorité de nos réunions avec des éditeurs et des distributeurs lors de rencontres au stand du Canada au cours de la Foire internationale du livre de Séoul. Le stand était tenu par deux employées de l'Ambassade du Canada — la ravissante Hye-Shin Kang et son assistante Soo Hyang Kim. Le stand avait fière allure avec tous les livres que les éditeurs canadiens avaient envoyés à l'ambassade avant le début de la foire. Un très grand nombre de personnes s'arrêtaient à notre kiosque et les gens étaient certainement curieux de voir un groupe de Canadiens amicaux passant de l'anglais au français et attirant l'attention sur eux. Hye-Shin et ses collègues étaient également responsables, avec Christy Doucet de Livres Canada Books, d'organiser nos réunions et elles ont accompli un travail fantastique.

La foire elle-même était beaucoup plus modeste qu'une foire internationale du livre majeure, mais elle a certainement attiré autant de monde. Elle était ouverte au public et il y avait là une foule immense, particulièrement des familles, cherchant des livres à prix modique. Tous les éditeurs coréens majeurs étaient là pour vendre des livres et organiser des réunions. L'Inde était l'invitée d'honneur et avait un kiosque immense qui, curieusement, présentait très peu de livres. L'Arabie saoudite et la France étaient également présentes et il y avait une petite délégation de Britanniques de la Foire du livre de Londres et de l'Association des libraires — la Corée sera le pays vedette du marché lors de la Foire du livre de Londres 2014. Autrement, il y avait très peu d'éditeurs internationaux. La Foire internationale du livre de Séoul est une activité qui permet aux membres de l'industrie de faire des affaires locales et d'ouvrir leurs portes au grand public.

Lors de la foire, nous avons rencontré de nombreux éditeurs de livres jeunesse, de littérature adulte et de publications académiques. Nous présentons ci-dessous des notes de nos réunions avec des éditeurs de littérature adulte.

Munhakdongne Publishing Group

Comptant 20 marques d'éditeurs, Munhakdongne est le plus important éditeur littéraire de la Corée. Il publie, entre autres, Haruki Murakami et Junot Diaz. La moitié de son fonds est constituée de traductions internationales et l'autre moitié est formée de livres coréens. Actuellement, ses best-sellers sont tous des livres d'auteurs locaux — on nous a indiqué encore une fois que les Coréens sont de plus en plus enclins à appuyer le talent coréen. Nous avons appris que Munhakdongne se fie énormément aux opinions de ses découvreurs de talents littéraires à New York et au Royaume-Uni lorsqu'il envisage l'acquisition d'ouvrages dans une langue étrangère de même qu'aux données sur les ventes nationales et internationales et aux éloges des éditeurs d'origine. L'éditeur a tenu à nous dire qu'il ne cherche pas seulement des auteurs de renom, mais qu'il désire en fait acquérir également des auteurs débutants. Il y a quelques années, Munhakdongne a ouvert un café appelé Café Comma situé tout près de ses bureaux. En plus d'y vendre

ses livres, il utilise également l'endroit comme lieu d'activités pour les lancements de livres. Apparemment, de nombreux éditeurs coréens ont emboîté le pas et ouvert des commerces similaires.

Tongbang Books

Tongbang Books est une entreprise qui se spécialise dans l'importation de livres jeunesse de langue anglaise depuis 1985. L'entreprise commande environ 30 000 livres toutes les deux semaines aux États-Unis et serait ouverte à commander également un certain nombre de livres canadiens. Elle connaît bien Kids Can Press et Groundwood Books et désire en apprendre davantage au sujet d'autres entreprises canadiennes. Les compilations de CD et de livres sont très en demande en ce moment.

EunHaeng NaMu Publishing

EunHaeng NaMu publie de 40 à 50 livres par année dont la moitié consiste en des traductions internationales. Il est l'éditeur qui a publié *Le trône de fer* en Corée et il ne cherche que des best-sellers internationaux. Il préfère davantage travailler avec des agences que de collaborer directement avec des éditeurs.

Changbi Publishers

Publiant plus de 100 livres par année, Changbi est l'une des maisons d'édition les plus importantes en Corée. Elle se spécialise dans les arts et la culture, le livre jeunesse, l'histoire, la fiction littéraire, les périodiques, les sciences sociales et les manuels. Curieusement, elle a acheté un seul titre international; celui qui a gagné le prix Bologna Ragazzi cette année.

Sigongsa/SigongJunior

Une autre maison d'édition très importante. Nous n'avons rencontré qu'un représentant de sa division des livres pour enfants, SigongJunior (voir le rapport d'Arnaud Foulon), mais Anansi a travaillé avec cette maison pour des livres pour adultes et j'ai joint les coordonnées de l'entreprise à la fin du présent rapport.

Gilbut Publishing

Une maison d'édition importante spécialisée dans les ouvrages généraux qui est formée de trois marques d'éditeurs : Gilbut (commerce-TI, investissements, gestion), Ezbek (livres de langues) et Gilbut School (éducatif, livres jeunesse de langue anglaise). La maison publie plus de 300 livres par année et cherche des livres pratiques. Elle a travaillé énormément avec des enseignants canadiens en Corée, mais n'a encore rien acheté du Canada.

Bookmecca

Importe des livres de langue anglaise par l'entremise de grossistes puis les vend à 10 librairies anglaises, à des librairies en ligne et à des librairies coréennes. L'entreprise désire faire des affaires avec les Canadiens.

Mirae N

L'un des plus importants éditeurs de Corée qui a été créé à la suite de la guerre de Corée et qui se spécialise dans les livres du domaine des affaires. Il a d'abord lancé un magazine littéraire puis, à partir de là, s'est développé jusqu'à devenir l'un des plus importants éditeurs de littérature grand public, publiant Stephenie Meyer, Khaled Hosseini, Suzanne Collins et Sheryl Sandberg.

Seokwangsa Publishing

Un éditeur de taille moyenne qui se spécialise dans les livres philosophiques pour enfants et pour adultes. Dans le cas des livres pour adultes, l'éditeur s'intéresse aux ouvrages sur la philosophie ancienne et moderne. Il vend principalement aux universités et aux clubs de lecture privés et il désire travailler directement avec des éditeurs canadiens.

Minumsa Publishing Group

Une autre maison d'édition coréenne colossale formée de cinq marques d'éditeurs qui vont de la fiction littéraire et des ouvrages généraux jusqu'aux livres jeunesse et à la langue. Elle publiait auparavant principalement des livres internationaux, mais elle le fait moins maintenant. Les acquisitions récentes comprennent des œuvres de Zadie Smith et de Gary Shteyngart. Elle publie également des œuvres de J.D. Salinger, Carlos Fuentes et Jack Kerouac. Elle est ravie de prendre en considération des ouvrages généraux qui ne sont pas très commerciaux.

Open Books

Une petite maison d'édition qui se spécialise en fiction étrangère et qui possède une division très importante de romans illustrés. Elle publie plusieurs auteurs canadiens, y compris Dany Laferrière, Jimmy Beaulieu et Jeff Lemire. Elle publie également des œuvres d'Umberto Eco et de Paul Auster qui étaient auparavant de gros vendeurs, mais qui le sont moins maintenant. C'est une petite maison d'édition qui compte environ 25 employés. Gregory Limpens, l'éditeur que nous avons rencontré, est né à Montréal et a grandi en Belgique. Il vit en Corée depuis huit ans et parle couramment le coréen. Il est charmant et il est heureux de travailler directement.

Réunions avec des sous-agents (agences de droits)

Durant la semaine, nous avons rencontré les quatre agences suivantes : BC Agency, Eric Yang Agency, Korea Copyright Center (KCC) et Imprima Korea Agency. Ces réunions ont probablement été les plus informatives et les plus utiles pour nous, en ce sens qu'elles nous ont permis d'apprendre à connaître l'industrie coréenne de l'édition et ses tendances actuelles. Voici certaines des principales choses que nous avons apprises et entendues à maintes reprises tout au long de la semaine.

- Les Coréens ne reconnaissent pas de frontières sur le marché de l'édition de langue anglaise. Les livres américains, britanniques et canadiens sont perçus comme provenant d'un seul endroit.

- Il n'est pas facile de vendre la fiction étrangère à moins que l'œuvre ne soit un immense succès international ou qu'elle n'ait gagné des prix majeurs.
- Il est plus facile de vendre des ouvrages généraux même si les données indiquant de bonnes ventes et les éloges aident toujours. Les livres pratiques, de psychologie, d'affaires, de TI, de gestion, de méditation et de guérison ainsi que de sciences sont les plus en demande.
- On craint que la Corée du Sud puisse être en train de traverser une phase anti-lecture. Lors d'une réunion, un sous-agent nous a dressé un tableau détaillé analysant les raisons pour lesquelles la lecture connaît un recul — la récession, les téléphones intelligents,* les Olympiques de Londres et les élections présidentielles sud-coréennes sont des raisons qui ont toutes été mentionnées comme étant des causes concourantes.
- Les éditeurs coréens achètent moins de traductions sur les marchés anglais et en achètent de plus en plus sur les marchés asiatiques.
- Les éditeurs coréens publient de plus en plus d'écrivains coréens :
 - Les lecteurs cherchent un contenu auquel ils peuvent s'identifier, que ce soit de la fiction ou des ouvrages généraux, et ils veulent vivre une expérience coréenne qui leur ressemble.
 - Il y a un mouvement national croissant pour promouvoir et préserver la culture et le patrimoine de la Corée du Sud.
- Les listes de best-sellers contiennent surtout des livres d'auteurs coréens ainsi que quelques traductions européennes, américaines et japonaises. Il s'agit d'une situation relativement nouvelle que de voir un si grand nombre de livres coréens sur ces listes.
- Le marché des jeunes adultes vise un groupe d'âge beaucoup plus jeune parce que les adolescents qui liraient normalement des livres de jeunes adultes ne lisent pas. Ils étudient. En conséquence, les livres types de jeunes adultes tels que *Le trône de fer* et *Twilight* sont mis en marché comme des livres pour adultes.
- Les sciences humaines prennent de l'ampleur, particulièrement dans les domaines de la philosophie et de la sociologie.
- Les marchandises filmiques sont très populaires et se vendent très bien.
- Comme sur plusieurs marchés, il y a une immense polarisation entre les best-sellers et les autres livres vendus sur le marché.
- On nous a dit à maintes reprises tout au long de la semaine que l'industrie traverse actuellement une période très difficile.

Visites de librairies

Notre dernière sortie de groupe a été la visite de la librairie principale Kyobo dans le centre-ville de Séoul le samedi après-midi. Je pense qu'il est juste de dire que nous avons tous été abasourdis de voir le nombre de personnes qui étaient à l'intérieur du magasin et du nombre de livres qu'elles semblaient acheter. Quelqu'un a fait remarquer qu'il lui semblait qu'il y avait autant de personnes dans le magasin qu'il y en avait à la foire. Il y avait des gens à la caisse avec des paniers pleins de livres; des familles entières envahissaient la plus grande section des enfants; il y avait des rangées de chaises installées pour la lecture. Il y avait évidemment un immense département de papeterie et d'articles de

* Le coréen moyen ne lit que 30 minutes par jour, mais peut jouer à des jeux sur son téléphone intelligent pendant deux heures et demie.

maroquinerie, un département de gadgets électroniques et technologiques, une aire de restauration — c'était vraiment quelque chose à voir. Ceci étant dit, je ne me rappelle pas la dernière fois où je suis entré dans un magasin et où j'ai vu autant de livres! Il y avait également un lancement de livre qui avait lieu à l'extérieur du magasin. Un joueur de baseball célèbre faisait la promotion de son livre et le nombre d'admirateurs venus pour le voir était impressionnant. Tout cela pour dire qu'après avoir visité quelques librairies à Séoul et avoir vécu des expériences similaires à celle de Kyobo, il est difficile de prendre les gens au sérieux lorsqu'ils se plaignent de la situation de l'industrie.

Recommandations pour les éditeurs d'ouvrages de langue anglaise et d'ouvrages généraux

L'Agence coréenne de promotion de l'industrie des publications (KPIPA), une organisation dont le mandat est très similaire à celui de Livres Canada Books, compte 38 000 éditeurs membres. Selon KPIPA, il y a 9 millions de livres sur le marché. Évidemment, ce n'est pas un marché qu'il est facile de pénétrer. Une semaine avant notre arrivée, le plus récent roman de l'auteur Haruki Murakami s'était vendu pour plus de 3 millions de dollars dans une vente aux enchères très concurrentielle et le gagnant de ces enchères en faisait actuellement la traduction afin de le publier au cours des prochains mois de façon à ce que son lancement coïncide avec le lancement japonais. Au moment où nous partions, l'édition coréenne du roman de Dan Brown *Inferno* arrivait en librairie. De nombreux éditeurs d'ouvrages généraux à qui j'ai parlé étaient très nerveux au sujet de ces deux événements — ils craignaient que tous les autres livres sur le marché soient laissés de côté et tombent dans l'oubli.

Dans cette optique, s'il y a une chose qui m'est restée de cette mission exploratoire, c'est la conviction qu'il est absolument essentiel d'avoir quelqu'un sur place pour faire la promotion de la liste de votre entreprise. En fait, la majorité des éditeurs ne travailleront avec des éditeurs étrangers que par l'entremise d'un agent — ils jugent qu'il est plus efficace pour eux d'avoir quelqu'un qui connaît leurs goûts et qui leur présentera des projets pertinents puis qui négociera un accord en leur nom. Et n'oublions pas à quel point il est plus facile de faire des affaires avec quelqu'un qui écrit et parle couramment les deux langues. Même si la plupart des Coréens parlent anglais, la barrière linguistique est certainement une préoccupation. À moins que vous n'ayez un succès commercial majeur sur votre liste, il est très peu probable que vos livres ou votre entreprise soient sur le radar d'un éditeur coréen.

Après avoir rencontré un bon nombre d'agents, j'ai conclu qu'il est préférable de travailler en exclusivité avec un seul agent. Plusieurs agences sont heureuses de travailler de manière non exclusive, mais selon mon expérience et après avoir longuement discuté de la question durant nos réunions, il ne fait aucun doute qu'il est dans l'intérêt d'une entreprise de donner à un sous-agent un droit exclusif sur sa liste. La concurrence est féroce et si vous donnez l'exclusivité à un agent, il accordera la priorité à vos livres et investira beaucoup plus d'efforts pour faire leur promotion auprès des éditeurs coréens. Plusieurs éditeurs paieront des cotisations à des agences et recevront en retour

des courriels hebdomadaires donnant des nouvelles au sujet des livres des territoires étrangers. Un agent nous a dit qu'il envoyait un courriel à plus de 100 éditeurs chaque semaine et faisait un suivi au moyen de mises à jour.

La majorité des accords qu'Anansi a conclu en Corée l'ont été grâce aux sous-agents et aux éclaireurs. Toutes les maisons d'édition coréennes majeures ont des éclaireurs à New York et à Londres qui travaillent pour elles sous contrat afin de les aider à découvrir le prochain grand best-seller international. Je recommande à tous les éditeurs canadiens de littérature générale de créer une liste de distribution à des éclaireurs et de leur envoyer de l'information au sujet de leurs titres de la même manière qu'ils le feraient avec des sous-agents. Les éclaireurs sont toujours heureux d'avoir de vos nouvelles et plus vous pouvez leur fournir d'information sur un livre qui est un de vos bons vendeurs, plus ils auront d'arguments à présenter à leurs clients coréens.

En ce qui a trait à l'exportation de livres de langue anglaise en Corée, je ne crois pas qu'il existe beaucoup de possibilités, à moins que vous n'ayez un entrepôt aux États-Unis et que l'importateur soit disposé à en acheter une grande quantité. Les librairies avaient de grandes sections de livres de langue anglaise; toutefois, la majorité des livres à vendre étaient de grands best-sellers classiques ou commerciaux. L'examen du modèle d'affaires de l'impression sur demande, particulièrement pour les ouvrages généraux, nous porte à croire que cette option est beaucoup plus pratique et beaucoup moins coûteuse.

Pendant la mission, j'ai commencé à me rendre compte que la Corée du Sud et le Canada ne sont pas tellement différents. On nous a demandé à maintes reprises de dire en quoi le Canada était unique et j'ai réalisé que les Coréens consacraient également beaucoup de temps à réfléchir à cette même question. Nous sommes tous les deux préoccupés par ce qui nous démarque de nos voisins et par la recherche de façons innovatrices de préserver notre culture et notre patrimoine. Le développement très étrange de Paju Book City en est le parfait exemple.

Pour conclure, je dirais que tout comme les éditeurs canadiens, les éditeurs coréens travaillent dans un environnement quelque peu isolé. Il est vrai que l'industrie coréenne évolue et que son marché est difficile à percer. Maintenant que l'attention du pays se tourne vers le développement et le soutien des talents locaux et qu'il achète davantage de ses voisins asiatiques que des territoires de langue anglaise, je n'ai pas beaucoup d'espoirs que les éditeurs canadiens de littérature générale pourront trouver des possibilités d'affaires majeures en Corée du Sud. Cela dit, avec les ressources adéquates, par exemple des sous-agents et des éclaireurs à New York et à Londres, le marché ne manque pas de possibilités.

Point de vue sur l'édition savante

Brian MacDonald, University of Toronto Press

Marché du livre

Près de 40 000 livres de poche sont publiés chaque année en Corée et 40 % des livres sont vendus en ligne. Le marché du livre se concentre sur les best-sellers. Actuellement, la publication de livres est plongée dans un certain marasme qui est causé par de nombreux facteurs différents : incertitude économique et tendance anti-lecture découlant de l'invasion des téléphones intelligents (par exemple, les banlieusards jouent à des jeux et envoient des textos plutôt que de lire des livres dans le métro) et un public distrait par des événements majeurs tels que les élections présidentielles et les Olympiques de Londres.

Tout comme ici, au Canada, la réussite d'un livre en Corée est énormément influencée par la célébrité de son auteur. Ainsi, il est difficile de promouvoir de nouveaux auteurs en Corée. Parmi les exemples d'auteurs étrangers d'ouvrages généraux populaires, citons Alain De Botton, Jeremy Rifkin et Joseph Stiglitz. Jeremy Rifkin est devenu très célèbre lorsqu'il est venu en Corée pour y faire une tournée de promotion d'un de ses livres. Parmi les 100 titres qui sont actuellement sur la liste des meilleurs vendeurs, environ 30 % sont des titres étrangers. Toutefois, les auteurs étrangers ne vendent pas autant de livres qu'ils avaient l'habitude de le faire sur le marché coréen. Les éditeurs coréens publient maintenant un plus grand nombre d'auteurs coréens parce que le marché du livre a changé et favorise davantage les auteurs locaux que les auteurs étrangers.

En ce qui a trait aux ouvrages généraux, les lecteurs s'intéressent à divers sujets dans le domaine des sciences humaines et des sciences sociales. Les livres traitant des affaires courantes, de l'histoire, de la philosophie, de l'économie et de la vulgarisation scientifique sont relativement populaires actuellement. Les ouvrages généraux qui connaissent présentement du succès en Corée sont les suivants : *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*, d'abord publié par Penguin, et *Lean In: Women, Work, and the Will to Lead*, d'abord publié par Knopf. En ce qui a trait aux livres de commerce, le marché du livre s'éloigne des livres plus simples pour se rapprocher des livres sur les affaires plus avancés et sérieux. Les livres pratiques ou les livres sur la « guérison » connaissent également une certaine popularité en ce moment.

Livres numériques

La part de marché des livres numériques en Corée est seulement de 1 %. Les éditeurs coréens ont résisté à la transition vers le livre électronique. Le lecteur de livres

numériques le plus populaire en Corée est le téléphone intelligent avec une part de 70 % du marché. Kobo et Google ont été lancés tout récemment en Corée. À la différence du Canada, le prix du livre numérique est fixe — un prix uniforme chez tous les revendeurs — sans aucun rabais. Le format de livre numérique EPUB est également le format utilisé en Corée.

Marché de détail

La chaîne de librairies la plus importante en Corée est Kyobo. Créée en 1980, la chaîne Kyobo possède 10 magasins dans sept villes et son magasin phare est situé dans le district central des affaires de Séoul. La librairie comprend d'importantes sections de livres de langue anglaise, y compris la fiction, les ouvrages généraux et les livres jeunesse. Kyobo possède également 10 librairies sur des campus universitaires et dessert un grossiste pour les clients des bibliothèques, y compris la Bibliothèque nationale de Corée et la Bibliothèque de l'Assemblée nationale de la Corée. La chaîne possède actuellement une part de 30 % du marché en Corée.

Pour les éditeurs de langues étrangères, Kyobo est la principale librairie pour vendre en Corée. Je crois comprendre que Kyobo offre également un service d'impression à la demande, ce qui serait une excellente solution pour contourner les coûts élevés de l'expédition des livres imprimés en Corée. Kyobo obtient des métadonnées d'Ingram et de Baker & Taylor.

Les autres librairies coréennes qui vendent des livres de langue étrangère sont, notamment, Bandi & Lunis et YP Books (Young Poong). Nous avons visité chacune de ces librairies et nous avons été très impressionnés par la qualité et la conception des librairies de même que la très grande affluence de clients que nous avons observée dans les magasins.

Bibliothèques

La Bibliothèque nationale de Corée est située à Séoul et a été créée en 1945. Elle détient plus de 6,5 millions de volumes, y compris plus de 1,1 million de livres étrangers. Elle souhaite acquérir des livres sur la Corée de même que d'autres livres savants dans le domaine des sciences humaines, des sciences sociales et des sciences naturelles. Actuellement, Kyobo lui sert d'agent pour l'achat de livres. Toutefois, les agents de ventes changent d'année en année puisque le service est soumis à un appel d'offres. Elle obtient des métadonnées sur les livres étrangers de Nielsen.

Une autre bibliothèque majeure est la Bibliothèque de l'Assemblée nationale de la Corée. Les bibliothèques universitaires ont tendance à acheter leurs livres directement des presses universitaires ou par l'entremise de grossistes tels que Kyobo. Un représentant local des ventes est probablement la meilleure approche pour vendre des livres savants canadiens à ces bibliothèques.

Enseignement supérieur en Corée

L'enseignement supérieur est pris très au sérieux en Corée. Sur une population d'environ 50 millions de personnes, il y a 3,8 millions d'étudiants de premier et de deuxièmes cycles. Il y a présentement plus de 370 établissements sud-coréens officiels d'enseignement supérieur, y compris 179 universités privées et 43 universités nationales. Les programmes de premier cycle sud-coréens sont d'une durée normale de quatre ans. L'année universitaire débute en mars, mais de nombreuses universités admettent des étudiants deux fois par année, en mars et en septembre. L'année d'études coréenne est divisée en deux semestres et comporte des vacances d'été, en juillet et août, et des vacances d'hiver, de décembre à février.

Selon le QS World University Rankings 2013,^{*} les meilleures universités coréennes sont les suivantes : Université nationale de Séoul, Institut supérieur coréen des sciences et technologies, Université Yonsei, Université de Corée, Université Sungkyunkwan, Université Kyung Hee, Université Hanyang et Université des femmes Ewha.

Presses universitaires en Corée

J'ai eu la chance de rencontrer le personnel d'un seul éditeur universitaire coréen : la Sungkyunkwan University Press. Ces presses universitaires ont été créées en 1975, mais l'université elle-même a été créée en 1398. Elles publient environ 70 à 80 livres par année et ont une liste d'ouvrages disponibles qui compte plus de 700 titres. Leur programme de publication met l'accent sur la philosophie et la religion, plus particulièrement le confucianisme. Sur leur liste, 70 % des livres sont du domaine des sciences humaines et 30 % du domaine des sciences naturelles.

Les Presses universitaires nationales de Séoul ont été créées en 1961. Après avoir servi de maison d'impression interne durant les premières années qui ont suivi leur création, la publication des travaux universitaires a commencé en 1981. En 2012, les presses avaient publié quelque 2 100 titres, y compris des travaux universitaires professionnels en coréen ou en langues étrangères et des manuels.

Les Presses universitaires des femmes Ewha, les premières presses universitaires de l'État, ont été créées en 1949. Durant les premières années, elles se concentraient principalement sur la publication et la distribution de manuels universitaires, mais à compter du milieu des années 1970, les presses ont commencé à diversifier leur programme de publication de livres savants.

Les autres presses universitaires en Corée comprennent la Yonsei University Press et la Korea National Open University Press.

* Consulter www.topuniversities.com/university-rankings/asian-university-rankings/2013.

Représentants des ventes

Les représentants locaux des ventes sont essentiels pour placer vos livres dans les libraires et les faire adopter dans les cours en Corée. Une option pour les éditeurs de livres savants est l'ICK (Information & Culture Korea), une agence de représentants des ventes dirigée par Se-Yung Jun (se-young.jun@ick.co.kr). Elle représente de nombreux éditeurs de livres savants, y compris Chicago, Yale, Harvard, MIT, Princeton, NYU, Johns Hopkins, Routledge et Ashgate. Cette entreprise a été créée en 1994 et compte trois employés.

Adoption de cours

Le processus permettant de faire adopter vos livres pour des cours universitaires en Corée débute avec les professeurs ou les formateurs. Plus de 30 % de tous les cours universitaires en Corée sont enseignés en anglais. On m'a dit que pratiquement tous les sujets peuvent utiliser des livres de langue anglaise en classe.

Droits de traduction

La vente des droits de traduction à des éditeurs coréens est une autre excellente façon de vendre votre contenu sur le marché coréen. La meilleure façon de vendre des droits de traduction en Corée est de travailler avec un agent local puisque les éditeurs préfèrent généralement travailler avec une agence plutôt que de traiter directement avec un éditeur étranger. La plupart des agents travaillent avec une variété de livres différents, y compris la fiction, les ouvrages généraux, l'édition savante et le livre jeunesse. Sur le plan de l'édition savante, les éditeurs s'intéressent à un certain nombre de domaines différents, y compris la philosophie, la sociologie, la psychologie, les affaires et la religion/théologie. Parmi les exemples d'auteurs de livres savants populaires, citons Marshall McLuhan, Carl Sagan, Karl Popper, Umberto Eco et Mieke Bal. Il y a de nombreuses agences qui font la représentation de livres étrangers auprès des éditeurs coréens, y compris Eric Yang Agency, BC Agency, Korea Copyright Center, Imprima Korea Agency et rMaeng2 Agency. La plupart de ces agents sont disponibles pour rencontrer des éditeurs aux foires du livre de Francfort et de Londres.

Fournisseurs locaux d'impressions à la demande

Une bonne option à prendre en considération pour mettre vos livres sur le marché rapidement et avec de plus faibles coûts d'expédition est la demande locale d'impression à la demande. Les fournisseurs mondiaux d'impression à la demande, par exemple Lightning Source, ne se sont pas encore implantés en Corée mais j'ai trouvé deux fournisseurs locaux :

Kyobo

Contact : Bora Kim, équipe de la publication numérique, kbr7727@kyobobook.co.kr

Coopérative d'éditeurs coréens (Korean Publishers Cooperative)

Contact : ysw@koreabook.or.kr

Point de vue sur le livre jeunesse et l'édition de langue française

Arnaud Foulon, Groupe HMH

Depuis plusieurs années, les éditeurs canadiens, francophones comme anglophones, ont cédé les droits de plusieurs titres jeunesse à des maisons coréennes, mais peu de livres adultes. À cet égard, la mission avait pour objectif de nous permettre d'aller constater sur place le marché du livre francophone en Corée du Sud.

Dans un pays à la population vieillissante (comme c'est le cas au Québec), où le nombre d'élèves à l'école n'est pas en croissance, quelle place occupe encore le livre jeunesse canadien? Plus encore, dans un pays où l'anglais est clairement établi comme la deuxième langue en importance (ou du moins la première langue non asiatique), à un point où les grandes librairies de Séoul comme Kyobo, Bandi & Lunis et YP Books (Young Poong) possèdent toutes un large rayonnage de livres en anglais, quelle est le potentiel des livres francophones, dont nous n'avons trouvé en librairie que bien peu d'exemplaires, uniquement des dictionnaires, grammaires et livres d'apprentissage de la langue, tous d'éditeurs français?

Par ailleurs, à l'heure du développement du numérique, dans un pays comme la Corée du Sud tellement associé à la technologie avec les entreprises comme Samsung, la mission cherchait également à voir les avenues que les nouvelles technologies pouvaient offrir pour l'exportation du livre francophone. Débutons par cet aspect.

Le numérique

Au tout début de la mission, nous avons eu un entretien intéressant à Paju Book City (à quelques kilomètres seulement de la Corée du Nord!) avec la Korea Electronic Publishing Association (KEPA) et l'entreprise uPaper dédiées au développement du numérique. Surprise, ce marché ne représente, selon eux qu'environ 1 % du marché. Ils affirment que les éditeurs traditionnels protègent le marché papier et restent très réfractaires face à cette technologie. Selon la KEPA, les éditeurs ne perçoivent pas encore le plein potentiel de ce marché, qu'ils voient surtout comme un concurrent à l'édition traditionnelle. Cela dit, d'autres éditeurs rencontrés comme Minumsa et Better Books notamment évoquent un marché numérique qui avoisine les 7 %. On peut en déduire qu'un peu comme au Québec, le marché numérique dépend beaucoup des best-sellers disponibles qui ont tendance à tirer à la hausse la moyenne. Le calcul de la médiane serait sans doute plus intéressant dans ce cas et sans doute assez près du 1 %.

Lors de notre rencontre avec la grande chaîne de librairies Kyobo, qui contrôle environ 30 % du marché de la vente au détail du livre en Corée du Sud, celle-ci affirmait travailler beaucoup le livre numérique comme le font les grandes chaînes canadiennes. Mais la part que représente le numérique dans l'ensemble ne nous a pas été confirmée. Cela dit, sur place, dans les librairies rien n'annonçait des offres numériques comme le font Indigo ou Archambault.

Autre particularité dans le numérique, la lecture s'effectue en Corée du Sud à 70 % sur les téléphones intelligents dont le format est plus grand que nos BlackBerry, iPhone et Samsung. Donc peu ou pas de liseuses encore. Le marché étant presque entièrement occupé par Samsung, Apple ne semble être qu'un bien petit joueur en Corée du Sud pour ce qui est des téléphones cellulaires. La grande majorité des Coréens se promène avec des téléphones de la taille de mini-tablettes (style Samsung Note II) et tiennent tous leur téléphone à la main, pas dans le sac ni dans la poche (dans ce cas-ci c'est compréhensible, le téléphone est souvent plus gros que la poche!), le téléphone semblant leur conférer un certain standing. La lecture de livres sur les téléphones reste encore négligeable.

Au niveau des différents joueurs dans le domaine du numérique, Kobo est en voie de s'implanter en Corée, Samsung est présent depuis quelque temps, Apple est présent depuis peu et reste un tout petit joueur, alors qu'Amazon n'est pas encore implanté.

Pour toutes ces raisons, la vente de livres numériques semble être encore à l'état embryonnaire, aussi petite qu'au Canada français et beaucoup plus qu'au Canada anglais. Une rencontre est prévue à la Foire internationale du livre de Beijing entre la Korea Electronic Publishing Association et la plateforme numérique francophone ANEL-De Marque. Dossier à suivre.

Les éditeurs

La majorité de la trentaine de rencontres organisées — et je tiens à remercier toute l'équipe de Livres Canada Books, particulièrement Christy Doucet pour le travail colossal, ainsi que l'équipe de l'ambassade canadienne en Corée, surtout Hye-Shin Kang et son adjointe Soo Hyang Kim — a eu lieu avec des éditeurs et agents coréens. Sans énumérer toutes les rencontres, nous avons rencontré les plus grandes maisons d'édition :

- **Minumsa**, qui venait de déboursier des sommes avoisinant les 2 millions de dollars d'avance pour le nouveau roman de Haruki Murakami et qui publie aussi Margaret Atwood
- **Mirae N**, qui a publié la série *Hunger Games* et qui publie quelque 500 titres/an
- **Changbi**, un des plus importants éditeurs de Corée
- **Munhakdongne Publishing**, groupe qui possède une vingtaine de maisons et publie plus de 400 titres/an
- **Gilbut Publishing**, qui publie essentiellement pour le milieu éducatif et publie environ 300 titres/an

Nous avons aussi rencontré des éditeurs plus petits, moins généralistes, et souvent avec des spécificités éditoriales bien définies :

- **EunHaeng NaMu Publishing**, créée en 1997, éditeur de la série *Le trône de fer* (*Game of Thrones*), et qui publie une cinquantaine de titres par an, 50 % d'auteurs coréens et 50 % d'auteurs étrangers
- **Better Books/Greenstick & Press**, qui a acheté plusieurs titres jeunesse d'Orca
- Open Books, spécialisé dans la littérature étrangère, environ le 20^e éditeur en importance au pays et très ouvert à la littérature francophone
- **Book 21**, qui publie presque 300 titres dont énormément de BD asiatiques
- **Jakkajungsin**, qui publie essentiellement du livre jeunesse, mais également quelques succès internationaux comme *L'histoire de Pi* (*Life of Pi*)
- **Seokwangsa Publishing**, spécialisé en livres de philosophie
- **SigongJunior (Sigongsa)**, qui publie exclusivement en jeunesse, environ 80 titres/an; un de ses albums a remporté le prestigieux prix Bologna Ragazzi

Ces rencontres ont permis de tirer certaines tendances générales du marché coréen. D'abord, l'édition qui était énormément centrée sur les auteurs étrangers dans les années 1990-2000 développe maintenant beaucoup plus les auteurs coréens. Ainsi, les maisons qui avant publiaient jusqu'à deux tiers d'auteurs étrangers publient maintenant 50 % d'auteurs étrangers et 50 % d'auteurs coréens. Pour certaines maisons d'édition, les auteurs coréens sont plus importants. Plusieurs maisons souhaitent même traduire les titres d'auteurs coréens en français ou en anglais pour le marché canadien. Les maisons coréennes veulent exporter leur littérature.

Pour le marché étranger, la langue française reste une barrière importante et il est essentiel de traduire plusieurs chapitres voire la totalité du livre en anglais avant de percer le marché coréen, qui à ce niveau n'est pas différent des autres pays!

Sinon les éditeurs travaillent presque tous avec des agents sur le territoire coréen, sauf Open Books qui choisit seul ses titres car un de ses éditeurs est d'origine belge. Les agents sollicitent régulièrement les éditeurs à l'aide d'infolettres hebdomadaires sur les nouveautés internationales qu'ils représentent ou sur les auteurs qui connaissent des succès internationaux. Les agents lisent et présentent (*pitch*) les livres aux maisons coréennes. Les maisons d'édition développent des liens de confiance avec certaines agences en fonction des succès passés. Cela dit, les maisons d'édition coréennes, comme partout ailleurs, recherchent les gros succès internationaux. À cet effet, le nombre d'exemplaires vendus est le premier argument à mettre de l'avant, et dans un deuxième temps le nombre de pays dans lequel le titre a déjà été cédé.

Évidemment parmi toutes les rencontres, nous avons eu 6 à 7 rendez-vous (dont Jakkajungsin et Seokwangsa) avec l'aide d'une interprète, car le personnel ne parle ni l'anglais ni le français, ce qui rend encore plus complexe la cession de droits. À l'inverse, quelques rares maisons d'édition comme OpenBooks, Sigongsa (Junior) et Minumsa ont des lecteurs en français. Mais il est à noter que souvent ces lecteurs, de par leur formation générale scolaire associée à la culture française recherchent surtout, outre les gros

succès internationaux, des titres classiques pour diffusion dans le milieu scolaire. À ce niveau, la littérature québécoise ne réussit pas à percer.

Les agents

Les agents sont essentiels pour vendre en Corée. Lors de notre mission, nous avons eu la chance de rencontrer pendant la Foire internationale du livre de Séoul toutes les agences importantes : BC Agency, Imprima Korea Agency, Korea Copyright Center (KCC), Eric Yang Agency, en plus de rencontrer la Bestun Korea Agency pendant la réception de réseautage de l'ambassade du Canada au début de la foire.

Si tous ces agents affirment évidemment que l'exclusivité facilite leur travail, ils n'en font pas une condition essentielle et travaillent avec de nombreux éditeurs sans exclusivité sur le marché coréen. Tous sont à la recherche de titres ou séries dont le potentiel leur semble fort et qui sont déjà vendus sur d'autres territoires, et surtout des livres à grandes ventes au Canada. Certaines agences ont affirmé que les prix littéraires, surtout ceux décernés en France, donnaient un argument de plus, mais peu ont souligné la chose.

Pour les éditeurs francophones, il est intéressant de savoir que les agences Bestun, BC et Imprima ont toutes au moins un représentant qui parle et peut lire le français ce qui facilite la sensibilité dans le cadre de livres de littérature.

Certaines agences comme Éric Yang travaillent également les autres marchés asiatiques des pays voisins ce qui peut être intéressant pour certaines maisons canadiennes.

Dans le cadre des agences aussi, la part des titres étrangers tend à diminuer alors que les agents représentent de plus en plus d'auteurs coréens, un modèle qui ressemble beaucoup au modèle des agences anglophones du Canada.

Ces agents participent tous à la Foire du livre de Francfort. Par ailleurs, les grandes agences comme Eric Yang, BC et Imprima vont toutes également à la Foire internationale du livre de Beijing et ceux qui ont un large catalogue en littérature jeunesse assistent aussi à la Foire du livre jeunesse de Bologne. Les occasions de rencontres sont donc nombreuses.

Édition jeunesse

Plus particulièrement au niveau de l'édition jeunesse, le marché coréen autrefois si florissant pour les traductions de livres canadiens connaît un important ralentissement. Les petits romans et les albums illustrés sont aujourd'hui un marché plus difficile en Corée et les éditeurs comme les agents nous ont tous dit qu'ils cherchent davantage des livres jeunesse de non-fiction. À cet effet, la collection « Savais-tu? » de Michel Quintin a connu un certain succès lors de la foire et plusieurs maisons ont montré un intérêt pour celle-ci.

Sur le plan du roman, le livre fantastique, les pirates et les fées ont complètement saturé le marché ces dernières années et les agents ne souhaitent plus en présenter. En revanche, on sent plutôt un intérêt plus important pour la littérature jeune adulte ainsi que le retour à des textes narratifs plus classiques et des histoires de faits vécus.

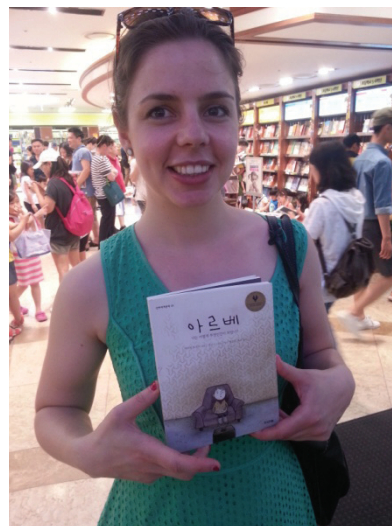
On sent également se développer tranquillement les romans graphiques, des livres dont l'intérêt est de s'éloigner de ce que le Japon a à offrir comme bandes dessinées, les mangas japonais étant un marché très important en librairie. À cet effet, nous avons constaté en librairie la présence de la version coréenne de *Harvey* publié au Québec par La Pastèque et dans le reste du pays par Greenwood Books (voir photo ci-contre). Il est même amusant de constater que l'éditeur coréen a conservé en couverture la mention du prix du Gouverneur général qui n'a pourtant aucune signification là-bas, mais le prix semble ajouter à la valeur du livre.

Conclusion

Si les éditeurs coréens se plaignent d'un ralentissement du marché du livre, cela n'est pas différent des commentaires entendus au Canada, en France et dans la plupart des autres pays. Cependant, il est à souligner qu'une visite en librairie le samedi après-midi a fortement impressionné les trois éditeurs canadiens présents par le monde qu'on y retrouvait. Plusieurs clients avaient sous le bras un panier plein de livres (voir photo de la librairie Kyobo, ci-contre). Je n'avais jamais vu une telle scène au Canada, sauf peut-être le 23 décembre!

Pour ce qui est du marché francophone, on constate que les cessions qui ont été faites ces dernières années étaient essentiellement destinées au marché de la littérature jeunesse dont les ventes étaient ensuite redirigées en Corée pour le marché des écoles, un marché qui semble cependant s'épuiser tranquillement alors que la non-fiction et le roman jeune adulte cherchent à s'affirmer.

Si plusieurs livres pratiques canadiens ont été traduits en Corée, il reste surprenant de constater que les best-sellers littéraires canadiens-français adultes ont très peu été traduits en coréen. Pas de Kim Thuy, pas de Gil Courtemanche, pas de Pierre Szalowski,



Version coréenne de *Harvey* publié au Québec par La Pastèque et dans le reste du pays par Greenwood Books



La librairie Kyobo à Séoul attire de nombreux acheteurs par un samedi après-midi

pas de Gaétan Soucy, et nombre d'autres. Un travail important doit être fait sur ce plan par les éditeurs afin d'établir des contacts avec les agences et les maisons coréennes, car il n'y a aucune raison pourquoi ces titres littéraires, traduits dans au moins une dizaine de langues, ne perceraient pas ce marché coréen, qui nous a semblé très dynamique et ouvert sur le monde.

Enfin, permettez-moi encore une fois de remercier Livres Canada Books, François Charette et toute son équipe, particulièrement Christy Doucet, pour l'organisation de cette mission. On espère tous qu'elle permettra aux éditeurs canadiens d'accroître leur position sur le marché coréen.

Appendice :

Contacts en Corée du Sud

ÉDITEURS

Better Books / Greensticks & Press

www.betterbooks.co.kr

Directeur/Responsable des droits : Sangmee Kim, rights@betterbooks.co.kr

Book 21

www.book21.co.kr

Responsable des droits : Joe Dong Shin, l21@book21.co.kr

Catholic Publishing House

www.cph.or.kr

Responsable des droits : Lydia (Eun-Ha) Kim, foreignrights@catholicbook.kr

Changbi Publishers

www.changbi.com

Responsable des droits : Soon-Hwa Lee, copyright@gmail.com

EunHaeng NaMu Publishing

www.ehbook.co.kr

Directeur : Na-Ri Park, naripark@ehbook.co.kr

Ewha Womans University Press

www.ewhapress.com

press@ewha.ac.kr

Gilbut Publishing

www.gilbut.co.kr

Gestionnaire : Ukhee Jung, hantol@gilbut.co.kr

Gimmyoung Publishers

www.gimmyoung.com

Responsable des droits (adultes) : Jin-Hee Cha, jinhee@gimmyoung.com

Responsable des droits (jeunesse) : Sun-Ha Park, shpark@gimmyoung.com

Grisim Publishing

www.grisim.biz

Président : Kyung-Hye Cho, grisimscho@hanmail.net

Jakkajungsin Publishing

www.jakka.co.kr

Président : Jin Sook Park, noonsammae@naver.com

Chef d'équipe : So Ra Yun, mint@jakka.co.kr

Chef d'équipe : Jong Suk Kim, editor@jakka.co.kr

Korea National Open University Press

http://press.knou.ac.kr

editorsoo@knou.ac.kr

Kumsodami Publishing (DreamSodam/Sodam Publishing)

www.dreamsodam.co.kr

Directeur d'édition : Hyun-Sook Cho, sook9103@naver.com

Directeur : Woo-Hyun Chung, pingsberry@naver.com

Minumsa Publishing Group

www.minumsa.com

Responsable des droits (adultes) : Chae-Ah Kim, chaeah@minumsa.com

Mirae N

www.mirae-n.com

Directeur général adjoint : Kyung-Ho Lee, kyungho.lee@mirae-n.com

Munhakdongne Publishing Group

www.munhak.com

Responsable des droits : Kate Han, mshan@munhak.com

Responsable des droits : Hailey Park, hyp@munhak.com

Open Books

www.openbooks.co.kr

Responsable des droits : Gregory Limpens, gregory@openbooks.co.kr

Seokwangsa Publishing

www.seokwangsa.co.kr

Responsable, droits étrangers et service commercial : Han Geun-bea, phil6161@chol.com

Seoul National University Press

www.snupress.com

snubook@snu.ac.kr

Sigongsa / SigongJunior

www.sigongsa.com

Gestionnaire principal, achats de livres et droits étrangers : Jungha Song, ha@sigongsa.com

Responsable des droits étrangers : Amélie Choi, amelie@sigongsa.com

Sungkyunkwan University Press

www.press.skku.edu

Directeur du marketing : Jeong-Soo Park, pinkaha@skku.edu

Gestionnaire : Ian In-Keun Yu, jingran@skku.edu

TheBookinMyLife

Directeur d'édition : Rosa Han, joerosa@hanmail.net

uPaper

www.upaper.net

Directeur : Lee Byoung Hoon, hoon@upaper.net

Yonsei University Press

www.yonsei.ac.kr/press

ysup@yonsei.ac.kr

AGENCES DE DROITS

BC Agency

www.bookcosmos.com

Agent littéraire : Chloe Lee, bceurope@bookcosmos.com

Agent littéraire : Elva Seo, rights@bookcosmos.com

Bestun Korea Agency

www.bestun.com

yumichun@bestun.com

EntersKorea Agency

www.ekagency.co.kr

Agent littéraire : Lauren Kim, lauren@ekagency.co.kr

Agent littéraire : Sungwoo Ahn, copyrights@ekagency.co.kr

Eric Yang Agency

www.ericyangagency.co.kr

Agent littéraire principal (adultes, langue anglaise) : Henry Shin, henryshin@eyagency.com

Agent littéraire (jeunesse, langue anglaise) : Ally Bang, eya-child@eyagency.com

Imprima Korea Agency

www.imprima.co.kr

Directeur : Seohee Shin, seoheeshin@imprima.co.kr

Coordonnateur, droits étrangers : Sura Lim, suralim@imprima.co.kr

Information & Culture Korea (ICK)

Directeur général : Se-Yung Jun, se-yung.jun@ick.co.kr

Korea Copyright Center (KCC)

www.kccseoul.com

Vice-Président : Lee Rock-Young, rylee@kccseoul.com

Directeur : Kyung-Hye Kang, khkang@kccseoul.com

PubHub Literary Agency

Contact : Nahyun Kim, kimnh@pubhub.co.kr

rMaeng2 Agency

www.rmaeng2.com

Président : Hosung Maeng, hosung.maeng@rmaeng2.com

Yu Ri Jang Literary Agency

Responsable des droits étrangers : Jinhee Park, yrj@yrjagency.com

LIBRAIRES / DISTRIBUTEURS / GROSSISTES

Bandi & Lunis

www.bandinlunis.com

Bookmecca

Directeur : Kevin Park, bookmecca@daum.net

Collins Language

Représentant : JD Jung, andybook@naver.com

Kyobo Book Center

www.kyobobook.co.kr

Directeur général adjoint : Shon Hae Young, shon@kyobobook.co.kr

Tongbang Books

www.tongbangbooks.com

Commis : Irene Lee, haemilir@hotmail.com

YP Books (Youngpoong Bookstore)

www.ypbooks.co.kr

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ET ORGANISMES PUBLICS

Ambassade du Canada en République de Corée

www.canadainternational.gc.ca/korea-coree/

Tél. +82 2 3783-6000

Fax: +82 2 3783-6147

Ministre-conseiller (Commerce) et Délégué commercial principal : Michael Danagher, michael.danagher@international.gc.ca

Deuxième secrétaire et Délégué commercial : Paul Norila, paul.norila@international.gc.ca

Antenne du Québec à Séoul

www.quebec.kr.com

Attaché économique : ChungYoll Yoo, chungyoll@mri.gouv.qc.ca

Adjointe : Yun-Hee Lee, yunhee.lee@mri.gouv.qc.ca

Association des éditeurs coréens

www.kpa21.or.kr

Vice-Président : Won-Seok Yang, eunhee.kim@@kpa21.or.kr

Directeur : Seung-Hyun Moon, eunhee.kim@@kpa21.or.kr

Bibliothèque de l'Assemblée nationale de la Corée

www.nanet.go.kr/english/

Bibliothèque nationale de Corée

www.nl.go.kr

Directeur adjoint, Division des acquisitions / Bibliothécaire : Cheol Guen Kim, cgkim2010@korea.kr

Division des acquisitions / Bibliothécaire : Kim Hyun Ju, adora77@korea.kr

Division des acquisitions / Bibliothécaire : Park Sang-Hyeon, phight@korea.kr

Division des acquisitions / Bibliothécaire : Hye-Min Seo, marado7@korea.kr

Chungnam National University

Professeur : Sukyong Choi, choisk@cnu.ac.kr

Foire internationale du livre de Séoul

www.sibf.co.kr

Korea Electronic Publishing Association (KEPA)

www.kepa.or.kr

Directeur : Ki-Young Chang, alice0776@hanmail.net

Korean Publishers Cooperative

www.koreabook.or.kr

Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme

www.mcst.go.kr

Paju Book City

www.pajubookcity.org

Publication Industry Promotion Agency of Korea (KPIPA) (Agence coréenne de promotion de l'industrie des publications)

www.kpipa.or.kr

Président : Jae Ho Lee, leejaeho@kpipa.or.kr

Secrétaire-général : Jin Soo Nam, namjinsoo12@naver.com

Bureau de la promotion des publications, Chef d'équipe Affaires à l'étranger :

Yun Hye Jeong, buenahada@kpipa.or.kr

Bureau de la promotion des publications, préposé aux Affaires à l'étranger :

Sookbin Han, sookbin@kpipa.or.kr



LIVRES CANADA BOOKS®

1 Nicholas Street, Suite 504 • Ottawa, Ontario K1N 7B7 • CANADA
Tel. +1 613 562-2324 • Fax +1 613 562-2329
info@livrescanadabooks.com • www.livrescanadabooks.com