

SÉBASTIEN PRÉVOST  
MASTER 2

La BD et les *nouvelles technologies* :  
mort ou renaissance d'un genre ?

UNIVERSITÉ PARIS 13  
UFR des Sciences de la communication - IUP métiers de la communication  
Orientation : commercialisation des produits d'édition  
99, avenue Jean-Baptiste Clément, 93430 Villetaneuse



SÉBASTIEN PRÉVOST  
MASTER 2

La BD et les *nouvelles technologies* :  
mort ou renaissance d'un genre ?

Directeur de mémoire  
Luc Pinhas

Date de remise : le 11 septembre 2006

UNIVERSITÉ PARIS 13  
UFR des Sciences de la communication - IUP métiers de la communication  
Orientation : commercialisation des produits d'édition  
99, avenue Jean-Baptiste Clément, 93430 Villetaneuse

# Remerciements

Je tiens à remercier ici toutes les personnes qui m'ont aidé dans la réalisation de ce mémoire, parfois avec un sourire, parfois avec des conseils judicieux.

Luc Pinhas, tout d'abord, mon directeur de mémoire qui, alors que j'étais au Québec, m'a donné le feu vert pour ce sujet (à l'image d'un autre accord pour lequel je ne le remercierai jamais assez). Philippe Sohet, qui m'a permis d'emprunter dès le début la bonne direction.

Merci également aux trois personnes qui m'ont accordé des entretiens. Julien Falgas, pour le temps et l'attention qu'il m'a consacré, François Capuron, pour cette petite heure très productive, ce vendredi matin de juin, et enfin Véronique Danac, qui de retour de vacances, est allée jusqu'à me relancer.

Et bien entendu, merci aux amis, Raphaël Henriques, qui m'a donné des pistes aux allures d'autoroutes, Sara Hamidazadeh, qui a pointé un nombre invraisemblable de coquilles en l'espace de quelques minutes, Thomas Delautre, qui a tenu les délais en plus de m'aider et Sébastien Ferrand, pour avoir pris le temps de répondre à mes questions entre deux parties de COPS...

Encore un merci à ma famille, qui a renoncé à son préavis de grève, lorsque le moment de relire ce mémoire fut venu. Olivier, pour sa relecture entre Manille et Paris, mes parents pour la complémentarité de leur contribution, sans oublier ma sœur Céline, pour tout son sérieux.

*And the last but not the least*, merci à Laurence de Belizal, une super chef comme on en fait plus, qui m'a apporté savoir-faire et conseils, en un temps record.

# Sommaire

Introduction	6
<b>1 La bande dessinée traditionnelle</b>	<b>8</b>
Les principaux formats	8
La BD : à la croisée des styles et des passions	22
<b>2 Vers la virtualisation</b>	<b>30</b>
Le support	30
Évolution des supports de diffusion	32
L'avenir de l'édition de BD	36
Le piratage : les limites des nouvelles technologies	40
<b>3 Les nouvelles technologies, espace de création</b>	<b>48</b>
Le <i>webcomics</i> ou La révolution de l'écran	48
La BD interactive	54
Conclusion	72
Sources	73
Glossaire	74
Sommaire des annexes	78
Table des matières	99

# Introduction

D'abord peu connues et mal comprises, celles qu'on a appelées les *nouvelles technologies* se sont progressivement imposées dans nos vies sous de multiples formes. La téléphonie mobile n'est qu'un exemple parmi d'autres. Ses opérateurs, encore en pleine genèse il y a dix ans, sont aujourd'hui des empires de la télécommunication. Les FAI, ou fournisseurs d'accès à Internet, combinent désormais ce qui constitue leur cœur de métier à de multiples offres, où téléphonie et télévision sont autant d'arguments de vente.

Pourtant, au milieu de ce déchaînement du numérique, on trouve encore un dinosaure, un vestige des temps anciens : le livre. Alors que la mort de celui-ci était annoncée sous l'ère Jean-Marie Messier et l'avènement du e-book proclamé, c'est l'objet-livre qui a survécu à son jeune challenger, en défiant au passage tous ses détracteurs. Cette victoire n'a pas été sans conséquences. Des précurseurs, comme l'éditeur virtuel 00h00.com, ont fait faillite. Pourtant, l'invasion du numérique prend aujourd'hui d'autres formes. Le livre ne lutte plus contre l'écrit, il lutte contre l'omniprésence de l'image.

Au Japon, l'édition de bande dessinée traverse une crise sans précédent. La récession que subit le secteur est imputée par beaucoup aux nouvelles technologies, qui concurrencent sans merci l'univers des bulles sur le terrain du loisir. Mais plus qu'une course aux parts de marché, l'affrontement qui se dessine sonne davantage comme une lutte (à mort ?) entre deux supports, un ancien, le papier, et un nouveau, l'écran.

Une hypothèse pourrait donc être d'avancer, qu'à l'instar du Japon, la France va connaître un raz-de-marée numérique qui portera un coup fatal au secteur de l'édition de bande dessinée et qu'alors, pour survivre, cette dernière devra opérer un transfert du papier à l'écran.

Dans ce contexte incertain, à quoi doit s'attendre le secteur de la bande dessinée en France ? Ce genre à part, à mi-chemin entre l'écrit et l'image, va-t-il disparaître,

survivre ou encore évoluer ? Faut-il voir dans les nouvelles technologies un instrument de destruction, ou au contraire de diffusion voire de création ?

Pour répondre à ces questions et prendre la pleine mesure des enjeux en présence, il convient dans un premier temps de faire un état des lieux de la bande dessinée en France. Dans un second temps, nous nous pencherons sur l'impact des nouvelles technologies sur la bande dessinée. Enfin, nous traiterons des nouvelles technologies comme espace de création et d'évolution de la bande dessinée.

## 1. La bande dessinée traditionnelle

Le terme de « bande dessinée traditionnelle » renvoie à des significations très différentes, selon les cultures, les habitudes de lecture et l'âge des lecteurs. Dans ce chapitre, la bande dessinée traditionnelle est étudiée du point de vue français, et la notion de tradition se rapporte au support papier. Enfin, l'approche ne se limitera pas au produit seul, mais s'efforcera d'englober tout ce qui s'y rapporte.

### 1.1. Les principaux formats

Peu de gens en France connaissent la BD norvégienne, indienne ou brésilienne. Et pour cause, l'histoire du pays a principalement été marquée par trois grandes vagues de bande dessinée, correspondant à autant de courants. Parce qu'ils sont représentatifs de ce qui se vend dans l'Hexagone aujourd'hui, nous aborderons successivement chacun de ces genres, à commencer par les *comics*, un format de bande dessinée américaine, le *manga*, qui désigne à la base la bande dessinée japonaise et enfin la BD franco-belge.

#### 1.1.1. Le *comics*

La bande dessinée américaine n'a pas fait ses débuts avec les super-héros, comme on pourrait le croire. En 1895, *The Yellow Kid* apparaît dans les pages du *New York World*, sous la plume de Richard Fenton Outcault. Ce garçon, dont les pensées s'inscrivaient sur son habit, est le premier héros de toute l'histoire des *comics*. Ce n'est que bien plus tard qu'est né le super-héros, un genre qui domine les ventes aux États-Unis encore aujourd'hui. En 1938, Clark Kent, alias *Superman* dévoilait son existence au monde à travers la revue *Action Comics*, animé par l'imagination débordante de Jerry Siegel et Joe Shuster.

Après bien des aléas, le genre a récemment connu une seconde jeunesse avec l'arrivée d'adaptations et de réadaptations cinématographiques. Les six dernières années, les salles de cinéma ont ainsi accueilli les trois *X-Men*, les deux *Spider-man*, le *Daredevil* puis son *spin-off*, *Elektra*, sans oublier *Hulk*, *Superman returns* et enfin le retentissant *Batman Begins*. Bien entendu, ces sorties n'ont pas toutes eu le même impact, certaines flirtant avec le succès (comme *Batman*) quand d'autres frôlaient dangereusement l'échec commercial (*Elektra*). Ces adaptations ont pourtant remis au goût du jour un

genre en très nette perte de vitesse, tant aux États-Unis qu'en Europe, bien loin d'un âge d'or glorieux qui a vu l'apparition de super-héros immortels dans les esprits, sinon dans les cœurs.

#### 1.1.1.1. Comics et super-héros

*De grands pouvoirs impliquent de grandes responsabilités.* C'est par ces mots extraits du *comics Spider-man* qu'on pourrait qualifier l'essentiel de l'activité des super-héros justiciers. Si le raccourci manque de finesse, il présente assez bien le mode de fonctionnement des *comics* de super-héros. Dans le magazine *Comic Box*<sup>1</sup>, Alex Ross, auteur de *comics*, explique à propos des supers-héros : « Leur dévouement à sauver le monde, au détriment souvent de leur vie personnelle est, je crois, une bonne leçon pour nous. Ce sont des icônes du Bien, ils ont le courage d'être différents, costumés. Et surtout ils peuvent faire comprendre aux gens et à moi le premier, qu'il faut toujours chercher à se dépasser ».

Malgré la domination des super-héros, la bande dessinée américaine ne se résume pas à eux, comme l'illustrent dans la veine humoristique les exemples de *Snoopy*<sup>2</sup> et *Calvin & Hobbes*<sup>3</sup> ou dans celle du polar le cas *Sin City*<sup>4</sup>. Thierry Mornet<sup>5</sup>, directeur éditorial de la collection *Comics* chez Delcourt, explique que « pendant plusieurs décennies, les seuls *comics* disponibles en France étaient des histoires de super-héros (...) Le *comics* ne met donc pas nécessairement en scène des personnages aux super-pouvoirs : *V pour Vendetta* est de toute évidence un *comics*, au même titre que *From Hell*, *Blankets* ou encore *Un pacte avec Dieu* ». Il est néanmoins vrai que ce sont les super-héros qui se sont le plus exportés, incarnation de papier du modèle américain dans un contexte de lutte contre le mal, bien souvent assimilé au communisme. On citera *Captain America*, super soldat gardien d'une Amérique puissante mais paranoïaque, toujours à l'affût de la moindre menace, qu'elle soit économique, militaire ou idéologique. Les *comics* sont, dans une certaine mesure, le symbole d'un idéal américain, avec des héros garants des valeurs et des libertés ainsi que du droit au bonheur inscrit dans la constitution américaine.

#### 1.1.1.2. Graphismes

<sup>1</sup> Alex Ross dans *Comic Box* # 8, vol. 3, de février 1999

<sup>2</sup> *Snoopy* de Schulz, Ed. Dargaud pour la traduction française, 1982

<sup>3</sup> *Calvin & Hobbes* de Watterson, Ed. Hors Collection, 1991

<sup>4</sup> *Sin City* de Frank Miller, Ed. Rackham, 2000

<sup>5</sup> *Zoo*, N°7, Juillet-Août 2006, p. 4, 5, 6 et 7.

Sur le plan du dessin, le style *comics* s'exprime aujourd'hui fréquemment par un style réaliste additionné de couleurs appliquées par ordinateur, bien loin des teintes criardes des débuts du genre. Les personnages principaux disposent fréquemment de physiques impressionnants : les hommes possèdent une carrure extrêmement imposante, un corps musclé ainsi qu'un visage carré. Ce stéréotype est bien entendu sujet à quelques exceptions, comme dans le cas de Spider-man, un personnage à la silhouette relativement fluette. Les héroïnes sont quant à elles dotées de physiques censés incarner l'idéal féminin, à l'image de corps de poupées Barbie<sup>®</sup>. En cela, on peut ici présenter le *comics* comme un genre visant un public essentiellement masculin. Scott McCloud, l'auteur de *Reinventing Comics*<sup>6</sup> résume : « presque toutes les bandes dessinées de super-héros se plient aux présupposés du genre : une anatomie musculeuse, une profondeur de champ exagérée et des enjeux toujours plus élevés<sup>7</sup>. »

### 1.1.1.3. Un modèle en crise

Aujourd'hui, le modèle est en crise dans le pays même qui l'a vu naître. Entre super-héroïnes plantureuses, scénarios répétitifs (le héros sauve le monde, encore et toujours) et énièmes revisites de l'univers des super-héros les plus populaires (la vie du héros reprend à ses débuts, avec des variantes), le *comics* n'arrive plus à innover. En découle une baisse des ventes. « Les éditeurs US peinent à renouveler leur lectorat (...), le réseau de vente est sinistré. Enfin, si on raisonne en terme de quantités vendues, un bon titre vend entre 150 et 200 000 exemplaires par fascicule, ce qui fait rêver vu d'ici... mais reste assez médiocre au regard de la superficie des USA. Quinze ans en arrière, ces chiffres étaient quasiment dix fois supérieurs » constate Thierry Mornet.

Dans *Reinventing Comics*, Scott McCloud pointe les défauts du marché américain et constate que « dans la mesure où la BD est un "club de garçons" aux États-Unis, elle a perdu par maladresse la moitié de sa puissance potentielle (et de ses lecteurs potentiels) d'un seul coup (...) les rares titres populaires lus par des femmes étaient créés principalement par des hommes et s'il y avait [en 1975] un genre fait sur mesure pour les adolescent mâles, c'était bien celui des super-héros qui dominait le marché<sup>8</sup>. Les critiques de Scott McCloud ne s'arrêtent pas là (par contraste, on remarque que dans

<sup>6</sup> *Reinventer la bande dessinée* de Scott Mc Loud, éditions Vertige Graphic, 2002 pour la VF

<sup>7</sup> *Reinventer la bande dessinée* de Scott Mc Loud, p. 118

<sup>8</sup> *Reinventer la bande dessinée* de Scott Mc Loud, p. 104

*Reinventing Comics*, il propose pas moins de douze directions dans laquelle la BD peut se diversifier). Il met notamment en cause le système économique des *comics* eux-mêmes qui pèchent par leur manque de diversité.

Frank Miller, l'auteur de *Sin City*<sup>9</sup>, en arrive à la même conclusion: « Je ne m'intéresse pas plus aux agissements d'un super-héros évoluant dans un monde de super-héros, qu'aux films-jouets de *space-opera*. Quand Superman a commencé à faire équipe avec Batman ou quand Spider-Man s'est mis à rencontrer les Fantastic Four, on a eu des histoires étonnantes mais qui à long terme ont ruiné les super-héros. À présent, dans les *comics* modernes, on en est au point où il y a tellement de foutus super-héros et tellement de foutus super-pouvoirs qu'il n'y a plus de place pour quoi que ce soit d'humain, et la seule manière de donner l'illusion de faire quelque chose d'intéressant c'est de se lancer dans une escalade sauvage des pouvoirs, et de la quantité de planètes que l'on peut démolir par image<sup>10</sup>. »

Crise éditoriale, mais crise identitaire également. *Uncle Sam*<sup>11</sup> en est l'exemple représentatif. Ses auteurs, Alex Ross et Steve Darnal, mettent en scène le célèbre vieillard de l'affiche *I want you for U.S. army*<sup>12</sup>. Ce héros atypique nous apparaît sous les traits d'un mendiant qui peine à prendre ses repères. Puis, nous suivons le cours de ses pensées, qui remontent le temps. D'abord jeune colon idéaliste, le héros découvre ce qu'est devenu le rêve qui l'avait animé. À un pays qui s'est construit sur le sang des *natives*, ce *comics* vient rappeler la réalité d'un monde où le roi dollar a remplacé le rêve et ce, par le biais de son icône la plus intouchable, le protecteur Uncle Sam. Cette bande dessinée a donc fait l'effet d'une bombe dans un univers où le héros se pose pour la première fois en critique, et ce, de manière ultra-réaliste. Glen Engel-Cox<sup>13</sup> écrit à ce sujet : « Which is why two new graphic novels, largely the home of entertainment, dealing with our national identity are welcome breezes of fresh air amidst the lingering stench of stale gunpowder. Scott McCloud's *The New Adventures of Abraham Lincoln* and Steve Darnall and Alex Ross' *U.S.* are quite enjoyable without delving into their polemic [...]. These are books with a message, and the message is for today. »

Pour Scott McCloud, les *comics* doivent changer et changent déjà : c'est là le message que l'auteur souhaite faire passer. Et même si son évolution vers la diversité est menacée par une forte concentration du secteur (deux acteurs dominant le terrain :

<sup>9</sup> *Sin City* est publié en France aux éditions Rackham

<sup>10</sup> <http://perso.orange.fr/frboudet/SmCBD73a.html>

<sup>11</sup> Uncle Sam, Alex Ross et Steve Darnall, Semic

<sup>12</sup> <http://www.loc.gov/exhibits/treasures/images/tlc0090.jpg>

<sup>13</sup> <http://www.sfsite.com/08a/usa38.htm>

Marvel et DC) dans lequel la logique économique repose sur le *best-seller*, les *comics* s'améliorent, ne serait-ce que par le travail tenace des femmes auteurs pour se tailler une place dans le dur milieu de la bande dessinée, à l'image de l'association Friends of Lulu<sup>14</sup> (une organisation nationale dont l'objectif est de promouvoir et d'encourager la participation des femmes dans l'industrie de la bande dessinée).

#### 1.1.1.4. En France

En France, le marché des *comics* semble en bien meilleur état qu'outre-Atlantique. Pour Thierry Mornet, la situation actuelle dans l'Hexagone « n'a jamais été aussi bonne ». Affirmation qui trouve un écho dans l'édition de 2005 du rapport annuel<sup>15</sup> de l'ACBD (Association des Critiques de Bandes Dessinées), rédigé par son secrétaire, Gilles Rattier : « Côté *comics* américains super-héroïques (*Spider-Man*, *X-Men*, *Batman*...), 31 fascicules tirés entre 25 et 35 000 ex. paraissent régulièrement (il y en avait 30 en 2004) ». Enfin, toujours selon le même rapport, 206 *comics* ont été publiés en 2005 en France contre 116 en 2000 (soit une progression de 77,5 % en cinq ans).

Thierry Mornet relativise toutefois cette hausse de la production : « Nous sommes deux acteurs en presse à l'heure actuelle, davantage en librairie. Il faut savoir se démarquer en ne publiant pas n'importe quoi, sous prétexte que le *comics* semble avoir le vent en poupe<sup>16</sup>. » Raphaël Henriques, de l'association Champion Comics, rappelle quant à lui « qu'à l'heure actuelle, dans la presse, Panini (la célèbre maison d'édition des vignettes autocollantes) est en situation d'oligopole et ce dans pratiquement toute l'Europe<sup>17</sup>. Panini traduit les titres des deux principales maisons d'éditions américaines (Marvel et DC) qui représentent à elle deux presque 90 % du marché total américain... L'autre éditeur présent sur le marché de la presse français est Delcourt (Semic est mort en 2005) et il ne possède que deux titres contre une trentaine pour Panini. Par contre, en librairie, c'est une autre histoire, la concurrence est rude entre Delcourt et Panini (ce dernier venant de gagner une bataille importante : la licence du label Vertigo de l'éditeur DC) mais aussi Bamboo avec sa collection Angle Comics. Delcourt perd ainsi une partie de son catalogue notamment *Sandman*, salué plusieurs fois par la critique... »

<sup>14</sup> <http://www.popcultureshock.com/lulu/>

<sup>15</sup> [http://www.du9.org/IMG/Rapport\\_ACBD\\_2005.pdf](http://www.du9.org/IMG/Rapport_ACBD_2005.pdf)

<sup>16</sup> *Zoo*, N°7, Juillet-Août 2006, p. 4, 5 et 6

<sup>17</sup> La société est présente en Italie (son pays d'origine), en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Espagne et en France mais aussi en Amérique Latine avec le Brésil et l'Argentine. L'arrivée dans les pays de l'Est serait pour bientôt.

#### 1.1.1.5. Le lectorat des *comics*

Qu'en est-il du lectorat français de *comics* ? Celui-ci se scinde en deux groupes presque exclusivement masculins. D'une part, on retrouve les jeunes lecteurs, âgés de 12 à 16 ans, qui viennent aux *comics* via les publications disponibles en kiosques. Peu chères, celles-ci correspondent à leurs revenus, souvent faibles. Jif, créateur du site spécialisé Abdel-Inn parle ainsi d'une image « prépubère » du *comics*<sup>18</sup>. D'autre part, un public plus âgé dont la passion est aussi plus ancrée, se fournit auprès de libraires spécialisés, n'hésitant pas à acheter en version originale *comics* et autres produits dérivés. Interrogé, Thierry Mornet explique que les *comics* s'adressent à « un lectorat assez large, amateur de BD en général et de BD US en particulier. Sur un titre comme *Les chroniques de Spawn* par exemple, notre lectorat se situe entre 13 et 45 ans. Il est plus féminisé sur *Aspen Comics*... Et beaucoup plus étendu sur *Star Wars BD Magazine* »<sup>19</sup>.

#### 1.1.1.6. Internet

Cette domination masculine se retrouve au niveau des sites Internet. Pour Raphaël Henriques, les sites Internet et leurs forums ont différentes fonctions. L'une des plus importantes est de renseigner les jeunes lecteurs en leur apprenant l'histoire des *comics*. Une autre est la remise en question de tel univers, tel héros, ou tel auteurs de *comics*. Ceux-ci, que ce soit par l'évolution de leurs dessins ou de leurs scénarios, font particulièrement l'objet de joutes verbales. Certains sites se recentrent complètement sur les forums, véritables lieux de rencontres et de discussion, où questions et réponses, quiz, débats de toutes sortes et réflexions en tout genre s'accumulent. Il arrive aussi que des passionnés s'amuse à diffuser leur production, un dessin ou un petit *comic-book* de leur invention. Celui-ci représente alors un personnage de *comics*, à une époque et dans un contexte précis, preuve de l'érudition de ces spécialistes. Conscient de ce fossé entre générations, certains sites travaillent à réduire l'écart de connaissances. C'est le cas de *France-comics*<sup>20</sup> qui propose une section directement adressée aux néophytes. À cela vient s'ajouter l'actualité du mois, quelques dossiers et un forum. Chez *Buzzcomic.net*<sup>21</sup>, le site

---

<sup>18</sup> Voir annexes

<sup>19</sup> *Zoo*, N°7, Juillet-Août 2006, p. 4, 5 et 6

<sup>20</sup> [http://720plan.ovh.net/~franceco/rubrique.php?id\\_rubrique=28](http://720plan.ovh.net/~franceco/rubrique.php?id_rubrique=28)

<sup>21</sup> <http://www.buzzcomics.net/forumdisplay.php?s=700b79f8b38bd3649b8b689a5ba4a5bf&f=4>

ne s'embarrasse pas de page de présentation et nous amène directement sur l'autoproclamé "Forum N°1". Enfin, sur [superpouvoir.com](http://www.superpouvoir.com)<sup>22</sup>, l'accent est clairement mis sur les échanges entre internautes, les *comics* étant eux-mêmes présentés via une interface identique à celle des forums.

### 1.1.2. Le *manga*

Au pays du soleil levant, l'histoire de la bande dessinée est vieille de plusieurs siècles. Mais le *manga* moderne, sous la forme duquel nous le connaissons, est beaucoup plus récent. Il trouve son origine dans la période sombre qui suit la capitulation du Japon, à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Osamu Tezuka, qu'on surnommera plus tard « le Dieu du *manga* », publie une bande dessinée novatrice, qui connaîtra un énorme succès : *L'île au trésor*. Soutenu par son coût faible et l'imagination débordante de son auteur, alors que les autres loisirs, trop chers, restent hors de portée de la majorité de la population, le *manga* version Tezuka apporte le rêve à un peuple vaincu et traumatisé. En effet, alors cantonnée à des petits récits courts et à des dessins figés, la bande dessinée japonaise se décline jusque-là exclusivement sous des formats réducteurs (*strips*...). Tezuka lui appliquera les recettes du feuilleton, créant ainsi le « *story manga* » ou *manga* narratif. L'auteur ne s'arrête pas là. Il révolutionne le dessin, en lui insufflant notamment des techniques permettant de simuler le mouvement, à la manière d'un *story-board*. On doit également à Tezuka les grands yeux expressifs des héros et héroïnes de *manga*.

#### 1.1.2.1. Particularité de la BD japonaise

Le *manga* est de loin le genre le plus diversifié qu'on puisse trouver en France, avec une segmentation en quelques grands genres (*shôjo*, pour les jeunes filles, *shônen*, pour les jeunes garçons, *seinen* pour les adultes) et plusieurs dizaines de sous-genres. Ainsi, chaque genre cible une tranche précise de la population. Chaque lecteur peut trouver un *manga* qui lui soit adapté, qu'il soit homme ou femme, jeune ou vieux, hétérosexuel ou pas. La richesse de la BD japonaise est à ce niveau presque intarissable.

Les sujets abordés sont relatifs au public ciblé. Ainsi, les histoires d'amour seront davantage présentes dans les publications visant un public féminin. Le *manga* se

---

<sup>22</sup> <http://www.superpouvoir.com/>

distingue également par un circuit commercial réactif et performant, qui permet aux maisons d'édition de promouvoir très rapidement une série si celle-ci est appréciée par ses lecteurs, ceux-ci étant invités à faire part de leurs préférences, chaque semaine, via le renvoi d'un coupon-réponse. C'est ainsi que séries animées, films, *goodies*, jeux vidéo et éditions spéciales peuvent accompagner efficacement la parution en périodique, puis en recueil, d'un *manga*.

En noir et blanc la plupart du temps, le *manga* se lit dans le sens de lecture traditionnel de la langue japonaise, de droite à gauche. Outre des actions inscrites dans la durée, et sans cesse relancées (un récit peut donc être particulièrement long, comme l'illustre le cas *Dragon Ball* avec 42 volumes), le *manga* se distingue par une parution soutenue (une quinzaine de pages par semaine pour les séries les plus productives) et par de forts tirages hebdomadaires (pour les périodiques) se chiffrant en millions d'exemplaires pour les titres les plus vendus.

La situation économique du marché du *manga* au Japon est difficile. La maison d'édition Kôdansha, le numéro un du secteur, affichait en 1999 un chiffre d'affaires culminant à 189,4 milliards de Yen<sup>23</sup> (un peu plus de 1,4 milliards d'euros). En 2004, il n'était plus que de 159,8 milliards de Yen (environ 1,17 milliards d'euros).

Le *Shûkan*<sup>24</sup> *Shônen Jump* est un périodique de manga extrêmement populaire, apparu pour la première fois en 1968. En 1995, les ventes de cet hebdomadaire dépassaient les 6 millions d'exemplaires. Un chiffre colossal, mais qui a bien diminué depuis. En 2005, le magazine ne tirait plus « qu'à » 3,24 millions d'exemplaires.

En contraste avec cette récession qui frappe le secteur depuis bientôt une décennie, le marché connaît une très forte croissance à l'extérieur des frontières du Japon, notamment aux États-Unis et dans l'Union Européenne. Yoshinobu Noma<sup>25</sup>, du comité de direction de la maison Kôdansha, explique que sa maison réalise 5 % de son chiffre en vente de droits : « La bande dessinée marche très fort à l'étranger, particulièrement en Asie et en Europe. Nous essayons de développer le marché américain où le *manga* est très populaire. »

#### 1.1.2.2. Une forte croissance en France

---

<sup>23</sup> <http://www.kodanclub.com/>

<sup>24</sup> *Shûkan* signifie hebdomadaire

<sup>25</sup> <http://www.japantoday.com/e/?content=executive&id=131&page=7>

Sylvain Coissard a été mandaté pour réaliser une étude sur le *manga*, rendue en juin 2006, alors qu'il était responsable des achats et ventes de droits étrangers chez Delcourt. Il en ressort qu'en 2005, pas moins de 9,4 millions d'exemplaires ont été vendus en France, contre 2,5 millions en 2001 (chiffres IPSOS). Pour sa part, l'institut GFK, un autre panel, parle de 13 millions d'exemplaires vendus en 2005 (+ 23,2 % par rapport à 2004) et d'un chiffre d'affaires de 87,5 millions d'euros (+22,7 % par rapport à 2004). La France s'impose ainsi comme le deuxième marché mondial du genre après le Japon, une domination qui pourrait céder le pas aux États-Unis, où le *manga* connaît une montée en puissance impressionnante. Enfin, on remarque que le marché français est très concentré, malgré ses nombreux acteurs (25). Glénat, Kana et Pika en représentent à eux seuls 75%. Une concentration illustrée par le rachat de Tonkam par Delcourt, et par les prises de participation de Soleil dans SEEBD et Asuka.

#### 1.1.2.3. Le public

Le lectorat du *manga* est constitué d'un public mixte, à la différence du *comics*. Cette parité homme-femme n'est pas sans jouer un certain rôle dans le succès du *manga* de par le monde. Pour la première fois dans l'Hexagone, une BD exclusivement féminine fait son apparition. Pour tous les âges et pour tous les goûts, le *manga*, du *shôjo* au *ladies*, pensé pour les femmes, propose un contenu « type » adapté aux attentes du lectorat féminin. Un terrain délaissé par la bande dessinée franco-belge et le *comics*, qui, logiquement, a fini par être investi par la bande dessinée japonaise, notamment en France ou au Québec, où les trois types de BD co-existent. Sébastien Moricard, des éditions Tonkam, explique ainsi qu'« à Tonkam, on a estimé que le marché était tel aujourd'hui, qu'il y avait nécessité d'adresser un produit uniquement aux femmes, parce qu'elles représentent près de 45% de lectrices de *manga*, ce qui est énorme ».

#### 1.1.2.4. Internet

Internet semble refléter cette mixité. Ainsi, les lecteurs de *manga* sont à la fois des deux sexes, qu'ils soient visiteurs ou créateurs de sites. C'est ainsi le cas de mangaverse.net<sup>26</sup>,

---

<sup>26</sup> <http://www.mangaverse.net/bavardages.htm>

dont Morgan, le webmestre, est une femme. Le forum, qui revendique 2216 inscrits<sup>27</sup>, est compartimenté en différentes sections (tribune libre, critiques de *manga*, news, vente de *manga* entre « mangaversiens »...), on note que les quatre modérateurs (Herby, Ambre, Key et Gally) sont deux hommes et deux femmes. Sur [hyjoo.com](http://hyjoo.com)<sup>28</sup>, on peut effectuer le même constat. Sur six modérateurs, trois sont des femmes (Saiyuki, Westgirl, ClaraElric) et trois sont des hommes (AssuranZala, Taykoubou et X-Spark). Côté contenu, les sites se veulent, comme dans le cas des *comics*, des éducateurs. Mais ici, la tâche est nettement plus complexe et s'apparente à de l'apprentissage. En effet, contrairement aux *comics*, dont la langue, l'anglais, est apprise sur les bancs de l'école, les *manga* en version originale sont incompréhensibles pour la très grande majorité des français. D'autres obstacles peuvent rebuter l'amateur : le sens de lecture (lire le *manga* en commençant par la dernière page) ou le calendrier japonais, dont la référence n'est pas Jésus-Christ, mais le règne de l'empereur japonais du moment. Les sites ont donc pour mission de faire découvrir le *manga* sous un angle historique, pratique et, détail majeur, compréhensible. Ils vont tout expliciter, détailler avec d'autant plus de sérieux qu'ils se porteront alors garant d'une information difficilement vérifiable.

### 1.1.3.La franco-belge

*Tintin*<sup>29</sup>, *Astérix*<sup>30</sup>, *Lucky Luke*<sup>31</sup>, *Largo Winch*<sup>32</sup>, *Corto Maltese*<sup>33</sup> et maintenant *Lanfeust de Troy*<sup>34</sup> ou *Titeuf*<sup>35</sup>... véritables ambassadeurs de la bande dessinée franco-belge, ces héros célèbres ne constituent pourtant que la partie émergée de l'iceberg.

#### 1.1.3.1. Un secteur en difficulté ?

Si le secteur de la bande dessinée croît en France, la progression est en grande partie due au phénomène *manga* et beaucoup moins à la bande dessinée franco-belge. Pourtant, depuis 1996, celle-ci connaît une nouvelle jeunesse. Certains parlent d'âge

---

<sup>27</sup> Le 7 septembre 2006

<sup>28</sup> <http://www.hyjoo.com/forum-784.html>

<sup>29</sup> *Tintin* d'Hergé, Casterman, 1930

<sup>30</sup> *Astérix* d'Uderzo et Goscinny, Albert René, 1958

<sup>31</sup> *Lucky Luke* de Morris, Dargaud, 1968

<sup>32</sup> *Largo Winch* de Van Hamme et Francq, Dupuis, 1990

<sup>33</sup> *Corto Maltese* d'Hugo Pratt, Casterman, 1974

<sup>34</sup> *Lanfeust de Troy* de Tarquin et Arleston, Soleil, 1998

<sup>35</sup> *Titeuf* de Zep, Glénat, 1993

d'or quand d'autres y voient une situation de crise, comme Jean-Louis Gauthey des éditions Cornelius : « Concernant cet âge d'or, je pense qu'il y a une manipulation qui n'est pas forcément organisée, mais qui est celle du commerce qui se satisfait très bien de chiffres qui sont flous, d'enthousiasme fabriqué et de prêt-à-penser. Donc les chiffres que communique l'édition, qui suscitent chaque année des cris de joie et des bruits de bouchon de champagne, c'est des chiffres qu'il faut mettre en perspective et qui ne veulent pas dire grand-chose lorsqu'ils sont pris dans leur ensemble. C'est le détail qui dit véritablement la santé du secteur (...) Moi je pense que le secteur est en crise (...) le simple fait que les magasins n'arrivent plus à accueillir tous les livres qui sont produits pose déjà un problème en soi (...) C'est [l'édition de BD] une grande bête malade qui continue à vivre<sup>36</sup>. »

En parallèle de ce débat, qui reflète l'écart grandissant entre les locomotives de la bande dessinée citées plus haut et le reste de la production, on observe depuis quelques années l'essor de trois genres distincts. Le premier renvoie sur le héros à la Van Hamme, séducteur et conquérant, comme *Largo Winch*. Le deuxième est lié au récit de Fantasy, remis au goût du jour par le best-seller *Lanfeust de Troy* : on a ici le cas du héros à la Vin Diesel, qui brille plus par son courage que par sa finesse. Au-delà de ces deux catégories à destination des adolescents et adultes, un troisième genre tend à se renforcer, celui des « petits » héros : *Titeuf*, *le petit Spirou*<sup>37</sup>, *Cédric*<sup>38</sup>, *Kid Paddle*<sup>39</sup> ou dernièrement *Lou*<sup>40</sup>. Suivent le long cortège des succès plus ou moins éclatants, des demi-succès, des semi-échecs, des premiers titres morts-nés et des oubliés.

### 1.1.3.2. Définition du genre

Qu'est-ce que la bande dessinée franco-belge ? Bien souvent, elle se présente sous la forme d'un album de 42 à 48 pages, fruit d'une année de travail intense. Couverture cartonnée, couleurs, la bande dessinée tend à se muer en objet de luxe. Julien Falgas, le webmestre d'Abdel Inn, explique ainsi que « la BD reste un produit coûteux et

<sup>36</sup> [http://www.telamaradio.fr/article.php3?id\\_article=251](http://www.telamaradio.fr/article.php3?id_article=251)

<sup>37</sup> *Le petit Spirou* de Tome et Janry, Dupuis, 1990

<sup>38</sup> *Cédric* de Laudec et Cauvin, Dupuis, 1989

<sup>39</sup> *Kid Paddle* de Midam, Dupuis, 1996

<sup>40</sup> *Lou* de Julien Neel, Glénat, 2004

prestigieux pour les francophones. Les éditeurs et les auteurs de la "nouvelle bande dessinée" sont certes parvenus à légitimer ce médium dans le monde artistique et culturel... Mais ils ont dû pour cela miser sur le prestige de l'objet. Les conséquences sont assez tristes : "collectionnisme accrue", élitisme d'un certain lectorat " bobo". »

Rare du fait de sa parution lente, la BD franco-belge suscite un culte du dessinateur – du moins lorsqu'il est reconnu – dont les dédicaces deviennent autant de trophées pour le passionné. En effet, à la différence du *comics* ou du *manga*, une BD franco-belge est longue à sortir. Chaque publication un tant soit peu attendue fait donc figure d'événement. Alors que le *manga* se présente sous la forme d'un livre de poche monochrome et les *comics* sous celle d'un petit cahier en couleur, la bande dessinée franco-belge se caractérise – nous l'avons vu – par des albums grands formats à couverture rigide, des pages en couleurs et une série de tomes indépendants au niveau du récit, même si la structure narrative tend de plus en plus à se rapprocher pour certaines séries de celle de leurs cousines japonaises et américaines. Cette notion de parcellisation de l'histoire est très importante, des lecteurs préférant tel album à tel autre, alors que pour le *manga*, et un peu moins pour le *comics*, un même récit s'étale sur de nombreux volumes. Les critiques sur la BD franco-belge se font donc albums par albums et non sur la série vue dans son ensemble.

#### 1.1.3.3. Le problème de la librairie

Malheureusement pour ces personnages de papier, les occasions de se faire une place au soleil sont aujourd'hui de plus en plus soumises à des logiques promotionnelles et financières. Le libraire veut vendre. Il ne veut plus d'un produit qui ne lui garantisse pas un minimum de rentabilité, sauf coup de cœur inespéré. Or, force est de constater que ce commerçant peut de moins en moins se permettre de défendre ses coups de cœur. Il n'a tout simplement plus d'espace de vente à accorder. Thomas Delautre, libraire spécialisé BD à La Cas' à Bulles, explique que « les marges d'un libraire sont très faibles par rapport à d'autres commerces. Avec une marge de 30 à 40 % sur son prix de vente, une bande dessinée vendue 10 euros ne rapporte qu'entre 3 à 4 euros au libraire ; sur cette marge il faut encore déduire le coût de transport. Un libraire est un commerçant comme un autre, il doit assurer la survie de son entreprise et pour cela il doit vendre. Les BD se vendent surtout d'après la notoriété des auteurs. Mais le libraire doit faire son travail en

proposant des auteurs moins connus ». Des auteurs moins connus, et donc plus difficile à faire découvrir ou à mettre en avant.

Il en résulte une course au succès, où pour emporter la mise, tous les moyens sont bons. « Le problème de la librairie, il est plus là » constate François Capuron, directeur marketing des éditions Delcourt. « Comment un libraire peut-il faire face à toutes les nouveautés qui sortent et garder en rayon tous les titres et les références qui existent ? C'est toujours dommage de se dire qu'un livre va disparaître. C'est pas que les gens ne s'y intéressent plus, mais à partir d'un moment, on n'est plus en mesure de leur proposer, de leur offrir. »

#### 1.1.3.4. Le lectorat

Qui est le lecteur de la BD franco-belge ? À en croire les physiques et mentalités des héros et héroïnes mis en avant dans ces œuvres, il s'agit bien plus souvent d'un homme que d'une femme. Le lectorat se situe en fait à mi-chemin entre celui du *manga* (parité) et celui du *comics* (écrasante majorité masculine). Interrogé à ce sujet, Thomas Delautre explique : « Bizarrement on peut voir une réelle différence de lecture entre les générations ! De manière générale, les hommes de plus de 40 ans ne lisent que de la franco-belge ! Ceux qui ont entre 20 et 30 ans lisent de la BD franco-belge et du *manga*, et les moins de 20 ans ne lisent quasiment que du *manga* ! Il y a pas mal d'exceptions pour toutes les catégories mais, de manière générale, c'est à peu près la tendance. Au niveau des femmes, il y en a peu. Il y a surtout des femmes ayant la trentaine et plus, ou des plus jeunes mais qui viennent en couple. Et mine de rien, elles sont nombreuses à acheter des indépendants<sup>41</sup>. »

#### 1.1.3.5. Vers la parité du lectorat

Les femmes sont ici bien présentes, qu'elles soient auteurs (Virginie Augustin, Claire Brétécher, Claire Wendling, Isabelle Dethan...), lectrices, éditrices (Corinne Bertrand, ex-directrice éditoriale de la collection Expresso chez Dupuis) ou libraires. Si elles

---

<sup>41</sup> Par indépendant, M. Delautre désigne une catégorie d'éditeurs indépendants de bandes dessinées dite « d'auteur », censés se démarquer des grands acteurs commerciaux par sa qualité et son originalité.

restent minoritaires, elles tendent à gagner du terrain dans ce secteur encore très masculin, dominé par des best-sellers mettant en avant les aventures d'hommes riches (*Largo Winch*), courageux (*Lanfeust de Troy*), irréductibles (*Astérix*) ou encore très jeunes (*Titeuf*). Toutefois, la représentation de la femme, si elle a considérablement évoluée, n'en est pas pour autant exempte de problèmes dans la franco-belge. Ayant dû composer avec la censure, les héroïnes de BD n'ont véritablement commencé à accéder au devant de la scène que bien plus tard, à partir de mai 1968.

Jean-Michel Charlier, le célèbre scénariste de *Buck Danny*<sup>42</sup> ou *Barbe Rouge*<sup>43</sup>, explique : « Elle [la BD] était censurée *a posteriori* et de façon tout à fait arbitraire par une commission dite de surveillance de la presse des jeunes. La commission avait la possibilité d'interdire un journal purement et simplement si quelque chose la gênait dans son contenu. Elle avait rédigé une espèce de code qui définissait, mais vraiment dans les moindres détails, tout ce que l'on pouvait faire ou ne pas faire... Les seules héroïnes que l'on pouvait mettre en scène étaient les bonnes sœurs ou les mères de famille, ou encore des filles complètement asexuées et sans aucun intérêt. Tout le reste était interdit<sup>44</sup>. » Devant les restrictions imposées aux dessins des femmes, les héroïnes de bandes dessinées sont rares jusqu'en 1968, où les choses commencent lentement à évoluer. (Rappelons juste les ennuis qu'essuya à la fin des années 1950 Edgar P. Jacobs, le père de *Blake et Mortimer*<sup>45</sup> pour avoir dessiné une ballerine, sur le dos d'un magazine que tenait à la main l'un de ses personnages). Des héroïnes ont fait leur apparition, mais dessinées et animées par des hommes, elles n'avaient de femme que le corps, l'esprit étant masculin. L'apparition de femmes auteurs a ainsi amorcé une « révolution tranquille » (ex. Claire Brétécher, Marjane Satrapi...) qui présente une image plus proche de la réalité. Le cas de *Djinn*<sup>46</sup>, chez Dargaud, est un exemple d'association mixte, où les auteurs n'ont pas toujours la même conception de ce que peut ou ne pas faire l'héroïne, ce qui peut susciter quelques frictions (*BoDoï* n°79 - novembre 04). Il résulte de cette part grandissante de la femme dans la création de BD un lectorat qui tend à se féminiser, mais qui est encore largement dominé par les hommes.

#### 1.1.3.6. Internet

<sup>42</sup> *Buck Danny*, Hubinon et Charlier, Dupuis, 1947

<sup>43</sup> *Barbe Rouge*, Hubinon et Charlier, Dargaud, 1959

<sup>44</sup> *Le duel Tintin-Spirou* de Hugues Dayez, Editions Contemporaines, 1997

<sup>45</sup> *Blake et Mortimer* d'Edgar P. Jacobs, Blake et Mortimer, Groupe Dargaud.

<sup>46</sup> *Djinn* de Dufaux et Miralès, Dargaud, 2001

À la différence des *comics*, où les dessins sont bien souvent calqués sur le même moule, ou bien encore des *manga*, où les auteurs manquent tout simplement de temps pour s'adonner à la peinture récréative, les auteurs de BD franco-belge ne dessinent pas uniquement des bandes dessinées. Que ce soit des dédicaces, des esquisses, de véritables peintures sur toile ou de simples commandes, leur production peut devenir terriblement convoitée s'ils connaissent le succès. Ainsi, à défaut de proposer leurs œuvres à la lecture ou à la vente, nombres de sites proposent une compilation, parfois très exhaustive, de leurs dessins, comme [bdparadisio](http://www.bdparadisio.com/)<sup>47</sup> ou [catsuka](http://www.catsuka.com/)<sup>48</sup>.

On trouve ainsi sur les sites de bandes dessinées franco-belges certes des critiques, un panorama de l'actualité, quelques dossiers, des compilations de dessins d'auteur et paradoxalement... une place faible, voire inexistante, accordée à l'histoire de la franco-belge.

## 1.2. La BD : à la croisée des styles et des passions

La bande dessinée n'a pas attendu l'avènement des nouvelles technologies pour changer. Très discrètement, elle a commencé à révéler un visage nouveau, fruit de mariages entre genres et cultures. Un métissage dont on mesure encore mal l'ampleur.

### 1.2.1. La BD hybride

Il a été précédemment montré que les bandes dessinées se définissaient, encore aujourd'hui, en terme de genres. Le *manga*, le *comics* ou la franco-belge en sont ainsi trois exemples, parmi les plus connus dans l'Hexagone. Or, dans un contexte de globalisation de la communication à laquelle la France n'échappe pas, ces genres peuvent-ils rester "purs" ? Cette question touche autant la bande dessinée elle-même que la sphère Internet, puisque les sites se posent en miroir de chaque genre, à l'exemple de [mangaverse.net](http://mangaverse.net). Si l'on veut comprendre comment la bande dessinée franco-belge a pu être influencée, il est important de reprendre le problème à son origine, quand deux vagues, celle des *comics* et du *manga*, ont déferlé sur la patrie de Molière.

---

<sup>47</sup> <http://www.bdparadisio.com/>

<sup>48</sup> [http://www.catsuka.com/focuson\\_bdillus.php](http://www.catsuka.com/focuson_bdillus.php)

### 1.2.1.1. Les deux vagues

Le phénomène *manga*, qui dynamise aujourd'hui tout le secteur de la bande dessinée, et par extension l'édition française entière, est-il aussi imprévisible et étonnant qu'il y paraît à première vue ? Sans doute pas. En effet, l'Hexagone a déjà connu un précédent avec les *comics*. Ceux-ci sont véritablement entrés en force en France à la fin de la Seconde Guerre mondiale, avant d'être bloqué net par la loi de 1949 sur les publications liées à la jeunesse. Aujourd'hui, ils occupent environ 8 % de part du marché de la bande dessinée en France. Même dans les années 1970 et 1980, où la bande dessinée américaine se vendait bien, la vague du *comics* n'a jamais atteint l'ampleur que connaît actuellement le *manga*. Pendant ces deux décennies, l'éditeur lyonnais Lug s'est fait remarquer avec deux publications emblématiques, *Strange* et *Nova*, périodiques qui diffusaient chacun quatre séries différentes. Si l'invasion *comics* n'a jamais vraiment eu lieu, c'est aussi parce que les moyens de communication n'étaient pas aussi développés que maintenant. Que ce soit par l'intermédiaire du jeu vidéo, de la téléphonie mobile, du dessin animé voire même de la série télévisée, sans compter toutes les ressources relatives au merchandising, le *manga* a disposé, et dispose encore, de puissants soutiens, qui ont propulsé plus qu'ils n'ont accompagné sa venue en France.

Pour Stéphane Ferrand<sup>49</sup>, rédacteur en chef du *Virus Manga*, « notre génération est née dans un pays où cette culture US était déjà bien installée, donc pas d'exotisme pour nous. Bon an mal an, c'est vers l'Asie que nous nous sommes tournés jusqu'à, en 20 ans, importer la cuisine (restaurants chinois et japonais), les vêtements (kimono ou futon si l'on va jusqu'au mobilier), la BD (le *manga*) et la musique (la J-pop). La génération future sera probablement intéressée par l'Afrique, nous verrons. Ceci est un avis personnel et non une théorie validée ».

### 1.2.1.2. À quand la troisième vague ?

D'où viendra la prochaine grande vague ? À travers une analyse de quelques viviers de bande dessinée dans le monde, le site Internet Toutenbd.com<sup>50</sup> a présenté des dossiers

<sup>49</sup> [http://www.artelio.org/article.php3?id\\_article=1079](http://www.artelio.org/article.php3?id_article=1079)

<sup>50</sup> <http://www.toutenbd.com/>

consacrés à des pays spécifiques, comme l'Inde, le Brésil ou la Finlande. Ils révèlent notamment que la bande dessinée s'épanouit partout dans le monde, encouragée ou freinée dans son développement par la politique des régimes au pouvoir (ce dernier cas englobe la Russie et l'Algérie).

On assiste à des progressions inattendues comme le montre le cas de la bande dessinée indienne qui « affiche des chiffres faramineux (86 millions d'exemplaires pour une seule maison d'édition !) ». En partie influencée par l'Occident, cette BD puise aussi ses origines dans les contes, légendes et croyances nationales. L'Inde possède une économie florissante, une culture très riche, une population parmi les plus importantes de la planète et une industrie cinématographique de premier ordre, Bollywood<sup>51</sup>. Serait-ce donc si étonnant si la vague japonaise était suivie d'une vague indienne ? Raphaël Henriques estime ainsi que « le cas de l'Inde est le plus emblématique : Virgin y a investi pour créer sa ligne de comics avec l'éditeur indien Gotham. Les droits de traduction de ces *comics*, avant même qu'ils soient publiés en Inde, ont été vendus aux États-Unis et en France (Panini). Les éditeurs étrangers ne veulent pas louper la prochaine vague, la prochaine réussite commerciale... »

En parallèle de ces grands courants, des éditeurs français ont entrepris de publier des auteurs étrangers, comme l'éditeur Soleil, avec *Skydoll*, de Barbucci et Canepa. La troisième vague, au sens d'une déferlante similaire à celle du *manga*, mettra peut-être une décennie à nous parvenir, mais de nombreuses autres, moins visibles car de bien plus petites envergures, s'insinuent déjà dans la production des éditeurs de franco-belge. Camilla Patruno, ancienne journaliste italienne, a saisi l'opportunité : elle a monté sa société en France, de façon à proposer aux éditeurs français des auteurs italiens.

### 1.2.1.3. Vers l'assimilation

En fait, il y a deux façons d'envisager ces mouvements de mode. Ceux-ci peuvent être appréhendés soit comme des déferlantes qui emportent tout sur leur passage, soit comme des vagues qui s'intègrent dans les structures et cultures déjà existantes en les enrichissant. Le premier cas correspond au phénomène d'américanisation ayant entraîné en réaction les lois protectionnistes françaises. Le second cas est actuellement celui

---

<sup>51</sup> La deuxième industrie cinématographique mondiale

vécu par l'édition française avec le *manga* qui a beaucoup apporté aux auteurs français. Nettement plus constructive, l'intégration pourrait ainsi permettre de développer un style de bande dessinée novateur qui, à terme, emprunterait le meilleur à chaque mouvement.

Kara<sup>52</sup>, le dessinateur de *Gabrielle*<sup>53</sup>, évoque ce style hybride : « Lorsque tu vois comment le *comics* est influencé par le *manga*, comment la BD franco-belge est influencée par le *manga*, comment le *manga* lui-même commence à être influencé par le *comics* ou la BD franco-belge, c'est qu'il commence à y avoir une influence réelle, progressive (graphisme, narration, façon d'aborder l'histoire). On va vers un style hybride qui pourra puiser dans les styles et cultures des trois continents. »

Plus qu'un simple phénomène de mode, le *manga* s'inscrit aujourd'hui dans un mouvement d'ensemble de bien plus grande envergure. Avec les multiples courants de bande dessinée qui émergent un peu partout dans le monde, la BD hybride n'en est somme toute qu'à ses débuts. Grâce à un travail de défrichage réalisé par les *comics*, qui ont ouvert la voie aux influences étrangères, le *manga* a définitivement inscrit la BD franco-belge dans une logique d'ouverture aux influences mondiales. Dans la production actuelle de BD dite franco-belge, le style *manga* transparait de plus en plus, influençant des auteurs comme Enrico Marini, Patricia Lyfoung ou Aurore. Les éditions Les Humanoïdes Associés vont plus loin : elles publient désormais directement au format franco-belge des auteurs d'outre-Atlantique (*Polly et les pirates*<sup>54</sup>, *L'armée des anges*<sup>55</sup>...). Est-il dès lors seulement envisageable de garder des sites focalisés sur un genre particulier, alors que l'identité de ce même genre devient de moins en moins distincte des autres ?

### 1.2.2. Les communautés de fans

Avec l'arrivée d'Internet, des lecteurs ont pu confronter leurs goûts, leurs opinions, leurs passions. Lorsqu'ils se réunissent sur les forums d'un même site, apparaît ce qui

---

<sup>52</sup> <http://www.animeland.com/index.php?rub=articles&id=386&page=3>

<sup>53</sup> *Gabrielle* de Kara, Soleil, 2003

<sup>54</sup> *Polly et les pirates* de Ted Naifeh, Humanoïdes Associés, 2006

<sup>55</sup> *L'armée des anges* de James Igle et Tomas Fenton, Humanoïdes Associés, 2004

est communément appelé des communautés de fans. Mais à quoi ce terme renvoie-t-il exactement ?

#### 1.2.2.1. Le fan

Avant d'aller plus loin, il convient de définir le fan, ou *otaku* en japonais. Un lecteur de *comics*, Emmanuel Raymond, a fait cette démarche<sup>56</sup>. « The *Oxford English Dictionary* does not have a definition for the word *fanboy*. It does, however, have definitions for *fanatic* and *boy* that help illuminate the meaning of fanboy. The *OED* describes a *fanatic* as someone who is characterized by excessive enthusiasm. It describes a *boy* as a male child below the age of puberty. One of the common conceptions of fanboys is that they are all male, emotionally-challenged and immature, hence the description as boy, no matter what age or sex. The fanatic part of fanboy, however, is dead on. A few online sources shed a little more light on this obscure term. According to Wikipedia, fanboy is, "a derogatory term used to describe (usually in a negative context) someone who is utterly devoted to a hobby or subject, to the point where the hobby becomes an obsession." On the other hand, Alex Hamby, a writer for the website Hero Realm describes a fanboy as "nothing more than an excited fan who chooses to know about the subject of their particular fascination." » Une japonaise, Asaki Shimoyama, étudiante en licence de Lettres à Paris, définit les *otaku* (sous-entendus de *manga*) comme des gens « fermés dans le monde du *manga* et qui n'ont pas de contacts sociaux normaux ».

Les plus passionnés de ces lecteurs sont aussi les plus visibles. Dans le domaine du *manga*, il n'est pas rare de voir des fans arborer la tenue de leur héros favori (le *cosplay*) lors des conventions et dans le cas de la franco-belge, d'autres fans faire la queue pour une dédicace. Olivier, un internaute, raconte une séance de dédicace avec les auteurs Christin et Mézières (scénariste et dessinateur de *Valérian*, chez Dargaud), où il explique ce que sont les « vrais automatismes du chasseur de dédicaces : compter le nombre de personnes devant soi, chronométrer les premiers dessins pour établir une moyenne (ne pas comptabiliser la première dédicace, rarement représentative puisque l'auteur n'est qu'en phase de rodage), estimer le temps avant atteinte de l'objectif, préparer quelques répliques destinées à prouver à l'auteur que l'on est l'un de ses plus grands admirateurs et qu'en plus on est quelqu'un de très intéressant, choisir le sujet de sa dédicace (on ne peut pas toujours demander une nana à gros nichons ou un Père

---

<sup>56</sup> <http://www.webspotter.com/smartcookie/fanboy.html>

Noël), éventuellement échanger quelques banalités avec les gens autour de soi, le tout en surveillant fiévreusement les éventuels resquilleurs<sup>57</sup> ». Fan, fanatique... L'appellation de fan est-elle adéquate ? En ce qui concerne la BD franco-belge, le terme de « collectionneur » (et de « passionné » dans une moindre mesure) de bandes dessinées est nettement plus usité (cela se vérifie notamment avec la revue *Le collectionneur de BD*).

Il est à noter que le collectionneur ne limite pas son intérêt aux livres, il le porte aussi vers les produits dérivés. Affiches, reproductions en résines, jeux de cartes, T-Shirts... Si les *goodies* ou objets dérivés sont bien présents dans la BD franco-belge, ils sont encore réservés à un public de passionnés, d'où un prix globalement élevé. Un aperçu sur le site a-bd<sup>58</sup> suffit pour découvrir l'offre pléthorique de produits dérivés, classés par auteurs, éditeurs et héros.

#### 1.2.2.2. La communauté de fans

Le terme de fan est aujourd'hui galvaudé. L'essor d'Internet a encore amplifié le phénomène. On a vu l'apparition de sites fédérateurs de fans de telle actrice, tel chanteur, tel jeu. Le public d'internautes est aujourd'hui des plus éclectiques, constitué à la fois de passionnés, d'amateurs ou de simples curieux...

L'existence même de ces passionnés pose problème, notamment au niveau des forums. Pourquoi ? Il y a confrontation entre deux groupes d'individus, comme le fait noter Raphaël Henriques, cité plus haut. D'une part, il y a les vrais passionnés, ceux qui connaissent et maîtrisent très bien leur sujet, et qui peuvent en parler en connaisseur. D'autre part, il y a ceux qui désirent approfondir leur connaissance dudit sujet, mais qui hésitent à le faire, à cause du niveau de connaissance « intimidant » des premiers.

Interrogée, Morgan, créatrice et webmestre du site mangaverse, évoque<sup>59</sup> « la communauté mangaversienne », à savoir la communauté d'internautes qui intervient sur son site : « Je ne suis pas sûre qu'on puisse parler de communauté. Il est vrai que le site a gagné des habitués qui, par l'intermédiaire du forum (arrivé sur le site quelques mois après ses débuts parce qu'on m'en a réclamé un), se sont virtuellement rencontrés (mais pas seulement virtuellement pour un certain nombre). On finit petit à petit par se connaître un peu, donnant peut-être l'impression de l'extérieur qu'on est un petit groupe

<sup>57</sup> <http://piscosour.free.fr/numero3/angouolivier.html>

<sup>58</sup> [http://www.a-bd.com/index\\_fr.php](http://www.a-bd.com/index_fr.php)

<sup>59</sup> [http://www.artelio.org/article.php?id\\_article=950](http://www.artelio.org/article.php?id_article=950)

fermé. Mais c'est faux, il y a constamment de nouveaux arrivants, les modérateurs du forum (que je remercie infiniment pour leur dévouement et leur travail) ne sont pas si méchants (enfin, pas tous) et tout se passe généralement très bien. »

La communauté existe-t-elle donc vraiment ? On pourrait plutôt parler de noyau dur de passionnés ou amis, autour duquel gravitent nombre d'individus attirés par les mêmes centres d'intérêts, ici la bande dessinée. Le témoignage de Morgan irait donc dans le sens d'un lien social, qui ne concernerait que ce noyau dur. Les autres internautes actifs ne sont alors bien souvent que de passage, déposant avis et critiques davantage pour exister dans l'idée (l'espoir ?) d'être reconnus que comme de réels passionnés. Ainsi, à la différence de *wargames* en ligne comme Hyperiums, où la logique de jeu impose une coopération totale entre joueurs qui favorise les rencontres irl (*in real life*), les sites de BD actuels n'intègrent que partiellement, et ce à travers leurs forums, la coopération.

Par quoi s'explique ce phénomène de fan-attitude ? Principalement par deux facteurs. L'effet feuilleton joue à plein. Il n'est pas rare, voire fréquent, que le lecteur soit laissé dans une situation d'insoutenable suspense. Ce qui l'amène à attendre impatiemment la suite de l'histoire. Une suite qui peut mettre une semaine (hebdomadaire de prépublication) ou plusieurs années à arriver, selon les cas (5 dans le cas de *Tao Bang*<sup>60</sup>). Par ailleurs, le héros et l'univers dans lequel il évolue représentent bien souvent un monde décalé de la réalité. La fiction prend alors tout son sens, devenant dès lors une lecture évasion. Ces deux facteurs combinés amènent le lecteur à vouloir prolonger un moment de plaisir trop vite interrompu. Et les nouvelles technologies, et plus précisément Internet, apportent une réponse à ce besoin. Le lecteur peut ainsi faire durer le moment qu'il a vécu en lisant la BD, en faisant partager son ressenti (cf. [bdparadisio.com](http://bdparadisio.com)).

Pour autant, ce phénomène de fan-attitude est-il lié à l'essor d'Internet ? La réponse est délicate. D'une part, les passionnés qui font la course aux dédicaces n'ont pas attendu la venue du numérique pour faire la chasse aux auteurs. D'autre part, comme Johanne Saint-Charles<sup>61</sup> le note, Internet amène globalement « les gens à faire plus de ce qu'ils faisaient avant », Internet se révélant un outil formidable pour accompagner voire renforcer une passion. Quant aux internautes amateurs, mais non passionnés, on peut supposer qu'Internet sert surtout de carrefour de l'information.

---

<sup>60</sup> *Tao Bang*, Cassegrain, Vatine, Pecqueur, Delcourt, 1999

<sup>61</sup> Intervention du 23 novembre 2005 à l'Université du Québec à Montréal. Johanne Saint-Charles est une sociologue, professeur à l'UQAM, associée au groupe de recherche de Serge Proulx, qui travaille sur la problématique des nouvelles technologies.

## **2. Vers la virtualisation**

La mort de l'imprimé a été maintes fois annoncée. Souvent à tort. Pourtant, la généralisation de l'écran n'est-elle pas à prendre comme un avertissement, le signal d'un changement ?

### 2.1. Le support

Les nouvelles technologies posent la question de l'avenir de la bande dessinée publiée sur le support papier. Du fait de l'augmentation du prix moyen de la bande dessinée, le lectorat sera à terme peut-être bien plus tenté par une solution numérique que par l'achat

d'albums coûteux (cf. les offres de musique en ligne, globalement moins chères que les albums CD « originaux »). Les albums des collectionneurs quitteraient alors leurs étagères pour être stockés dans un simple disque dur ? Le papier lui-même finira-t-il par complètement disparaître ? Quel rôle jouera l'encre électronique ?

### 2.1.1. Papier et stylo numérique

Aujourd'hui, on trouve déjà en vente le cahier électronique de demain. Des fabricants, comme Oxford, 3M ou Clairefontaine, ont déjà investi le marché. Et pour écrire sur ces supports de nouvelle génération, il faut le stylo adéquat. La firme Logitech a ainsi commercialisé un stylo numérique qui stocke les données de l'utilisateur pour numérisation ultérieure. « Passez directement de l'encre au logiciel que vous utilisez le plus fréquemment. Éliminez les heures de saisie et de paperasse ! » vante le cybermarchand LDLC.com<sup>62</sup>. Celui-ci précise que « le papier numérique intelligent est constitué d'une série de points minuscules préimprimés qui repèrent les mots et les images sur la page et vérifient que leur emplacement est exactement le même dans les fichiers numérisés. Lorsque vous placez le stylo numérique dans son support, le texte et les schémas sont automatiquement transférés vers le PC. Vous pouvez ainsi les stocker, les utiliser et les partager en toute simplicité ». Ce que laisse envisager une telle technique, ce n'est ni plus ni moins un papier intelligent, qui pourrait bouleverser notre façon de lire comme il est train de modifier notre façon d'écrire.

### 2.1.2. Avenir du papier

Notre façon d'écrire uniquement ? Jocelyne Rouis, du Centre d'Etudes et de Ressources des Industries Graphiques, expliquait<sup>63</sup> qu'avec l'essor du numérique, « le texte écrit migre vers le support immatériel de l'électronique, voyage à la vitesse de la lumière, abolit les distances entre auteur et lecteur et s'affiche en n'importe quelle taille et sur toutes sortes d'écrans ». Elle évoquait ainsi une révolution égale à celle du volumen et du codex. Cependant, à l'en croire, « l'imprimé va continuer de croître jusqu'en 2040-2050 avant d'amorcer un déclin progressif et revenir dans les volumes actuels vers 2100... ». Elle jugeait également qu'il n'y aura « aucun impact majeur jusqu'en 2020

---

<sup>62</sup> <http://www.ldlc.fr/fiche/PB00024452.html>

<sup>63</sup> [http://cerig.efpg.inpg.fr/ICG/Dossiers/Avenir\\_imprime/sommaire.htm](http://cerig.efpg.inpg.fr/ICG/Dossiers/Avenir_imprime/sommaire.htm)

pour le document imprimé ». À la même période, Yves Adaken titrait dans le périodique *L'Expansion : Le papier est l'avenir des journaux en ligne*<sup>64</sup>. Nous étions alors en 2002.

Moins de quatre années se sont écoulées. Les factures téléphoniques (Orange, Neuf Cegetel...) migrent massivement vers l'écran, l'abonné étant invité à les consulter en ligne. Au Crédit Agricole, le client ne reçoit plus qu'un relevé de compte par mois, au lieu de deux, puisqu'il peut consulter son compte en direct sur Internet. Côté presse, le quotidien « Le Monde », titre une série d'articles qui prennent le contre-pied des affirmations de Jocelyne Rouis. Cela commence notamment le 22 octobre 2005, avec un article de Pascale Santi, titré "*Libération*" tente la révolution Internet sans jeter le papier au panier. Puis, le 12 mars 2006, Guillaume Fraissard et Pascale Santi publient un article intitulé *Un journal en temps réel sur une simple feuille électronique* : « Plié ou enroulé, le journal lisible sur papier électronique est déjà là. Deux cents lecteurs du quotidien belge *De Tids* vont le tester fin mars. La presse cherche à s'adapter à cette révolution technologique ». À peine cinq jours plus tard, la nouvelle tombe. *Les Echos en format électronique pliable*<sup>65</sup> titre Arnaud Devillard, du site 01net.com.

En s'appuyant sur les seules déclarations de 2002 citées plus haut et ce que nous voyons en 2006, est-il vraiment possible de prédire ce qui attend le papier, même dans un proche avenir ? La BD elle-même, dont l'arrivée sur les écrans de toutes sortes reste très récente, n'a fait qu'effleurer les possibilités offertes par ce nouveau support. En s'interrogeant sur la question d'une lecture modifiée par les nouvelles technologies, Philippe Sohet, professeur à l'Université du Québec à Montréal, va même jusqu'à évoquer une BD interactive, où les phylactères (les bulles dans les bandes dessinées) apparaîtraient progressivement. Ce qui n'est pas, là encore, sans susciter quelques interrogations, notamment en ce qui concerne l'adhésion du public.

## 2.2. Évolution des supports de diffusion

Dans le domaine des loisirs, les nouvelles technologies se révèlent à la fois un atout et un adversaire redoutable. Au Japon comme en Corée du Sud, les éditeurs de BD s'adaptent à la montée en puissance de nouveaux loisirs. Le *manga*<sup>66</sup>, autrefois leader de

<sup>64</sup> <http://www.lexpansion.com/art/32.0.59960.0.html>, article du 28 mai 2002

<sup>65</sup> <http://www.01net.com/editorial/309288/medias/-les-echos-en-format-electronique-plier/>

<sup>66</sup> Dans les faits, le *manga* est particulièrement adapté aux transports en commun. D'une lecture rapide, il est conçu de manière à ce que la lecture d'un chapitre corresponde plus ou moins au temps de trajet entre deux stations de métro.

ce qu'on appelle « les loisirs nomades », comme ceux adaptés aux transports en commun, est aujourd'hui détrôné par les SMS<sup>67</sup> – plus connus sous le terme « texto » – les MMS<sup>68</sup>, (on peut ici faire un lien avec *la génération txt* qu'évoque Howard Rheingold<sup>69</sup>, qui évoque l'évolution des comportements des nouvelles générations), les consoles de jeu portables (PSP<sup>70</sup>, Nintendo DS, Nokia N-Gage...), les baladeurs de musique numériquement compressée (MP3, WMA, Ogg Vorbis...) ou encore par la vidéo mobile à l'exemple du dernier Ipod d'Apple. À cela s'ajoute les multiples perspectives qu'offre la 3G, cette nouvelle génération de téléphones mobiles, qui permet déjà de regarder en ligne son interlocuteur ou la télévision. Que devient la BD dans ce monde numérique dans lequel les pays dits développés s'engagent chaque jour plus profondément ?

### 2.2.1. Téléphonie mobile et bande dessinée

Comme vu plus haut, si la bande dessinée reste principalement diffusée sous une forme papier, elle tend à se dématérialiser et à quitter le monde du réel pour gagner le virtuel. Le monde de la téléphonie mobile asiatique (notamment au Japon, en Corée du Sud...) a été le premier à proposer à ses abonnés de recevoir de petits *strips* sur son terminal. L'utilisateur peut alors faire défiler case par case sur son mobile la petite BD dont il vient de faire l'achat. En Corée du Sud, un site comme Monk Mobile Cartoon<sup>71</sup> propose, monnayant quelques euros, des BD téléchargeables, le prix variant en fonction du nombre de cases<sup>72</sup>. On observe ainsi une évolution des usages qui va de pair avec les progrès technologiques. L'écran, d'abord étroit, s'est progressivement agrandi. Si le confort visuel s'est accru, permettant par la même occasion à des fonctions de plus en plus sophistiquées de faire leur apparition (jeu, photo, vidéo voire navigation Internet), les opérateurs ont également su mettre en avant la personnalisation par l'utilisateur du téléphone.

En France, l'apparition de la bande dessinée sur les téléphones mobiles rappelle le duel qui opposa la Game Boy (Nintendo) et la Game Gear (Sega) au début des années 1990. Ces deux consoles de jeux étaient basées sur des concepts radicalement différents, l'une

---

<sup>67</sup> SMS est l'abréviation de Short Message Service.

<sup>68</sup> MMS est l'abréviation de Multimedia Message Service.

<sup>69</sup> *Foules intelligentes* d'Howard Rheingold, Editions M2, 2005

<sup>70</sup> La PlayStation Portable est la première console de jeux vidéo portable de Sony (Wikipedia)

<sup>71</sup> <http://www.moonk.co.kr>

<sup>72</sup> [http://www.toutenbd.com/article.php3?id\\_article=906](http://www.toutenbd.com/article.php3?id_article=906)

proposant des coques de couleur quand l'autre pariait sur les écrans colorés. Pour l'anecdote, Nintendo, le vainqueur, a introduit plus tard la couleur dans ses modèles. Le constructeur de téléphone mobile Nokia a suivi le même processus de développement, en proposant d'abord des modèles personnalisables grâce à leur coque amovible, une révolution amorcée avec la génération des 3210. Monnayant une somme raisonnable, il était alors possible aux fans d'arborer les couleurs d'une série culte (*Snoopy*...). Mais le phénomène ne s'est pas limité à l'extérieur des téléphones portables puisqu'il a gagné l'écran même des cellulaires, avec des dessins ultra pixellisés en noir & blanc. Puis, grâce à l'apparition des écrans couleurs, tout le potentiel de la bande dessinée a commencé à s'exprimer. On a donc vu l'apparition d'images, tirées des BD elles-mêmes, disponibles en téléchargement. L'utilisateur n'avait donc plus qu'à les afficher en fond d'écran<sup>73</sup>. Aujourd'hui, la logique économique française va encore plus loin, puisqu'elle rejoint ce qui est déjà à l'œuvre en Asie. Avec le slogan « la bande dessinée devient mobile », le site [pixiz-bd.com](http://www.pixiz-bd.com)<sup>74</sup> propose du contenu BD à destination des mobiles. L'internaute a ainsi la possibilité de télécharger des fonds d'écran pour son terminal téléphonique (une offre payante) et de suivre l'actualité d'un héros via un mini-site spécialement conçu pour les mobiles, ou encore de télécharger des mini-bds.

Par ailleurs, le téléphone mobile n'est-il pas à la base d'une nouvelle révolution ? On a vu que le téléchargement de petits *strips* existait déjà dans certains pays d'Asie. Mais Howard Rheingold apporte ici un éclairage nouveau dans son livre *Foules intelligentes*, où il cite les propos de Dmitro Ragano qui s'exprime sur un site web : « Ce site présente une série de romans inédits touchant au phénomène japonais des *enjo kosai* dans lequel de jeunes adolescentes vendent leur faveur à des hommes d'affaires dans le métro. Les histoires de Zavn.net sont rédigées dans un style nerveux et en chapitres courts, de façon à pouvoir être lues sur un écran portable ». Ici, nous avons un aperçu de ce que pourra, au terme de cette révolution, devenir la bande dessinée. En France, il est tout à fait imaginable qu'une BD jusque-là formatée pour le papier soit adaptée à ces autres supports de diffusion. Le cas de la BD conçue pour une lecture sur PSP en est un exemple précurseur. Dès lors, que nous réserve le téléphone portable, dont l'usage tend à devenir permanent dans certains pays, comme le Japon ? L'arrivée d'écrans couleurs toujours plus larges laisse-t-elle présager la création de nouvelles formes de bandes

---

<sup>73</sup> [http://fnac.mobivillage.com/web\\_v2/](http://fnac.mobivillage.com/web_v2/)

<sup>74</sup> <http://www.pixiz-bd.com/>

dessinées, qui dépasseraient le stade de *strips*, ces petites BD courtes et indépendantes, pour verser dans des récits plus longs ? La métamorphose de la BD ne fait que commencer, mais dans un monde qui fait l'apologie de la mobilité, son potentiel semble sans limite.

### 2.2.2. La BD et le jeu vidéo

La BD après avoir subi la concurrence du jeu vidéo, voire de la télévision, bénéficie aujourd'hui des deux, du moins dans une certaine mesure. Si la télévision n'est pas nouvelle à proprement parler, elle permet de diffuser des dessins animés tirés d'une bande dessinée, de faire connaître une série, et de gonfler les ventes. On peut ici citer l'exemple de *Kid Paddle* en France, *Spider-man* aux États-Unis ou de *Dragon Ball* au Japon.

Le jeu vidéo procède d'une toute autre logique. Il ne s'agit pas tant ici d'accroître les ventes que d'utiliser la popularité déjà acquise de la bande dessinée pour permettre au jeu vidéo de se démarquer du reste de la production, et donc de mieux se vendre. C'est le cas du jeu *XIII*, directement inspiré de la bande dessinée éponyme, et dont les lecteurs ont été directement avertis de la sortie du jeu via l'insertion de feuillets promotionnels dans une nouveauté BD de la série. Citons également *Battle Stadium D.O.N.*, un jeu qui exploite les licences de différents héros de *manga* tel que *Naruto*, *One Piece* ou *Dragon Ball Z*. Au Japon, principalement, il n'est pas rare de trouver le schéma inverse. La BD est tirée de la série animée (exemple de *Full Metal Alchemist*) ou du jeu vidéo (*Pokémon*).

Une autre variante, récente, est le lancement d'une BD spécialement conçue pour être lue sur la dernière née des consoles portables, à savoir... la PSP du géant Sony<sup>75</sup>. Ce récit de science-fiction, intitulé *NYC2123*, est formaté pour l'écran de cette console. Les plans se succèdent à la manière de diapositives, en créant un nouveau rythme de lecture. Les nouvelles technologies sont donc à la fois un frein à l'essor de la bande dessinée et un fructueux tremplin pour les éditeurs qui savent jouer dessus.

### 2.2.3. Migration de l'offre

---

<sup>75</sup> <http://nyc2123.com/>

Avec la généralisation des ordinateurs apparaît un phénomène de numérisation de la BD, que ce soit via des offres légales, illégales ou aux frontières des deux. De fait, les habitudes de lecture de la bande dessinée évoluent. Le pas qui sépare le papier du numérique est en train d'être franchi. Ce qui semblait n'être plus qu'un leurre après l'explosion de la bulle Internet, est en train de devenir réalité pour la bande dessinée. De quoi susciter nombre d'interrogations. Est-on sur le point d'assister à la mise en vente généralisée de BD en ligne, à l'instar du secteur du jeu vidéo, où les éditeurs de jeux vidéos Electronic Arts (EA) et Ubisoft dans une moindre mesure proposent leurs produits à la vente via des plate-formes de téléchargements ? Une démarche déjà entreprise par Metaboli, un cybermarchand qui s'est spécialisé sur ce créneau.

Il est intéressant de voir qu'à l'exemple de EA, qui propose des « démos » jouables de ses produits, Dargaud, leader européen de la BD depuis le rachat de Dupuis, adopte la même démarche sur son site [read-box.com](http://read-box.com), où la maison présente en prépublication les 16 premières planches d'un album. L'éditeur Marvel Comics propose, lui, des lectures intégrales de *comics* en ligne<sup>76</sup>. John Dokes, directeur marketing de Marvel, explique<sup>77</sup> ainsi que « *nous pensons qu'une large proportion de nos lecteurs adoreraient lire leurs comics en ligne et nous espérons avec Digital Comics, leur apporter une solution aussi agréable qu'il est humainement possible* ». Une offre qui fait suite à celle du concurrent DC et dont le but est avant tout de conquérir de nouveaux lecteurs. À quand des offres payantes de téléchargement complet d'albums, ou de lecture en ligne ?

### 2.3. L'avenir de l'édition de BD

L'impact d'Internet sur le livre n'est pas encore vraiment mesurable dans la mesure où les interactions entre ces deux mondes sont en évolution continue. Avec la polémique Google Print, et la riposte annoncée de ses concurrents comme Yahoo, les acteurs français de l'Internet et de l'édition commencent à prendre conscience que nouvelles technologies et livre ne sont pas incompatibles.

#### 2.3.1. Une évolution majeure du monde de l'édition

Quelques acteurs n'ont pas attendu cette constatation pour faire avancer leurs pions. On trouve ainsi de nombreux sites qui proposent les versions numériques de livres en télé-

---

<sup>76</sup> Les comics disponibles sont souvent les premiers opus d'une série.

<sup>77</sup> <http://www.01net.com/article/298722.html>

chargement, même s'il s'agit le plus souvent d'œuvres tombées dans le domaine public. Certains sont gratuits, comme ebooksgratuits.com, et d'autres, comme ebooks.com ne le sont pas, ce qui les amène à intégrer dans leur offre un dispositif anti-copie assez contraignant. D'autres acteurs, moins spécialisés sur le e-book, sont également sur les rangs. Ainsi, le journal Zd.net titrait un article du 25 août 2005 *Amazon vend des nouvelles littéraires au format numérique*<sup>78</sup>. On peut y lire : « Le cybermarchand propose depuis quelques jours de télécharger des nouvelles inédites, écrites par des auteurs célèbres comme Daniel Wallace, Terry Brooks, Danielle Steel, ou encore Robin Hobb. Leur prix : 49 centimes de dollars l'unité. « Les éditeurs ont toujours eu du mal à faire la promotion et à vendre les œuvres courtes, comme les nouvelles (...) et de nos jours, c'est encore plus difficile », souligne Daniel Wallace, dans le communiqué d'Amazon. Selon lui, la boutique Amazon Shorts permet aux auteurs de mieux faire connaître ce genre : "J'espère [que ce service] permettra de renouveler l'intérêt pour ce genre, et nous donnera l'occasion de mieux garder contact avec nos lecteurs". Ce service n'est pour l'instant disponible que sur le site américain du cybermarchand ».

Un second article, daté du 5 novembre 2005, s'intitule *Amazon veut concurrencer Google Print*<sup>79</sup>. Cette fois-ci, c'est un projet de vente à la page qui est annoncé. « Baptisé "Amazon Pages", [le service] permettra à un internaute de consulter, contre paiement, quelques pages, voire la totalité d'un livre numérisé (...) Selon Jeff Bezos, le patron de ce cyberlibraire, les internautes sont désormais prêts à payer pour consulter un livre en ligne, qu'ils en possèdent ou non la copie physique. »

### 2.3.2. Structures traditionnelles et nouvelles technologies

Le monde du livre (bibliothèque, librairie et édition) est aujourd'hui de plus en plus confronté à la montée et à la concurrence du numérique. Quel besoin d'aller en librairie ou en bibliothèque si une information contenue dans un livre est accessible en ligne gratuitement ? Pourquoi se déplacer si on peut feuilleter un livre virtuellement, avant tout acte d'achat ? Pourquoi acheter une bande dessinée, quand on en propose une version numérique forcément moins chère, comme l'envisage le magasin en ligne Amazon ? Moins chère à divers points de vue. La loi sur le prix unique du livre, qui existe notamment en France, ne prend pas en compte la vente de page individuelle sous

<sup>78</sup> <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39256333,00.htm>

<sup>79</sup> <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39284918,00.htm>

format numérique. Une offre déjà moins chère, en toute légalité, serait par ailleurs allégée des coûts "physiques" liés à l'impression, à la distribution, à la diffusion et partiellement à la vente par le détaillant (le revers étant qu'il n'y aurait ainsi plus de conseils clients personnalisés...).

Jusqu'à présent, cependant, les éditeurs virtuels ne sont pas parvenus à tirer leur épingle du jeu. On a pu le constater à la faillite de 00h00.com. La BD virtuelle est-elle susceptible d'échapper au même sort ? On pourrait avancer que oui et ce pour différentes raisons. Les éditeurs de textes virtuels seuls ne proposent au final qu'une version payante d'un document Word, sans réelle valeur ajoutée, et surtout d'une lecture peu attractive. On peut alors se demander quelle est l'utilité même de l'éditeur virtuel, puisqu'il ne fait – en apparence – que fournir une plate-forme de téléchargement payante au lecteur. La BD propose elle une œuvre avant tout graphique, d'où un intérêt à la fois complémentaire et supplémentaire au récit. Pour avoir un fichier de bonne qualité, celui qui souhaite lire la bande dessinée virtuellement est donc contraint d'acheter la version officielle ou au contraire, de recourir au piratage. On peut noter l'apparition d'éditeurs anglophones virtuels de bande dessinée, comme moderntales.com<sup>80</sup>. Les éditeurs français restent quant à eux assez frileux. François Capuron de Delcourt explique dans son interview<sup>81</sup> que pour les perspectives autres liées au développement du net, il n'a pas l'impression que ce soit à sa maison, aujourd'hui, de les mettre en place, simplement parce qu'elle n'a pas les équipes nécessaires. Du côté des éditeurs qui possèdent ces équipes, la volonté semble absente. « Ce n'est pas notre but de faire du commerce en ligne, nous voulons au contraire inciter les lecteurs à acheter les albums papiers », explique Jérôme Courivaux, responsable multimédia de Dargaud<sup>82</sup>.

Pour les éditeurs de bandes dessinées, Internet est malgré tout devenu une vitrine indispensable, dans un monde de plus en plus dominé par l'information. Qui sont les auteurs ? quand sort la suite de tel album ? à quand la prochaine dédicace ? Le lecteur de BD est demandeur de renseignements. Mais un site est aussi un espace utile pour fidéliser les lecteurs selon le type de bande dessinée ou pour leur présenter du contenu en avant-première. Autre avantage pour les éditeurs, la numérisation de planches et

<sup>80</sup> <http://www.moderntales.com/>

<sup>81</sup> Voir annexes

<sup>82</sup> <http://www.01net.com/article/298722.html>

l'informatisation de la colorisation permettent un gain de temps précieux surtout dans un grand pays comme les États-Unis, où le dessinateur qui est sur la côte Est doit transmettre rapidement son travail sur la côte Ouest, et *vice-versa*.

### 2.3.3.Fabrication

Que ce soit avec le *comics*, ou avec d'autres formats de bande dessinée, on remarque de plus en plus une convergence entre le dessinateur et l'ordinateur. Cette évolution se constate surtout au stade du coloriage de la planche, mais pas seulement. Scott McCloud constate que « les ordinateurs deviennent omniprésents dans la finition des dessins de BD en vue de publication [...] la colorisation des titres *mainstream* dessinés à la main sont rapidement monopolisés par les systèmes numériques, avec souvent des résultats étonnamment discret. Beaucoup dans la profession utilisent l'ordinateur comme un simple outil pour accomplir plus efficacement des tâches qui existaient déjà<sup>83</sup>. » Lettrage, retouches ou création d'effets visuels glissent aujourd'hui dans le champ du numérique. Et bien qu'il existe toujours des dessinateurs « complets » qui intègrent la couleur « à l'ancienne » dans leurs travaux (Marini, Jacamon...), la tendance est à une utilisation croissante de logiciels graphiques, comme Photoshop d'Adobe, une référence du genre. Sébastien Ferran, l'auteur d'*Ulysse*<sup>84</sup>, explique : « Pour moi, l'ordinateur me facilite beaucoup les choses dans la chaîne du travail. Je l'utilise essentiellement pour coloriser mes pages (que je dessine sur papier puis que je passe au scanner). Les avantages sont nombreux en terme de gain de temps. Par exemple, je peux réutiliser une même couleur d'une page à l'autre pour un même personnage, alors qu'en couleur directe, il m'aurait fallu remélanger mes pots de peinture pour retrouver la même couleur d'une page à l'autre. Par ailleurs, je suis à peu près sûr que les couleurs que je vois à l'écran ne seront pas (ou peu) altérées lorsqu'elles passeront à l'impression. Et le fait de travailler sur l'ordinateur facilite d'autant plus les choses que l'imprimeur n'a plus à scanner les pages vu qu'il les reçoit directement sur CD. Cela dit, l'ordinateur ne demeure jamais qu'un outil et il ne doit pas prendre le pas sur le processus créatif. Pour un auteur de bandes dessinées, il est vital de toujours garder le contact avec le papier ».

Pour Aurore, l'auteur de *Pixie*<sup>85</sup>, « l'ordinateur est un outil comme un autre. La seule différence est que la modification de l'image peut se faire à l'infini. Alors que sur papier,

<sup>83</sup> *Réinventer la bande dessinée* de Scott McCloud, p. 144

<sup>84</sup> *Ulysse* de Sébastien Ferran, EP édition, 2002

<sup>85</sup> *Pixie* d'Aurore et Mathieu Mariolle, Delcourt, 2004

on est vite limité à moins de détériorer le papier ou le dessin. Il y a des auteurs qui préfèrent le mode traditionnel pour le touché du papier ou d'autres perceptions sensorielles, mais je n'ai personnellement pas d'attachements particuliers de ce côté-là<sup>86</sup>. »

Cette convergence ne se limite pourtant pas à la mise en couleur ou à la retouche. Le dessin effectué directement sur ordinateur, via l'utilisation d'une palette graphique, se développe aujourd'hui de façon importante. Fred Beltran, le dessinateur de *Mégalex*, fait office de précurseur en la matière. Il explique son procédé à Jean-Louis Talon, rédacteur en chef du site HorsPress : « À partir du *story-board*, je fabrique tous les décors en 3D, comme si je le fabriquais en balsa. Je travaille sur la circulation des personnages : par où vont-ils rentrer ou sortir ? Quel angle vais-je choisir pour construire mon image ? J'obtiens ensuite des pages avec l'ensemble des vignettes remplies des décors, mais vides de personnages. Cette page entière devient mon image. Je travaille à partir d'une planche complète et non pas vignette par vignette. Sur cette image, devenue mon papier virtuel, je dessine mes personnages directement à la tablette graphique. J'ai essayé de les dessiner d'abord sur papier, de les scanner et de les incorporer à la planche. Mais la meilleure solution fut de les dessiner directement sur le décor. Elle est la seule à permettre une véritable interaction et à créer une symbiose entre personnages et décors<sup>87</sup>. »

Dans un contexte où des logiciels de mise en page comme *X-Press* de Quark ou *In Design* d'Adobe sont aujourd'hui plus que répandus dans le secteur de l'édition, ces témoignages tendent à prouver que le dessin traditionnel, propre à des auteurs comme feu André Franquin pour la BD franco-belge, ou Jiro Taniguchi pour la BD japonaise, évolue de plus en plus significativement vers le numérique.

#### 2.4. Le piratage : les limites des nouvelles technologies

Le piratage est le talon d'Achille de la numérisation du livre. On trouve aujourd'hui en téléchargement (illégal) de très nombreuses bandes dessinées, qu'elles soient européennes, japonaises ou encore américaines. Du coup, il est désormais possible de se constituer de véritables bibliothèques virtuelles, et cela gratuitement. Stéphanie Chaptal, de 01net.com, écrit ainsi que « pour Rich Johnson, un des meilleurs spécialistes du

---

<sup>86</sup> <http://artslivres.com/ShowArticle.php?Id=323>

<sup>87</sup> <http://perso.orange.fr/erato/horspress/beltran.htm>

monde des *comics*, 72 % du catalogue de Marvel<sup>88</sup> (soit 21 452 bandes dessinées sur 29 633 imprimées au total depuis la création de la société dans les années 1960) sont déjà disponibles gratuitement au format PDF ou JPG sur les réseaux de *peer to peer* »<sup>89</sup>. La plupart des éditeurs de livres ne disposant en général pas des mêmes moyens de lutte contre le piratage que les majors du cinéma ou de la musique, les actions engagées s'attaquent davantage aux contenus de certains sites qu'aux copies d'ouvrages en circulation sur le net.

#### 2.4.1. Le piratage et la BD franco-belge

En mai 2004, à propos d'un incident qui avait vu la publication d'un album entier sur le site de la Fnac, François Capuron, alors directeur éditorial de Delcourt, avait déclaré sur le site *actuabd.com* : « Nous sommes tenus au courant par un service de police spécialisé, basé dans le Nord. Ils nous envoient plus que régulièrement des mails nous disant que "tel site vend des scans de telle série de chez vous". Des actions juridiques sont en cours. Mais franchement, comment apprécier les dessins d'Alain Ayroles sur un écran ? Il faut avoir un matériel professionnel comme un écran 23" et prendre un temps énorme pour charger l'album dans une qualité acceptable... Cela pourrait être pratique sur un portable, mais pour l'instant, ils n'offrent pas une qualité de lecture suffisante. Peut-être que dans deux ans, on sera vraiment inquiets<sup>90</sup>. »

À l'époque, ce commentaire se veut un appel au calme, la situation semble sous contrôle. Pourtant, le 8 septembre 2005, 16 mois plus tard, *actuabd.com* titre « La chasse aux pirates de BD est ouverte !<sup>91</sup> », suite à la condamnation d'un internaute<sup>92</sup>. Pierre Bellet (directeur multimédia du groupe Dargaud/Lombard) déclare dans l'article : « Cette condamnation est avant tout symbolique. Il n'y a aucune sanction à la clé. C'est la première et nous espérons que cela va dissuader les pirates, c'est-à-dire ceux qui mettent en ligne et partagent massivement des albums. »

---

<sup>88</sup> Marvel est un des deux grands éditeurs de bande dessinée aux États-Unis, l'autre étant DC Comics.

<sup>89</sup> <http://www.01net.com/article/298722.html>

<sup>90</sup> [http://www.actuabd.com/article.php3?id\\_article=1450&var\\_recherche=piratage](http://www.actuabd.com/article.php3?id_article=1450&var_recherche=piratage)

<sup>91</sup> [http://www.actuabd.com/article.php3?id\\_article=2738&var\\_recherche=La+chasse+aux+pirates+de+BD+est+ouverte+%21](http://www.actuabd.com/article.php3?id_article=2738&var_recherche=La+chasse+aux+pirates+de+BD+est+ouverte+%21)

<sup>92</sup> [http://www.sne.fr/1\\_sne/pdf\\_doc/cque\\_contrefaçon\\_BD\\_juil\\_2005.pdf](http://www.sne.fr/1_sne/pdf_doc/cque_contrefaçon_BD_juil_2005.pdf)

Les éditeurs espèrent : ils n'ont aucune certitude. Difficile alors d'affirmer qu'ils ont la situation sous contrôle. « La contrefaçon numérique de BD existe bel et bien, même si Dargaud n'a constaté aucun impact sur les ventes » rapporte le site Zdnet<sup>93</sup>. « On ne peut pas être frileux, la peur paralyse plutôt qu'elle ne fait avancer », explique Marie-Hélène Lernoud, directrice juridique de Dargaud.

Et Dargaud (comprendre Média participation, le plus gros acteur européen de bande dessinée) a agi. « Nous proposons une charte de bonne conduite à ces internautes [*nda* : les passionnés de BD qui scannent et mettent en ligne des pages ou des ouvrages entiers], qui fixe les règles d'utilisation partielle, raisonnable et raisonnée, de nos BD » explique Mme Lernoud.

Voici les grandes lignes de la charte, telle que retranscrite par actuabd<sup>94</sup> :

*Les sites s'engagent à faire apparaître clairement le copyright de Dargaud.*

*Le nom de l'auteur devra apparaître également.*

*Ne pas publier plus de 3 ou 4 pages et faire un renvoi sur le site officiel de Dargaud.*

*Chaque album et l'ensemble des éléments visuels et écrits qui le composent est protégé par le droit d'auteur, en application des articles L 112-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.*

*Vous ne pouvez en aucun cas utiliser, copier, reproduire, modifier ou dénaturer cette œuvre ou ses éléments, y compris sur Internet, sans l'autorisation écrite et préalable de l'éditeur.*

*L'éditeur se réserve le droit de poursuivre tout acte de contrefaçon de ses droits de propriété intellectuelle, y compris dans le cadre d'une action pénale.*

*La récupération des fonds d'écrans mis à disposition des internautes pour le téléchargement est propriété du site Dargaud.*

*Toute récupération de ces images pour les proposer au téléchargement sur d'autres sites est formellement interdite en dehors des opérations de partenariats conclues entre l'éditeur et un partenaire pendant une durée limitée. Toute personne qui ne respecte pas cette règle s'expose à des poursuites.*

---

<sup>93</sup> <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39213410,00.htm>

<sup>94</sup> [http://www.actuabd.com/article.php3?id\\_article=2575](http://www.actuabd.com/article.php3?id_article=2575)

Si la plupart des internautes consentent à rentrer dans le rang en obtempérant, d'autres s'y refusent. C'est le cas notamment des responsables de BDream<sup>95</sup>, dont le serveur a déménagé en Russie, pour éviter les poursuites intempestives. Ce site propose non pas des bandes dessinées directement téléchargeables à partir de son serveur, mais des liens vers des plates-formes spécialisées de type rapidshare<sup>96</sup> (une société spécialisée dans l'hébergement de fichiers). On trouve dans la partie « download » un nombre très important de séries, avec tous leurs albums. C'est ce type de site, référencé par des moteurs de recherche comme Google, qui est particulièrement visé par les éditeurs.

Le P2P (*peer to peer*) pose aussi problème. Kazaa et maintenant Bittorrent, Emule... Ces protocoles de transferts de fichiers se sont taillés une solide réputation de temples du piratage. En effet, télécharger des BD ne pose aujourd'hui pas de difficultés majeures. « Je suis ravi de relire les TB sur mon 21"<sup>97</sup> en attendant un PDA<sup>98</sup> avec un écran LCD<sup>99</sup> A4 !? » s'enthousiasme un internaute<sup>100</sup>, à propos de la série *Les tunique bleues*<sup>101</sup>. Celle-ci est en effet accessible depuis Emule. Certains sites proposent même d'affiner la recherche, comme emule-mania<sup>102</sup>. En plus de proposer des liens Emule qui envoient directement sur le bon fichier, le site propose notamment des indications sur la qualité des fichiers ou encore un descriptif détaillé du contenu.

Bruno Bellamy, auteur de *Sylfeline*<sup>103</sup>, est un peu moins réjoui par le piratage. Dans un article publié sur PC impact<sup>104</sup>, il explique : « Si les chiffres de vente explosent depuis des années, ça ne se fait pas pour autant au bénéfice des auteurs : la multiplication des titres chez certaines maisons d'édition s'est faite au détriment de la rémunération des pages, de sorte que pas mal d'auteurs de BD vivent aujourd'hui bien en dessous du seuil de pauvreté, à moins de vivre du chômage d'un précédent job salarié, ou d'habiter chez leurs parents. Est-ce que les gens qui téléchargent illégalement des BD sur l'Internet savent que les auteurs des BD qu'ils apprécient tant n'ont droit à aucune forme de protection contre le chômage (...), qu'ils n'ont droit ni aux congés payés, ni à un 13<sup>e</sup>

<sup>95</sup> <http://bdream.vikingland.cc>

<sup>96</sup> <http://www.rapidshare.de>

<sup>97</sup> 21" signifie 21 pouces (55 cm), et désigne un écran.

<sup>98</sup> Portable Digital Assistant, ou assistant personnel

<sup>99</sup> Les écrans LCD sont une catégorie d'écran plat.

<sup>100</sup> <http://www.open-files.com/forum/index.php?showtopic=13764>

<sup>101</sup> *Les tunique bleues*, de Salvérius, Lambil et Cauvin, Dupuis, 1968

<sup>102</sup> <http://www.emule-mania.com>

<sup>103</sup> *Sylfeline*, Bati et Bruno Bellamy, Dargaud, 1993.

<sup>104</sup> <http://www.pcinpact.com/articles/d/56/2.htm>

mois, et que la notion de précarité est pour eux une réalité bien tangible ? (...). Il est légitime qu'ils touchent des droits sur les ventes, et que s'ils ont la chance de connaître le succès, ces droits compensent, voire surcompensent, les années de galère qu'ils ont dû assumer pour arriver là. Je dis ça parce que je vois trop souvent revenir le mot "rente" sur les forums dédiés au Libre ou au P2P (ou les deux...). Comme si c'était choquant de récolter les fruits de son travail après coup. Je pense que ceux qui tiennent ce genre de propos ont du mal à voir la vie autrement que dans le cocon sécurisant du salariat et de la protection sociale traditionnelle... Je suis victime assez régulièrement du piratage sur le web, et ça me fiche toujours autant les boules. Quand j'ai commencé à me balader sur le web (...), j'ai commencé à voir ce vaste réseau comme une sorte de nouveau modèle d'échange, la réponse ultime aux abus de la société de consommation et à la doctrine matérialiste (...). J'ai créé mon propre site<sup>105</sup>, et je me suis mis à scanner des dizaines et des dizaines de bellaminettes pour les exposer et les commenter. Je me suis dit "j'offre mes propres créations au regard de tous. Moi ça ne me coûte que le temps de les scanner et d'écrire le code des pages, et ensuite des tas de gens pourront en profiter sans entropie supplémentaire, je n'aurai pas à dépenser plus de temps et d'énergie pour leur permettre d'y accéder. En échange (mais sans considération de quantité, le seul geste, la seule intention altruiste suffit), moi aussi je profite du contenu de l'Internet : voilà une source de ravissement, d'inspiration, et même de documentation, virtuelle et donc inépuisable". Sauf qu'évidemment, j'ai ensuite réalisé que certains se "servaient" sur mon site pour se faire du fric à mes dépens, parfois de manière particulièrement répugnante. Finalement, l'Internet n'était peut-être pas cette Terre Virtuelle Promise dont j'avais rêvé... N'empêche, l'idée était belle, et à mon avis tout à fait pertinente. »

Interrogé sur le coût du piratage, François Capuron, deux ans après son intervention sur actuabd.com, relativise l'ampleur du phénomène : « Aujourd'hui, ça reste un épiphénomène, donc s'il y a 10 mecs qui téléchargent le nouveau *De Cape et De Croc* au lieu de l'acheter... On en vend 70 000, donc c'est pas là-dessus que ça se joue. Je ne dis pas qu'il ne faut pas être vigilant à un moment ou à un autre, que des garde-fous ne doivent pas être installés. Je crois qu'on a l'avantage de passer après la musique, qu'ils en souffrent vraiment beaucoup. Et qu'au niveau législation, au niveau technologique, ce sont des gens qui ont déjà réagi, et qui sont en train de mettre en place un certain nombre de barrières par rapport à ça. (...) On est très loin d'être les premiers touchés

---

<sup>105</sup> <http://bellaminettes.com/>

par ce phénomène et on devrait bénéficier d'une certaine jurisprudence et puis de tout un travail pédagogique qui est fait auprès des gens. (...) On trouvera toujours des gens qui passeront outre, qui trouveront des systèmes, voilà. De là à en faire une véritable industrie et à nous concurrencer, il y a encore à mon avis un peu de chemin<sup>106</sup>. »

#### 2.4.2. Le piratage et le *manga*

Du côté du *manga*, la situation est sensiblement différente. Malgré les récentes initiatives d'éditeurs occidentaux visant à produire « leurs » propres BD moulées sur le format asiatique (utilisation d'auteurs maisons), les *manga*, *manwha* et *manhra* font toujours l'objet d'une âpre compétition à la licence. L'éditeur français qui décroche un contrat avec son homologue japonais peut alors entreprendre d'adapter le *manga* pour son public.

Le responsable marketing des éditions Tonkam, Sébastien Moricard, interviewé dans le cadre d'un précédent mémoire, expliquait début 2005, qu'« en ce moment, on est dans une sorte de course à l'armement, où il y a de plus en plus d'éditeurs, où c'est la ruée vers l'or pour certains. C'est vrai que c'est une situation un peu *Bubble Crisis* (...) : c'est quand la peau du chewing-gum est tendue et que ça va claquer ». Yves Schlirf ajoute<sup>107</sup> : « Il y a une telle concurrence ici que les choses se sont effectivement compliquées. Il faut être plus rapide que la balle, il faut être plus présent, il faut montrer qu'on en fait toujours davantage que le voisin... C'est bien simple, dès qu'il y a un nouveau *manga* à succès au Japon, il y a dix offres ! À partir de ce moment-là, ce n'est plus véritablement un choix éditorial. Alors comme Kana est un gros éditeur de *manga*, on va nous donner trois tubes sur dix, car il ne faut pas qu'on devienne un petit éditeur (...) Ils [les éditeurs japonais] répartissent ainsi les titres à succès entre un certain nombre d'éditeurs, histoire de stimuler la concurrence entre nous. »

Or, en marge de ces circuits commerciaux officiels, de très nombreux réseaux de fans co-existent sur Internet. Les publications japonaises ayant toujours plusieurs temps d'avance sur les françaises, ces passionnés vont directement s'approvisionner à la source, parfois même au *mangashi* lui-même<sup>108</sup>, et proposent aux lecteurs les pages

---

<sup>106</sup> Voir annexes

<sup>107</sup> *Les éditeurs de bande dessinée* de Thierry Bellefroid, p.143, Ed. Niffle, 2005.

<sup>108</sup> Magazine de prépublication de *manga*, à parution hebdomadaire, bi-mensuelle ou mensuelle

traduites des versions japonaises, et ce en avant-première. D'autres vont récupérer des versions déjà traduites, mais dans d'autres langues, afin de les adapter en français. C'est ce qu'on appelle la scanlation, mot hybride né de « scan » et de « traduction ».

#### 2.4.2.1. Scanlation et fansub

Il s'agit ici non pas tant de pirater que de précéder les parutions françaises, trop lentes à sortir, via la réalisation d'un travail digne de celui d'un éditeur, soit l'adaptation, la traduction et le travail graphique inhérent. Des sites comme Iscariote.org proposent au public francophone des œuvres non publiées en France. Il est intéressant de constater que ce phénomène ne se limite pas à l'édition papier, mais s'étend à leurs adaptations vidéos. Mirage-team.com s'est ainsi spécialisé dans la mise à disposition des épisodes, en version originale, de la série animée du *manga Naruto* mais sous-titrés en français. À l'image de la scanlation, l'éditeur français, Kana Home Vidéo, accuse un retard important. Le quatrième coffret, sorti le 23 août 2006, propose les épisodes 40 à 52, alors que Mirage-team proposait l'épisode 194 en téléchargement le 21 juillet 2006. Cette « scanlation vidéo » a pour nom le fansub.

Qualitativement parlant, les écarts entre les versions officieuses et officielles restent importants et assez peu comparables. Dans le cas de la scanlation, les pages scannées sont de très mauvaise qualité lorsqu'elles sont tirées des *mangashi*, eux-mêmes imprimés sur du mauvais papier. On peut cependant en trouver de très bonnes versions, d'autant plus lisibles à l'écran qu'elles bénéficient d'un format réduit bien plus pratique (de la taille d'un livre de poche, pour le format *jump*) que la BD franco-belge. Peut-on pour autant comparer la lecture d'un *manga* virtuel avec celle d'un *manga* de papier ? Sans doute pas. Mais si une évolution des habitudes des lecteurs se profile, c'est très probablement par le biais du *manga* qu'elle transitera. Habitué à lire sur un écran, certains passionnés s'en contentent quand d'autres n'y voient qu'un moyen d'attendre la version papier.

Il est intéressant de comparer la qualité offerte par le fansub à celle de la scanlation : toutes deux sont variables et assujetties à la bonne volonté de particuliers. Les coquilles dans les sous-titres des fansubs sont assez courantes et l'image, diminuée car compressée (format .avi, .mkv...), est largement supplantée par la qualité d'un DVD.

Mais si l'un est gratuit, l'autre ne l'est pas. Et le fan attend davantage la suite des aventures de son héros qu'une édition de qualité.

#### 2.4.2.2. Aux frontières de la légalité

S'interrogeant sur la légalité de la pratique, Pierre Raphaël dresse un état des lieux sur le site [artelio.org](http://artelio.org)<sup>109</sup> : « Le fansub et la scanlation restent des activités illégales quand bien même les séries ne sont pas sous licence en France ou aux États-Unis. Il y a une spoliation de l'auteur dont l'œuvre est lue sans que rien ne lui soit reversé en contrepartie, et celle-ci est diffusée par les *teams*<sup>110</sup> sans aucune autorisation des ayant droits. Cependant, en droit français, faire cesser le fansub ou la scanlation impliquerait qu'une personne ayant intérêt à le faire porte plainte contre la team concernée. Or l'activité étant concentrée sur des séries qui ne sont pas licenciées, il faudrait que les plaintes viennent du Japon. Ce point contribue à placer le fansub aux franges de la légalité. Il ne faut cependant pas perdre de vue que l'activité est, en termes objectifs, du mauvais côté de la loi. Ensuite, en droit, le principe *quietas non movere* implique que la justice n'intervient pas si personne ne constate un trouble ou ne fait valoir un préjudice. Et comme pour un certain nombre de raisons (...) personne n'y ayant intérêt n'a jugé bon de s'attaquer systématiquement au fansubbing et à la scanlation, l'activité s'est développée et a gagné une place importante dans le paysage du *manga* et de la *japanime*. »

Julien Falgas, le webmestre d'Abdel Inn, voit un autre intérêt dans cette activité parallèle : « Tout comme l'engouement d'une certaine communauté pour telle ou telle série TV US échangée en *peer to peer*, l'engouement des *otaku* francophones permet sans doute aux éditeurs de mieux cibler les oeuvres prometteuses. » Il ajoute, confiant : « Nul doute que les fans achèteront le livre s'il venait à sortir en français<sup>111</sup>. » Dans un contexte de durcissement de la loi contre le piratage (cf. les multiples rebondissements entourant la loi DADVSI), l'avenir de ces pratiques, malgré l'optimisme de certains, est des plus aléatoires.

---

<sup>109</sup> [http://www.artelio.org/article.php?id\\_article=1209](http://www.artelio.org/article.php?id_article=1209)

<sup>110</sup> *teams* renvoie aux équipes qui sous-titrent en français les *animes* japonais

<sup>111</sup> Voir annexes

### **3. Les nouvelles technologies, espace de création**

Parce qu'elles l'émancipent des limites du papier, les nouvelles technologies permettent à la bande dessinée de s'ouvrir à de nouvelles formes d'expression, comme le *webcomics* et la BD interactive.

#### 3.1. Le *webcomics* ou La révolution de l'écran

Aujourd'hui, la BD ne se cantonne plus au papier et se redécouvre à travers l'écran.

##### 3.1.1. Définition

Qu'est-ce que le *webcomics* ? Si l'on se réfère à l'encyclopédie en ligne Wikipedia, les *webcomics* sont des « *comics* that are available on the World Wide Web. Many of these web *comics* are exclusively published online, while others are published on paper but maintain a web presence or archive, for either commercial or artistic reasons ». En d'autres termes, toute bande dessinée disponible en ligne peut être appelée *webcomics*.

On retrouve une définition similaire dans les propos de Véronique Danac, alias Miss Gally, une auteure niçoise qui parle sobrement de « bande dessinée sur internet » mais

aussi chez Julien Falgas pour qui « les *webcomics* sont des bandes dessinées diffusées sur Internet, et de plus en plus créées en priorité pour ce support. Là où la diffusion numérique d'un récit conçu pour le papier avait tendance à le déprécier, la création du récit pour le support numérique a permis et permet encore des inventions narratives inédites... Au point de brouiller les frontières avec d'autres médiums tels que le jeu vidéo ou le dessin animé<sup>112</sup>. »

### 3.1.2.Format

Lorsqu'il est conçu spécifiquement pour Internet, le *webcomics* n'est pas astreint à un format imprimable. Il peut ainsi s'émanciper du format rectangulaire « classique » propre à la BD franco-belge pour d'autres, moins conventionnels. Certains auteurs le déclinent donc soit dans un format très court, comme celui des trois ou quatre cases offert par le strip, soit au contraire dans ce qu'on pourrait appeler une absence de format, ou format libre, à savoir celui d'une page html classique, étirable tant en longueur qu'en largeur. Le dessinateur s'affranchit donc complètement du format classique des BD franco-belge, japonaises ou américaines, pour un autre, de dimensions adaptables à son projet. Les possibilités sont nombreuses. Citons un exemple de *strip* court, *Les petits bonheurs de l'édition*, par Emilie<sup>113</sup>, et deux exemples de format adapté au dessin : *The ten commandments of Simon*<sup>114</sup> (*webcomics* en largeur) et *Valentine's Day*<sup>115</sup> (*webcomics* en longueur), tous deux réalisés par Derek Kirk Kim. À ce sujet, Scott McCloud explique<sup>116</sup> que « la page est un attribut de l'imprimé. Elle n'est pas plus intrasèque à la BD que les agrafes ou l'encre. Une fois libérées de leur cadre, certaines emporteront avec elles la forme du cadre mais petit à petit, les auteurs de BD étireront leurs membres et commenceront à explorer les possibilités conceptuelles d'une toile infinie. Dans un environnement numérique, il n'y a pas de raison qu'une histoire de 500 cases ne soit pas racontée verticalement... ». Cette prédiction en appelle une autre, le jour où les deux dimensions de nos écrans seront supplantées par la 3D et lorsque le temps de l'holographie sera venu.

### 3.1.3.Nature du *webcomics*

<sup>112</sup> Voir annexes

<sup>113</sup> [http://www.bulldair.com/index.php?rubrique=hebdo&serie=petits\\_bonheurs\\_edition&numero=1](http://www.bulldair.com/index.php?rubrique=hebdo&serie=petits_bonheurs_edition&numero=1)

<sup>114</sup> <http://www.lowbright.com/Comics/10Commandments/10Commandments.htm>

<sup>115</sup> <http://www.lowbright.com/Comics/ValentinesDay/ValentinesDay.htm>

<sup>116</sup> *Réinventer la bande dessinée* de Scott Mc Loud, éditions Vertige Graphic, 2002 pour la VF

Lorsqu'il n'est pas en rapport direct avec l'édition papier, le *webcomics* sert très souvent de défiloir à des dessinateurs amateurs ou professionnels, heureux de faire partager leur quotidien. « C'est un bon moyen pour l'auteur de montrer, au monde entier, sa production (et donc de se faire connaître si elle présente un intérêt). Disons que c'est une vitrine extrêmement accessible » explique Miss Gally, elle-même à l'origine d'un blog<sup>117</sup> qui enregistre pas moins de 4500 visiteurs uniques chaque jour. Initialement, son blog lui servait à s'amuser, à partager ses dessins... « Et puis ça a pris de l'ampleur... ça me sert d'outil de communication et même si j'y prends toujours autant de plaisir, l'objectif professionnel n'est jamais loin<sup>118</sup>. »

François Capuron porte un avis nettement moins tranché sur ces blogs. « Je trouve ça génial. C'est un espace de création, d'ouverture, de liberté (...) Mais les gens vont raconter leurs vies sur Internet, et vont passer des heures à raconter leurs journées au lieu de raconter ce qui se passe ailleurs. C'est plus une traduction d'un mal-être général de la société d'aujourd'hui, qui fait que les gens ont plus besoin de s'exprimer, de raconter leurs vies... Ce n'est pas toujours des problèmes, ça peut être des choses très sympas, très drôles. Souvent il y a du pathos dans toutes ces bandes dessinées-là. On a besoin de s'extérioriser, on a besoin de raconter des choses et de parler de soi tout le temps. Il y a des psy, c'est très bien pour ça et il y a un vrai retour. Mais il y a des gens qui utilisent ça comme psychanalyste justement, mais ce n'est pas vraiment sous contrôle de professionnels<sup>119</sup>. »

Malgré ces divergences d'opinion, le succès est au rendez-vous. « C'est rigolo à observer » juge Miss Gally avant d'ajouter : « Il n'y a pas énormément de contenu de qualité mais de bonnes initiatives. C'est un phénomène d'émulation artistique qui ne peut qu'engendrer de bonnes choses<sup>120</sup>. »

Sur le site France5, Aline Afanoukoe<sup>121</sup> s'accorde avec enthousiasme avec cette vision à travers *Le journal du blog* : « Avec environ 13 000 lecteurs par jour, le blog<sup>122</sup> de Boulet fait partie des références. Auteur d'une dizaine d'albums, l'homme a déjà une solide expérience dans la BD. Son blog lui permet de présenter ses croquis, de tester un style ou de mettre en ligne des planches qui n'auraient pas forcément trouvé leur place dans

---

<sup>117</sup> <http://ciboulette.fr/blog/>

<sup>118</sup> Voir annexes

<sup>119</sup> Voir annexes

<sup>120</sup> Voir annexes

<sup>121</sup> <http://www.france5.fr/journal-du-blog/guide-pratique/21505539-fr.php>

<sup>122</sup> <http://www.bouletcorp.com/blog/>

un album complet. Contrairement à Boulet, Cathie était une totale inconnue dans le monde de la BD lorsqu'elle a créé son blog<sup>123</sup>. Mais ses aventures d'hôtesse d'accueil racontées avec pas mal d'humour ont très vite trouvé leur public ». Un succès qui s'arrête à l'écran ? La dénommée Cathie a fait part de sa déception sur son blog : son projet a été refusé par les éditions Delcourt.

### 3.1.4. Les forces du blog

À la différence des sites Internet, qui demandent une maintenance réelle, les blogs sont bien plus faciles d'utilisation (mise à jour, mise en ligne des images...). Pour des dessinateurs, dont le gagne-pain requiert beaucoup de temps, c'est à la fois un moyen simple de faire découvrir son art, mais aussi son humour, sa vie... tout en fidélisant les lecteurs. « C'est une structure nettement plus simple et plus flexible à gérer qu'un fanzine papier » constate Aurore<sup>124</sup>, l'auteur de *Pixie*. Cette jeune femme anime plusieurs publications Internet à la fois, dont un site<sup>125</sup> et un blog. Le site permet ainsi de renseigner les visiteurs sur l'état d'avancement des derniers grands projets BD de l'auteur, de voir et de télécharger des illustrations réalisées par l'auteur, et... d'acheter, via toutes sortes de liens, albums et ex-libris. Une rubrique FAQ<sup>126</sup> permet également de trier les demandes et ainsi d'éviter à Aurore de se répéter. Le blog, intitulé *Le chat noir*<sup>127</sup>, a une toute autre vocation. Si des extraits des projets en cours (page d'albums) sont visibles, les visiteurs peuvent suivre les aventures de leur auteur favorite au travers de ses « posts ». Celle-ci ne voit pourtant pas dans ces nouvelles technologies la panacée de la communication auteur-lecteur. « À mon avis » ajoute Aurore<sup>128</sup> « le meilleur moyen de rencontrer son public est d'aller aux expositions ou aux conventions, car on y rencontre les gens en irl, *in real life* comme on dit sur le net, puisque sur le net, la communication est virtuelle, sous pseudonymes et avatars qui dénaturent les rapports humains. »

---

<sup>123</sup> [http://pouet.is.free.fr/2006\\_05\\_01\\_archive.html](http://pouet.is.free.fr/2006_05_01_archive.html)

<sup>124</sup> <http://artslivres.com/ShowArticle.php?Id=323>

<sup>125</sup> <http://auroreblackcat.free.fr/>

<sup>126</sup> Frequent Ask Question

<sup>127</sup> <http://catnipbox.free.fr/blog/>

<sup>128</sup> <http://artslivres.com/ShowArticle.php?Id=323>

### 3.1.5. Les débouchés

La multiplication de ces blogs BD n'est cependant pas passée inaperçue. À défaut de vendre directement leurs travaux sur Internet, ces auteurs d'un nouveau type ont su capter l'attention de certains éditeurs « papiers », qui envisagent, selon des principes très différents, d'exploiter ces productions. C'est notamment le cas de Danger Public, un éditeur du groupe La Martinière. Véronique Danac, alias Miss Gally, a ainsi été contactée pour monter une collection d'un nouveau type : miniblog. Prévus pour la rentrée 2006, elle se démarque par un principe hybride et novateur : « Le principe de la collection est simple : vous achetez votre Miniblog papier en librairie en septembre (à 1€), vous dévorez les 12 petites planches de BD, et, à la fin, un code vous est donné pour accéder à quelque chose sur internet. Ce quelque chose est en rapport direct avec ce que vous venez de lire. Ça change selon les auteurs et les projets » explique Miss Gally sur son blog<sup>129</sup>. Dans son interview, elle ajoute : « C'est un concept inédit dans le monde de l'édition puisque ici livre et net ne font qu'un. C'est un moyen différent de traiter deux médias qui n'ont rien à voir (et donc un challenge pour l'auteur). En plus ce n'est pas cher. Le point faible se situe à la distribution. Comme ce sont de petits livres les libraires ont peur de se les faire voler et en commandent moins<sup>130</sup>. »

Le projet des éditions Delcourt semble plus traditionnel puisqu'il s'agit, selon François Capuron, de « publier quatre bouquins dans les mois à venir qui sont extraits de blogs. Ça prouve bien qu'il y a des choses de qualité, des choses intéressantes "dignes d'être publiées"<sup>131</sup> ».

### 3.1.6. Rémunération

La plupart du temps, le *webcomics* naît sous le signe de la gratuité. Certains auteurs, comme Gally, s'en contentent : « À moins de bourrer son site de pub, d'avoir une grosse série à succès en ligne, et de vendre des produits dérivés... difficile de vivre avec. Ça reste globalement dans l'optique du gratuit<sup>132</sup>. »

Mais de plus en plus, les auteurs cherchent à tirer profit du support de diffusion qu'est Internet. Plus facile à dire qu'à faire. « Chaque jour, le Web livre des infos, des images,

---

<sup>129</sup> <http://ciboulette.fr/blog/>

<sup>130</sup> Voir annexes

<sup>131</sup> Voir annexes

<sup>132</sup> Voir annexes

des articles, de la musique et même des vidéos à des millions d'utilisateurs... et chaque jour, quelque part, quelqu'un essaie de faire payer ce privilège et voit sa fréquentation s'effondrer » analyse Scott McCloud<sup>133</sup> avant d'ajouter : « Ils [les internautes] ne paieront pas tant que le prix ne sera pas juste. » Faire payer un produit culturel sur Internet engendre de nombreuses réticences chez les internautes, comme s'en est aperçu l'industrie de la musique. Que l'internaute en vienne à payer, Miss Gally n'y croit pas trop : « L'internaute a trop l'habitude d'accéder à du contenu gratuitement. Ça me semble très improbable à l'avenir. Ou alors sous des formes différentes de celles qui existent actuellement. »

Pourtant, de nombreux acteurs s'essaient déjà à tirer un bénéfice de leur travail. Des expériences pas toujours des plus concluantes, comme le remarque Julien Falgas à propos de son site, Abdel-Inn : « La vente de produits ne m'a à ce jour rien fait gagner, je n'ai toujours pas atteint le seuil des 50 € nécessaire pour recevoir un chèque. La publicité est un peu plus satisfaisante, mais je n'ai pas le droit d'en dire plus : c'est interdit par Google. Toutefois, on est bien loin de couvrir les investissements en temps, en énergie et en argent consentis depuis avril 2000. Les pubs ne sont apparues qu'à la fin de l'année dernière. Je paie un nom de domaine depuis 2002, [...] des logiciels onéreux [...]. Ce site est donc une affaire de passion. Mon retour sur investissement est l'expérience que j'en tire et qui m'a permis de me réorienter vers les métiers des contenus web. »

À première vue, la publicité semble la solution la plus simple. Pourtant, d'autres préconisent des solutions alternatives, comme Scott McCloud, qui ne jure que par la diminution des intermédiaires entre auteur et lecteur. Cette solution, qui n'est pas sans poser un problème réel quant à la pérennité du métier de libraire, passerait par le micropaiement. « Je pense que le petit prix a un avenir (...) Tôt ou tard, les micropaiements finiront par devenir une réalité »<sup>134</sup>. L'auteur propose ainsi en vente sur son site<sup>135</sup>, pour la modique somme de 0,25 US\$, une de ses œuvres : *The right number*. En ce qui concerne le *webcomics* dans l'Hexagone, Julien Falgas juge que le principal obstacle restant est la professionnalisation. « Si outre-Atlantique, et en Asie le *webcomics* devient un marché à part entière, il n'en est rien dans la francophonie, où il

<sup>133</sup> *Réinventer la bande dessinée* de Scott Mc Cloud, p. 184

<sup>134</sup> *Réinventer la bande dessinée* de Scott McCloud, p. 189

<sup>135</sup> <http://www.scottmccloud.com/comics/trn/intro.html>

reste perçu comme un moyen de faire ses armes avant d'être repéré par un éditeur. Toute la difficulté est de bâtir des modèles économiques viables. Les déboires du secteur musical, incapable de s'adapter à ce nouveau support de diffusion et contraint de ramer à contre-courant (en défendant becs et ongles des lois jugées liberticides), montrent que rien n'est moins simple<sup>136</sup>. »

En France, l'avenir du *webcomics* semble donc encore bien incertain. Mais à défaut de conquérir les bourses, cette nouvelle forme d'expression semble avoir conquis les cœurs.

### 3.2. La BD interactive

Avec la numérisation de la bande dessinée, l'idée est venue à certains de pousser l'expérience au-delà de la « bande dessinée PDF ». C'est le cas de l'adaptation numérique de la BD *Le tueur*<sup>137</sup> et de *L'oreille coupée*. Ces deux expériences de récit en bande dessinée interactive sont à la fois semblables dans leurs principes directeurs et différentes, la première partant d'une série papier et l'autre s'affirmant comme une création pure. Enfin, parce que la bande dessinée interactive tend à se rapprocher de certains jeux vidéos, qui eux-mêmes évoluent parfois vers la bande dessinée, nous observons un effacement de plus en plus marqué des frontières entre ces différents genres. Dans ce contexte, les interactions entre récit et nouvelles technologies sont aujourd'hui en pleine évolution, un thème que Marie-Laure Ryan, une chercheuse américaine indépendante spécialisée dans le récit et les nouvelles technologies, a développé au cours d'une étude sur le récit et le jeu vidéo. Une étude qui ouvre des pistes de réflexion sur l'avenir de la bande dessinée.

#### 3.2.1. *Le Tueur*

En octobre 1998, deux auteurs, Luc Jacamon et Matz, débarquent dans l'univers de la bande dessinée avec un titre très particulier : *Le Tueur*. Publié chez Casterman, ce premier opus est tiré à 10 000 exemplaires. Un tirage à la fois modeste et conséquent. Modeste pour l'époque, où la surproduction éditoriale n'avait pas encore (complètement) enseveli les étals sous les nouveautés, mais conséquent, car publier de

---

<sup>136</sup> Voir annexes

<sup>137</sup> *Le tueur*, Jacamon et Diaz, Casterman, 1998

nouveaux auteurs constitue toujours une gageure pour l'éditeur. Néanmoins, comme toute *success story* qui se respecte, le titre a séduit un public de plus en plus vaste, et c'est en fanfare que le cinquième et dernier tome est paru en 2003, après une prépublication dans le magazine *Bodoï*. Fin de l'aventure ? Peut-être pas. En 2001, alors que la série continuait sa marche vers le succès, un studio néerlandais, Submarine Amsterdam, a l'idée d'adapter le premier tome, *Long Feu*, sur un support numérique audible et lisible en ligne<sup>138</sup>.

### 3.2.1.1. Rythme de récit et bande dessinée

En règle générale, dans les bandes dessinées, on observe différents découpages du récit, variant selon la nature de l'œuvre (gag, aventure, biographie...). Dans une série comme *Largo Winch*, de Francq et Van Hamme, le récit avance par blocs de deux tomes, comme l'illustrent les épisodes 9 et 10 des aventures du célèbre milliardaire : *Voir Venise...* et *Et Mourir*<sup>139</sup>. Entre chaque ensemble, le scénariste observe une pause, insère une page de routine et de quotidien avant de réintroduire l'incident qui déclenchera l'entrée en action du héros. Dans *Jeremiah*<sup>140</sup>, de Hermann, un album correspond à une aventure des deux voyageurs, et ce sans jamais dépasser ce format. Dans l'un ils sont en butte avec la drogue (*Le retour de Simon*), dans un autre avec une bande de motards (*Les motards*) et ainsi de suite. Hergé, dans *Tintin*, n'observe pas vraiment un rythme fixe. Dans *Objectif Lune* et *On a marché sur la lune*, l'histoire se répartit ainsi en deux tomes, ce qui ne l'empêche pas de signer des titres qui se suffisent à eux-mêmes comme *Tintin au Tibet*. Au contraire, le mythique *Gaston Lagaffe*<sup>141</sup> de Franquin voit chacun de ses épisodes tenir en une demi-page, puis une page (parfois plus en quelques rares occasions). On remarquera d'ailleurs que même si un thème revient anarchiquement le temps de plusieurs gags (la boule de pétanque, les contrats, le sommeil, le courrier, les matchs de foot à suivre...), il n'y a pas de continuité dans le récit, si ce n'est celui de la vie de notre héros. Dans le *manga* dit commercial, la situation diffère radicalement. On a ici, comme dans *Dragon Ball*<sup>142</sup>, une trentaine de tomes « physiques », qui pourraient tout aussi bien n'être qu'un. Le seul découpage existant est celui imposé par le rythme hebdomadaire, chaque semaine voyant son lot de péripéties, réparties sur une petite

<sup>138</sup> <http://www.submarinechannel.com/content/killer/>

<sup>139</sup> On notera les titres qui se suivent d'un album à l'autre

<sup>140</sup> *Jeremiah* de Hermann, Dupuis, 1979

<sup>141</sup> *Gaston Lagaffe*, Franquin, Dupuis, 1960

<sup>142</sup> *Dragon Ball* d'Akira Toriyama, éditions Glénat, 1993

quinzaine de planches, publiées dans le magazine approprié. La rupture est donc forcée, l'histoire reprenant exactement où elle s'est arrêté.

Dans *Le Tueur* version papier qu'observe-t-on ? Cinq tomes distincts, mais une seule et même histoire. Dans le premier tome, les auteurs placent le début de l'action très tardivement dans le récit (en page 49). Ce « retard » relatif fait comprendre au lecteur que ce qu'il lit n'est qu'une introduction, préambule au véritable développement de l'histoire. *Long feu* n'est donc pas à prendre comme un épisode autosuffisant, mais bien comme 64 pages où les auteurs amènent le véritable sujet, dont on ignore paradoxalement encore tout dans le premier opus.

### 3.2.1.2. Récit d'un tueur à gage

La première case ou image représente la façade d'un immeuble. Petit à petit, via un recul de la vue, le lecteur pénètre dans le quotidien d'un homme qui observe cette même façade, en fumant une cigarette. Il attend. C'est autour de cette même attente que Jacamon et Diaz ont articulé la première partie du récit. Au fil des pages, l'homme repense à sa vie d'avant, quand, jeune étudiant en droit, il accepta son premier contrat, endossant *de facto* la veste de tueur à gage. « Ma dernière affaire, c'était il y a trois mois. Une vraie partie de plaisir. Encore un mec plein aux as, exactement comme j'aime, réalisable au fusil, sans risques... Un de ceux qui font que j'ai envie de faire ce boulot... »

Mais l'attente devient pesante. Que fait la cible ? Où est-elle ? Il s'ennuie, il est à bout. Il reprend les informations qu'il a sur sa cible, tourne en rond, va boire une bière ou se pose devant son téléviseur. Le temps passe. Il cauchemarde, puis se réveille. L'observation reprend. Mais quelque chose attire son regard : un détail. Un élément a bougé dans l'appartement de sa cible, mais quoi ? Désormais, le rythme change, tout se précipite. Le tueur sent confusément qu'il perd le contrôle. Seul, solitaire, il craque, braque son revolver sur lui et presse la détente.

Rien ne se passe : l'arme s'est enrayée. Le tueur reprend ses esprits et sort de l'appartement. Une fois dehors, il téléphone à son contact, raccroche et aperçoit son contrat qui arrive, escorté par deux gardes du corps et une jeune femme. Il remonte chez

lui en courant. Là, il empoigne son fusil à lunettes, vise sa cible et tire. Raté... il touche la femme. Il tire à nouveau, tue l'un des gardes du corps avant qu'une troisième balle n'atteigne enfin sa cible.

Mais un voisin l'aperçoit d'en face. « Pas de témoins ». Puis c'est une autre femme qui meurt. Lorsque le viseur se focalise sur un enfant, le tueur marque un temps d'arrêt, et renonce. Vite, il reballe son attirail, quitte sa planque, saute dans un taxi et se rend à l'aéroport. Là, il prend le premier avion pour le Venezuela, sans réaliser qu'il est suivi par un policier.

### 3.2.1.3. La version numérique

Ce qu'on trouve sur Internet n'est pas, comme on peut s'en douter calqué sur la version papier de *Long Feu*. Arrivé sur la page *Web*, on a tout d'abord une petite animation audiovisuelle qui nous sert d'introduction. Puis, c'est l'arrivée sur le menu. Celui-ci apparaît sous la forme d'un bureau, sur lequel un dossier est posé. À côté, différents objets renvoient vers les crédits ou encore la biographie des auteurs.

Lorsque l'on clique sur le dossier, celui-ci s'ouvre, révélant douze intercalaires, qui sont autant de subdivisions du récit de *Long Feu*. Le visiteur n'a qu'à cliquer sur un chapitre pour en déclencher la lecture. À noter qu'à chaque fin de partie, un lien permet d'aller directement à la suivante, sans retourner systématiquement sur le bureau.

### 3.2.1.4. Ressemblances et différences

Globalement, l'adaptation numérique est très fidèle à la version papier, dans le sens où le studio néerlandais est systématiquement parti des dessins originaux, sans presque jamais faire de création « autonome ». De même, si les dialogues sont proposés en deux langues, anglais et néerlandais, ils n'ont a priori pas subi de modifications, à l'exception de celles causées par la traduction.

Le travail du studio néerlandais se limite-t-il pour autant à la numérisation d'une bande dessinée et à sa traduction ? Non. En fait, une comparaison même succincte permet de

se rendre compte des innombrables différences entre les deux versions. Dans un premier temps, le studio n'a pas repris l'intégralité des images de la bande dessinée. Il a opéré une sélection, puis a retravaillé chaque image. Lorsqu'une d'elle était « diminuée » par un phylactère, ou simplement par le cadre de la case, le studio a reconstitué le dessin.

C'est le cas pour les exemples suivants. Dans la BD originale, on trouve une image (une vue d'une piscine, à côté de laquelle une chaise longue et une table sont posées) sur laquelle le haut d'un verre, d'une bouteille, d'une chaise et d'un parasol sont « mangés » par le bord d'un cadre. Le studio néerlandais a repris l'ensemble et a créé ce qui n'était, jusque-là, que suggéré, en prolongeant et en créant lui-même ces objets. De même, l'eau de la piscine a été remplacée par une couleur uniforme bleu turquoise, troublée en son centre par une agglomération de blanc, reflet du soleil sur l'eau (dans la version numérique, le mouvement de l'eau est reproduit grâce à une variation de cette même tâche blanche).

Les transitions s'opèrent, elles aussi, différemment. Dans la version numérique, la transition est par exemple créée via une combinaison d'images, là où il n'y avait que succession dans la version papier. Dans cette dernière, on voit le tueur, confortablement allongé dans un canapé, expulser de sa bouche un long filet de fumée. Cette case sert à introduire la suivante, qui évoque la rêverie du tueur : l'image de la piscine évoquée plus haut. Le studio néerlandais a préféré combiner ces deux images, en les liant avec la fumée de la cigarette. Celle-ci, dotée d'un effet de mouvement, s'élève, assurant la jonction entre la scène du canapé et celle de la piscine, juxtaposée au-dessus du canapé.

Les modifications apportées ne sont pas toutes du même ordre. On trouve des passages où l'image a été inversée, le personnage regardant à gauche au lieu de regarder à droite (Cf. page 4). D'autres images sont de la création pure, mais elles sont très rares, comme c'est le cas de la page 8, où le personnage principal lit un journal qu'il froisse. Pour rendre moins hachée la succession des images, le studio néerlandais a fait le choix d'insérer dans la version numérique une image fabriquée de toute pièce.

Toujours dans la version numérique, alors que le tueur ouvre la porte de son réfrigérateur afin de prendre une bière, un oiseau sorti du bord de l'écran se pose sur la tranche de la porte. Il s'agit d'un oiseau "cliquable", qui prendra son envol pour nous emmener à la case suivante (une rue de Paris), où il atterrira près d'un autre volatile.

Dans la version papier (cf. page 15), cet oiseau n'existe pas. Plus loin dans le récit, le personnage principal se fait prendre des mains sa mallette, une scène qu'il rêve ou plutôt qu'il cauchemarde (cf. page 42). Dans la version numérique, il la laisse tomber. Les exemples sont nombreux et ne pourront pas tous être énumérés ici. Ces quelques comparaisons ont donc valeur d'exemples représentatifs.

### 3.2.1.5. Interaction, animation et son

La version numérique aura apporté un autre ajout de poids : l'interaction. Celle-ci, bien que limitée, existe bel et bien. On la retrouve à plusieurs reprises. Page 14, le héros farfouille dans un dossier posé à terre. À l'écran, on peut voir que trois cases de la bande dessinée ont été assemblées pour permettre à l'internaute d'extraire jusqu'à quatre documents dudit dossier (dont deux créés par le studio) en les faisant glisser à l'aide de sa souris.

Page 17, le tueur vient de repérer une de ses cibles, sur une plage de Martinique. Celle-ci se reflète sur les lunettes du héros. La version numérique permet de faire défiler cette vision avec son curseur. L'internaute peut donc voir les gens sur la plage, puis sa proie. Page 34, le tueur, pour passer le temps, se met à viser la foule qui passe en contrebas de son immeuble. Côté écran, le viseur suit les déplacements de la souris, permettant de « cibler » les passants.

L'interaction reste donc toujours présente, puisque le lecteur internaute doit cliquer sur les images, sur les dialogues ou encore sur des endroits précis de la case (on peut ainsi se retrouver avec une télécommande sur laquelle on clique pour faire défiler chaînes de télévision et dialogues) pour faire avancer le récit. Cela peut d'ailleurs poser problème, si la zone interactive n'apparaît pas clairement, comme c'est clairement le cas à deux reprises.

Une autre grande particularité permise par la technique est l'animation. Elle est un des grands avantages de l'écran sur le papier, un avantage que le studio néerlandais ne s'est pas privé d'exploiter. Lorsque le tueur épluche une pomme, puis la coupe en deux, le lecteur voit deux cases. L'internaute, de son côté, découvre un bref dessin animé dans lequel l'épluchure de la pomme grandit et où les deux moitiés de la pomme tombent

chacune d'un côté. Même chose lorsqu'un avion décolle ou que le tueur prend en chasse sa cible (celle vue sur la plage). La moto qu'il utilise alors bouge, de façon légèrement saccadée, de telle manière qu'on voit une sorte de dessin animé. Pourtant, les plans restent les mêmes : la moto évolue dans la case. Lorsque le tueur tue enfin sa victime vue sur la plage, alors que prédateur et proie se trouvent tous deux en plongée sous-marine, nous assistons à un autre dessin animé. Mais là encore, les plans restent identiques, à l'exception des couleurs, qui varient. Les cases se chevauchent donc, gardant les mêmes angles que la version papier, mais animées par les protagonistes qui se meuvent à l'intérieur.

Enfin, le son est le dernier grand avantage de la version numérique. Le cri d'une femme, le bruit d'un verre qui se brise, le bruissement des feuilles d'arbres, les vagues qui s'abattent sur le rivage... À la différence de la bande dessinée papier qui n'émet que le froissement de la page qu'on tourne, le numérique permet de se plonger dans l'univers sonore évoqué par le récit.

#### 3.2.1.6. Lecture

La version numérique offre une lecture des plus particulières à l'internaute. Du simple point de vue du sens, le lecteur devra parfois être prêt à lire à la japonaise, c'est-à-dire de droite à gauche. Les cases apparaissent une à une, bouleversant du même coup le rythme de lecture présent dans la bande dessinée traditionnelle. Philippe Sohet, professeur à l'université du Québec à Montréal faisait remarquer que le dessinateur sait, lorsqu'il réfléchit à la structure de son travail, que le lecteur appréhendera simultanément page de gauche et page de droite. C'est donc en fonction de ce facteur que rythmes, cases, ombres et lumières seront travaillées, de façon à guider le regard du lecteur. Cette approche est complètement faussée par le découpage littéral qu'a fait le studio néerlandais sur *Long Feu*. Les pages n'existent plus et obligent l'adaptateur à innover.

Sur l'exemple présent plus haut, où canapé et piscine se partagent une même image dans un contraste frappant, la fumée de la cigarette relie le penseur au pensé. L'œil du lecteur suit la fumée de cigarette qui s'élève et pénètre dans les songes du personnage principal. Un célèbre exemple de lecture des cases d'une bande dessinée est celui d'une

des planches de l'album *Le chat à neuf queues*, issu de la série *Philémon* scénarisée et dessinée par Fred (Dargaud). Le sens de lecture y suit le sens des aiguilles d'une montre. Pourtant, en règle générale, le sens de lecture d'une bande dessinée est descendant. Dans le cas présent, c'est l'inverse.

Parce que le regard est guidé par le mouvement, le sens de lecture échappe aux règles. On pénètre dès lors dans une toute nouvelle approche de la lecture. Les auteurs assistent le lecteur, le canalise, case après case. Celui-ci n'a plus vraiment de liberté. Il suit le chemin qu'on a tracé pour lui, sans pouvoir revenir en arrière<sup>143</sup> ou même appréhender la vue d'ensemble qui lui était donnée dans la version papier. L'interaction qu'il découvre – faire bouger la vue offerte par la lunette du fusil – n'est pas sans rappeler ces livres pour enfants, où le lecteur est invité à tirer des petites languettes pour animer la page. Certes le lecteur s'amuse, mais n'a au final aucune influence sur le déroulement de la narration.

### 3.2.1.7. Un autre projet : *L'oreille coupée*

*L'Oreille coupée*<sup>144</sup> est le fruit d'une collaboration entre André-Philippe Côté<sup>145</sup>, un auteur de BD québécoise et Jean-François Bergeron<sup>146</sup>, un infographiste, animateur en 2D-3D plus connu sous le pseudonyme de Djief. Grâce au soutien financier du conseil des arts et des lettres du Québec, les deux hommes ont réalisé une œuvre pionnière en matière de bande dessinée interactive.

L'histoire se situe dans la veine du polar. Elle met en scène un célèbre animateur, M. Marcel Martin qui, un beau jour, commence à recevoir des lettres de menaces. S'il ne dépose pas une certaine somme d'argent à un endroit voulu, sa femme mourra. Son seul souci est... qu'il n'a pas de femme. Mais les messages s'enchaînent et dans l'un d'eux, le héros découvre un lobe d'oreille ensanglanté. Entraîné contre son gré dans une histoire dont il ne comprend pas les règles, il cède, donne l'argent et provoque du même coup la libération de l'otage. Celui-ci, une belle et jeune asiatique, réagit alors non pas

---

<sup>143</sup> C'est aussi le cas dans *L'oreille coupée*, qui fait suite, où la fuite en avant semble être la seule façon d'aborder le récit...

<sup>144</sup> <http://www.lisgar.net/zamor/Fran11/oc.html>

<sup>145</sup> <http://www.bdquebec.qc.ca/auteurs/apcote/cote.htm>

<sup>146</sup> <http://www.bdquebec.qc.ca/auteurs/djief/djief.htm>

comme une inconnue mais comme son épouse. Et le récit s'achève sur ces mots : « Dix années sont passées. Elle n'a jamais répondu à mes questions, nous vivons ensemble comme mari et femme. Je l'aime plus que tout au monde. Parfois je pense que je suis réellement fou. Que j'ai inventé cette histoire de ravisseur, d'argent et de lettre anonyme. Mais je cesse d'être fou lorsqu'elle m'enlace et que je caresse son oreille dont le lobe a été coupé ».

Ce récit d'un nouveau genre se présente comme une succession de 25 écrans, eux-mêmes subdivisés en une, deux voire trois cases. Emmené par la narration de Pierre Porton, le lecteur peut également suivre le déroulement de l'intrigue par la lecture des images et des textes.

Comme dans le cas de *Le tueur*, l'interactivité permet au lecteur d'agir sur le contenu. Il peut ainsi extraire une mèche de cheveux, une photo et un papier d'une enveloppe d'un simple clic-déplacer de la souris. De même, le lecteur réalise bien vite que pour avancer dans le déroulement du récit, il ne suffit pas de cliquer sur des cases. Lorsque le téléphone tremble en sonnant, l'œil du lecteur est attiré par le mouvement et c'est donc presque naturellement qu'il dirige le curseur de la souris sur l'objet, qui passe alors en surbrillance. En cliquant, il provoque du même coup la poursuite du récit.

L'ensemble peut donner l'impression au lecteur qu'il regarde un dessin animé. Le fait d'avoir une narration mêlée à un certain nombre de sons d'ambiance ou bien encore la présence de mouvements renforce ce sentiment, malgré la présence de cases et de phylactères.

« Ce projet m'a donné un portrait assez juste pour une production réellement interactive (une BD où l'on pourrait par exemple vraiment altérer le court du récit et modifier les finales). (...) Côté temps de production, j'ai mis pas moins de cinq mois d'énergie à temps perdu sur ce projet, incluant le découpage technique, la recherche graphique, la réalisation des dessins, la coloration, le choix et la recherche musicale et finalement l'intégration en Flash. Le résultat ne m'a pas déçu » raconte Djief<sup>147</sup>, avant de prédire : « le monde du cyberspace va encore beaucoup changer dans les années à venir et les grands sites vont avoir un besoin criant de contenus (c'est déjà le cas, malheureusement l'argent ne suit pas encore). On voit déjà des sites spécialisés en divertissement produire une

---

<sup>147</sup> <http://www.abdel-inn.com/histoires/1294-djief-le-pinceau-interactif>

grande quantité de court dessins animés ou de jeux en Flash. Je pense que la BD interactive saura un jour se tailler une place sur la toile ».

La limite de la bande dessinée numérique reste cependant son interactivité même. Si l'animation d'une case renvoie dangereusement au dessin animé, l'interactivité elle-même ne va-t-elle pas nuire au récit ? En parlant de *Sinkha*, un roman graphique publié sous forme de CD-Rom en 1995 et réalisé par Marco Patrito, Scott McCloud se pose la même question : « Ici, le but lui-même devient une pente glissante. Si des sons et des mouvements partiels créent une expérience où l'on peut s'immerger... est-ce que des sons ou des mouvements complets ne seraient pas plus efficaces ?<sup>148</sup> ».

### 3.2.2. Marie-Laure Ryan, l'interactivité et le numérique

Comme on vient de le voir, la BD de demain pourrait être, si l'on se base sur ces exemples pionniers, interactive. Marie-Laure Ryan chercheuse et auteur de nombreux articles sur les interactions entre narration et nouvelles technologies, s'est penché sur la question à travers l'article *Peeling the Onion : Layers of Interactivity in Digital Narrative*<sup>149</sup>, paru en 2005. Elle porte sa réflexion sur la question du récit et des nouvelles technologies, en axant plus spécifiquement son approche sur les jeux vidéos. Malgré la déconnexion apparente du jeu vidéo avec la bande dessinée interactive, les liens ne manquent pas, surtout si l'on part des deux exemples cités plus haut. L'auteur nous convie, comme le titre l'indique, à une petite séance d'épluchage, en reprenant la métaphore de l'oignon et de ses nombreuses épaisseurs pour illustrer l'interactivité.

Elle commence ainsi par citer quatre ouvrages, parus entre 2003 et 2004, portant sur le récit interactif. Deux d'entre eux sont qualifiés par Marie-Laure Ryan de superficiels. « They crow about the existence, both on the Internet and elsewhere, of a wide variety of interactive texts that involve a story » écrit-elle, pointant du doigt le fait que les auteurs ne dépassent guère le stade de l'observation dans leur approche résolument optimiste. Pour le troisième, écrit par Andrew Glassner, l'hypertexte « kills the narrative pleasure that we find in novels and movies ». Mais l'auteur voit cependant dans le jeu vidéo un terrain propice à l'innovation. Et comme le fait remarquer Marie-Laure Ryan, il finit sur une note

---

<sup>148</sup> *Réinventer la bande dessinée*, de Scott McCloud, p. 214

<sup>149</sup> <http://lamar.colostate.edu/~pwryan/onion.htm>

optimiste « One of the pleasures of thinking about story environments is that everything is still open : we haven't even begun to scratch the surface of what's possible. » Le quatrième auteur est plus pessimiste. Pour Chris Crawford, la créativité en récit interactif sera étouffée et freinée par l'industrie du jeu vidéo, qui n'aime pas prendre de risques (À noter que cette attitude n'est pas propre à l'édition de jeux vidéos, les grosses maisons d'édition de livres tendant en effet à privilégier les valeurs sûres, préalablement débusquées par les petites, au détriment d'une véritable politique innovatrice).

Pour Marie-Laure Ryan, le sujet ne se limite pas à un optimisme à toute épreuve. Sa représentation de l'interactivité dans le jeu vidéo est celle de l'oignon. Plus l'utilisateur – ou le joueur en l'occurrence – est amené à interagir sur le déroulement du récit, plus le type d'interactivité se rapproche du cœur de l'oignon. Avant d'entrer plus en avant dans la description de sa théorie de l'oignon, l'auteur s'emploie à définir ce qu'elle entend par interactivité : « the user's ability to provide input to the computer, and the computer's ability to adjust its behavior according to this input ». Elle ajoute plus loin : « For me a genuinely interactive text involves not only choice, but also a two-sided effort that creates a feed-back loop. The two sides can be two human minds, as in conversation or oral storytelling, they can be a human agent and the world, because the world "kicks back" when the agent performs an action ; or they can be can be a human and a programmable system, because a system can simulate a mind or a dynamic environment. » L'auteur distingue quatre formes majeures d'action du joueur dans un texte interactif. Ces quatre formes découlent de deux dichotomies distinctes : d'une part l'interactivité interne et l'interactivité externe (selon le point de vue que le joueur a du jeu, qu'on pourrait illustrer par *Doom* vs *Civilization*, à savoir respectivement une vue de ce que voit la personne et pour le second jeu, une vue aérienne, du dessus donc) et d'autre part l'interactivité ontologique ("existant indépendamment de l'être humain") opposée à l'interactivité exploratoire (selon que les actions du joueur vont affecter le déroulement du jeu).

Un peu à la manière du cuisinier qui épluche un oignon, Marie-Laure Ryan décortique ces quatre niveaux d'interactivités.

### 3.2.2.1. Premier niveau : l'interactivité périphérique

« Here the story is framed by an interactive interface, but this interactivity affects neither the story itself, nor the order of its presentation ». À ce niveau, l'interactivité reste périphérique. Elle n'influe pas sur le déroulement du récit.

L'auteur présente ici quatre cas bien distincts. En premier lieu, il y a celui du poème *Cruising* où Marie-Laure Ryan décrit une sorte de jeu dont l'objectif est de déchiffrer et d'avancer dans un texte. Puis elle se penche sur le cas de *Marginal* de Stuart Moulthrop. Il s'agit ici de révéler le contenu de pages opaques grâce à une sorte de loupe révélatrice. Elle évoque ensuite le cas d'un CD-ROM dont elle est le co-auteur. L'idée est de permettre à l'utilisateur de découvrir l'histoire d'un village d'Amérique via une visite des maisons, des témoignages de fantômes, des documents... Enfin, le dernier exemple tourne autour de la série *Spooks*<sup>150</sup>, diffusée par la BBC. Celle-ci met en ligne à chaque fin de diffusion d'un nouvel épisode une sorte de fan-kit relatif aux derniers événements qui permet à l'*aficionado* de se replonger dans l'univers de la série. Mais l'interactivité reste ici limitée. L'utilisateur ne fait finalement que suivre un chemin balisé, où l'histoire ne varie pas d'un iota.

Ce niveau correspond aux deux présentations de BD interactives, citées plus haut : *Le tueur* et *L'oreille coupée*. Les niveaux qui suivent sont donc les pistes et les voies dans lesquelles la BD interactive pourrait s'engager, si son interactivité est développée.

### 3.2.2.2. Deuxième niveau : l'interactivité affecte le discours narratif et la présentation du récit

« On this level, the materials that constitute the story are still fully predetermined, but thanks to the text's interactive mechanisms, their presentation to the user is highly variable » explique l'auteur. Pour illustrer son propos, Marie-Laure Ryan use ici du site Internet dédié à l'expédition de Lewis et Clark<sup>151</sup>. Le site est structuré comme une anémone de mer, nous dit-elle, en indiquant qu'il permet d'une part à l'utilisateur de s'intéresser et d'aller directement à des points précis du voyage des deux explorateurs et d'autre part, de suivre un chemin que le visiteur personnalise, selon ses choix (continuer

<sup>150</sup> <http://www.bbc.co.uk/drama/spooks/interactive.shtml>

<sup>151</sup> <http://www.pbs.org/lewisandclark/>

sur une voie ou faire demi-tour...). Ce dernier peut à tout moment revenir à la « tête » de l'anémone, autrement dit au journal, pour se rediriger où il le souhaitera. Autre exemple, ici de lecture hypertextuelle. Marie-Laure Ryan, en citant *Afternoon* de Michael Joyce décrit ainsi un labyrinthe, sans début ni fin. Un texte au demeurant bien construit, car composé de 539 pages-écrans reliées par 950 liens<sup>152</sup>. Si le lecteur se limite à la lecture « simple », il n'aura accès qu'à 35 pages. S'il veut appréhender la pleine dimension de l'œuvre, il lui faudra aller plus loin, quitte à revenir sur des passages déjà lus, où de nouveaux liens seront apparus. Mme Ryan explique ainsi qu'un récit de cette complexité nécessite, pour ne pas perdre sa cohérence, une structure en forme d'arbre (tree structure). Celle-ci permet un contrôle strict de la logique des relations. Mais comme l'auteur l'explique, « the tree structure constitutes the easiest way to penetrate the next layer of the onion, but it is also the least interesting, because the reader – or user – does not get more out of the system than what the author put into it. To take interactivity to the level of story without freezing the narrative content of the text, we need more flexible schemes. »

Ce deuxième niveau est tout à fait adaptable à la bande dessinée. Pour reprendre le cas d'*Afternoon*, il suffirait de remplacer le texte par des cases pour créer un récit bien construit, offrant une nouvelle expérience de lecture.

### 3.2.2.3. Troisième niveau : l'interactivité crée des variations dans une histoire partiellement pré-définie

« On this level the user play the role of a member of the storyworld , and the system grants him some freedom of action, but the purpose of the user's agency is to progress along a fixed storyline, and the system remains in firm control of the narrative trajectory. This type of interactivity is typical of computer game, such as : adventure games, shooters, mystery-solving games ».

Dans ce type de jeu, nous sommes confrontés à trois types de participations possibles. D'une part une participation interne (l'utilisateur a un avatar dans le monde qui traduit une présence physique dans celui-ci), d'autre part une participation exploratoire (se

<sup>152</sup> <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/Afternoon.htm>

promener dans le monde) et enfin une participation ontologique (pouvoir de changer le monde et son destin).

« The dominant narrative structure for ontological participation is the archetypal story of the quest of the hero, as described by Vladimir Propp and Joseph Campbell. » On a donc ici l'idée de tâches à effectuer pour progresser dans le jeu, avec une certaine latitude dans la narration découlant des divers choix offerts au joueur. Marie-Laure Ryan met par la suite en relation la formule gagnante de cette « troisième peau d'oignon » avec son fort succès, ajoutant que de nombreux joueurs jouent moins pour l'histoire que pour les sensations éprouvées (compétition, équipes...). L'auteur cite après Chris Crawford, qui explique que le récit n'est pris en main par un professionnel qu'aux derniers stades de développement du jeu. L'approche inverse (partir d'un récit) ne convainc pas Marie-Laure Ryan, qui met en avant la difficulté d'adapter le récit. D'où l'idée avancée de développer les deux conjointement. On ne manquera pas de faire le rapprochement avec la bande dessinée. Autre type de jeu à ne pas convaincre la chercheuse, celui alliant extraits de films et jeu. Si le joueur souhaite connaître la suite de l'histoire, il doit franchir les obstacles et passer les niveaux. Dans le cas inverse, il en sera quitte pour une intense frustration. Ce n'est pas sans réserve que l'auteur propose une solution : inclure dans le jeu des morceaux du récit (à l'exemple du mythique *Myst* où l'auteur découvre au gré de feuilles volantes, de panneaux... l'histoire du lieu). Autre variante jugée plus prometteuse : la création d'un monde dont les places (grottes, églises, châteaux...) possèderaient leurs propres légendes. Marie-Laure Ryan conclut ce chapitre en pointant du doigt le manque de diversité des jeux d'aujourd'hui, dont les actions varient finalement bien peu (se frayer un chemin parmi les méchants à coups de baguette magique, épée, sorts, pistolets lasers...).

Là encore, ce niveau est adaptable en bande dessinée. Il renvoie directement aux livres interactifs (caractérisés par la collection des « Livres dont vous êtes le héros »). Ce que permettrait en revanche un support numérique, c'est la possibilité de créer une ambiance adaptée au déroulement du récit, avec l'apparition de cases qui s'inspireraient du modèle de *L'oreille coupée*.

#### 3.2.2.4. Quatrième niveau : la génération du récit en temps réel.

« On level 4, stories are not pre-determined, but rather, generated on the fly out of data that comes in part from the system, and in part from the user. Every run of the program should result in a different story, and the program should therefore be replayable ».

Nous touchons ici à ce qui se fait de plus récent en matière de jeux vidéos. Nous entrons en effet dans le domaine de l'intelligence Artificielle (AI/IA). Bien que nous soyons encore loin d'un R2-D2 en puissance (le petit robot bleu et blanc de Starwars), nous touchons néanmoins à un élément fondamental : la capacité du programme à générer des attitudes calquées sur les décisions de l'utilisateur. Marie-Laure Ryan nomme ainsi Holodeck l'univers généré où le joueur peut interagir avec le déroulement de l'histoire.

Elle en décrit ici les grands points :

« The technical and phenomenological characteristics of the Holodeck are as follows:  
1) The user acts in the virtual world through language and gestures. He has total freedom of behavior.  
2) Characters are driven by AI modules and respond intelligently to the user's actions.  
3) Each different action of the user creates a different response from the system and consequently generates a different story. The system is able to construct an infinite number of appropriate responses.  
4) The Holodeck creates three forms of immersion: spatial (thanks to the 3D environment), temporal (the action takes place in real time), and emotional (the user deeply cares for his avatar) ».

Si nous sommes aujourd'hui limités technologiquement, nous le sommes aussi dans la latitude allouée à un programme. Il s'agit ici de ne pas permettre n'importe quoi, de peur, entre autres de déboucher sur des situations non-voulues par le créateur. L'un des risques étant la perte de structure du récit. A contrario, l'idée est de permettre l'autonomie du joueur dans le récit. Face à ce paradoxe, l'idée du compromis s'impose.

Marie-Laure Ryan propose donc la structure suivante, sur laquelle viendra s'ajouter l'interactivité, un peu à la manière d'un squelette, que l'utilisateur recouvrira à sa guise de chair, de muscles, de peau...

Histoire = Début + milieu + fin

Début = Découverte

Milieu = Arrivée d'une complication + situation de crise

Fin = Résolution de crise + épilogue

Le quatrième niveau pose le même problème technologique à la bande dessinée qu'au jeu vidéo. Qui plus est, le programme devrait être en mesure de générer un type d'image assorti au contenu narratif. À moins de revenir à un système de parcours pré-défini, l'entreprise s'annonce difficile. Difficile mais pas impossible. Pourquoi ne pas imaginer une structure narrative constituée de blocs indépendants d'actions (comprendre des chapitres constitués de cases interactives) ? En se basant sur la structure proposée par Marie-Laure Ryan qui garantit un point de départ et un autre d'arrivée, on peut concevoir un modèle où le lecteur serait confronté à une série de choix. Ainsi, en cliquant sur un téléphone ou un journal (à l'image des possibilités offertes dans *L'oreille coupée*), le récit prendrait une tournure spécifique au sein d'un bloc d'actions cohérentes entre elles. La dernière de ces actions introduirait un nouveau bloc d'actions, assemblées, toujours en gardant cette idée de cohérence, pour suivre la voie adoptée par le lecteur-interacteur.

Il s'agit ici d'une simple proposition visant à montrer que la bande dessinée interactive peut s'articuler de bien des façons autour d'un récit.

#### 3.2.2.5. La formule miracle ?

La formule miracle n'est cependant pas trouvée, nombre de concepteurs se divisant encore sur la stratégie à adopter. Une idée proposée étant, par exemple, d'influencer « dans le bon sens » les décisions du joueur-lecteur, plutôt que de le placer dans des rails. Pour illustrer son propos, Marie-Laure Ryan met en avant le cas de *Façade* de Michael Mateas et Andrew Stern. Ce jeu vidéo présente ainsi la particularité de placer le

joueur au beau milieu d'une dispute de couple. À lui d'en placer une (pas toujours évident) et, par ses paroles, essayer de dénouer le problème. On retrouve bien ici la structure du récit, comme reconstitué par l'auteur :

“*Exposition*: Grace and Trip welcome the visitor to their apartment, and engage in small talk with their guest. *Crisis*: The small talk degenerates into an argument between Grace and Trip that exposes the disastrous state of their marriage. *Denouement*: The visitor is asked to leave”.

Bien qu'elle ne le présente pas ainsi, Marie-Laure Ryan fait noter l'astuce des créateurs qui évitent un dérapage du récit grâce à la dispute du couple, dont la conversation houleuse reste « égoïstement » axée sur les problèmes rencontrés dans leur vie commune.

Autre exemple donné : celui du jeu désormais culte *The Sims*. C'est avec le second opus que le joueur a reçu la capacité de créer véritablement des récits. D'une part, de façon mineure, via des captures d'écran, qui lui permettront de reconstituer une sorte de mini-bande dessinée. D'autre part, via le jeu lui-même. Pour l'auteur, du fait que le joueur ait une idée en tête lorsqu'il fait agir un personnage, chaque clic de souris devient en quelque sorte un mot de son histoire qui est écrite. La personnalisation va jusqu'à permettre à l'utilisateur d'écrire la biographie de la famille créée dans un livre. Les possibilités d'un jeu comme *The Sims* sont donc énormes et à la fois curieusement restreintes à une vision très étroite du monde : la maison. On notera de même que le jeu n'a finalement à la base aucun scénario, et qu'il tend à évoluer non pas sur le récit, mais sur les fonctionnalités (*add-on...*).

Avant de clore son épluchage, l'auteur distingue rapidement une cinquième épaisseur dans l'oignon : la méta-interactivité. « On this level, the interactor is not consuming the onion, but rather, preparing new ways to cook it for other users, such as designing a new level for a computer game, creating new costumes for the avatar, introducing new objects, associating existent objects with new behaviors, and generally expanding the possibilities of action offered by the storyworld » nous explique-t-elle.

Pour finir, Marie-Laure Ryan met en garde ceux à qui il viendrait l'idée de hiérarchiser ces quatre couches, de la plus fade (l'extérieure) à la plus goûteuse (l'intérieure). Elle fait également remarquer qu'un travail innovateur peut se distinguer par autre chose que son budget. « I am not saying that diversity of output does not contribute positively to aesthetic value, but rather, that a work can compensate for lack replay ability with other qualities. There are consequently good and bad solutions, success and failure, entertainment and boredom on all the layers of the interactive onion » conclut-elle.

Tout ce qui a été dit sur le jeu vidéo est applicable à la BD interactive, puisque les deux tendent à converger l'un vers l'autre. La bande dessinée devient jeu à partir du moment où l'aspect ludique apparaît, ce qui laisse présager une métamorphose de la BD, où sa finalité n'est plus d'être lue, mais parcourue. Bien entendu, cette perspective n'est envisageable que si un certain nombre de conditions sont remplies. Dans un premier temps, il faudrait que la BD interactive bénéficie d'une notoriété accrue, ce qui lui fait aujourd'hui cruellement défaut. Dans un second temps, une volonté forte, émanant d'une structure – maison d'édition de bandes dessinées et/ou de jeux vidéo – capable de commercialiser le produit, est impérative. Enfin, plus que jamais, la BD interactive doit être clairement définie. Où commence le jeu vidéo et où s'arrête la BD interactive ? Sans la résolution de ces trois problèmes, la BD interactive sera au mieux amalgamée au jeu vidéo ou, dans le pire des cas, restera lettre morte.

## Conclusion

Qu'est-ce que la bande dessinée ? Techniquement, un livre avec des dessins et des phylactères. Avec l'arrivée des nouvelles technologies, forte est la tentation de croire que les bouleversements ne font que commencer. Rien n'est plus faux. La BD franco-belge, incarnée par des icônes comme Hergé ou Franquin, a déjà subi d'énormes changements, notamment sous la pression des *comics* puis du *manga*. C'est pourquoi, aujourd'hui, la BD franco-belge telle que l'ont connu Morris et Peyo se meurt. L'appellation ne désigne plus qu'un format, à l'instar des *comics*.

Ce que l'ère du numérique apporte, ce n'est rien de moins qu'un nouveau format : celui de l'écran. Désormais, la bande dessinée s'affranchit de ses limites matérielles. Avec l'interactivité, qu'elle commence tout juste à explorer, le mariage de la bande dessinée et des nouvelles technologies a donné un enfant. Impossible de savoir aujourd'hui jusqu'où ira sa croissance. La BD interactive engendrera-t-elle une nouvelle descendance ? Une question à laquelle il est encore trop tôt pour répondre.

La BD interactive nous permet cependant de comprendre un point fondamental de la bande dessinée. Ainsi, ce qui a fait la grandeur de Franquin, c'est, entre autres, cette capacité à insuffler dans des dessins l'idée que ses personnages bougeaient. Et cela revient dans le *manga*, tellement apprécié pour ses mises en pages si pleines de vie, où les personnages fument, accompagnés d'effets graphiques étudiés. Un bon dessinateur de bande dessinée se démarque lorsqu'il parvient à générer le mouvement dans son travail. Finalement, n'est-ce pas ce vers quoi la bande dessinée a toujours tendu ? Ce que les nouvelles technologies apporteront à la bande dessinée, ce sera peut-être un vecteur pour reproduire encore plus fidèlement notre environnement, et ce par la seule chose que le papier ne pourra jamais donner à la bande dessinée : le mouvement.

# Sources

## *Les ouvrages*

BELLEFROID Thierry, *Les éditeurs de bandes dessinées*, Éditions Niffle, Bruxelles, 2005, 165 pages.

DAYEZ Hugues, *Le duel Tintin-Spirou*, Éditions Contemporaines, Paris, 1997, 256 pages.

GROENSTEEN Thierry, *L'univers des mangas*, Éditions Casterman, Bruxelles, 1991.

GROENSTEEN Thierry, *L'univers des mangas*, Éditions Casterman, Bruxelles, 1996, 136 pages.

GRAVETT Paul, *Manga : Sixty years of japanese comics*, Éditions Laurence King Publishing, Londres, 2004, 176 pages.

HART Christopher, *Manga, la BD facile*, Éditions Taschen, Paris, 2001, 144 pages.

JENNEQUIN Jean-Paul, *Histoire du Comic Book : des origines à 1954*, Éditions Vertige Graphics, 2002, 168 pages.

McCloud Scott, *Réinventer la bande dessinée*, Éditions Vertige Graphics, 2002, 256 pages.

SCHMIDT Jérôme, *Génération manga*, Libro, 2004

## *Les sites Internet*

### – d'actualité

[www.01net.com](http://www.01net.com)

[www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)

[www.lexpansion.com](http://www.lexpansion.com)

[www.liberation.fr](http://www.liberation.fr)

[www.zdnet.fr](http://www.zdnet.fr)

### – marchands

[fnac.mobivillage.com](http://fnac.mobivillage.com)

[www.amazon.com](http://www.amazon.com)

[www.ldldc.com](http://www.ldldc.com)  
[www.pixiz-bd.com](http://www.pixiz-bd.com)

– spécialisés BD

[bdream.vikingland.cc](http://bdream.vikingland.cc)  
[buzzcomics.net](http://buzzcomics.net)  
[nyc2123.com/](http://nyc2123.com/)  
[www.a-bd.com](http://www.a-bd.com)  
[www.abdel-inn.com](http://www.abdel-inn.com)  
[www.actuabd.com](http://www.actuabd.com)  
[www.bdparadisio.com](http://www.bdparadisio.com)  
[www.bdquebec.qc.ca](http://www.bdquebec.qc.ca)  
[www.bulledair.com](http://www.bulledair.com)  
[www.catsuka.com](http://www.catsuka.com)  
[www.du9.org](http://www.du9.org)  
[www.france-comics.com](http://www.france-comics.com)  
[www.iscariote.org](http://www.iscariote.org)  
[www.mangaverse.net](http://www.mangaverse.net)  
[www.moderntales.com](http://www.moderntales.com)  
[www.superpouvoir.com/](http://www.superpouvoir.com/)  
[www.toutenbd.com](http://www.toutenbd.com)

– blog (ou site d’auteur)

[auroreblackcat.free.fr](http://auroreblackcat.free.fr)  
[bellaminettes.com](http://bellaminettes.com)  
[catnipbox.free.fr/blog/](http://catnipbox.free.fr/blog/)  
[ciboulette.fr/blog](http://ciboulette.fr/blog)  
[pouet.is.free.fr](http://pouet.is.free.fr)  
[www.bouletcorp.com/blog/](http://www.bouletcorp.com/blog/)  
[www.lowbright.com](http://www.lowbright.com)  
[www.scottmccloud.com](http://www.scottmccloud.com)

– autres

[artslivres.com](http://artslivres.com)

[artslivres.com](http://artslivres.com)

[artslivres.com](http://artslivres.com)

[cerig.efpg.inpg.fr](http://cerig.efpg.inpg.fr)

[fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

[hypermedia.univ-paris8.fr/](http://hypermedia.univ-paris8.fr/)

[lamar.colostate.edu/~pwryan](http://lamar.colostate.edu/~pwryan)

[perso.orange.fr](http://perso.orange.fr)

[perso.orange.fr/erato/horspress](http://perso.orange.fr/erato/horspress)

[piscosour.free.fr](http://piscosour.free.fr)

[www.animeland.com](http://www.animeland.com)

[www.artelio.org](http://www.artelio.org)

[www.bbc.co.uk/](http://www.bbc.co.uk/)

[www.emule-mania.com](http://www.emule-mania.com)

[www.france5.fr](http://www.france5.fr)

[www.hyjoo.com](http://www.hyjoo.com)

[www.japantoday.com](http://www.japantoday.com)

[www.kodanclub.com/](http://www.kodanclub.com/)

[www.lisgar.net](http://www.lisgar.net)

[www.loc.gov](http://www.loc.gov)

[www.lowbright.com/](http://www.lowbright.com/)

[www.moonk.co.kr](http://www.moonk.co.kr)

[www.open-files.com](http://www.open-files.com)

[www.pbs.org/lewisandclark/](http://www.pbs.org/lewisandclark/)

[www.pcinpact.com](http://www.pcinpact.com)

[www.sfsite.com](http://www.sfsite.com)

[www.sne.fr](http://www.sne.fr)

[www.submarinechannel.com](http://www.submarinechannel.com)

[www.teleramaradio.fr](http://www.teleramaradio.fr)

[www.webspotter.com](http://www.webspotter.com)

*Autres sources*

Rapport 2004 de l'ACBD par Gilles Ratier

Rapport de Sylvain Coissard, de Juin 2006, pour XXX

Chiffres GFK et IPSOS

Electre.com

Catalogues et documents promotionnels des éditeurs respectifs

# Glossaire

*Anime* : Dessin animé japonais.

*Fansub* : Terme issu des mots fan et subtitle. Désigne la mise à disposition d'*anime* en version originale par des équipes (appelées *teams*), qui les sous-titrent.

*Jump* : Un format de *manga* proche de celui du livre de poche.

*Manga* : Littéralement « Image dérisoire ». *Manga* est le mot japonais pour BD.

*Mangashi* : Magazine de prépublication de *manga* au rythme hebdomadaire ou mensuel.

*Manhra* : BD chinoise.

*Manwha* : BD coréenne.

*Nouvelles technologies* : L'expression médiatique Nouvelles technologies concerne des domaines très évolutifs et divers de la technologie, pouvant tout aussi bien recouvrir, au sens large, toute la haute technologie et au sens étroit, les technologies de l'information et de la communication (Wikipedia).

*Otaku* : Fan. Désigne usuellement les passionnés de *manga*.

*Phylactère* : Nom officiel pour désigner la bulle, en bande dessinée.

*Scanlation* : Terme issu des mots scan et translation.

*Seinen manga* : Bande dessinée pour adultes.

*Shôjo manga* : Bande dessinée pour fille.

*Shônen manga* : Bande dessinée pour garçon.

*Spin off* : Entité formée par la division d'une plus grande. S'applique au cinéma, aux séries télévisées, aux bandes dessinées.

*Strip* : correspond à une bande de bande dessinée.

*Teams* : voir Fansub.

## Sommaire des annexes

**Annexe 1 .....p. 78**

Entretien avec Julien Falgas, alias Jif, webmestre du site Abdel-Inn

**Annexe 2.....p. 86**

Entretien avec François Capuron, responsable marketing aux éditions Delcourt

**Annexe 3.....p. 95**

Entretien avec Véronique Danac, alias Miss Gally, directrice de la collection mini-blog.

Interview de Julien Falgas, alias Jif, webmestre du site Abdel-Inn

**Bonjour Julien Falgas, alias Jif. Pourriez-vous présenter, en quelques phrases, votre parcours ?**

Passionné par le dessin et les arts plastiques depuis l'enfance, je me suis passionné pour la BD alors que je découvrais Internet. De fil en aiguille il m'a semblé naturel de diffuser mes modestes planches par ce biais. Détenteur d'un bac S, je m'oriente alors vers les Arts Plastiques par la voie universitaire, qui a l'avantage d'associer étroitement la théorie et la pratique.

**Vous êtes le webmaster d'Abdel Inn, un site dédié aux *webcomics*, ainsi qu'à l'animation. Pourquoi ce nom ? Pourquoi ce site ?**

Voyant qu'aucun site ne référençait ce type de contenus je me suis attelé à la tâche d'en créer un. D'abord sobrement baptisé `bd-en-ligne.fr.st` en fonctionnant grâce à un script concocté par Thomas Clément (`adbd.com`), le site évolue grâce aux technologies asp, puis php, et devient l'annuaire des bd en ligne (`abdel`) puis `abdel-inn.com`. La particule INN signifie « image numérique narrative », elle est aussi une manière de dire que ce site est une auberge (espagnole) à laquelle ses propres visiteurs contribuent par leurs commentaires et leurs suggestions.

Je m'égare un an en vaine préparation du Capes d'arts plastiques, pour replonger dans une maîtrise d'Arts Plastiques et en profiter pour remettre à plat mon expérience d'Internet, de la bande dessinée et des récits sur support numérique en général, à travers un mémoire intitulé « Toile Ludique, vers un conte multimédia | v 1.0 » (à télécharger depuis <http://www.abdel-inn.com/histoires/1300-toile-ludique-vers-un-conte-multimedia-v10>).

J'ai clos mes études en octobre 2005 par un DESS « contenus et projets Internet, option gestion et production de contenus web ». Je gère depuis septembre 2005 le site web de l'université Paul Verlaine – Metz, tout en poursuivant la maintenance d'Abdel-INN et en travaillant à de nouveaux projets de promotion de la création narrative en ligne francophone.

PS : mon pseudo, JiF, est apparu très tôt, fruit de la rencontre de mes initiales avec un format de fichier bien connu (gif).

## **La BD et les nouvelles technologies**

**Comment voyez-vous l'arrivée de l'informatique dans la réalisation des bandes dessinées ? (couleur via Photoshop, retouches, lettrage...). « Simple » mutation économique ou mutation plus profonde ? Quelles chances donnez-vous au papier face à l'écran ? Croyez-vous à un transfert massif des bandes dessinées sur écran et non plus sur papier ?**

L'informatique a renouvelé les procédés de création comme elle a révolutionné bien d'autres domaines. L'infographie a simplifié certaines choses, encouragé certaines

esthétiques et les artistes se la sont appropriée comme ils se sont approprié toutes les autres évolutions technologiques passées. La bande dessinée n'aurait jamais vu le jour sans la possibilité de reproduire des dessins en grande quantité, ne l'oublions pas. L'informatique a quant à elle été à l'origine du jeu vidéo, qui est un médium encore très jeune et pourtant écrasant sur le plan économique. Seul l'avenir nous dira si d'autres formes peuvent apparaître, disparaître ou persister.

Cependant, Internet révolutionne également la diffusion des œuvres. Le secteur musical en fait l'expérience et défraie la chronique autour de ces questions... Mais la BD n'est pas en reste. Aux États-Unis, Internet lui a offert une nouvelle chance, pour sortir de sa niche économique tournée vers l'adolescent masculin : l'image d'immatunité véhiculée par le *comics* outre-Atlantique a encouragé les auteurs à se lancer sur le web. Aujourd'hui c'est un marché qui se structure, et qui compte déjà de nombreuses success stories. En Asie, et particulièrement en Corée, le chiffre de 43 millions de dollars est tombé à propos du marché des BD en « pay per view ». Il semble que la BD francobelge ait un certain « retard » en la matière, favorisé par l'embellie du marché de ses dernières années, par notre retard culturel en matière de nouvelles technologies et par la reconnaissance du médium par le milieu artistique et culturel.

### **Le *webcomics***

#### **Quelle serait votre définition du *webcomics* ?**

Les *webcomics* sont des bandes dessinées diffusées sur Internet, et de plus en plus créées en priorité pour ce support. Là où la diffusion numérique d'un récit conçu pour le papier avait tendance à le déprécier, la création du récit pour le support numérique a permis et permet encore des inventions narratives inédites... Au point de brouiller les frontières avec d'autres médiums tels que le jeu vidéo ou le dessin animé.

#### **Qui sont les lecteurs du *webcomics* ?**

Ce sont d'abord des internautes. Historiquement des hommes jeunes et éduqués... Mais aujourd'hui ce stéréotype est battu en brèche, car la parité s'est largement instaurée sur Internet, et parce que toutes les catégories socio-professionnelles y sont représentées. Cependant ceux qui sont sans doute le plus attirés par un moment de détente sur Internet restent les employés de bureau, et les jeunes qui peuvent surfer le soir tout en chattant avec leurs amis.

#### **Quelles sont, à votre avis, ses principales forces ?**

outre-Atlantique la force du *webcomics* est d'avoir permis la médiatisation d'autres récits que les récits de super-héros. Cela a constitué une bouffée d'air non négligeable pour un secteur en récession à cause de son image « prépubère ». C'est du moins le discours tenu par des gens comme Joey Manley ou Scott McCloud.

Sous les cieux « francobelges », la bd en ligne a plutôt été un moyen pour les jeunes auteurs de publier leur travail autrement que dans des fanzines à la distribution

complexe et limitée. Depuis le phénomène « Frantico » (un pseudonyme attribué à Laurent Chabosy, récemment récompensé à Angoulême pour son oeuvre sous le pseudonyme de Lewis Trondheim) et la popularisation des « blogs-bd » (qui ont déjà leur festival !), quelques auteurs amateurs ont pu accéder à l'édition professionnelle, et de nombreux jeunes auteurs pros (tel que Boulet, qui dessine désormais les albums de la série Donjon) profitent de ce support comme d'un moyen de libre expression.

La force du *webcomics* est intrinsèque à Internet: les limites spatiales sont abolies, tant dans les formats des oeuvres que dans les communications entre les personnes.

### **Et ses faiblesses ?**

Le principal obstacle qui reste à franchir, est celui de la professionnalisation. Si outre-Atlantique, et en Asie le *webcomics* devient un marché à part entière... Il n'en est rien dans la francophonie, où il reste perçu comme un moyen de faire ses armes avant d'être repéré par un éditeur. Toute la difficulté est de bâtir des modèles économiques viables. Les déboires du secteur musical, incapable de s'adapter à ce nouveau support de diffusion et contraint de ramer à contre-courant (en défendant becs et ongles des lois jugées liberticides), montrent que rien n'est moins simple.

Pour beaucoup une autre faiblesse de cette forme de création est la qualité. D'une part la technique n'offre pas encore quelque chose d'aussi fonctionnel et attractif qu'un livre (mais les choses ont déjà fortement évolué, le haut-débit nous permettant de publier des images bien plus précises qu'il y a quelques années). D'autre part, la facilité d'accès permet à tous de mesurer la piètre qualité d'un certain nombre de productions. Là où ailleurs la barrière de l'édition et de l'acte d'achat filtre les oeuvres avant leur lecture, Internet permet de tout lire et de constater que tout n'est pas toujours à la hauteur. Graphiquement, on observe tout de même une nette amélioration depuis plusieurs années, fruit de nouvelles générations d'auteurs qui maîtrisent mieux les outils numériques... Sur le plan narratif, il reste beaucoup à faire.

### **Le *webcomics* reste une création récente. Quel potentiel lui donnez-vous ?**

Il est important, ne serait-ce qu'en se basant sur les résultats économiques actuels de l'Asie et du monde anglosaxon. Si comme ailleurs la francophonie accuse une demi-douzaine d'année de retard, on peut espérer de beaux jours pour la bd en ligne dans les prochaines années.

Sur le plan artistique, son potentiel n'est ni meilleur ni moins bon qu'un autre medium. Les artistes s'approprient des outils et des formats avec la même inventivité: il n'en est pas qui soit intrinsèquement meilleur qu'un autre. Cela fait belle lurette que la peinture est tombée de son piédestal.

### **Quel est pour vous l'enjeu essentiel du *webcomics* aujourd'hui ?**

Comme je le disais, l'enjeu est d'une part sa professionnalisation, d'autre part sa diversification pour offrir des récits plus variés et de meilleure qualité.

Pour les francophones, il va sans doute falloir faire tomber la barrière linguistique pour toucher un public plus large, sans quoi la professionnalisation restera compromise.

**On a pu voir des réalisations comme *The Killer* (adaptation de la BD *Le tueur*) ou encore *L'Oreille coupée* faire leurs apparitions. Pour vous, a-t-on toujours affaire à de la BD ? Où situer la limite entre dessin animé et BD ?**

Comme je le disais, un artiste s'approprie des formats et des moyens sans forcément chercher à entrer dans une case. BD ou dessin animé, la question est sans importance en dehors de l'ergotage théorique. La BD elle-même est une œuvre hybride entre l'écrit et l'image fixe, alors pourquoi ne pas l'hybrider avec l'image en mouvement ou le son ?

**Quel est « l'intérêt » de ce genre de BD ?**

Leur intérêt est de parvenir à tirer le potentiel narratif de chaque médium utilisé. Tout comme la BD parvenait à ce que « Les dessins, sans ce texte, n'auraient qu'une signification obscure ; le texte, sans les dessins, ne signifierait rien. » (selon les mots de Töppfer, considéré comme l'inventeur du médium), ces récits en ligne font en sorte que le son et l'animation deviennent nécessaires à la compréhension du récit.

**Seven 7, en partenariat avec Lelombard, a sorti une version BDVD de *Thorgal*. Qu'en pensez-vous ?**

Je n'ai pas eu l'occasion de voir ce BDVD, mais le précédent opus « *Le Manoir* » n'était pas trop mal réussi. Bien que, contrairement à « *The Killer* » ou « *L'Oreille Coupée* », on ne puisse pas avancer à son rythme dans la lecture. Tout l'intérêt de mixer BD et animation est de pouvoir passer d'une lecture libre à une lecture subie (où les images défilent sans qu'on ait de prise sur elles)...

**Que pensez-vous du concept de BDVD en général ?**

Amusant... Mais le format DVD conduit le lecteur à la passivité, là où la diffusion en ligne le rend acteur de son parcours. Je suis tout de même heureux que « *Le Manoir* » ne soit pas resté lettre morte.

**Le piratage**

**Vous avez présenté dans votre site quelques articles sur le « piratage » des BDs. Quel est votre opinion à ce sujet ?**

Je ne vois pas comment l'on peut pirater des albums. J'ai beau lire de monceaux de BD en ligne, les BD « papier » me semblent illisibles lorsqu'elles sont portées à l'écran sous la forme de simples scans. Les bibliothèques permettent de lire bien assez d'albums de manière légale... Mais toutes n'ont pas forcément un aussi bon catalogue. Cependant, la BD reste un produit coûteux et prestigieux pour les francophones. Les éditeurs et les auteurs de la « Nouvelle Bande Dessinée » sont

certes parvenus à légitimer ce medium dans le monde artistique et culturel... Mais ils ont dû pour cela miser sur le prestige de l'objet. Les conséquences sont assez tristes: collectionnisme accrue, élitisme d'un certain lectorat « bobo »... J'espère que le faible coût de la lecture en ligne permettra de démocratiser à nouveau un medium initialement « populaire », mais dont le microcosme ressemble de plus en plus à celui de l'Art contemporain.

Pour en revenir au piratage, il ne faut pas non plus négliger l'usage abusif du code de la propriété intellectuelle, qui est fait par certains éditeurs et ayant droit. Il n'est pas normal qu'un journaliste ou un enseignant ne puisse baser son argumentation ou son explication sur des extraits librement sélectionnés. Les éditeurs choisissent ce qui paraît et livrent des dossiers de presse tout fait. La fondation Hergé s'attaque sévèrement à la moindre reproduction d'une case de Tintin qui n'aurait pas eu son assentiment (moyennant finances). Fort heureusement, la BD en ligne ne souffre pas de ces travers, qui handicapent fortement sa grande sœur dans la constitution d'un véritable discours critique.

Enfin, le piratage numérique me semble être une forme de fatalité, qui démontre que l'on ne peut sans doute plus baser la rétribution des auteurs sur seul résultats de ventes. Les oeuvres deviennent des objets gratuits pour attirer du public, le fidéliser, entretenir l'esprit d'une marque, et pour vendre des produits physiques (l'iPod base une part de son succès sur de la musique vendue quasiment à prix coûtant sur le portail iTunes : Mac a cassé les prix de la vente de musique en ligne pour s'octroyer 60% du marché des baladeurs). Les auteurs doivent certes jouir de l'exploitation commerciale lorsqu'elle existe... Mais à la base c'est la création qui doit être soutenue. Les modèles pour y parvenir restent à inventer et à développer.

**Pensez-vous qu'il soit amené à s'étendre (cf. musique et cinéma) ou au contraire, que son impact restera limité ?**

Le piratage de BD « papier » a peu de chances de s'étendre tant qu'on ne disposera pas d'écrans offrant une qualité comparable et de terminaux aussi pratiques qu'un livre... Mais la création en ligne doit se poser la question. Si elle s'oriente vers des modèles traditionnels de « pay-per-view » et d'abonnements, elle se heurtera inévitablement à une part de piratage.

On sait, pour la musique, que l'échange de fichiers a permis à des artistes de se faire connaître. Les petits en bénéficient, et les gros en pâtissent. L'échange de fichiers doit être considéré comme inéluctable, et les modèles de création et de diffusion doivent le prendre en compte.

**Lorsque vous voyez des sites comme BDream (scan de BD franco-belge) ou iscariote.org (translation), quels sont vos réactions ?**

Je ne connaissais pas ces sites.

Les traductions de BD asiatiques font - je crois - beaucoup pour ces dernières. Tout comme l'engouement d'une certaine communauté pour telle ou telle série TV US échangée en peer peer, l'engouement des otakus francophones permet sans doute aux éditeurs de mieux cibler les oeuvres prometteuses. Nul doute que les fans achèteront le livre s'il venait à sortir en Français.

Les scans de BD francophones posent plus de problème. Toutefois l'aura de l'objet «livre» me pousse à penser que l'usage principal de ces sites est la découverte d'œuvres (tout comme on le fait en bibliothèque) et peut déboucher sur des achats en fonction des moyens de chacun. Il ne faut pas perdre de vue que le prix d'un album est prohibitif pour beaucoup, je doute qu'une part importante des téléchargements de BD se fassent au détriment de la vente. Même pour la musique, qui est bien plus intéressante à dématérialiser qu'un album de BD, bien des analyses ont montré que le piratage servaient bien souvent plus à la découverte qu'à se substituer à l'achat.

### **Approuvez-vous ?**

Oui et non. Non, parce que cela se fait hors de toute légalité et de tout respect du droit des auteurs. Oui, parce qu'il faut bien en passer par là pour entrevoir les opportunités qui s'offrent pour le futur. Quand une bibliothèque numérique qui permettrait aux gens qui n'ont pas accès à une bibliothèque physique suffisamment achalandée de découvrir tout de même des livres et des BD ?

### **Vivre du *webcomics***

#### **Vous proposez un certain nombre de produits en vente, sur votre site, pour soutenir Abdel Inn. Est-ce que cela suffit aujourd'hui à couvrir vos investissements (temps, énergie...) ?**

La vente de produits ne m'a à ce jour rien fait gagner, je n'ai toujours pas atteint le seuil des 50€ nécessaire pour recevoir un chèque ;). La publicité est un peu plus satisfaisante, mais je n'ai pas le droit d'en dire plus: c'est interdit par Google.

Toutefois, on est bien loin de couvrir les investissements en temps, en énergie et en argent consentis depuis avril 2000. Les pubs ne sont apparues qu'à la fin de l'année dernière. Je paie un nom de domaine depuis 2002, mes parents ont payé des logiciels onéreux (plusieurs milliers de francs à l'époque) pour que je crée ce site dans la légalité, l'hébergement n'a pas toujours été gratuit (je remercie au passage mon hébergeur actuel qui m'accueille gracieusement sur son serveur).

Ce site est donc une affaire de passion. Mon retour sur investissement est l'expérience que j'en tire et qui m'a permis de me réorienter vers les métiers des contenus web.

#### **Le niveau de vie des auteurs de franco-belge a été évoqué notamment dans un interview de Bellamy, un auteur de BD interviewé par PCimpact (article que vous référencez). Il met entre autres en avant le fait que la majorité des auteurs de BD de franco-belge vit difficilement de son art. Qu'en est-il des auteurs de *webcomics* ?**

Les auteurs francophones n'en vivent pas, comme moi avec l'annuaire, ils font ça pour le plaisir et l'expérience. Certains auteurs anglosaxons en vivent, et même plutôt bien pour une poignée d'entre eux, certains rémunèrent même quelques

salariés (Ctrl+Alt+Del en particulier). J'imagine que les auteurs Coréens du pay-per-view en vivent également.

Le souci est l'inégalité des auteurs devant l'argent: sans effet de mode et engouement écrasant du public, rien ne se passe. En francophonie, Frantico n'a réussi que grâce à cela (mais le réseau de leaders d'opinions que doivent avoir Laurent Chabosy/Trondheim et ses hypothétiques comparses a sans doute fortement joué)... D'où l'importance de trouver des modèles qui rémunèrent les auteurs pour la création, indépendamment de leur succès futur.

**Si outre-atlantique, le *webcomics* fonctionne mieux, l'Europe (et la France) va-t-elle arriver au même stade ?**

On peut l'espérer... Bien que la conjoncture soit très différente, comme je l'ai déjà expliqué.

**Et si oui, dans combien de temps ?**

Les blogs ont déferlé chez nous avec 3 à 5 ans de retard, cela donne une petite idée de notre latence à assimiler les innovations du web anglosaxon.

**Que pensez-vous d'un site comme Lulu.com, qui propose de jouer le rôle d'imprimeur à la demande ? Pensez-vous que le *webcomics* va principalement servir de « révélateur de talents » pour de futurs auteurs publiables chez des éditeurs traditionnels ?**

C'est actuellement son rôle principal.

Lulu.com permet aux auteurs qui créent pour le format papier, de parvenir à un résultat concret. C'est tant mieux. De tels sites permettent aussi à des auteurs en ligne de proposer des livres comme « produits dérivés » de leur œuvre, ce qui est un bon moyen de trouver une rentabilité à son travail... Même si seul un large public pourrait leur permettre d'en vivre.

**Avenir de la BD**

**À l'heure du boom du *manga*, quel avenir voyez-vous pour la bande dessinée, quelle soit franco-belge, japonaise, états-unienne ?**

Depuis que le *manga* est en essors, on voit que la production mondiale s'en inspire, tout comme elle a pu s'inspirer du *comics* ou de la BD francobelge. Je crois que ces barrières de genre s'effritent et que l'important de lire de bonnes histoires, indépendamment de leur origine ou de leur format.

**Comment voyez-vous la bande dessinée dans 20 ans ?**

Un objet de collection des années 1990-2000

**Comment voyez-vous le *webcomics* dans 20 ans ?**

Un patrimoine qu'il faut sauvegarder, ce qui n'est pas une mince affaire, car 20 ans plus tôt on ne savait pas trop comment faire en sorte de conserver ce qui était produit sur le réseau.

Interview de François Capuron, directeur Marketing des éditions Delcourt.

**Bonjour François Capuron. Est-ce que vous pourriez vous présenter ? Parler de votre parcours...**

Et bien mon parcours est assez simple, puisque je suis rentré aux éditions Delcourt il y a maintenant 18 ans après avoir fait une formation d'édition à Villetaneuse. J'ai pu faire tous les métiers qui existent dans l'édition au fur et à mesure de la croissance des éditions Delcourt. Et j'ai passé pas mal d'années au niveau service éditorial, en tant que directeur éditorial également. Et depuis janvier 2005, je dirige le service communication et marketing.

**Merci. Les éditions Delcourt se sont dotées d'un site Internet. Quelles sont vos attentes et vos objectifs avec ce site ?**

Alors là on est en période charnière, dans la mesure où on est en réflexion pour refaire complètement ce site – ce serait la quatrième version je pense – pour lui donner justement une dimension un peu plus marketing. Par exemple, on a toujours pas de newsletter, ce qui est un problème. On a différentes choses comme ça sur lesquelles on a pris un peu de retard cette dernière année. Donc on va agir en conséquence. Et probablement début 2007, nous devrions avoir un site bien rafraîchi.

**Combien de pages sont consultées chaque jour ?**

Bonne question, je n'en sais rien (...) Je te donnerai les statistiques.

**L'objectif du site, c'est de rejoindre les lecteurs, de les tenir informé ?**

Aujourd'hui, le site, tel qu'il est conçu, est vraiment un lien avec le lecteur. C'est une vitrine, uniquement un catalogue sur le net, avec quand même – et c'est l'une des forces du site – une ouverture, la possibilité de répondre à des questions. Donc une interactivité qui est simple, mais qui fait la différence aujourd'hui par rapport aux autres sites. Maintenant, sans perdre cette dimension là, compte-tenu de l'évolution des réflexes des gens – recherche d'information, achat – il nous faut vraiment améliorer certaines performances et certaines parties du site.

**Comme les newsletter...**

Oui, on a par exemple aucun lien avec des sites commerciaux. Quelqu'un qui voudrait directement aller de notre site sur un site commercial aujourd'hui ne peut pas le faire. On a pas cette petite particularité là, cette petite option simple à mettre en place. Sur ça, c'est un retard qu'il faut combler.

L'idée c'est de se mettre en partenariat avec Amazon...

Dans ces cas-là, on ne peut pas se mettre avec un site en particulier sinon on se fâche avec les autres. Alors en gros vous avez Fnac.com, Amazon, Bd.net, alapage... Quatre sites, donc. Après c'est les gens qui choisissent. Mais nous, il faut qu'on reste très neutre par rapport à ce choix-là, au risque de se fâcher avec les trois autres, ce qui n'est pas vraiment le but du jeu.

**En 2003, vous avez lancé une opération promotionnelle basée sur un CD-ROM, qui proposait chaque jour un fond d'écran différent à l'utilisateur. Pourquoi l'aviez-vous fait ?**

Pourquoi ? Parce que chaque année, on s'évertuait à trouver une idée originale de prime pour les gens, qu'on avait déjà pas mal traité les calendriers, les ex-libris, les affiches. Enfin bon, des choses assez classiques. Et que là, il y avait vraiment une idée originale, qui n'avait pas été faite. Bon, on avait eu pas mal de demande également, des gens qui cherchaient des fonds d'écran, toujours. On en a pas de disponibles sur notre site parce que c'est une gestion un peu casse-pieds à faire. Là, c'était une manière de répondre aussi à cette demande. Maintenant, ça avait été assez compliqué à orchestrer, assez difficile à mettre en œuvre. Et d'un point de vue technique, c'est vrai qu'on avait eu quelques soucis. Pas mal de gens qui arrivaient pas à actualiser... On avait dû gérer. On avait pas créé de hotline mais c'était limite. Donc je dirais que c'était une expérience intéressante mais si elle était à renouveler, il faudrait qu'on s'entoure d'un certain nombre de précautions. Vraiment technique.

**Et l'approche de Delcourt en ce qui concerne les Nouvelles Technologies... Vous allez encore faire des incursions dans le domaine ?**

Je pense que dans le domaine des Nouvelles Technologies en général, ce n'est pas forcément à nous d'être leader. Je vais m'expliquer. Aujourd'hui, l'éditeur je crois le plus performant, c'est Dargaud, en terme d'outils commercial, marketing et communication. Parce qu'ils ont une position de leader sur le marché, ils ont des équipes, ils ont des moyens, c'est eux qui doivent tirer le reste des éditeurs. Nous, on fait encore avec nos moyens : on est encore un peu à l'ère du bricolage. Il va falloir que ça change. Mais ce qui est sympathique, qui est bien, qui fait cette différence qui nous caractérise aussi, qui fait qu'on est un peu plus sympa que les autres. Les perspectives autres liées au développement du net, j'ai pas l'impression que ce soit à nous, aujourd'hui, de les mettre en place, simplement parce qu'on a pas les équipes. Aujourd'hui on a pas de webmasters, on a pas d'équipes Internet intégrées aux éditions Delcourt. On continue à prendre sur notre temps libre... Moi, personnellement, je continue à gérer des choses sur le site sur mon temps libre. Je le fais pas dans le cadre du boulot, parce que je n'ai pas le temps. Le jour où on aura une structure, une équipe, des moyens, on pourra se poser des questions au moyen ou long terme. Là, premier objectif, rattraper le retard, se mettre au niveau, et ensuite, on verra bien.

**Ok. Je vais vous citer Vincent Montagne, le PDG de média Participation. Il dit « tous les éditeurs ont le sentiment d'un transfert progressif et donc de fond de commerce vers Internet ». Votre sentiment ?**

Ce n'est pas un sentiment, c'est une preuve. Il suffit de regarder les chiffres du commerce sur le net de la vente de bande dessinée. Et on constate que d'années en années, c'est un pourcentage qui croît. Aujourd'hui, on fait 4% de notre chiffre d'affaire via Internet. On gagne quasiment 1% par an. Donc c'est une réalité, c'est pas un sentiment. C'est factuel. Donc c'est clair : changement de mentalité des acheteurs, meilleures performances des sites commerciaux, résultat évidemment tout à fait positif. Donc aujourd'hui, ce sont des acteurs incontournables du commerce de la bande dessinée. Ce sont des libraires qu'il faut traiter de la même manière, avoir

les mêmes démarches. Au niveau commercial, notre diffuseur va les voir régulièrement, comme n'importe quel autre libraire, propose des opérations commerciales, négocie les remises... Et je pense, sans me tromper, que notre premier client, c'est Amazon.

### **Amazon ?**

Oui. La Fnac, c'est plus difficile de calculer son pourcentage parce qu'une partie de leur chiffre d'affaires passe par la SFL. C'est un peu tronçonné. Et eux-même, la Fnac.com, ont bien du mal à savoir quel est leur chiffre car ils doivent agréger un certain nombre de résultats. Dans les chiffres, ils sont un peu défavorisés par rapport à Amazon qui ne représente qu'un seul compte. Mais bon an, mal an, je dirai qu'ils doivent être à égalité en chiffre d'affaires. Mais Amazon est devant la Fnac Forum.

**Oui, alors si on prend BD.net, qui envoie une newsletter chaque semaine, et des sites comme Amazon ou la Fnac, qui offrent une visibilité assez réduite. C'est-à-dire qu'à la fois on a accès à toutes les BDs d'un fond et en parallèle, quand on va sur la page BD après quelques clics, on a affaire qu'à une sélection d'ouvrage mis en avant.**

Ça c'est le principe d'Internet et d'un site. Allez sur une page d'accueil DVD ou musique, vous n'aurez que quelques titres. Après, il faut aller dans le fond du catalogue. Quand on parlait de changement de culture de l'acheteur, c'est ça. Au fur et à mesure, les gens qui ont l'habitude d'aller sur ces sites-là, ils savent les utiliser. Ils savent où aller chercher l'information. Il y a quand même des moteurs de recherches qui sont extrêmement puissants et des outils extrêmement pratiques. Surtout la Fnac, par exemple, avec le système de bandeau, on peut télécharger des pdfs, donc si moi demain, je veux donner un catalogue thématique sur le *manga*, ils vont le mettre à dispo et chacun pourra le télécharger très très simplement. Ils relaient les opérations commerciales. Alors oui, ce n'est pas la même chose qu'aller en librairie avec le fac-ing, mais je crois que maintenant les gens intègrent cette façon de faire. Ils compensent ça par des ajouts d'informations, une approche qualitative au final du boulot.

**Pour parler d'Amazon, le site propose une fonctionnalité pour chercher au cœur du livre. Quel est votre sentiment par rapport à ce genre de contenu, qui dévoile le cœur de la BD...**

Aujourd'hui, il y a une limite. Je pense que c'est 5 pages. Normalement, c'est limité à ça. C'est un extrait, ça me pose vraiment pas de problème. On a même déjà par le passé fait publier des bouquins quasi-complets. Sur Internet, au jour d'aujourd'hui, moi je vois ça comme un outil de promo et une bonne manière de compenser l'impossibilité pour les internautes de prendre le livre en main et de le feuilleter. Je pense que tout un chacun, on a envie de regarder ce qu'il y a à l'intérieur du livre. Si Internet ne permet pas cela, en terme de visualisation, je trouve ça dommage. Moi, j'ai pas de réticence. C'est même quelque chose qu'on développera nous sur notre site. Je crois que ça s'appelle Read-Box chez Dargaud. C'est un site où la plupart des livres sont tout à fait feuilletables. Maintenant sur la majorité des sites d'éditeurs, vous avez cette option-là de feuilleter un livre.

**Oui, Read-Box, c'est limité aux 16 premières pages donc vous restez malgré tout...**

Il faut cette contrainte d'un nombre de page limitée. Après, évidemment, si vous permettez aux gens de lire la totalité d'un livre, ça commence à être nettement plus discutable.

**Et quel votre sentiment sur des réseaux ou des sites comme Emule ou BDream, par le biais desquels on peut télécharger des Bds scannées, généralement à partir d'exemplaires de bibliothèque.**

Ben ça a priori, c'est illégal, jusqu'à preuve du contraire. Il y a déjà eu pas mal d'actions en justices de gens qui se sont fait chopper. Des gens qui ont été punis par la loi, parce que ça en effet, parce qu'en effet, ils n'ont pas le droit de mettre à disposition l'entièreté d'un contenu qu'il soit livre, audio...

**Et vous le ressentez sur vos résultats ?**

Non, non. Aujourd'hui, ça reste un épiphénomène, donc s'il y a 10 mecs qui téléchargent le nouveau De Cape et De Croc au lieu de l'acheter. On en vend 70 000, donc c'est pas là-dessus que ça se joue. Je dis pas qu'il faut pas être vigilant à un moment ou à un autre, que des gardes fous soient installés. Je crois qu'on a l'avantage de passer après la musique, qu'ils en souffrent vraiment beaucoup. Et qu'au niveau législation, au niveau technologique, ce sont des gens qui ont déjà réagi, et qui sont en train de mettre en place un certain nombre de barrières par rapport à ça. Je pense qu'on en bénéficiera à un moment ou un autre. On est très loin d'être les premiers touchés par ce phénomène et on devrait bénéficier d'une certaine jurisprudence et puis de tout un travail pédagogique qui est fait auprès des gens. Ou pédagogique ou avec un côté gendarme. On voit des pubs à la télé qui disent : « si vous téléchargez ça, vous aurez tant de milliers d'euros à payer d'amende et vous irez en prison ». C'est un peu comme la sécurité routière : à force de dire aux gens qu'ils vont avoir des accidents, qu'ils vont mourir ou que ça va leur coûter très cher ou alors qu'ils auront plus le droit de conduire... Il y a un côté pédagogique si l'on veut rester positif. Pour l'instant ce travail là, on en bénéficie. Bon, on trouvera toujours des gens qui passeront outre, qui trouveront des systèmes, voilà. De là à en faire une véritable industrie et à nous concurrencer, il y a encore à mon avis un peu de chemin.

**Pour vous, la bande dessinée papier, c'est un monde à part du numérique ?**

Non, et d'ailleurs c'est des sujets qui nous intéressent et je crois que la meilleure chose à faire, ce serait qu'un éditeur s'empare des outils technologiques et le gère eux-mêmes. Idée assez simple, il devient de plus en plus difficile de gérer de gros fonds, parce que les libraires n'ont pas de place. Et donc comment maintenir en catalogue un titre que vous vendez à trois exemplaires par mois. Ça coûte de l'argent chez le stockeur, lorsque vous avez une éventuelle réimpression, il faut faire 3 000 ex., vous allez mettre 25 ans pour les vendre. Bon tout ça ce serait pas très réjouissant, donc la solution serait, à terme, de permettre aux gens, au cas par cas, de commander un livre qu'on leur imprimerait à façon ou qu'on vendrait à l'unité. Et ça c'est peut-être la meilleure solution qu'on pourrait trouver : anticiper sur l'attente des gens et leur offrir un service hyper personnalisé. Vous voulez le tome 1 de Julien Boisvert, qui ne se trouve plus en librairie, et bien nous, contre une somme rela-

tivement modeste, on va vous fournir une édition certes pas équivalente à celle qu'on aurait publié mais quand même de qualité. Et ça, ça permet de faire vivre des fonds de catalogue qui sinon auraient disparus. Et moi je ne dis pas que la bande dessinée va être protégée de manière indéfinie de ces risques-là.

Le gros problème des réimpressions... Je ne sais pas si vous connaissez Lulu.com, fondé par Bob Young, le fondateur de la distribution Linux. Qu'est-ce qu'il propose ? Il propose de mettre en ligne des produits culturels gratuitement et de les imprimer à la demande, ce dernier service étant payant.

Si ces gens-là viennent voir les éditeurs, qu'il y a des contrats qui sont fait aux éditeurs et aux auteurs, très bien. Ce sont des sociétés de service qui peuvent se développer dans un terreau tout à fait légal. Je pense que si lui le fait, c'est qu'il le fait légalement. Pour l'instant, je pense que ça se fait essentiellement dans des œuvres qui sont dans le domaine public ?

**Oui, en fait Lulu.com invite les internautes à confier leurs œuvres à l'entreprise. Elle joue en quelque sorte le rôle d'éditeur.**

Oui, je trouve ça très bien. Il y a de plus en plus d'initiatives de ce type, tout à fait intéressantes et qui ne sont pas incompatibles les unes avec les autres.

**Ce site propose notamment d'imprimer des BDs de particulier à la demande. Vous pensez qu'il y a du potentiel ?**

Pour l'instant pas énorme. Mais on ne peut pas le négliger. Il y a 10 ans, tout le monde se marrait en disant que personne n'irait acheter un fromage blanc ou un pantalon sur Internet. On était mort de rire. Donc je pense que ce serait faire insulte à l'avenir que de dire « non, non, il n'y a aucun potentiel ». À mon avis ce serait une erreur. Croire que le livre est sacro-saint et que les gens préfèrent avoir de beaux-livres dans leur bibliothèque, oui, aujourd'hui, c'est vrai, mais alors demain, la nouvelle génération n'en aura peut-être strictement rien à foutre. S'emmerder avec des bouquins qui prennent de la place, qui prennent la poussière, qui coûtent chers et qui vont finir un jour ou l'autre dans un carton dans une cave. On peut aussi voir les choses comme ça. Après c'est après des habitudes de consommation. Enfin, le livre, c'est pas un objet qu'il faut vénérer au-delà de toutes raison. Bon, moi je sais comment c'est fait : c'est un produit industriel et puis voilà. Ce qui compte c'est le contenu. Oui ça fait partie de notre culture. Le livre c'est important, en France peut-être même plus qu'ailleurs.

**La fameuse exception.**

Voilà, mais ce qui compte aujourd'hui, c'est que la loi Lang soit partagée au maximum. C'est plus ça le vrai débat. Il n'y a pas de risques aujourd'hui. Là, ce serait beaucoup plus dangereux que la loi Lang saute. C'est plus là le danger qu'Internet pour le moment.

**Je repars un peu sur la déclinaison DVD de Thorgal qu'a lancé le Lombard, en partant de l'album, et en le numérisant, en lui rajoutant des effets sonores...**

Non, c'est pas LeLombard, c'est une structure qui s'appelle Seven7.

**Et que pensez-vous de ce genre de gadget ? Vous pensez que ça peut aussi se développer ?**

Pour moi, aucun intérêt.

**Aucun intérêt ?**

Aucun intérêt. Pour moi, si on veut lire un livre, on prend un livre. Si on veut regarder un DVD, on prend un DVD. Mais adapter une BD sur un DVD... ou alors faut que ce soit super bien fait. On fait un film, mais un vrai film, avec des acteurs... Mais pour moi, c'est le cinéma du pauvre. Moi, j'ai jamais vu de résultat super, c'est vraiment assez ringard. J'ai pas vu ça, c'est peut-être super mais bon... Par contre, nous ce qu'on fait beaucoup c'est les bandes annonces. Sur un format court, 30 secondes, une minute pour Internet. On file du matos à une boîte, on file des images, on file des planches, les mecs nous font du montage avec de la musique, là c'est comme au cinéma. Mais on s'arrête là.

**Des bandes annonces... Un peu comme celles de BDparadisio.**

Oui enfin là c'est une démarche qui est développée par les éditeurs, par les auteurs eux-mêmes sur certains sites. Un peu comme ce qu'on avait fait pour *L'histoire secrète*. Là, c'est une pure démarche marketing et de com. Mais là sur leur démarche... Et c'est un autre métier ! Que oui, à la limite, il y ait une boîte qui vienne nous dire « ok, on veut absolument développer vos histoires en DVD et on vous paie 50 000 euros par histoire ». Là ok, je signe où ? Mais c'est leur métier.

**Oui, je me souviens de l'histoire du CD-ROM, vous aviez à l'époque fait la remarque que ce n'était pas votre cœur d'activité.**

Oui, on fait bien ce qu'on sait faire. On est éditeur de livres, on est pas éditeur de logiciels, d'applications, de DVD... On sait pas faire ça. Je saurai pas le vendre. Je sais pas vendre un DVD. Surtout vu le marché du DVD aujourd'hui, quand on voit ce qu'il est. Et je trouve ça entièrement antinomique et paradoxal de créer un produit qui se substitue au produit que tu fais toi au départ. Et pourquoi donner aux gens l'envie d'acheter plus des DVDs que la BD elle-même.

**Au Japon, il y a toujours cette idée du produit décliné sous toutes ses formes**

À titre expérimental ou occasionnel, pourquoi pas.

**Sur le *webcomics*, toutes ces bandes dessinées virtuelles qui « envahissent » les écrans, quel est votre sentiment ?**

Tout ce qui est blog par exemple ?

**Oui, enfin les personnes qui publient régulièrement tous les 3-4 jours un bout d'histoire.**

Je trouve ça génial. C'est un espace de création, d'ouverture, de liberté. Les gens se l'approprient, font ce qu'ils veulent. Le problème, pour moi, est parfois plus dans le

contenu, dans ce que les gens racontent. Mais c'est leur choix. Internet, ce qui est paradoxal aujourd'hui, c'est qu'au départ, ça devait être un espace d'ouverture vers le monde qui a tendance, aujourd'hui, à devenir un média tourné vers soi et qui développe l'égo. Les gens vont raconter leurs vies sur Internet, et vont passer des heures à raconter leurs journées au lieu de passer des heures à raconter ce qui se passe ailleurs. C'est plus une traduction d'un mal-être général de la société d'aujourd'hui, qui fait que les gens ont plus besoin de s'exprimer, de raconter leurs vies... C'est pas toujours des problèmes, ça peut être des choses très sympas, très drôles. Souvent il y a du pathos dans toutes ces bandes dessinées-là. On a besoin de s'extérioriser, on a besoin de raconter des choses et de parler de soi tout le temps. Il y a des psy, c'est très bien pour ça et il y a un vrai retour. Mais il y a des gens qui utilisent ça comme psychanalyste justement, mais c'est pas vraiment sous contrôle de professionnel. Après, hormis cette petite parenthèse-là, on va publier quatre bouquins dans les mois à venir qui sont extraits de blogs. Ça prouve bien qu'il y a des choses de qualité, des choses intéressantes « dignes d'être publiées ». Voilà, je suis pour, mais ce qui est bien, c'est aussi la liberté de l'Internaute. Si après deux pages lues sur Internet, ça nous fait chier, on passe à autre chose. On a pas à acheter l'équivalent d'un livre, et on se dit, mince, j'ai claqué 15 euros, je me suis fait avoir, c'est vraiment nul. Là, on juge tout de suite. On aime bien, on va voir régulièrement, on aime pas, on passe au suivant.

**Il y a quelques années, on avait pu observer l'expérience 00h00.com et là, on voit l'apparition d'éditeurs de bandes dessinées virtuelles. Et là justement, faut dépenser ses sous pour lire. Vous pensez vous lancer un jour là-dedans ?**

Non, pas du tout. Enfin, ça n'a jamais été abordé ici. C'est peut-être encore ici un autre métier. Peut-être que ça peut être une voie de développement que de mettre certains de nos albums en ligne contre un abonnement. Je pense pas que ça nous ait effleuré l'esprit mais ça ne peut pas être exclu.

**Sinon, en 2008, Les échos ont l'intention de passer une partie de leur publication sous format de l'encre électronique. Ces feuilles en noir et blanc vont permettre de réduire leurs coûts d'impression mais aussi à l'utilisateur de réactualiser le contenu de son journal en s'approchant d'une borne Wi-Fi. Vous pensez qu'il peut y avoir un développement vers la bande dessinée, que les éditeurs, pour réduire leurs coûts, pourraient être amenés à adopter cette technologie ?**

Je ne sais pas si c'est comparable. Là, on prend l'exemple d'un quotidien qui est réactualisé tous les jours, qui a des choses nouvelles à raconter tous les jours. Dans la bande dessinée, on est pas dans la même démarche. Il y a la notion d'œuvre unique. Une fois qu'elle est faite, elle est faite. Je ne vois pas trop la pertinence du principe d'actualisation...

**En fait, ça rejoint l'idée d'un e-book. L'utilisateur « feuillette » son œuvre unique sur un écran...**

C'est-à-dire, il télécharge son œuvre, ou achète une œuvre virtuelle ?

**Oui, c'est ça.**

Oui, ben je pense que ça peut tout à fait se faire. Quand j'évoquais ces problèmes de gestions de fonds, oui, on est pas obligé d'aller jusqu'à imprimer. On a vu nous, des gens qui nous le proposait, en terme de service, pour développer notre catalogue. Des gens qui ont développés des applications, très efficaces, rapides, tout à fait opérationnelles. Et qui nous disent : « est-ce que ça vous intéresse vous sur une partie de votre catalogue ? ». Des gens qui le font pour la presse. C'est la presse qui fait ça aujourd'hui. Ils bossaient avec des magazines d'aviations, et voilà : tu pouvais télécharger le numéro 22 sorti en avril 2002 à une vitesse effrayante. Et le moteur de recherche te donnait, lorsque tu tapais concorde, immédiatement tous les articles dans le numéro que tu avais acheté. Et ça peut tout à fait nous permettre de gérer une partie du catalogue comme ça. Ça, j'y crois plutôt pas mal. Ma problématique, c'est plus comment arriver à gérer un fond. Le problème de la librairie, il est plus là. Comment un libraire peut-il faire face à toutes les nouveautés qui sortent et garder en rayon tous les titres et les références qui existent. C'est toujours dommage de se dire qu'un livre va disparaître. Parce qu'à un moment, c'est pas que les gens ne s'y intéressent plus, mais à partir d'un moment, on n'est plus en mesure de leur proposer, de leur offrir. C'est un peu dommage.

**Et votre sentiment personnel par rapport à ça ? Entre une bande dessinée physique et une bande dessinée numérique ? Vous pensez qu'il y a un réel avantage, désavantage de passer de l'un à l'autre ?**

Pas forcément. Comme avant, pour le cinéma, avant que les ordinateurs existent. Les gens allaient en salle. Maintenant, il y a plein de gens qui regardent leurs films assis dans leur lit. Et puis ils ont adaptés leur type de consommation, leurs exigences... Donc si moi demain, on me propose un bel écran vertical, et qu'en un dixième de seconde il me tourne la page sur une petite impulsion, qu'il y a un bon éclairage, moi ça ne me pose aucun problème. Je serai même très content, parce que je pourrais enfin libérer la moitié de mes étagères des bandes dessinées et mettre autre chose dans mon appartement. Je pourrais enlever les Bds qui sont dans ma cuisine. Parce qu'un moment, elles sentent un peu le graillon. C'est un peu gênant. Si je pouvais avoir 1000 Bds, lisibles, de super bonne qualité, bien, sur mon ordinateur, là, avec grand plaisir. Tout comme la musique et tout comme le film.

**Et quid des dédicaces ?**

Alors là, si ça peut mettre fin aux dédicaces, alors là, j'applaudis des deux mains. Si on pouvait enfin mettre fin à ce phénomène. Mais non, parce qu'on ferait des dédicaces sur Internet. On mettrait en place un système pour retrouver Jean-Luc Masbou, de 15h à 17h, sur votre ordinateur à telle adresse. Et puis achetez une dédicace – parce qu'il faut que ce soit payant sinon c'est pas drôle – et vous la recevrez sur votre écran, elle sera personnalisée, et vous pourrez l'ajouter dans votre collection de BD, et si vous voulez l'imprimer avec une super bonne imprimante, et bien très bien.

**Et pour le côté authentique de la chose ? On peut effectivement se dire, c'est du copier-coller.**

Ben tu fais un système qui est en live. Tu mets une webcam, et tu vois ton dessinateur et il te fait ta dédicace en live. Bon maintenant, c'est plus pour rigoler parce que

les éditeurs ont un avis assez tranché sur le problème de dédicaces, les abus qui sont fait, les dérives, les dédicaces en vente sur ebay, les fausses dédicaces... On a vu Turf arriver à Angoulême, mort de rire, enfin un rire jaune, avec un *Nef des Fous* dédicacé : c'était évident que c'était pas lui qui l'avait fait. Alors le côté authentique... ça fait longtemps qu'on est plus dans un rapport authentique pour la majorité des gens dans cette quête éperdue de la dédicace. Parce que là on est dans un phénomène de collection complètement irrationnel, avec des gens qui font la queue pendant huit heures. Nous on utilise ce principe-là uniquement pour faire de la promo. On est content qu'il existe pour ça. Et puis c'est toujours intéressant pour un auteur de rencontrer les libraires, les gens. Mais n'importe quel auteur vous le dira, après deux albums et après deux tournées, on a compris on arrête.

### **Question finale : la bande dessinée dans 20 ans, vous la voyez comment ?**

Oh, et bien elle n'aura pas trop changé. Si on fait l'exercice inverse et qu'on regarde en 1986 comment elle était, ce qui est d'ailleurs exactement les dates de création des éditions Delcourt, elle était pareille. Il y a avait des éditeurs qui publiaient des livres. Il y a avait un marché qui était pas le même. Moins concurrentiel, moins professionnel, moins d'auteurs, moins de création... Je trouve qu'en vingt ans, ça c'est plutôt amélioré. Plus de diversité, plus d'émergences de nouveaux courants, apparition du *manga*, qui apporte des plaisirs de lecture et faut se priver d'aucun plaisir. Après c'est à nous de gérer tout ça. C'est à nous de faire en sorte que notre secteur d'activité soit préservé au mieux avec ses qualités propres. À la question, est-ce que les évolutions technologiques feront évoluer la bande dessinée... probablement. Probablement parce qu'on a tout de même une accélération très rapide du phénomène. Et ce qu'on a évoqué tout à l'heure avec la possibilité éventuellement d'avoir des bibliothèques virtuelles, avec un très grand confort de lecture. Ça peut tout-à-fait avoir sa place. Mais pour moi, dans vingt ans, il y aura toujours plein d'auteurs, il y aura toujours des librairies, il y aura toujours des livres, voilà, après... Mais c'est ce que je souhaite, ce que j'espère. Mais c'est pas forcément incompatible avec une autre manière de lire ou d'éditer du livre. Le mot édition, il s'applique pour l'audiovisuel, pour la musique, pour Internet, pour le livre. Ça reste un métier d'éditeur. Qu'on édite sur Internet ou sur le papier. Ça reste quand même le cœur de l'activité. L'objet livre, on est pas obligé de le garder. Tous ces manuscrits des siècles passés finiront en poussière, ou brûlés (*rires*), donc ça finira comme ça de toutes manières.

**Merci beaucoup François Capuron.**

Interview de Véronique Danac, alias Miss Gally, directrice de collection de Miniblog et auteur de *webcomics*

**Peux-tu te présenter en quelques mots ?**

J'ai 26 ans, j'habite à Nice où je tente de lancer ma carrière de dessinatrice après avoir travaillé 2 ans pour un éditeur de BD et 1 an en librairie.

**Comment es-tu venue à la bande dessinée ? (et *a fortiori* à en faire)**

J'en ai toujours beaucoup lu petite, mais je m'y suis remise y'a environ 8 ans de ça, en découvrant des séries plus adultes que *Boule et Bill* (c'est un exemple bien sûr). À partir de là c'est devenu une passion. J'ai commencé à en collectionner et surtout à en lire énormément. Parallèlement j'étais entrain de faire une école de commerce et ça ne me plaisait pas du tout, j'ai donc commencé à gribouiller, et l'envie à suivi.

**Avec quels outils travailles-tu ?**

Ca dépend. J'utilise principalement un critérium, puis un rotring pour encre, puis de l'aquarelle pour la couleur. Mais je bosse aussi sur ordi, au feutre, au pinceau, avec des plumes, de la carte à gratter, etc. J'explore quoi.

**Webcomics**

**Quelle est ta définition du *webcomics* ?**

Une bande dessinée sur internet.

**Quels sont à tes yeux les grands avantages du *webcomics* ?**

En général c'est gratuit, donc intéressant pour le lecteur. C'est un bon moyen pour l'auteur de montrer, au monde entier, sa production (et donc de se faire connaître si elle présente un intérêt). Disons que c'est une vitrine extrêmement accessible.

**Les inconvénients ?**

Comme avec tout sur internet, y'a trop de choses. Impossible de faire un tri, et globalement, vu que ce n'est pas payé, c'est souvent médiocre. Mais ce n'est pas une généralité heureusement.

**Tu vas travailler avec les éditions Danger Public, label de la Martinière, en tant que directrice de collection de miniblog.**

**Quel en est le concept ?**

C'est un petit livre de bande dessinée connecté à internet. On achète son Miniblog papier en librairie (à 1€), et, à la fin, un code est donné pour accéder à « quelque chose » sur internet. Ce quelque chose est en rapport direct avec ce que vous venez de lire. Ca change selon les auteurs et les projets

**Quel sont, à ton avis, les points forts et les points faibles d'une telle collection ?**

C'est un concept inédit dans le monde de l'édition puisque ici livre et net ne font qu'un. C'est un moyen différent de traiter 2 médias qui n'ont rien à voir (et donc un challenge pour l'auteur). En plus ce n'est pas cher. Le point faible se situe à la

distribution. Comme ce sont de petits livres les libraires ont peur de se les faire voler et en commandent moins.

### **Trouves-tu compatible ce retour au papier ?**

C'est pas vraiment un « retour » au papier. Ici le papier fait plutôt office d'amorce de l'histoire. Le web vient en complément, il est dissociable puisque l'histoire sur papier se suffit à elle même, mais on perd la moitié du travail de l'auteur si on y a pas accès...

C'est plutôt une sorte de fusion entre les deux, donc tout à fait compatible.

### **Qui sont les auteurs du *webcomics*, et plus particulièrement ceux que tu vas publier ? (âge, profession, vocation... ds les grandes lignes)**

J'ai pas leurs âges exactement mais c'est dans une fourchette de 22 à 33ans je pense. On a Allan Barte, Baril, Delfine, Loïc Secheresse, Louis Bertrand Devaud, Martin Vidberg, Miss Gally, Nancy Peña, Poipoipanda, Singeon

J'ai pas les professions de chacun, certains sont profs (Martin Vidberg et Nancy Pena), d'autres illustrateurs/auteurs (Allan Barte, Delfine, Loïc Secheresse, Miss Gally, Poipoipanda), d'autres étudiants ou employé en entreprise, ça varie.

### **Y a t il bcp de femmes dans ce milieu de la bande dessinée virtuelle ?**

Plus que pour la BD franco-belge traditionnelle, c'est sûr.

### **Si oui, pourquoi ?**

Peut être qu'elles sont timides et qu'elles trouvent, avec Internet, le moyen de partager une passion sans forcément se lancer dans un projet lourd. Mais ça concerne un peu tous les blogueurs (ou presque).

### **Un auteur peut-il vivre du *webcomics* aujourd'hui ou cela reste-t-il une activité annexe?**

À moins de bourrer son site de pub, d'avoir une grosse série à succès en ligne, et de vendre des produits dérivés... non je ne pense pas. Ca reste globalement dans l'optique du gratuit, difficile de vivre avec.

### **Et à long terme ?**

Je n'y crois pas trop... Il y a eu des tentatives qui ont toutes échouées. L'internaute à trop l'habitude d'accéder à du contenu gratuitement. Ca me semble très improbable à l'avenir. Ou alors sous des formes différentes de celles qui existent actuellement.

### **Tu possèdes un blog : [ciboulette.fr/blog/](http://ciboulette.fr/blog/).**

### **À quoi te sert-il ?**

Au départ à m'amuser, partager mes dessins, faire une petite vitrine sur internet. Et puis ça a pris de l'ampleur... Ca me sert d'outil de communication et même si j'y prends toujours autant de plaisir, l'objectif professionnel n'est jamais loin.

### **As-tu bcp de visiteurs ?**

Je dois être en moyenne à 4500 visiteurs uniques par jour, ce qui est très bon pour un simple blog

**Les blogs BD se sont multipliés sur le net ces dernières années. Quel regard portes-tu sur ce phénomène ?**

C'est bien ☺ Vive la diversité des styles, des personnes, des genres. C'est rigolo à observer. Bon y'a pas énormément de contenu de qualité mais de bonnes initiatives. C'est un phénomène d'émulation artistique qui ne peut qu'engendrer de bonnes choses.

**Comment vois-tu la BD...**

**Aujourd'hui ? (Secteur en général, situation éco., dynamisme...)**

Aujourd'hui j'en lis bien moins qu'avant. J'avoue être devenue très difficile. J'ai l'impression que tout se ressemble, tous se copient, qu'il y a de plus en plus d'albums médiocres. Mais c'est peut être une simple impression de vieille lectrice... Pour le reste le secteur produit trop, les librairies sont plus que surchargées, les indépendants en font les frais la plupart du temps. Surproduction quoi. Sans parler des *manga* qui prolifèrent et grignotent de plus en plus les linéaires aux albums traditionnels. Je ne dis pas que c'est mal, mais « moins et mieux » devrait devenir la devise de tous les éditeurs...

**Dans 20 ans ?**

Ca fait loin pour imaginer ce que sera la BD ! Franchement aucune idée. Ca se trouve la Terre aura explosé d'ici là.

# Table des matières

Sommaire	5
Introduction	6
<b>1. La bande dessinée traditionnelle</b>	<b>8</b>
1.1. Les principaux formats	8
1.1.1. Le <i>comics</i>	8
1.1.1.1. Comics et super-héros	9
1.1.1.2. Graphismes	10
1.1.1.3. Un modèle en crise	10
1.1.1.4. En France	12
1.1.1.5. Le lectorat des <i>comics</i>	13
1.1.1.6. Internet	13
1.1.2. Le <i>manga</i>	14
1.1.2.1. Particularité de la BD japonaise	14
1.1.2.2. Une forte croissance en France	16
1.1.2.3. Le public	16
1.1.2.4. Internet	17
1.1.3. La franco-belge	17
1.1.3.1. Un secteur en difficulté ?	18
1.1.3.2. Définition du genre	19
1.1.3.3. Le problème de la librairie	19
1.1.3.4. Le lectorat	20
1.1.3.5. Vers la parité du lectorat	21
1.1.3.6. Internet	22
1.2. La BD : à la croisée des styles et des passions	22
1.2.1. La BD hybride	22
1.2.1.1. Les deux vagues	23
1.2.1.2. À quand la troisième vague ?	24
1.2.1.3. Vers l'assimilation	25
1.2.2. Les communautés de fans	26
1.2.2.1. Le fan	26
1.2.2.2. La communauté de fans	27
<b>2. Vers la virtualisation</b>	<b>30</b>
2.1.1. Le support	30
2.1.2. Papier et stylo numérique	30
2.1.3. Avenir du papier	31
2.2. Évolution des supports de diffusion	32
2.2.1. Téléphonie mobile et bande dessinée	32

2.2.2.La BD et le jeu vidéo	34
2.2.3.Migration de l'offre	35
2.3. L'avenir de l'édition de BD	36
2.3.1.Une évolution majeure du monde de l'édition	36
2.3.2.Structures traditionnelles et nouvelles technologies	37
2.3.3.Fabrication	38
2.3.4.Le piratage : les limites des nouvelles technologies	40
2.3.5.Le piratage et la BD franco-belge	40
2.3.6.Le piratage et le <i>manga</i>	44
2.3.6.1.Scanlation et fansub	45
2.3.6.2.Aux frontières de la légalité	46
<b>3. Les nouvelles technologies, espace de création</b>	<b>48</b>
3.1. Le <i>webcomics</i> ou La révolution de l'écran	48
3.1.1.Définition	48
3.1.2.Format	48
3.1.3.Nature du <i>webcomics</i>	49
3.1.4.Les forces du blog	51
3.1.5.Les débouchés	51
3.1.6.Rémunération	52
3.2. La BD interactive	54
3.2.1. <i>Le Tueur</i>	54
3.2.1.1.Rythme de récit et bande dessinée	55
3.2.1.2.Récit d'un tueur à gage	56
3.2.1.2.1.La version numérique	57
3.2.1.2.2.Ressemblances et différences	57
3.2.1.2.3.Interaction, animation et son	59
3.2.1.2.4.Lecture	60
3.2.1.3.Un autre projet : <i>L'oreille coupée</i>	61
3.2.2.Marie-Laure Ryan, l'interactivité et le numérique	63
3.2.2.1.1.L'interactivité périphérique	65
3.2.2.1.2.L'interactivité affecte le discours narratif	65
3.2.2.1.3.L'interactivité et histoire partiellement prédéfinie	66
3.2.2.1.4.La génération du récit en temps réel.	68
3.2.2.1.5.La formule miracle ?	69
Conclusion	72
Sources	73
Glossaire	77
Sommaire des annexes	78

Ce mémoire a été rédigé en Times New Roman.

Imprimé le lundi 11 septembre 2006.