

Université Toulouse Jean Jaurès
UFR d'histoire, arts et archéologie
Département documentation, archives, médiathèque et édition

Le manga français :
étude d'un genre émergent en France, entre influences japonaises
et spécificités françaises

Pauline Riché

Mémoire présenté pour l'obtention du Master 2 Édition imprimée et numérique
sous la direction de M. Joël Faucilhon

Septembre 2019

Remerciements

Je remercie mon directeur de mémoire Joël Faucilhon pour ses conseils et son suivi tout au long de l'année.

Je tiens ensuite à remercier tous les enseignants et intervenants du Master 2 Édition imprimée et numérique pour leurs enseignements, qui m'ont été très bénéfiques pour la rédaction de ce mémoire et lors de mon stage.

Enfin, je remercie l'équipe d'Alliance Magique pour leur soutien et leur aide tout au long de ce travail de recherche.

Sommaire

Première partie : Étude du marché du manga français.....	8
Introduction.....	9
I. Le manga au Japon : retour sur la création d'un marché de masse au fil des siècles...14	14
A) Historique du développement du manga.....	14
1. Les premiers mangas recensés.....	14
2. L'essor du manga moderne : un développement important grâce à l'arrivée des américains sur le territoire japonais après la Seconde Guerre mondiale.....	15
3. La reconstruction du pays et l'avènement de la production de mangas.....	17
4. Le mix-media et les séries <i>animes</i> , des éléments importants pour la vente des mangas	19
B) Un média de masse qui s'exporte à l'étranger, conquérant le monde.....	21
1. L'exportation d'univers inconnus qui ont su conquérir les enfants.....	21
2. un style graphique très cadré et extrêmement reconnaissable.....	24
3. La réception du manga en France.....	28
II - Le manga français, un genre qui se développe en France avec de plus en plus de succès.....	33
A) L'évolution du marché du manga de 1980 à nos jours et la découverte du manga français.....	33
1. La tentative de prépublication de magazines, inspiré du modèle japonais.....	33
2. Les années 2000, l'âge d'or du manga en France.....	36
3. Un marché oligarchique en pleine mutation.....	37
B) Le manga français et sa communication, entre reprise des schémas japonais et adaptation au marché français.....	41
1. Le développement du manga français par le biais d'internet et des écoles.....	41
2. la reprise du manga français par les éditeurs : à chacun sa méthode pour produire et vendre ses titres.....	44
• Ankama, une maison d'édition spécialisée dans la création de mangas français.....	45
• Glénat, une maison d'édition qui publie des auteurs inconnus et connus.....	47
• Michel Lafon et le succès du manga <i>Ki & Hi</i>	50
• Ki-Oon, dénicheur de talents via le Tremplin Manga.....	52
• H2T, une maison d'édition spécialisée mangas européens et sa plateforme de prépublication.....	55
• Kotoji éditions et Ark éditions : le financement participatif pour vendre leurs œuvres.....	57

C) Un genre aussi soutenu par le public, la presse et les grands salons.....	58
III. Un genre qui commence à dépasser les frontières.....	61
A) Des récits originaux aux codes culturels français et européens qui permettent facilement sa diffusion en Occident.....	61
1. L'identification par le lieu et les noms.....	61
2. Les références culturelles françaises et européennes.....	62
3. Le mélange des genres et les récits originaux.....	65
B) ... mais moins au Japon : retour sur l'adaptation animée de <i>Radiant</i>	68
1. L'humour français et l'humour japonais : deux catégories bien distinctes.....	69
2. Les références culturelles occidentales atténuées.....	70
Conclusion.....	75
Deuxième partie : Projet éditorial.....	76
I. Le manga français aux éditions Kurokawa.....	77
A) Bref historique de la maison d'édition.....	77
B) La création du projet.....	77
1. La sélection des titres.....	78
2. Le planning.....	79
C) Fabrication, impression et diffusion du manga.....	81
1. L'impression.....	81
2. Le compte d'exploitation.....	82
D) La communication.....	82
Bibliographie.....	85

Première partie : Étude du marché du manga français

Introduction

Environ 240 000 : c'est le nombre de visiteurs présents chaque année à la Japan Expo¹ depuis 2014, un chiffre qui reste stable et démontre l'intérêt des français pour la culture manga et asiatique. Depuis bientôt 30 ans, le manga se fait une place en France aux côtés des *comics* et des bandes dessinées franco-belge, faisant de la France le deuxième consommateur mondial de manga après le Japon lui-même. Cette bande dessinée existe pourtant depuis des millénaires au Japon, et les premières utilisations du terme *manga* remontent à la fin du XVIII^e siècle ; toutefois, on date l'invention de ce mot en 1814 et on l'attribue au maître de l'estampe Katsushika Hokusai, dont quinze volumes de ses dessins ont été exposés en France en 1867 à l'Exposition Universelle de Paris sous le nom de *Hokusai Manga*, introduisant ce terme dans notre pays. *Manga* est souvent traduit littéralement par « images dérisoires » ou « dessin non abouti », désignant des estampes ou caricatures réalisées à la main. Le manga se développe de plus en plus au Japon, mais c'est à partir de l'ère Taishô (1912-1926) qu'il commence à prendre une place de plus en plus importante dans le pays, basculant dans une production industrielle et devenant rapidement un produit de masse. Les grands éditeurs japonais commencent alors à créer les premières gammes complètes de magazines pour la jeunesse, publiant des œuvres très segmentées selon leur cible éditoriale. On trouve au Japon 6 cibles éditoriales assez distinctes, très souvent reprises dans les titres des magazines, et dont les histoires possèdent très souvent le même fil conducteur :

- *Kodomo*, qui signifie littéralement « Enfant » et qui cible un public jeune (moins de 10 ans) et sans distinction de sexe.

- *Shônen*, qui signifie littéralement « jeune garçon » et qui cible un public plutôt masculin jeune (8-18 ans).

« Le fil conducteur de ces séries reste invariablement le parcours initiatique du héros. Au fil des volumes, il gagnera en maturité et passera de l'enfance à l'âge adulte. On le suit généralement à travers une quête particulière, que ce soit la

1 Japan Expo est un salon dédié à la culture populaire japonaise (mangas, *animes*, jeux vidéos, arts martiaux, musique...) se déroulant tous les ans au parc des expositions de Paris-Nord Villepinte, sur une période de quatre jours, généralement au début du mois de juillet.

découverte d'un trésor, la conquête du cœur d'une fille, la réussite à une compétition ou à un examen². »

Le héros de *shônen* va vivre un grand nombre d'aventures, affronter de ennemis de plus en plus puissants pour atteindre son but, et certains de ses adversaires peuvent devenir au fil du temps des amis. Ces codes permettent au mangaka³ de créer une histoire dans n'importe quel univers, et la quête permet ainsi à l'histoire de s'étendre parfois sur plusieurs dizaines d'années. C'est notamment le cas pour les séries telles que *Détective Conan* (qui a débuté en 1994) ou *One Piece* (qui a débuté en 1997), qui compte respectivement 96 et 93 tomes édités au Japon et qui continuent à être publiées à l'heure actuelle. Actuellement, les *shônen* représentent une production plus importante que les autres catégories en France et au Japon et ils prennent une place importante et durable dans le classement des meilleures ventes. En France, de mai 2018 à avril 2019, les cinquante meilleures ventes en manga⁴ (toute cible confondue) sont en réalité toutes des titres *shônen*, et certains sont de véritables best-sellers tels que *My Hero Academia* (12 tomes dans le classement), *The Promised Neverland* (7 tomes, soit tous les tomes actuellement traduits en France) et *One-Punch Man* (6 tomes). Le reste du classement se divise entre 8 séries considérées comme des « vieux » best-sellers, dont la publication dure depuis des années : *Dragon Ball Super*, *One Piece*, *Fairy Tail*, *Naruto*, *L'Attaque des Titans*, *Eden Zero*⁵ et *Boruto*⁶. On compte aussi dans ce classement un *shônen* français, *Ki & Hi*, du youtubeur Kevin Tran (Le Rire Jaune).

- *Shôjo*, qui cible un public plutôt féminin jeune (8-18 ans) et écrit par des femmes.

« Ces mangas traitent généralement d'histoires d'amour. Parfois mièvres, elles peuvent aussi être réalistes et dures. Bien entendu, les amours sont toujours impossibles. L'héroïne ne peut pas aimer celui pour qui son cœur bat, soit parce qu'il est d'un autre milieu social, soit parce qu'ils sont tous les deux destinés à

2 BLANCOU, Daniel. « 3. Classification par « genres ». *Manga – Origine, codes et influences*, Éditions de L'Iconographe, 2006. p. 42

3 Auteur de manga.

4 ROURE, Benjamin. « Les 50 meilleures ventes en manga », *Dossier manga : sur un petit nuage*. In *Livres Hebdo* [en ligne], 21/06/2019. Disponible sur : <<https://www.livreshebdo.fr/article/dossier-manga-sur-un-petit-nuage?xtmc=manga&xtcr=16>> (consulté le 05/08/2019)

5 *Eden Zero* est la nouvelle série de Hiro Mashima, le mangaka de *Fairy Tail*. *Fairy Tail* a été publié pendant 10 ans et compte 63 tomes.

6 *Boruto* suit les aventures du fils de *Naruto*, de la série du même nom. *Naruto* a été publié pendant 15 ans et compte 72 tomes.

autre chose. Pour arriver à concrétiser son amour, l'héroïne devra très souvent dépasser un interdit qu'on lui impose ou qu'elle s'impose à elle-même. Les séries pour adolescentes traitent du passage à l'âge adulte et des premiers rapports amoureux⁷ ».

Souvent maladroits, angoissés ou timides, les personnages de *shōjos* correspondent principalement aux adolescents et les histoires se déroulent souvent durant les années scolaires.

- *Josei*, qui cible un public plutôt féminin adulte (16 ans et plus) et principalement écrit par des femmes.

Dans la lignée du *shōjo*, le *josei* traite aussi d'histoires d'amour mais qui abordent de façon plus réaliste des thèmes propres à la vie adulte. On trouve des personnages plus matures, plus complexes, avec des récits mêlant sexe, drogue ou violence psychologique, parfois horreur. Les *joseis* regroupent aussi deux sous-genres importants, le *yaoi* et le *yuri*⁸, qui traitent de relations entre personnes de même sexe. Ces deux sous-genres peuvent mélanger aussi bien des codes du *shōjo* que des codes du *josei*.

- *Seinen*, qui cible un public plutôt masculin adulte (16 ans et plus)

Le *seinen*, tout comme le *josei*, est composé d'une multitude de sous-genres et s'adresse aux adultes recherchant des histoires plus matures que les *shōnens*. On trouve aussi bien des récits historiques, fantastiques, post-apocalyptique que des histoires reprenant la vie courante, où le lecteur peut s'identifier (employé de bureau, médecin...).

La plupart des éditeurs français de mangas ont repris ces termes pour segmenter leur production en collections, même si les catégories de certaines œuvres japonaises peuvent être changées selon le contenu pour s'adapter au public francophone⁹.

7 BLANCOU, Daniel. « 3. Classification par « genres ». *Manga – Origine, codes et influences*, Éditions de L'Iconographe, 2006. p. 43

8 Yaoi : relations entre hommes. Yuri : relation entre femmes.

9 C'est par exemple le cas pour le manga *L'attaque des Titans*, qui a été prépublié au Japon dans le magazine mensuel *Bessatsu Shōnen Magazine* à destination d'un public plutôt masculin jeune, et qui a été publié en France par les éditions Pika dans la collection *Seinen*, car les thèmes explorés dans l'histoire (violence, sang, réflexions sur l'humanité...) s'adressaient plutôt à un public occidental plus adulte (16 ans et plus). De même, les titres japonais publiés dans des revues *Kodomo* sont souvent publiés en France dans les collections *Shōjo*.

Le manga est entré en France et en Occident par le biais des dessins animés (appelés *animes*) principalement *shônen* et *shôjos* diffusés à partir des années 1980 par les émissions *Récré A2* (1978-1988) et *Club Dorothée* (1987-1997). Ces deux émissions diffusaient un grand nombre de dessins animés étrangers, et c'est par ce biais que les enfants ont pu découvrir des séries devenues cultes telles que *Albator, le corsaire de l'espace*, *Candy*, *Lady Oscar*, *Goldorak* pour la première émission, et *Dragon Ball*, *Dragon Ball Z*, *Les chevaliers du Zodiaque*, *Sailor Moon*, *Nicky Larson* ou encore *Ken le survivant* dans la seconde émission. Du côté des mangas, c'est la série *Akira*, un *seinen* publié par Glénat en 1990 qui lancera en France la vague de publication du manga.

Aujourd'hui, la France est le deuxième marché mondial derrière le Japon et les adolescents des années 80/90, devenus aujourd'hui des adultes, se lancent de plus en plus dans la création de leurs propres mangas, inspirés par les *animes* de leur jeunesse. Les éditeurs se lancent eux aussi dans l'aventure, en publiant de plus en plus de mangas français. Toutefois, nous pouvons nous demander si le marché du manga français peut réussir à trouver son public de la même manière que le manga japonais, ou si le modèle économique mis en place doit être modifié ? Mais aussi, existe-t-il une réelle différence entre le manga japonais et le manga français, où cela n'est-t-il qu'un simple copié-collé du premier ?

On a brièvement vu que le manga japonais existait depuis des siècles, permettant aux auteurs et aux éditeurs de développer un véritable marché de masse dans leur propre pays, créant des codes graphiques désormais reconnaissables entre mille et réussissant à s'exporter dans le monde entier. La France a repris certains codes de ce marché, développant le manga japonais avec un succès de plus en plus croissant, cherchant à renouveler ses succès. Après avoir étudié ce marché florissant, nous nous intéresserons à ce nouveau marché de niche qu'est le manga français, et qui commence à prendre de plus en plus d'ampleur. Durant des années, le manga a toujours été associé aux auteurs japonais, et l'idée qu'un français fasse du manga et non de la bande dessinée franco-belge était inconcevable pour les lecteurs qui affirmaient que seuls les mangakas japonais pouvaient produire de bons mangas. Aujourd'hui, cette idée devient de plus en plus obsolète, permettant à de nombreux auteurs français de se lancer dans le manga français et pour certains d'en faire de véritables œuvres reconnues, comme par exemple *Dreamland* de Reno Lemaire ou *Radiant* de Tony Valente. Mais pour réussir à vendre du

manga français, c'est une nouvelle stratégie économique et éditoriale que mettent en place les maisons d'édition, que nous observerons en détails. Enfin, nous nous pencherons sur cette spécificité qu'est le manga français en analysant quelques œuvres, afin de comprendre ce qui peut le distinguer du manga japonais, et si cette force peut lui permettre de s'exporter en Europe et même au Japon, pays du manga. À l'heure actuelle, il n'existe qu'un seul manga français ayant réussi cet exploit, *Radiant*, mais nous verrons qu'il reste encore du chemin à faire pour que la touche française perce réellement dans ce pays.

I. Le manga au Japon : retour sur la création d'un marché de masse au fil des siècles

A) Historique du développement du manga

1. Les premiers mangas recensés

Avant l'apparition du manga « moderne » qui s'est développé à partir des années 1945, on trouvait déjà au Japon plusieurs supports considérés comme des ancêtres du manga. Les premiers furent les *emaki*, des rouleaux dessinés produits dès le XII^e siècle décrivant des scènes de la vie quotidienne ou des hauts faits de héros, et dont le texte est intégré directement dans la peinture à partir du XIII^e siècle (alors qu'il était auparavant écrit en bordure de rouleau). Apparut ensuite l'estampe autour du XVI^e siècle, qui se popularisa grâce aux techniques d'impression venues de Chine et de Corée. Ces techniques d'impression ouvrent la voie au livre d'illustrations, appelé *ehon*. Les *ehon* sont des illustrations d'une à deux pages, racontant des récits de guerre ou des contes populaires destinés aux enfants. On trouve aussi une forme adulte du *ehon*, divisé en trois livres différents selon leur contenu et qui se distinguaient par la couleur de leur couverture : le *kibyôshi* (livre jaune), qui raconte des histoires de réussite sociale, amoureuses ou politiques, le *akahon* (livre rouge), racontant des histoires fantastiques ou féeriques, et le *kurohon* (livre noir), racontant des exploits guerriers¹⁰. Ces *ehon* utilisent un système de bulles et de cases et ont donné naissance à une véritable industrie. On retrouvera ces influences et ces codes graphiques dans le manga contemporain.

Les récits que l'on trouve sur ces supports retracent les traditions ancestrales japonaises de l'époque, qui permettent aussi de comprendre la présence importante de certains genres dans le manga, notamment l'absurde et le sexe. Dès les premiers rouleaux du XI^e siècle, on trouve des histoires où les personnages combattent à coups de flatulences, ou encore l'art du pet, considéré comme un don de dieu¹¹. À l'ère Edo (1603-1867), les romanciers et éditeurs d'estampes s'inspiraient beaucoup des quartiers de plaisirs, notamment Yoshiwara, le plus grand quartier de plaisir au monde. Le Japon de l'ère d'Edo avait beaucoup moins d'inhibition que l'Occident, et il n'était pas rare de voir des estampes pornographiques, scabreuses ou

10 FERRAND, Stéphane, LANGEVIN, Sébastien. « Identité graphique et picturale du Japon », *Le manga*. Éditions Milan, 2006. p. 16-17.

11 Fable populaire *L'histoire d'un pet. La déconfiture de Fukutomi*.

sadiques. De plus, dans le shintô, l'activité sexuelle constitue le fondement sacré de toute vie, et dans le taoïsme, c'est un moyen d'accéder à l'immortalité¹². La culture japonaise est ainsi beaucoup moins pudique que celle de l'Occident, et cela explique pourquoi l'on retrouve un grand nombre de sous-vêtements ou de personnages plus ou moins dénudés dans les mangas d'aujourd'hui, ce qui a contribué en partie au rejet du manga en France lorsque celui-ci est arrivé dans les années 90.

L'industrie du manga continue à se développer et s'installe durablement dans le paysage culturel japonais durant l'ère Taishô (1912-1926). Période très libérale du Japon d'avant-guerre, cette ère voit le pays devenir une véritable puissance industrielle, notamment après la Première Guerre mondiale. Durant cette période, les travailleurs se réunissent et créent des syndicats, le pays fait face à une inflation grandissante mais n'adapte pas assez son économie aux circonstances de l'après-guerre, se contentant d'appliquer des solutions d'avant-guerre à des problèmes d'après-guerre. On assiste alors à une dette nationale croissante, entraînant des manifestations et des tensions dans le pays. La bande dessinée japonaise devient un moyen d'expression politique et de critique sociale mais aussi un divertissement pour les enfants. Les éditeurs généralistes de cette époque s'intéressent alors de plus en plus au manga, créant une véritable industrie de masse, quand les grands groupes occidentaux ne s'intéressent pas autant à la bande-dessinée franco-belge. Le plus grand éditeur japonais, Kodansha, lance sa gamme complète de magazines pour la jeunesse avec *Shônen Club* (1914), puis suite au succès du premier lance *Shôjo Club* (1923) et *Yônen Club* (1926), qui frôle en 1931 le million d'exemplaires. Après parution dans les magazines, les titres les plus populaires sont édités sous forme de recueils, ou *tankôbons*. C'est aussi à cette période que se développe le mix-media, les produits dérivés des séries à succès qui sont aujourd'hui une source essentielle de profits pour les éditeurs et reste une caractéristique indissociable des mangas japonais.

2. L'essor du manga moderne : un développement important grâce à l'arrivée des américains sur le territoire japonais après la Seconde Guerre mondiale

Malheureusement, cette industrie de masse sera mise à mal durant la Seconde Guerre mondiale. Avec la montée du totalitarisme, les récits deviennent de véritables supports de propagande et les artistes se voient obligés de faire de leurs héros de véritables icônes

¹² BOUISSOU, Jean-Marie. *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*. Éditions Philippe Picquier, 2012. p. 35-36.

nationales, les faisant combattre contre les ennemis américains. Ces magazines servent à exalter les jeunes, les pousser à aller au combat, et désinforment les civils en caricaturant Churchill et Roosevelt. De plus, avec la guerre, le papier commence à manquer, finissant d'achever l'industrie du dessin. L'essor du manga ne renaîtra qu'après-guerre, avec des artistes marqués par cette guerre, la défaite, les deux bombes nucléaires et l'ouverture du Japon à la culture américaine importée par ses soldats. Tous ces éléments ont créé le manga moderne tel qu'on le connaît au Japon et dans le monde entier. Les bombes nucléaires, véritables traumatismes, ont inspiré les jeunes auteurs de mangas tels qu'Osamu Tezuka (considéré comme le créateur du manga moderne et le « Dieu du manga »), qui ont alors créé un genre encore très présent aujourd'hui, le genre post-apocalyptique, où de jeunes survivants luttent pour survivre et reconstruire un monde nouveau, qui fait écho à la reconstruction du Japon. Parmi ces œuvres, on peut compter *Akira*, premier manga édité en France. On voit aussi émerger un autre genre, celui du mecha, où de jeunes enfants pilotent des engins capables de repousser les envahisseurs, eux-même équipés d'immenses robots de combats. Parmi ces œuvres, on compte notamment *Golodrak*, l'un des premiers animes diffusé en France et qui a popularisé le genre.

L'ouverture forcée du Japon aux américains, après une grande période de repli sur soi et de nationalisme, amène les japonais à s'ouvrir à la culture américaine, importée en même temps que l'arrivée des américains à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Ils importent ainsi toute leur culture, notamment les films d'animation et les films occidentaux (l'influence de ces films sur la mise en page du manga moderne sera expliquée plus en détails dans la seconde partie de ce chapitre 1). Les réformes démocratiques imposées par les américains apportent de nouvelles pensées, celles de la tolérance et le respect des différences. Les nouveaux auteurs de manga prôneront d'ailleurs ces messages humanistes dans une grande partie de leurs œuvres, espérant ne pas revoir ce qu'ils avaient vécu durant la guerre. C'est notamment ce qu'a expliqué un jour Osamu Tezuka, s'exprimant sur sa dévotion à créer des mangas :

« Tezuka s'est expliqué une fois en disant qu'il avait subi la propagande de la machine de guerre nipponne et avait été témoin des morts et des destructions occasionnées par la Seconde Guerre mondiale. Adolescent, il constata de ses propres yeux les horribles conséquences d'un raid aérien sur Osaka. Cette

expérience le persuada de consacrer sa vie à enseigner la paix et le respect de toute forme de vie à travers l'animation et la bande dessinée, moins coûteuse¹³. »

3. La reconstruction du pays et l'avènement de la production de mangas

Après la Seconde Guerre mondiale, le pays est en pleine reconstruction et on assiste à un véritable baby-boom. Les grands éditeurs profitent de l'extension de cette jeunesse pour créer de nouvelles revues destinées aux enfants et adolescents. L'importation de la culture américaine se fait aussi ressentir dans les œuvres, où l'on trouve cow-boys, influences Disney et décors occidentaux. On voit alors de plus en plus de magazines de mangas, et les épisodes se prolongent de plus en plus pour captiver le lecteur et lui donner envie de continuer à acheter le magazine. C'est une période prospère pour la culture et le divertissement, où le pays découvre de nouvelles œuvres occidentales, notamment par le cinéma qui n'est pas cher. La question de l'argent se pose aussi pour les magazines de mangas, considérés comme chers ; c'est pour cette raison que les librairies de prêt, déjà présents à l'ère Edo, atteignent leur apogée dans les années 1950. Emprunter un livre à la journée revenait moins cher qu'un ticket de train, permettant à un plus grand nombre de japonais de lire les mangas.

C'est à partir des années 1960 que se met en place le système actuel de production du manga. Le nombre de magazines devient croissant, et la concurrence entre les mangakas se fait rude. Au contraire de la bande dessinée franco-belge et américaine qui ne publient que des livres pour enfants et adultes, les éditeurs de manga retravaillent complètement leur stratégie éditoriale pour proposer des œuvres à destination de toutes les tranches d'âge, accompagnant ainsi le lecteur durant toute sa vie et lui proposant des récits répondant à ses besoins. On trouve ainsi dans les années 1970, années d'apogée des magazines, des œuvres principalement destinées aux enfants et adolescent.e.s mais aussi des œuvres « informatives », des mangas pour cols blancs, des *ladies comics* pour les femmes aux foyers...

Les magazines prolifèrent, les éditeurs proposent une multitude de magazines aux lycéens qui possèdent assez d'argent de poche pour les acheter, et l'on voit apparaître les premiers magazines hebdomadaires et bimensuels qui deviennent la locomotive tirant le marché du manga de records en records. On compte 265 magazines en 1995 (en comparaison, la France

13 GRAVETT, Paul. « Chapitre 3. Le père fondateur ». *Manga, soixante ans de bande dessinée japonaise*. Éditions du Rocher, 2005. p. 24.

ne compte que 18 magazines dédiés à la bande dessinée en 2008¹⁴) et les chiffres d'affaires explosent, dépassant les 400 milliards de yens¹⁵ début des années 1990. Chaque grand éditeur possède son hebdomadaire, bimensuel et/ou mensuel qu'il sort à date fixe, instaurant la fidélité des lecteurs avides de découvrir la suite de ses récits. Ces magazines contiennent plusieurs œuvres, d'une vingtaine de pages par œuvre pour les hebdomadaires ou d'une cinquantaine de pages pour les mensuels, se terminant très souvent sur un événement à suspense ou un rebondissement inattendu, donnant envie au lecteur de connaître la suite et donc, d'acheter le prochain magazine. Les histoires peuvent ainsi devenir de plus en plus complexifiées et étoffées, les auteurs cherchant à tout prix à continuer leur récit jusqu'à la fin tout en gardant en haleine leurs lecteurs, car ce sont eux qui décident de la durée de vie d'une œuvre.

En effet, les éditeurs japonais imposent leur loi beaucoup plus fortement aux auteurs que dans d'autres pays. L'éditeur Shûeisha met par exemple dans ses magazines *shônen* des cartes-réponses à destination du lecteur qui lui permettent de gagner des cadeaux en échange de son avis sur les œuvres. Il y indique ainsi ses trois œuvres préférées, répond à des questions précises sur la qualité graphique d'une série, donne son avis sur les personnages... Les récits ayant eu le moins d'avis positifs ou de retours peuvent ainsi se voir supprimer sans ménagement, au profit d'une nouvelle œuvre potentiellement intéressante pour le jeune public¹⁶. Quant aux œuvres qui plaisent au plus grand nombre, il arrive que les éditeurs demandent aux auteurs de les continuer bien après la fin prévue, ou de mettre en avant certains personnages et ce même si ce n'était pas sa volonté première, afin de plaire aux lecteurs. Ce cas s'est vu par exemple pour le récit *La Rose de Versailles* d'Osamu Tezuka, où le héros initial de l'histoire, Marie-Antoinette, s'est vue petit à petit voler la vedette par Lady Oscar, que les lecteurs préféraient¹⁷.

Pour gérer la contradiction entre les exigences des éditeurs et celles de l'auteur, le rôle des chargés d'édition a vu le jour. À l'origine, ils avaient pour rôle de veiller à ce que l'auteur rende ses planches dans les délais, puis dans les années 1980, ils deviennent de véritables

14 BOUISSOU, Jean-Marie. *op. cit.* p. 104.

15 Environ 3 013 704 822 euros, avec l'inflation actuelle.

16 Ces arrêts brusques n'empêchent pas tous les mangakas de continuer à produire des œuvres : par exemple, Tite Kubo a vu sa première série annulée en 2000 au bout de 27 chapitres seulement, avant de connaître le succès avec sa série *Bleach* à partir de 2001.

17 BOUISSOU, Jean-Marie. *op. cit.* p.109.

mentors, n'hésitant pas à aider l'auteur dans la création de ses planches, faisant partie de leur quotidien, devenant parfois des amis. Ils interviennent dans le processus de création, donnent des conseils autour du scénario... Leur rôle permet d'assurer l'interface entre l'auteur et la rédaction du magazine, gardant toujours une certaine emprise sur le mangaka. Si les plus grands auteurs de mangas peuvent encore garder la main sur leur œuvre et tenir tête à leurs éditeurs, ce n'est pas le cas de beaucoup d'autres qui doivent souvent se plier à ces règles strictes sans jamais être sûrs de parvenir un jour au succès¹⁸.

L'accélération du rythme de parution a aussi obligé les mangakas à s'entourer d'assistants pour pouvoir travailler beaucoup plus rapidement et plus efficacement et ainsi avancer sur plusieurs projets en même temps. L'exemple le plus marquant est celui d'Osamu Tezuka qui, dans la seule année 1970, a travaillé pour 17 magazines chez 9 éditeurs différents, et ce travail représentait environ 60 planches par semaine, soit beaucoup plus que les auteurs français de bande-dessinée en une année avec un album de 48 pages couleurs. Cette production rapide est possible uniquement avec des assistants dédiés à des tâches précises : tandis que le mangaka illustre ses personnages, d'autres assistants se spécialisent dans la mise en place de fonds, dans l'illustration de personnages secondaires, des trames, des machines... Certains auteurs les plus renommés possèdent même des studios qu'ils font tourner comme des PME. Mais si ces ateliers permettent au mangaka de produire plus rapidement, ils contribuent à la croissance de l'industrie du manga, obligeant les mangakas à produire encore plus pour assurer les frais fixes générés. De plus, ces ateliers permettent de créer les nouvelles générations de mangakas. Plusieurs mangakas aujourd'hui renommés ont par exemple été les assistants d'Osamu Tezuka tels que Akira Toriyama (créateur de *Dragon Ball*) ou Yoshiyuki Tomino (*Gundam*), et Eiichiro Oda (*One Piece*) a été l'assistant de trois mangakas, dont Nobuhiro Watsuki (*Kenshin le Vagabond*). Ces ateliers ont aussi fourni une main-d'œuvre importante aux studios d'animation et aux jeux vidéos, deux piliers majeurs de l'industrie japonaise des biens culturels.

18 Pour découvrir cette facette du monde de l'édition, il existe le manga *Bakuman*. de Tsugumi Ôba et Takeshi Obata (auteurs et illustrateurs du manga à succès *Death Note*), qui retrace fidèlement le parcours des mangakas au sein de cette industrie (série terminée en 20 tomes)

4. Le mix-media et les séries *animes*, des éléments importants pour la vente des mangas

Toujours dans les années 1960, en parallèle des productions de magazines, Osamu Tezuka développera la production de séries *animes*¹⁹ et organisa la création automatique de produits dérivés, le *merchandising*, qui existait déjà dans les années 1900 mais profitait peu aux auteurs et aux éditeurs.

La création d'*animes* fut rendue possible par télévision, au prix de plus en plus accessible pour les foyers qui s'en équipaient. Osamu Tezuka, grandement influencé par la culture américaine, s'est inspiré des méthodes de production des séries animées en utilisant les techniques d'animation limitées telles que reprendre certains plans, la multiplication des gros plans de tête parlante où seule la bouche est modifiée... Ces méthodes ont permis la diminution des coûts de production des dessins animés. Le premier anime réalisé fut *Astroboy* d'Osamu Tezuka, qui coûtait trois fois moins cher qu'un film d'animation traditionnel. Pour soutenir les coûts de production (qui était tout de même plus chers qu'une émission en direct) Tezuka fit sponsoriser sa production par l'entreprise Meiji, géant du chocolat et des bonbons. Face au succès d'*Astroboy*, d'autres séries animées furent créées et sponsorisées. Pour ces sponsors, investir dans la création d'*animes* présentait un risque faible, puisque la plupart de ces *animes* adaptaient des mangas à succès, où ils savaient que l'histoire avait déjà fait ses preuves. Ce phénomène entraîna aussi la création de plus en plus automatique de *tankôbons*, les tomes d'une œuvre de manga, car l'*anime* devenait aussi un support de découverte d'une œuvre pour de nouveaux lecteurs qui pourraient alors acheter et conserver les tomes de ces récits dans leurs bibliothèques (au contraire des magazines, beaucoup plus épais que ces *tankôbons* et fabriqués avec un papier de mauvaise qualité car destinés à être lu rapidement et jeté).

Pour imprégner encore plus les jeunes japonais dans cette culture manga, les sponsors et éditeurs ont mis en place tout un marché de produits dérivés de leurs séries phares. Si dans d'autres pays comme la France, la création de produits dérivés ne se fait que sur certains titres, au Japon, un grand nombre de licences à succès déclenchent automatiquement la

19 Un *anime* est un dessin animé produit par le Japon, durant environ une vingtaine de minutes et se composant souvent de 12 ou 25 épisodes. Il peut se diviser en plusieurs saisons. Le terme *anime* fait référence à tout type de manga adapté pour la télévision (*shônen*, *seinen*...) et permet ainsi de désigner directement la production japonaise, faisant une distinction avec le terme « dessin animé » utilisé en France qui renvoie aux dessins animés pour enfants diffusés à la télévision.

création de multiples produits dérivés. Créer des produits dérivés est typiquement asiatique, et il en existe trois types distincts. Tout d'abord, l'histoire du manga papier peut être adaptée en série télévisée d'animation (généralement d'une douzaine d'épisodes), en OAV, films d'animation, films live, pièces de théâtre... On voit ensuite les personnages ou éléments phares de ces mangas être adaptés en objets : maquettes, figurines plus ou moins détaillées, porte-clés, pin's, peluches, CD, posters... Enfin, il existe aussi un important *merchandising* autour de la licence d'exploitation, permettant de vendre de la nourriture illustrée avec ces personnages de manga, des vêtements, des objets de la vie quotidienne...

Parfois, certaines mascottes sont créées sans aucun support manga préalable, et utilisée pour le marketing. C'est par exemple le cas de Hello Kitty, ou la licence *Pokémon* ou *Yu-gi-oh*, d'abord développées autour des jeux de cartes et des jeux vidéos avant de devenir un manga et plusieurs séries d'animation. Au fil du temps, le style manga est devenu omniprésent au Japon, envahissant les rues, les publicités, les festivals afin de donner envie aux lecteurs de découvrir de nouvelles séries. Une très large majorité de la population lit ainsi des mangas, qui sont mis très facilement à disposition : on en trouve dans les magasins de proximité ouverts 24h/24, dans les kiosques, dans les rues, sur les quais des métros et chez un grand nombre de commerçants (coiffeurs, laveries, station-service...).

On pourrait penser que cette abondance de mangas désintéresserait les japonais, mais cette bande-dessinée évolue très rapidement, devenant un véritable miroir de la société japonaise et proposant ainsi de nouvelles histoires très proches de la vie de ses lecteurs, quelque soit leur âge. Cette évolution en fait une force et régule désormais l'art et la vie des japonais, en faisant une industrie culturelle unique au monde.

B) Un média de masse qui s'exporte à l'étranger, conquérant le monde

1. L'exportation d'univers inconnus qui ont su conquérir les enfants

Étrangement, le manga n'a pas été créé à l'origine pour être lu à travers le monde. Les mangakas ne créaient pas leurs histoires dans le but de l'exporter, mais s'inspiraient plutôt de tous les codes de leur culture et de leur histoire pour écrire leurs récits. On trouve un grand nombre de scènes quotidiennes de la société japonaise, qui ne sont pas reproduites dans d'autres pays : se déchausser automatiquement lorsque l'on rentre chez soi, saluer en s'inclinant, s'habiller en tenue traditionnelle pour aller dans des festivals²⁰...

Ce qui a motivé les sociétés japonaises à exporter leurs produits, ce fut surtout la crise de 1990 et les conséquences qui en découlèrent. La bulle spéculative japonaise a principalement concerné les actifs financiers et l'immobilier, mais a entraîné des plans sociaux, des faillites, l'augmentation du chômage, mais aussi une crise démographique sans précédent qui continue encore aujourd'hui. Le taux de natalité est le plus faible du monde (1,3 enfant par femme) et l'espérance de vie la plus élevée au monde (85,59 ans pour les femmes et 78,73 ans pour les hommes). Ainsi, 35 % de la population a plus de 60 ans fin 2018, un chiffre qui ne cessera d'augmenter si la tendance ne s'inverse pas²¹.

Pour les sociétés japonaises et les éditeurs, cela signifie que leurs produits, faute d'un grand nombre d'enfants et d'adolescents, se vendront beaucoup moins bien. Dès la crise, l'industrie du manga a vu ses tirages de magazines chuter, passant de 1,89 milliard d'exemplaires en 1994 à 1,26 milliard en 2006²². Dans le même temps, la demande occidentale de séries télévisées pour enfants explose, donnant l'occasion aux studios japonais de s'exporter. Au Japon, ces séries sont produites à moins de 3 000 dollars la minute, contre 5 000 dollars en France et 4 000 dollars aux États-Unis. Avec une production de plus de 1 800 épisodes par an, et un stock de séries animées considérable depuis *Astroboy* en 1963, le Japon a pu écouler un grand nombre de ses stocks à bas prix, ne pensant pas forcément que les séries animées deviendraient un véritable succès. C'est ainsi que les séries animées ont fait leur apparition en

20 PASAMONIK, Didier. « Fumihiko Yamada : « La France représente, pour les mangas japonais, le quatrième marché d'exportation au monde. ». In *ActuaBD* [en ligne]. 15/06/2007. Disponible sur : <<https://www.actuabd.com/Fumihiko-Yamada-La-France-represente-pour-les-mangas-japonais-le-quatrieme-marche-d-exportation-au-monde>> (Consulté le 05/08/2019)

21 Wikipédia. « Démographie au Japon ». Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Démographie_du_Japon> (Consulté le 07/08/2019)

22 BOUISSOU. Jean-Marie. *op. cit.* p.123-124

France par le biais des émissions *RécréA2* et *Le Club Dorothée*, apportant de multiples univers et un humour absurde et débridé que l'on ne retrouvait pas dans les bandes-dessinées pour enfants.

Le Japon a continué à exporter ses produits dérivés et ses séries animées dans d'autres pays occidentaux et aux États-Unis, faisant découvrir au monde entier des univers exotiques, composés de *morphisme*, où les personnages se transforment, et où une multitude de créatures cohabitent entre elles, comme l'explique Anne Allison dans son article « La culture populaire japonaise et l'imaginaire global » :

« Bien plus spécifique, en revanche, est la manière dont les maîtres du *soft business* japonais construisent des univers selon les principes essentiels de la perversité polymorphe à base de combinaisons, de morphing et d'allers-retours entre des territoires divers. Dans les *Power Rangers* [sic]²³, des adolescents se transforment en guerriers dont la puissance est décuplée à la fois par des esprits et par des cybertechnologies pour combattre des ennemis diaboliques. Dans *Sailor Moon*, cinq (puis dix) jeunes collégiennes affrontent, épisode après épisode, les forces mauvaises du Negaverse en se métamorphosant en super-héroïnes sexy et court vêtues. À ce morphing des personnages s'ajoute celui du produit lui-même via le media-mix »

« Mais un autre facteur contribue à expliquer le développement d'un style de divertissement que tout le monde reconnaît désormais comme « japonais ». C'est un penchant esthétique à concevoir le monde comme un lieu où les humains cohabitent avec des êtres autres, des entités complexes, malléables et interchangeables, qu'on ne peut ni voir ni appréhender en usant de moyens dits « rationnels ». Ce penchant s'enracine en partie dans un fond religieux où se mêlent l'animisme shintô, pour lequel les éléments naturels et les animaux ont un esprit, et le bouddhisme, qui croit à la réincarnation et à la transsubstantiation²⁴. »

23 La série *Power Rangers* est une franchise américaine, adaptée des séries japonaises *Super Sentai*. Les producteurs américains ont simplement racheté les droits d'utilisation des images et des costumes aux producteurs japonais pour en faire leur propre série.

24 ALLISON, Anne. « La culture populaire japonaise et l'imaginaire global » [en ligne]. Critique internationale, vol. 38, no. 1, 2008, pp. 19-35. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-critique-internationale-2008-1-page-19.htm#>> (consulté le 20/06/2019)

C'est cette magie, ces nouveaux univers et mélanges des genres qui ont favorisé le *soft power* japonais et permis en partie son exportation. Ce *soft power* fut aussi renforcé par l'exportation de nouvelles technologies telles que les consoles de jeux vidéos ou les walkmans, autant d'objets favorisant le développement de la culture japonaise à l'étranger, tout comme les produits dérivés. Les cartes à jouer *Pokémon* ou *Yu-Gi-Oh*, très prisées dans les années 1990 et encore aujourd'hui, ont apporté elles aussi un nouvel univers et importé le graphisme et les récits mangas dans les cours de récréation.

2. un style graphique très cadré et extrêmement reconnaissable

Comme les *comics*, les romans graphiques ou la bande dessinée franco-belge, le manga possède une multitude de codes spécifiques permettant d'être reconnu au premier coup d'œil. Dans les rayons des librairies françaises, la différence se fait déjà au niveau du format : un album de bande dessinée franco-belge a un format entre 21,5 x 29 cm et 24 x 32 cm et contient environ 48 pages, toutes en couleurs ; un *comic* est aussi édité en grand format, contient environ une trentaine de pages narrant des récits de super héros. Un roman graphique sera édité sous forme de grand format, mais les dimensions peuvent varier d'un titre à l'autre. Les romans graphiques contiennent un nombre de pages beaucoup plus élevé que les bandes dessinées franco-belges, entre 100 et 200 pages, et leur intérieur peut être en noir et blanc comme en couleurs. Pour ces deux bandes dessinées, la couverture est très souvent cartonnée. Les mangas, quant à eux, se distinguent très facilement de ces différents genres de bande dessinée : on le trouve au format poche, il contient généralement entre 150 et 200 pages illustrées en noir et blanc, possède une couverture souple et une jaquette couleur. On voit aussi une différence au niveau du prix : une BD franco-belge ou un roman graphique est vendu entre 12 et 18 euros, quand un manga est vendu entre 6 et 8 euros. Et surtout, le manga se lit de droite à gauche, qui est le sens de lecture habituel des japonais, quand les autres formes de BD se lisent de gauche à droite.

On observe aussi une différence très importante au niveau du style graphique, qui a été instauré par Osamu Tezuka à partir des années 1945. Le mangaka a toujours été grandement influencé par les films et les bandes dessinées américaines que lui montrait son père. Passionné de cinéma, le mangaka (alors jeune adolescent) s'est rapidement demandé comment dessiner des bandes dessinées qui pouvaient retransmettre autant d'émotions que les

films américains. Après la guerre, le manga n'existait pratiquement plus, et il fallait remanier le genre en entier, qui n'avait pas su évoluer aussi rapidement que les *strips* et les *comics books* aux États-Unis. À cette époque, les mangakas dessinaient sur quelques pages des personnages en pied, à distance constante, comme s'ils étaient filmés avec une caméra fixe. Osamu Tezuka s'inspira alors des techniques cinématographiques pour développer des séquences de scènes, n'hésitant pas à créer une multitude de cases pour retracer une seule action. Ainsi, contrairement à notre bande dessinée franco-belge, où chaque case enferme une image contenant une multitude d'informations à analyser, à prendre le temps d'apprécier et qui en fait un moment distinct dans un enchaînement chronologique, toutes les cases du manga sont étudiées pour faire ressentir au lecteur les émotions des personnages. Dans les *shôjos*, on observe même une disparition des cases, qui permet au mangaka de mettre en avant certains éléments d'une scène ou d'un visage pour accentuer les sensations ressenties par les personnages principaux. L'utilisation de cases entières entourées ou recouvertes de noir permettent elles aussi de plonger le lecteur dans le récit, lui faisant comprendre les émotions négatives d'un personnage (le noir représente souvent la peur, l'abandon, la tristesse...) ou lui faire comprendre que certaines pages du récit représentent un flash-back ou des souvenirs passés des personnages.

En étudiant un manga, on peut ainsi remarquer plusieurs spécificités graphiques et narratives. Tout d'abord, la trame narrative supplante l'esthétisme des cases ; un manga se concentre sur l'action, c'est pourquoi les traits des personnages sont très souvent épurés, pour que l'œil ne se focalise pas sur le personnage mais lise rapidement toute la page, se laissant emporter comme dans un film par la narration.



Illustration 1: Mise en page shôjo. Les effets « bulles » sont des trames apposées sur l'image.

© Les Mémoires de Vanitas / Jun Mochizuki / Ki-Oon

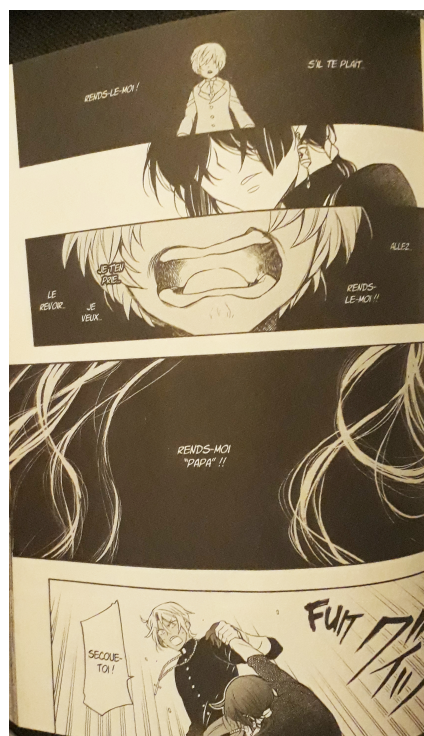


Illustration 2: Utilisation du noir en alternance indiquant des souvenirs surgissant dans le présent

© Les Mémoires de Vanitas / Jun Mochizuki / Ki-Oon

Les trames

Avec le rythme intense de production, les mangakas ont mis au point certaines techniques pour accélérer leur travail tout en faisant passer les émotions. Ainsi, contrairement à une bande-dessinée franco-belge, où chaque case fourmille de multiples détails colorés, le manga peut contenir des cases totalement vides, où le mangaka choisira plutôt de mettre en avant les expressions de ses personnages, ou décidera d'utiliser des trames en noir et blanc pour représenter des textures ou des émotions. Ces trames permettent par exemple d'habiller des personnages (trames à motifs) ou d'apposer des fonds plus ou moins sombres dans le décor, permettant ainsi aux assistants de ne pas perdre de temps à tout illustrer manuellement.

Les lignes de vitesse

Dans les mangas où se déroulent des scènes de combat et d'action, on observe aussi l'utilisation de lignes de vitesse, qui permettent d'intensifier cette action. Elles peuvent être

légères, suivant un poing lors d'une bagarre par exemple pour signifier le mouvement du bras, ou emplir toute la case lorsque les protagonistes se retrouvent dans un véhicule.

Les onomatopées et expressions de visages

Pour plonger un peu plus le lecteur dans le récit, les mangakas n'hésitent pas à recourir à une multitude d'onomatopées faisant office de bande-son. Frottements, gloussements, bruits de ville, sons de voiture... Il en existe un très grand nombre, qu'il est parfois difficile de traduire en français. Par exemple, les japonais utilisent plusieurs mots pour signifier certains types de chuchotement, que le vocabulaire français ne peut parfaitement retraduire. Toutes ces onomatopées précises permettent ainsi au lecteur de comprendre d'un coup d'œil la situation, qui est aussi accentuée par l'expression des visages des personnages.

Les personnages de mangas sont toujours légèrement disproportionnés, ce qui peut rebuter les lecteurs non habitués à ce style de dessin. Pourtant, les visages sont étudiés pour être les plus expressifs possibles, et permettre au lecteur de comprendre rapidement les sentiments du personnage et son caractère. Les yeux sont les éléments les plus expressifs du visage : plus le personnage a de grands yeux, plus il est jeune et très souvent innocent : c'est un trait de caractéristique important dans les *shonen* et les *shojo*. Au contraire, un personnage possédant des yeux à proportion « normale » représente souvent des adultes ou des personnages plus mature et intelligents. Plus les yeux sont grands, plus ils font ressentir l'émotion des personnages : des étoiles dans les yeux montrent l'admiration, les larmes sont souvent exagérées pour montrer la détresse d'un personnage... Le reste du visage est aussi expressif : une goutte de sueur coulant le long de la tempe du héros trahit l'angoisse ou la gêne, les sourcils froncés, une veine très accentuée expriment la colère... D'un coup d'œil et sans forcément nécessiter de dialogue, le lecteur peut ainsi ressentir les émotions du personnage, vivant avec lui le récit.

Dans le système très rapide de production de mangas, toutes ces caractéristiques permettent au mangaka et à ses assistants d'aller plus vite, puisqu'il leur faut produire une vingtaine de pages par semaine, voire plus si le mangaka travaille sur plusieurs œuvres. Ces codes, assimilés par les lecteurs japonais de mangas, ont pourtant été très difficiles à accepter pour les lecteurs adultes français lorsque les premières œuvres papier et animées ont franchi nos frontières.

3. La réception du manga en France

Si aujourd'hui le manga et ses genres sont clairement définis par les éditeurs et compris par le public, cela n'a pas toujours été le cas, surtout lors de l'importation des premiers dessins animés dans les années 1990. La guerre des chaînes et la poursuite de l'audimat amène les groupes télévisés à retravailler un maximum les animes importés pour les rendre accessibles aux enfants : les génériques sont traduits et chantés en français, un grand nombre de scènes ont été censurées ou adaptées au public français, apportant une multitude d'approximations de traduction et un doublage rapide. Si les enfants ne le remarquaient pas forcément, ce ne fut pas le cas des opposants à ces dessins animés qu'ils mettaient tous dans le même panier, considérant toute la production japonaise comme des bêtises. Parmi ces exemples, on peut citer le dessin animé *Nicky Larson (City Hunter* dans sa version originale japonaise), déjà censuré en version japonaise par rapport au manga, qui a été grandement réadapté pour correspondre à un jeune public. Le générique français a été créé pour la version française, tous les personnages ont été renommés pour coller aux prénoms occidentaux (Ryô Saeba devient Nicky Larson, Kaori Makimura devient Laura Marconi, Umibôzu²⁵ devient Mammouth, et les ennemis sont affublés de surnoms ridicules). Les scènes violentes ou de nudité sont censurées, et tout ce qui peut faire allusion à des pratiques japonaises a été supprimé (ainsi, Nicky Larson n'invite pas les jeunes filles qu'il séduit dans des *love hotels*²⁶ mais des restaurants végétariens)²⁷.

Ces modifications se retrouvent dans beaucoup de dessins animés de l'époque. Seulement, certains dessins animés, malgré la censure, sont jugés beaucoup trop violents et entraînent une véritable levée de boucliers de la part des opposants. Le déclencheur fut notamment la diffusion de la série *Ken le Survivant*. AB Productions, responsable de l'émission *Club Dorothee*, achetait en grande quantité les droits de diffusion des dessins animés japonais, sans forcément se pencher avec attention sur leur contenu. Au Japon, cet anime s'adressait aux

25 Au Japon, l'umibôzu est un monstre du folklore mythique japonais, mais cette référence n'aurait pas pu être comprise par le public français.

26 Les *love hotels* sont une spécificité asiatique. Ils permettent à des jeunes couples d'avoir des relations sexuelles en réservant une chambre pour quelques heures. Le Japon en compte 20 000 à 30 000.

27 Wikipédia. « Nicky Larson (série télévisée d'animation) ». Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Nicky_Larson_%28s%C3%A9rie_t%C3%A9l%C3%A9vis%C3%A9e_d%27animation%29> (consulté le 10/08/2019)

adolescents à partir de 16 ans du fait de la violence des combats et malgré la censure appliquée, les associations familiales et les politiques se sont indignées de cette violence (même censuré par des rayons de lumière, le héros découpait ses ennemis dans de grandes gerbes de sang). De plus, le doublage était très fantaisiste, les doubleurs n'appréciant pas les animes japonais, peu sensibles à leur esthétisme. Il en résulte un doublage très aléatoire, rempli de répliques improvisées à base de jeux de mots et bien loin des dialogues originaux²⁸. Suite à ce dérapage, tous les dessins animes japonais sont mis dans le même panier et la production entière est considérée comme violente, alors que seuls quelques titres sont concernés (*Dragon Ball Z* ou *Les Chevaliers du Zodiaque (Saint Seiya)* sont aussi jugés comme violents).

À partir de janvier 1992, des nouvelles mesures s'appliquent suite à la création du CSA : l'obligation de diffuser 50 % d'œuvres audiovisuelles francophones s'étend aux émissions diffusées aux heures de grandes écoutes. Le CSA interdit de plus la diffusion de certains dessins animés violents, et une multitude des séries animées ne verront jamais la fin être diffusée.

Cette absence de regard sur l'âge réel auquel est destiné certaines séries a mis à mal l'arrivée du manga en France. La presse et certains politiques ont été virulents envers ces dessins animés, et on parle alors de « japonaiserie », terme ironique et péjoratif lancé notamment par *Télérama* dans ses articles qui désigne tous ce qui est à la mode japonaise et qui est considéré comme un sous-art.

De plus, les graphismes, si éloignés de ceux de la bande-dessinée franco-belge plutôt réalistes, n'ont pas réussi à séduire un nouveau public. Comme évoqué plus haut, le manga se concentre principalement sur la narration, délaissant un peu le dessin qui paraît alors grossier et non travaillé. Pour les français, les codes graphiques et narratifs peuvent être plus difficiles à comprendre, les empêchant d'entrer dans l'histoire, tout comme le sens de lecture bien éloigné du nôtre. Les premiers éditeurs de manga ont d'ailleurs fait totalement abstraction de ce sens de lecture, préférant s'adapter à leur public français et se rapprocher des pratiques de lecture de la bande-dessinée franco-belge. Même si les dessins animés étaient vivement critiqués, les audiences étaient rentables et les éditeurs souhaitaient publier leur version en

28 Wikipédia. « Ken le Survivant ». Disponible sur <https://fr.wikipedia.org/wiki/Ken_le_Survivant> (consulté le 10/08/2019)

papier, mais restaient réticents à acheter les droits étrangers ; en effet, si les dessins animés étaient censurés pour s'adapter aux enfants, ce n'était pas forcément le cas pour le manga qui traitait parfois de contenus plus adultes. Pour citer à nouveau notre exemple de Nicky Larson, le manga est beaucoup plus graveleux, la violence plus présente et contient un plus grand nombre de personnages importants pour l'histoire, qui ont été supprimés pour les besoins du dessin animé. Par conséquent, les éditeurs ont passé commande à des auteurs européens pour redessiner les histoires dans un style local ou on édité des livres « anime manga » où ils imprimaient des images photographiées de l'écran à lesquelles s'ajoutaient des bulles de dialogues.

Lorsqu'ils ont commencé à publier ces mangas, la question du sens de lecture s'est posée. Pour des raisons culturelles, les premiers mangas ont été édités dans un format proche des bandes-dessinées franco-belges. Pour la série *Akira*, Glénat fait d'abord le choix de publier la version colorisée vendue aux États-Unis, sous la forme de 31 fascicules couleurs de 64 pages, dans le sens de lecture occidentale. La version fut distribuée de mars 1990 à février 1992, et ne contenait pas tous les fascicules édités aux États-Unis (qui en a publié 38). La sortie du film d'animation en 1988 et l'engouement suscité a permis la réédition du manga sous la forme de 14 albums cartonnés en couleur et de 200 pages, mais il faudra attendre 1999 pour que la version sous forme originale (6 volumes en noir et blanc, dans le sens de lecture japonais) sorte. Mais même si d'un point de vue culturel, il était plus simple de lire ces mangas de gauche à droite, l'inversion de la page ou l'effet « miroir » sur les cases posait de vrais problèmes de compréhension de l'histoire. Si l'on inversait les planches, comme devant un miroir, les personnage devenaient alors tous gauchers, les signes et symboles ne signifiaient plus rien, les costumes traditionnels étaient dans le mauvais sens... Et si l'on gardait le sens original des cases en inversant seulement leur position dans la séquence, les personnages se retrouvaient alors à parler dans le vide, ou dans le mauvais ordre²⁹. Toutefois, les auteurs japonais, appréciant peu que leurs œuvres soient ainsi dénaturées, et les lecteurs souhaitant lire des mangas dans leur sens original (ayant découvert ce format par le biais des traductions espagnoles ou italiennes, qui respectaient le format) ont demandé aux éditeurs français d'éditer les œuvres telles qu'elles paraissaient au Japon sous forme de *Takôbons*. Ainsi, même si les premières œuvres publiées début des années 1990 se lisaient dans le sens

29 GRAVETT, Paul. *Manga*. « Chapitre 10 - Culture et impérialisme ». *60 ans de bande dessinée japonaise*. Éditions du Rocher, 2005. p. 152-154.

occidental (par exemple *Dragon Ball Z*) les éditeurs se sont rapidement tournés vers le sens de lecture original à la demande de nombreux lecteurs. Le marché du manga en France commence alors à prendre son essor au début des années 2000, proposant au public une plus grande diversité de titres.

Le blason des mangas est un peu redoré après l'arrêt des émissions télévisées. Le cinéma propose une meilleure diffusion de films nippons tels qu'*Akira* (1988), *Ghost in the Shell* (1995) ou *Mon Voisin Totoro* (1988) permettent au public de découvrir d'autres auteurs japonais proposant des histoires plus matures, dont les sujets sont plus parlants que certains dessins animés japonais pour enfants. Dans le même temps, certaines maisons d'édition française choisissent d'éditer des mangakas publiant des récits plus matures et plus proches des goûts des lecteurs habitués à la bande-dessinée franco-belge. Parmi eux, on peut citer Jirô Taniguchi, Naoki Urasawa ou Taiyô Matsumoto, qui ont produit de multiples œuvres destinées aux adultes et bien éloignées des récits à succès destinés aux adolescents, retraçant la vie des salariés ou l'histoire d'Hiroshima durant la Seconde Guerre mondiale. Mais même si ces auteurs sont nommés mangakas, le fait qu'ils produisent des œuvres plus matures, dont certaines sont illustrées avec un style plus proche de la bande-dessinée franco-belge (Jirô Taniguchi s'est inspiré d'un grand nombre d'auteurs européens tels Mœbius, François Schuiten ou Tito) leur a permis de toucher plus facilement le public occidental, et d'obtenir plusieurs prix ou nominations lors des festivals reconnus de bande-dessinée, notamment le festival internationale de la bande-dessinée d'Angoulême. De plus, ces auteurs publiés à partir des années 2000 en France ne le sont pas dans les maisons d'édition spécialisée manga mais celles spécialisées dans la bande-dessinée franco-belge : *Gen d'Hiroshima* est publié chez Les Humanoïdes Associés puis chez Vertige Graphic, Un grand nombre d'œuvres de Jirô Taniguchi sont publiées chez Casterman... Ce qui a créé une différence entre le manga « pour adolescent.e.s et jeunes adultes » qui se voit aujourd'hui consacrer des rayons entiers en librairie et les mangas plus proches des lecteurs de bande-dessinée franco-belge, qui sont souvent édités sous forme d'albums cartonnés.

Avec cette nouvelle vision du manga, le public s'y intéresse de plus en plus et le nombre de maisons spécialisées se développe à partir des années 2000. La presse, les salons, les prix parlent de plus en plus du manga avec plus ou moins d'intérêt et de connaissances, mais le

résultat est là : le genre se fait une place en France, faisant découvrir une multitude de genres inconnus aux enfants et adolescents avides de découvrir une autre culture que celle de leurs parents et leur bande-dessinée franco-belge, leur permettant ainsi de s'en affranchir. Bien sûr, même si le manga est de plus en plus reconnu, il n'est pas pour autant libéré de certaines images qui ont la peau dure, notamment que cela s'adresse uniquement aux enfants ou que tout est trop violent. Pourtant, malgré cette image, de nombreuses maisons d'édition se sont créées, se lançant dans le marché du manga français pour proposer au public un grand nombre de genres différents. Et c'est avec toute cette production éditoriale et l'influence des premiers dessins animés qu'un grand nombre d'enfants de la génération *Club Dorothée* s'est lancé dans la création de mangas, et l'on voit ainsi depuis quelques années les artistes français commencer à se faire publier. Aujourd'hui âgé d'environ 30 ans, ces mangakas français souhaitent apporter leur propre touche créative dans ce genre qui jusqu'à présent ne comptait que des mangakas japonais.

II - Le manga français, un genre qui se développe en France avec de plus en plus de succès

A) L'évolution du marché du manga de 1980 à nos jours et la découverte du manga français

1. La tentative de prépublication de magazines, inspiré du modèle japonais

On cite souvent *Akira* comme le manga qui a fait connaître le genre, mais ce n'est pas tout à fait le cas. En 1978 est créé le premier magazine de prépublication de mangas par Atoss Takemoto, un jeune japonais émigré en suisse. S'associant à un Rolf Kesselring, un éditeur suisse, ils sortent le premier numéro de la revue *Le Cri qui tue* en juin 1978, un magazine diffusé dans toute la francophonie occidentale et qui contiendra des œuvres d'auteurs japonais célèbres tels qu'Osamu Tezuka, Takao Saito, Yoshihiro Tatsumi et Fujio Akatsuka. Malheureusement, la revue ne connaîtra pas le succès escompté, les éditeurs ne publiant que six numéros entre 1978 et 1981. On lui reprochera son amateurisme du côté des lettrages et de la rédaction ; de plus, la revue se vend peu, les problèmes de diffusion sont nombreux et le franc français perd rapidement de sa valeur par rapport au franc suisse, en faisant une revue déficitaire. Toutefois, cette revue a permis à une génération de prendre contact avec la bande dessinée japonaise et certains de ses auteurs phares.

Par la suite, les maisons d'édition ont commencé à développer leur collection manga, ou se spécialiser. Glénat fut le premier à créer sa collection manga en 1990, et fut suivi par d'autres éditeurs traditionnels tels que Casterman et sa collection « Manga » en 1995 et Dargaud avec sa collection « Kana » en 1996, qui est devenu aujourd'hui une maison d'édition spécialisée, filiale du groupe Dargaud. En parallèle naissent des éditeurs spécialisés tels que Kazé en 1994, spécialisé aussi dans l'animation japonaise, ou Tonkam en 1994, qui devient une maison d'édition après avoir été une librairie spécialisée mangas. C'est d'ailleurs cette dernière, avec *RG veda* de CLAMP, qui devient rapidement le premier grand éditeur français spécialisé dans le manga, et le premier à éditer ceux-ci sous la forme de lecture originale, telle que demandé par un grand nombre de lecteurs. S'ensuit alors une croissance de marché, où les éditeurs publient les titres en vogue au Japon mais aussi leurs coups de cœurs. Le nombre de titres publiés par an augmente chaque année : 151 albums en 1998, 200 en 1999, 227 en 2000

et 269 en 2001. C'est une époque de découvertes, où les lecteurs se penchaient sur un grand nombre de titres sans être très exigeants, et le faible nombre de parution (contrairement à aujourd'hui, où l'on atteint les 250 volumes par mois de toutes les maisons d'édition) permettait à ces lecteurs de prendre le temps de découvrir les séries. En parallèle de ces sorties, les éditeurs se calquent sur le modèle japonais et commencent à sortir des magazines de prépublication leur permettant de tester les nouvelles séries, tout en leur assurant une bonne visibilité médiatique. Glénat fut le premier à lancer son magazine bimestriel dès juillet 1994, *Kaméha*, sous forme de grand format (19 x 28,5 cm) et en lecture occidentale. Le magazine de 192 pages comportait majoritairement des récits *seinens* et quelques titres *shônens*, qui étaient ensuite publiés sous forme de tomes dans la collection « Kaméha ». Toutefois, la revue s'arrête en 1998, faute de rentabilité : les titres publiés n'étaient pas assez connus, et Glénat s'est alors tourné vers la création d'un magazine de bande-dessinée plus rentable, *Tchô !*.

Deux maisons d'édition reprennent alors le concept : Pika Éditions, créé en 2002, et Tonkam. Pika s'allie avec le géant japonais Kodansha et publie le magazine mensuel *Shonen Collection*, principalement destiné aux jeunes adolescents. Tonkam quant à lui s'allie avec Hakusensha et publie le magazine *Magnolia*, dans le sens de lecture japonais, qui permet au genre *shôjo* de percer en France. Comme le magazine *Kaméha* de Glénat, *Magnolia* est diffusé en kiosques ; et comme *Kaméha*, il voit sa parution cesser après 13 numéros en 2004, faute de rentabilité. Les mangas parus dans ce magazine sont toutefois édités sous forme de volumes reliés.

Le cas de *Shonen Collection* est plus particulier, puisqu'il a vu la création de deux mangas français en prépublication, en plus d'un grand nombre de mangas japonais. Distribué entre janvier 2003 et novembre 2005, 30 numéros ont été publiés contenant des titres aujourd'hui connus en France tels que *Air Gear*, *Negima!*, *School Rumble*, *Tsubasa Reservoir Chronicle* ou encore *Young GTO*. Contrairement aux deux autres magazines cités, Pika fait le choix de commercialiser ses magazines en librairie, cherchant à limiter les erreurs de tirages et les pertes potentielles. La maison d'édition a aussi fait le choix de publier sa revue sous un format compact (20 x 14,5 cm), plus proche du format originel des magazines japonais et surtout publié dans le sens de lecture japonais, pour séduire les amateurs demandant ce respect des œuvres originales.

Les deux mangas français publiés furent *DYS*, de Moonkey, et *Dreamland* de Reno Lemaire, dont le premier chapitre a été publié respectivement dans le numéro du 26 avril 2005 et le numéro du 23 août 2005. Ces deux titres permettront d'ailleurs au magazine de survivre durant sa dernière année d'existence sous la demande des fans. Pour répondre au mieux à leurs attentes et leurs goûts, le magazine avait mis en place un système de votes comme au Japon, à la différence que les titres appréciés sortaient ensuite au format relié, quand les autres étaient simplement annulés. Cela permettait aussi d'estimer un nombre moyen de tirages des tomes pour rester rentable. Malheureusement, le magazine voit l'arrêt de sa publication en novembre 2005, faute de rentabilité.

Pour ces trois magazines, l'échec vient de l'absence de rentabilité car la taille du marché BD français est bien moindre que celui du Japon. Notons qu'en 1996 au Japon, l'industrie du manga produisait plus de 3 000 titres, que les magazines de prépublication représentaient 40 % des ventes, et que le plus célèbre magazine hebdomadaire, *Weekly Shonen Jump*, se vendait à 6,5 millions d'exemplaires³⁰. En parallèle, le marché des revues françaises de bande-dessinée s'effondrait, les magazines disparaissant ou diminuant leurs tirages. Puisque les éditeurs français étaient en collaboration avec les éditeurs japonais, ceux-ci s'attendaient à avoir d'aussi bons résultats de ventes que dans leur pays, ce qui explique les immenses tirages de ces revues françaises de manga, qui ne pouvaient pas être écoulées.

Après l'arrêt de *Shonen Collection*, d'autres éditeurs se sont lancés dans la création de magazines de prépublication, et notamment de manga français. C'est le cas de *Shogun Mag*, un mensuel créé en octobre 2006 par la maison d'édition Les Humanoïdes Associés. Ce mensuel en noir et blanc comportait environ 300 pages et surtout, se revendiquait comme un magazine de Mondomanga, du fait de ses auteurs d'origine diverses : européens, américains et japonais. Avec ce magazine, l'éditeur souhaitait rattraper son retard sur le manga, qui suscitait une vague d'engouement de la part des lecteurs français. Son catalogue n'en contenait qu'un, *Gen d'Hiroshima*, publié en 1983 et qui fut un véritable échec commercial car le format était trop innovant. Alors, au lieu d'acheter les droits de séries japonaises, les éditeurs choisirent d'éditer des créations françaises, dans un style évoquant les mangas et un format proche des magazines de prépublication japonaise. *Shogun Mag* se reconvertit ensuite après 7 numéros :

30 BOUNTHAVY, Suvilay. « Manfra et prépublication : équation impossible ? ». In *Alternative Francophone*, University of Alberta, 2016, 1 (10), pp.23-38. Disponible sur : <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01700047/document>> (consulté le 15/08/2019)

pour réduire les coûts, diminuer le nombre de pages et mieux segmenter ses cibles, le magazine prend le nom de *Shogun Shônen* et crée deux déclinaisons, *Shogun Seinen* et *Shonen Life* (axé *shôjo* et *josei*). Dans ces magazines, les lecteurs découvrent les mangas français *B. B. Project*, de Kaze et Shonen, *Hand7* de Sébastien Célimon et Alber CG, *Pen Dragon* de Mika... 5 numéros de *Shogun Shonen* sont publiés avant que le magazine ne s'arrête ; *Shogun Seinen* s'arrête quant à lui au bout du quatrième magazine, et un seul *Shonen Life* est paru. Le problème sera toujours celui de la rentabilité, et même si Les Humanoïdes Associés ont mis à disposition les chapitres déjà parus sur leur site internet pour accroître leur visibilité, cela n'a pas vraiment fonctionné et seuls 5 titres se sont vus déclinés en version reliée et terminée. Malgré les efforts des éditeurs, ces magazines manquaient de titres forts pour les porter et appuyer leur visibilité³¹.

Quelques magazines ont continué à voir le jour tels que *BexBoy Magazine* (spécialisé *Yaoi* et *Boy's Love*) de 2009 à 2012, édité par les éditions Asuka (aujourd'hui collection de l'éditeur Kazé) et *Akiba Manga*, avec plusieurs volumes sortis entre janvier 2011 et août 2011, édité par Ankama presse et qui avait la particularité de proposer des *shônens*, *seinens* et *shojos* où le scénariste était français et le dessinateur japonais. Malheureusement, pour des problèmes de retards et de rentabilité, ces magazines furent arrêtés. *Akiba Manga* donnait lui aussi la possibilité aux lecteurs de voter pour leurs séries favorites : si jamais une série était en première place à 5 reprises, elle paraîtrait en recueils ; à l'inverse, une série 5 fois consécutives à la dernière place se voyait stoppée sans forcément être terminée. À aujourd'hui, il n'existe plus de magazines de prépublication papier de mangas européens ou japonais.

2. Les années 2000, l'âge d'or du manga en France

Au vu du succès mitigé de ces revues, les éditeurs se concentrent alors uniquement sur la parution des mangas en tomes reliés. On voit alors arriver sur les étagères des librairies les premiers titres commerciaux à succès, dont plusieurs sont encore en tête des ventes aujourd'hui : *Hunter x Hunter* (Yoshihiro Togashi) et *One Piece* (Eiichirô Oda) en 2000, *GTO* (Tôru Fujisawa) et *Angel Sanctuary* (Kaori Yuki) en 2001, *Love Hina* (Ken Akamatsu), *Fruits Basket* (Natsuki Takaya), *Naruto* (Masashi Kishimoto) et *Bleach* (Tite Kubo) en 2002. Les

31 BOUNTHAVY, Suvilay. *Op. cit.*

parutions augmentent petit à petit, et le manga commence à se faire une place importante dans les sorties nouveautés du secteur bande-dessinée en général : en 2004 sont ainsi sorties 614 nouveautés mangas, soit 36 % des nouveautés en bande-dessinée.

Suivant la tendance, de nouvelles maisons d'édition spécialisées continuent à se créer, notamment Ki-oon Éditions en 2003, Kurokawa en 2005, Doki-Doki en 2006, et le secteur se professionnalise de plus en plus. Les premiers mangas parus dans les années 1990-2000 n'était pas toujours très bien traduits et adaptés, du fait notamment de traducteurs qui avaient appris le japonais en France, et non au Japon, ce qui ne leur permettait pas forcément de comprendre toutes les nuances japonaises. Aujourd'hui, beaucoup d'éditeurs de manga connaissent le japonais, indispensable pour dialoguer avec leurs interlocuteurs, pour se déplacer parfois directement au Japon et pour comprendre le contenu de leurs futures parutions. D'autres postes se sont aussi professionnalisés comme celui des graphistes, qui demande de très bonnes compétences pour gérer les retouches, les onomatopées, la conception des jaquettes pour qu'elles correspondent un maximum aux publications originales, notamment la couverture que les éditeurs japonais valident avant impression³².

Du fait de son faible prix, des délais courts de sortie entre chaque tomes (compter en moyenne une sortie de tome tous les trois mois pour les séries régulières) et de l'attrait de la nouveauté et de nouveaux univers, les ventes explosent et les plus grands titres sont tirés à plus de 60 000 exemplaires pour un tome de *One Piece*, et jusqu'à 130 000 exemplaires pour un nouveau tome de *Naruto*. En 2005, le nombre de mangas édités dépasse même celui des albums traditionnels, avec 42 % de nouveautés dans le secteur de la bande-dessinée. C'est à cette époque de la France devient le second marché du manga au monde après le Japon, ce qui est encore le cas aujourd'hui. Chaque année, de plus en plus de titres paraissent dans les rayons, posant de plus en plus le problème de place et de choix des titres, et entraînant irrémédiablement une baisse des ventes³³.

32 PINON, Matthieu. LEFEBVRE, Laurent. « L'histoire du manga en France vu par des éditeurs de mangas ». *Histoire(s) du manga moderne. Nouvelle édition revue et augmentée*, Éditions Ynnis, 2014. p. 150-152.

33 ROCCHIA, Simon. « Le marché du manga en France ». *Monde du Livre*. 13/11/2015. Disponible sur : <<https://mondedulivre.hypotheses.org/1929>> (consulté le 14/08/2019)

3. Un marché oligarchique en pleine mutation

S'il existe une quinzaine de maisons d'édition produisant du manga, cinq d'entre elles dominant le marché, notamment grâce aux best-sellers parus dans les années 2000 et à certaines pépites découvertes au fil des ans. Glénat, première maison d'édition à avoir publié du manga, reste le leader du marché depuis 2011 notamment grâce à ses séries phares telles que *One Piece*, les licences *Dragon Ball* mais aussi quelques succès plus récents tels que *Tokyo Ghoul*, *Ajin* ou actuellement *Dr. Stone*. La maison d'édition réussit à gérer son fond et propose une multitude de nouveautés, notamment *shonens*, qui sont déjà un succès au Japon. Glénat peut aussi se targuer d'avoir un grand nombre de mangas français dans sa collection, notamment avec les titres *Devil's Relics* de Maître Gims, Darcy, Yoshiyasu Tamura et Jean-David Morvan, *Tinta Run* de Christophe Cointault, *Horion* de Aienkei et Enaibi, *Ayakashi*, *Stray Dog* et *MortiCian* de VanRah, *4LIFE* de Antoine Dole et Vinhnyu.

Après Glénat, Pika éditions reste la deuxième maison d'édition à vendre et proposer le plus de nouveautés, avec environ 230 nouveautés par an. Comme Glénat, Pika s'est constitué un bon fonds, notamment avec les titres *Fairy Tail* depuis 2008, *L'attaque des titans* ou encore *Seven Deadly Sins*, des titres publiés depuis quelques années et qui font office de best-sellers. Pika peut aussi compter sur sa série française *Dreamland*, de Reno Lemaire, premier manga considéré comme un manga français à succès depuis ses débuts en 2006, et qui dépasse le cap des 20 000 lecteurs. Parmi les autres titres de manga français au catalogue (mais avec un succès bien moindre), on compte aussi *DYS*, de Moonkey, *Catacombes* de VALD et *Everdark* de Romain Lemaire.

Le troisième éditeur du marché est Kana, qui s'appuie lui aussi sur son fonds avec *Naruto*, *Death Note* ou *Black Bulter*, des séries souvent conseillées pour débiter dans le manga. Kana peut aussi compter sur quelques succès plus récents tels que *Assassination Classroom*. Au catalogue des mangas français, on retrouve *Save Me Pythie* d'Elsa Brants.

En quatrième et cinquième position se retrouvent les éditions Ki-Oon (10,3 % de part de marché) et les éditions Kurokawa (8,7 % de parts de marché³⁴), deux maisons d'édition qui ne peuvent pas s'appuyer sur d'anciennes parutions à succès pour se développer mais qui ont su

34 OZOUF, Paul. « [Bilan Manga 2018] Ventes en France : toujours plus haut ! », In *Journal du Japon* [en ligne]. 26/06/2019. Disponible sur : <<https://www.journaldujapon.com/2019/06/26/bilan-manga-2018-ventes-en-france-toujours-plus-haut/>> (consulté le 16/08/2019)

trouver leur ligne éditoriale spécifique et plusieurs titres à succès de la décennie pour se faire une place dans ce marché. Les éditions Kurokawa publient en moyenne 86 nouveautés par an, ce qui est peu en comparaison des autres maisons d'édition mais qui leur permet de faire un véritable travail de qualité sur leurs œuvres et leur permet de proposer un catalogue de qualité. Ki-Oon publie eux une centaine de nouveautés par an avec une ligne éditoriale proposant principalement du polar, du fantastique, de la fantasy ou du thriller ainsi que des œuvres plus poétiques qui s'adressent à un public cherchant des récits pour adolescents/jeunes adultes plus matures. On trouve ainsi chez eux des nouveaux succès tels que *One-Punch Man* pour Kurokawa et *My Hero Academia* pour Ki-Oon, deux titres qui se retrouvent encore aujourd'hui dans les meilleurs classements de vente. Chez Ki-Oon, on retrouvera aussi au catalogue deux mangas français : *Green Mechanic* de Yami Shin et *Outlaws Players* de SHONEN .

Le reste du marché se divise entre plusieurs maisons d'édition produisant une multitude de titres aux succès bien moindres, ou choisissant de concentrer leur ligne éditoriale sur des sujets d'actualité et de société pas toujours mis en avant dans d'autres maisons d'édition comme le fait notamment les éditions Akata.

Toujours à la recherche de la perle rare, du nouveau titre à succès en France, les maisons d'édition de manga continuent à publier chaque année de plus en plus de titres. Ce système, qui s'applique aussi aux autres secteurs éditoriaux en France, voit pourtant ses limites arriver. Outre le manque de place dans les rayons des libraires, cette multitude de choix ne favorise pas l'achat « découverte » du lecteur, comme c'était le cas lorsque les mangas ont commencé à être publiés. Pour éviter d'être perdus, les jeunes lecteurs se rabattent souvent vers les grands succès tels que *One Piece*, *Naruto* ou *L'Attaque des Titans*, sûrs de la qualité des œuvres et assurés de ne pas dépenser leur argent dans des tomes qu'ils ne sont pas sûrs d'apprécier, même si le prix d'un manga est assez faible. Au Japon, lorsqu'un genre ou un sous-genre fonctionne parfaitement, il est très courant de voir des œuvres du même genre être édités pour favoriser les achats. On retrouve alors ces œuvres en France, et pour un récit à succès, il en existe souvent une multitude beaucoup moins attractifs, mais il est impossible de le savoir sans commencer à lire le manga ; du fait du grand nombre de tomes vendus par récit,

les lecteurs sont parfois réticents à dépenser leur argent sans savoir jusqu'où va aller le récit et s'il va leur plaire jusqu'au bout.

Mais choisir les titres à succès risque bientôt de mettre à mal les éditeurs lorsque ceux-ci se termineront : en effet, les premières séries des années 2000 commencent aujourd'hui à se terminer comme *Naruto* (le dernier tome, le 72^e, est paru en France en novembre 2016) ou *Fairy Tail* (le dernier tome, le 63^e, est paru en France en juin 2018), et même si les mangakas en ont fait une suite ou commencent de nouvelles histoires, cela ne motivera pas forcément les nouveaux lecteurs qui devront se relancer dans la collection d'un grand nombre de tomes, ou qui auront peur que leurs auteurs « tirent sur la corde » avec leurs personnages et créent ainsi des histoires moins novatrices qu'à l'époque.

Pour remédier à cela, les éditeurs français essaient de proposer au maximum des mangas dont le succès n'est plus à prouver au Japon et qui font l'objet d'un grand *merchandising*, notamment via l'adaptation du manga en *anime*³⁵. Au Japon, les *animes* servent très souvent à promouvoir le manga et le faire découvrir à un nouveau public. Ces *animes* sont diffusés sur différentes chaînes télévisées et fonctionnent par saisons (hiver, printemps, été, automne). À chaque saison est produit entre vingt et trente *animes*, réalisés par différents studios d'animations plus ou moins prestigieux et au budgets plus ou moins important, ce qui se ressent très souvent dans la qualité du dessin et des animations. En France, ces *animes* ont été pendant des années importés et traduits de façon illégale sur différents sites internet, mais en l'absence de plateformes officielles de diffusion, aucune action n'était engagée envers ces sites. C'est par ce biais qu'un grand nombre de lecteurs pouvaient découvrir des *animes* diffusés en version originale sous-titrée français, jauger la qualité de l'histoire et, si celle-ci les intéressait, ils pouvaient alors soit acheter le manga lorsqu'il était traduit par les éditeurs, soit le lire sur internet si des équipes bénévoles (appelées *fansubs*) avaient pris le temps de traduire (toujours illégalement) ce manga. À partir de 2016, des plateformes légales de diffusion se sont créées soit indépendamment, soit en collaboration avec des éditeurs français, ce qui permis une diffusion plus importante et plus facilement accessible des *animes* auprès du public. Aujourd'hui, il n'est donc pas rare de voir un éditeur sortir une nouveauté manga ou mettre en avant une série qu'il publie déjà en s'appuyant sur la diffusion française de sa

35 Pour rappel, un *anime* est tout simplement un dessin animé qui reprend l'histoire du manga. Ce terme permet de faire une distinction entre le dessin animé occidental ou américain et ceux réalisés dans un style japonais, qui n'est pas destiné uniquement aux enfants.

version animée, car il est quasiment assuré de voir ses ventes décoller. Ce fut le cas récemment de la série *The Promised Neverland* de Kaiu Shirai et dessiné par Posuka Demizu, paru en France en version *anime* sur la plateforme de diffusion Wakanim entre janvier et mars 2019, permettant ainsi à Kazé de promouvoir la série qu'il publiait depuis avril 2018. La diffusion de cet anime a ainsi permis au public de découvrir l'histoire puis d'aller acheter les mangas, les faisant ainsi entrer dans les meilleures ventes de 2019.

Aujourd'hui, le marché du manga se porte toujours aussi bien grâce à l'adaptation des éditeurs. Après une baisse assez inquiétante dans les années 2014 des ventes pour toutes les maisons d'édition, celles-ci ont su s'adapter en communiquant beaucoup plus sur leurs titres qu'ils ne le faisaient auparavant. De plus, l'apparition de nouvelles maisons d'édition telles que Ototo, Meian Éditions, H2T, VEGA Éditions pour n'en citer que quelques unes a aussi permis au marché de se renouveler au niveau du contenu proposé : éditions de luxe, *light novels*³⁶, mais aussi mangas européens avec H2T. Dans le même temps, on observe chez plusieurs éditeurs une volonté de proposer leurs propres créations de mangas, que ce soit en collaboration avec des mangakas japonais, notamment chez Ki-Oon qui a proposé *Noise* de Testuya TSUTSUI (auteur des mangas japonais à succès *Prophecy* et *Poison City*), *Tsugumi Project* de Ippatu ou encore *Beyond the Clouds* de Nicke, ou directement en éditant des auteurs français.

Nous avons vu plus haut que le peu de sorties françaises s'étaient faites dans des magazines de prépublication, mais que le public n'y avait pas réellement adhéré. Aujourd'hui, c'est une nouvelle génération qui commence à laisser sa chance à des auteurs français, dont certains commencent à se faire un nom aux côtés du mangaka français Reno Lemaire. Dans la continuité de cette évolution du marché, le manga français pourrait bien réussir à se faire une place dans les rayons. Toutefois, les éditeurs doivent mettre en place de nouvelles stratégies de marché pour que ces auteurs puissent bénéficier de la meilleure visibilité possible.

36 Un *light novel* est un type de roman japonais destiné aux jeunes adultes et aux adolescents, écrits dans un style utilisant des paragraphes courts et beaucoup de dialogues. Ils sont enrichis d'illustrations et, comme les mangas, sont prépubliés chapitre par chapitre avant d'être reliés. Il peut arriver qu'un titre soit ensuite adapté sous forme de manga et/ou d'*anime*.

B) Le manga français et sa communication, entre reprise des schémas japonais et adaptation au marché français

1. Le développement du manga français par le biais d'internet et des écoles

Tous les genres de bande-dessinée ont inspiré une multitude de futurs artistes. Pour le manga, ce fut les auteurs tels qu'Akira Toriyama (*Dragon Ball Z* et ses suites), Tsukasa Hôjô (*City Hunter*), Leiji Matsumoto (*Capitaine Albator*) ou encore Eiichiro Oda (*One Piece*) qui inspirèrent les jeunes illustrateurs de mangas français. Comme beaucoup de jeunes artistes, ils n'hésitent pas à publier leurs productions dans des *fanzines* papier ou en ligne, ces magazines créés et réalisés par des amateurs passionnée pour d'autres passionnés. Avec la création d'internet et des réseaux sociaux, il est alors devenu plus simple pour ces illustrateurs de se créer une communauté autour de leurs illustrations, montrant ainsi leur talent et leurs récits à un nombre plus ou moins important d'internautes. Si les premiers auteurs de mangas français tels que Reno Lemaire ne se sont pas fait connaître par ce biais mais directement en envoyant leur production aux éditeurs, aujourd'hui tous les mangakas français édités possèdent un compte sur plusieurs réseaux sociaux, leur permettant de partager leur art et de communiquer directement avec leurs lecteurs. Parmi les réseaux les plus importants, on peut compter DeviantArt, Tumblr, Twitter, Instagram, Tipeee ou Patreon, dont les deux derniers permettent de payer une petite somme pour voir les œuvres de l'artiste et ainsi rémunérer son travail.

Les auteurs peuvent partager leurs récits sur ces plateformes, mais aussi se diriger vers des plateformes de prépublication dédiées comme par exemple Mangadraft, une plateforme spécialisée dans la prépublication de bande-dessinée, de manga et de *comics*. Entièrement gratuite, elle permet aux artistes de présenter leurs mangas sous forme de chapitres qu'ils ajouteront au fur et à mesure qu'ils développeront leur histoire. Les internautes peuvent alors commenter les chapitres, donnant leur avis pour que l'auteur puisse s'améliorer, modifier quelques défauts qu'il n'aurait pas vu ou simplement l'encourager. Ce contact entre auteur et lecteur n'est pas spécifique au manga, mais ces plateformes permettent à ces auteurs de se faire connaître auprès du public, et les œuvres les plus appréciées peuvent faire l'objet d'une possible publication, soit sous forme d'auto-édition, soit chez un éditeur intéressé par le récit. Ainsi, il n'est pas rare de voir des auteurs de manga français créer des campagnes de financement participatif pour vendre au format relié leurs tomes.

On peut citer par exemple le cas de l'auteurice Aerinn qui a commencé en 2007 à créer son propre fanzine, *Shinokami*, pour apprendre avec sérieux la BD et qui a été récompensé par plusieurs prix à la Japan Touch en 2008 et à la Japan Expo en 2009 et 2013. Forte de ce succès, elle a alors commencé à publier son manga *Chronoctis Express* en 2014 sur son site internet et sur la plateforme Mangadraft. Au vu du succès croissant de son récit auprès des lecteurs (plus de 600 000 lecteurs suivent les mises à jour chaque semaine), elle a décidé de lancer l'impression de son tome 1 en auto-édition via la plateforme de financement participatif Ulule³⁷. Grâce à ce succès, elle a ensuite pu proposer aux éditeurs ses planches, et a finalement signé en 2017 chez Kotoji Éditions, avant de créer ensuite sa propre maison d'édition, Harpelume.

Beaucoup d'artistes apprennent le dessin du manga par eux-même ou par le biais d'ateliers de dessin, en recopiant les planches de bande-dessinée ou de mangas qu'ils possèdent dès leur adolescence. Certains se lancent ensuite dans des écoles d'art avec plus ou moins de succès dans l'optique de devenir mangakas. Au vu de l'intérêt croissant des dessinateurs pour le manga, de nouvelles écoles spécialisées ont vu le jour. Depuis 2002, il existe l'établissement Eurasiam à Paris, entièrement dédié au Japon et à la Chine, qui propose un cursus pour devenir dessinateur de manga, cadre dans l'édition ou encore graphiste au Japon, en Chine comme en France³⁸. Le deuxième établissement dédié fut la Human Academy à Angoulême en 2015³⁹, qui propose plusieurs cursus sur 3 ans et une prépa d'un an pour la remise à niveau. Cette école permet aux élèves de devenir des mangakas professionnels, des développeurs de jeux vidéos professionnels ou encore de découvrir tous les métiers liés à l'animation⁴⁰. Elle propose aussi des cours de japonais, permettant aux élèves de possiblement tenter leur chance au Japon s'ils le souhaitent. En 2016, l'École Internationale du Manga et de l'Animation est créée à Toulouse par l'école de manga déjà existante, Toulouse Manga. Tout comme la

37 Site internet d'Aerinn : <https://aerinn.fr/>

38 Eurasiam. « Eurasiam - Japanese art & communication ». Disponible sur : <http://www.eurasiam.com/art/index.php> (consulté le 17/08/2019)

39 PUJOLAS, Marie. « "Human academy", première école de manga en France ». In *France TV Info* [en ligne]. Disponible sur : https://www.francetvinfo.fr/culture/bd/human-academy-premiere-ecole-de-manga-en-france_3334565.html (consulté le 17/08/2019)

40 Human Academy. Disponible sur : <http://eu.athuman.com/?lang=fr> (consulté le 17/08/2019)

Human Academy, la formation se fait en trois ans et il existe deux cursus, celui du manga et celui de l'animation, et propose aussi une année de remise à niveau avant les cursus⁴¹.

Chacune de ces écoles est privée, demande des frais de scolarités entre 4 000 et 6 000 euros l'année et ne recrute qu'un petit nombre d'élèves chaque année (entre 20 et 30). Toutefois, en intégrant ces écoles, les élèves ont ainsi accès à une multitude de cours et de connaissances qui leur permettent de devenir très rapidement des professionnels pouvant proposer des œuvres aux éditeurs, et ainsi enrichir cette nouvelle vague du manga français.

2. la reprise du manga français par les éditeurs : à chacun sa méthode pour produire et vendre ses titres.

Actuellement, le manga français reste tout de même un marché de niche, ne comptant qu'une vingtaine de titres actuellement édités. Lors du lancement des magazines de prépublication et des premiers tomes de *Dreamland*, un grand nombre de lecteurs de mangas japonais ont dénigré ces œuvres, affirmant que le manga ne pouvait être fait que par des japonais pour avoir un récit et des illustrations de qualité, qu'il valait mieux pour les auteurs français se tourner vers la bande-dessinée franco-belge. Si *Dreamland* fut l'un des rares mangas français à atteindre les dix ans de parution, c'est aussi grâce à Reno Lemaire qui a su persévérer dans son œuvre, tout en étant conscient des avis négatifs d'une part du public et de sa marge de progression :

«Je n'ai pas rencontré de difficultés quand je suis allé démarcher les éditeurs. Mais une fois que j'ai été publié, j'ai vu que beaucoup de gens n'avaient pas les codes, raconte le dessinateur originaire de Montpellier. J'avais des critiques de lecteurs et d'auteurs à Angoulême: "Pourquoi ce format? Pourquoi un sens japonais de lecture?..." J'ai eu droit à ça pendant un ou deux ans après la sortie de *Dreamland*. J'avais le cul entre deux chaises: d'un côté les amateurs francobelges, de l'autre les puristes du manga japonais⁴².»

« C'est assez rare aujourd'hui car tout a été dit et tout a été inventé mais, comme dans toutes les nouvelles mouvances, beaucoup de choses ont été mal faites. Je suis le seul à avoir survécu de cette période, je ne sais pas trop pourquoi. IL faudrait demander aux lecteurs ou aux gens qui analysent comment *Dreamland* marche... dans tous les cas, les pionniers n'étaient pas bons, moi-même je n'étais pas très professionnel, le niveau était assez faible donc il fallait conquérir le public

41 EIMA, « Qu'est-ce que l'EIMA ? ». Disponible sur : <<http://www.eima.school/quest-ce-que-leima/>> (consulté le 17/08/2019)

42 OULAC, François. « Le manga français peut-il sortir de sa niche ? » In *Slate.fr* [en ligne]. 20/02/2016. Disponible sur : <<http://www.slate.fr/story/113867/manga-francais-niche>> (consulté le 17/08/2019)

et faire accepter que nous n'étions pas moins bons que les japonais mais comme nous n'étions pas très bons, le public a assimilé les mangakas français à de mauvais mangas. *Dreamland* a réussi parce que je me remets en question tout le temps et les lecteurs voient mon évolution de tome en tome, ils voient que je ne stagne pas et c'est ce qui fait qu'ils me sont fidèles⁴³. »

Du fait de cette qualité plus faible que celle des mangakas japonais, les éditeurs restaient réticents à se lancer dans le manga français. De plus, il est plus risqué pour un éditeur de publier une œuvre française à partir de rien et de réussir à la lancer que d'acheter une série qui a déjà fait ses preuves au Japon et dont le nombre de tomes est déjà assez avancé. Enfin, même si l'éditeur fait le pari d'éditer un mangaka français, il sait pertinemment que le rythme de parution d'un tome ne sera jamais aussi rapide et régulier que les licences japonaises, qui sortent environ tous les trois à quatre mois selon la productivité de l'auteur japonais et le temps nécessaire à la traduction française. À titre d'exemple, Reno Lemaire met environ 7 mois pour produire 200 pages en couleurs et noir et blanc, afin de sortir un tome par an. C'est donc un engagement sur la durée que l'éditeur doit prendre, sans s'assurer que celui-ci soit forcément rentabilisé. Pour les éditeurs, le manga français est aujourd'hui une nouvelle vague de création dans le secteur du manga, où la liberté de création prône sur la rentabilité, souvent obtenue par la vente des licences japonaises. Pika éditions fut l'un des premiers à relever ce défi en publiant *Dreamland* et *DYS* et cela paie aujourd'hui pour le premier qui a fêté ses 10 ans de parution en 2016, s'est vendu à plus de 400 000 exemplaires et qui ne semble pas prêt de se terminer.

• **Ankama, une maison d'édition spécialisée dans la création de mangas français**

Au vu de ce succès, d'autres éditeurs ont commencé à éditer des mangas français, se faisant rapidement un nom dans ce secteur. C'est notamment le cas de la maison d'édition Ankama, créée en 2001 et qui a commencé par se spécialiser dans la création numérique et artistique ainsi que le transmédia. Célèbre pour son jeu vidéo *Dofus*, dont le premier jeu est sorti en 2004, et sa série d'animation *Wakfu*, suite vidéoludique de *Dofus*, la maison d'édition se lance fin 2005 dans la production de son premier manga français, *Dofus*, qu'elle publie au sein de sa

43 ROXANE. « Reno Lemaire, interview d'un pionnier du manga français ». [en ligne]. 21/12/2017. Disponible sur : <<https://www.journaldujapon.com/2017/12/21/reno-lemaire-interview-dun-phenomene-manga-francais/>> (consulté le 17/08/2019)

propre maison d'édition créée spécialement, Ankama Éditions. Elle publiera aussi la suite des aventures de *Wakfu* dans le manga français du même nom entre 2012 et 2019. Au sein de sa collection Ankama Mangas, la maison d'édition va alors commencer à produire ses propres mangas français et développe rapidement une petite collection avec quelques succès :

- *City Hall* de Rémi Guérin et Guillaume Lapeyre, publié entre 2012 et 2015 et terminé en 7 tomes, qui a reçu en 2012 le prix D-Lire Canal BD et dont le tome 1 s'est vendu à plus de 10 000 exemplaires dans les 4 premiers mois de sa sortie⁴⁴, un très bon démarrage pour un manga français à cette époque et qui a nécessité une réimpression ;

- *Burning Tattoo*, d'Emmanuel Nhieu, publié entre 2016 et 2017 et terminé en 3 tomes. L'auteur avait imaginé une suite à la trilogie mais, suite aux ventes insuffisantes, Ankama n'a pas renouvelé le contrat ;

- *La Brigade temporelle – Le Visiteur du Futur* de François Descraques au scénario et de Guillaume Lapeyre à l'illustration. Cette série, terminée en trois tomes, se place dans l'univers créé par François Descraques et sa websérie à succès *Le Visiteur du futur*, et se déroule après la fin de la saison 4 et des livres *La Meute*, écrits par Slimane-Baptiste Berhoun et François Descraques, respectivement acteur et scénariste de la websérie.

- *Shôshû On The Rocks* par Saïd Sassine et Carole Bartier, paru en 2015 et qui a été arrêtée après 2 tomes.

- *Appartement 44* de DARA, parue entre 2010 et 2013 et qui est une série terminée en 4 tomes.

- *Double.me* de Miki Makasu et Ootosan, paru en 2017 et toujours en cours de parution avec 3 tomes sortis actuellement.

- *Tali, fille de la Lune* de Sourya, dont le premier tome est paru en janvier 2018 et le deuxième tome en juillet 2019. Le premier tome n'a pas rencontré le succès escompté et la série aurait dû se terminer en trois tomes, mais les internautes connaissant l'œuvre et ayant appris cette nouvelle se sont mobilisés début août 2019 avec le hashtag #SaveTalli pour permettre à un maximum de personnes de découvrir cette œuvre et lui donner la possibilité de continuer au-delà de trois tomes⁴⁵.

44 BENOIT, Olivier. « [Interview] City Hall : Le manga français n'a pas dit son dernier mot » [en ligne]. 26/06/2013. Disponible sur : <<http://www.journaldujapon.com/2013/06/26/interview-city-hall-quand-le-manga-francais-a-des/>> (consulté le 17/08/2019)

45 LISEF. « Les internautes soutiennent la BD Tali fille de la Lune avec le hashtag #SaveTalli » [en ligne]. 05/08/2019. Disponible sur : <<http://www.9emearth.fr/post/news/franco-belge/les-internautes-soutiennent-la-bd-talli-fille-de-la-lune-avec-le-hashtag-savetalli-10925?fbclid=IwAR0-Svwbw->

Mais l'œuvre qui a réellement mis en avant Ankama pour sa production de mangas après *City Hall*, fut la série *Radiant* de Tony Valente. Publiée depuis juillet 2013 et comptant actuellement 12 tomes, la série rencontre rapidement un grand succès de part son histoire originale et son style graphique très proche des *shônens* japonais. Le premier tome s'est vendu à 10 000 exemplaires en 8 mois⁴⁶, et compte en 2018 plus de 200 000 exemplaires vendus au total, avec 40 000 exemplaires pour le tome 1⁴⁷. Le manga a aussi reçu plusieurs prix : prix de la meilleure BD au « style manga » à l'occasion de l'Anime & Manga Grand Prix en 2014, prix décerné par le magazine spécialisé AnimeLand ; prix BD/Manga Canal BD-J'aime Lire Max dans la catégorie « Manga » en 2015 et prix Daruma du meilleur manga international à l'occasion de la Japan Expo 2016. Depuis août 2015, le manga est aussi publié à l'international notamment au Japon depuis 2015, en Espagne, en Allemagne, en Italie, en Pologne, au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Irlande et en Afrique du Sud, une première pour un manga français. Et la consécration ne s'arrête pas là, puisque le manga est adapté en *anime* au Japon par le studio LERCHE⁴⁸ pour la chaîne NHK⁴⁹, et les 21 épisodes produits sont diffusés entre octobre 2018 et février 2019. Une saison 2 est d'ailleurs annoncée pour octobre 2019, preuve du succès qu'a rencontré la saison 1 au Japon.

Aujourd'hui, Ankama Éditions fait partie des maisons d'édition reconnues pour leurs mangas français. Mais d'autres maisons d'édition spécialisées se sont aussi lancées dans ce marché de niche, dont certaines avec des modèles économiques différents. Toutefois, pour la plupart des maisons d'édition, un nombre de tomes précis est calibré dès le début du contrat, à la fois pour donner envie aux lecteurs de se lancer dans l'aventure au vu du faible nombre de tomes, mais aussi pour que l'éditeur s'assure de ne pas perdre trop d'argent si le manga n'est pas un succès.

[kOdTikQ92L8ySBWGqWN62kX6JfUq2qpWbQRQMZhL9—o_arK0](#)> (consulté le 17/08/2019)

46 Adala-news. « Le manga Radiant trouve son public, en France ». [en ligne]. 28/02/2014. Disponible sur : <<https://adala-news.fr/2014/02/le-manga-radiant-trouve-son-public-en-france/>> (consulté le 17/08/2019)

47 BENARROUS, Julia. « Y a-t-il un avenir japonais pour les auteurs de manga français ? » In *Le Figaro*. 16/07/2018. Disponible sur : <<http://www.lefigaro.fr/bd/2018/07/07/03014-20180707ARTFIG00089-y-a-t-il-un-avenir-pour-les-auteurs-de-manga-francais.php>>

48 Le studio LERCHE a adapté plusieurs mangas ayant bien marché au Japon tels que *Danganronpa*, *Assassination Classroom*, *Re: Hamatora* ou plus récemment *Given*.

49 NHK est l'unique groupe audiovisuel public japonais, elle gère les stations de radio et de télévision du service public japonais. Son audience moyenne est d'environ 27 % de foyers japonais. La chaîne diffuse un grand nombre d'*animes*, parmi lesquels *Cardcaptor Sakura*, *Bakuman*, la saison 3 de *L'Attaque des Titans* ou plus récemment *Vinland Saga*.

• **Glénat, une maison d'édition qui publie des auteurs inconnus et connus**

C'est par exemple le cas de Glénat, qui impose un nombre de tomes à terminer, quitte à ce que l'auteur soit obligé de condenser son histoire dans son dernier tome pour terminer le récit tout en satisfaisant les lecteurs. Ce fut le cas par exemple pour le manga *Tinta Run* de Christophe Cointault, qui a vu sa série se terminer en 4 tomes. C'est ce qu'il explique notamment dans une interview donnée au magazine 9ème Art en juillet 2019 :

« Avec *Tinta Run*, comme c'était ma première œuvre, j'étais plein de stress, je me suis pris la tête. Je voulais mettre trop de choses, inventer pleins de mots... Je me suis rendu compte, notamment avec le retour du public, qu'il fallait faire quelque chose de beaucoup plus classique en respectant les codes du Shonen. »

« Avec *Wind Fighters* [sa nouvelle série publiée chez Glénat en avril 2020], ça va démarrer direct. Tout sera beaucoup plus simple, plus immédiat car aujourd'hui faut envoyer du lourd tout de suite. J'ai appris que quand on a de bonnes idées, il faut les mettre immédiatement, sans se dire qu'on se les garde pour les tomes suivants. Dessiner le tome 4 [de *Tinta Run*] dans ces conditions, le fait qu'il soit vachement condensé et intensif, tout cela m'a appris à travailler de cette nouvelle manière. C'est quelque chose que je vais appliquer dès le tome 1 de *Wind Fighters*⁵⁰. »

Aux éditions Glénat, les manuscrits sont directement envoyés à l'éditeur qui sélectionne ceux qui lui conviennent, comme dans d'autres secteurs éditoriaux. Actuellement, la maison d'édition publie huit mangas français : *4LIFE*, *Stray Dog*, *Tinta Run*, *Devil's Relics*, *Ayakashis*, *MortiCian*, *Versus Fighting Story* et *Horion*. Un neuvième manga a été annoncé pour avril 2020, *Wind Fighters* de Christophe Cointault.

Si le nombre de tomes est imposé, les auteurs sont toutefois libres sur leurs récits. Les éditeurs de chez Glénat leur laissent une grande marge de création comme le dit Antoine Dole dans une interview donnée en octobre 2018 au site internet Manga-News, à propos de son titre *4LIFE* en collaboration avec Vinhnyu :

« La première chose que m'a dit mon éditeur c'est « vas où tu veux aller ». Comme je n'avais jamais fait de manga et comme je ne connaissais pas vraiment

50 9ème Art. « Christophe Cointault (*Tinta Run*) nous parle de *Wind Fighters*, son prochain manga » [en ligne]. 16/07/2019. Disponible sur : <<http://www.9emearth.fr/post/interview/manga/christophe-cointault-tinta-run-nous-parle-de-wind-fighters-son-prochain-manga-10899?fbclid=IwAR2mnIQL7KkLGSpBIVralydsfoh411X7izCmMZUzf9zxm9AXqGmVg7WTYtQ>> (consulté le 19/08/2019)

ce public... Je fais partie de ce public là mais je ne savais pas vraiment ce qu'on pouvait faire ou ne pas faire. Il y a des petites règles un peu tacites et du coup le rôle de mon éditeur fut vraiment de me dire « c'est un espace de création pour toi et si tu fais un manga différent c'est bien aussi ». On s'est vraiment mis à une table pour déconstruire les a priori et les préjugés que je pensais pouvoir faire et pour libérer les choses. C'est vraiment intéressant quand tu fais la rencontre d'un éditeur comme ça parce que ce n'est pas dans toutes les maisons d'éditions, c'est pour ça que c'est important de le dire quand c'est le cas. Il faut dire qu'il y a des éditeurs qui ont un cœur et qui veulent vous faire accoucher de quelque chose. Vous leur apportez un projet qui a l'air bouclé, qui a l'air fini et eux arrivent à vous dire « bah non, on sait ce que tu as fait avant »

Mon éditeur, avant qu'on commence à travailler ensemble, il a lu 4 romans que j'avais écrits. C'est génial parce que du coup il est entré dans ma tête un moment et il est revenu vers moi en me disant qu'il savait que j'étais capable de faire autre chose⁵¹. »

Les éditions Glénat mettent ainsi en avant la créativité des auteurs avant tout, qu'ils soient déjà connus ou non. Tout comme Ankama, ils font actuellement partie des pionniers du manga français aujourd'hui, en publiant principalement du *shônen* et du *seinen*. Pour accentuer cette mise en avant, ils ont aussi publié *Devil's Relics* (en collaboration avec Fayard), le manga du rappeur français Maître Gim's et son frère Darcy en octobre 2018, ce qui a permis à un public plus large de découvrir le manga français via la communication et certaines interviews réalisées par ce dernier. Toutefois, contrairement aux autres mangas français publiés par la maison d'édition, qui comportaient souvent un scénariste et un illustrateur, Glénat a du faire appel au mangaka japonais Yoshiyasu Tamura pour les illustrations et Jean-David Morvan pour le scénario. Dans ce manga, Maître Gim's et son frère Darcy n'en sont que les concepteurs du scénario et du character design. Imprimé à 50 000 exemplaires, le premier tome est sorti en octobre 2018. Mais ce qui devait être une opportunité commerciale pour Glénat fut en réalité un échec commercial pour un titre tiré à un aussi grand nombre d'exemplaires. En effet, le manga ne s'est vendu qu'à 21 000 exemplaires, ce qui est certes un très bon chiffre dans le secteur du manga, mais reste faible au vu de la célébrité de ses auteurs. La raison invoquée par la maison d'édition serait le peu de temps que le rappeur a consacré à la promotion et les réseaux sociaux ainsi que les critiques des blogueurs qui n'ont pas suffi à

51 Manga News. « Rencontre avec Antoine Dole et Vinhnyu pour la série 4LIFE » [en ligne]. 30/10/2018. Disponible sur : <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2019/09/23/Rencontre-avec-Antoine-Dole-et-Vinhnyu-pour-la-serie-4LIFE>> (consulté le 15/08/2019)

motiver les lecteurs à aller acheter le livre en librairie⁵². Pourtant, le chanteur et son frère ont écumé les plateaux téléés et les émissions de radio : on les a ainsi retrouvés sur le plateau de « Touche pas à mon poste » sur C8, dans l'émission « Carte Blanche » de LCI, sur la chaîne Game One, sur la chaîne M6, dans des émissions de radio sur France Info, Europe 1, « Les grandes gueules » sur RMC ou encore la radio Skyrock. Ils ont aussi fait l'objet de multiples articles dans la presse spécialisée telle que manga-news, Coyote Mag, Actualité, Livres Hebdo... De plus, une soirée de lancement avait été organisée par Glénat, regroupant des journalistes pour le lancement du tome 1. Certes, Maître Gim's et Darcy n'ont pas fait beaucoup de dédicaces, mais ils étaient tout de même présents lors de la Japan Expo 2018 pour présenter leur titre en avant-première. Ils ont ainsi couvert un grand nombre de médias ; la question serait alors de savoir si parler de leur manga sur ces médias leur permettait réellement de toucher leur cible, soit les lecteurs de mangas et pas forcément ceux qui écoutent Maître Gim's, quand on sait que la communication sur ces bandes-dessinées se fait principalement sur les réseaux sociaux, dans des magazines et sites spécialisés manga ou par le bouche-à-oreille, et non par les grands médias qui ne s'y connaissent pas assez ou qui ne sont pas habitués à couvrir les sorties manga ?

Selon le Parisien, le deuxième tome devrait paraître en octobre 2019, mais il est impossible de trouver sur les sites de vente une date de parution qui confirmerait cette information. Pourtant, il avait été envisagé par les éditeurs de sortir 3 tomes par an, et ce dès la sortie du premier tome afin de se calquer sur une parution standard des mangas japonais⁵³. Puisqu'il n'y a qu'un seul tome de sorti, il est encore impossible de déterminer s'il y a eu réellement un échec et si la seule raison provient de la communication, si c'est simplement l'image accolée à Maître Gim's qui a pu jouer dans les ventes mitigées, ou si l'histoire n'a tout simplement pas plu à ses lecteurs.

• Michel Lafon et le succès du manga *Ki & Hi*

À aujourd'hui, il n'existe qu'un seul manga français ayant obtenu un immense succès, et celui-ci n'a pas été publié par une maison d'édition spécialisée. Il s'agit du manga *Ki & Hi*, de

52 LEVENT, Christophe. « Le manga de Gims, «Devil's relics», est un échec commercial » In *Le Parisien*. [en ligne]. 03/06/2019. Disponible sur : <<http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/le-manga-de-gims-devil-s-relics-est-un-echec-commercial-03-06-2019-8085663.php>> (consulté le 19/08/2019)

53 CROQUET, Pauline. « « Devil's Relics », l'intrigante incursion de Maître Gims dans le manga ». In *Le Monde*. [en ligne]. 31/10/2018. Disponible sur : <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/31/devil-s-relics-l-intrigante-incursion-de-maitre-gims-dans-le-manga_5377257_4408996.html> (consulté le 18/08/2019)

Kévin Tran, l'un des deux youtubeurs de la chaîne Le Rire Jaune, qu'il anime avec son frère et qui cumule aujourd'hui 4,9 millions d'abonnés sur sa chaîne YouTube, et de Fanny Antigny, une illustratrice qui cumule 114 000 abonnés sur son compte Instagram LesdessinsdeFa. Ce manga est publié par les éditions Michel Lafon depuis 2016, et compte actuellement 4 tomes. Contrairement au manga *Devil's Relics*, Kévin Tran est lui-même le scénariste de son manga, et aurait souhaité en être l'illustrateur mais il ne possédait pas un trait très développé. Pour la petite histoire, à la fin de certaines de ses vidéos, il partageait des illustrations faites par ses abonnés et c'est en voyant celle que lui avait envoyé Fanny Antigny qu'il s'est décidé à la contacter pour qu'elle devienne l'illustratrice de son manga. S'il n'a pas collaboré avec une maison d'édition spécialisée manga, c'est parce qu'il a été contacté par plusieurs maisons d'édition généralistes pour écrire des livres, comme peuvent le faire d'autres youtubeurs. C'est après avoir vu le travail réalisé sur le livre/magazine *Iconne* de la youtubeuse Nattoo qu'il a recontacté les éditions Michel Lafon afin de leur proposer d'éditer son manga. Le Rire Jaune est un youtubeur d'origine asiatique spécialisé dans les sketches de chambre, comme pouvaient l'être Norman ou Cyprien, et où il évoque plusieurs fois sa passion des mangas, que l'on peut d'ailleurs voir dans son décor. Il possède donc déjà toute une communauté basée autour de ses passions, qu'il a su fédérer un peu plus lorsqu'il a présenté son livre, qui raconte l'histoire de deux frères qui se cherchent toujours des noises tout en faisant les 400 coups, le tout dans la joie et la bonne humeur ; c'est un livre qui parle à toute personne ayant eu des frères et sœurs, et c'est un immense succès : le premier tome, tiré à 230 000 exemplaires, le manga a déjà vendu en l'espace de 3 jours après sa sortie plus de 50 000 exemplaires, se hissant directement parmi les best-sellers des mangas⁵⁴. Aujourd'hui, les 4 tomes du mangas se place en tête des 50 meilleures ventes en manga de mai 2018 à avril 2019, le tome 3 prenant même la première place du classement⁵⁵, alors que l'auteur ne peut sortir qu'un titre par an du fait des délais d'illustration et de production⁵⁶.

54 COMBET, Claude. « Le manga français Ki & Hi fait un tabac » [en ligne]. In *Livres Hebdo*. 26/10/2016. Disponible sur : <<https://www.livreshebdo.fr/article/le-manga-francais-ki-hi-fait-un-tabac>> (consulté le 18/08/2019)

55 ROURE, Benjamin. « Dossier manga : sur un petit nuage » [en ligne]. In *Livres Hebdo*. 21/06/2019. Disponible sur : <<https://www.livreshebdo.fr/article/dossier-manga-sur-un-petit-nuage>> (consulté le 19/08/2019)

56 Comme il l'indique dans sa vidéo « Je sors un manga », un chapitre prend environ un mois à être illustré proprement, sans compter les pages couleurs qui prennent un peu plus de temps puisqu'ils ne sont que 2 à travailler dessus.

Ki & Hi, de par ses auteurs français, est ainsi considéré comme un manga français. Seulement, il ne peut être représentatif des autres mangas français, de part la célébrité de son auteur, de la maison d'édition qui n'est pas spécialisée et qui ne touche donc pas forcément une partie du public lisant du manga, ainsi que par le format légèrement différent du livre (14,5 x 21 cm, soit un peu plus haut et large qu'un manga poche). Toutefois, le succès de ce manga montre bien que la communication ciblée sur les réseaux sociaux fonctionne parfaitement et que c'est un bon moyen de faire connaître son œuvre puisqu'il existe déjà une communauté.

Comme nous l'avons vu dans le a) de ce chapitre 2, les réseaux sociaux sont une mine d'or pour les illustrateurs, qui peuvent s'y faire connaître facilement et partager leurs œuvres entre eux, recevoir des conseils et s'améliorer. C'est d'ailleurs ce que remarque Reno Lemaire lorsqu'on lui pose la question du niveau de dessin :

« Vous dites que les jeunes ont un bon niveau global maintenant. Comment pensez-vous qu'ils y soient arrivés ? Grâce à des formations ?

Non parce que ça se saurait s'il y avait des formations qui tireraient vers le haut. J'ai tendance à dire que certaines écoles sont plutôt sur l'appât du gain et que tout le monde veut être mangaka mais non, tous les jeunes que je connais qui ont ou vont signer ne sortent pas d'école mais ils vont partie de la génération internet, réseaux sociaux : tu publies tes dessins, tu vois qu'un ami a fait des dessins plus jolis, tu prends ta tablette graphique... ils se tirent vers le haut. C'est l'époque qui veut ça, c'est générationnel⁵⁷. »

Et parmi tous ces artistes, il en existe une multitude qui souhaitent publier leur propre manga. Les éditions Ki-Oon l'ont bien compris, et ont mis en place un concours en 2015, le Tremplin Manga Ki-Oon.

• Ki-Oon, dénicheur de talents via le Tremplin Manga

La première édition du Tremplin Manga Ki-Oon s'est déroulée de janvier 2014 jusqu'au 18 août 2014, et a pour objectif de découvrir les futurs mangakas français. Pour ceux souhaitant tenter leur chance, il leur suffit de dessiner un chapitre de 20 pages, dont une illustration d'ouverture en couleur. L'histoire doit être complète en 20 pages et dessinée dans le sens de lecture japonais. Les éditions Ki-Oon fournissent un gabarit définissant la taille finale que devra faire le manga, et fournissent aussi la police de caractère. Le concours est ouvert à tous

57 ROXANE. « Reno Lemaire, interview d'un pionnier du manga français ». [en ligne]. 21/12/2017. Disponible sur : <<https://www.journaldujapon.com/2017/12/21/reno-lemaire-interview-dun-phenomene-manga-francais/>> (consulté le 17/08/2019)

les francophones, amateurs comme auteurs déjà publiés, et il est possible de participer à deux (dessinateur et scénariste). Lors de la première édition, le thème de la vengeance était imposé pour le récit. Il y a eu ensuite un autre concours en 2016, puis un en 2019 qui s'est terminé le 23 août, et où le thème était libre.

L'éditeur souhaitait associer des artistes japonais pour la première édition de ce concours ; on retrouve ainsi Kaoru Mori (auteur de *Bride Stories*, dont la version française est publiée chez Ki-Oon), Tetsuya Tsutsui (auteur de *Prophecy*, *Poison City* et *Noise*, tous publiés en français chez Ki-Oon) et Etorouji Shiono (*Ubel Blatt*, publié en français chez Ki-Oon). La sélection des œuvres se déroule en plusieurs étapes : une première sélection en interne, puis vote du public sur 2 semaines pour déterminer leurs œuvres préférées, et enfin sélection des gagnants par le jury japonais parmi les œuvres choisies par le public. Les résultats sont ensuite annoncés en janvier, six mois après la fin du concours. Pour l'édition 2019, le jury se composait de la mangaka japonaise Nicke (auteur du manga *Beyond the Clouds*, créé en collaboration avec Ki-Oon), de la mangaka japonaise Chie Inudoh (*Reine d'Égypte*, publié en français chez Ki-Oon) et de Yami Shin (*Green Mechanic*), gagnante du tremplin Ki-Oon 2014 et première mangaka française de la maison d'édition. Les 5 premiers gagnants sont récompensés par différents prix (ici les récompenses pour l'année 2019) :

- 1^{er} prix : Un chèque de 5 000 euros et un contrat de publication aux éditions Ki-Oon
- 2^e prix : Un dessin original de Nicke
- 3^e prix : Un dessin original de Yami Shin
- 4^e et 5^e prix : Une reproduction de planche d'une série du catalogue Ki-Oon

Pour la première édition du tremplin, c'est l'artiste Yami Shin qui a gagné le premier prix, mais il est intéressant de noter que la 5^e place a été gagnée par l'artiste Vanrah, qui a déjà publié plusieurs mangas français chez Glénat⁵⁸. Durant ce tremplin, l'artiste Shonen a aussi été repéré par les éditeurs Ki-Oon, nous y reviendrons peu après. Pour la seconde édition, c'est l'artiste Vinhnyu qui a remporté le premier prix, un illustrateur qui avait déjà collaboré avec l'auteur Antoine Dole sur leur manga français *4LIFE*, paru chez Glénat.

58 Manga News. « Tremplin manga Ki-oon - Et la gagnante est... ». [en ligne]. 23/03/2015. Disponible sur : <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2015/03/23/Tremplin-manga-Ki-oon-Et-la-gagnante-est>> (consulté le 19/08/2019)

Pour ce tremplin, l'idée d'un One-Shot permet de voir si l'auteur sait gérer un récit, mais aussi voir son style de dessin. Ce n'est pas ces planches qui sont ensuite éditées chez Ki-Oon mais une véritable histoire en plusieurs tomes, où l'auteur est totalement libre de raconter ce qu'il souhaite. Et puisque les lecteurs ont pu avoir un premier aperçu du style et du récit des gagnants, il y a déjà une attente qui se crée et un public potentiel prêt à suivre l'auteur ; de ce fait, Ki-Oon n'impose pas le nombre de tomes pour terminer l'histoire, il laisse aussi carte blanche à son auteur pour gérer parfaitement son histoire. C'est le cas de Yami Shin et sa série *Green Mechanic*, qui s'inspire du récit de son One-Shot envoyé pour le concours et qui compte actuellement 4 tomes, avec un 5^e en préparation. La mangaka travaillant seule, chaque tome met environ 8 à 10 mois à paraître en librairie.

Si le premier prix du tremplin est un contrat d'édition chez Ki-Oon, il est aussi possible que certains artistes ayant participé soient repérés par les éditeurs, même s'ils ne sont pas sélectionnés dans la sélection du jury final. C'est le cas par exemple de l'auteur Shonen, dont nous avons déjà parlé pour ses titres *B. B. Project* et *Omega Complex* parus dans le magazine de prépublication *Shogun Mag*. L'auteur et l'éditeur de chez Ki-Oon Ahmed Agne s'étaient déjà rapprochés, mais la participation de Shonen à ce tremplin a convaincu l'éditeur de travailler avec lui⁵⁹. De plus, *Outlaws Players* avait fait l'objet en 2002 d'une prépublication sur le web par son auteur avant de se lancer dans les récits du magazine *Shogun Mag*. Comme le dit son auteur en interview :

« En 2002 ça parlait déjà de personnages coincés dans un MMO mais c'était plus simpliste car ce n'était qu'un délire en soit. À la base c'était plus une série pensée comme une succession d'anecdotes sur les jeux vidéo en ligne, plus tournée vers l'humour qui repose sur des mécaniques de MMO⁶⁰. »

Avec l'éditeur de Ki-Oon, Shonen a dû modifier son histoire pour que celle-ci suive une véritable trame et que le concept soit cohérent. Avec cette série, Ahmed Agne a aussi voulu se calquer sur un rythme de parution à la japonaise pour satisfaire le public français :

« L'autre truc super important, c'est que je considère qu'un des gros handicap du manga français c'est son rythme de parution. Parce qu'on a pas de système à la japonaise avec 6 assistants qui aident à faire 20 pages par semaine et du coup,

59 ActuaBD. « Rencontre avec l'auteur de "mangas français" Shonen ». [en ligne]. 16/07/2016. Disponible sur : <<https://www.actuabd.com/Rencontre-avec-l-auteur-de-mangas>> (consulté le 19/08/2019)

60 9ème Art. « Japan Expo 2016 : Shonen & Ahmed Agne (Outlaw Players), l'interview » [en ligne]. 21/09/2016. Disponible sur : <<http://www.9emeart.fr/post/interview/manga/japan-expo-2016-shonen-ahmed-agne-outlaw-players-l-interview-6079>> (consulté le 19/08/2019).

même quand une série est populaire, on sort un tome et il faut attendre 9 à 10 mois, parfois un an, pour avoir la suite. Malheureusement le public en France n'a pas été habitué à ces rythmes là, il a été mal éduqué avec un tome tous les 2 ou 3 mois et c'est ce que je voulais absolument éviter. Je voulais qu'on puisse faire un lancement à la japonaise aussi bien dans le marketing que dans le rythme de publication. Donc ça fait un an et demi qu'on bosse sur la série et on a déjà 4 tomes de bouclés, ce qui fait qu'on va pouvoir publier le second tome en septembre [2016] (ndlr : le premier est paru en juillet [2016]), le troisième en décembre [2016] le quatrième en mars [2017], on a déjà un planning trimestriel sur les 6 premiers tomes en gros. Si la série devait ne pas marcher on ne pourra pas dire que c'était la faute du rythme de publication. Ça aussi c'était un élément très fort dans notre lancement. On a pas voulu lancer le tome 1 dès qu'il a été prêt, on a préféré patienter même si ça veut dire sortir beaucoup d'argent en amont et faire un gros effort de trésorerie, mais c'était pour optimiser les chances de la série de bien fonctionner⁶¹. »

Ce rythme de publication a été tenu jusqu'au tome 6, puis le tome 7 est sorti en juillet 2018 et le tome 8 en mars 2019. Le tome 9 paraîtra le 5 décembre 2019. Si ce rythme a changé, c'est que les premiers tomes étaient déjà prêts avant que le 1^{er} ne sorte, facilitant ainsi le rythme de parution. Aujourd'hui, l'auteur est calqué sur une parution tous les 6 mois. Actuellement, le nombre de tomes pour terminer la série n'est pas indiqué, et l'auteur souhaite développer encore plus son histoire qu'elle ne l'est actuellement. Il est impossible de trouver les chiffres de vente des tomes mais puisque la série continue, le public est au rendez-vous.

Les éditions Ki-Oon ont aussi fait en sorte de mettre en avant ce titre dès sa sortie grâce à la création d'un trailer animé publicitaire afin de se démarquer et d'attirer le public. Dans cette niche qu'est le manga français, c'est actuellement la seule maison d'édition à avoir mis en place ce support de communication pour son livre, même si les trailers vidéos sont courants chez Ki-Oon pour mettre en avant leurs mangas japonais. Pour cela, elle a fait appel aux studios japonais Gonzo, à qui elle a présenté le premier tome traduit en japonais pour qu'ils puissent mieux s'imprégner de l'univers⁶². L'éditeur espérait sûrement une adaptation animée, qui n'existe pas aujourd'hui, mais le manga a déjà plu à certains auteurs japonais tels que Hiro Mashima, le créateur de la série *Fairy Tail*.

61 9ème art. *op. cit.*

62 Yatta-magazine. « Interview Shonen auteur d'Outlaw Players [Japan Expo 2016] » [en ligne]. 18/07/2016. Disponible sur : <<https://www.yatta-fanzine.fr/interview-shonen-auteur-doutlaw-players-japan-expo-2016/>> (consulté le 19/08/2019)

Si ces maisons d'édition se lancent dans de grands projets d'édition et de communication autour du manga français, c'est en partie parce qu'elles possèdent le budget pour supporter les coûts de production même si les œuvres n'étaient pas rentabilisées. D'autres maisons d'éditions spécialisées manga, beaucoup moins importantes, ont pourtant fait le choix de se lancer dans l'aventure du manga français pour promouvoir elles aussi cette nouvelle vague, tout en utilisant des moyens économiques pouvant couvrir leurs frais de production.

• H2T, une maison d'édition spécialisée mangas européens et sa plateforme de prépublication

Les éditions H2T ont été fondées en 2016 et sont une petite maison d'édition spécialisée dans la création originale de mangas et bande-dessinée. Son mode d'édition se base sur la prépublication, comme au Japon, mais cette fois-ci en version numérique *via* leur site Weeklycomics.fr. S'ils ont choisi ce mode de prépublication, c'est avant tout pour s'adapter au marché français, qui n'a pas l'habitude de lire des mangas au format magazine, et pour ne pas refaire l'échec des premiers magazines français de prépublication manga.

Leur principe est simple : chaque auteur envoie son projet à la maison d'édition ; si celle-ci le valide, ils mettent alors en place un planning de prépublication pour la parution de chaque chapitre. Le site est mis à jour toutes les semaines, mais certains auteurs peuvent sortir un chapitre tous les six mois. Tout est discuté en amont avec l'éditeur. Mais contrairement à d'autres sites de prépublications, celui-ci permet au lecteur de lire le premier chapitre gratuitement et, s'il est intéressé, de payer environ 80 centimes pour chacun des chapitres suivants. Cela lui permet ainsi de soutenir l'auteur en lui montrant que son histoire vaut le coup d'être continuée. Et une fois que l'auteur possède assez de chapitres pour faire un ou plusieurs tomes complets, son récit sort en version physique dans les librairies, où il peut toucher un nouveau public. Mais contrairement au Japon, ici toutes les séries sortiront en version papier, même si certaines reçoivent des soutiens moins importants que d'autres. Un autre aspect pratique de cette plateforme vient du fait que les lecteurs peuvent directement commenter chacun des chapitres parus, et ainsi interagir directement avec l'auteur pour lui montrer son soutien ou lui indiquer des erreurs possibles. Cette relation auteur/lecteur est importante pour la maison d'édition, car la plateforme (et plus globalement les réseaux sociaux où ils peuvent partager leurs œuvres) sont un moyen de créer une véritable proximité

entre les deux, ce qui peut renforcer l'intérêt du lecteur envers l'illustrateur et son œuvre. Cette communication, impossible à mettre en place avec des mangakas japonais, permet ainsi aux lecteurs de se sentir important, et de pouvoir montrer leur soutien facilement, voire d'aider l'illustrateur dans son projet grâce à certains commentaires. Et à l'inverse, cela permet au mangaka français d'avoir directement des retours sur son œuvre, sur les personnages préférés de ses lecteurs... Il y a une vraie communication entre les deux⁶³.

Enfin, d'un point de vue pratique, cette plateforme permet au lecteur d'emmener partout avec lui les mangas de la maison d'édition, puisqu'il lui suffit de posséder un ordinateur, une tablette, un smartphone et une connexion internet. H2T édition se place ainsi sur deux marchés à la fois, celui du livre numérique, puisque les mangas même édités en version papier restent sur la plateforme, et celui du livre papier disponible en librairie.

Mais avec cette plateforme, l'éditeur met aussi en avant une approche économique plus vertueuse : elle offre aux auteurs une forte visibilité via sa plateforme, et pour chaque chapitre prépublié, l'auteur touche 60 % de droit d'auteur. Ce pourcentage remplace ainsi la traditionnelle avance sur droits, et permet à l'auteur, une fois la publication papier lancée, de commencer à toucher directement ses droits d'auteurs dès le premier tome vendu (autour d'une dizaine de pourcent).

Sur cette plateforme, on trouve aujourd'hui une quinzaine d'œuvres manga mélangeant *shôjo*, *shônen* et *seinen*, d'auteurs français et italiens principalement. Sur chacune des œuvres est indiqué le nombre de tomes prévu pour terminer l'histoire, permettant ainsi au lecteur de se lancer plus facilement dans le récit. De plus, pour les inciter à découvrir les œuvres, chacune d'elle bénéficie d'un trailer. En librairie, 2 mangas français sont parus : *D'encre et de feu* (*shônen*) de CAB et KTA (2 tomes prévus, tome 1 paru) et *Hana no Breath* (*shôjo*) de CALY (terminé en 2 tomes). 11 autres mangas sont parus en version papier, mais leurs auteurs sont tous italiens. Cet espace de création a été racheté en 2018 par Pika, et fait désormais parti du groupe Hachette.

63 *Parlons Manga Français*. « H2T éditions, un nouveau concept éditorial ? » *Youtube*. [en ligne]. 29/03/2017. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=ZMvytEWoEq8&list=PLWpMc_YLWNxu0OW_tjZvoTulO_DHWcxHr&index=3> (consulté le 20/08/2019)

D'autres éditeurs ont fait le choix du financement participatif pour publier certains de leurs titres, et ainsi s'assurer que ceux-ci trouveraient bien leur public avant de les produire. C'est notamment le cas de Kotoji éditions et Ark éditions avec leurs titres *Chronoctis Express* d'Aerinn et *Les Torches d'Arkylon* de Michael Almodovar.

• **Kotoji éditions et Ark éditions : le financement participatif pour vendre leurs œuvres**

Kotoji éditions est une maison d'édition qui publie aujourd'hui quelques bande-dessinée et un manga français, *Chronoctis Express*. Elle a proposé à Aerinn de publier le tome 2 de son livre sous forme de financement participatif, comme elle l'avait elle-même fait pour son tome 1, en lui apportant ses compétences éditoriales et en s'occupant des imprimeurs. Le premier tome avait obtenu un financement de 12 957 euros sur les 7 800 euros demandés par Aerinn. Avec ce système, l'auteur et la maison d'édition ont aussi utilisés le principe des goodies reprenant l'univers des personnages, comme on peut en voir au Japon, et qui fait partie du fonctionnement normal de la plateforme Ulule. En effet, le lecteur choisit un palier, soit une somme d'argent à donner, et reçoit en récompense le livre, et des goodies de plus en plus importants selon la somme d'argent qu'il a placé. Grâce à ce système, l'auteur et l'éditeur peuvent ainsi produire un nombre d'exemplaires égal au nombre de demandes, voire en produire un peu plus pour les conventions et les dédicaces. Ark édition utilise le même système, en proposant pour chaque tome de *Les Torches d'Arkylon* un financement participatif : l'objectif de 4 000 euros par tome est toujours dépassé, et chaque tome et goodies (vêtement, ex-libris, badges en plus des tomes en version papier et numérique) peuvent ainsi être produits en grande quantité pour remercier les lecteurs de leur participation.

Ainsi, ces différentes maisons d'édition mettent en place plusieurs stratégies pour vendre leurs mangas français, et comptent beaucoup sur l'avis de leurs lecteurs. Ils ont bien compris que, comme au Japon, ils étaient capable de faire cesser une série ou de la continuer par leurs avis et en choisissant ou non d'acheter les tomes. Cette participation du public se remarque sur les réseaux sociaux, par le bouche à oreille mais aussi lors des grands salons dédiés au manga, où ils sont de plus en plus nombreux à soutenir leurs artistes et à faire la queue pour des dédicaces. Il faut dire aussi que ces salons, et notamment la Japan Expo, « grande messe » du manga en France, mettent eux aussi en avant cette production française.

C) Un genre aussi soutenu par le public, la presse et les grands salons

Le manga français, de part ses chiffres de ventes (environ 12 000 exemplaires vendus en moyenne pour un tome, sauf rares exceptions), reste un marché de niche qui commence à se développer seulement depuis environ 5/6 ans. Toutefois, une véritable communauté se monte autour de ces auteurs, d'une part par le public qui les soutient sur leurs réseaux sociaux (sur Twitter, Sourya est suivi par 10 600 personnes, Yami Shin par 3 097 personnes, Vinhnyu par 2 686 personnes ; la page Facebook de Reno Lemaire (« Reno Dreamland) est aimée par 30 788 personnes, celle de Tony Valente (« Radiant ») par 16 523 personnes...), qui crée aussi des groupes pour parler de ces mangas français (le groupe Facebook « Actu & débat - Parlons Manga Français » comptabilise ainsi plus de 3 200 membres, qui partagent leurs coups de cœurs sur les productions françaises de manga, éditées ou non) et d'autre part par les blogs/magazines en ligne et la presse (Le Parisien, Le Monde, Actualitté ou encore Livre Hebdo pour n'en citer que quelques uns réalisent de plus en plus d'articles sur le manga français ; Coyote Mag, magazine spécialisé culture japonaise, consacre très souvent une page ou un dossier sur certains titres et/ou auteurs de manga français) qui n'hésitent pas à faire de nombreuses interviews des auteurs et des éditeurs pour parler de leurs titres et de leurs modes de production. Cette visibilité est aussi possible car les auteurs sont français, et donc facilement accessibles : habitants pour la plupart en France (sauf Tony Valente, toulousain exporté au Canada, et Yami Shin, qui habite en Suisse), il est beaucoup plus facile de les faire venir pour parler de leurs œuvres et organiser des dédicaces.

Et depuis 2015, la Japan Expo n'hésite pas à mettre à l'honneur ses mangakas français en leur consacrant plusieurs scènes, où ils peuvent présenter leurs titres, parler de leur travail, du marché du manga français, et ainsi faire découvrir leurs œuvres à un public qui ne connaît pas forcément cette branche du manga. Ces conférences permettent aussi de montrer qu'aujourd'hui, le manga français est très similaire au manga japonais dans ses codes graphiques, et que ce n'est plus un travail amateur comme cela pouvait être le cas il y a une dizaine d'années. Certains de ces mangas français ont d'ailleurs été récompensés par les Daruma, les prix décernés par la Japan Expo pour les meilleures productions manga et anime de l'année. Ces prix sont devenus un guide de lecture pour découvrir le meilleur de la culture japonaise de l'année et se déroule en plusieurs étapes :

- un comité de sélection établit la liste des œuvres en compétition

- des professionnels sont ensuite sollicités pour rejoindre 4 jurys : le jury manga, le jury anime, le jury de la création et le jury des libraires de Canal BD. « Le jury de la création choisit le Daruma de la meilleure fabrication dans la catégorie manga et le Daruma de la meilleure édition dans la catégorie anime. Quant au jury des libraires de Canal BD, il remet pour la première fois cette année [pour 2019] le prix du meilleur one shot⁶⁴. »
- le public de Japan Expo forme un autre jury, qui récompense les meilleurs seinen, shôjo et shônén de l'année, ainsi que les meilleurs animes comiques et dramatiques de l'année.
- Les votes s'effectuent en janvier, et une cérémonie de remise des prix est ensuite organisée en février, où les résultats sont annoncés.

Dans le secteur du manga, ce prix est un prix prestigieux, puisque les œuvres récompensées ont été choisies par différents acteurs du monde éditorial, ainsi que son public. Ainsi, *Green Mechanic* a reçu le Daruma du meilleur manga international en 2018, *Outlaws Players* a reçu le même prix en 2017, et *Radiant* a reçu le même prix en 2016. Parmi les autres prix récompensant des mangas, l'Anime & Manga Grand Prix (AMGP), récompense décernée par les fans et les lecteurs du magazine français *AnimeLand* a déjà récompensé plusieurs mangas français dans la catégorie « Meilleure BD au style manga » tels que *Omega Complex* (Pika) en 2010, *Appt. 44* (Ankama) en 2011, *City Hall* (Ankama) en 2013 et *Radiant* (Ankama) en 2014.

Le manga français est ainsi chaque année mis de plus en plus en avant, avec un public qui découvre chaque année de nouveaux titres prometteurs portés par les éditeurs, la presse et les grands salons. Aujourd'hui, le public est prêt à lire de nouvelles histoires, sans forcément prêter attention au nom de l'auteur pour s'assurer de la qualité de l'œuvre. Après avoir vu le marché éditorial du manga français, la question que l'on peut se poser (tout comme les lecteurs) est la suivante : y a-t-il une réelle différence entre le manga français et le manga japonais, et cette différence peut-elle être un avantage ou un frein pour la diffusion du manga français à l'étranger ? Nous allons voir dans cette troisième partie qu'en réalité, il est impossible de distinguer un manga français actuel d'un manga japonais seulement en feuilletant le livre, mais que cette différence se voit en lisant l'histoire, qui contient de

64 Japan Expo. « Les Darumas 2019 : Présentation » [en ligne]. Disponible sur : <https://www.japan-expo-paris.com/fr/menu/daruma-2019_101037/info/les-daruma-2019-presentation_11257.htm> (consulté le 20/08/2019)

multiples références culturelles européennes, et qui lui permet de s'exporter plus ou moins facilement à l'étranger.

III. Un genre qui commence à dépasser les frontières

A) Des récits originaux aux codes culturels français et européens qui permettent facilement sa diffusion en Occident...

1. L'identification par le lieu et les noms

Les mangakas s'inspirent de leur société et de leur culture pour créer leurs œuvres, et il en est de même pour les auteurs français. C'est le cas par exemple de *Dreamland*, qui raconte l'histoire de Terrence Meyer, un jeune lycéen de 18 ans en terminale STMG au lycée Jules Guesde à Montpellier, et qui se retrouve une nuit transporté dans le royaume de Dreamland, le monde des rêves. Les personnages et le lieu d'action sont directement inspiré de la vie de Reno Lemaire, qui a lui-même réalisé un bac STMG dans ce lycée et qui vit toujours à Montpellier. Au-delà de l'intérêt pour le manga, c'est cette identification très facile qui incite les lecteurs à se plonger un peu plus dans l'histoire, puisqu'on leur parle de lieux français et d'études qu'ils ont eux-même pu faire. En comparaison, le manga japonais comporte tous les codes de sa propre culture et, même si cela permet aux lecteurs étrangers de s'évader et de découvrir de nouvelles cultures, cela reste quelque chose que peu d'entre eux peuvent avoir réellement vécu. Dans un manga français, les personnages possèdent ainsi des traits de caractères français, voire des prénoms français ou européen. Dans *Dreamland*, un grand nombre de personnages possèdent des noms français, anglais ou italien : Eve Bright, Savane Donelli, Benjamin Meyer, Lydia Leri... Dans les mangas japonais, tous les noms sont japonais ; il arrive qu'il y ait des personnages étrangers, mais ceux-ci possèdent alors souvent des noms très communs, peu représentatifs de notre culture, et une attitude souvent basée sur les clichés français : la mode, la séduction, et leur apparence est très souvent blonde, ce qui permet de contraster directement avec les autres personnages japonais, souvent bruns ou aux couleurs de cheveux extravagantes. Autre exemple, l'œuvre *B. B. Project* de Shonen, où le personnage principal, Franck Leclerc, un français bagarreur, frimeur et séducteur, arrive dans un lycée de Kyoto. On retrouve ici le nom français ainsi que quelques caractéristiques françaises de caractère, qui permettent aux lecteurs de s'identifier plus rapidement au personnage principal. Au niveau des prénoms, on peut aussi citer Misha, Mickael, Neil pour les personnages principaux de *Green Mechanic*, Arkais et Sombrelune pour *Les Torches*

d'Arkylon, Arty pour *Tinta Run* ou encore Seth, Mélie, Alma, Grimm ou Hameline pour *Radiant*.

2. Les références culturelles françaises et européennes

La référence culturelle ne s'arrête pas aux prénoms et aux lieux de vie, mais on peut aussi observer toute l'influence de notre culture occidentale dans les récits des mangakas français. Ainsi, le récit de *Tinta Run* se déroule dans différents pays très proches de notre Union Européenne ; le récit de *City Hall* se déroule en France et en Angleterre, et utilise les écrivains célèbres en Europe comme personnages principaux de son histoire : on retrouve ainsi Jules Verne et Arthur Conan Doyle dans le rôle des deux héros principaux, accompagnés de Amélia Earhart, Malcolm X, Mary Shelley... Autant d'auteurs et de personnalités étudiées très souvent lors de nos études, que nous connaissons donc déjà et avec lesquelles nous pouvons comprendre plus facilement les références utilisées dans le manga. Il existe au Japon un manga utilisant aussi des écrivains comme héros principaux, *Bungou Stray Dogs*, mais ce sont les écrivains japonais qui sont utilisés comme personnages principaux, reflet de la culture japonaise, et qui utilisent des références plus difficiles à comprendre pour les lecteurs européens ne connaissant pas ces auteurs.

D'autres références culturelles que l'on peut trouver dans le manga français s'appuient sur la mythologie. Au Japon et dans les pays asiatiques, les dieux et déesses priés ne sont pas les mêmes qu'en Occident, et même si cette culture peut être reprise dans certains mangas français tels que *Ayakashis* de Vanrah, tout ce pan religieux est très souvent inconnu aux lecteurs qui se fient seulement à ce qu'ils peuvent lire dans les mangas japonais. L'Occident connaît plutôt les mythologies grecque, romaine et celtes, voire égyptienne ou nordique, qui se sont développées à différentes époques en même temps que notre langue et l'histoire de l'Europe et de l'Afrique du Nord. Ces mythologies ont ainsi inspiré quelques mangakas français tels que Elsa Brants et son manga *Save Me Pythie*, qui a pour personnage Pythie, une jeune grecque de l'Antiquité, maudite par Apollon car elle a repoussé ses avances. Si les personnages possèdent leur propre histoire inventée par l'auteur, on retrouve tout de même toute la mythologie grecque dans son récit et les dieux associés : Zeus et ses multiples enfants semi-humains, Héra, femme jalouse, Apollon (dont la Pythie était l'oracle de son temple dans la mythologie grecque)... Autant de personnages que le lecteur connaît déjà, ainsi que leurs

légendes associées, facilitant ainsi l'entrée dans le récit et lui permettant de comprendre directement les références associées.

Dans *Radiant*, on trouve une multitude de références à la mythologie celte, mais aussi aux contes européens, notamment les contes de Grimm, et aux légendes du Moyen-Âge entourant les sorcières.

Résumé : « Seth est un aspirant sorcier de la région des Pompo Hills. Comme tous les sorciers, c'est un "infecté" : un des rares êtres vivants ayant survécu au contact des Némésis, ces créatures tombées du ciel qui contaminent et déciment tous ceux qu'elles touchent. Son apparente immunité lui a fait choisir une voie qui lui semblait toute désignée : devenir Chasseur et combattre les Némésis. Mais plus que ça, Seth souhaite s'engager dans une quête qui dépasse la simple chasse aux monstres... Entouré d'une faction de sorciers, il parcourt le monde à la recherche du Radiant, le berceau présumé des monstres, sous l'œil terrible de l'Inquisition...⁶⁵ »

Lors des aventures de Seth, ils rencontrent sur une île une jeune sorcière, nommée Hameline, qui contrôle une multitude de Némésis rats à l'aide d'une flûte. Cela fait directement référence à la légende allemande Le Joueur de flûte de Hamelin, conte retranscrit par les frères Grimm, où un joueur de flûte attira par sa musique tous les rats qui infestaient la ville dans la rivière pour les noyer. On peut aussi évoquer le personnage Grimm, encore mystérieux aujourd'hui quant à ses intentions mais qui fait directement référence aux frères Grimm.

Plus tard dans le tome 7 du manga, Seth se retrouve sur une île où il rencontre Myr, un lutin à moitié humain. Durant tout l'arc narratif se déroulant sur l'île, la mythologie celtique galloise est mise en avant par le biais des lutins, qui représentent le petit peuple, petits être humanoïdes dont font aussi partie les fées, les trolls, les gnomes ou encore les elfes. Plus tard, il est révélé que Myr est en réalité Myrddin, le nom gallois de Merlin, personnage légendaire, druide et magicien qui a joué un grand rôle notamment dans les légendes arthuriennes. On y rencontre aussi Yggdrasill, la femme de Myr dans *Radiant* qui fait directement référence à Yggdrasil, l'Arbre Monde dans la mythologie nordique, où reposent les neuf royaumes, et qui peut d'ailleurs manipuler les branches et les arbres dans le manga.

65 Ankama. « Radiant Tome 1 ». Disponible sur : <<https://www.ankama-shop.com/fr/livres/334-radiant-tome-1.html>> (consulté le 25/08/2019)

Enfin, *Radiant* fait aussi référence aux chasses aux sorcières perpétuées au Moyen Âge en Europe pour leur sorcellerie. Ces « sorcières », souvent des femmes seules, jeunes ou vieilles, étaient accusées par l'Église et l'Inquisition d'avoir fait un pacte avec le diable pour détruire la chrétienté. Ces femmes, dont le seul malheur était souvent de vivre un peu à l'écart du village, ou de proposer des médecines alternatives à la saignée, notamment avec des plantes, se voyaient accusées de pratiquer la sorcellerie et la magie malfaisante dès qu'un malheur arrivait dans le village (une grange qui brûle, de mauvaises récoltes, un animal mourant de circonstances inconnues...), que la femme semblait trop indépendante ou même sur simple soupçon des habitants du village, très souvent difficiles à prouver. Les Inquisiteurs, une juridiction créée par l'Église catholique, avaient pour but de combattre l'hérésie, et s'occupaient de chasser et brûler les sorcières, en s'appuyant sur le traité officiel de la chasse aux sorcières, le *Malleus Maleficarum*, qui indiquait comment une femme devenait sorcière et comment le démontrer. A cette époque, on pensait ainsi qu'une sorcière, pour avoir ses pouvoirs, avait pactisé avec le diable en ayant une relation charnelle avec lui, où il laisserait sur son corps « la marque du diable », souvent attribué à un bleu, un grain de beauté ou une tache sombre sur divers endroits du corps. Lorsqu'une sorcière était accusée et si on trouvait une tache sur son corps, il fallait alors planter une aiguille à l'intérieur : si l'aiguille ne provoquait aucune douleur, et ressortait sans la moindre goutte de sang, alors c'était réellement une sorcière. D'autres méthodes existaient pour « prouver » que la femme était sorcière, notamment la jeter à l'eau avec des

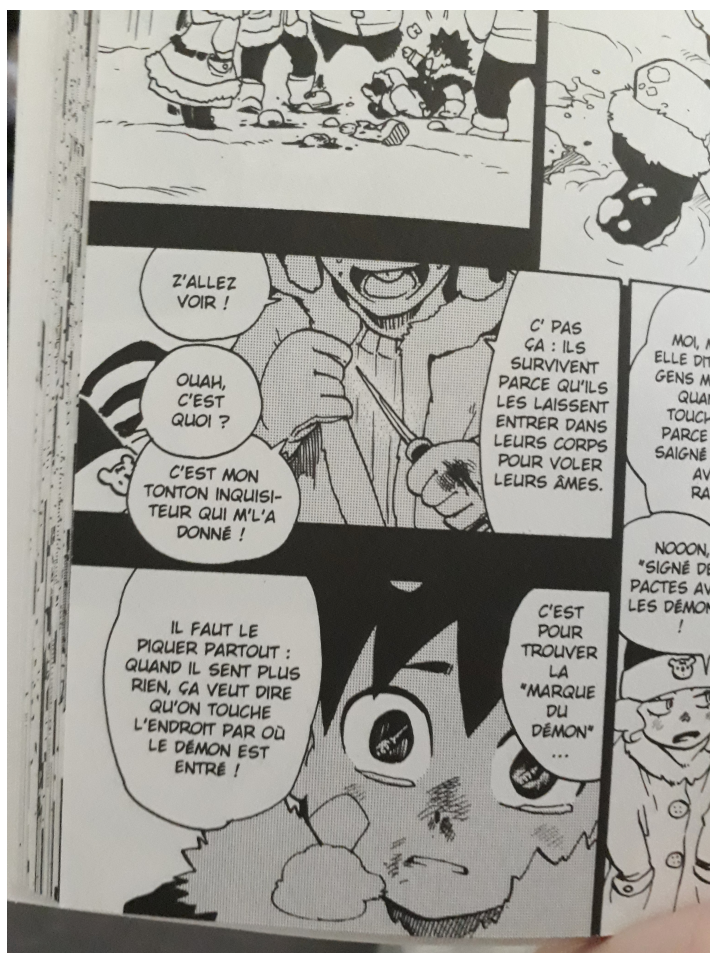


Illustration 3: Dans *Radiant*, Seth se fait martyriser comme les sorcières de l'époque.

pierres : si elle coulait, alors ce n'était pas une sorcière, mais si elle flottait, c'était une preuve, et il fallait alors la mettre au bûcher⁶⁶.

On retrouve l'Inquisition dans *Radiant*, qui est en charge de traquer les sorciers. De plus, une phrase du *Malleus Maleficarum* est implicitement citée dans le tome 3 par une inquisitrice. On retrouve aussi cette pratique de l'aiguille lorsque des enfants le réalisent sur Seth, l'accusant de sorcellerie.

3. Le mélange des genres et les récits originaux

En plus de ces références culturelles, les mangakas français proposent aux lecteurs des récits originaux, qui reprennent les genres déjà connus du manga tout en y ajoutant leur touche. On retrouve ainsi les genres mecha⁶⁷, post-apocalyptique, *isekai*⁶⁸, aventure comme on peut le trouver dans différentes œuvres japonaises, mais avec un mélange des cibles permisible uniquement en France. En effet, comme nous l'avons vu dans la première partie, il existe une multitude de magazines de prépublication dédiés à des cibles éditoriales spécifiques, desquelles les auteurs ne peuvent pas réellement sortir. Ainsi, la plupart des mangas *shonen* peuvent présenter un ou plusieurs personnages amoureux du héros principal, mais il faudra attendre un très grand nombre de chapitres (voir même la fin du manga, comme ce fut le cas pour *Naruto* par exemple) pour que l'on aborde une mise en couple et une véritable relation amoureuse. Si l'on souhaite lire un manga mettant en scène des relations amoureuses, il faudra alors se tourner vers le *shôjo*. Dans le même genre, les héros principaux des *shonens* n'ont pas souvent conscience des dégâts qu'ils peuvent engendrer, ou des répercussions que peuvent avoir leurs actions. On rencontre un personnage plutôt brave, prêt à sauver ses amis au péril de sa vie mais sans forcément se remettre en question. Si l'on souhaite des personnages plus matures, réfléchissant à leur place dans la société ou l'impact de leurs actions sur les autres, il faudra alors se tourner vers un *seinen*, qui abordera des thèmes plus durs qu'un *shonen*.

Tous ces codes, les lecteurs les connaissent depuis une vingtaine d'années, mais ils ne correspondent pas toujours à notre société. Si l'on se base sur les relations amoureuses, les

66 KEVRAN, Perrine. « Sorcières » In *France Culture*. [en ligne]. 16/04/2018. Disponible sur : <<https://www.franceculture.fr/emissions/lsd-la-serie-documentaire/sorcieres>> (consulté le 20/08/2019)

67 Le genre mecha (prononcer meka) utilise des robots et des machines, souvent manipulés par les héros principaux pour combattre.

68 Sous-genre du manga, où le personnage principal est transporté ou piégé dans un univers parallèle. *Outlaws Players* est un *isekai*, où le personnage principal est coincé dans le jeu vidéo auquel il jouait, avec pour but de s'en sortir sans mourir.

japonais mettent en général beaucoup plus de temps à séduire l'autre, et il peut se passer une multitude de rendez-vous avant une mise en couple officielle. De plus, les japonais sont plutôt pudiques, évitant au maximum les contacts physiques, même légers (baisers, se tenir la main...) dans les lieux publics, ce qui n'est pas le cas en France.

Les mangakas français l'ont bien compris, et ont donc appliqué notre culture et nos attentes dans leurs mangas. Ainsi, même si les éditeurs classent ces mangas dans les catégories *shonen* ou *seinen*, ils n'y a en vérité pas de distinction aussi tranchée qu'au Japon. Ainsi, dans *Dreamland*, Reno Lemaire met en couple son personnage principal avec une jeune femme, Lydia, beaucoup plus rapidement que dans un manga classique japonais. Il ira même jusqu'à dessiner leur première relation sexuelle, une scène qui est beaucoup moins choquante en France dans un manga qu'au Japon, puisque la cible se destine principalement aux adolescents. Les relations charnelles explicites font plutôt partie des *seinen*, voire des *josei*, qui sont eux destinés aux adultes.

On trouve aussi ce mélange des genres dans *Green Mechanic* ou encore *Radiant*, où le personnage principal est un adolescent dans *Radiant* (Seth) et une adolescente dans *Green Mechanic* (Misha) et se pose énormément de questions sur son rôle, ses actions et ses possibles conséquences, que l'on n'observe pas normalement dans un *shônen* classique, la catégorie dans laquelle ils sont rangés. Seth notamment, du fait de son statut de sorcier, est bien conscient qu'il attise la haine des villageois lorsqu'il détruit des villages avec ses bêtises, et se remet en question, ce qu'un héros de *shônen* classique ne fait pas vraiment. Dans *Green Mechanic*, on retrouve aussi une notion de violence et d'échecs plutôt propre au *seinen*, où les personnages ne triomphent pas vaillamment à tous leurs combats et se remettent souvent en doute.

Ce mélange des genres permet ainsi aux mangakas de surprendre le lecteur habitué aux mangas, puisqu'il ne lui offre pas un récit qui suit point par point les codes du genre, sans vraiment s'en détacher. On découvre donc une histoire originale, avec des personnages motivés par une quête, mais qui sont aussi pris de doutes, ce qui rend leur histoire beaucoup plus crédible que certains mangas japonais. De plus, même si certains genres sont repris, ils sont exploités d'une manière originale : par exemple, Yami Shin utilise des robots dans son manga *Green Mechanic* (le genre mecha) mais n'utilise pas d'immenses machines

humanoides dans lesquelles les personnages peuvent se glisser pour se battre. Elle crée des robots capable de prendre l'apparence qu'ils désirent, et qui sont capable de se transformer en armure appliquée directement sur le corps de la personne qui les possède, ce qui est beaucoup moins courant dans ce genre au Japon.

Toutes ces nuances et ces codes européens permettent au manga français de se vendre assez facilement en Europe et aux États-Unis, qui possèdent souvent les mêmes références culturelles. Actuellement, *Radiant* est vendu sur tous les continents, excepté la Chine, *Dreamland* et *City Hall* sont vendus en Allemagne, plusieurs titres de H2T sont traduits en italien, en espagnol et en allemand... Toutefois, seul *Radiant* est à ce jour traduit en japonais : Le tome 1 a été tiré à 6 000 exemplaires et a bénéficié d'une réimpression, et est mis en avant par quelques mangakas japonais comme Hiro Mashima, l'auteur de *Fairy Tail*, qui a même réalisé une illustration pour la couverture du tome 2 en y ajoutant un commentaire : « À première vue, et de façon surprenante, on dirait un manga Japonais. Mais après lecture, on retrouve une histoire entraînante et on ressent bien la touche Européenne⁶⁹. »



Illustration 4: Couverture japonaise du tome 2 de *Radiant*, ainsi que l'illustration et le commentaire d'Hiro Mashima.

69 Animeland. « Hiro Mashima [interview]. 07/11/2015. Disponible sur : <https://animeland.fr/2015/07/11/hiro-mashima-interview/> © 2015 Asuka Shinsha / Tony Valente. » (consulté le 25/08/2019)

B) ... mais moins au Japon : retour sur l'adaptation animée de *Radiant*

Toutefois, même si le manga est traduit au Japon sans retouches, il en va très différemment de la version anime, qui met en lumière toutes les différences culturelles entre le Japon et la France et qui peut être un frein à une exportation totalement mondiale. Comme nous l'avons dit plus haut, le manga est un *shōnen*, qui reprend beaucoup de ces codes mais dont le personnage est plus mature et plus réfléchi. Mais au Japon, les mangas sont très codifiés et les japonais réalisent des *animes* de titres qui fonctionnent et qu'ils sont sûrs de bien vendre. En observant cet *anime*, on remarque que deux points importants ont été modifiés : tout ce qui touche au héros (son caractère, ses interactions, son humour) et une partie de nos références culturelles, pour les adapter aux japonais afin qu'ils les comprennent. Si beaucoup de lecteurs ont découvert le Japon et toutes ses spécificités culturelles grâce aux *animes* et aux mangas, traduits sans réadaptation au public français (excepté les premiers dessins animés des années 80), on peut noter que la culture et les codes mangas sont tellement ancrés dans le pays qu'il est difficile de proposer au public japonais une variation de ces codes, du moins en *anime*. De plus, *Radiant* ayant été diffusé sur une chaîne publique, à un créneau dédié à toute la famille, dont les enfants, il était nécessaire de retravailler l'histoire pour qu'elle colle plus aux codes traditionnels du manga pour jeunes garçons. Le studio d'animation LERCHE a travaillé en collaboration avec Tony Valente, faisant des réunions toutes les semaines pour approfondir les personnages, bien retranscrire ce qu'il voulait dire et ainsi restituer au mieux son œuvre, tout en l'adaptant à un public japonais⁷⁰. En France, l'*anime* a été diffusé en simultané sur la plateforme de diffusion ADN, mais les retours des fans ont été mitigés. Pour tous ceux ne connaissant pas *Radiant*, l'*anime* est un très bon *shōnen*, qui reprend fidèlement les codes. Il est plus difficile de séduire ceux ayant déjà lu le manga et qui ont ainsi vu toute la richesse des codes culturels européens, qui ont pour beaucoup disparus. De plus, sur les 21 épisodes, 4

70 CROQUET, Pauline. « « Radiant », ou les incroyables aventures d'un dessinateur français au pays du manga » In *Le Monde* [en ligne]. 06/10/2018. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/06/radiant-ou-les-incroyables-aventures-d-un-dessinateur-francais-au-pays-du-manga_5365601_4408996.html?utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1538823375 (consulté le 25/08/2019)

sont des épisodes *fillers*, c'est-à-dire qu'ils sont créés spécifiquement pour l'*anime*, et l'histoire raconté n'apparaît pas dans le manga. Ces épisodes sont généralement créés pour des séries au nombre d'épisodes très longs comme par exemple *One Piece*, quand la production des épisodes tend à rattraper la parution des chapitres. Ces épisodes ont été écrits en collaboration avec Tony Valente et permettent de développer un peu plus en profondeur certains personnages, mais cela peut-être frustrant pour certains car ils réduisent de 4 épisodes l'avancée de l'histoire originelle en version animée, coupant plus tôt que prévu un arc narratif.

1. L'humour français et l'humour japonais : deux catégories bien distinctes

Ce qui marque lorsque l'on lit *Radiant*, c'est l'incroyable niveau d'humour présent un peu partout au fil de l'histoire, et qui est notamment apporté par le personnage principal. Notons qu'au Japon, il existe une forme de comédie, le *manzai*, qui implique un duo comique avec un personnage sérieux, intelligent, et un autre personnage plus outrancier et désordonné. Les blagues reposent sur des gags verbaux tels que les quiproquos ou les jeux de mots⁷¹. Ils utilisent aussi beaucoup le comique de gestes et des gags simple, soit en tapant l'autre d'une gifle, soit en chutant sur des objets type peau de banane... Au Japon, l'humour est ainsi très premier degré, mais contient tout de même du respect pour beaucoup de sujets (on ne plaisante pas sur la mort, la maladie, la guerre notamment). La France est beaucoup plus ouverte, n'hésitant pas à pratiquer le sarcasme, la caricature, les jeux de mots ou les blagues du second degré, voire même faire de l'humour noir. Les japonais ont beaucoup de mal avec ce type d'humour, qu'ils ne comprennent pas forcément, notamment les sens cachés d'une phrase, qu'ils prendront souvent au premier degré. Idem pour les caricatures ou le sarcasme ; les japonais sont très respectueux de la hiérarchie et la société ne voit pas d'un bon œil la critique envers leurs aînés ou les politiques, par exemple, alors que c'est un humour très pratiqué en France. D'ailleurs, contrairement à nous qui n'avons que « monsieur, madame, mademoiselle » pour montrer notre respect à une personne, les japonais ont de multiples suffixes honorifiques qu'ils ajoutent au nom de leur interlocuteur, et qui désigne le niveau de proximité entre eux :

- san : s'utilise avec une personne que l'on respecte et avec laquelle nous ne sommes pas proches : un collègue, des clients, un patron... L'équivalent de notre Madame, Monsieur.

71 Wikipédia. « Manzai ». Disponible sur : <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Manzai>> (consulté le 25/08/2019)

- Senpai : marque de politesse lorsque l'on s'adresse à quelqu'un de plus âgé et qui possède plus d'expérience que nous.
- Sensei : désigne un professeur, médecin, un maître...
- Sama : marque la déférence, un grand respect vis-à-vis de personnes haut placées.
- Kun : s'emploie principalement en parlant des garçons. Il s'utilise avec des camarades de classe, des amis, des collègues de travail de niveau égal ou inférieur. L'équivalent féminin est Chan, qui peut aussi indiquer que l'on trouve une personne mignonne⁷².

Dans *Radiant*, Seth possède un caractère extravagant, n'hésitant pas à être très franc, voire moqueur avec Alma, une sorcière adulte qui l'a recueilli enfant et qui fait office de mentor. A chaque discussion, les deux se cherchent ainsi continuellement, s'envoyant des piques et des remarques, qui se veulent souvent affectueuses. Dans l'*anime*, tout cet humour a disparu. En effet, Alma est le mentor de Seth, il doit donc la respecter et ne pas l'insulter. Bien sûr, ils se lancent encore quelques piques, mais la plus grande partie a été retirée pour faire de leurs scènes des moments sérieux et importants. On trouve aussi beaucoup de comique de situation dans le manga, qui permettent de dédramatiser un moment de tension, ainsi que du second degré dans beaucoup de paroles. Plutôt que de simplement enlever ces situations comiques, les scénaristes de l'*anime* ont choisi de retravailler entièrement certaines scènes, changeant l'ordre d'apparition de personnages pour supprimer certains gags que les japonais n'auraient pas compris. Ils en ont ainsi profité pour faire de Seth un personnage typique de héros *shônen* : totalement insouciant, qui n'hésite pas à détruire des maisons mais ne remet jamais en question ses actions, et surtout, souhaite plus que tout « devenir le plus grand sorcier du monde et détruire le berceau de Némésis », alors que dans le manga, il ne souhaite que détruire le berceau des Némésis. Comme pour chaque *shônen* japonais, le héros doit devenir le meilleur dans un domaine, ce qui va de pair avec la volonté de se dépasser, pour soi et pour les autres, un trait de caractère que ne possède pas le Seth du manga. Seth n'est plus un héros torturé par son statut de jeune sorcier que lui reprochent les villageois, ni par ses actions qui ne sont pas toujours justes ; dans l'*anime*, c'est Alma qui endosse le mauvais rôle de sorcier à sa place, qui achève les Némésis à sa place, comme le fait le mentor au début d'un récit classique de *shônen* ; le seul but de Seth est alors de devenir le plus fort dans la joie et la bonne humeur.

72 Kanpai. « Les suffixes honorifiques en Japonais ». [en ligne]. Disponible sur : <https://www.kanpai.fr/apprendre-japonais/suffixes-honorifiques-japonais-san-kun-chan> (consulté le 28/08/2019)

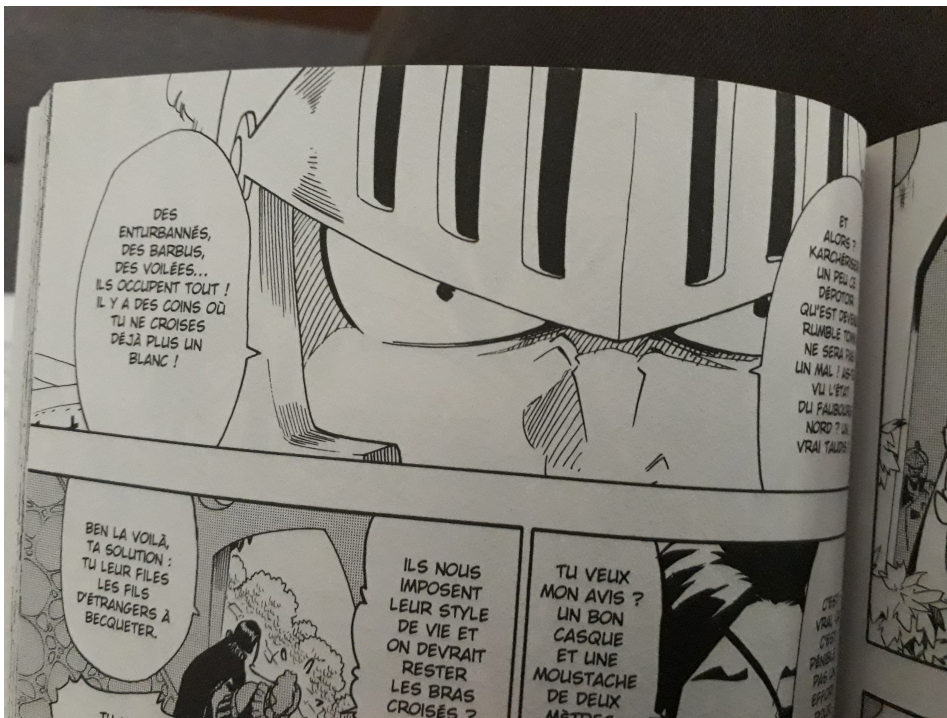


Illustration 6: Konrad de Marbourg et une partie de son discours raciste

©Radiant – Tony Valente/Ankama éditions

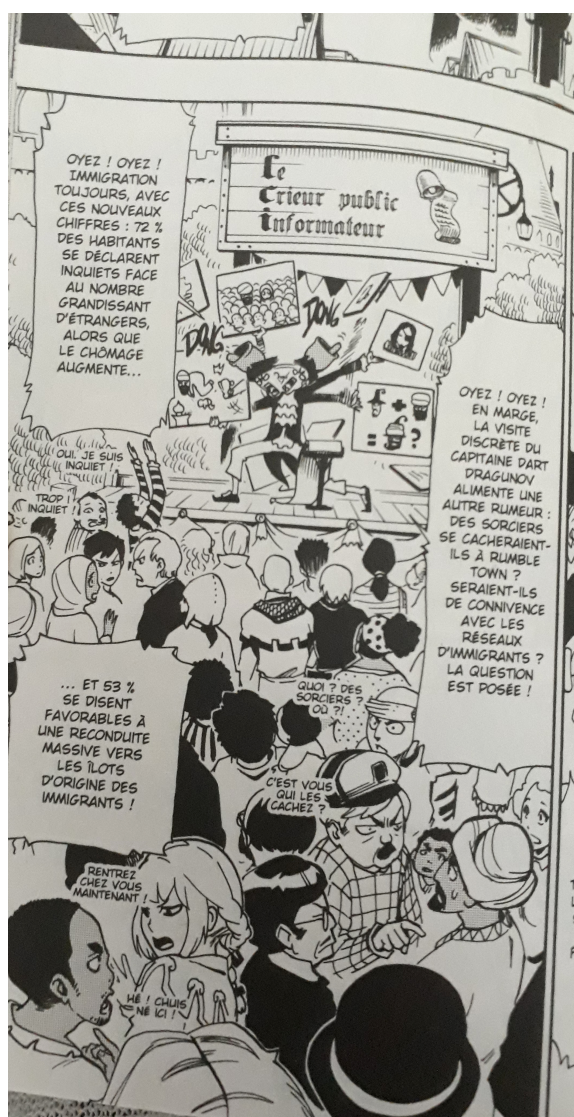


Illustration 7 : Le discours nationaliste du crieur, faisant office de journaliste.

©Radiant – Tony Valente/Ankama éditions

Si cet arc narratif se veut très politique pour nous européens, il a du être modifié pour les japonais, bien moins touchés que nous par l'immigration et la présence de musulmans sur leur territoire. Le Japon compterait environ 185 000 musulmans sur son territoire, soit moins de 0,1 % de sa population, quand la France en compte 4 710 000 environ, soit 7,5 % de la population⁷⁴. Le Japon est considéré comme l'un des pays les plus sûrs du monde, mais ont déjà subit quelques attentats (effectués par des Japonais membre de sectes, notamment) et ont vu certains japonais être pris en otage et exécutés par l'État Islamique. L'*anime* supprime ainsi toutes les insultes racistes proférées par l'inquisiteur pour en faire un personnage très nationaliste, qui dresse toujours la population mais uniquement contre les sorciers afin qu'ils

74 Wikipédia. « Nombre de musulmans par pays ». Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/wiki/Nombre_de_musulmans_par_pays (consulté le 29/08/2019)

ne reproduisent pas de nouveaux attentats. De plus, la population de l'*anime* ne contient presque plus de personnes voilées, alors qu'elles sont en grand nombre dans le manga.

Avec la production de cet *anime*, on peut considérer que le manga français a réussi à franchir les portes du Japon, commençant à être reconnu par les mangakas et les studios d'animation. Toutefois, tout ce qui fait la distinction entre un manga français et un manga japonais n'est pas encore visible à la télévision japonaise, et il faut que les lecteurs aillent se pencher sur la version traduite en japonais pour en découvrir toutes les subtilités, comme ce fut le cas en France lorsque l'on a importé les *animes* japonais. Il est encore trop tôt pour savoir si d'autres mangas français pourraient être traduits au Japon, voire faire l'objet d'une adaptation animée, mais si cela devait se faire, ce serait une preuve que le manga français est à la hauteur de son compatriote japonais.

Conclusion

Le manga, depuis les années 2000, a su conquérir son public, faisant de nouveaux adeptes et faisant de la France le deuxième pays lecteur de mangas après le Japon. Depuis peu, les mangas français ont fleuri sur internet et chez les éditeurs, qui ont su leur faire une place dans leur catalogue. Cette nouvelle vague de création permet d'apporter un vent frais sur la production de manga, et nous pouvons dire aujourd'hui que grâce au travail éditorial, à l'originalité des récits et aux différents moyens de communications mis en place par les éditeurs pour faire découvrir ces œuvres, le manga français a réussi à trouver un public. Aujourd'hui, c'est encore un marché de niche, mais au vu du succès de certains titres et de la mise en avant des mangas dans la presse, les conventions et par le public lui-même, il n'est pas impossible que le manga français continue son expansion, en proposant de multiples œuvres originales mélangeant les codes japonais et la culture européenne et française, amenant ainsi une nouvelle vision du manga aux lecteurs français. Avec une trentaine de titres, le manga français est encore à ses débuts, mais le Japon lui-même commence à mettre en avant ce genre, notamment grâce à ses auteurs qui promeuvent certaines œuvres et à la production de l'*anime* *Radiant*. Une mise en avant qui pourrait bien permettre au manga français de se développer encore plus dans nos rayons.

Deuxième partie : Projet éditorial

I. Le manga français aux éditions Kurokawa

Pour ce projet éditorial, nous avons décidé de lancer un manga français aux éditions Kurokawa, qui n'en produisent pas encore.

A) Bref historique de la maison d'édition

Les éditions Kurokawa ont été créées en 2005 en tant que label d'Univers Poche, appartiennent au groupe d'édition français Editis et sont spécialisés dans le manga. Kurokawa signifie d'ailleurs « Fleuve Noir » en japonais, qui est aussi le nom du label Fleuve Noir appartenant à Univers Poche. Dès son entrée sur le marché, Kurokawa frappe fort en publiant la série *FullMetal Alchemist*, qui deviendra très rapidement son best-seller. Le mot d'ordre de la maison d'édition est la qualité éditoriale au service du divertissement, ce qui explique son faible nombre de sorties (moins d'une centaine par an) contrairement à ses autres concurrents. La maison d'édition propose des récits publiés sous leurs collections *shônen*, *shôjo* et *seinen*. Depuis 2018, elle a aussi créé la collection Kuropop, des livres pratiques autour de la culture japonaise, des mangas, mais qui contient aussi des art-books. En septembre 2019, elle sortira aussi la collection Kurosavoir, « la connaissance en mangas », qui met en scène à chaque tome des figures politiques et littéraires ayant marqué leur époque, sous forme de récit de vie. Actuellement, il existe 4 tomes : *Karl Marx – Le Capital*, *Gustave Le Bon – Psychologie des foules*, *Friedrich Nietzsche – Ainsi parlait Zarathoustra* et *Fiodor Dostoïevski – Crime et Châtiment*. À l'heure actuelle, la maison d'édition ne produit aucun manga français. Kurokawa étant une maison d'édition appartenant au groupe Editis, elle dispose de leur service de diffusion et de distribution, Interforum.

B) La création du projet

Les éditions Kurokawa mettent un point d'honneur à sortir des titres travaillés et qui se veulent originaux. Pour la création de nos mangas français, ce point devra être aussi respecté ; c'est pour cela que seulement deux titres de manga français sortiront dans l'année, avec un tome tous les six mois, afin de pouvoir travailler au mieux sur leur communication et les mettre en avant le plus possible auprès du public, des libraires et de la presse.

Faire du manga français nous permettra d'enrichir notre collection, d'ouvrir nos horizons pour démontrer au public français que le manga de qualité n'existe pas seulement au Japon, mais

qu'il peut être aussi national. Nos mangas français doivent aussi renforcer notre image de maison d'édition produisant des œuvres de qualité, dont certaines sont encore aujourd'hui des œuvres incontournables telles que *FullMetal Alchemist* ou *One-Punch Man*.

1. La sélection des titres

Actuellement, les éditions Kurokawa n'éditionnent pas de manga français, et n'acceptent donc aucun projet de manga français. Nous ferons donc une annonce par le biais de nos réseaux sociaux en lançant un appel à projet. L'idée n'est pas de faire un tremplin comme les éditions Ki-Oon, car cela signifierait ne sélectionner qu'un seul projet parmi tous ceux reçus, alors que nous souhaitons lancer une multitude de mangas français dans les années à venir, correspondant à nos attentes et à notre ligne éditoriale.

Pour cela, cet appel à projet indiquera nos conditions à remplir pour envoyer les œuvres :

- Le premier chapitre de l'œuvre en PDF, soit environ 20 à 30 pages, entièrement terminé (encrage, dialogues, tramage...) afin d'avoir un bon aperçu du style de l'illustrateur et une première idée du scénario.
- Un document présentant l'histoire dans sa globalité, sa finalité, les personnages principaux avec leur personnalité et leur apparence physique, et les points forts de l'œuvre selon son/ses auteurs.
- Tous les genres sont acceptés. De plus, l'œuvre peut s'inscrire dans un registre *shôjo*, *shônen* ou encore *seinen* sans problème, le plus important reste l'originalité du récit.
- Il peut tout à fait y avoir un auteur et un illustrateur, ou une personne remplissant ces deux rôles. Il faut toutefois qu'elle soient résidentes dans un pays francophone, et peuvent aussi bien être amateurs que professionnelles.

Ces critères se rapprochent de ceux utilisés dans les maisons d'édition produisant de la BD franco-belge, car ils permettent à l'éditeur de voir rapidement le potentiel d'une œuvre et ce qu'il pourrait modifier avec l'auteur. Cet appel à projet serait ouvert quatre mois, afin de laisser aux mangakas le temps de bien travailler sur leurs œuvres.

Une fois l'appel à projet terminé, nous regarderons ceux qui se rapprochent le plus de nos critères : histoire originale, personnages aux caractères travaillés, cohérence du récit. Plusieurs projets pourront être retenus, et nous ferons paraître en premier ceux qui auront le

moins de retouches éditoriales ou scénaristiques à réaliser. Dans l'idéal, nous aimerions avoir au moins un projet *shōnen*, *shōjo* et *seinen* afin de toucher un maximum de lecteurs de tout âge.

Ces œuvres ne paraîtront pas sous une collection spécialement dédiée au manga français mais seront réparties dans les différentes « collections » déjà existantes. En effet, il faut prendre en compte le système de rangement des rayons mangas en librairies, qui se décomposent souvent en trois gros rayons : *shōnen*, *seinen*, *shōjo*, et quelques petits rayons pour les autres genres comme le *yaoi* ou les éditions spéciales de tomes, qui possèdent souvent des formats plus imposants que celui des tomes classiques de manga et qui se retrouvent souvent isolés. Nos mangas seront donc rangés dans leur catégorie principale selon leur cible, comme le sont nos mangas japonais.

2. Le planning

L'annonce de l'appel à projet sera lancé début octobre 2019 et se terminera fin janvier 2020. Pour ce planning, nous nous sommes avant tout basé sur les dates du Tremplin Ki-Oon, qui se déroule désormais chaque année de fin janvier à fin août. Puisque nous sollicitons aussi des amateurs et des professionnels à présenter leurs œuvres, il serait contre-productif de lancer l'appel à projet en même temps que le tremplin, ce qui aurait obligé les participants à faire un choix entre les deux annonces faute de temps suffisant pour terminer leur œuvre ou en proposer deux. Lancer cet appel à projet deux mois après la fin du tremplin laisse ainsi le temps aux mangakas de se reposer, voire de se lancer dans un nouveau projet qu'ils pourraient nous proposer.

Puisque nous souhaitons proposer des œuvres de qualité, nous fixeront une date de sortie de premier tome environ un an et demi après la fin de l'appel à projet. Ce délai nous permettra de bien fixer les conditions de travail avec l'auteur, de retravailler sur son histoire, de peaufiner avec lui les détails. De plus, nous comptons un délai d'environ six à huit mois pour la production d'un tome par l'auteur, vérifications éditoriales comprises. Ce délai nous permettra de terminer le tome 1 et de bien avancer, voire terminer, le tome 2 avant la sortie du premier tome pour avoir de l'avance dans la production. Le but n'est pas de faire une production rapide pour faire du manga français, mais bien de proposer une œuvre de qualité qui durera

dans le temps. Les deux premiers tomes des deux œuvres françaises paraîtront avec trois mois de décalage, afin de pouvoir travailler sur leur communication et qu'ils ne se fassent pas concurrence.

Œuvre 1 : Tome 1 sortie le 9 juillet 2021 / Tome 2 sortie le 20 janvier 2022

Œuvre 2 : Tome 1 sortie le 14 octobre 2021 / Tome 2 sortie le 7 avril 2022

Avec ce décalage, nous espérons aussi ne pas provoquer une attente trop longue pour les lecteurs. Si ceux-ci accrochent aux deux récits, ils n'auront que trois mois d'attente entre chaque tome, ce qui est actuellement le délai habituel pour la sortie d'un tome d'une série japonaise. Et si une série seulement leur plaît, le délai reste toutefois raisonnable pour attendre un manga, car certaines séries japonaises voient leurs tomes traduits en français sortir tous les six mois environ.

Ces deux œuvres françaises seront les seules à sortir entre 2021 et 2024. Nous publierons ensuite deux autres œuvres françaises durant l'année 2025, soit des œuvres qui nous ont été envoyées durant l'appel à projet de 2019/2020 si celles-ci nous ont convenues, soit de nouvelles œuvres envoyées durant l'appel à projet 2023/2024, qui aura été relancé entre début octobre et fin janvier. Ces œuvres s'étaleront sur deux ans (voire deux ans et demi pour certaines) avant d'être remplacées par de nouvelles une fois qu'elles seront terminées. Toutefois, si une œuvre réussit à toucher un large public, celle-ci pourra être continuée sur plusieurs années selon l'histoire imaginée par son auteur. En ne publiant que deux œuvres françaises sur 4 ans, cela nous permet d'accentuer notre communication autour, tout en travaillant sur nos autres mangas japonais. De plus, cela nous permet de voir les réactions et les retours des lecteurs et des libraires. Si ces deux œuvres ne fonctionnent pas, alors nous cesserons de produire du manga français, mais nous n'auront pas engagé de nouveaux frais, puisque les contrats des deux œuvres suivantes n'auraient été signés que début 2024.

	2019			2020	2021		2022		2023		2024		2025	
	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Juillet	Octobre	Janvier	Avril	Juillet	Octobre	Janvier	Avril	Juillet	Octobre
Appel à projet														
Œuvre 1					Tome 1		Tome 2		Tome 3		Tome 4			
Œuvre 2						Tome 1		Tome 2		Tome 3		Tome 4		
Œuvre 3													Tome 1	
Œuvre 4														Tome 1

Planning de sortie des tomes des mangas français

Chaque œuvre devant contenir entre quatre et cinq tomes pour être terminées. Cette limite permet à tous les acteurs d’y trouver leur compte : l’auteur peut travailler son histoire pour qu’elle se termine en quelques tomes, tout en laissant une possible fin ouverte pour d’autres aventures s’il le souhaite et si le public est au rendez-vous ; l’éditeur peut évaluer plus facilement ses coûts de production, et ne prend pas le risque de proposer une série en une multitude de tomes si celle-ci ne trouve finalement pas son public ; et enfin le lecteur, sachant que la série sera courte, peut alors s’y engager plus facilement car il saura qu’il ne se lance pas dans une série avec un nombre de tomes inconnus. De plus, si la série ne lui plaît pas, il n’aura « perdu » qu’une somme d’environ 38 euros (un manga coûtera 7,60 euros), ce qui revient au prix de deux livres grand format.

C) Fabrication, impression et diffusion du manga

1. L’impression

Le premier tome de chacune des œuvres fera 208 pages et sera imprimé au format 13 x 18 cm, le format habituel des mangas publiés chez Kurokawa. Comme les mangas japonais, la lecture se fera de droite à gauche, et les pages seront en noir et blanc. Les planches seront imprimées sur du papier bouffant StoraEnso 70 gr/m², un papier couramment utilisé dans les mangas, qui fait bien ressortir les illustrations tout en restant léger pour le transport et la lecture du livre.

Tous les mangas sont composés d’une couverture cartonnée souple. Pour la couverture, nous reprendrons l’illustration de la jaquette et l’imprimerons en noir et blanc. Une jaquette souple et brillante sera apposée sur la couverture et sera imprimée en couleur, et l’illustration de la jaquette sera réalisée par l’auteur. Sur les rabats seront inscrits une biographie de l’auteur et un petit mot de celui-ci à destination des lecteurs.

L'impression du manga se fera en France par Aubin Imprimeur, qui est l'imprimeur habituel de Kurokawa. Les deux premiers tomes de chaque œuvre seront imprimés en 8 000 exemplaires chacun. Les tirages de tomes sont très variables dans les mangas, puisqu'on peut être entre 3 000 pour un petit tirage et jusqu'à 250 000 exemplaires pour les titres à gros succès tels que *One Piece* ou *One-Punch man*. La moyenne des tirages de mangas français, excepté les gros titres tels que *Radiant*, *Dreamland* ou *Ki & Hi*, se situe à 12 000 exemplaires. En visant 8 000 exemplaires, nous espérons attirer suffisamment de lecteurs grâce à notre communication, la nouveauté française chez Kurokawa et par le bouche-à-oreille (une méthode qui fonctionne très bien dans le secteur du manga) pour rentabiliser ces coûts. Nous sommes conscients que puisque c'est un premier manga, nous ne pouvons pas produire un grand nombre d'exemplaires comme par exemple les mangas d'Ankama, tirés à 10 000 exemplaires le 1^{er} tome, puisque nous ne sommes pas spécialisés dans la création de manga français contrairement à eux. Si jamais nos mangas rencontrent le succès, alors une réimpression sera lancée.

2. Le compte d'exploitation

Il a été décidé dans le contrat que l'auteur toucherait 8 % de droits d'auteurs sur les ventes.

Une demande de devis a été demandée à Aubin Imprimeur, sans réponse aujourd'hui. De ce fait, le prix de l'impression est une estimation réalisée en ligne par l'imprimerie Pulsio Print avec les choix de papiers identiques aux nôtres.

Le prix est de 7,60 euros, ce qui correspond au prix moyen auquel on peut acheter un manga, et plusieurs mangas français sont vendus à ce prix.

Informations techniques		Impression	9 000 euros
Nombre de pages	208	À-valoir de l'auteur	5 000 euros
Format	13 x 18 cm	Communication	2 000 euros
Tirage	8 000 exemplaires	Total	16 000 euros
Prix de vente	7,60 euros	Prix unitaire	2 euros
		Prix net	2,50 euros
		Seuil de rentabilité	6 400 exemplaires

D) La communication

Pour le lancement de ces deux titres, nous utiliserons plusieurs outils de communication. Tout d'abord, un argumentaire de vente sera créé et distribué par les représentants aux libraires, insistant bien sur la nouveauté du projet et son originalité.

Nous ciblerons ensuite la presse avec un communiqué de presse trois mois avant la sortie officielle du premier tome. Nous ciblerons en particulier les magazines spécialisés dans la culture asiatique et les mangas tels que Coyote Mag ou Animeland, mais aussi les magazines spécialisés dans la culture et la littérature tels que Actualitté, qui réalise déjà plusieurs critiques de mangas. Nous ciblerons aussi la presse généraliste qui a déjà réalisé des articles sur les mangas ou la culture asiatique tels que Le Monde ou Télérama. Enfin, lorsque le tome aura été imprimé, nous contacterons les blogs, influenceurs et *booktubeurs* spécialisés dans les critiques de manga pour leur proposer de réaliser une critique à partir des services presse envoyés. En contactant toutes ces personnes, nous souhaitons faire en sorte que le système de bouche à oreille et de conseils fonctionne bien, que les lecteurs découvrent de nouvelles créations françaises et que celles-ci leur plaisent assez pour acheter les tomes.

Pour la mise en vente en librairies, nous créerons des présentoirs de comptoir permettant de mettre en avant notre manga sur les tables de libraires, afin de lui donner plus de visibilité lors de sa vente, seul moment où il sera vraiment mis en avant. En effet, avec la multitude de sorties par mois, notre manga français sera très vite mélangé aux autres et risque même de ne pas être présent plus tard dans les rayons, comme c'est actuellement le cas pour d'autres mangas français.

Pour faire connaître l'auteur et son œuvre, nous organiserons aussi des rencontres et dédicaces lors des différents salons dédiés à la culture asiatique, notamment la Japan Expo, plus grosse convention française et qui met particulièrement en avant les auteurs français. Ces rencontres et dédicaces pourront aussi se faire dans différentes librairies spécialisées dans différentes villes, afin d'être au plus proche des lecteurs.

Enfin, nous ferons de la publicité sur nos réseaux sociaux. Les éditions Kurokawa possèdent un compte Facebook, un compte Instagram et un compte Twitter, où ils présentent leurs

nouveautés mais relaient aussi les critiques faites par des influenceurs ou des lecteurs satisfaits de leurs achats dans leurs story Instagram et sur leur compte Twitter. La communication sur les réseaux se déroulerait donc en trois grandes étapes :

- l'annonce d'un nouveau titre réalisé par un mangaka français environ 6 mois avant sa sortie, puis différents posts pour « teaser » le contenu, voir les attentes du public et leur donner envie de découvrir le livre à sa sortie. En parallèle, nous laisserons le champ libre à l'auteur de dévoiler des croquis ou de son travail en cours sur ses réseaux sociaux (sans toutefois dévoiler toute l'intrigue), ce qui pourra créer une relation de proximité entre cet auteur et les lecteurs.
- Lorsque le livre sortira, nous en ferons des publicités sponsorisées sur les réseaux sociaux pour le mettre en avant le plus possible. Nous offrirons aussi une carte postale représentant un personnage dans chaque exemplaire du premier tome. De plus, un extrait du premier chapitre sera disponible gratuitement sur notre site internet et relayé sur les réseaux sociaux, permettant aux lecteurs de se faire un premier avis rapide et, si l'histoire leur convient, d'aller acheter le premier tome en librairies. Dans le même temps, nous commencerons à annoncer la sortie de notre deuxième titre français, en reprenant le même système qu'à la première étape.
- Enfin, lorsque les premières critiques positives commenceront à paraître, nous les relayerons sur nos réseaux afin de continuer à mettre en avant le livre quelques mois après sa sortie.

La communication après un an :

Lorsque deux tomes d'une série seront sortis et si les ventes sont satisfaisantes, nous créerons un coffret contenant les deux tomes, et lanceront une opération découverte à un prix attractif et moins cher que l'achat de deux tomes séparés pour donner envie à des lecteurs de découvrir l'histoire à prix réduit, et de ne pas se retrouver frustré après un tome à attendre le deuxième. Cette opération doit nous permettre d'élargir notre public afin de toucher ceux ayant entendu parler du manga, ayant lu des critiques mais n'ayant pas encore acheté les tomes. De plus, une fois la série terminée, et si le rendement le permet, nous créerons un coffret contenant tous les tomes,



Illustration 7: Exemple de coffret : le nôtre contiendra toute notre série.

© Ankama éditions

qui nous permettra cette fois-ci de toucher un public préférant attendre la fin de la série pour se lancer.

Enfin, si le public adhère à ces œuvres, nous pourrons lancer ponctuellement des opérations de concours sur les réseaux sociaux, ainsi que la création de *goodies* exclusifs à l'effigie des personnages principaux ou des personnages préférés des lecteurs. Pour les faire participer, nous pourrons leur demander sur les réseaux sociaux quels sont leurs personnages préférés et quels *goodies* ils préféreraient en plus de la carte postale offerte lors de l'achat du premier tome (porte-clé, pin's, badge, posters, tote-bag, vêtements, peluches...) suivant le nombre de réponses obtenues, nous pourrons faire une estimation du nombre d'exemplaires d'un objet à produire.

Bibliographie

Ouvrages :

BLANCOU, Daniel. *Manga – Origine, codes et influences*. Éditions de L'Iconographe, 2006.

BOUISSOU, Jean-Marie. *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*. Éditions Philippe Picquier, 2012.

DETREZ, Christine, Vanhée, Olivier. *Les mangados : lire des mangas à l'adolescence*. Bibliothèque Centre Pompidou, 2012.

FERRAND, Stéphane, LANGEVIN, Sébastien. *Le manga*. Éditions Milan, 2006.

GRAVETT, Paul. *Manga, soixante ans de bande dessinée japonaise*. Éditions du Rocher, 2005.

HIROKI, Azuma. *Génération otaku – les enfants de la postmodernité*. Éditions Hachette littérature, 2001.

PIGOT, Pierre. *Apocalypse manga*. Éditions PUF, 2013.

PINON, Matthieu. LEFEBVRE, Laurent. « L'histoire du manga en France vu par des éditeurs de mangas ». *Histoire(s) du manga moderne*. Nouvelle édition revue et augmentée, Éditions Ynnis, 2014.

Articles scientifiques :

ALLISON, Anne. « La culture populaire japonaise et l'imaginaire global » [en ligne]. *Critique internationale*, vol. 38, no. 1, 2008, pp. 19-35. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-critique-internationale-2008-1-page-19.htm#>> (consulté le 20/06/2019)

BOUISSOU, Jean-Marie. « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *Cités*, vol. 27, no. 3, 2006, pp. 71-84. Disponible sur : <<https://www.cairn.info/revue-cites-2006-3-page-71.htm>> (consulté le 10/08/2019)

BOUNTHAVY, Suvilay. « Manfra et prépublication : équation impossible ? ». In *Alternative Francophone*, University of Alberta, 2016, 1 (10), pp.23-38. Disponible sur : <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01700047/document>> (consulté le 15/08/2019)

Articles de presse :

Animeland. « Hiro Mashima recommande Radiant ». In *Animeland* [en ligne]. 07/11/2015. Disponible sur : <<https://animeland.fr/2015/11/07/hiro-mashima-recommande-radiant-2/>> (consulté le 25/08/2019)

ANIZON, Emmanuelle. « Le Rire jaune : Kevin Tran, l'ingénieur star de YouTube » In *L'Obs*. [en ligne]. 31/12/2016. Disponible sur : <<https://www.nouvelobs.com/societe/20161229.OBS3185/le-rire-jaune-kevin-tran-l-ingenieur-star-de-youtube.html>> (consulté le 25/08/2019)

BENARROUS, Julia. « Y a-t-il un avenir japonais pour les auteurs de manga français ? » In *Le Figaro*. 16/07/2018. Disponible sur : <<http://www.lefigaro.fr/bd/2018/07/07/03014-20180707ARTFIG00089-y-a-t-il-un-avenir-pour-les-auteurs-de-manga-francais.php>>

CHIDIAC, Hadrien. « Japan Expo : «Radiant», «Lastman»... les Français s'imposent doucement dans le manga » In *Le Parisien* [en ligne]. 04/07/2019. Disponible sur : <<http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/japan-expo-outlaw-players-lastman-les-francais-s-imposent-doucement-04-07-2019-8109819.php>> (consulté le 28/08/2019)

CNEWS. « JAPAN EXPO : LE SUCCÈS DES MANGAS FRANÇAIS ». In *CNEWS*. [en ligne]. 06/07/2016. Disponible sur : <<https://www.cnews.fr/bd/2016-07-06/japan-expo-le-succes-des-mangas-francais-733664>> (consulté le 22/08/2019)

COMBET, Claude. « Le manga français Ki & Hi fait un tabac » [en ligne]. In *Livres Hebdo*. 26/10/2016. Disponible sur : <<https://www.livreshebdo.fr/article/le-manga-francais-ki-hi-fait-un-tabac>> (consulté le 18/08/2019)

CROQUET, Pauline. « « Devil's Relics », l'intrigante incursion de Maître Gims dans le manga ». In *Le Monde*. [en ligne]. 31/10/2018. Disponible sur : <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/31/devil-s-relics-l-intrigante-incursion-de-maitre-gims-dans-le-manga_5377257_4408996.html> (consulté le 18/08/2019)

CROQUET, Pauline. « « Radiant », ou les incroyables aventures d'un dessinateur français au pays du manga » In *Le Monde* [en ligne]. 06/10/2018. Disponible sur : <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/06/radiant-ou-les-incroyables-aventures-d-un-dessinateur-francais-au-pays-du-manga_5365601_4408996.html?utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1538823375> (consulté le 25/08/2019)

FASSEUR, Barbara. « H2T, la prépublication numérique de manga made in France » In *Actualité* [en ligne]. 06/07/2018. Disponible sur : <<https://www.actualite.com/article/monde-edition/h2t-la-prepublication-numerique-de-manga-made-in-france/89763>> (consulté le 25/08/2019)

GUILBERT, Xavier. « Le Manga en France » In *du9* [en ligne]. 01/07/2012. Disponible sur : <<https://www.du9.org/dossier/le-manga-en-france/>> (consulté le 17/08/2019)

KEVRAN, Perrine. « Sorcières » In *France Culture*. [en ligne]. 16/04/2018. Disponible sur : <<https://www.franceculture.fr/emissions/lsd-la-serie-documentaire/sorcieres>> (consulté le 20/08/2019)

LEVENT, Christophe. « Le manga de Gims, «Devil's relics», est un échec commercial » In *Le Parisien*. [en ligne]. 03/06/2019. Disponible sur : <<http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/le-manga-de-gims-devil-s-relics-est-un-echec-commercial-03-06-2019-8085663.php>> (consulté le 19/08/2019)

OULAC, François. « Le manga français peut-il sortir de sa niche ? » In *Slate.fr* [en ligne]. 20/02/2016. Disponible sur : <<http://www.slate.fr/story/113867/manga-francais-niche>> (consulté le 17/08/2019)

PUJOLAS, Marie. « "Human academy", première école de manga en France ». In *France TV Info* [en ligne]. Disponible sur : <https://www.francetvinfo.fr/culture/bd/human-academy-premiere-ecole-de-manga-en-france_3334565.html> (consulté le 17/08/2019)

ROURE, Benjamin. « Les 50 meilleures ventes en manga ». *Dossier manga : sur un petit nuage*. In *Livres Hebdo* [en ligne], 21/06/2019. Disponible sur : <<https://www.livreshebdo.fr/article/dossier-manga-sur-un-petit-nuage?xtmc=manga&xtr=16>> (consulté le 05/08/2019)

VIALO, Oriane. « Éditions Pika : "Éditeurs et lecteurs de manga sont plus exigeants qu'il y a 20 ans" » In *Actualité* [en ligne]. 18/10/2016. Disponible sur : <<https://www.actualite.com/article/bd-manga-comics/editions-pika-editeurs-et-lecteurs-de-manga-sont-plus-exigeants-qu-il-y-a-20-ans/66740>> (consulté le 10/08/2019)

Sites internet :

9ème Art. « Christophe Cointault (Tinta Run) nous parle de Wind Fighters, son prochain manga » [en ligne]. 16/07/2019. Disponible sur : <<http://www.9emeart.fr/post/interview/manga/christophe-cointault-tinta-run-nous-parle-de-wind-fighters-son-prochain-manga-10899?fbclid=IwAR2mnIQL7KkLGSpBIVralydsfoh4I1X7izCmMZUsf9zxm9AXqGmVg7WTYtQ>> (consulté le 19/08/2019)

9ème Art. « Japan Expo 2016 : Shonen & Ahmed Agne (Outlaw Players), l'interview » [en ligne]. 21/09/2016. Disponible sur : <<http://www.9emeart.fr/post/interview/manga/japan-expo-2016-shonen-ahmed-agne-outlaw-players-l-interview-6079>> (consulté le 19/08/2019).

Adala-news. « Le manga Radiant trouve son public, en France ». [en ligne]. 28/02/2014. Disponible sur : <<https://adala-news.fr/2014/02/le-manga-radiant-trouve-son-public-en-france/>> (consulté le 17/08/2019)

Ankama. « Radiant Tome 1 ». Disponible sur : <<https://www.ankama-shop.com/fr/livres/334-radiant-tome-1.html>> (consulté le 25/08/2019)

BENOIT, Olivier. « [Interview] City Hall : Le manga français n'a pas dit son dernier mot » [en ligne]. 26/06/2013. Disponible sur : <http://www.journaldujapon.com/2013/06/26/interview_city_hall_quand_le_manga_francais_a_des/> (consulté le 10/08/2019)

CHEDEBOIS, Tatiana. « Retour sur Radiant avec Tony Valente à Japan Expo 2019 » [en ligne]. 22/08/2019. Disponible sur : <<https://www.journaldujapon.com/2019/08/22/retour-sur-radiant-avec-tony-valente-japan-expo-2019/>> (consulté le 25/08/2019)

Eurasiam. « Eurasiam - Japanese art & communication ». Disponible sur : <<http://www.eurasiam.com/art/index.php>> (consulté le 17/08/2019)

EIMA, « Qu'est-ce que l'EIMA ? ». Disponible sur : <<http://www.eima.school/quest-ce-que-leima/>> (consulté le 17/08/2019)

FADIGA, Fabrice. « Rencontre avec l'auteur de "mangas français" Shonen » [en ligne]. 16/07/2016. Disponible sur : <<https://www.actuabd.com/Rencontre-avec-l-auteur-de-mangas>> (consulté le 17/08/2019)

Human Academy. Disponible sur : <<http://eu.athuman.com/?lang=fr>> (consulté le 17/08/2019)

Japan Expo. « Les Darumas 2019 : Présentation » [en ligne]. Disponible sur : <https://www.japan-expo-paris.com/fr/menu/daruma-2019_101037/info/les-daruma-2019-presentation_11257.htm> (consulté le 20/08/2019)

Kanpai. « Les suffixes honorifiques en Japonais ». [en ligne]. Disponible sur : <<https://www.kanpai.fr/apprendre-japonais/suffixes-honorifiques-japonais-san-kun-chan>> (consulté le 28/08/2019)

LISEF. « Les internautes soutiennent la BD Talli fille de la Lune avec le hashtag #SaveTalli » [en ligne]. 05/08/2019. Disponible sur : <http://www.9emeart.fr/post/news/franco-belge/les-internautes-soutiennent-la-bd-talli-fille-de-la-lune-avec-le-hashtag-savetalli-10925?fbclid=IwAR0-Svwbw-kOdTikQ92L8ySBWGqWN62kX6JfUq2qpWbQRQMZhL9—o_arK0> (consulté le 17/08/2019)

Manga News. « Rencontre avec Antoine Dole et Vinhnyu pour la série 4LIFE » [en ligne]. 30/10/2018. Disponible sur : <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2019/09/23/Rencontre-avec-Antoine-Dole-et-Vinhnyu-pour-la-serie-4LIFE>> (consulté le 15/08/2019)

Manga News. « Tremplin manga Ki-oon - Et la gagnante est... ». [en ligne]. 23/03/2015. Disponible sur : <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2015/03/23/Tremplin-manga-Ki-oon-Et-la-gagnante-est>> (consulté le 19/08/2019)

Manga News. « Nouvelle rencontre avec Shonen autour d'Outlaw Players » [en ligne]. 28/02/2019. Disponible sur : <<https://www.manga->

news.com/index.php/actus/2019/11/22/Nouvelle-rencontre-avec-Shonen-autour-dOultaw-Players> (consulté le 25/08/2019)

Manga News. « Vinhnyu – interview de l’auteur ». [en ligne]. 17/03/2017. Disponible sur : <<https://www.manga-news.com/index.php/auteur/interview/Vinhnyu>> (consulté le 10/08/2019)

OZOUF, Paul. « [Bilan Manga 2018] Ventes en France : toujours plus haut ! », In *Journal du Japon* [en ligne]. 26/06/2019. Disponible sur : <<https://www.journaldujapon.com/2019/06/26/bilan-manga-2018-ventes-en-france-toujours-plus-haut/>> (consulté le 16/08/2019)

Parlons Manga Français. « H2T éditions, un nouveau concept éditorial ? » *Youtube*. [en ligne]. 29/03/2017. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=ZMvytEWoEq8&list=PLWpMc_YLWNxu0OW_tjZvoTulO_DHWcxHr&index=3> (consulté le 20/08/2019)

PASAMONIK, Didier. « Fumihiko Yamada : « La France représente, pour les mangas japonais, le quatrième marché d’exportation au monde. ». In *ActuaBD* [en ligne]. 15/06/2007. Disponible sur : <<https://www.actuabd.com/Fumihiko-Yamada-La-France-represente-pour-les-mangas-japonais-le-quatrieme-marche-d-exportation-au-monde>> (Consulté le 05/08/2019)

ROCCHIA, Simon. « Le marché du manga en France ». *Monde du Livre*. 13/11/2015. Disponible sur : <<https://mondedulivre.hypotheses.org/1929>> (consulté le 14/08/2019)

ROXANE. « Reno Lemaire, interview d’un pionnier du manga français ». [en ligne]. 21/12/2017. Disponible sur : <<https://www.journaldujapon.com/2017/12/21/reno-lemaire-interview-dun-phenomene-manga-francais/>> (consulté le 17/08/2019)

Wikipédia. « Démographie au Japon ». Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Démographie_du_Japon> (Consulté le 07/08/2019)

Wikipédia. « Nicky Larson (série télévisée d’animation) ». Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Nicky_Larson_%28s%C3%A9rie_t%C3%A9l%C3%A9vis%C3%A9e_d%27animation%29> (consulté le 10/08/2019)

Wikipédia. « Ken le Survivant ». Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Ken_le_Survivant> (consulté le 10/08/2019)

Wikipédia. « Nombre de musulmans par pays ». Disponible sur : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Nombre_de_musulmans_par_pays> (consulté le 29/08/2019)

Wikipédia. « Manzai ». Disponible sur : <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Manzai>> (consulté le 25/08/2019)

Yatta-magazine. « Interview Shonen auteur d'Outlaw Players [Japan Expo 2016] » [en ligne]. 18/07/2016. Disponible sur : <<https://www.yatta-fanzine.fr/interview-shonen-auteur-doutlaw-players-japan-expo-2016/>> (consulté le 19/08/2019)