

UNIVERSITE
DE TOULOUSE
LE MIRAIL



SESSION DE JUIN 2014

**La traduction des mangas. La construction
d'un marché : le cas toulousain**

Mémoire de Master 2 en Sociologie

Présenté par Sophie Serres

Encadré par Roland Canu, Enseignant-Chercheur au CERTOP

TABLE DES MATIERES

Introduction	3
De la traduction... ..	4
... au marché.....	7
Méthodologie.....	11
Le manga : d'un produit issu d'une culture spécifique à un produit culturel global	13
De sa naissance au Japon.	13
<i>Ses origines</i>	13
<i>Les premiers mangas</i>	16
<i>Le manga moderne</i>	18
<i>Une industrie de masse</i>	21
... A son arrivée en France	24
<i>Retour historique</i>	24
<i>La place du manga aujourd'hui</i>	28
<i>Le « manga français »</i>	30
<i>Dans le reste du monde</i>	33
Le manga à Toulouse	38
Implantation du manga	38
<i>Toulouse Manga et le TGS</i>	38
<i>Les relais de cette implantation</i>	45
Le manga aujourd'hui.....	50
<i>Cartographie des librairies</i>	50
<i>Sélection des titres</i>	58
Conclusion	62
Prolongement en thèse.....	67
Bibliographie	70
Ouvrages et articles scientifiques :	70
Articles de presse :.....	71
Sites internet :	72
Lexique des termes utilisés	75
Entretiens.....	77
Retranscription	81

INTRODUCTION

Depuis quelques années, l'Occident fait face à un fort engouement pour la culture japonaise, particulièrement pour sa « J-pop », la culture populaire. Mangas, films d'animation, jeux vidéo, J-music, cuisine, etc. l'ont rendu célèbre et attractive pour de jeunes occidentaux. Pour preuve, les mangas représentent, en 2011, 40% des ventes de BD en France, pour un total de cent un millions d'euros de chiffres d'affaire¹. Des séries comme *Dragon Ball* ont été vendues à dix-sept millions d'exemplaires, *One piece* à deux millions et *Akira* à un million cent mille exemplaires². Un autre exemple : le nombre d'étudiants au département de japonais de l'INALCO³ est passé de quarante en 1960 à mille cinq cent en 1990, montrant combien l'étude de la langue japonaise intéresse un nombre toujours plus important d'individus.

De nombreuses tendances venant du Japon ont également gagné la France, comme le « manga kissa », ou café manga, qui a vu le jour en France après son succès au Japon. Le café manga est un « lieu de détente et de relaxation dans lequel est mis à disposition, gratuitement, une grande bibliothèque de mangas »⁴. Au Japon, les « manga kissa » proposent des boissons, un accès internet, des cabines individuelles avec des fauteuils de massage, des lecteurs DVD et dans certains endroits, la possibilité d'y passer la nuit. Les « manga cafés » français se sont adaptés à la culture occidentale, tout en reprenant largement le concept japonais : la bibliothèque est constituée de nombreuses séries, certaines rares et jamais rééditées, les boissons sont servies à volonté, des ordinateurs sont mis à disposition avec un accès internet, et des bornes donnent accès à des jeux vidéo. Seule la possibilité de dormir sur place n'est pas envisagée. Autre tendance japonaise à avoir déferlé en France : le bento. Equivalent de notre gamelle, ce terme désigne à la fois une boîte compartimentée et les aliments qu'elle contient. Fabriqué chez soi, souvent à partir des restes, il permet de manger un repas complet n'importe où et n'importe quand dans la journée. Objet très pratique, l'esthétique n'en est pas moins négligée. En effet, les bento faits-maison rivalisent d'originalité. Les « charaben », contraction de l'anglais *character* et du mot *bento*, sont destinés aux jeunes enfants dont les mamans déguisent les aliments en animaux *kawaii*⁵ ou en personnages de manga. En France, ces boîtes sont très à la mode et de plus en plus faciles à trouver en commerce. Les recettes en ligne ne

¹ Actua BD, magazine d'actualité de la bande dessinée. Actuabd.com

² Glénat, éditeur de manga. Glenatmanga.com

³ Institut National des Langues et Civilisations Etrangères. Inalco.fr

⁴ « Manga Café », premier café manga à être arrivé en France, plus précisément à Paris. Mangacafe.fr

⁵ Mot japonais signifiant mignon.

cessent de s'accumuler pour adapter la nourriture française aux compartiments des boîtes. Un Français expatrié au Japon a même lancé, en 2008, un site de vente en ligne, Bento&co, proposant de nombreuses boîtes à bento. 60% de ses ventes reviennent en France, où « on conseille [les fabricants japonais] sur les couleurs qui plaisent en France et on adapte les tailles : il faut des bento plus grands pour l'Europe. Jusqu'à très récemment, les fabricants japonais ne pensaient absolument pas au marché européen »⁶.

De la traduction...

Ces touches japonisantes s'intègrent dans le paysage culturel français grâce à des adaptations, comme pour le bento qui est plus grand en Europe, ou le manga café qui n'ouvre pas la nuit. Les éléments et les personnes qui rendent ces ajustements possibles permettent de rendre une culture plus compréhensible pour des personnes non-initiées. La culture japonaise subit alors un processus de traduction et d'interprétations. Cette notion de traduction culturelle peut se définir comme « un processus de codification / décodification nécessaire au transfert de contenu informationnel entre différentes sphères linguistico-culturelles » (Sakai et Solomon, 2007). En effet, puisque certains codes culturels ne sont pas accessibles, la traduction permet de mieux les saisir, tout comme en linguistique.

Des sociologues comme Bruno Latour et Michel Callon, définissent la notion de traduction comme une agrégation de « deux intérêts ici dissemblables en un et faire la preuve que la satisfaction de chacun d'eux ne peut pas aller sans la satisfaction de l'autre » (Borraz, 1990). La traduction est envisagée ici comme une transformation des buts, des intérêts et des acteurs au cours du processus d'innovation, rendant le réseau intelligible. M. Callon a identifié plusieurs étapes à cette traduction : la problématisation (définir le problème et montrer aux acteurs qu'il les concerne), l'intéressement (convaincre les acteurs et sceller des alliances), l'enrôlement (définir les rôles de chacun des acteurs), et la mobilisation d'alliés (sélection de porte-parole) (Lassave, 2005). Antoine Hennion a également montré que la musique n'existe que grâce à la participation de médiateurs : « il n'y a rien en face de moi sans que je passe par des intermédiaires innombrables. Quelqu'un ou quelque chose doit le faire vibrer de l'air, chaque fois. Un disque, un instrument, sinon pas de Bach ». Tous les intermédiaires nécessaires à la composition d'une œuvre musicale travaillent sans cesse à « re-produire » les relations musicales passées, sans arriver à les recopier totalement. Ainsi, elle devient « une musique

⁶ BROUZE (E.), 2011, « Beau, bon, un peu bio... le "bento", boîte à manger japonaise », *Lenouvelobs.com*

actuelle », avec un public nouveau. Dès lors, « il n'y a jamais de musique, il n'y a que des montreurs de musique » (Hennion, 1993).

Des études, nées dans les années 1970 et appelées *Translation Studies*, s'intéressent au « fonctionnement des traductions dans leurs contextes de production et de réception, c'est-à-dire dans la culture-cible » (Heilbron, Sapiro, 2002), sous-tendant par-là, que des personnes, des objets, des idées, ... se déplacent dans deux cultures. Ces transferts culturels s'interrogent sur les rôles de la traduction, de ses acteurs, des institutions, ainsi que des relations politiques et culturelles que chacun entretient avec les pays concernés. Ces études prennent en compte « tous les domaines possibles de l'interculturel, du métissage – zones frontières entre cultures, langues, systèmes religieux ou politiques » (Joyeux, 2002). Des individus comme les voyageurs, les traducteurs, les enseignants, ... jouent un rôle primordial en faisant passer les cultures d'un contexte à un autre, d'un pays à un autre. Ils transmettent ainsi de la diversité culturelle lors de chacun de leur déplacement. De plus, les transferts culturels montrent avec quelles « lunettes » chacun perçoit les pays étrangers et « l'histoire des différents verres utilisés selon les époques » (Noiriel, 1992). Lorsqu'une culture emprunte, ou importe, une idée, un concept, à une autre, les situations actuelles et passées comptent tout autant. En effet, il est nécessaire de connaître ce qui a déjà été produit afin de se démarquer des emprunts préalables. Par exemple, Michel Espagne explique que « la véritable introduction de la philosophie allemande en France se produit quand les élèves de Cousin⁷ commencent à prendre cette référence beaucoup plus au sérieux que le maître, en allant à la source et en traduisant » (*Ibid*, 1992). Il développe également l'idée que la culture ne voyage pas toute seule d'un pays à un autre, mais bien qu'il existe des « vecteurs », des groupes sociaux qui la font voyager. Ces individus peuvent être qualifiés de médiateurs culturels car ils facilitent l'insertion et la compréhension d'une culture vers une autre. Angela Macciocchi montre qu'un interprète devient un médiateur culturel puisque « sa fonction sera de faciliter la circulation entre les deux langues, mais surtout entre deux façons d'appréhender le monde dans l'ici et maintenant, afin que les identités culturelles réciproques ne soient pas perdues » (Macciocchi, 2005). Les médiateurs opèrent donc comme des interfaces entre deux cultures et par la traduction, repensent la culture-source par rapport au pays de la culture-cible. Ils manipulent ainsi la culture-source afin de l'ajuster. Par exemple, le doublage français de *Ken le Survivant*⁸, ne respecte pas la traduction littérale des dialogues en japonais

⁷ Victor Cousin est un philosophe français du XVIIIème siècle

⁸ Hokuto no Ken ou Ken le Survivant est un manga sorti en 1983 et adapté en dessin animé en 1984. Il sort en France en 1999.

mais, comme l'affirme Philippe Ogouz, le comédien qui double Ken, est un « délire » entre les doubleurs : « on est parti sur des trucs délirants. C'était presque de l'impro. [...] On faisait des concours. On disait par exemple, « tasse à café ». Et c'était le premier qui réussit à placer dans le dialogue « tasse à café ». C'était assez dément »⁹. Des phrases comme « Par le hokuto à viande je couperai vos gigots ! », « Les temps comme les œufs sont durs et la bêtise n'a pas de limite » ou encore « Dis-moi où se trouve Ryuga! [nougat] — À Montélimar ! », illustrent combien les dialogues français ont modifié les originaux et rendu le manga comique. Mais cet effet est recherché, car *Hokuto no Ken* est perçu comme trop violent et « nazi » par le milieu du doublage et le CSA¹⁰. Les doubleurs ont alors décidé de se détacher des dialogues originaux afin d'effacer la violence. Les médiateurs, représentés par les doubleurs français, ont ainsi voulu rester au plus près des codes de la culture française, sans chercher à comprendre ni l'esthétique, ni l'histoire originale japonaise. Le cas du svastika est particulièrement parlant. Croyant voir une croix gammée nazie, ils n'ont pas poussé leurs investigations plus loin, s'en tenant à leurs connaissances premières, historiques. Le manga est alors devenu « nazi », révoltant tous les doubleurs, qui ont d'ailleurs momentanément cessé de travailler pour montrer leur désapprobation. Cependant des modifications ont aujourd'hui été apportées à ce dessin animé, montrant que la culture peut être malléable, dépendante des acteurs qui la composent et qu'elle se construit par les contacts qu'entretiennent les cultures entre elles.

En effet, Walter Benjamin développe, dans son texte « La tâche du traducteur », l'idée que ni la traduction, ni le texte original, ne sont immobiles et fixes. Ils ne cessent jamais d'évoluer et de se transformer. Pour preuve, de nombreux mangas autrefois controversés et censurés, sont aujourd'hui disponibles en version originale sous-titrée et non-censurée, à l'image de *Nicky Larson* par exemple. Cet animé était au départ, diffusé dans une version française très édulcorée, puisque l'original présente un Nicky Larson très pervers, des scènes de nudité et de travestissement, qui ont été modifiées ou censurées lors de l'adaptation française, afin d'ajuster cet animé à un jeune public. Les noms des personnages ont également été modifiés, Ryo Saeba étant le nom original de Nicky Larson. Mais désormais, l'animé est diffusé à la télévision en version originale, sur une chaîne du câble, confirmant que la traduction n'est pas figée et qu'elle peut évoluer au rythme des changements sociétaux.

⁹ Interview de Philippe Ogouz. <http://mangas2000.free.fr/interview.htm>

¹⁰ En effet, des svastikas étaient visibles et ont été assimilées à la croix gammée nazie.

... au marché

La traduction de la culture japonaise passe donc par des médias et des médiateurs, tous de plus en plus présents en France. Le manga, entre autres, est devenu un élément fondamental dans la diffusion de la culture japonaise à l'étranger. Traduits dans de nombreux pays dont les États-Unis, l'Allemagne, l'Italie ou même le Canada ou l'Algérie, les mangas ont parfois réussi à évincer des productions nationales, comme en Italie où ils occupent plus de la moitié du marché de la bande dessinée. Et selon certains observateurs la proportion avoisinerait les 65% en Allemagne, tandis qu'en Pologne les mangas représentent plus de 80% des ventes¹¹. Désormais, il est un produit industriel de masse, faisant partie intégrante de l'économie japonaise et possédant une force de frappe commerciale sans précédent. Au Japon, les mangas représentent en volume 40% du marché de l'édition et environ un quart de son chiffre d'affaires, qui s'élevait à vingt milliards de dollars en 2006 (Gabilliet, 2009). Les publications de manga sont également beaucoup plus nombreuses que celles des BD franco-belges ou des comics américains : en 2002, un milliard cinq cents millions d'exemplaires pour les mangas contre quarante millions pour la BD et cent dix millions pour les comics (Bouissou, 2006). De plus, 75% des adolescents en lisent, dont plus de la moitié en lisent au moins un par semaine (Lehmans, 2008). Etant un produit bon marché, vendu à environ trois cent cinquante yens, soit trois euros, le *mangashi*¹² permet aux adolescents d'acheter eux-mêmes leur magazine, en kiosque ou dans les gares. Cette stratégie sert à les fidéliser mais aussi à structurer le temps qui s'écoule entre deux parutions, rendant leur exposition aux mangas continue. Pour exemple, le *Weekly Shonen Jump*, édité par la Shueisha, sort le lundi, le *Weekly Shonen Sunday*, édité par la Shogakukan, et le *Weekly Shonen Magazine*, édité par la Kodansha, le mercredi, le *Weekly Shonen Champion*, édité par Akita Shoten, le jeudi et le *Shonen King*, édité par la Shonen Gahosha, le vendredi. Le phénomène d'accoutumance ainsi engendré devient alors très profitable aux maisons d'édition, qui, pour renforcer encore l'addiction, n'ont pas hésité à faire modifier le contenu des chapitres aux auteurs, les faisant se terminer par un *climax*, un moment très intense et rempli de suspense (Bouissou, 2012).

Une autre différence entre la BD et le manga tient dans le marketing dont il dispose. Même si le cœur de cible reste les enfants et les adolescents (plus de 70% du tirage des magazines leur est consacré), dont le genre qui leur est destiné est le *shonen*, le manga se diversifie et de

¹¹ *Hachiju.com*

¹² Magazine de prépublication regroupant un chapitre de plusieurs mangas.

nouveaux genres apparaissent, permettant à chaque catégorie de population de trouver le manga qui lui correspond (Bouissou, 2012). Chacun des trois grands éditeurs que sont la Kodansha, la Shueisha et la Shogakukan, « positionne son titre *shonen* sur un créneau spécifique : *Shonen Sunday* joue la carte de la « comédie romantique », *Shonen Magazine* celle du « manga de voyous », et *Shonen Jump* systématise le jumelage de ses séries avec des animations télévisées ». Ils comblent également le manque de lecture consacrée aux plus petits en leur créant des magazines spécialisés comme *Korokoro* ou *Comic Bonbon*. Peu à peu, les éditeurs couvrent le panel le plus large possible en lançant de nouveaux magazines à l'image de *Be Love* par la Kodansha ou *Comic for Ladies* de la Shogakukan, tous deux des *ladies comics*, plutôt réservés aux femmes au foyer. Ainsi, des catégories émergent : les hommes adultes vont lire du *seinen*, mangas matures où les personnages sont plus sombres et plus complexes que dans le *shonen* adolescent, et dont le pendant féminin est le *josei*. Les jeunes enfants se dirigent plutôt vers le *kodomo*, à l'image de *Chi une vie de chat*, tandis que les jeunes filles préfèrent le *shojo*, avec ses histoires d'amour très romantiques. D'autres genres et sous-genres se développent au fur et à mesure que le succès du manga grandit. Désormais, on peut trouver du manga informatif et pédagogique, érotique, pornographique, pour *salarymen*, etc. Mais même si les marketeurs font rentrer les consommateurs dans des cases, les barrières ne sont pas étanches ni entre les sexes, ni entre les âges. « Jusqu'à 20% du lectorat de certains magazines *seinen* est constitué de femmes, et si les hommes se gardent bien d'être vu lisant des magazines *shojo*, les *tankobon*¹³ leur permettent d'assouvir discrètement leur penchant pour certaines séries destinées au sexe faible » (*Ibid.*, 2012).

Cette segmentation du marché s'accompagne d'un *media mix* qui permet la multiplication des canaux de diffusion. C'est au début des années 1960 que commence à se marier manga et télévision avec la diffusion du premier épisode d'*Astro Boy*, réalisé par Osamu Tezuka. Sponsorisé par un chocolatier, « le petit robot envahit les confiseries, les magasins de jouets, les papeteries, mais aussi les boutiques de vêtements et de vaisselle », ouvrant la voie à la création et la distribution des produits dérivés. La combinaison entre magazines, séries animées, *tankobon*, et produits dérivés a assuré au manga une « base économique qui allait l'élever au rang de grande industrie » (*Ibid.*, 2012). Ainsi façonnée, l'industrie liée au manga n'a cessé de s'accroître, lui permettant de s'exporter à l'étranger, et particulièrement en France. Au départ vivement critiqué, il finit par pénétrer le marché grâce aux séries télévisées et aux jeux vidéo.

¹³ Tome d'un manga, qui recueille les chapitres pré-publiés dans les magazines.

En 2008 par exemple, il s'est vendu douze millions quatre cent mille volumes pour cent soixante millions d'euros de chiffre d'affaires, accordant à la France le premier marché à l'exportation de ces bandes dessinées japonaises. « Le succès du manga à l'exportation peut donc s'analyser comme celui de n'importe quel produit industriel » (Bouissou, 2006). Mais il n'est pas qu'un produit industriel, il regroupe également toutes les caractéristiques d'un « produit de plaisir pur », c'est-à-dire un produit culturel qui satisfait le consommateur. Trois composantes déterminent ce « plaisir pur » : la première est liée aux pulsions primitives telles que « la volonté de puissance, la quête de sécurité et le désir sexuel » et au « traumatisme primal de la séparation d'avec la mère, le dur apprentissage du principe de réalité ou le désarroi lié aux transformations de l'adolescence ». La deuxième est l'application de la première en fonction du vécu des individus, en d'autres termes, comment les individus intègrent ces invariants à leur histoire personnelle. Et la troisième est « la culture particulière liée à des facteurs tels que l'éducation, l'âge ou la catégorie sociale ». En ce sens, le manga, et plus particulièrement le *shonen* et le *shojo* sont des produits de « plaisir pur » de qualité supérieure. Le mangaka¹⁴ sait aussi laisser au lecteur le choix de l'interprétation de son livre grâce à divers procédés, comme le mélange des genres : drame et comédie, violence et romance, extraordinaire et quotidien, ... ou encore grâce aux personnages archétypaux qui sont créés afin que le lecteur puisse s'y identifier (le héros, le casse-cou, le petit gros à lunettes, la fille timide), d'autant plus que la frontière entre banal et extraordinaire, bien et mal, y est floue, « et les héros la traversent souvent – à l'instar du personnage de Tetsuo dans *Akira* et de celui de Vegeta dans *Dragon Ball* ». Le manga réalise ainsi le tour de force d'être à la fois « très plein » et « très vide » (*Ibid.*, 2006). De ce fait, même s'il est dessiné par des Japonais, pour des Japonais, il réussit à sortir de sa sphère culturelle pour venir s'imposer à l'étranger.

Ce faisant, le manga devient le nouveau *soft power* japonais. C'est dans les années 1990 que Joseph Nye introduit cette notion : « [il] consiste à obliger les partenaires à suivre ou à consentir à des normes et des institutions qui, une fois appliquées, engendreront le comportement que l'on cherche à obtenir d'eux. Le « soft power » fonctionne lorsque les idées mises en avant sont séduisantes et lorsqu'on a réussi à influencer les choix des personnes sur lesquelles on l'exerce » (Rawnsley, 2003). Le Japon a ainsi repris le label de *Cool Japan*, développé par Douglas MacGray dans un article intitulé « Japan's Gross National Cool », pour en faire une stratégie économique relevant du *soft power* : « Le Japon réinvente une fois encore sa superpuissance.

¹⁴ Auteur de manga

Entre pop musique, jeux et matériels électroniques, architecture, mode, japanimation et cuisine, il apparaît aujourd'hui comme une superpuissance – cette fois, culturelle – aussi forte qu'au temps de sa domination économique » (McGray, 2002). Le développement des industries de contenu comme pilier de l'économie est alors devenu une priorité pour le gouvernement japonais, « or, beaucoup de ces « contenus » doivent quelque chose à l'univers du manga » (Bouissou, 2006). Aux États-Unis, l'énorme succès du film d'animation d'Ôtomo Katsuhiro, *Akira*, en 1988, « fit reconnaître la qualité et le potentiel commercial de la japanimation. En novembre 1995, l'*anime* de Mamoru Oshii, *Ghost in the Shell*, sortit en salles au États-Unis et en Grande-Bretagne en même temps qu'au Japon, et fut propulsé en tête du palmarès des ventes de vidéo aux États-Unis. En 1996, la valeur des exportations de manga et de japanimation sur le seul marché américain atteignait soixante quinze millions de dollars, selon le *Sankei Shinbun* (14 décembre 1996). [...] À en croire un article paru dans le magazine *Bungei Shunju* en 2003, alors que les exportations japonaises n'avaient augmenté que de 21% entre 1992 et 2002, celles des produits J-Pop avaient triplé et atteignaient 1 500 milliards ; les films et séries d'animation représentaient 3,5% des exportations japonaises aux États-Unis » (Iwabuchi, 2008).

Le manga a donc réussi à devenir, au fil des ans, un produit culturel global, produit en masse, et exporté dans le monde entier. On peut alors se demander comment un tel phénomène a pu gagner la France, pays attaché à ses bandes dessinées franco-belges, à l'image de *Tintin* ou *Astérix*. C'est pourquoi nous allons nous intéresser, dans une première partie historique, à la naissance du manga au Japon, afin de comprendre dans quel contexte il est apparu jusqu'à devenir un marché en pleine expansion, issu d'une industrie de masse. Nous reviendrons ensuite sur son arrivée en France dans les années 1970, son accueil très controversé, l'explosion de son marché dans les années 2000 et son état aujourd'hui. Nous tenterons enfin de confronter la culture manga française à celles d'autres pays importateurs de bande dessinée japonaise, comme les États-Unis, l'Allemagne, la Corée du Sud ou la Chine, deux pays voisins et très influencés par la culture pop japonaise. Puis, dans une seconde partie, nous ferons un focus sur Toulouse, qui est devenue la deuxième ville la plus consommatrice de manga en France, juste après Paris. Nous analyserons l'arrivée, ainsi que les médiateurs qui ont implanté le manga et l'ont fait connaître, pour ensuite nous intéresser aux diverses structures qui, aujourd'hui, diffusent et promeuvent le manga.

Méthodologie

Pour ce travail, constitué en projet de thèse, nous avons pris le parti de faire une pré-enquête, afin de sonder le terrain toulousain. Les librairies vendant du manga ont été répertoriées et cartographiées. Elles sont au nombre de huit, dont deux chaînes spécialisées dans la distribution de produits culturels, une librairie traditionnelle, quatre librairies spécialisées en bandes dessinées et une spécialisée dans l'univers du manga (manga, produits dérivés et animation). Nous sommes allés dans chacune d'entre elles afin d'observer l'agencement des rayonnages, mais aussi interroger les personnes responsables, soit du rayon manga, dans le cas d'une structure ne proposant pas uniquement ce genre, soit du magasin, dans le cas d'une librairie spécialisée dans la bande dessinée ou dans le manga. Nous avons également questionné une personne connaissant l'histoire du manga en France, et plus particulièrement à Toulouse, afin de saisir les particularités toulousaines. En outre, nous avons rencontré la directrice de la première (et la seule) école de manga à Toulouse. Quelques entretiens ont donc été réalisés, technique permettant de distinguer « des *faits*, c'est-à-dire des éléments précis qui ont été effectivement constatés et des *opinions*, c'est-à-dire des jugements ou des impressions sur un sujet » (Fassin et Jaffre, 1990).

En complément des entretiens, nous avons utilisé la photographie, qui donne « accès à plus de détails que ne le permettait l'œil nu, c'est-à-dire à des traits imprévus, cachés, inconscients, capables de développer un point de vue nouveau. [...] La photographie constitue un support plat et uniforme qui transpose les objets tridimensionnels situés à distance sur une surface bidimensionnelle tout en laissant voir, grâce au principe de la mise au point et de la profondeur de champ, une mise en place stratifiée et modulée » (Piette, 1992). C'est pourquoi nous avons pris en photo les rayonnages de manga dans les divers magasins où nous nous sommes rendus afin d'en comparer les agencements et saisir les stratégies mises en place.

Dans le contexte d'une thèse, nous pousserions cette méthodologie en interrogeant plus précisément les médiateurs que nous avons contactés, mais également en cherchant à en rencontrer d'autres, comme des traducteurs, des mangaka français, des éditeurs, ... Nous chercherions alors à cibler ceux qui ont joué un rôle, et qui en joue encore, dans la traduction culturelle du manga en France afin de comprendre les médiations en jeu. La photographie tiendrait encore son rôle de support d'informations, en nous fournissant un appui visuel « ne résultant pas de choix multiples nuancés ou se corrigeant l'un l'autre comme dans la composition picturale, [et qui] implique la présence isomorphe sur l'image de tous les traits qui

ont reçu l'empreinte lumineuse, qu'ils soient intentionnels ou non, importants ou accessoires, qu'ils concernent un élément focalisateur ou des détails » (*Ibid.*, 1992).

LE MANGA : D'UN PRODUIT ISSU D'UNE CULTURE SPECIFIQUE A UN PRODUIT CULTUREL GLOBAL

Dans cette première partie, nous allons revenir sur la naissance du manga, signifiant littéralement « image dérisoire », afin de comprendre ses influences et ses origines, bien avant de devenir le manga que l'on connaît aujourd'hui. Puis nous nous intéresserons à sa diffusion dans le monde, plus particulièrement à son arrivée en France, d'abord sous forme d'animé, jusqu'à son évolution au fil des ans, et son apogée en 2008, pour ensuite stabiliser ses ventes de nos jours. Nous regarderons ensuite du côté du manga « à la française », d'abord en revenant sur les séries d'animation produites sur le modèle des séries japonaises, puis nous nous tournerons vers le « manfra », contraction de « manga » et « français », son succès en France et sa difficile exportation au Japon. En dernier lieu, nous ferons un comparatif avec d'autres pays européens et asiatiques mais aussi avec les États-Unis, pays des comics, afin de mieux saisir les spécificités françaises. Cette partie a donc pour but de montrer comment un produit marqué par une culture spécifique a réussi à gagner l'Occident et à devenir un produit de masse.

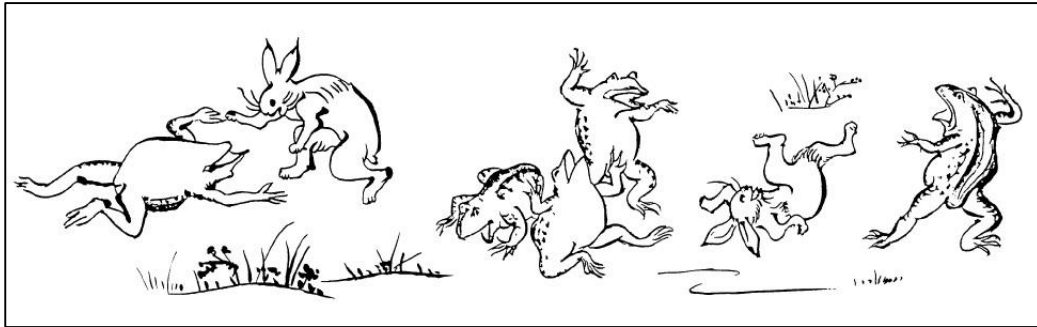
De sa naissance au Japon...

Il faut remonter très loin dans l'histoire du Japon pour trouver les origines du manga. C'est au XI^{ème} siècle que l'on trouve les sources les plus fondées, dans les œuvres du moine Toba Sojo, qui créa des dessins d'un genre satiriques, nommés *Toba-e*. Puis au XII^{ème} siècle, les Chinois introduisent les *emaki-mono*, des rouleaux faits de textes et de dessins. Mais c'est du XVII^{ème} au XIX^{ème} siècle, que l'art de l'estampe, ou *ukiyo-e*, prend une place prépondérante dans le paysage artistique japonais. C'est alors que le graveur et peintre Katsushika Hokusai invente le mot *manga*, pour désigner son travail. Les prémices du manga naissent à cette époque, portés par divers auteurs, comme Kawanabe Kyosai ou Rakuten Kitazawa (Canivet-Fovez, 2014). C'est après le développement des estampes, que le manga moderne naît véritablement, avec la parution de *Shin Takarajima* d'Osamu Tezuka, « le dieu du manga » (Bouissou, 2012).

Ses origines

C'est au moine Toba Sojo (1053-1140) que l'on peut attribuer les premières origines du manga. Avec un ensemble de quatre rouleaux peints à l'encre de Chine, intitulé *Choju-Jinbutsu-Giga* [les Animaux espiègles], le moine y caricature les nobles, les prêtres, et les guerriers sous forme de grenouilles, de singes et de lapins. Tous ces animaux mettent en scène des actions et

des attitudes humaines, comme prendre un bain, jouer... Ces rouleaux sont considérés comme des images représentatives du *sumi-e*, une technique de dessin monochrome importée de Chine mettant en avant la simplicité, un geste bref et sûr pour former un mouvement unique et précis, et une discipline rigoureuse. Ils ne comportent aucun texte, simplement des dessins tracés finement dit « peinture en blanc » (Canivet-Fovez, 2014).



Reproduction d'un extrait du premier rouleau des Animaux gambadant, de Toba Sojo

Par la suite, les Chinois introduisent une nouvelle forme de rouleaux de peintures narratives, avec les *emaki-mono*, rouleaux peints et calligraphiés se lisant de droite à gauche et utilisant, pour la première fois, les *kana*¹⁵ en même temps que les *kanji*. Ils sont composés en séquences, représentant principalement des dessins de contes, des récits guerriers et des scènes de société. De plus, l'*e-maki* « contient en germe les trois innovations techniques majeures qui ont donné naissance à la narration graphique contemporaine : la case, qui, sans être cernée d'un trait, est bien délimitée par le déroulement du rouleau scène après scène, les phylactères (alias « bulles ») et les lignes qui donnent à voir le mouvement de diverses manières » (Bouissou, 2012). Le célèbre *Dit du Genji* est ainsi considéré comme le premier roman de la littérature japonaise, avec ses premières illustrations datant de 1120-1130. Dans cette œuvre, à la différence du *Chojū-Giga*, les traits des personnes ne reflètent aucune expression. (Canivet-Fovez, 2014). C'est aussi à cette époque que de grands thèmes émergent, issus des grands classiques de la culture populaire japonaise, et qui inspireront le manga contemporain, comme le surnaturel, le



Reproduction d'une illustration du Dit du Genji

combat de pets ou d'excréments. Le surnaturel, avec des créatures démoniaques ou des *yokai*, ces monstres mi-terrifiants, mi-farceurs, est un thème récurrent des rouleaux d'*e-maki*, qui a continué à se développer de nos jours, avec par exemple, une série comme « *Rosario + Vampire*, où un jeune

¹⁵ Représentent les deux syllabaires japonais que sont l'*hiragana* et les *katakana*, en complément des *kanji*. L'*hiragana* est utilisé pour les mots courants en japonais et le *katakana* sert à transcrire les mots et les noms propres étrangers.

Japonais se retrouve dans un lycée "pour monstres", aux prises avec les assiduités d'une jolie vampire, d'une mignonne succube et d'une jeune sorcière » (Bouissou, 2012). Ces thèmes sont, pour les Japonais, ni absurdes, ni monstrueux, mais proviennent des plus anciennes formes de culture populaire transmises au fil des siècles dans les diverses narrations graphiques et qui les ont légués au manga contemporain.



Estampe

L'art évolue par la suite en estampes, nommées *ukiyo-e*, signifiant « monde flottant », faisant du plaisir le principe de la vie. C'est ainsi qu'à la période d'Edo (1603-1868), la peinture s'ouvre aux classes plus populaires, développant alors une culture propre, qui se démarquent des castes guerrières et monastiques (Glénat, 2010)¹⁶. Le théâtre kabuki, l'estampe et le livre en image tiré en série, en deviennent les caractéristiques principales. « L'estampe est un dessin au trait cernant des à-plats de couleurs, proche de la « ligne claire » chère à Hergé, sans ombre ni véritable perspective. L'anatomie des personnages est peu réaliste. Les visages [...] sont le plus souvent stéréotypés et dépourvus de traits » (Bouissou, 2012). La parenté avec le manga est claire, puisque cette technique se retrouve notamment dans le *shonen* et le *shojo*, où les personnages ont des visages « tous pareils » et « pas japonais ».



Illustration d'un personnage de manga avec des traits exagérés, tiré de *One Piece*

Quant au kabuki, le manga s'en inspire pour l'interprétation des sentiments, très exagérés : roulements d'yeux, torsions des mains, ou mimiques grimaçantes. Ces expressions se retrouvent souvent dans le manga avec des personnages dont le sourire fend la moitié du visage, dont les yeux sortent de la tête ou dont les larmes jaillissent comme des torrents. Les intrigues du kabuki sont également très complexes, ponctués de rebondissements, avec des scènes de drames, de violence et souvent de mort. « Cet héritage se retrouve lui aussi dans le manga, qui se distingue de notre BD et des comics américains par la complexité des scénarios qui peuvent se dérouler sur des milliers de pages, et par une plus forte dramatisation : on meurt, jusque dans les séries destinées aux 10-12 ans, à commencer par la plus célèbre de toutes, *Astroboy* » (*Ibid.*, 2012). Par la suite, le peintre Katsushika Hokusai invente le terme

¹⁶ GLENAT, 2010, « Histoire du manga », glenatmanga.com

de *manga*¹⁷, lors d'un voyage où il conçoit un projet qu'il va nommer *Hokusai Manga*. Considéré comme une encyclopédie des techniques picturales, le « père du manga » en signe là ses prémices (Toulouse Manga, 2014)¹⁸.

Le manga est clairement l'héritier de la culture populaire japonaise, mais la tradition, avec des thèmes comme les samourais, les arts martiaux, les jeunes filles en kimono, n'est pas oubliée puisque de nombreuses séries mettent en scène des tels personnages. Mais il est également le produit du traumatisme causé par la réouverture du pays au monde après deux cents cinquante ans d'isolement suite à l'intrusion du commodore Matthew Perry. L'ère Meiji (1868-1912) va alors voir une modernisation rapide, qui donnera les premiers vrais ancêtres du manga.

Les premiers mangas

Après la fin de troubles et l'instauration de l'ère Meiji, la presse commence à se développer au Japon sous l'influence d'un anglais, Charles Wirgman. Il lance en 1862 un journal satirique illustré, nommé *Japan Punch*, qui va ensuite inspirer des japonais à créer, entre autres, le *Nihon Boeki Shinbun*, premier journal utilisant des illustrations à l'occidentale en noir et blanc (*ponchi-e*). Suivent ensuite la création des suppléments dominicaux, rapportés des Etats-Unis, dont les comic strips utilisent des bulles et des cases (Herbv, 2006)¹⁹. Ces *cartoons* sont pour certains réformateurs, à l'image de Yukichi Fukuzawa, le meilleur moyen d'atteindre les masses pour faire bouger le monde. Son journal, le *Jiji Shinpo*, tient à remplacer le terme de *ponchi-e* par celui de *manga*, plus japonais et ayant un « parfum d'"image libre" » pour les journalistes harcelés par la censure. C'est en 1900 que le supplément illustré du *Jiji Shinpo* reprend ce mot et sort sous le nom de *Jiji Manga* (Bouis-sou, 2012).

En 1902, le premier comic strip japonais, dessiné par Rakuten Kitazawa, est publié dans le *Jiji Manga*. *Tagosaku to Mokube no Tokyo kenbutsu* [Le voyage de Tagosaku et Mokube à Tokyo] raconte en six cases toutes les semaines « les mésaventures de deux



Tagosaku to Mokube no Tokyo kenbutsu, de Rakuten Kitazawa

¹⁷ Mais il n'y a pas consensus à ce sujet. En effet, le terme a été utilisé antérieurement par Kankei Suzuki dans *Mankaku zuihitsu* dès 1771, entre autres. Hokusai, en faisant connaître ce mot en Occident grâce à sa participation à l'Exposition Universelle de Paris en 1867, a éclipsé les autres auteurs.

¹⁸ TOULOUSE MANGA, 2014, « Introduction à l'histoire du manga », *toulousemanga.fr*

¹⁹ HERBV, 2006, « Une brève histoire du manga », *du9.org*

provinciaux naïfs qui découvrent la capitale et les merveilles de la civilisation moderne, de l'eau courante au bec à gaz ». En 1905, il crée son premier magazine, *Tokyo Puck*, un mensuel avec des séries dessinées en couleurs et dont les textes sont traduits en chinois et en anglais, qui sera tiré à plus de cent mille exemplaires, faisant de Kitazawa le premier dessinateur japonais à être reconnu à l'international. (Canivet-Fovez, 2014). Un autre journaliste et dessinateur a permis aux comic strips américains de s'implanter au Japon : Ippei Okamoto. Il promeut la publication de plusieurs cartoons, comme *Mutt et Jeff*, *Félix le chat* et *Bringing Up Father* (La Famille Illico) dans un magazine d'informations générale, *Asahi Graph*, dès 1923. Il est également le premier illustrateur japonais à dépasser le cadre du comic strip en présentant une série dotée d'un scénario avec une réelle continuité par-delà les épisodes hebdomadaires, *Hito no issho* [La vie d'un homme], publiée de 1921 à 1929.

Le manga s'installe vraiment à l'ère Taisho (1912-1926), période plus libérale. Désormais, les séries dessinées apparaissent à côté d'articles informatifs et de reportages dans des magazines comme *Asahi Graph* ou des revues féminines. Alors que le Japon est en pleine transformation industrielle, des tensions apparaissent dans le pays, faisant du manga un moyen d'expression privilégié, pouvant traiter de politique ou accordant une place importante à la critique sociale. À côté de ce manga engagé, naît un manga de divertissement pour enfants. Il est publié sous forme « d'épisodes de quelques pages dont chacun constitue une histoire complète mais dont les héros sont récurrents » (Bouissou, 2012). C'est alors que Kodansha, le plus grand éditeur japonais, lance une gamme de magazines destinés aux jeunes enfants avec *Shonen Club*, pour les garçons jusqu'à l'entrée au collège, *Shojo Club*, pour les filles et *Yonen Club*, pour les plus petits. Ils rééditent aussi les séries les plus populaires des magazines sous forme de *tankobon*, des volumes reliés.

L'industrie de la bande dessinée japonaise se retrouve lancée par de grands éditeurs généralistes, qui en gardent le monopole, à l'image de Kodansha. Le magazine *Yonen Club* atteint presque le million d'exemplaires vendus et les *tankobon* de certaines séries se voient réédités une centaine de fois entre 1924 et 1934. Le marché de masse ainsi créé permet la déclinaison des séries à succès « sur de multiples supports, préfiguration des mix-média qui constituent aujourd'hui une source essentielle de profits pour l'industrie et les stars du manga ». Dès 1902, des cartes à jouer et des poupées arrivent sur le marché, ouvrant la voie à toutes sortes de produits dérivés. Avec la série *Norakuro*, la gamme sera étendue en chanson et confiseries. Même si cette production reste désordonnée, elle demeure une caractéristique de la bande dessinée

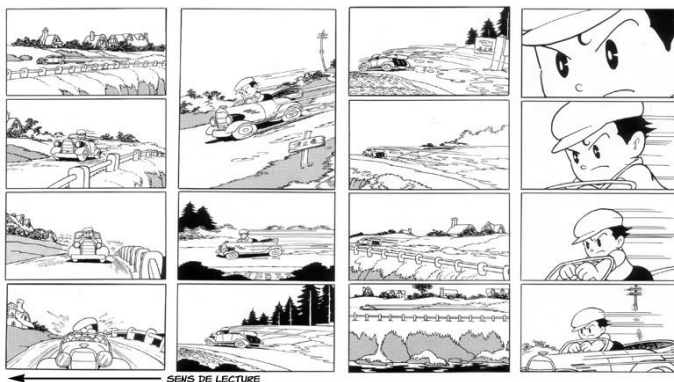
japonaise et « lui confère une force de pénétration sans pareille sur le marché international » (Bouissou, 2012).

En 1937, dès le début de la guerre sino-japonaise, les opposants au régime sont traqués et le manga se plie aux exigences du régime mis en place. Au fil des ans, l'espace dédié au manga se réduit, et les dessinateurs sont forcés de se regrouper au sein d'une association officielle qui publie *Manga*, un magazine de bande dessinée. L'imprimerie est bombardée en 1944, ce qui signe l'arrêt immédiat de sa publication (Herbv, 2006).

Mais ce manga n'est pas encore celui que nous connaissons et qui emplit les rayons des librairies. Le marché de masse engendré par ce « proto-manga », n'atteint pas celui engendré par les comics américains. Pour le rattraper, et plus tard le dépasser, le manga aura besoin d'un déclencheur, un traumatisme cataclysmique qui a marqué les japonais, suivi de sept années d'occupation américaine, mais aussi « des créateurs de génie et d'incessantes innovations en matière de production et de marketing de la part des éditeurs » (Bouissou, 2012).

Le manga moderne

C'est en général à partir de la parution de *Shin Takarajima* [La Nouvelle Ile au Trésor] d'Osamu Tezuka en 1947, qu'est datée la naissance du manga moderne. L'ouvrage se serait vendu entre quatre cents mille et six cents mille exemplaires, un véritable succès. Les innovations graphiques apportées au monde du manga révolutionne le genre et conduit Tezuka à devenir aux yeux des japonais, *manga no kami-sama* ou le « dieu du manga ». Les planches du manga sont découpées à la manière d'un story-board de cinéma : « enchainements des vignettes comme si une caméra effectuait un plan panoramique, changement de point de vue, gros plan... ». La sensation de mouvement des dessins est intégrée à la narration, donnant au récit plus de dynamisme. Avant lui, aucun de ces aspects n'avaient été réellement adopté dans le manga, ce qui fait de lui un véritable révolutionnaire (Canivet-Fovez, 2014).



Shin Takarajima d'Osamu Tezuka

Quand *Shin Takarajima* paraît, le Japon sort de la guerre, « ravagé par les bombardements et occupé pour la première fois de son histoire ». Le manga, reflet d'une époque, est marqué par ce traumatisme, puisque les

premiers mangakas, souvent nés dans les années 1920 comme Tezuka, ont assisté à la guerre et au désastre. Deux grandes narrations naissent de ce choc, qui subsistent encore aujourd'hui sous diverses formes. « La première est une histoire d'apocalypse et de faillite des adultes, au milieu desquelles un groupe de jeunes survivants orphelins lutte pour survivre et rebâtir un monde nouveau ». *Akira*, par exemple, est une des nombreuses incarnations de ce type de narration qui subsiste de nombreuses années après la fin de la guerre, puisqu'il paraît dans les années 1980. « Le second scénario



Tetsujin 28-go

traumatique raconte l'invasion du Japon (ou celle de la planète) par des êtres d'une autre espèce pilotant de formidables engins, contre lesquels se dressent des adolescents nippons, souvent orphelins aux aussi, qui gagnent la guerre à la place de leurs pères aux commandes de robots de combat ». Ce type de scénario devient quelques années plus tard, un genre à part entière, le *mecha*, abréviation de *mechanical*. Le premier manga de ce genre paraît en 1956 sous le nom de *Tetsujin 28-go* [L'homme d'acier n°28], puis le succès du *mecha* sera international dans les années 1970, grâce à *UFO Robot Grendizer*, ou plus connu comme *Goldorak*. (Bouissou, 2012).

Mais c'est avec une série, publiée en 1952, que tout l'esprit de l'après-guerre, de la défaite et de l'occupation sont reconstitués : *Astroboy*, de Tezuka. L'histoire du petit garçon-robot rejeté par son père et combattant les méchants dans le monde entier est connue de tous, et est devenue la série la plus connue de toute l'évolution du manga. Tezuka devient populaire et influence clairement l'histoire du manga.

Les années 1950 voient donc fleurir nombre de manga pour enfants de primaire, toujours cantonnés dans les magazines éducatifs et les mensuels, tels *Shonen Club* et *Shojo Club*, ressuscités par Kodansha après la fin de la guerre. Mais plus leur succès grandit, plus les magazines commencent à leur laisser de la place, notamment en développant des suppléments gratuits. En plein baby-boom, le marché japonais est extrêmement porteur et les éditeurs se livrent à une concurrence féroce. D'autres grands éditeurs, en plus de la Kodansha, lancent des mensuels (Herby, 2006). Tezuka crée *Princesse Saphir*, publié dans *Shojo Club*, destiné aux filles, et qui allait devenir l'ancêtre du *shojo manga*.

La place accordée au manga dans les magazines augmentant, les épisodes se modifient pour développer des récits plus complexes et s'enchaînant au fil des magazines, les faisant passer de

quelques pages à une vingtaine, voire davantage pour certaines séries. « La longueur et la complexité des scénarios qui en résulta allaient bientôt devenir une caractéristique du manga qui lui permettra de captiver ses lecteurs mieux que notre BD ou les comics américains, en approfondissant les personnages et en multipliant les rebondissements » (Bouissou, 2012). Mais lorsqu'en 1956, les baby-boomers commencent à rentrer au collège, l'avenir du manga est menacé par les parents qui estiment leurs enfants trop grands pour ce genre graphique. Les éditeurs décident alors de faire sauter la barrière de l'âge. Shogakukan testait des séries de Tezuka dans ses publications destinées aux collégiens afin de les préparer à une révolution marketing : un magazine hebdomadaire. Kodansha faisait de même et les deux hebdomadaires, *Shonen Sunday* et *Shonen Magazine*, sortent à quelques jours près. Le manga tient une place centrale, tout en continuant à publier des reportages et des rubriques sportives. Il faut attendre encore au milieu des années 1960 pour que les magazines ne se consacrent qu'entièrement au manga, car l'essor économique permet aux jeunes Japonais d'avoir de l'argent de poche et ainsi gérer leurs dépenses, sans avoir à rendre de compte à leurs parents. « Affranchi de leur surveillance et de l'alibi éducatif, le manga pour adolescents put donner libre cours à une créativité qui lui permettra, dans la décennie suivante, de faire sauter la barrière de l'entrée au lycée, puis celle de l'entrée à l'université » (*Ibid.*, 2012).

Au même moment, naît un autre genre, plus grave que le *shonen*, avec des thèmes plus profonds et visant un lectorat plus adulte : le *gekiga* ou histoires dramatiques. Le terme est inventé par Yoshihiro Tatsumi en 1957. Les graphismes sont durs et sombres, chargés en noir, « accordé à l'état d'esprit d'une société traumatisée ». Les premiers mangas de Tatsumi « peignent un Japon en ruines, occupé par des soldats américains brutaux, où les hommes dépriment et boivent et où les femmes se prostituent sur fond de misère et de frustration sexuelle ». Le genre commence à s'imposer grâce à l'intermédiaire de Tezuka qui introduit plusieurs mangakas au *Manga Shonen*, où il travaillait. Mais il fallut attendre la fin des années 1960 et l'entrée dans la vie active des baby-boomers pour que le genre s'impose réellement et que la transition entre l'univers du manga et celui des séries réalistes pour jeunes adultes s'opère.

Le manga est donc devenu au Japon un média de masse, « un instrument d'apprentissage et de socia-



Gekiga manga

lisation, un vecteur privilégié d'expression de l'inconscient collectif, et même une véritable manière d'appréhender le monde » (*Ibid.*, 2012).

Une industrie de masse

Le manga, bien enraciné dans le paysage culturel japonais, continue de profiter des changements de société pour s'épanouir. La croissance exponentielle du Japon des années 1960 à 1970 fait naître des tensions qui se muent en manifestations et en grèves. Les mouvements de contestation se multiplient. En 1968 les étudiants réagissent, parfois violemment, puis les féministes, qui prônent la liberté d'avortement et de prendre la pilule (Poupée, 2010). Le manga tire profit de ces changements pour fidéliser les baby-boomers, rentrés dans la vie active. Sans peur d'être censurés, les histoires des mangakas formés au *gekiga* connaissent un réel succès. En effet, les scénarios brisent les tabous les uns après les autres, permettant aux magazines de gagner toujours plus de public. Go Nagai, le créateur de *Goldorak*, commence en 1968 une série nommée *Harenchi gakuen* ou « L'école impudique ». « Dans cette école primaire, la principale occupation d'une équipe d'enseignants ubuesque – un homme de Cro-Magnon, un sabreur en pagne de dentelle, un homme-parapluie gringalet, une nymphomane – est de s'exhiber, de s'enivrer, de déféquer dans les couloirs ou d'organiser des jeux d'argent, interdits au Japon. Les petits se promènent volontiers le cul à l'air et les plus grands ne pensent qu'à retrousser les jupes des filles – ce dont certaines ne se plaignent guère. Ces demoiselles sont aussi régulièrement épiées, agressées, dénudées, voire crucifiées par le corps enseignant déchainé ». C'est également à ce moment que le manga commence à parler de sexe grâce à l'épanouissement du *shojo*. Tezuka en avait jeté les bases avec *Princesse Saphir*, mais ce sont des jeunes femmes qui prennent le relais en créant des histoires sans tabou, mais avec sensibilité. La presse surnomma ces nouvelles mangakas « les fleurs de l'an 24 », en référence à leur année de naissance, 1947, la vingt-quatrième année de l'ère Showa. Riyoko Ikeda avec *La Rose de Versailles* ou Yumiko Igarashi avec *Candy Candy*, font partie de celles qui ont révolutionné l'esthétique et la



La Rose de Versailles de Riyoko Ikeda

thématique de ce genre. L'industrie manga, en ne négligeant pas la moitié de sa clientèle, continue alors de s'accroître, poussant les mangakas à produire toujours plus de planches et les magazines à en faire paraître davantage (Bouissou, 2012).

Les hebdomadaires *shonen* fleurirent à la suite des précurseurs *Shonen Magazine* et *Shonen Sunday*, avec

en 1963, *Shonen King* édité par Shonen Gahosha ou *Shonen Jump* édité par Shueisha en 1968. Les hebdomadaires pour les filles suivirent, avec en 1962 la parution de *Margaret* puis en 1963 celle de *Shojo Friend*. La charge de travail pour les mangakas devint telle, qu'ils durent s'entourer d'assistants pour les aider et créer des ateliers, les rassemblant tous dans un même endroit, sous la direction d'un mangaka. Ils permirent de former la nouvelle génération qui émergera la décennie suivante à l'image d'Akira Toriyama, le créateur de *Dragon Ball*, de Yoshiyuki Tomino, le père de *Gundam* ou de Buichi Terasawa, le concepteur de *Cobra*.

C'est également à cette période que le manga va s'imposer à la télévision avec la naissance des animés. Le 1^{er} janvier 1963, le premier épisode d'*Astroboy*, produit et réalisé par Tezuka est diffusé sur Fuji TV. La diffusion durera jusqu'en 1966, avec en moyenne, 30% de part d'audience, un record jamais égalé. La diminution des coûts de production des séries animés a aidé à ce développement. Avec ce premier succès, d'autres s'engouffrent dans la brèche et d'autres mangas sont adaptés, comme *Tetsujin 28-go* par exemple. Avec le triomphe d'*Astroboy*, Kodansha, qui détient les droits, lance la réédition des volumes reliés. « L'ère des *tankobon* commençait. [...] La combinaison entre magazines, séries animées, *tankobon* et produits dérivés assure [au manga] une base économique qui [va] l'élever au rang de grande industrie » (*Ibid.*, 2012). Et c'est grâce aux séries animées que le manga va pénétrer dans les univers imaginaires occidentaux, avec la diffusion, en 1963, d'*Astroboy* aux Etats-Unis, suivi par *Tetsujin 28-go*. La France devra attendre les années 1970 avant de voir *Goldorak* apparaître dans le paysage audiovisuel.

Après le premier choc pétrolier en 1973, l'industrie du manga accuse le coup et pâtit de la conjoncture. Le tirage des magazines *shonen* chute de 22% et un des hebdomadaires lancé par Kodansha s'arrête. Mais le Japon rebondit rapidement et la croissance reprend. Le manga oublie la contestation et les mouvements de 1968 et comprend que son intérêt se trouve dans le développement d'une logique commerciale. Son marché s'élargit ce qui attire les professionnels du monde des affaires ainsi que les autorités, qui prennent conscience de son potentiel comme produit mais aussi comme média. Il est alors reconnu comme faisant partie intégrante du patrimoine culturel japonais (*Ibid.*, 2012).

Le marché commence à s'organiser et les premières distinctions entre *shonen* et *seinen* apparaissent, grâce à la création de magazines. Shueisha lance *Young Jump* en 1975, destiné aux grands adolescents de plus de 17 ans. Les autres éditeurs suivent avec *Young Sunday* et *Young Magazine* créés par Shogakukan et Kodansha. Les enfants de 6 à 9 ans, délaissés à cause de

leur faible pouvoir d'achat, représentent désormais une cible. Des magazines leur étant destinés sont édités en 1977 avec *Korokoro* de la Shogakukan, en 1981 sort *Comic Bonbon* par la Kodansha puis *Fresh Jump* en 1982 par la Shueisha. Le marché du *shojo* s'essouffle et les éditeurs ramènent leurs hebdomadaires au rythme bimensuel avec seulement deux titres réguliers, un pour les 9-13 ans et l'autre pour les 13-17 ans (Shinmanga, 2013)²⁰. Quant aux femmes plus âgées, un genre naît qui mélange romantisme, mode et érotisme: les *ladies comics*. Le premier magazine du genre est lancé en 1978 par une petite maison d'édition, avec *June*. Les autres éditeurs lui emboîtent le pas et en 1985, plus d'une trentaine de titres se disputent ce créneau.

En 1989, on dénombre un peu plus de deux cents magazines de bande dessinée au Japon, ce qui atteste de la croissance formidable du marché. L'oligopole formé par Kodansha-Shueisha-Shogakukan, qui représente à eux seuls 70% du marché, est sans cesse défié par des nouveaux éditeurs, comme Kadokawa shoten, qui lance une nouvelle gamme de *shojo* en 1985 avec la création du magazine *Asuka*. Kadokawa entrera sur le marché du *shonen* en 1994 avec le magazine *Shonen Ace*, qui découvrira les dessinatrices de CLAMP et qui rentrera dans l'univers du jeu vidéo ainsi que dans le cinéma en rachetant les studios Daiei²¹.

Les profits générés par cette industrie ne cessent d'augmenter. Le chiffre d'affaires des magazines et des *tankobon* réunis atteint deux cents milliards de yens en 1979, puis trois cents en 1985 et dépasse les quatre cents milliards en 1988. Les séries à succès sont rééditées en *tankobon*, permettant aux éditeurs d'accroître encore leurs profits. De produits jetables, ils passent à objets de collection. De plus, les séries animées sont diffusées à la télévision, augmentant encore les profits engendrés. Shueisha opte même pour une stratégie commerciale fondée sur la diffusion rapide à la télévision des séries du *Shonen Jump*. Les produits dérivés sont désormais exploités à grande échelle. Les mangakas travaillent avec les fabricants pour créer ces objets, qui se doivent d'être renouvelés sans cesse pour relancer les ventes. « L'importance du manga décroît, mais pas les profits que génèrent les univers imaginaires qu'il a inventés, et continue de créer » (Bouissou, 2012).

C'est dans les années 1970 que le manga commence à s'exporter en Occident sous leur forme animée. Les studios japonais produisent un grand nombre d'épisodes par an, environ mille huit cents, contrairement à la France par exemple, qui ne peut en produire que quatre cent cinquante, alors que « notre télévision en consommait un bon millier ». De plus, le coût d'une minute

²⁰ SHINMANGA, 2013, « Histoire du manga et de l'animation japonaise », *shinmanga.com*

²¹ Daiei est une société de production cinématographique. Il produira notamment *Rashômon* d'Akira Kurosawa.

d'une série japonaise ne dépasse pas les trois mille dollars, tandis qu'elle coûte cinq mille dollars en France et quatre mille aux États-Unis. Le Japon possède également un stock conséquent d'animés pour enfants, puisqu'ils étaient diffusés depuis 1963 avec *Astroboy*. La productivité et la créativité ont permis au Japon d'envahir le marché mondial des séries télévisées pour enfants (*Ibid.*, 2012).

... A son arrivée en France

Dans les années 1970, l'animation française reste peu développée. Quelques films d'animation voient le jour, comme *Le Roi et l'Oiseau* de Paul Grimault, sorti en 1979, qui est l'adaptation du conte d'Andersen, *La Bergère et le Ramoneur*, ou encore *Les Maîtres du temps*, réalisé par René Laloux, sorti en 1982, qui s'inspire du roman de science-fiction de Stephan Wul, *L'Orphelin de Perdide*. Ces deux films ne rencontrent que très peu de succès en France. Lorsque le manga arrive, il n'y a alors aucun équivalent dans notre BD ni dans les séries télévisées inspirées de celle-ci (Canivet-Fovez, 2014).

Retour historique

La première émission française à proposer des séries d'animation japonaises est créée en 1978 par Jacqueline Joubert : *RécréA2*. Diffusée tous les jours sur Antenne 2 et présentée par Dorothée, elle programme, entre autres, des séries qui vont devenir cultes, à l'image d'*Albator*, *Goldorak*, *Lady Oscar (La Rose de Versailles)*, *Candy* ou *Cobra*. Les œuvres japonaises représentent 36,5% de la programmation, jusqu'à l'arrêt définitif de l'émission en 1988, suite au départ de Dorothée sur TF1 (Bouissou, 2012). L'engouement pour ces animés est tel, que les produits dérivés arrivent en masse dans les commerces. *Goldorak*, notamment, fait l'objet de



Couverture de Paris Match avec Goldorak

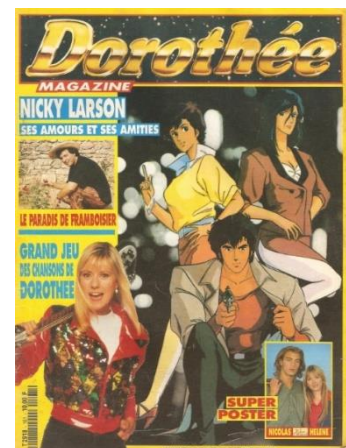
nombreux dérivés comme de la publicité pour du fromage, des glaces, des feutres de coloriage, des tentes, des jeux de société, des maquettes... La presse s'empare également du phénomène en y consacrant des articles : *Paris Match* fait sa une avec le robot japonais en janvier 1979, et *Pif Gadget*, un magazine de bande dessinée pour la jeunesse, lance un sondage, dans son numéro cinq cent vingt-sept d'avril 1979, pour connaître l'avis des enfants à propos de ce dessin animé.

Le succès de ces animés tient en grande partie à leur forme : le feuilleton. Il permet ainsi au récit de se poursuivre d'épisodes

en épisodes, de voir les personnages évoluer, de développer une multitude de possibilités quant au dénouement, mais surtout, en maintenant un fort suspense, il contribue à fidéliser le public. La plupart des dessins animés américains comme *Tom et Jerry* ou *Bip Bip et le Coyote*, suivent une trame prédéterminée qui ne laisse que peu de place aux nouveaux personnages et aux rebondissements. *Dragon Ball* est le parfait exemple de manga-feuilleton. Le héros de l'histoire, Sangoku, a douze ans au début du manga et soixante-six ans à sa fin, dans le volume quarante-deux. Le public français accroche rapidement au format et les audiences ne cessent d'augmenter. Au départ lancée durant les vacances, le succès est tel, que *Récré A2* est reconduite à la rentrée, puis déclinée : en 1985 est créé *Récré A2 Matin*, diffusé tous les mercredis matins et présentée par Dorothée, et *Récré à Table*, la version estivale, diffusé les samedis et dimanches avant le journal de 13 heures (Canivet-Fovez, 2014).

Puis arrive en 1987, l'émission *Youpi ! L'école est finie* diffusée sur une chaîne qui est née un an plus tôt, La Cinq. Ce rendez-vous quotidien s'installe de dix-sept heures à dix-huit heures trente et rediffusé le lendemain matin sous le nom de *Youpi !* De nombreuses séries japonaises y sont diffusées comme *Robotech*, *Princesse Sarah*, *Nadia, le secret de l'eau bleue*, *Max et Compagnie* ou *Olive et Tom*, provenant du catalogue du groupe italien Fininvest de Silvio Berlusconi, alors associé de la société France Cinq. Ces séries, ayant fait leurs preuves auprès des jeunes téléspectateurs italiens, participent à l'essor du manga animé en France. Mais les audiences sont en baisses, principalement parce que le catalogue de Fininvest ne propose que peu de séries pour les garçons, et suite au lancement par TF1 de sa nouvelle émission pour la jeunesse : le *Club Dorothée*. S. Berlusconi vend alors les droits des séries japonaises à AB Productions, principal pourvoyeur de TF1, ne laissant que « les restes » à *Youpi !* et réservant ses séries phares, comme *Goldorak* ou *Candy*, au *Club Dorothée*. L'émission disparaît alors en 1992, en même temps que la chaîne (*Ibid.*, 2014).

Mais parmi les émissions destinées à la jeunesse qui ont le plus contribué à l'implantation du manga en France, une se démarque plus que les autres : le *Club Dorothée*. Lancée en 1987 par TF1 et présentée par Dorothée, devenue célèbre grâce à *Récré A2*, elle permet à toute une génération de découvrir de nombreuses séries d'animation japonaises, aujourd'hui considérées comme « cultes » (*Ibid.*, 2014). Au départ, trois émissions distinctes existent : celle qui est diffusée le mercredi matin s'intitule *Dorothée matin*, celle de l'après-midi, *Club Dorothée*, et celle du dimanche, *Dorothée*



Dorothée Magazine avec en couverture Nicky Larson



Ken le Survivant

dimanche. A partir de 1988, la chaîne les regroupe sous le nom de *Club Dorothée* et installe des quotidiennes les lundis, mardis, jeudis et vendredis en fin d'après-midi. L'émission diffuse principalement des rediffusions de *Goldorak*, *Candy*, *Capitaine Flam* ... Au vu du succès rencontré, TF1 rallonge le temps d'antenne de l'émission et diffuse de plus en plus de nouveautés japonaises, dont *Dragon Ball*, *Dragon Ball Z*, *Astroboy*, *Saint Seiya*, *Ranma 1/2*, *Bioman*, *Nicky Larson*, *Sailor Moon*... L'audience augmente fortement grâce à ces séries, atteignant des records jamais égalés : 75% des jeunes la regardent avec des pics à 86%. Ainsi, chaque semaine, presque une trentaine d'heures sont monopolisées pour l'émission et pas moins de 78,5% de la programmation va être consacrée aux dessins animés japonais (Bouissou, 2012). Mais ces séries ne plaisent pas aux parents, qui vont rapidement se plaindre de la violence de certaines séries, comme *Ken le Survivant*. En effet, AB Productions n'ayant pas assez de programmes français dans son catalogue et ceux des américains jugés trop chers, ils se tournent vers le Japon, et ramènent de nombreuses séries sans en vérifier le contenu. Même si la plupart d'entre elles étaient destinées aux jeunes enfants, certaines étaient, au contraire, pour les adultes. « L'émission souffrait d'une programmation incohérente. On pouvait passer *Ken Le Survivant* avant les *Bisounours*, alors que ces deux programmes visent des publics très différents », explique Olivier Fallaix, rédacteur en chef du magazine spécialisé *Animeland* (Woitier, 2012)²². C'est ainsi que l'amalgame entre manga et violence est né, et subsiste encore aujourd'hui. Le CSA coupe alors des épisodes, rendant l'intrigue incompréhensible. La traduction approximative et le mauvais doublage n'arrange pas la situation. L'adaptation française n'a alors plus rien à voir avec le scénario original (Canivet-Fovez, 2014).

Mais les fans sont toujours nombreux, et déçus par la réduction de séries japonaises dans le *Club Dorothée*, recherchent des produits similaires venant du Japon. Des tentatives de publication de mangas avaient déjà été tentées, sans rencontrer de grand succès. Mais le premier à être intégralement édité est *Akira* de Katsuhiro Otomo en 1990. Glénat, maison d'édition française, colorise et retourne les planches pour



Akira de Katsuhiro Otomo

²² WOITIER (C.), 2012, « Le Club Dorothée, berceau de l'industrie du manga en France », *Lefigaro.fr*

que le sens de lecture se fasse de gauche à droite, et non pas de droite à gauche, comme dans les mangas originaux, afin de ne pas brusquer les lecteurs. L'adaptation en film ayant été un succès en 1988, la sortie du manga papier deux ans plus tard ouvre la voie à l'introduction du manga en France. La même année sortent *Gen d'Hiroshima*, intitulé en France *Mourir pour le Japon*, édité par Albin Michel, puis *Rêves d'enfants*, une autre série de Katsuhiro Otomo, sort en 1991, suivi d'un premier tome de *City Hunter*. Mais seul Akira trouve son public. En 1993, voyant que les séries d'animation japonaises diffusées dans le Club Dorothée rencontrent un fort succès, Glénat décide de publier les mangas originaux de ces animés comme *Dragon Ball* d'Akira Toriyama, *Ranma ½* de Rumiko Takahashi, ou *Gunnm* de Yukito Kishiro. D'autres maisons d'édition décident de suivre ce phénomène et Tonkam, l'un des plus vieux magasins d'importation de manga en France, se lance, en 1994, dans l'édition de manga papier. Préférant des œuvres plus originales, ils laissent les grands succès pour traduire et publier *Shin Angel* d'U-Jin, *Video Girl Ai* de Masakazu Katsura, *Bouddha*, *Phoenix* et *Adolf Ni Tsugu* d'Osamu Tezuka. Ils doublent ainsi leur chiffre d'affaires en moins de deux ans, ce qui leur permet de publier des œuvres moins commerciales comme *Asatte Dance* de Naoki Yamamoto et *Amer Beton* de Taiyo Matsumoto, qui proposent une vision plus large du manga. Avec la volonté d'être le plus fidèle possible aux œuvres originales, ils décident de publier en fac-similé des éditions japonaises, avec une jaquette en couleurs pour la couverture, puis en noir et blanc pour le contenu et dans le sens de lecture inversé.

Les premiers mangas à être publiés voient donc leurs planches retournées afin de ne pas perturber le public français avec un sens de lecture inversé. L'exemple de la publication d'Akira est particulièrement explicite. Plusieurs formats sont disponibles pour cette série : le premier, une version comics, arrive en 1990, en couleur, car issue de la version américaine. « Sentant que le public n'était pas prêt à lire une œuvre aussi différente, *Marvel*, l'éditeur américain d'Akira à travers sa branche *Epic Comics*, a décidé de publier le manga dans le sens occidental en inversant les planches » (Cognet, 2013)²³. Par la suite, Glénat publie cette version sous la forme de recueils en quatorze volumes. En 1999 et 2000, ils publient une nouvelle version d'Akira en noir et blanc, plus proche du format original et présentant une nouvelle traduction adaptée directement du japonais.

²³ COGNET (J.), 2013, « Akira (manga version couleur) », *otakia.com*

Mais une crise naît au milieu des années 1990, avec une censure de plus en plus présente²⁴ et la fin du Club Dorothée, qui même s'il était très controversé, a permis d'introduire la jap-animation et les mangas en France. Cette crise a pourtant des effets positifs puisque les fans se tournent vers d'autres œuvres, plus recherchées, et les maisons d'édition prennent conscience que les enfants ne sont pas les seules cibles que touche le manga. En 1996, les éditeurs se multiplient. Les éditions Dargaud créent Kana, maison d'édition spécialisée dans le manga, puis Casterman publie Jiro Taniguchi, avec *L'Homme qui marche* puis *Quartier Lointain*, qui le fera connaître au public francophone. Le lectorat du manga a ainsi pu évoluer, devenant plus jeune et plus féminin que celui de la BD franco-belge (Canivet-Fovez, 2014).

La place du manga aujourd'hui

C'est à partir des années 2000 que le manga explose en France, aidé par internet, les rencontres entre amateurs, et la publication toujours croissante de séries. Sont alors éditées des séries qui vont porter le marché, à l'image de *One Piece* d'Eiichiro Oda ou de *Naruto* de Masashi Kishimoto. Entre 2001 et 2006 les chiffres des ventes ont plus que quadruplé, faisant du manga le « phénomène éditorial de la décennie ». A partir de 2002, la part des bandes dessinées asiatiques dans le marché des nouveautés augmente, avec 25% en 2002, 30% en 2003, 36% en 2004, 42% en 2005, et 44% en 2006. Les mangas restent les bandes dessinées asiatiques les plus vendues (les vingt plus gros tirages sont japonais en 2005). En 2003, le tirage des quinze plus grandes séries oscille entre vingt-cinq mille et soixante mille exemplaires, et les anciennes séries continuent à générer des ventes, à l'image de *Dragon Ball*, qui s'est vendu à dix-sept millions d'exemplaires. Ce marché est détenu à 80% par Pika, Kana et Glénat. Et pour la première fois, un manga obtient le prix du scénario au festival d'Angoulême avec *Quartier lointain* de Taniguchi. Gilles Ratier écrit que 2005 est « l'année de la mangalisation » en France. En effet, 1 142 bandes dessinées asiatiques (soit 42% des nouveautés) sont éditées, dont 937 mangas, et 1 418 en 2006 (soit 44% des nouveautés), dont 1 110 mangas. Les tirages des bandes dessinées japonaises les plus populaires sont équivalents à ceux des bandes dessinées franco-belges : 130 000 exemplaires pour *Naruto*, 80 000 pour *Samurai Deeper Kyo* ou *Fullmetal alchemist*, 70 000 pour *Gunnm Last Order*, *Hunter×Hunter*, *Yu-Gi-Oh*, et *Fruits Basket*, 65 000 pour *Neko Majin* de Toriyama, 60 000 pour *One Piece* d'Eiichiro Oda. Début 2006, la France est, avec plus de treize millions d'exemplaires annuels, le plus gros consommateur de manga au

²⁴ Des vidéos, commercialisées dans le rayon enfants, sont saisies par les forces de police et certains titres sont sous film plastique et portent la mention « vente interdite aux mineurs ». Les éditions Tonkam même font l'objet d'une interdiction ministérielle, qui est levée lorsque la crise prend fin.

monde après le Japon et devant les États-Unis. Les mangas représentent 45% du chiffre d'affaires de la bande dessinée (Guilbert, 2012)²⁵. Un certain ralentissement est perceptible à partir de 2009, et on dénombre en 2013, 1 575 nouveaux volumes parus soit 40,7% des nouveautés, contre 1 621 et 39,4% en 2012. C'est à seulement dix blockbusters que l'on doit 50% des ventes totales de mangas. Le manga de tête reste le même depuis 2007, il s'agit de *Naruto*, aujourd'hui tiré à 200 000 exemplaires par tomes, suivi par *One Piece*, avec 150 à 170 000 exemplaires, puis vient *Fairy Tail*, avec un tirage entre 90 000 et 115 000 exemplaires. Loin derrière, les sept autres oscillent entre un tirage de 55 000 exemplaires pour *Black Butler*, qui est quatrième, et 32 000 pour *Soul Eater*, le dernier (Ratier, 2013)²⁶.

Mais l'univers du manga ne se limite pas qu'aux volumes édités. En effet, le mix-média se répand en France, grâce à un public de collectionneur, parfois extrême nommé *otaku*. Les *goodies*, ou produits dérivés, représentent un



Stand de goodies sur la Japan Expo

marché en pleine expansion. « Les sociétés de distribution n'ont pas laissé passer l'occasion : posters, *anime comics*, CD de bandes originales, cartes de collection ou figurines se trouvent en masse dans les magasins distributeurs de mangas. Phénomène important, le commerce du *goodies* représente près de 20% du marché du manga » (Canivet-Fovez,

2014). Pour mesurer ce fait, il suffit de regarder l'impressionnante évolution des salons dédiés au manga. Le premier à être organisé à Paris en 1996 fut *Planète Manga*, qui réunit 40 000 visiteurs. Depuis 1999, un événement ne cesse de rassembler de nouveaux adeptes : la *Japan Expo*. De trois mille visiteurs à ses débuts, elle en réunit en 2013, plus de deux cent trente mille. Au vu de son succès, de nombreux événements voient le jour un peu partout en France : Japan Expo Marseille, Orléans et Bruxelles, Toulouse Game Show, Jap'in Tarn (Mazamet), Japan Addict (Strasbourg), Manga Party Festival (Paris), JapaNîmes, Japan Touch (Lyon)...

²⁵ GUILBERT (X.), 2012, « Le manga en France », *du9.org*

²⁶ RATIER (G.), 2013, « Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2013 : L'année de la décélération », *ACBD.fr*

L'univers du manga génère d'autres phénomènes comme par exemple le *cosplay*, contraction de « costume playing », ou autrement dit, un « jeu de costume ». Cette activité est très courante au Japon mais aussi en Europe et aux Etats-Unis, où elle est née, et consiste à incarner un personnage de manga, de jeux vidéo ou de comics, grâce notamment à un costume mais également en prenant des poses et imitant des comportements du personnage. En France, on peut admirer ces performances lors de salons tels que la *Japan Expo* par exemple. Le *cosplay* est d'ailleurs un des éléments majeurs de ces rassemblements, puisque des défilés et des concours sont organisés pour élire le meilleur *cosplayer*. Au Japon, ce phénomène est tel que tous les dimanches dans le quartier de Harajuku, des jeunes n'hésitent pas à venir costumés et ainsi profiter d'une ambiance festive où les règles et les statuts sociaux n'ont plus de prise sur eux (Nouhet-Roseman, 2005).



Exemple de cosplay tiré de Naruto (à gauche le cosplayer ; à droite le personnage du manga)

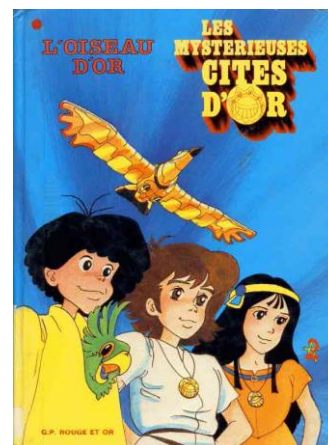
Le marché du manga en France est aujourd'hui en légère baisse, remplacé par les comics américains, qui après avoir été dépassés par le manga, reprennent petit à petit la tête du marché. Cependant, le manga n'en finit pas d'inspirer les Occidentaux. Déjà vers 1975, certains ont été influencé par le graphisme des séries japonaises et ont créé des séries françaises reprenant les codes de l'animation japonaise.

Le « manga français »

C'est au moment où *Goldorak* triomphe en France, qu'un jeune français, Jean Chalopin, à l'idée de créer une société capable de produire des dessins animés. En 1971, il lance la DIC (Diffusion Information et Communication). Mais il comprend que réaliser une série en France coute trop cher et décide, en 1975, de partir en Asie afin de coproduire des dessins animés, la main d'œuvre y étant moins chère.

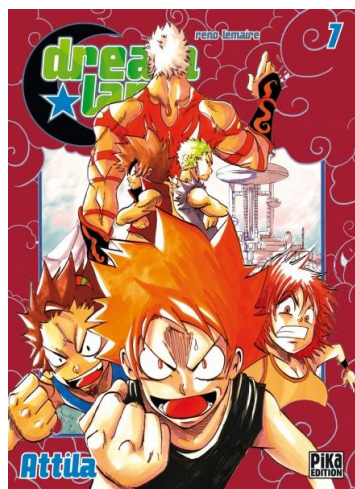
Il part au Japon avec une idée de scénario en tête, basé sur l'*Odyssée* d'Homère. Il souhaite raconter les aventures d'un héros grec, mais transposé dans un univers galactique au XXXIème siècle. Celui-ci serait perdu dans l'espace en compagnie de son fils et d'un équipage. Surpris par cette histoire, le studio *Tokyo Movie Shinsha* accepte pourtant le projet. En 1981 sort *Ulysse 31*, qui remporte un fort succès en France et au Luxembourg. La réussite commerciale est telle, qu'ils créent un *fan-club* et mettent en vente des produits dérivés, suivant la stratégie japonaise.

Puis d'autres séries connaissent un franc succès, comme en 1983 avec *Les Mystérieuses Cités d'Or*, inspiré de la fiction historique de Scott O'Dell, *The King's Fifth (La Route de l'or)*, mettant en scène la découverte de l'Amérique. Les trente-neuf épisodes, qui racontent les aventures de trois héros en pays inca au XVIème siècle, ont été diffusés un peu partout dans le monde, avec en tête le Japon, puis le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne, ou encore dans certains pays arabes. Une adaptation en manga, publié par Kazé, vient de voir le jour, ainsi qu'un livre, publié chez Soleil, qui retrace les origines de la production, et revient sur trente ans de succès. La même année la DIC produit une série qui fera le tour du monde avec quatre-vingt-six épisodes : *Inspecteur Gadget*. Ce héros gaffeur et un peu stupide apporte à Jean Chalopin une notoriété manifeste. Le succès est de nouveau au rendez-vous, ce qui pousse les studios Disney à racheter les droits pour réaliser un film, *Inspector Gadget* en 1999. A partir de 1985, un tiers des séries animées mondiales sont produites par la DIC. Ses studios basés à Tokyo ont lancé un large éventail de séries, principalement destinées au marché américain, mais qui sont programmées en France, comme *Denis la malice*, *Les Minipouss*, *Les Bisounours*, *Jayce et les conquérants de la lumière*.



Les Mystérieuses Cités d'Or

Ces séries, bien qu'elles reprennent la stratégie, le graphisme et le format des animés japonais, ne traitent pas des mêmes sujets, puisque, comme nous l'avons vu plus haut, les Occidentaux n'ont pas vécu le traumatisme de la guerre et de la bombe atomique comme les Japonais. Les Français n'ont donc retenu de l'animation japonaise que les points techniques, sans inclure la vision du monde propre au manga japonais.



Dreamland de Reno Lemaire

Quant au manga papier, les français ne sont pas en reste. De nombreuses séries publiées dans le format de poche et en noir et blanc ont vu le jour. Même s'il reste difficile de les appeler « manga », le terme désignant la bande dessinée japonaise, nous utiliserons l'expression « manfra », de plus en plus répandue, pour désigner les séries dessinées par des français et s'inspirant des codes et du graphisme du manga. En 2013, on dénombre trente et une nouvelles séries européennes contre trente-sept en 2012. Précurseur dans le milieu du *shonen*, paraît en 2006, *Dreamland* de Reno Lemaire. Jeune montpelliérain passionné de bande dessinée,

Reno Lemaire s'oriente finalement vers le style manga et propose son projet, *Dreamland*, à Pika. Toujours en cours, la série, qui compte treize tomes, devient un best-seller dans le genre manfra. Ses ventes ne sont pas comparables avec celles des séries japonaises, mais elle totalise cent quarante mille ventes pour ses neuf premiers tomes (Miquel, 2011)²⁷. La même année est pré-publiée dans un magazine édité par Les Humanoïdes Associés, une série nommée *BB Project*, qui sera éditée en version reliée en 2007. En 2012, Remi Guérin et Guillaume Lapeyre sortent un manfra, *City Hall*, chez Ankama. Au départ prévue en trois tomes, la série rencontre un fort succès, ce qui pousse les auteurs à continuer sur un second cycle. A ce jour, la parution du cinquième tome est attendue pour octobre 2014. Influencés par *Death Note*, les auteurs de *City Hall* ont adopté le format manga pour sa « grosse pagination », leur permettant de ne pas se limiter au niveau du texte (Berthelon et Mouton-Dubosc, 2013)²⁸. Et en 2013, à la suite du succès de *City Hall*, Ankama publie un autre auteur français, Tony Valente, originaire de Toulouse, dont le manfra s'intitule *Radiant*. Reprenant tous les codes japonais du *shonen*, cette série ravie les fans du genre : « On retrouve l'encrage très noir d'un *Blue Exorcist*, un héros isolé des autres par son pouvoir comme *Naruto*, de la magie et de la fantaisie qui m'évoque *Fly / Dragon Quest*, des personnages inspirés par *Dragon Ball*, *One Piece* ou *Bleach*, un dynamisme qui rappelle du Yuko Osada (*Run Day Burst*) ou un chara-design influencé par Yusuke Morata (*Eye Shield 21*). On peut y trouver aussi un peu de *Lanfeust* comme référence franco-belge et des inspirations qui viennent sûrement du jeu vidéo mais le tout donne un univers indéniablement nippon et immerge le lecteur dans une ambiance très appréciable » (Ozouf, 2014)²⁹. La série est donc appréciée pour sa ressemblance avec le manga, de par ses dessins mais aussi par les thèmes abordés, l'organisation des cases... La directrice de l'école toulousaine de manga, nous a confié l'étonnement d'un mangaka japonais lorsqu'elle lui a annoncé, après lui avoir montré les planches de *Radiant*, que son auteur était français. D'ailleurs pour elle, les français réussissent rarement à percer au Japon principalement parce que les Japonais sont très exigeants et que le système narratif n'étant pas le même, les Français doivent changer



Radiant de Tony Valente

²⁷ MIQUEL (A.), 2011, « Le nouveau visage de l'édition du manga en France », *inaglobal.fr*

²⁸ BERTHELON (T.), MOUTON-DUBOSC (X.), 2013, « R. Guérin & G. Lapeyre (City Hall) : "L'avantage du manga est sa grosse pagination. Pour la remplir, autant mettre tout ce qu'on aime dedans !" », *actuabd.com*

²⁹ OZOUF (P.), 2014, « Radiant, le *shônen* qui fait changer d'avis sur les mangas français ? », *paoru.fr*

leur façon de raconter, ce qui demande un travail supplémentaire, là où des Japonais n'ont pas de difficulté.

Peu de Français arrivent à publier au Japon. Le manga, étant issu d'une longue tradition graphique japonaise et de l'histoire même du pays, ne peut être similaire au « manfra », issu d'un croisement entre notre bande dessinée franco-belge et des codes japonais que nous recevons grâce aux mangas importés en France, qui ne sont pas représentatifs de la diversité qui peut exister au Japon. Les « manfra » ont réussi à trouver un certain public dans l'hexagone mais le reste des consommateurs, qui ont intériorisés les codes du manga, ne sont pas sensibles à ce nouveau traitement graphique, regrettant le manque d'influences nippones (*Ibid.*, 2014)³⁰. Le manga a donc réussi le pari de s'exporter à l'étranger et de toucher un grand nombre d'individus alors qu'il est clairement ancré dans un contexte japonais.

Dans le reste du monde

En Europe, la France reste le premier pays consommateur de manga, mais il est suivi depuis peu par l'Allemagne. C'est en 1996 que l'explosion du manga, d'abord sous sa forme animée, a eu lieu. Mais des traductions de séries avaient déjà vu le jour, bien avant 1996, avec par exemple, *Gen d'Hiroshima (Barfuß durch Hiroshima)* paru en 1982 et *Japan GmbH* d'Ishinomori Shôtarô en 1989. Puis dans les années 1990, des séries de science-fiction d'Ôtomo Katsuhiko et Shirow Masamune sont publiées, sans être considérées comme des mangas. Mais le phénomène est récent et le public jeune. Comme en France, les Allemands préfèrent que leurs mangas soient les plus « japonais » possible, comprenant par là le sens de lecture inversé, le contenu des histoires et le graphisme (Berndt, 2009)³¹. Les éditeurs voguent donc sur ce succès en exportant leurs propres « mangas ». De grandes entreprises spécialisées dans la diffusion d'animés et de mangas s'y sont implantées depuis quelques années, comme Tokyopop en 2004 ou Kazé Manga en 2012 (Olivier, 2011)³². Le groupe Shogakukan-Shueisha, géants du marché japonais, font de même en rachetant Anime Virtual, un diffuseur d'animation japonaise. Les maisons d'édition allemandes lancent également des périodiques à l'image de Carlsen Manga avec *Banzai*, édité de 2001 à 2005, puis *Daisuki* édité depuis 2003. La culture manga en Allemagne s'est donc construite différemment qu'en France, puisque « les seuls dessins animés japonais diffusés étaient des adaptations gentilles d'œuvres classiques occidentales, comme

³⁰ *Idem*

³¹ BERNDT (J.), 2009, « Les mangas dans les pays de langue allemande », *goethe.de*

³² OLIVIER, 2011, « Kazé Manga en Allemagne », *animeland.com*

Tom Sawyer ou *Maya l'Abeille*. Il n'y avait pas de science-fiction, de robots géants, de bagarre. [...] En France, nous avons eu la chance unique en Europe de découvrir une diversité de dessins animés japonais sur la principale chaîne de télévision du pays, et ce pendant une dizaine d'heures par semaine. La culture japonaise est entrée en force dans les foyers français » (Woitier, 2012)³³.

Aux Etats-Unis, où la vente de comics représente de six cent cinquante millions à un milliard de dollars, soit de 3 à 4% dans un marché de l'édition de livres qui représentait vingt-cinq milliards de dollars en 2007, la lecture de bande dessinée est minime (Gabiliet, 2009). Le manga, qui est présent depuis les années 1980, ne décolle pas dans les ventes, qui sont quatre fois moins importantes qu'en France, pour une population cinq fois supérieure (Bouissou, 2012). Le marché de la bande dessinée est largement dominé par Marvel et DC Comics en termes de vente. De 2007 à 2009 par exemple, les ventes de mangas aux États-Unis ont chuté de 30% et poussé un grand éditeur à licencier 40% de ses effectifs (OMPI, 2011)³⁴. Pourtant, les Etats-Unis sont les deuxièmes consommateurs de manga derrière la France. Les éditeurs japonais, à la recherche d'un relais de croissance, s'implantent à l'étranger, et particulièrement aux Etats-Unis dès 1986 avec la filiale de Shogakukan et Shueisha, Viz Media, puis Kodansha en 2009, après avoir retiré ses droits à Tokyopop des séries *Ghost in the Shell* ou *Akira*. Le groupe Shogakukan-Shueisha lance en 2004 la version américaine de *Shonen Jump*, puis distribue ses plus grandes licences en librairies et dans les grandes surfaces. Début 2012, après l'arrêt de la version papier, le *Shonen Jump* renaît en version digitale, et paraît tous les lundis, en même temps que son homologue japonais. Le marché américain du manga s'est donc construit grâce à l'implantation de sociétés japonaises qui ont appliquées les mêmes stratégies de diffusion qu'au Japon. En France, cette implantation a impacté un nombre important de jeunes enfants, aujourd'hui adultes, par le biais de la diffusion télévisuelle, démontrant, une fois encore, que la culture manga française ne ressemble à aucune autre.

En Asie, les mangas sont très populaires mais n'empêche pas la création de styles propres aux pays. Par exemple en Corée du Sud, la bande dessinée, appelée manhwa, s'est fortement développée ces dernières années. Issue de traditions picturales et de l'histoire politique, économique et culturelle de la Corée, elle a longtemps été sous l'influence des japonais et des américains en produisant des séries plutôt bon marché et décalquées sur le manga et le comics. Mais

³³ WOITIER (C.), 2012, « Le Club Dorothée, berceau de l'industrie du manga en France », *lefigaro.fr*

³⁴ Bureau de l'OMPI, 2011, « Le phénomène manga », *wipo.int*

dès les années 1980, où la situation politique s'apaise, le manhwa s'ouvre à de nouveaux genres et son marché se transforme, copiant le système éditorial japonais. De nombreux magazines de prépublication paraissent, comme *IQ Jump* ou *Young Champ*, des maisons d'éditions se créent ainsi que des « manhwabang », des bibliothèques et salles de lecture où l'on peut louer des manhwa à l'heure. L'offre est très abondante avec plus de neuf mille titres publiés chaque année (contre deux mille en France) et les ventes explosent : quarante-deux millions d'exemplaires vendus en 2002, soit un chiffre d'affaires total de cinq cent quatre millions d'euros. Le succès des manhwabang est tel, qu'il génère à lui seul quatre cent trente millions d'euros sur les cinq cent quatre millions finaux (ToutenBD, 2004)³⁵. Les Coréens ont également mis en place une diffusion sur internet, permettant l'accès via son téléphone mobile, à tous types de manhwa. Un nouveau marché est d'ailleurs en plein développement : les manhwa de quatre cases, sonorisés et téléchargeables sur son téléphone mobile. Les genres sont multiples et certains d'entre eux sont copiés sur le manga, comme *sonyung manhwa*, équivalent du *shonen* japonais, ou *sunjeong manhwa*, le *shojo* coréen, mais la plupart s'émancipent et restent uniques à la Corée. Contrairement



BD à consulter sur son téléphone mobile

au manga, la lecture se fait de gauche à droite. Le format et le nombre de pages, eux, restent identiques aux BD japonaises.

Mais la Corée n'est pas la seule à développer sa bande dessinée. La Chine a très tôt édité des dessins satiriques dans ses journaux, s'inspirant des peintures sur céramique et des estampes d'artistes du XVIIème siècle. La bande dessinée qui en découle, commence à se propager dans les années 1920, avec des artistes pionniers comme Feng Zikai. Etudiant auprès d'un mangaka japonais, Feng Zikai rentre en Chine pour travailler son propre dessin et introduire les premiers « manhua », mot dérivé de « manga ». Comme les manhwa coréens, les manhua se lisent de gauche à droite. Les formats peuvent varier, certains titres approchent du format manga, tandis que d'autres sont plus proches de celui de nos BD occidentales. Et ce n'est qu'après une vague de censure dans les années 1960 et 1970, que le manhua revient sur le devant de la scène. Sa création reste limitée par la censure mais la production se fait abondante, et les auteurs ne manquent pas d'expérience dans le dessin. Certains dessinateurs font évoluer le genre grâce à des procédés et des graphismes révolutionnaires dans la bande dessinée. C'est le cas de Benjamin, un jeune auteur chinois, qui conçoit ses planches sur ordinateur à l'aide d'une palette graphique

³⁵ ToutenBD, 2004, « Zoom sur la BD Coréenne », toutenbd.com

et d'un logiciel de retouches d'images, de Rain, qui se démarque par ses graphismes originaux et l'utilisation de couleurs pastel, ou encore de Weng Ziyang, représentant chinois du surréalisme. L'essor du manhua en Chine est limité mais depuis peu, le gouvernement « a mis en place un comité ministériel chargé "d'accélérer le développement de cette industrie". [...] L'objectif de la Chine est clair : "satisfaire les fans de bande dessinée du monde entier, en exportant des histoires originales chinoises" » (Couvreur, 2008)³⁶.



Remember de Benjamin

D'un produit culturel spécifique, le manga est aujourd'hui devenu un produit culturel global issu d'une industrie de masse. Ce phénomène a réussi à toucher de nombreux pays, influençant ses pratiques culturelles, comme en France, où la bande dessinée japonaise a « désacralisé » ce qu'était la bande dessinée franco-belge, en ne se contentant pas de toucher un public spécifique. La bande dessinée s'est ainsi ouverte au grand public, grâce à une segmentation de marché, induite par les industriels japonais. Les filles par exemple, public quelque peu abandonné par la BD occidentale, ont ainsi pu trouver un genre leur étant destiné, ouvrant tout un pan économique, fermé à la BD franco-belge. La réussite du manga à l'étranger tient à divers facteurs comme son mode de production et sa fabrication, sa faculté à procurer du plaisir grâce à sa capacité à être « très plein » et « très vide », mais aussi sa fonction de vecteur de *soft power* (Bouissou, 2006). Car depuis que l'Etat japonais a pris conscience du fort pouvoir attractif du manga sur les Occidentaux, il développe son *soft power*, jouant de son label de « Cool Japan » pour promouvoir sa culture. Le manga, bien qu'issu d'une longue tradition de narration graphique et d'une histoire ponctuée par des événements traumatisants, a réussi à s'imposer à l'étranger en tant que produit universel.

Cependant, la culture manga se différencie selon les pays où sa présence et sa réception ont été vécues différemment. Par exemple, la culture manga française n'est pas la même qu'aux Etats-Unis, en Asie ou dans les autres pays européens. La France, ayant très tôt bénéficiée d'une importante exposition aux produits culturels japonais, a fortement été influencée par les séries d'animation. Les maisons d'édition ont alors commencé par traduire les mangas adaptés en séries. Les premiers consommateurs n'ont pas bénéficié du même catalogue que dans le reste du monde. Bien sûr, les blockbusters que sont *Naruto*, *One Piece* ou *Dragon Ball* sont aujourd'hui traduits dans un grand nombre de pays, mais les choix qu'opèrent les éditeurs français

³⁶ COUVREUR (D.), 2008, « Le monde idéal du manhua », *lesoir.be*

sont déterminants et vont différer de leurs confrères américains ou coréens, notamment à cause des relations passées avec le manga. Les goûts ainsi développés, vont se différencier entre les pays, puisque les lecteurs ne vont pas être soumis aux mêmes choix. Les éditeurs vont jouer un rôle primordial dans la transmission de la culture japonaise en France. Mais ce ne sont pas les seuls acteurs du circuit à opérer des choix. Les librairies aussi sont des médiateurs culturels importants, puisqu'ils permettent, à un niveau plus local, de manipuler la culture-source, apportée par le manga, par rapport à une ville cible, par exemple (Noiriel, 1992). Notre prochain questionnement va donc porter sur la manière dont les librairies toulousaines appréhendent la culture japonaise à travers la vente de manga.

LE MANGA A TOULOUSE

Comme nous l'avons montré précédemment, le manga a envahi la France et les rayons des librairies depuis quelques années. Toulouse n'y a pas échappé et les librairies ont intégré ce nouveau genre, certaines depuis plus longtemps que d'autres, mais en apportant de la diversité dans les rayonnages de bande dessinée. Nous ferons tout d'abord un point sur la place qu'il occupe dans le paysage toulousain, à travers une école de manga et un évènement très apprécié des fans de « J-culture »³⁷, le Toulouse Game Show. Cette section a pour but de montrer que la culture manga toulousaine est active à travers ses fans, qui sont de grands consommateurs. Nous reviendrons ensuite sur l'implantation du manga à Toulouse, grâce à plusieurs acteurs, des éditeurs et des libraires. Puis, nous nous tournerons vers les particularités de chaque librairie afin de déterminer comment elles choisissent les titres mis en rayon et comment elles les classent, afin de comprendre leur vision du manga.

Implantation du manga

Le manga est présent dans le paysage français depuis les années 1970 avec les premiers animés, puis à partir de 1990 en format papier, avec *Akira* (cf partie 1). A la suite du succès du Club Dorothée, les éditeurs décident de publier *Dragon Ball*, *Sailor Moon*, ou *Ranma ½*, et les diffusent chez les libraires. Même si certaines maisons d'édition ont pris des risques en n'acquérant pas les licences et droits d'auteurs, la vente de ces séries ouvre la voie à la publication et l'essor du manga en France. Des librairies toulousaines ont également commencé à s'y intéresser et à mettre en rayon les premières séries et d'autres structures ont vu le jour pour accueillir les fans, comme une école de manga et un salon spécialisé dans la culture pop japonaise.

Toulouse Manga et le TGS

Toulouse Manga est créée en février 2012 par une ancienne enseignante en Arts plastiques. Passionnée par le manga depuis des années, elle travaillait, « *même pendant que j'étais prof, sur un projet manga, qui est dans des cartons depuis lors, parce que je n'ai absolument plus le temps de m'en occuper, mais j'avais vraiment envie de continuer là-dedans. Dans tous les collèges où j'étais, je montais des ateliers manga avec les élèves, qui avaient beaucoup de succès* » (Directrice de l'école). Elle quitte donc son emploi pour fonder cette école. Les premiers cours

³⁷ Culture populaire japonaise

sont donnés à domicile, puis elle met en place des stages et trouve un local pour permettre à un plus grand nombre de participer à des cours toutes les semaines. En septembre 2012, les premiers élèves débutent. Leur nombre va croissant depuis.

« La première année on avait cinquante-quatre élèves, cette année on en a cent sept, et l'année prochaine on table sur cent cinquante, cent soixante. Et dans quelques années, deux ou trois ans, le but est [d'arriver à une] forme professionnalisante de l'école, avec un cursus de formation post-bac ou pas. [...] Donc dans quelques années ça va être deux cents élèves, avec une partie qui continuera à faire du loisir, et l'autre partie qui sera là de huit heures à dix-sept heures pour faire du manga, pour devenir mangaka, travailler dans l'édition et travailler dans l'illustration, parce que si on veut proposer une formation qui est reconnue par le Ministère du Travail, il faut qu'on puisse faire valider un certain nombre d'acquis à nos élèves, notamment dans l'illustration et l'édition ». (Directrice de l'école).

Le but est d'apprendre aux étudiants « *les bases de dessin, leur apprendre le manga, les codes, comment ça se réfléchit, après leur apprendre à construire un scénario, à créer les personnages, à développer un récit, une narration, la mise en page, l'encrage, les trames* » (Directrice de l'école). Ainsi, ils appréhendent la bande dessinée sous sa forme technique, artistique et non plus seulement ludique. Ici, la principale médiatrice est représentée par la directrice, qui ayant côtoyé la culture japonaise et ses codes dès son plus jeune âge³⁸, transmet ses connaissances à d'autres. Ces jeunes passionnés de manga deviennent à leur tour des passeurs de culture, par exemple en prêtant des mangas « dans l'intention avérée de communiquer leur passion » (Bouissou, 2006).

La pratique de cette médiation amateur réclame donc des connaissances spécifiques, acquises grâce à l'école mais aussi en échangeant avec les autres passionnés. Les communautés de fans sont d'ailleurs très actives dans le manga, notamment sur les forums. Une « génération *otaku* » est même née suite à l'émergence des mangas et jeux vidéo. Au Japon, « la figure de l'*otaku* renvoie à ces adolescents et jeunes adultes passionnés de mangas, à ces jeunes isolés et asociaux, "emmurés vivants" selon une traduction littérale, perdus dans un imaginaire peuplé de monstres, de technologie et de lolitas apeurées » (Audebrand, 2008). Moins péjoratif en France, ce terme désigne simplement les fans de manga et de janimation, sans le sens d'isolement social. Ces *otaku* français font vivre les communautés et participent en grand nombre aux conventions, comme le Toulouse Game Show.

³⁸ Ses parents tenaient un restaurant japonais quand elle avait deux ou trois ans. Ils ont accueilli un jeune cuisinier japonais qui vivait avec eux, leur permettant de goûter à des plats japonais, mais aussi de se familiariser avec la langue, puisqu'il ne parlait pas français. Elle a également faits des arts martiaux et s'est passionnée pour les animés. Elle est ensuite devenue professeur d'arts plastiques en collège et lycée.

Les cours de Toulouse Manga sont assurés par la directrice à temps complet, ainsi que par deux élèves qui, ayant acquis un bon niveau, l'assistent. Une professeur de japonais vient également donner des cours de langue. L'équipe s'agrandit peu à peu étant donné la volonté de former une école d'enseignement supérieur. L'année prochaine, une des deux élèves-assistants « passe professeur à part entière. En plus de cela, on va aussi avoir une mangaka et un ancien éditeur des éditions Kadokawa, qui vont travailler ici. On diversifie, on va avoir une prof de dessin aussi » (Directrice de l'école). Ces changements s'effectuent afin de mettre en place plusieurs possibilités de cursus, de manière à commencer la transformation en formation professionnalisante. « L'année prochaine il y a six profs. On passe de un à six. [...] Ça évolue très très vite, comme le marché du manga » (Directrice de l'école). On voit donc un lien très clair entre l'évolution du marché du manga et la culture qu'il produit.

Avec l'explosion de ce marché dans les années 2000, la culture manga se développe et la France voit arriver de plus en plus de produits en lien avec cet univers. Les éditeurs publient de plus en plus de séries, des conventions se créent, à l'image de la Japan Expo de Paris, qui a vu le jour en 1999, et les produits dérivés commencent à être importés. « Les sociétés de distribution n'ont pas laissé passer l'occasion : posters, anime comics, CD de bandes originales, cartes de collection ou figurines se trouvent en masse dans les magasins distributeurs de mangas. Phénomène important, le commerce du goodies représente près de 20% du marché du manga [en France] » (Canivet-Fovez, 2014). La culture qui est ainsi produite résulte de l'association entre la croissance exponentielle du marché et l'action des éditeurs, des grossistes en produits dérivés ou des organisateurs d'évènements. La culture manga est donc construite à la fois économiquement par le marché, mais également par les actions et interactions qu'entretiennent les médiateurs entre eux et avec le monde social environnant.

Les passionnés, qui se font plus nombreux, forment une autre catégorie de médiateurs. Ils poussent toujours plus loin leur envie de connaissance et s'intéressent non seulement à la culture manga, mais également à sa fabrication, sa conception. D'ailleurs, une série nommée comme meilleur *shonen* aux Japan Expo Awards en 2011, prend pour thème la conception de manga. L'histoire de *Bakuman* montre comment deux collégiens deviennent des mangakas reconnus en publiant leurs histoires dans le *Shonen Jump*, un des magazines de prépublication le plus important au Japon. Même s'il est romancé, on peut y apprendre de nombreuses choses quant à l'invention, la conception et l'édition des mangas. « *Bakuman* [...] c'est très drôle du point de vue de mangaka qui écrivent sur le métier de mangaka et qui révèlent des choses. La Shueisha, [...] leur maison d'édition, rit jaune. Mais ils ne peuvent pas les empêcher d'en parler

*parce que c'est Ohba et Obata*³⁹, donc ils laissent faire mais tout en leur disant "les gars, ce serait bien si vous ne disiez pas trop de trucs non plus" » (Directrice de l'école). Les tirages en France des derniers tomes atteignent trente-cinq mille exemplaires, se plaçant peu après le troisième plus gros tirage, de cinquante-cinq mille exemplaires (Ratier, 2013)⁴⁰. L'intérêt pour le manga s'est donc peu à peu étendu, poussant quelques-uns à passer à la création, pour espérer devenir mangaka à leur tour. A Toulouse Manga, « certains poursuivent cet objectif-là, c'est d'ailleurs pour ça qu'on a créé un groupe spécial qui s'appelle le "groupe avancé" » (Directrice de l'école).

Ces amateurs, qui suivent les cours à Toulouse Manga, présentent des profils très variés, allant de huit à quarante-cinq ans.

« On a des élèves de tous les milieux sociaux, tous les âges, tous les horizons. Il y en a qui veulent faire médecin, il y en a qui veulent faire mangaka, il y en a qui ne savent pas, il y en a qui sont au chômage, il y en a qui bossent, enfin c'est... il y a vraiment de tout. De l'ingénieur Airbus de quarante-cinq ans jusqu'au primaire. [Quant au sexe,] l'année dernière on avait l'équité parfaite. Ça touche tout le monde. Cette année, je pense qu'on est encore à l'équité. On doit avoir un peu plus de filles chez les ados. Chez les adultes, c'est pareil » (Directrice de l'école).

Cette large palette de profils fait écho à la diversité du manga, montrant que chaque lecteur peut trouver un genre qui lui correspond, grâce à l'intérêt que le manga leur porte, mais renvoie aussi aux diverses figures de l'amateur : celui qui veut se faire plaisir et celui qui souhaite construire son parcours professionnel dans ce milieu. L'expansion du marché du manga a donc permis à cette école de voir le jour, mais aussi d'implanter la culture manga dans un pays qui n'est pas le sien. Les acteurs liés à sa traduction se font plus nombreux et plus divers, passant non seulement par des professionnels tel que les traducteurs, les éditeurs ou les libraires, mais également par de simples amateurs, passionnés et connaisseurs, qui n'hésitent pas transmettre leurs savoirs, en délivrant des cours, comme la directrice de Toulouse Manga, en prêtant à son entourage des produits issus de la « J-culture », ou en l'entraînant à des salons du type Japan Expo ou Toulouse Game Show.

Le TGS (contraction de Toulouse Game Show) est un salon se tenant deux fois par an, en hiver et au printemps, sur les jeux vidéo, les mangas, la culture asiatique et la science-fiction. Les premières éditions d'hiver se tenaient à l'espace Diagora de Labège mais au vu du succès

³⁹ Tsugumi Ohba et Takeshi Obata sont les deux auteurs de *Bakuman*.

⁴⁰ RATIER (G.), 2013, « Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2013 : L'année de la décélération », *ACBD.fr*

rencontré, l'édition de 2012 fut transférée au Parc des Exposition de Toulouse, plus grand et plus accessible. Lors de ce premier TGS toulousain, il y a eu trente-quatre mille visiteurs dont trois cents VIP et cinq mille préventes contre trente mille visiteurs en 2011, deux cent cinquante VIP et toujours cinq mille préventes⁴¹ environ⁴². La dernière édition d'hiver en 2013, a vu son nombre d'entrées fortement augmenter. En effet, quarante-quatre mille visiteurs⁴³ ont pu participer à cette convention, unique dans le Sud-Ouest. Le « petit frère » du TGS, le TGS Ohanami, devenu Springbreak en 2014, a également attiré plus de douze mille personnes en 2013 et quatorze mille en 2014⁴⁴. « Après sept éditions, le TGS est passé de cent mille euros de chiffre d'affaires à sept cent mille euros » (Rey, 2014)⁴⁵. L'univers manga, très présent dans ces conventions, attire chaque année toujours plus de monde.

Durant les deux jours de salon, les conférences portent sur les invités et leur travail (au sein d'une série ou d'un film, d'un jeu vidéo...), comme des acteurs de séries de science-fiction ou des spécialistes de jeux vidéo, les diffusions sont souvent consacrées à des films ou séries de science-fiction ou des animés, des prestations et concours cosplay rythment ces deux journées et les concerts sont donnés par des artistes de J-pop ou en lien avec les mangas et les jeux vidéo. Mais ce qui caractérise le plus ces conventions, ce sont les stands de goodies⁴⁶, dont la plupart d'entre eux vendent des produits dérivés, comme des peluches, des sacs, des porte-clefs, des dvd ou des mangas, de jeux vidéo, d'associations asiatiques, et d'écoles spécialisées.

Ce salon est né en 2007, grâce à l'initiative de Sébastien Laurens et Frédéric Deveze⁴⁷, qui, constatant la « carence actuelle dans le sud de la France de ce type d'événement » ont décidé de mobiliser des partenaires « locaux et nationaux [qui] ont tout de suite aperçu l'intérêt d'une telle manifestation et ont suivi l'équipe du TGS »⁴⁸.

« "En 2007, tout le monde nous a pris pour de jeunes illuminés, sauf l'équipe du centre de congrès Diagora à Labège. Nous avons gardé le mail enthousiaste de Caroline et Roxane, elles avaient signé force bleue et force jaune !", expliquent les deux associés qui misaient alors sur trois mille visiteurs. Il y en a eu onze mille. "On a fait au feeling, sans étude de marché, avec une mise personnelle de vingt-cinq mille euros, en imagi-

⁴¹ Ce sont des places disponibles avant le salon que l'on peut acheter en ligne ou dans les billetteries traditionnelles. La vente de ces billets s'arrête quelques jours avant l'événement.

⁴² *Toulouse-game-show.fr*

⁴³ *Afjv.com*

⁴⁴ Facebook du Toulouse Game Show

⁴⁵ REY (E.), 2014, « TGS : ils ont fait de Toulouse un grand salon de jeu », *ladepeche.fr*

⁴⁶ Produits dérivés

⁴⁷ Ce sont les deux fondateurs de TGS Evènements, une société qui réalise des salons, dont le Toulouse Game Show.

⁴⁸ *Tgsevenements.com*

nant juste le salon de nos rêves". En 2011, pour distribuer des flyers, Frédéric et Sébastien n'avaient pas hésité à enfiler la tenue d'un officier de *Stargate* pour le premier et celle de *Halo* pour le second » (Rey, 2014).

Véritables passionnés, ils ont peu à peu fait grandir le salon, tant par sa taille, que par les invités prestigieux qu'il accueille désormais. Avec un seul invité en 2007, il passe à une soixantaine en 2013, dont plusieurs noms bien connus dans le milieu du jeu vidéo comme Marcus, Bob Lennon ou Paul Cuisset, et dans l'univers des films et séries de science-fiction, comme Kenny Baker, qui a joué le rôle de R2-D2 dans *Star Wars* ou Kristian Nairn, qui campe actuellement le rôle de Hodor dans la série à succès *Game of Thrones*. Le TGS Springbreak n'est pas en reste, puisqu'il a accueilli Sylvester McCoy, huitième docteur de la série *Doctor Who* et Radagast du film *Le Hobbit*, puis Daniel Portman, James Cosmo et Julian Glover de *Game of Thrones*, ainsi que Torri Higginson, le Dr Elisabeth Weir de la série *Stargate Atlantis*, entre autres.



Affiche du Monaco Anime Game Show

Fort de son succès en région toulousaine, l'équipe organisatrice exporte son concept à Monaco et Pau. Le Monaco Anime Game Show (MAGS) est né en mars 2013 et s'est tenu au forum Grimaldi, où il a occupé lors de cette première édition, « l'espace Ravel et un amphithéâtre de 800 places. Pendant deux jours, Monaco regroupe les plus grandes personnalités du monde des jeux vidéo, de l'animation, des mangas, de la science-fiction et des web séries »⁴⁹. Parmi les éléments clés de son succès, la liste d'invités. La présence de Go Nagai, le père de *Goldorak*, a fait sensation. Autre figure connue, Yoshitaka Amano, chara-designer de la série *Final Fantasy*, a renouvelé sa confiance dans l'équipe du TGS, en acceptant de revenir pour cette édition monégasque, après avoir participé au TGS en 2012. Parmi les invités de marque, on peut également noter la présence de Yu Suzuki, « figure de proue de la firme SEGA, Michel Ocelot, le réalisateur de *Kirikou* et *Azur et Asmar*. La BD et le « manfra » étaient représentés avec Reno Lemaire, l'auteur de *Dreamland*, et Remi Guérin, celui de *City Hall*. Le bilan pour ce premier salon à Monaco est mitigé, puisqu'il faisait face à la Japan Expo Sud, toujours très prisée des fans. Dix mille visiteurs ont ainsi fait le déplacement, contre quarante-cinq mille pour la Japan Expo. Quant à la reconduction de cet évènement, à l'heure actuelle, aucune date n'est prévue en 2014. Pour Sébastien

⁴⁹ *Mags-monaco.com*

Laurens, « ce Monaco Anime Game Show est un test. Ce n'est pas dit que nous le reconduirons tous les ans, mais nous avons envie de voir s'il existe un public par rapport à un vrai Salon *geek* »⁵⁰.

Le Pau Anime Game Show (PAGS) est prévu pour les 27 et 28 septembre 2014 au Parc des Expositions de Pau. La liste des invités se construisant peu à peu, on ne peut citer que les premiers noms : Cliff Simon, Ba'al de *Stargate SG-1*, l'équipe de *Noob*, première web-série live française sur le thème des MMORPG⁵¹, Bernard Minet, chanteur et comédien, il a notamment enregistré les génériques de *Goldorak* ou *Les Chevaliers du Zodiaque*, Brigitte Lecordier, doubleuse de San-Goku (*Dragon Ball*) ou Roméo (*Fairy Tail*), 360 minutes pour survivre, émission dont le but est de finir un jeu vidéo en moins de 360 minutes, soit six heures de jeu non-stop, et pour finir Davy Mourier, auteur de bande dessinée, acteur, réalisateur, animateur et graphiste. Premier salon du genre dans la région, étant donné qu'il n'existe pas d'autre évènement ayant pour thème l'univers manga et jeu vidéo en Aquitaine, le PAGS comblera peut-être un manque et trouvera son public, suivant la success story de son grand frère le TGS.

Les professionnels toulousains exportent donc leurs savoirs faire afin de permettre au plus grand nombre d'avoir accès à la culture manga, par le biais des conventions. Ces deux évènements, bien que ne se tenant pas à Toulouse, illustrent bien comment deux individus, au départ isolés, peuvent participer à l'expansion d'une culture grâce à des partenariats, ici avec Shibuya International, une société qui propose « un ensemble de services spécifiquement prévus pour s'adapter à tous les secteurs d'activité et à tous les profils d'entreprises »⁵² afin d'aider les rencontres entre Français et Japonais. Par ses actions, cette société joue les intermédiaires entre des Occidentaux et des Japonais, dont les cultures sont différentes, afin de les aider à communiquer et installer des partenariats. Pourtant, Cédric Biscay, le président de Shibuya International, ne parle pas japonais, ce qui peut étonner : « au départ ce n'était pas voulu : j'avais vraiment l'intention d'apprendre le japonais. Mais j'ai compris très vite que c'était en réalité un énorme avantage. Evidemment, si on cherche à travailler au Japon, il faut absolument maîtriser la langue, mais en tant qu'intermédiaire, ça donne une distance qui s'avère importante pour les relations. Entre nous, on a l'interprète qui fait tampon et qui saura préserver les intérêts de

⁵⁰ BERTHELON (T.), MOUTON-DUBOSC (X.), 2013, « Sébastien Laurens (Le Toulouse Game Show) : "Je n'organise pas un salon seulement pour des initiés !" », *actuabd.com*

⁵¹ "Massively Multiplayer Online Role Playing Games", signifiant "jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs".

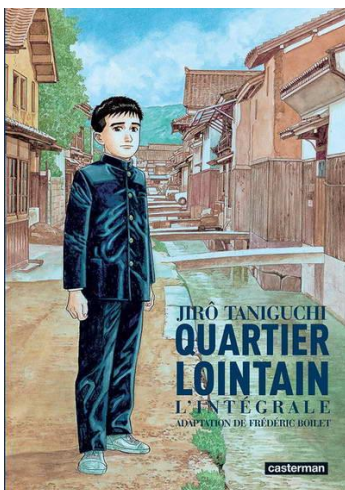
⁵² *Shibuya-international.com*

chacun. Cela donne un côté neutre à la relation. De plus, les Japonais ne sont pas forcément très tendres en rendez-vous. Je préfère ne pas comprendre ce qu'ils se disent, ça évite des réactions impulsives qui ne sont pas bonnes pour le business » (Olivier, 2012)⁵³. Cette société a donc décidé de s'en remettre à un interprète, qui joue lui-même le médiateur entre des Japonais et des Français. Le processus de traduction devient alors un ensemble d'interactions, dont les principaux médiateurs peuvent avoir eux-mêmes besoin de traducteurs.

Aujourd'hui, le manga est donc bien implanté au sein du paysage culturel toulousain, grâce à la combinaison de plusieurs acteurs, comme une école, une convention, des auteurs de « man-fra » et des éditeurs, entre autres. La communauté de fans est aussi assez dynamique, et permet d'entretenir les liens entre la ville et le manga. Toulouse est alors devenue la seconde ville en France la plus consommatrice de mangas après Paris⁵⁴. Le terrain est donc propice au développement du manga, notamment grâce à l'installation de librairies ou de rayons spécialisés dans les grandes chaînes.

Les relais de cette implantation

L'histoire française du manga a bien sûr directement influencé l'histoire toulousaine. Certains relais, comme les éditeurs, se retrouvent directement impliqués dans la circulation du manga à Toulouse, même s'ils ne sont pas toulousains eux-mêmes. Par exemple, le Club Dorothée, diffusé nationalement, a ouvert la voie à la découverte du manga par le grand public, mais ce sont les œuvres de Jiro Taniguchi, en particulier *Quartier Lointain* sorti en 1998, qui ont permis de faire la passerelle entre les lecteurs de bande dessinées et le manga. Cet auteur est



d'ailleurs très présent à la librairie Ombres Blanches, qui a fait de ses titres la part belle de sa collection manga.

« Les gens qui s'intéressent à la bande dessinée veulent découvrir de nouvelles choses. Et finalement, quand tu as Taniguchi qui est élu deux fois à Angoulême, Prix du Meilleur Scénario, Prix du Meilleur Album, forcément, ça éveille la curiosité des lecteurs de bande dessinée. Et de fil en aiguille "Ah ouais c'est bien effectivement !" donc du coup ils ont envie de voir ce qui se fait à côté de ça, avec des choses qui vont être un peu plus japonaises, plus exotiques » (Responsable du rayon manga à Bédéciné).

Quartier Lointain de Jiro Taniguchi

⁵³ OLIVIER, 2012, « Interview : Cédric Biscay de Shibuya International », *animeland.com*

⁵⁴ A. R., 2012, « A Toulouse, les mangas ont la côte », *lejournaltoulousain.fr*

En effet, les mangas de Taniguchi sont souvent considérés comme « plus accessibles » pour un lectorat de bande dessinée franco-belge, grâce à « des récits bien plus lents, évanescents, précis et précieux, que le gros de la production manga. Des fables plutôt portées au plan panoramique et au silence qu'à l'action survitaminée » (Champenois, 2010)⁵⁵. Considéré comme plus proche de la BD occidentale que du manga, son agent en charge des droits internationaux déclare qu'il est un « pionnier du manga adulte. Son travail se rapproche du roman et par certains aspects. Taniguchi est plus proche de la BD européenne qu'il admire et suit de près, que du manga traditionnel » (Champenois, 2010). C'est donc avec ce statut particulier, hybride, que Taniguchi a réussi à plaire à un public adulte, favorisant l'introduction aux *seinen*, ces mangas destinés à un lectorat plus âgé que les *shonen*. En outre, les anciens fans du Club Dorothée ont grandi et cherchent désormais des lectures adaptées à leur âge et leurs préoccupations, poussant à faire évoluer le marché français vers une plus grande publication de *seinen* : « *Moi j'ai des clients que j'ai depuis 18 ans. Ils venaient me voir ici ils avaient 13 ans et maintenant ils sont parents et qu'est-ce qu'ils font ? Ils font lire du manga à leurs enfants et eux aussi, ont évolué dans leurs lectures. [...] On a donc aujourd'hui de plus en plus de seinen* » (Responsable du rayon manga à Bédéciné). Et avec l'adaptation au cinéma et au théâtre de *Quartier Lointain*, Taniguchi a réussi à montrer une image différente du manga en France et à toucher un public plus large qu'avec la seule publication de la bande dessinée.

Avec ce succès, on comprend donc que des artefacts comme le manga deviennent des médiateurs, au même titre que des humains. « La coproduction d'artefacts médiateurs est un dispositif qui permet de lever les barrières séparant les professionnels appartenant à des métiers différents » (Tan Pham, 2014). Ici, au lieu de professionnels, le manga ouvre les barrières entre un public de bande dessinée et l'univers du manga. L'idée que le manga n'est destiné qu'aux jeunes adolescents disparaît peu à peu grâce aux œuvres de Taniguchi. « La médiation entre le sujet humain et le monde est donc double, assurée non seulement par les langages mais également par des moyens matériels fabriqués dans ce but » (Weisser, 2005).

Le rôle des éditeurs est alors primordial puisqu'ils sont les premiers filtres par lesquels passent la traduction puis la diffusion des mangas, grâce à leur maîtrise de ses codes. Casterman par exemple, avec la publication des mangas de Taniguchi, a aidé au développement du marché des *seinen* et des mangas moins « grand public ».

⁵⁵ CHAMPENOIS (S.), 2010, « Trait très sensible », *liberation.fr*

Dans les années 1990, après la première traduction d'*Akira*, « ce qui a enchainé c'est *Dragon Ball*, parce qu'effectivement c'était le gros engouement télévisé de l'époque, de la période. Du coup, les éditeurs se sont dit "on ne va pas prendre trop de risques avec ça, on va tenter le coup avec *Dragon Ball*. Bon, *Dragon Ball*, ça a marché, maintenant on va essayer *Sailor Moon*". *Sailor Moon*, a été diffusé, et ça a marché. Ils ont essayé avec *Ranma 1/2*, ça a marché. Et puis c'est là où le passage c'est plus ou moins engagé » (Responsable du rayon manga à Bédéciné).

D'autres éditeurs ont participé à cette croissance. Glénat, la maison d'édition qui a publié *Akira*, n'est pas la première à avoir vu venir le phénomène manga. Une petite maison d'édition indépendante, Tonkam, commence à prendre plus de risques que Glénat - qui a compté sur l'engouement télévisé de ses séries pour les publier au format papier - en sortant des séries comme *Video Girl Ai*, « premier ovni sur le marché français en terme de manga » (Responsable du rayon manga à Bédéciné). L'histoire d'un jeune garçon qui, en regardant une cassette vidéo, voit une fille en sortir, laisse les premiers lecteurs un peu dubitatifs. La longueur de l'histoire, en quinze tomes, continue de perturber, puisque la BD occidentale ne les avait pas habitués à ce format. « *Ils ont pris d'énormes risques de vouloir publier ça* » (Responsable du rayon manga à Bédéciné).



Video Girl Ai de Masakazu Katsura

Les éditeurs se sont aussi parfois risqués à publier « des choses alors qu'ils n'avaient pas les licences et les droits d'auteurs. Du coup, ça remontait aux oreilles des Japonais, et ils se faisaient casser. Je me souviens en particulier de *Samourai*, qui avait commencé à publier des trucs plutôt érotiques. Après ils ont diffusé des choses qui étaient assez importantes comme *AD Police*, un polar futuriste d'enfer. Et puis derrière, ils avaient édité pour la toute première fois *Berserk*. Seulement ils l'ont fait dans le dos. Ils se sont dit "Tiens on va voir et si ça marche on ira vraiment négocier les trucs". Et puis en fait, effectivement ça a marché depuis le début sauf qu'ils se sont fait triquer parce que voilà, c'est remonté aux oreilles du studio et forcément ils se sont fait aligner » (Responsable du rayon manga à Bédéciné).

Les éditeurs toulousains s'intéressent également aux mangas et la maison d'édition Milan se lance en 2006 dans leur publication, avec un label nommé Kanko. « La collection Kanko proposera un nouveau voyage dans le grand monde du manga, où l'on trouvera des œuvres de grande consommation, un choix d'auteurs renommés, mais aussi un aspect découverte, tant sur les jeunes valeurs montantes du manga au Japon que sur une exploration du patrimoine de la bande dessinée japonaise »⁵⁶. Les titres sont plutôt *seinen*, comme *Anneaux d'alliance* ou *Sur-*

⁵⁶ *Manga-news.com*

vivant, et *josei*, avec *Diamonds*. Quelques titres *shonen* parsèment le catalogue, comme *Chroniques d'Iblard*, *L'Orchestre des doigts* ou *La Forêt de Miyori*. Cette collection disparaît en février 2010, mais certaines séries *shonen* sont toujours en vente.

Le milieu du manga toulousain est très actif, notamment grâce au cosplay, qui attire de nombreux passionnés. Des associations ont d'ailleurs vu le jour pour créer des liens entre les fans et les insérer dans une communauté. La plus connue des associations, Chuuu Cosplay, fondée en 2010, a pour but « de rendre le cosplay plus accessible aux débutants. En effet, à travers l'animation de divers ateliers ouverts à tous (couture grand débutants, travail du bois pour la création d'armes), nous offrons depuis maintenant plus d'un an, un tremplin à tous ceux qui désirent se lancer pleinement dans cette activité, en leur donnant des bases qui leur serviront à démarrer sereinement [tout en étant] encadrés. Parallèlement à cela, les membres de l'association construisent ensemble sur plusieurs mois, des projets cosplay de plus ou moins grande envergure, et qui se concluent généralement sous forme de prestation scénique ayant un rapport avec une œuvre connue (mangas, films, séries...) »⁵⁷. Cette association a été dissolue en 2013⁵⁸, mais elle a participé à de nombreux événements comme le Toulouse Game Show ou la Japan Expo Sud, principaux lieux de la culture manga. D'autres associations sont nées suite au succès rencontré par les costumes dans les conventions, à l'image de la Sakura Party, G.A Otaku ou Bulle Japon⁵⁹.

Après le succès des séries comme *Dragon Ball*, qui s'est vendu à plus de dix-sept millions d'exemplaires en France, les lecteurs veulent découvrir d'autres genres, d'autres histoires. Les éditeurs le comprennent et se mettent à publier de plus en plus de manga, lançant le début de leur diffusion. Surfant sur cette nouvelle vague, la librairie Bédéciné prend l'initiative de lancer les premières séries. Les mangas commencent donc à envahir Toulouse vers la fin de l'année 1994.

Le comptoir qui faisait office de « rayon » manga à l'époque, n'était composé que de quelques titres. *Dragon Ball* ou *Sailor Moon* deviennent les représentants de cette nouvelle bande dessinée venue du Japon. La gérante du magasin, sceptique quant au succès de ce genre,

⁵⁷ Chuuucosplay.over-blog.com

⁵⁸ Aucune raison officielle n'est parue, mais lors d'une rencontre avec des amis de certains membres de l'association, ils m'ont affirmé qu'une mauvaise entente régnait au sein des membres fondateurs, ce qui a conduit à la dissolution de l'association.

⁵⁹ Sakura Party est une association spécialisée dans les événements liés à la japanimation et la culture japonaise. G.A Otaku est une association qui organise des ateliers cosplay, maquettes, dessins, travaux manuels ... Bulle Japon est une association spécialisée dans l'organisation de jeux et animations autour de la culture japonaise.

a même affirmé à Jacques Glénat : « *vous n'y pensez pas, vous allez vous planter. Il faut être fou pour sortir ça* » (Gérante de la librairie Bédéciné). Elle a pourtant laissé le manga se développer sous l'impulsion d'un de ses employés. Ayant remarqué qu'une autre librairie avait commencé à vendre ces nouvelles bandes dessinées et qu'elle « *avait la queue qui sortait de la Rue du Taur* » (Gérante de la librairie Bédéciné), cet employé a composé la première étagère, d'environ un mètre de large et de haut. Peu habitués au format (11,5 x 18 cm) pour une bande dessinée, certains libraires décident de ne pas les placer en libre accès, afin d'éviter les vols. Les mangas sont alors disposés derrière un comptoir et sous leur surveillance, les démarquant des albums de bande dessinée franco-belge ou des comics américains, ce qui leur confère, dès le départ, un statut particulier dans le milieu de la bande dessinée. A ToutenCartoon, l'autre librairie qui proposait du manga à la même époque, la directrice « *avait un comptoir et elle interdisait aux gens de toucher aux mangas. C'était un peu trop* » (Gérante de Bédéciné).

Mais le manga prend son essor avec le troisième, et actuel, responsable du rayon. Profitant de la vague de publication, il agrandit peu à peu le comptoir : « *quand je suis arrivé, on a fait un vrai comptoir. [...] Parce qu'on s'est retrouvé avec des problèmes de vols, des trucs comme ça, dès le départ* » (Responsable du rayon manga chez Bédéciné). Il a donc aménagé un nouvel espace, plus grand que le précédent et spatialement plus proche de l'actuelle surface dédiée au manga. « *Finalemment en termes de librairie manga on était les précurseurs* » (Responsable du rayon manga chez Bédéciné). Aujourd'hui, la librairie est divisée en trois espaces : un consacré aux BD et comics, un autre à la littérature fantasy et science-fiction et le dernier au manga. Les séries sont nombreuses, « *à mon avis, on doit dépasser les 1000-1500 titres* » (Responsable du rayon manga chez Bédéciné).

Leur démarche aujourd'hui, « en tant que librairie spécialisée et indépendante, [consiste à] faire c'est de la vente conseil. Parce que la librairie ça reste une forme du commerce, et nous, vraiment, on cherche à ce que les gens trouvent leur bonheur dans leur lecture. Les gens viennent se faire plaisir en achetant des BD. Ils ne viennent pas acheter quatre pneus pour leur voiture » (Responsable du rayon manga chez Bédéciné).

Le manga se prête bien à ce type de vente puisque les codes qu'ils mobilisent sont différents des codes de la BD occidentale et moins connus du grand public. La caractéristique principale de la bande dessinée japonaise reste sa segmentation par tranches d'âge et de sexe, qui produit des histoires et des dessins différents. « *Si tu n'avais personne derrière, soit tu avais une mauvaise étiquette, soit les gens allaient faire entre guillemets des "bêtises", en achetant des bouquins sans savoir ce qu'il y avait dedans. Donc "Tiens je t'ai acheté ça" comme une bibliothèque verte, non ça, ce n'est pas possible [avec le manga]* » (Responsable du rayon manga)

chez Bédéciné). Ainsi, il peut aiguiller les amateurs comme les profanes, grâce à ses connaissances du milieu et des codes propres à la bande dessinée japonaise.

Le manga a donc généré des points de vente, de rassemblement et d'apprentissage. Des librairies spécialisées ont ouvert et les grandes chaînes ont intégré un rayon manga à leur gamme, augmentant l'offre toulousaine.

Le manga aujourd'hui

Avec ce statut de grands consommateurs de mangas, les fans toulousains espèrent trouver une offre importante en ville. Les rayonnages des grosses structures se sont donc modifiés afin d'accueillir ce genre et des librairies spécialisées ont vu le jour suite à son succès national. Les libraires deviennent alors des médiateurs culturels notamment à cause des choix qu'ils opèrent lors de la sélection des futurs titres mis en rayon, ainsi que par l'agencement et la présentation des différents genres et sous-genres propres au manga.

Cartographie des librairies

L'offre en manga sur Toulouse est assez conséquente. Des grandes chaînes ainsi que des librairies indépendantes possèdent un rayon manga, plus ou moins fourni selon la spécialité. Lorsqu'on liste toutes ces librairies, on peut en distinguer deux grands types : les grosses structures et les petites librairies indépendantes. Mais malgré cette principale caractéristique commune, des différences sont perceptibles entre les deux grandes enseignes et entre les diverses petites librairies indépendantes.

La Fnac et Gibert Joseph sont les deux magasins, après la fermeture de Virgin en 2012, les plus diversifiés et généralistes. En plus des livres, ces enseignes vendent également des disques, des films et de la papeterie, puis des jeux vidéo, de l'électronique et petit électroménager pour la Fnac. Mais ces deux établissements fonctionnent différemment, tant dans le recrutement des responsables du rayon manga que sur la sélection et l'agencement de l'espace qui lui est dédié. Le rayon manga de la Fnac n'est pas tout à fait comparable avec celui de Gibert Joseph. Le premier étage de la Fnac est consacré pour partie à la librairie. Le rayon dédié au manga se positionnait, avant des changements récents, à la sortie de l'escalator, lui offrant une visibilité et une accessibilité incomparable. Désormais replacé au fond du magasin, en face de la bande dessinée « traditionnelle », il n'est plus aussi apparent. Un espace de lecture a récemment été ouvert à côté, afin de permettre aux lecteurs de ne plus rester assis dans le rayon, chose courante

lorsque qu'il était en face de l'escalator. Cette pratique est liée à la forme du manga et à la simplicité du récit, qui permet de le lire très rapidement. Au Japon, les éditeurs ont d'ailleurs calculé le temps idéal de lecture et ont adapté leurs publications en fonction. Ainsi, « la longueur des chapitres est conçue de manière à permettre au lecteur d'en achever un entre deux stations de métro. En moyenne, vingt minutes suffisent à un Japonais pour lire trois cent vingt pages, soit environ quatre secondes par pages » (Canivet-Fovez, 2014). Les lecteurs français ayant développés approximativement les mêmes capacités de lecture que les japonais, arrivent également à lire un tome assez rapidement⁶⁰. De plus, le prix plus élevé des mangas en France, favorise la pratique de la lecture en magasin, avec en moyenne, un tome entre sept et neuf euros en France contre cinq euros pour un tome et deux pour un magazine de prépublication au Japon.



Rayon manga à la Fnac (1)

En effet, le public étant plutôt jeune, il n'a pas toujours les moyens de payer une série entière, car rares sont celles en one-shot⁶¹.

L'espace manga de la Fnac se divise en trois parties : la première, lorsqu'on arrive sur le rayon, est une étagère qui présente les meilleures ventes du moment. Au moment où je m'y rends, le tome soixante-neuf de

One Piece, le cinquante-sept de *Bleach*, le trente-deux des *Gouttes de Dieu* et le vingt-trois de *Switch Girl*, s'affichent sur ce présentoir de quatre étagères (photo 1). Suivent ensuite, de chaque côté, les nouveautés. La seconde partie se constitue de tous les titres en vente, qui s'étalent sur un mur et demi. La troisième partie est de l'autre côté du passage et exposent les nouvelles sorties des titres les plus connus, comme *One Piece*, *Naruto*, *Beelzebub*, ou *Fairy Tail* (photo 2). Les titres sont classés par ordre alphabétique, sans distinction de genre. Seuls les grands formats sont placés ensemble, pour un raison évidente qui tient à leur taille. Les mangas

⁶⁰ Un sondage a été lancé par un blog et les résultats varient entre trente minutes et une heure pour la lecture d'un tome d'environ cent à deux cent pages. *Bullehojo.fr*

⁶¹ Manga dont l'intrigue se termine en un seul volume.

pornographiques sont également rangés ensemble, en hauteur, pour les éloigner des plus jeunes. Ce rayon s'insère dans l'espace bande dessinée, puisqu'il côtoie, à la fois à côté et en face, la bande dessinée franco-belge et les comics américains. Plusieurs personnes se complètent pour conseiller et gérer ces rayons. Aucune n'est réellement spécialisée dans le manga, car la dernière responsable de ce rayon a été transférée ailleurs. Celle qui occupe désormais sa place connaît peu cet univers et ses codes, étant donné sa récente affectation⁶².



Présentoir des nouvelles séries (2)

La présence du manga à la Fnac remonte au moment de son explosion en France, dans les années 2000. L'offre s'est peu à peu étoffée jusqu'à proposer aujourd'hui de nombreux titres. Cependant, en interrogeant la responsable du rayon, on comprend que le statut du manga n'est pas différent de celui de la bande dessinée ou du livre. Ayant travaillé sur un autre rayon avant de s'occuper de celui du manga, la responsable actuelle n'est pas familiarisée avec les codes ni les spécificités de ce genre. Le statut de chaîne uniformise donc l'offre, toutes les Fnac de France présentant les mêmes titres.

Quant à l'enseigne Gibert Joseph de Toulouse, elle possède trois magasins, chacun spécialisé dans un domaine. Le premier est consacré aux livres, le second à la papeterie et le troisième regroupe plusieurs catégories : les disques, les films, et la bande dessinée. Sur deux étages, ce

⁶² La responsable actuelle du rayon m'a prévenue qu'elle n'était pas là depuis longtemps et qu'elle ne connaissait encore mal l'univers du manga.



Rayon manga chez Gibert Joseph (3)

troisième magasin se divise en plusieurs espaces. Celui consacré au manga est à l'étage, avec la bande dessinée et les comics (photo 3).

Cet espace est divisé par catégorie grâce à plusieurs présentoirs qui mettent en avant les mangas. Le premier propose toutes les nouveautés classées par genre, à savoir : *shojo*, *shonen* et *seinen*.

Par exemple, parmi les nouveautés *seinen* au moment de mon enquête, on pouvait trouver sur ce présentoir le tome cinq de *Space Brothers*, ou le tome deux de *King's Game Extreme*, entre autres. Derrière lui, la deuxième série d'étagères présente les grands formats. En effet, certains mangas sortent dans un format plus grand que l'habituel 11,5 x 18 centimètres. Ces titres sont souvent des rééditions, comme pour *City Hunter* ou *Bride Stories*, mais aussi des livres sur le manga ou en rapport avec son univers, à l'image de *Mon Voisin Totoro*, livre illustré du film d'animation du même nom, réalisé par Hayao Miyazaki. Suivent ensuite les étagères dédiées au *shojo*, au *shonen* puis au *seinen*. Quelques titres *yaoi*⁶³ et *hentai*⁶⁴ sont également disponibles, sur un présentoir différent, dans un coin entre le *shonen* et le *seinen*. Les titres sont ensuite classés par ordre alphabétique, au sein de leur genre respectif. Tout l'étage est géré par un seul responsable. Démarché de Virgin, où il s'occupait du rayon disques, il a été embauché chez Gibert Joseph grâce à son vif intérêt et ses connaissances du comics. Univers parallèle, il a rapidement intégré les codes liés au manga. Son expertise a donc été déterminante pour récupérer le rayon bande dessinée, qui était auparavant géré par autre une personne⁶⁵. La présence de la catégorisation *shonen*, *shojo*, *seinen*,..., montre que les spécificités sont maîtrisées appuyant l'expertise du responsable de rayon. Le statut du magasin, constitué en réseau de librairies, accorde donc de l'importance aux particularismes du manga, tout en proposant une

⁶³ Scénarios mettant en scène des relations amoureuses entre hommes.

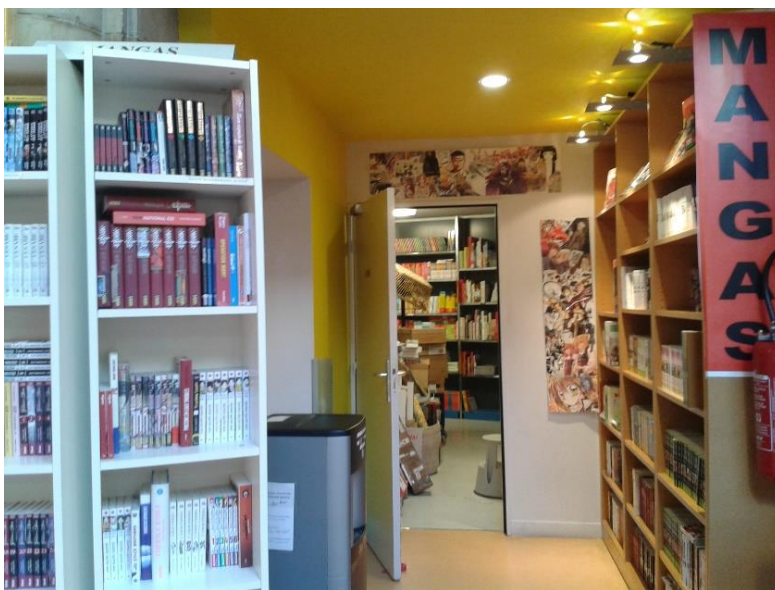
⁶⁴ Mangas pornographiques.

⁶⁵ Le responsable actuel du rayon m'a donné ces informations.

offre conséquente. Malgré sa ressemblance avec la Fnac de par la taille de la structure, on voit clairement que le manga n'est pas perçu de la même manière.

Quant aux autres petites enseignes, leur point commun est d'être indépendantes. Mais elles ne se ressemblent pas pour autant. On peut distinguer quatre sous-groupes : la librairie indépendante généraliste, les librairies sur l'univers de la bande dessinée, celle sur l'univers du manga et une dernière qui intègre à l'univers BD, la science-fiction.

Ombres Blanches est implanté depuis une trentaine d'années sur Toulouse. Librairie généraliste, elle propose à la vente divers genres, de la littérature à la science-fiction, en passant par la psychologie, la sociologie, ou la bande dessinée. Présent depuis une dizaine d'années environ, le manga s'est imposé lors de son essor en France et à la suite de demandes formulées par le public local. Côté dans le même espace la bande dessinée « traditionnelle » et la littérature jeunesse. Il est divisé en deux parties : l'une visible lorsqu'on arrive sur le rayon (la bibliothèque blanche sur la photo 4), l'autre dans un renforcement (la bibliothèque marron sur la photo 4). La partie la plus apparente est constituée d'un grand présentoir et de trois plus petits. La plus grande accueille les nouveautés des mangas adultes, et les trois autres les divers titres de ce genre, souvent en grand format. Ce coin « adulte » propose des mangas d'auteurs et des *seinen*. Les mangas de Taniguchi sont un peu à part, car ils sont considérés comme uniques dans le genre. La seconde partie, plus confinée, est constituée de trois sections, et présente les *shonen*, *shojo* et les mangas pour les jeunes enfants. Ces catégories étant très présentes dans le manga, ils ont donc les séries incontournables comme *One Piece* ou *Fairy Tail*. Les *shojo* sont classés avec les mangas pour les jeunes enfants (*kodomo*) et les *shonen* bénéficient de deux



Rayon manga chez Ombres Blanches (4)

bibliothèques. Les titres sont classés par ordre alphabétique, classement « le plus évident » (Responsable du rayon chez Ombres Blanches). Mais le manga n'est pas leur spécialité, et le rayon n'est pas aussi diversifié que celui de la Fnac ou de Gibert Joseph. Ils mettent plus en avant les mangas d'auteurs, comme ceux de Taniguchi, que les mangas plus « populaires »,

que sont les *shonen* et les *shojo*. Considérée comme une référence dans la vente d'ouvrages de fonds⁶⁶, cette librairie reste donc égale à sa ligne de conduite en ayant une offre plus réduite en manga, fleuron de la culture populaire japonaise.

Dans le groupe des librairies sur l'univers de la bande dessinée, on retrouve trois enseignes : Atmosphères, Au Comptoir du Rêve et BD Fugue. Chez Atmosphères, le manga a été intégré « naturellement » car il fait partie de la bande dessinée. Il n'y avait donc aucune raison pour ne pas l'inclure, au même titre que la bande dessinée franco-belge. L'espace qui lui est consacré est divisé en multiples présentoirs et bibliothèques. Etant classés par éditeurs, les titres sont donc divisés : une bibliothèque est réservée à des éditeurs comme Kana ou Pika, un tourniquet rassemble les titres de Glénat, *One Piece* en tête, un autre regroupe trois autres éditeurs et un coin est réservé aux nouveautés. Une dernière petite bibliothèque est consacrée aux soixante-six volumes de la série *Naruto*.

Au Comptoir du Rêve, le manga est présent depuis cinq ans sur les sept années d'ouverture de la librairie. Faisant partie de la BD, il a paru logique de l'intégrer. De plus, à l'époque de l'ouverture, un créneau était à prendre car peu de magasins en vendaient. L'emplacement a également joué un grand rôle, car il est stratégique étant proche d'un collège et d'un lycée, un public sensible à ce genre. L'espace qui lui est dédié est conséquent, puisque la librairie rachète et revend des mangas d'occasion. Une partie, près de l'entrée, est réservée aux mangas neufs. Une table présente les nouveautés, et quatre grandes bibliothèques, réunies pour former une « tour », rassemblent les volumes neufs. Quant aux mangas d'occasion, ils s'étalent sur un mur



Rayon manga d'occasion au Comptoir du Rêve (5)

et demi ainsi que dans quelques bacs (photo 5). Ces derniers contiennent des volumes vendus à deux euros, tandis que les bibliothèques regroupent les volumes d'occasion, classés par éditeurs, puis par ordre alphabétique. Ils reprennent tous les mangas qui leur sont apportés, même s'ils ont déjà les tomes en stock. Au départ, ils n'avaient

⁶⁶ <http://evene.lefigaro.fr/culture/lieux/librairie-ombres-blanches-5719.php>

d'ailleurs que des occasions, puis ils ont décidé de rajouter un rayon neuf, pour permettre aux clients de compléter certaines séries qui ne seraient pas entières en occasion.

BD Fugue est une jeune librairie, implantée depuis un an et demi. Le manga a été intégré « logiquement », puisqu'il fait partie de la bande dessinée. Placé à l'entrée, un premier présentoir met en évidence les dernières sorties, tous genres confondus. Ensuite, les *shonen* et les *seinen* sont rassemblés sur une bibliothèque qui prend l'angle d'un mur. Les *shojo* sont dans la continuité, et les *yaoi* sont placés en hauteur. Une étagère est également consacrée aux classiques, comme les mangas de Taniguchi, ainsi qu'aux grands formats. Tous sont classés par ordre alphabétique de titres, ce qui leur semble être la façon la plus simple de fonctionner.

La librairie Bédéciné, qui est une des pionnières dans l'implantation du manga à Toulouse, se distingue des trois précédentes librairies par son intégration de l'univers science-fiction et fantasy à celui de la bande dessinée. Le magasin se découpe donc en trois espaces : l'un consacré à la bande dessinée traditionnelle et aux comics, un autre à la science-fiction



Rayon manga chez Bédéciné (6)

et le dernier aux mangas. La surface qui lui est dédiée recouvre trois murs. Un regroupe les nouveautés, qui sont également présentes sur une table. Les grands formats, les romans d'auteurs et les *seinen* se partagent le mur du fond (photo 6). Les *shonen* et les *shojo* sont concentrés sur le troisième mur. Le classement s'organise donc par genres et par ordre alphabétique. Ils ont essayé de les classer par éditeurs, mais sont finalement revenus au classement alphabétique, les lecteurs ne s'y retrouvant pas.

La dernière librairie indépendante à proposer un rayon manga est unique à Toulouse. En effet, Asiance reste désormais la seule à n'être consacrée qu'à l'univers du manga. Elle rassemble donc des produits dérivés, des animés, et des mangas. Le magasin est donc divisé en trois espaces : le premier, à l'entrée, est consacré à l'animation japonaise, le second est dédié aux goodies avec des peluches, des figurines, ou des t-shirts, et le troisième, au fond du magasin,

réuni les mangas neufs et d'occasion. D'un côté, on peut trouver les mangas neufs, sur un mur, et de l'autre, les mangas d'occasion. Un bac leur est également attribué. Le classement se fait par ordre alphabétique de titres pour « *que les produits soient accessibles et repérables par les clients et les clientes* » (Gérant d'Asiance).

Les libraires sont donc libres de choisir le classement qu'ils souhaitent et estiment être plus accessible d'accès pour les clients. Certains font le choix de les classer par éditeurs, mais la majorité préfère l'ordre alphabétique de titres, le jugeant plus simple et plus facile pour les lecteurs. D'autres intègrent les catégories définies par les japonais à cette répartition : *shonen*, *shojo*, *seinen* et plus rarement *kodomo*. Du *yaoi* et du *hentai* se rajoutent parfois à cette liste, mais généralement, les français n'ont pas autant de genres que les japonais.

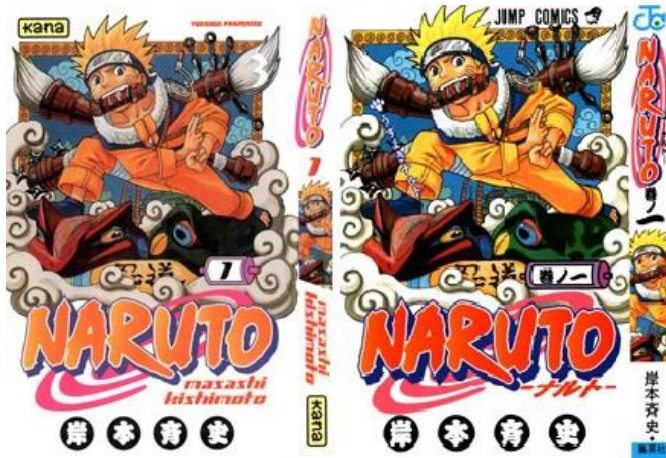
Eux « adorent les cases, ils adorent ranger les trucs, le contour, la règle. Donc au Japon, il y a de grands genres comme le *kodomo*, le *shonen*, le *shojo*, le *josei*, le *seinen*, le *hentai*,... Après, il y a du *shonen-ai* par exemple. C'est du *yaoi* mais qui n'est pas tout à fait du *yaoi*. C'est-à-dire que si on veut y voir du *yaoi* on peut, et si on veut ne pas en voir, on peut aussi. Il y a le *lolicon*, ... Alors le *lolicon* c'est des petites filles avec des hommes adultes. Et il y a le *shota* : c'est des petits garçons avec des femmes matures. Il y a [aussi] le *mecha*, le manga de sport, le manga sur des métiers, le manga pédagogique, qui va apprendre les gestes de premier secours, du manga pour petits vieux, contemplatifs... » (Directrice de Toulouse Manga).

L'offre est donc beaucoup plus diversifiée au Japon, dans les catégorisations proposées et les contenus. Mais certains genres sont très marqués par une japonité qui n'intéresse pas les éditeurs français car ils ne toucheraient pas un public assez large. « *C'est un choix des maisons d'édition, qui choisissent [les titres] qui se vendent le mieux. [...] En France, c'est la loi du marché* » (Directrice de Toulouse Manga). Les principaux genres qui ont émergé en France ont été choisis pour plusieurs raisons : le *shonen*, parce qu'il réussit à plaire, à la fois au public masculin et féminin, ce qui va permettre d'augmenter les ventes, le *shojo*, pour attirer un public adolescent grâce à des histoires à l'eau de rose, et le *seinen*, parce qu'il commence à toucher de plus en plus d'adultes, ce qui représente un futur marché en expansion. D'autres genres, comme le *josei*, par exemple, sont peu représentés en France, parce qu'étant très spécifiques. Les scénarios étant souvent l'histoire et le parcours professionnel de femmes entre 25 et 40 ans, ils vont moins intéresser les hommes, ce qui est pénalisant en termes de ventes. Leur publication est donc plutôt rare. De plus, en ne sélectionnant que quelques titres pour un genre, les éditeurs français le façonnent et le relayent aux lecteurs, qui auront une vision plus limitée de celui-ci. Certains éditeurs, comme Kana par exemple, prennent parfois des risques et publient des mangas plus artistiques, afin d'élargir l'offre française mais cela reste un phénomène isolé, qui n'est pas repris par la majorité des maisons d'édition. Les éditeurs influencent alors la vision du

manga en France, en opérant des choix dans la sélection des titres qui vont être publiés. Les libraires se font le relais de cette sélection en choisissant les titres qu'ils vont mettre en rayon.

Sélection des titres

Les opérations de traduction renvoient certes à une sélection des titres chez les distributeurs, mais renvoient également à des choix en amont qui concernent le contenu même de l'œuvre. Et avant d'arriver dans les rayons des librairies, les tomes doivent subir plusieurs modifications. Après la sélection d'un titre, l'éditeur français achète l'édition japonaise en plusieurs exemplaires. Commence ensuite un travail primordial : la traduction. Kana explique dans son blog comment se déroule cette étape jusqu'à la publication finale. De petites différences peuvent exister entre éditeurs dans le déroulement d'une adaptation de manga, mais les grandes étapes restent les mêmes pour tous (Fontaine, 2005). Le traducteur reste le même pour toute une série,



Couvertures françaises et japonaise du tome 1 de Naruto, publié chez Kana en France et Shueisha au Japon

de chacun et finalise le texte. Il l'envoie au lettré, qui intègre le texte aux bulles préalablement nettoyées du texte en japonais. D'autres corrections peuvent être apportées, et les aller-retours recommencent, jusqu'à l'impression de l'ozalid, le montage définitif servant à contrôler les éventuelles erreurs avant l'impression finale. La couverture française est aussi soumise à une adaptation. Chez Kana, ils « essaient d'avoir une couverture très proche de l'édition japonaise », mais elle doit malgré tout passer par l'approbation de l'ayant-droit japonais, avant d'être validée pour l'impression finale.

L'éditeur français opère donc des choix mais ils restent contrôlés par l'éditeur japonais. Ces derniers gardent une maîtrise presque totale des productions françaises mais également des auteurs japonais. « On passe d'un processus dans lequel le mangaka concevait et créait une œuvre

tout comme le correcteur, « afin qu'il puisse se familiariser avec les termes employés dans le manga »⁶⁷. Ce dernier corrige les erreurs de français, les tournures de phrases, la ponctuation ... Le tout est renvoyé au traducteur, afin de savoir si les corrections restent dans l'esprit de la langue originale. L'assistant en charge de la série intègre ensuite les propositions

⁶⁷ Kanablog : <http://www.kana.fr/blog/inside-kana-decouvrez-la-realisation-du-naruto-tome-57-acte-1/#comment>

originale à celui où l'éditeur lui passe commande d'une série préfabriquée dont le sujet, les personnages et le scénario ont été élaborés dans les conférences de rédaction, les dialogues écrits par des professionnels et la documentation rassemblée par une firme spécialisée » (Bouissou, 2012). Il n'est donc pas étonnant que les maisons d'édition japonaises souhaitent surveiller les adaptations françaises, refusant les plus divergentes des versions originales. Les français sont donc sous l'influence des japonais et ne peuvent pas diffuser n'importe quelle couverture, par exemple.

Une fois le volume terminé et imprimé, l'éditeur va le confier à un diffuseur. « La diffusion désigne l'ensemble des opérations commerciales et marketing mises en œuvre par les éditeurs dans les différents réseaux de vente. Elle peut être intégrée dans les services de la maison d'édition, mais se voit le plus souvent confiée à une structure qui se consacre exclusivement à cette activité »⁶⁸. Les tomes sont ensuite acheminés par un distributeur. « Les activités de diffusion et de distribution coexistent parfois au sein d'une même structure. La distribution assume les tâches liées à la circulation physique du livre (stockage, transport) et à la gestion des flux financiers qui en sont la contrepartie : traitement des commandes et des retours, facturation et recouvrement. Il s'agit d'une activité de plus en plus industrialisée, car un distributeur doit aussi bien assurer des mises en place significatives, voire très importantes, que du réassort à l'unité »⁶⁹. Hachette, par exemple, est un groupe qui diffuse et distribue des mangas venant de nombreux éditeurs, comme Doki Doki, Kazé Manga, Panini, Pika, Tonkam, Soleil ou Glénat. D'autres sociétés ne sont spécialisées que dans la diffusion, comme La Diff, et laissent la distribution aux groupes Hachette, Daudin, Volumen ou M.D.S⁷⁰.

Quant aux représentants des diffuseurs, leur tournée « permet, entre autres, de présenter les nouveautés aux détaillants, d'enregistrer les pré-commandes (notés), les promotions et les réassortiments (réassorts), et de suivre les retours. Compte tenu de l'augmentation régulière du nombre de titres publiés, le diffuseur doit conjuguer le potentiel de vente des détaillants et les objectifs de l'éditeur »⁷¹. Lors de ces tournées, ils fournissent une liste aux librairies sur laquelle sont notés tous les titres qui vont sortir. Ils laissent alors le choix aux libraires d'en commander ou non, mais aussi d'estimer le nombre dont ils pensent avoir besoin. Dans le cas d'une série en cours, les libraires regardent les chiffres de ventes des anciens volumes et commandent la

⁶⁸ Syndicat National de l'Édition, *sne.fr*

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ *Ladiff.fr*

⁷¹ *Sne.fr*

quantité des prochains tomes en fonction de celles-ci. Ces choix se font par trimestre, mais certains estiment que c'est fait « *trop longtemps [à l'avance]*. On n'a pas assez de recul sur les séries qu'il faut déjà les re-commander » (Employé chez Atmosphères). Un libraire arrête de commander une série lorsqu'elle ne se vend plus depuis cinq ou six tomes. La manière d'effectuer les choix à la Fnac diffère des autres librairies puisqu'étant une chaîne, une sélection globale de titres est envoyée dans tous les magasins de France. Ces titres correspondent aux meilleures ventes. Les autres mangas sont choisis localement, par le responsable de rayon.

La liste (photo 7) est organisée par éditeurs. Ici, ce sont les nouveautés chez Glénat. Ensuite, elle se découpe en quatre colonnes : une pour la quantité dont va vouloir le libraire, une avec la collection, le titre et l'auteur (une photo de la couverture est parfois ajoutée), la troisième colonne donne le prix de vente TTC d'un tome, et la dernière fournit le code-barres Hachette, qui est le distributeur de Glénat. « La généralisation de l'ISBN à tous les ouvrages, l'adoption du code-barres, d'abord sur le dos des ouvrages puis dans la plupart des catalogues ont, en premier lieu, facilité les échanges de données et, par la suite, permis de gérer les entrepôts de manière

Quantité	Collection / Titre / Auteur	PP TTC	Code Hachette / EAN	Quantité	Collection / Titre / Auteur	PP TTC	Code Hachette / EAN
	Run 576 PACK 3 STOP-RAYONS "NOUVEAUTÉ GLENAT MANGA" MANGA		9127879		KAMIKAZE KAITO JEANNET T01 Ariya Tanemura MANGA SHOJO	6,90 €	7022303
	BERSERK T37 Himuro Mitsuru MANGA SEINEN	6,90 €	9888917		BLEACH T59 Tite Kubo MANGA SHONEN	6,90 €	7182344 / 7020752
	GANGSTA T04 Kohske MANGA SEINEN	7,90 €	9955584		CAGASTER T01 Kachou Hashimoto MANGA SHONEN	6,90 €	6811129
	GUNNM LAST ORDER T19 Yukito Kishiro MANGA SEINEN	6,90 €	9968995		PACK 2 STOP RAYON CAGASTER T01 MANGA SHONEN		9855578
	LA TOUR FANTOME T03 Taro Nagizaka MANGA SEINEN	7,50 €	9988918		STOP PILE CAGASTER T01 MANGA SHONEN		372541108 / 3468882
	BABY-SITTERS T04 Manga Shonen	6,90 €	7011142		CLAYMORE (Shueisha) T24 Nanbata Yagi MANGA SHONEN	6,90 €	8822292
					D-GRAY MAN T24 Katsura Hoshino MANGA SHONEN	6,90 €	6823381

Liste des mangas à commander chez Glénat pour le troisième trimestre 2014 (7)

plus automatisée en facilitant la reconnaissance des livres tant lors de la préparation des commandes que dans la reconnaissance des retours d'invendus »⁷².

La parution des nouveautés fluctue mois par mois et est fortement influencée par les événements liés au manga ou à la bande dessinée.

« Rien que les nouveautés, dans le secteur bande dessinée, manga, comics, ça représente plus de cinq mille parutions par an. Donc ça veut dire qu'on est à peu près sur une moyenne d'une centaine de titres par mois sur les trois secteurs. Mais ça ne veut rien dire, parce qu'il y a des semaines, moi je vais peut-être en avoir cinquante, la semaine d'après je peux très bien en avoir vingt. Et puis tout dépend des périodes de l'année, par exemple à la période du TGS, alors là c'est l'avalanche de nouveautés pour le manga. C'est-à-dire que là on dépasse les cent vingt parutions sur une semaine. Ça c'est énorme. C'est pareil pour l'Angoulême. Il y a plein de choses qui sortent en nouveautés pour l'Angoulême. Donc du coup, ils ont deux cents titres à la BD. Tout dépend de la période. Et suivant les années ça change » (Responsable du rayon manga chez Bédéciné).

Pour le mois de mai chez Glénat par exemple, sept nouveaux tomes étaient disponibles, comme le volume cinquante-huit de *Bleach* ou le vingt-quatre de *Captain Tsubasa*. Chaque éditeur possède son planning, qui précise le jour et le mois de parution de chaque tome.

Les libraires, avec les choix qu'ils opèrent grâce à la liste, ont donc une emprise sur la vision du manga qu'ils veulent transmettre aux lecteurs. Grâce aux divers genres et sous-genres qui caractérisent le manga, ils sont à même de se positionner et de créer une librairie en accord avec leur conception du manga. Mais ils sont limités par plusieurs points. Le premier est l'objectif économique. Malgré le côté intellectuel de la lecture, une librairie n'en reste pas moins un commerce, qui doit assumer un loyer, des charges, des salaires ... Le libraire ne peut donc pas se permettre de ne proposer que des titres particuliers, ne touchant qu'un type spécifique de lecteurs, car aujourd'hui, les séries qui se vendent le mieux sont celles connues du grand public : *One Piece*, *Naruto*, *Bleach*, *Fairy Tail*. L'état du marché repose en grande partie sur ces quelques titres, les intégrer à son rayon assure alors au libraire de faire des ventes. Le deuxième point correspond à la limitation de la traduction des mangas. Les éditeurs français ne rachètent pas tous les titres japonais, l'offre reste plus restreinte, obligeant les libraires à s'y adapter. Au contraire, sur internet, les teams de scantrad⁷³ n'ont pas ces limitations, ce qui rend l'offre beaucoup plus abondante. La liste offre donc un choix réduit, encadré par les éditeurs. Même si la liste peut varier d'une maison d'édition à une autre, en fonction des diverses politiques

⁷² *Ibid.*

⁷³ Les teams de scantrad sont des équipes qui scannent puis traduisent des mangas. Les scans sont alors disponibles librement sur internet.

mises en place, elle n'en reste pas moins la représentation des sélections effectuées par les éditeurs français mais aussi japonais, car ces derniers doivent accepter de vendre les licences pour autoriser les français à traduire et mettre en vente les mangas.

Ainsi, une certaine uniformisation touche toutes les libraires, notamment grâce à un outil : la liste. Celle-ci est façonnée par les éditeurs, dont sont dépendants les libraires. Ces derniers n'ont donc qu'une maîtrise partielle de leur stock, et au final, proposent tous peu ou prou, la même gamme de produits. La différence tient principalement dans les quantités qu'ils peuvent conserver au sein de leur magasin. De là, viendra ensuite la largeur de la gamme. Par exemple à la Fnac, où l'espace consacré aux mangas s'étend sur deux grands murs, le choix pour le consommateur sera plus conséquent qu'à Atmosphères, où le coin réservé aux mangas est plus restreint. Dans toutes les librairies que nous avons pu observer, le rayon manga reste plus ou moins semblable dans l'offre de titres proposés. Les séries les plus populaires remplissent tous les rayons, même à Ombres Blanches, qui offre pourtant une gamme plus réduite et plus spécialisée dans les mangas d'auteurs et *seinen*.

CONCLUSION

Pour conclure, la traduction des mangas en français a créé un marché, que de nombreux acteurs ne cessent de faire évoluer. De quelques mangas traduits et adaptés, d'abord dans le format français, dans les années 1990, on passe aujourd'hui à une production de mille quatre cents mangas. Le nombre d'éditeurs et de librairies ont également augmenté pour faire face à la demande toujours croissante des amateurs. Mais certains pensent que cette production est trop importante : « *Il y a quand même, honnêtement, une surproduction générale, BD, manga, comics, qui est due principalement à internet, parce que les gens ont voulu savoir ce qu'il se passait ailleurs. Cela a généré de la curiosité, les éditeurs ont été obligé de faire des recherches pour pouvoir satisfaire cette part du public qui cherchait à trouver quelque chose d'un peu plus international* » (Responsable du rayon manga chez Bédéciné). Cela a pour conséquence des ventes moins importantes. « Ce secteur, pourtant toujours vivace, recule économiquement plus que la moyenne du marché BD (-7,2% en valeur et -8,3% en nombre d'exemplaires vendus pour janvier-mai 2013 d'après Ipsos et Livres Hebdo). Par ailleurs, les quinze labels leaders de l'édition francophone de mangas doivent toujours faire face à l'implantation directe de certains éditeurs japonais, vendeurs de licences. Ce contexte dégradé les oblige à repenser leurs stratégies et à développer d'autres axes : l'élargissement vers un lectorat plus juvénile ou moins spécialisé et la création en direct avec les auteurs asiatiques » (Ratier, 2013). Le marché connaît

donc une certaine baisse, qui a remplacé la précédente explosion des chiffres de vente. Peu à peu, le manga se fait rattraper par le comics, qu'il avait détrôné dans les années 1990. Depuis environ cinq ans, le comics se voit remonter dans les ventes, notamment grâce aux adaptations cinématographiques réalisées ces dernières années : la trilogie *Iron Man* sortie en 2008, 2010 et 2013, la série des deux *Thor* sorties en 2011 et 2013, les trois *Batman* de Christopher Nolan en 2005, 2008 et 2012, les deux *Superman* produits en 2006 et 2013... Les super-héros ont donc de plus en plus la côte auprès des spectateurs et des lecteurs.

Le manga est pourtant toujours largement au-dessus du comics en nombre de traductions, avec mille quatre cent cinquante-six mangas traduits en français en 2013 contre trois cent quatre-vingt-cinq albums de comics. Le marché du manga mobilise donc encore de nombreux médiateurs, comme nous l'avons montré tout au long de ce mémoire. Ces professionnels sont divers et participent chacun à un niveau différent à la construction de la culture manga française. Les éditeurs, en opérant des choix quant aux mangas qu'ils vont acheter et traduire, sont les premiers à imposer une première vision de cette culture. Les professionnels qui travaillent de concert avec eux, notamment les traducteurs ou les assistants éditoriaux, participent à ce processus de traduction et d'adaptation pour un public français. Pour le chercheur et traducteur Matt Thorn, les éditeurs ont « une approche de la traduction des mangas qui cherche à préserver, voire à souligner la "japonicité" de ceux-ci, en y conservant volontairement nombre d'expressions et de marqueurs typiquement japonais » (Guilbert, 2012). Par exemple, les premières planches de mangas étaient retournées, afin d'être publiées dans le sens de lecture français. Mais cette pratique s'est désormais arrêtée, les éditeurs préférant rester fidèles au sens de lecture japonais. Certains revendiquent d'ailleurs cette spécificité, comme l'éditeur Kana, qui fait en sorte de rester au plus proche de l'édition japonaise, tant dans la traduction des termes que dans la jaquette de couverture.

Les libraires, autres acteurs du circuit du livre, forment une autre étape dans la traduction, grâce aux sélections qu'ils effectuent lors de la commande auprès des éditeurs, ainsi que par l'agencement des rayons. En effet, se retrouvant libres de décider de leur installation, les libraires ont la possibilité de préférer distinguer les *shonen*, des *shojo*, de simplement classer les mangas par ordre alphabétique ou par éditeurs. La majorité des librairies adoptent un classement par ordre alphabétique tout en distinguant les principaux genres, que sont le *shonen*, le *shojo* et le *seinen*. Xavier Guilbert souligne d'ailleurs que les français ont également tenu à garder les noms japonais des catégories ou d'en créer avec des consonances nippones,

renforçant encore la vision particulière qu'ont les français du manga, « reprenant à leur compte cette "culture manga" si médiatique » (*Ibid.*, 2012).

Les amateurs constituent un dernier groupe, même s'ils ne sont pas des professionnels du livre. Les communautés formés par ces passionnés sont actives à la fois sur internet, par le biais de forum tel que *forums.mangas-fr.com*, ou *manga-sanctuary.com/forum*, mais également au sein d'associations, comme nous l'avons vu, avec par exemple, Bulle Japon à Toulouse, ou lors de conventions telles que la Japan Expo ou le Toulouse Game Show. Ces fans se rassemblent souvent par mangas et constituent des groupes, « *il y a les adoreurs de Fairy Tail, les adoreurs de Naruto, les adoreurs de Bleach, etc et qui parfois se tapent sur la tronche* » (Directrice de Toulouse Manga). Ces communautés sont très soudées : « *un otaku aime être entre otaku* » (Directrice de Toulouse Manga), et communiquent régulièrement sur les dernières informations, souvent en regardant directement à la source japonaise. Les fans de manga sont également des grands consommateurs. Comme le résume Henry Jenkins : « Les fans de médias sont des consommateurs qui produisent, des lecteurs qui écrivent, des spectateurs qui participent » (Jenkins, 1992). Et selon Olivier Donnat, « ceci est vrai depuis longtemps dans le domaine culturel ou sportif où les passions qui animent amateurs, fans, geeks, spécialistes, habitués ou connaisseurs – peu importe en première analyse le terme retenu – sont au cœur du fonctionnement des marchés tant économiques que symboliques liés aux activités concernées » (Donnat, 2009).

Ce marché en perpétuelle évolution, dépend donc du comportement des lecteurs-consommateurs mais également des évolutions technologiques. Désormais, de plus en plus de livres sont disponibles en téléchargement payant, appelés e-book. Les mangas se sont également adaptés et peuvent être téléchargés légalement sur des plateformes telles qu'Amazon ou la Fnac. Les supports se dématérialisent peu à peu, et le manga n'y échappe pas. A long terme, le rapport qu'entretiennent les lecteurs au papier risque de se modifier. Les jeunes générations, « *qui vont être à l'école avec les tablettes, auront un autre rapport avec le papier. [...] Maintenant, si vous partez en voyage, en week-end, une tablette c'est plus facile à transporter que dix livres dans une valise* » (Gérant d'Asiance). L'argument de la praticité des médias portables est souvent évoqué pour remplacer les livres, puisqu'ils peuvent en contenir plusieurs tout en étant légers et transportables.

La disparition totale des livres n'est pourtant pas immédiate, selon le gérant du magasin Asiance mais c'est une possibilité à long terme :

« Bon c'est une vision à long terme, mais cela ne va plus exister oui. Ou de façon très restreinte. On va retrouver ce qu'il s'est passé pour le marché du CD. Il y avait des rayons immenses avant, et maintenant... Pour les mangas, ce sera pareil. Cela va rester un peu, mais de façon beaucoup plus confidentielle ou que pour des gens qui vraiment voudront... Bon ça c'est pour dans dix ans hein ! Ce n'est pas dans l'avenir immédiat. Mais c'est une évolution. Ce n'est pas la fin, c'est juste une évolution » (Gérant d'Asiance).

A plus court terme, le manga risque de connaître une certaine baisse lorsque les grandes séries qui portent le marché, comme *One Piece*, *Naruto* et *Fairy Tail*, vont s'arrêter. Le temps de trouver des séries capables de les remplacer en termes de ventes, le marché a de fortes chances de baisser. Comme nous l'avons déjà montré, les dix séries les plus vendues représentent à elles seules 50% des ventes de mangas en France (Ratier, 2013). Le déséquilibre formé à l'arrêt des séries phares engage donc l'avenir du manga.

Pour la directrice de l'école de manga de Toulouse, contrairement aux libraires que nous avons rencontrés, pense que le manga va peu à peu acquérir ses titres de noblesse.

« Cela va vraiment devenir un genre à part entière en France. Mais de toute façon pour moi, ça l'est déjà, c'est juste que les intellectuels des hautes sphères, par exemple du festival d'Angoulême, ont un peu de mal à l'intégrer mais je pense que le manga français va se redévelopper, mieux cette fois-ci, c'est-à-dire renaître de ses cendres. Il y a quelque chose à développer, enfin en tout cas de mon point de vue, entre la France et le Japon. Les Japonais sont très friands de partenariats avec la France, parce qu'on est le pays de la bande dessinée et que ça les intéresse énormément, et qu'on a un patrimoine culturel énorme. Et nous on est très friands de Japon, pour tous les aspects culturels donc je pense vraiment que l'avenir est bien tracé » (Directrice de Toulouse Manga).

Selon elle, la consommation de manga reste stable, même si les chiffres de ventes baissent. En effet, les passionnés lisant beaucoup de scans sur internet, les ventes peuvent diminuer, mais pas la consommation réelle. Mais lire des scans n'empêche pas les fans d'acheter les tomes lorsqu'ils sortent en format papier. « *Par exemple, moi j'aime un manga, que j'ai lu intégralement sur internet bien avant qu'il ne sorte en France, mais j'achète tous les tomes les uns après les autres, parce que c'est une série que j'aime et je trouve ça normal, à partir du moment que je l'apprécie, d'aider l'auteur à en vivre, de montrer que cette série vaut le coup, qu'il faut la poursuivre* » (Directrice de Toulouse Manga). La lecture en ligne de scans disponibles toutes les semaines, n'est donc pas antonymique avec l'achat de séries en librairie. Cette pratique reste propre aux lecteurs de bandes dessinées, tant de comics, que de manga ou de bande dessinée franco-belge, dont il est facile pour des teams de scantrad de scanner les pages et les mettre en ligne. Chaque semaine, à la sortie des magazines de prépublication japonais, des passionnés traduisent, parfois directement du japonais, ou de l'anglais, les nouveaux chapitres. Bien qu'illégale, cette pratique est très populaire auprès des fans, qui

attendent fidèlement chaque sortie. Les sites permettant de lire des tomes entiers sont foison, tout comme les équipes qui traduisent et adaptent les séries. « Depuis quelques années, le scantrad s'est démocratisé. Ce qui n'était qu'une portion congrue du monde manga s'est taillé la part du lion, avec l'éclosion d'internet. "Dès 1996, principalement aux États-Unis, on a vu l'apparition de fichiers scannés et traduits. Puis, ce qui n'était qu'une activité marginale, a pris de l'ampleur au point d'être à ce jour une véritable industrie", commente Raphaël Pennes, de Kazé » (Gary, 2011)⁷⁴. Causant des problèmes aux auteurs, éditeurs et libraires, cette activité tente d'être contrôlée par certains groupes, comme par exemple Digital Manga aux États-Unis, en engageant les équipes de scantrad.

On peut donc dire que la traduction du manga conduit les lecteurs à adopter plusieurs pratiques de consommation qui influencent l'évolution du marché. La vision du Japon qu'offrent les mangas disponibles sur le marché français se modifie en fonction des médiateurs et de leurs pratiques. « Les travaux sur les transferts culturels n'insistent pas tant sur le fait d'une importation que sur les enjeux qu'elle masque, les stratégies qui la motivent et les concurrences qu'elle suscite. La méthode insiste sur deux analyses : celle des contextes d'accueil et de départ d'un transfert ; et celle de ses vecteurs » (Joyeux, 2002). Ici, le contexte d'accueil du manga, en France, était propice à son implantation, puisque le paysage audiovisuel français en 1960 était pauvre en dessins animés, ce qui a facilité son intronisation. De là, le manga s'est développé, jusqu'à exploser de nos jours. Le manga étant un pur produit japonais, comme nous l'avons montré en première partie, il a permis d'introduire une culture différente de la nôtre, jusqu'à ce qu'on assimile certaines pratiques, comme par exemple manger des sushis. Bien que connotée « asiatique », cette nouvelle alimentation a conquis les français, qui l'ont rapidement intégrée, jusqu'à devenir de grands consommateurs⁷⁵. Du côté japonais, le contexte était également favorable à l'exportation des animés, puisqu'ayant amorti leurs séries, ils ont pu se permettre de brader les droits aux européens et aux américains, facilitant leur implantation sur des territoires sur lesquels ils n'avaient que peu d'influence. Quant aux vecteurs, le manga reste un des premiers et principaux. Au moment de l'arrivée des mangas en France, la culture japonaise n'était connue que par des amoureux du Japon traditionnel. Grâce à la diffusion des animés sur des chaînes de la télévision, média regardé par les classes moyennes et populaires, le manga a pu toucher de nombreuses couches de la société, permettant de faire connaître une culture plus populaire à ceux qui ne connaissaient que peu ou pas le Japon.

⁷⁴ GARY (N.), 2011, « Kazé n'exclut pas de travailler avec les teams de scantrad », *ActuaLitté*, actualitte.com

⁷⁵ La France est le pays le plus consommateur de sushis en Europe. *Sushi-maki.com*

Désormais, le manga est devenu un vecteur de *soft power*, aidant à l'implantation de la culture japonaise dans le monde entier.

Prolongement en thèse

Le but de ce mémoire était de démontrer la faisabilité d'un terrain afin de le continuer en thèse. Cette étude n'est donc pas exhaustive et mérite d'être complétée. Plusieurs pistes peuvent être suivies dans le cadre d'une thèse, à partir du terrain que nous avons exploré.

Tout d'abord, une étude peut être menée dans la continuité de ce mémoire, en approfondissant et élargissant l'angle de vue. Les différents médiateurs qui ont eu, et ont toujours, un impact sur l'importation de la culture japonaise à travers le manga méritent d'être listés et interrogés plus longuement sur leur rôle, les outils qu'ils ont mis en place, ou les choix qu'ils ont effectués. Nous avons commencé à explorer ces aspects avec les libraires toulousains, et la directrice d'une école de manga, toutefois, il serait intéressant de poursuivre ce travail grâce à des entretiens plus approfondis, qui chercheraient à en savoir davantage sur leur façon de travailler, de mettre en place les rayons, afin de saisir concrètement, la manière dont les libraires ont un impact sur la traduction culturelle des mangas. Les traducteurs, les doubleurs d'animés méritent d'être également sollicités, afin de comprendre leurs choix des mangas qu'ils vont traduire ou doubler, le déroulement de leur travail, leurs relations avec les autres médiateurs,... Etant au cœur de la traduction, ces professionnels ont un contact direct avec la culture japonaise et sont chargés de la rendre compréhensible au plus grand nombre. Ce sont donc des piliers dans le processus de traduction et de transferts culturels. Les éditeurs, autres figures importantes dans le processus de traduction et de mise sur le marché, sont les premiers acteurs à sélectionner les mangas qui vont ensuite envahir les rayons des librairies. Comprendre la manière dont ils procèdent pour choisir les séries directement à la source japonaise, dont ils l'adaptent pour un public français, permettrait d'appréhender la traduction culturelle à travers les mangas à sa principale source. D'autres acteurs comme les créateurs de conventions ou de salons sur la culture manga pourraient être rencontrés afin d'enrichir le matériau empirique. Ainsi, un panorama plus complet des médiateurs culturels serait effectué, aidant à la compréhension du processus de traduction et de mise sur le marché de produits culturels.

Dans ce mémoire, nous avons brièvement abordé les communautés de fans, appelés *otaku*, qui font vivre ce marché et jouent un rôle de passeurs de culture. Cet axe pourrait également être développé lors d'une thèse, dans une sociologie des fans et des pratiques culturelles. Les

associations spécialisées dans la culture manga sont nombreuses dans la région, ce qui appuierait un travail théorique dont les références sur le sujet sont nombreuses. En apprendre davantage sur la structure des communautés, l'apprentissage des codes culturels propres à l'univers manga, mais aussi leur impact sur la diffusion de la culture japonaise, pourrait faire l'objet d'une thèse. Ces *otaku* français, différents des *otaku* japonais et de ses dérivés (*fujoshi*, *hikikomori* entre autres) forment des communautés qui parfois peuvent se transformer en équipe de scantrad. Ce phénomène, que nous avons abordé en conclusion, parasite les canaux habituels de traduction, modifiant par là le circuit traditionnel du manga et sa consommation. Ces « traductions [sont] souvent réalisées d'un anglais déjà approximatif, puisque lui-même issu d'une traduction effectuée par un public chinois » (Gary, 2011). Dès lors, le travail d'un traducteur professionnel, engagé par un éditeur, est complètement différent de celui d'un amateur, ne comprenant pas toujours le japonais et ne se basant que sur une traduction elle-même issue d'une traduction. Souvent truffés de références culturelles et de faits d'actualité, les mangas demandent un sérieux travail de documentation, qui n'est pas toujours effectué sur les scans. De ce fait, les lecteurs n'ont pas accès aux mêmes dimensions de la culture japonaise, ce qui impacte leur vision de celle-ci. Interroger des fans, mais également rentrer en contact avec des teams de scantrad permettrait de saisir leurs modes de fonctionnement en équipe, leur façon de travailler, les conséquences que cette pratique illégale a sur le marché du manga,... dans l'optique d'aborder la traduction culturelle sous une autre forme.

Le manga, dès lors qu'il s'est implanté dans un pays étranger, a mobilisé de nombreux détracteurs, dont nous n'avons fait que très peu mention dans ce mémoire. Toujours actifs de nos jours, ces acteurs ont participé à l'établissement d'une vision négative de la culture japonaise à travers le manga. Ils s'opposent aux fans et renvoient une image très sombre des mangas. « Pour la députée [Ségolène Royal], les séries de dessins animés japonais ne sont que "coups, meurtres, têtes arrachées, corps électrocutés, masques répugnants, bêtes horribles, démons rugissants. La peur, la violence, le bruit. Avec une animation minimale. Des scénarios réduits à leur plus simple expression" » (Pasamonik, 2007)⁷⁶. De là, naît une méfiance de la part des parents. « Les Goldorak et autres Dragon Ball comblaient autant les enfants qu'ils faisaient hurler les parents » (Dargent et al., 2012)⁷⁷. Partant de cette constatation, il serait intéressant, dans une sociologie des controverses, de comprendre le processus conflictuel

⁷⁶ PASAMONIK (D.), 2007, « Quand l'irréductible Ségolène fustigeait les mangas... », *actuabd.com*

⁷⁷ DARGENT (F.), GUIOU (D.), DE LARMINAT (A.), AISSAOUI (M.), DE CHABALIER (B.), 2007, « Les mangas contre-attaquent », *lefigaro.fr*

« utilisé comme un révélateur, au sens photographique, de rapports de force, de positions institutionnelles ou de réseaux sociaux qui, sans lui, resteraient plus difficiles à voir » (Lemieux, 2007). A partir de cette analyse, il serait intéressant de montrer quels sont les conséquences sur le marché et les chiffres de vente.

Plusieurs pistes sont donc exploitables à partir du terrain que nous avons étudié, tant dans le domaine de la sociologie des marchés et de la culture, que dans une sociologie des fans et des pratiques culturelles ou dans une sociologie des controverses.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles scientifiques :

AUDEBRAND (F.), 2008, « Hiroki Azuma, Génération Otaku : les enfants de la postmodernité », *Sociétés et jeunesses en difficulté*, 5, en ligne : <http://sejed.revues.org/2683>.

BENJAMIN (W.), 2011, *Expérience et pauvreté*, suivi de : *Le conteur* et de : *La tâche du traducteur*, Paris, Payot.

BORRAZ (O.), 1990, « La science est-elle une sociologie ? À propos des travaux de B. Latour et M. Callon », *Politix*, 3 (10-11), 135-144.

BOUISSOU (J.-M.), 2006, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *Cités*, 3 (27), 71-84.

BOUISSOU (J.-M.), 2012, *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Barcelone, Philippe Picquier.

CANIVET-FOVEZ (C.), 2014, *Le manga. Une synthèse de référence qui éclaire en image l'origine, l'histoire et l'influence de la bande dessinée japonaise*, Paris, Editions Eyrolles.

DONNAT (O.), 2009, « Présentation », *Réseaux*, 1 (153), 9-16.

FASSIN (D.), JAFFRE (Y.), 1990, « Décrire. Entretien et observation », in : *Sociétés, développement et santé*, Paris, Les Éditions Ellipses.

FONTAINE (A.), 2005, « L'édition de manga : acteurs, enjeux, difficultés », Mémoire de maîtrise en Lettres Modernes, Université Paris VII Denis Diderot.

GABILLIET (J.-P.), 2009, « BD, mangas et comics : différences et influences », *Hermès, La Revue*, 2 (54), 35-40.

GUILBERT (X.), 2012, « Le manga et son histoire vus de France : entre idées reçues et approximations », *Comicalités*, La bande dessinée : un « art sans mémoire » ?, <http://comicalites.revues.org/733>.

HEILBRON (J.), SAPIRO (G.), 2002, « La traduction littéraire, un objet sociologique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 4 (144), 3-5.

HENNION (A.), 1993, *La passion musicale, une sociologie de la médiation*, Paris, A.-M. Métailié.

IWABUCHI (K.), 2008, « Au-delà du « Cool Japan », la globalisation culturelle... », *Critique internationale*, 1 (38), 37-53.

JENKINS (H.), 1992, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Londres & New York, Routledge.

JOYEUX-PRUNEL (B.), 2002, « Les transferts culturels », *Hypothèses*, 1, 149-162.

LASSAVE (P.), 2005, *Bible, la traduction des alliances : enquête sur un événement littéraire*, Paris, L'Harmattan.

- LEHMANS (A.), 2008, « Le manga, image d'une culture mondialisée », *Cndp.fr*, IUFM d'Aquitaine.
- LEMIEUX (C.), 2007, « À quoi sert l'analyse des controverses ? », *Mil neuf cent*, 1 (25), 191-212.
- MACCIOCCHI (A.), 2005, « Travailler avec les familles migrantes dans un contexte non volontaire : la question de la culture », *Thérapie Familiale*, 1 (26), 77-86.
- McGRAY (D.), mai-juin 2002, « Japan Gross National Cool », *Foreign Policy*, 44-55.
- NOIRIEL (G.), 1992, « Transferts culturels : l'exemple franco-allemand. Entretien avec Michel Espagne », *Genèses*, 8 (8), 146-154.
- NOUHET-ROSEMAN (J.), 2005, « Mangamania et cosplay », *Adolescence*, 3 (53), 659-668.
- PIETTE (A.), 1992, « La photographie comme mode de connaissance anthropologique », *Terrain*, 18, 129-136.
- POUPEE (K.), 2010, *Histoire du manga : l'école de la vie japonaise*, Paris, Editions Tallandier.
- RAWNSLEY (G. D.), 2003, « La démocratie peut-elle acheter la reconnaissance internationale ? », *Perspectives chinoises*, 76 (76), 61-69.
- SAKAI (N.), SOLOMON (J.), 2007, « Traduction, biopolitique et différence coloniale », *Multitudes*, 2 (29), 5-13.
- TAN PHAM (T. D.), 2014, « Co-produire les artefacts pour qu'ils soient médiateurs. Un outil au service du management de projet », *Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels*, 19 (49), 113-131.
- WEISSER (M.), 2005, « Le statut de l'artefact dans le discours de l'apprenant », *Aster*, 41, 153-176.

Articles de presse :

- A. R., 2012, « A Toulouse, les mangas ont la côte », *lejournaltoulousain.fr*
- BERNDT (J.), 2009, « Les mangas dans les pays de langue allemande », *goethe.de*
- BERTHELON (T.), MOUTON-DUBOSC (X.), 2013, « Sébastien Laurens (Le Toulouse Game Show) : "Je n'organise pas un salon seulement pour des initiés !" », *actuabd.com*
- BERTHELON (T.), MOUTON-DUBOSC (X.), 2013, « R. Guérin & G. Lapeyre (City Hall) : "L'avantage du manga est sa grosse pagination. Pour la remplir, autant mettre tout ce qu'on aime dedans !" », *actuabd.com*
- BROUZE (E.), 2011, « Beau, bon, un peu bio... le "bento", boîte à manger japonaise », *lenouvelobs.com*
- Bureau de l'OMPI, 2011, « Le phénomène manga », *wipo.int*
- CHAMPENOIS (S.), 2010, « Trait très sensible », *liberation.fr*

COGNET (J.), 2013, « Akira (manga version couleur) », *otakia.com*

COUVREUR (D.), 2008, « Le monde idéal du manhwa », *lesoir.be*

DARGENT (F.), GUIOU (D.), DE LARMINAT (A.), AISSAOUI (M.), DE CHABALIER (B.), 2007, « Les mangas contre-attaquent », *lefigaro.fr*

GLENAT, 2010, « Histoire du manga », *glenatmanga.com*

GUILBERT (X.), 2012, « Le manga en France », *du9.org*

HERBV, 2006, « Une brève histoire du manga », *du9.org*

MIQUEL (A.), 2011, « Le nouveau visage de l'édition du manga en France », *inaglobal.fr*

OLIVIER, 2012, « Interview : Cédric Biscay de Shibuya International », *animeland.com*

OLIVIER, 2011, « Kazé Manga en Allemagne », *animeland.com*

OZOUF (P.), 2014, « Radiant, le shônen qui fait changer d'avis sur les mangas français ? », *paoru.fr*

PASAMONIK (D.), 2007, « Quand l'irréductible Ségolène fustigeait les mangas... », *actuabd.com*

RATIER (G.), 2013, « Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2013 : L'année de la décélération », *ACBD.fr*

REY (E.), 2014, « TGS : ils ont fait de Toulouse un grand salon de jeu », *ladepeche.fr*

SHINMANGA, 2013, « Histoire du manga et de l'animation japonaise », *shinmanga.com*

TOULOUSE MANGA, 2014, « Introduction à l'histoire du manga », *toulousemanga.fr*

ToutenBD, 2004, « Zoom sur la BD Coréenne », *toutenbd.com*

WOITIER (C.), 2012, « Le Club Dorothée, berceau de l'industrie du manga en France », *lefigaro.fr*

Sites internet :

Actuabd.com

Actualitte.com

Afjv.com

Bulleshojo.fr

Chuuucosplay.over-blog.com

Evene.lefigaro.fr/culture/lieux/librairie-ombres-blanches-5719.php

Facebook du Toulouse Game Show

Glenatmanga.com

Hachiju.com

Inalco.fr

Kana.fr/blog

Ladiff.fr

Mags-monaco.com

Mangacafe.fr

Manga-news.com

Mangas2000.free.fr/interview.htm

Shibuya-international.com

Sne.fr

Sushi-maki.com

Tgsevenements.com

Toulouse-game-show.fr

ANNEXES

LEXIQUE DES TERMES UTILISES

Anime : Dérivé du mot anglais « *animation* », signifie dessins animés. Au Japon, il désigne aussi bien les séries télévisées que les films d'animation.

Bento : Boîte-repas.

Comics : Bandes dessinées anglo-saxonnes.

Comic strip : Bande dessinée en quelques cases, souvent humoristique.

Cosplay : Néologisme né des termes anglais « *Costume* » et « *Play* ». Désigne le fait de se déguiser pour ressembler physiquement à un personnage de fiction.

E-maki (Emaki-mono) : Rouleau peint.

Fujoshi : Littéralement « fille pourrie », ce terme péjoratif désigne les jeunes femmes passionnées de Boy's Love ou *yaoi*. Le *fudanshi* est le pendant masculin de la *fujoshi*. Il peut aimer le *yaoi* mais également le *yuri*, histoires mettant en scène des relations lesbiennes.

Gekiga : Style de manga pour adulte abordant des sujets graves (littéralement « *dessins dramatiques* »).

Goodies : Terme utilisé pour désigner les produits dérivés (figurines, t-shirt...) associés aux mangas.

Hentai : Style de manga à caractère pornographique.

Hikikomori : Désigne une pathologie psychosociale et familiale touchant principalement des adolescents ou de jeunes adultes qui vivent coupés du monde et des autres, cloîtrés chez leurs parents, refusant toute communication, même avec leur famille, et ne sortant que pour satisfaire aux impératifs des besoins corporels.

Japanimation ou **Japanime** : Contraction de l'anglais « *Japan animation* », ce terme générique regroupe l'ensemble des dessins animés japonais, le plus souvent adaptés de mangas.

Josei : Style de manga pour jeunes femmes.

Kabuki : Forme épique de théâtre traditionnel japonais.

Kanji : Idéogramme.

Kana : Représentation des deux syllabaires, l'hiragana et le katakana. Vient en complément des idéogrammes.

Kodomo : Style de manga pour jeunes enfants.

Lolicon : Abréviation de « *Lolita complex* », désignant la fascination pour les jeunes adolescentes.

Manfra : Equivalent français du manga.

Manga : Terme qui regroupe l'ensemble de la production de la bande dessinée japonaise.

Mangaka : Terme japonais pour désigner les auteurs et dessinateurs de manga.

Manhua : Equivalent chinois du manga.

Manhwa : Equivalent coréen du manga.

Mangashi : Magazine de prépublication de manga.

Mecha : Abréviation de « *mechanical* ». Histoire mettant en scène des robots, cyborgs ou humanoïdes en armure.

Otaku : Fan dont la passion pour une forme quelconque de la culture populaire peut revêtir un aspect obsessionnel.

Ponchi-e : Signifie « Images à la *Punch* », désignant les illustrations à l'occidentale en noir et blanc.

Scantrad ou **Scanlation** : Manga qui a été numérisé et traduit par des fans, distribué gratuitement en téléchargement ou en lecture en ligne.

Seinen : Style de manga pour jeunes hommes (15-35 ans).

Shojo : Style de manga pour jeunes filles.

Shonen : Style de manga pour jeunes garçons.

Shota : Abréviation de « *Shotaro complex* », désignant la fascination pour les jeunes garçons.

Sumi-e : Peinture traditionnelle à l'encre de Chine.

Tankobon : Recueil de chapitres de manga.

Ukiyo-e : Mouvement artistique japonais de l'époque d'Edo (1603-1868), comprenant principalement des estampes gravées sur bois.

Yaoi : Histoire mettant en scène des relations amoureuses entre hommes.

Yokai : Créatures surnaturelles du folklore japonais. On en répertorie plusieurs centaines, plus ou moins malicieux ou dangereux.

ENTRETIENS

- 1) Depuis quand est ouvert le magasin et quand y a-t-il eu du manga ?
- 2) Pourquoi avoir choisi de vendre de type de BD ?
- 3) Comment sont choisis les mangas mis en rayon ?
- 4) Comment sont-ils classés ? Pourquoi ?
- 5) Quel est l'état du marché aujourd'hui ?

Au Comptoir du Rêve

- 1) Le magasin est ouvert depuis 7 ans et les mangas sont arrivés depuis 5 ans. Au départ, il n'y avait que des BD, comics et de la musique, puis le manga est arrivé.
- 2) Le manga fait partie de la BD donc il a paru logique de l'intégrer. De plus, sur Toulouse, il y avait un créneau à prendre car peu de magasins en vendaient. L'emplacement a joué un grand rôle, il est stratégique car proche d'un collège et d'un lycée.
- 3) Ils prennent beaucoup de mangas d'occasion. D'ailleurs au départ ils n'avaient que des occasions, puis ont décidé de rajouter un rayon neuf pour permettre aux clients de compléter certaines séries qui ne seraient pas entières en occasion.
Pour les mangas neufs, un commercial passe avec une liste, montre les nouveautés mois par mois et les présentent. Ensuite ils opèrent un choix.
- 4) Le classement est fait d'abord en distinguant les mangas neufs et d'occasion. Puis ils sont classés par éditeurs puis par ordre alphabétique de titres. Ce classement par éditeurs a été adopté par manque de place et car c'est plus facile pour eux de s'y retrouver lorsqu'ils ont des nouveaux mangas qui arrivent.
- 5) Le marché est plutôt stable. Il y a 10 ans il a fortement augmenté et depuis 2-3 ans il reste stable, mais dépend de 4 grandes séries : One Piece, Naruto, Bleach et Fairy Tail. Elles représentent à elles seules 40% du marché. Quand elles vont s'arrêter, il y a un risque pour que le marché baisse légèrement en attendant de trouver d'autres séries qui vont les remplacer. L'avenir du marché dépend donc de ces 4 séries.
- 6) Parcours du vendeur : Il a des parents libraires donc il a baigné dans les livres depuis tout petit. Il a ensuite fait une faculté de japonais et a commencé à travailler en librairie car cela lui plaisait.

BD Fugue

- 1) Le magasin est ouvert depuis 1 an et demi et le manga est présent depuis le début.

- 2) Le manga faisant partie de la BD, il semblait logique de l'intégrer.
- 3) Ils commandent le maximum de séries et de nouveautés. Et pour savoir combien de tomes ils vont prendre, ils regardent les ventes des tomes précédents.
- 4) Les mangas sont classés par genre : seinen et shonen, puis shojo à part. Une étagère est également consacrée aux classiques (Taniguchi) et aux grands formats. Les tomes sont ensuite classés par ordre alphabétique de titres, ce qui leur semble être la façon la plus simple de fonctionner.
- 5) Le marché est surtout basé sur les gros titres qui marchent bien, à l'image de One Piece ou Naruto.

FNAC

- 1) Le manga est présent depuis 14-15 ans. Au départ il n'y avait qu'un petit panneau qui, peu à peu, s'est enrichi.
- 2) .
- 3) Il y a deux types d'achat : des envois d'office par une agence nationale (pour toutes les Fnac de France c'est pareil), qui correspondent au meilleur des ventes, et un choix plus local de séries connues en France, en fonction de leur importance.
- 4) Le classement est fait de façon « logique » c'est-à-dire par ordre alphabétique de titres. Cette approche est « *plus facile pour les lecteurs, parce que par auteurs c'est trop compliqué* » (Responsable du rayon manga). Toutes les Fnac ont adopté ce système.

Gibert Joseph

- 1) Le manga est présent depuis toujours, puis il est passé au magasin disques il y a 6 ans. Ils souhaitent ainsi créer une boutique multiculturelle, vidéoludique.
- 2) Le manga a été intégré car il y avait une demande.
- 3) Le choix des mangas est fait par pertinence. Ils font des choix parmi ceux présentés par les représentants. Toutes les semaines ils intègrent des nouveautés.
- 4) Ils sont classés par genre : shojo, shonen, shonen-up et seinen, yaoï, hentai, puis par ordre alphabétique de titres. Une étagère est également consacrée aux grands formats.
- 5) Depuis quelques mois, il stagne. Il été assez haut pendant un moment, mais maintenant, il ne baisse pas mais reste stable. Pour l'avenir, il voit plutôt une baisse puisque le comics est en train de prendre de plus en plus de poids. Même si pour l'instant, il stagne, il va baisser à terme. Pour lui, la BD, le comics et le manga ont quand même

de beaux jours devant eux, malgré la dématérialisation progressive des supports papiers.

- 6) Parcours professionnel : Il a fait des études de commerce, puis, passionné de comics, il avait une expertise qui lui a permis de facilement intégrer l'univers du manga. De plus, la personne qui s'occupait initialement du rayon manga est passée à la librairie, lui faisant récupérer le rayon manga et comics. Avant d'intégrer Gibert Joseph il travaillait chez Virgin, au rayon disques pop-rock et « indé », d'où il a été débauché, à cause de sa connaissance des comics car ils voulaient une personne spécialisée pour gérer ce rayon.

Ombres Blanches

- 1) Le manga est présent depuis une dizaine d'années environ.
- 2) A été intégré suite à l'essor important du manga au moment de sa traduction en France. Correspond à la période de médiatisation de la culture manga (mode) donc cela a donné lieu à des demandes auxquelles il fallait répondre.
- 3) La sélection s'opère grâce à une liste de titres apportée par des représentants des diffuseurs. Prennent du seinen, du shojo, du shonen, des mangas d'auteurs, des séries de fond, des incontournables comme Fairy Tail ou One Piece, et des mangas qui paraissent intéressants. Si c'est une suite, la librairie regarde combien elle en a vendu avant et commande en fonction, et si c'est une nouvelle série, c'est à l'appréciation du libraire.
- 4) Le rayon manga est divisé en deux espaces : un enfants-ados qui comprend le shonen et le shojo (puisque ce sont deux catégories très présentes dans le manga) qui est lui-même divisé en deux coins : shojo et lectures enfants puis shonen ; l'autre regroupe le coin « adulte » avec des mangas d'auteurs. Taniguchi est un peu à part car il a été édité seulement chez Casterman et Kana.

Ce classement dépend de la place disponible dans la librairie, du goût des libraires, et doit permettre aux clients de se retrouver.

Mais le manga n'est pas leur spécialité.

Bédéciné

- 1) Le magasin a été ouvert il y a 19 ans et le manga est arrivé environ un an après.
- 2) C'est Julien qui a intégré le manga par passion et pour le faire découvrir aux autres. Au départ, il était plutôt destiné à des privilégiés car il était peu connu en France. Il a

mis environ 5-6 ans à décoller, puis au début des années 2000, il a vraiment explosé. Ils ont d'abord commencé avec Dragon Ball, Sailor Moon, Les Chevaliers du Zodiaque.

- 3) Une liste est envoyée par des représentants, puis une sélection est effectuée sur celle-ci.
- 4) Le classement est fait par genres et par ordre alphabétique de titres : shonen et shojo, seinen, romans d'auteurs japonais. Ils ont essayé de faire un classement par éditeur mais les lecteurs ne s'en sortaient pas.
- 5) Au départ, aucune boutique spécialisée n'existait, sauf à Paris. Les exemplaires étaient souvent en japonais car il n'y avait pas de traduction. Ce sont les étudiants qui ont apporté les mangas en France. Ils ont été connus grâce au Club Dorothée. Aujourd'hui, même les grandes surfaces vendent les grandes séries comme Naruto, Fairy Tail ou Dragon Ball.

Atmosphères

- 1) Le magasin a été ouvert il y a 21 ans.
- 2) Le manga faisant partie de la BD, il n'y avait pas de raison de ne pas l'inclure. Cela a paru normal, la question ne s'est pas posée.
- 3) Les éditeurs envoient des listes et ils font une sélection à partir de là. Ils essaient d'en prendre le maximum. Ces listes fonctionnent par trimestre donc ils choisissent les mangas longtemps à l'avance, « *trop longtemps. On n'a pas assez de recul sur les séries qu'il faut déjà les re-commander* » (Employé du magasin). Quand une série ne marche plus depuis 5-6 tomes, ils arrêtent de la prendre.
- 4) Ils classent les mangas par éditeurs, « *c'est vrai qu'il y en a peu qui font comme ça* » (Employé du magasin). Un tourniquet est dédié à Glénat, un autre regroupe 3 éditeurs, et un coin est réservé aux nouveautés.
- 5) Pour l'instant, le marché est en légère baisse. Dans l'avenir le marché va s'éroder. Après la stabilité il va sans doute baisser. Les jeunes lisant beaucoup de scantrad sur internet, les mangas risquent d'en souffrir. En plus, pour l'instant, le marché est basé sur des « gros miracles d'édition » comme Naruto ou One Piece. Or, quand ces séries vont s'arrêter, certains prédisent qu'il n'y aura aucune série pour les remplacer, ou du moins « *pas avant une bonne vingtaine d'années* » (Employé du magasin).

RETRANSCRIPTION

Entretien 1 : Histoire du manga en France et à Toulouse

-J'aimerais que vous me racontiez comment est arrivé le manga en France et plus particulièrement à Toulouse ?

-Pour ici, la boutique a été ouverte le 18 Septembre 1994. Quand elle a démarré y avait très peu de manga. Y avait pas vraiment de rayon manga. Y avait une étagère où ils avaient mis les mangas et moi je suis arrivé... Et 6 mois après en fait, donc c'est-à-dire en début d'année je crois, ou directement pour Noël. Le rayon manga a commencé on peut dire... Le point de vente... Le point manga qui a été généré ici, il date de Janvier 1995. Décembre 1994, Janvier 1995. Et à partir de là moi je suis arrivé ici en Novembre et le rayon manga faisait... Genre ça quoi [*me montre un emplacement de 1 mètre de large avec 3 étagères*]. Et je l'ai propulsé à... En fait je suis arrivé j'ai profité de la vague de publication. C'est-à-dire que les éditeurs ils ont compris qu'y avait un... qu'y avait quand même quelque chose d'intéressant. Donc du coup ils ont commencé à publier, à faire paraître des titres à droite à gauche. Et du coup, effectivement c'est comme ça que ça s'est amené quoi. Enfin en tout cas par rapport à la librairie ici. Et honnêtement, finalement, je peux presque me permettre de dire que je fais partie du premier... Je dirais pas tout premier parce qu'y avait juste avant moi... En fait y avait eu 2 gars qui ont été embauchés en 1 année. Le premier justement, je crois qu'au bout de 6 mois il avait quitté l'entreprise, et l'autre avait un contrat déterminé. Il avait mis des choses en place mais moi je suis arrivé derrière et puis j'ai « pow ». Voilà. Donc effectivement le rayon manga, on peut dire qu'à la rentrée 1995, voilà quoi. On avait commencé à aménager... [*Appelle la responsable*] Est-ce que vous vous souvenez de l'aménagement du comptoir manga, au fond de la librairie ? Moi je suis arrivé en fait le comptoir, c'était un petit comptoir...

-Le comptoir était au départ était là [*Le magasin est scindé en 3 parties, la première rassemble les comics et les BD occidentales, la deuxième les romans de science-fiction et fantastique et enfin la troisième, les mangas. Elle me montre donc la première partie de la boutique*], puis on avait fait un grand comptoir au fond [*dans la même section mais plus au fond, vers la section actuelle des mangas*].

-Mais avant que j'arrive, moi je me souviens, le manga c'était dans une étagère qui était contre la grille, à la place des comics là. Et c'était Frédéric, un gars assez costaud...

-Voilà, qui avait lancé le manga.

-Et après y a eu Fabrice... Euh non Farid, qui était resté pendant 3 ou 4 mois ou 6 mois.

-Mais y en avait pas beaucoup, y avait 2 étagères. Derrière, il avait un petit comptoir.

-Ça c'était avec Farid ? Parce que moi quand je suis arrivé, le comptoir était déjà en place et j'ai dit que ça serait bien de grossir le comptoir et on l'a... On a fait un vrai comptoir par la suite. Quand je suis arrivé. Parce qu'on s'est retrouvé avec des problèmes de vols, des trucs comme ça, tu vois, dès le départ. Et finalement en termes de librairie manga on était les précurseurs. Donc ça confirme ce que je te disais, que ça date vraiment de décembre 1994. Parce que vous avez ouvert y avait rien.

-Nous on avait 4 ou 5 titres, les principaux : Dragon Ball, Sailor Moon... Quand j'ai dit à Jacques Glénat, « vous n'y pensez pas, vous allez vous planter. Il faut être fou pour sortir ça », ça a été le départ. Il m'a dit « on va voir, on en reparle ». Comme quoi hein !

-Et ça continue à se vendre, 18 ans après. Donc tu vois, on peut dire décembre 1994.

-Et après, en même temps que nous y avez *ToutenCartoon*, Rue du Taur. Et c'est comme ça d'ailleurs que Frédéric est venu me voir, un jour, parce que y avait... C'était pareil, Marie, elle avait un comptoir et elle interdisait aux gens, y en avait qui étaient vexés parce que bon, « Ah non non, on n'y touche pas ! Vous l'achetez, vous l'avez ». C'était un peu trop. Et elle avait la queue qui sortait de la Rue du Taur ! Et c'est là que Frédéric m'a dit « Qu'est-ce que vous attendez ?! On aurait envie, mais on a pas le droit de les regarder ». Bon faut comprendre, c'est des petits formats. Et c'est comme ça qu'il nous a dit « Si vous voulez », et moi j'ai dit « Allez-y ! ». Et nous on avait 6 titres, les principaux.

-Et Farid était bien aussi, dynamique.

-Oui je me souviens que toi aussi, t'avais sauté au-dessus de la caisse et poursuivi Rue du Taur des gars qui avaient volé un manga.

-Alors en fait, l'histoire c'est qu'on s'était fait piquer par 3 gamins qui sont venus et qui nous avez piqué un coffret DVD. Euh un coffret de cassettes vidéos, parce qu'à l'époque c'était pas encore les DVD. En fait je me suis fait piquer les trucs, j'ai couru après celui qui avait le boîtier. Bon, au bout d'un moment, à un carrefour, y avait un mec qui m'attendait avec un cutter. Bon j'ai dit « OK, je vais pas me faire planter pour une cassette ». Mais c'est pour ça qu'on laissait tout derrière le comptoir. Voilà. Après le manga en France, il est arrivé sous le nom de bande dessinée japonaise en 1978 avec Tatsumi. Et c'était considéré comme la première bande dessinée japonaise qui était diffusée dans le magazine *A Suivre*, qui appartenait en fait à Casterman,

et qui lui appartient toujours. Et Tatsumi, c'était des nouvelles en fait. Pour le registre graphique, ça n'a rien à voir avec... On peut pas vraiment parler de bande dessinée, tu vois. C'est comme dans toutes les étiquettes de la bande dessinée. On parle par exemple de la bande dessinée franco-belge, on va parler de la « ligne claire » pour Hergé. Mais pour le manga... On va te parler du shonen, avec Dragon Ball par exemple, pour représenter les identités graphiques, des character design quoi. Donc forcément, à l'époque c'était autre chose quoi. Enfin... En 1978, quand c'est arrivé, on prenait ça pour un ovni quoi. Et ce qui a fait que le manga a été publié... La publication a été vraiment amorcée avec Akira, avec les premiers fascicules d'Akira qui étaient vendus en presse, par la suite qui a été relié par Glénat en librairie. Et ce qui a enchaîné après c'est Dragon Ball, parce qu'effectivement c'était le gros engouement télévisé de l'époque, de la période. Du coup, les éditeurs se sont dit « on va pas prendre trop de risques avec ça, on va tenter le coup avec Dragon Ball. Bon, Dragon Ball, ça a marché, maintenant on va essayer Sailor Moon ». Sailor Moon, ça a été diffusé, ça a marché. Ils ont essayé avec Ranma, ça a marché. Et puis c'est là où le passage c'est plus ou moins engagé. Y a des petites maisons d'édition comme Média Système Edition, qui est aujourd'hui devenu Pika, qui se sont engagés. Mais c'est pareil, c'est les premières publications de manga. Avant tout ça quand même, y avait une maison d'édition qui était considérée comme une maison d'édition indépendante, c'est Tonkam. Ils ont commencé les premières publications de Video Girl Ai, c'était la première publication qu'ils avaient et je crois que ça date des années 1993-1994. Avant même qu'ici on ouvre. Et ça c'était le premier ovni sur le marché français en terme de manga, c'est-à-dire que là, l'histoire d'une fille qui sort d'une cassette vidéo, « c'est quoi ce truc imaginaire ?! » Série en 15 tomes « Oh 15 tomes ! C'est énorme ! ». Et puis maintenant on sort des séries qui sont pas finies et qui en sont à 62, et les éditeurs vont en vendre 340 000 exemplaires. Alors forcément, à l'époque, y a beaucoup de maisons d'édition qui ont pris beaucoup de risques et à tel point que je me souviens, y en même qui publiait des choses alors qu'ils avaient pas les licences et droits d'auteurs. Du coup, ça remontait aux oreilles des Japonais, et ils se faisaient casser. Alors je me souviens en particulier de Samouraï, qui avait commencé à publier des trucs plutôt érotiques, après ils ont diffusé des choses qui étaient assez importantes comme AD Police, un polar futuriste d'enfer. C'était vraiment de la S-F pure et dure. Et puis derrière, ils avaient édité pour la toute première fois Berserk. Seulement ils l'ont fait dans le dos. Ils se sont dit « Tiens on va voir et si ça marche on ira vraiment négocier les trucs ». Et puis en fait effectivement ça a marché depuis le début sauf que dès le début ils se sont fait triquer parce que voilà, c'est remonté aux oreilles du studio et forcément ils se sont fait aligner. Ils avaient mis toutes leurs cartes sur table... Mais forcément si tu diffuses un truc sans avoir l'autorisation en aval de...

C'est comme si toi t'écrivais un bouquin et qu'on le diffusait à l'autre bout du monde et qu'on se faisait de l'argent, voilà c'est pareil. Donc effectivement, c'était pour te dire qu'y avait ce double risque : ceux qui s'engageaient réellement à vouloir publier du manga, du « vrai manga », enfin... qui avait l'étiquette manga donc lecture pour les ados. Video Girl par exemple, y avait vraiment un côté un peu... Enfin c'est poussé ce que je vais dire mais... le ecchi c'est du manga pédagogique érotique. C'en était pas mais c'était quand même une histoire à cheval entre le shonen et le shojo, c'est-à-dire l'histoire de... y avait le côté amoureux mais y avait le côté aussi initiatique chez le garçon qui découvrait les premières relations avec ses copines, quoi tu vois. Sauf qu'y avait tout un côté fantastique derrière et effectivement Tonkam à l'époque, ils avaient pris d'énormes risques de vouloir publier ça. Et effectivement, c'est la production qui a été faite par derrière qui a amené les gens à vouloir découvrir autre chose que Dragon Ball, Sailor Moon et Ranma ½. Donc du coup, les autres éditeurs, ils ont commencé à tourner. Et là, la locomotive s'est lancée à ce moment-là, tu vois. Ça date vraiment de 1993-1994. Et je te dis... Video Girl Ai, la toute première édition je pense qu'elle date de... entre 1990 et 1993.

-Et comment les éditeurs ont eu l'écho du succès du manga au Japon ?

-Ben en fait ils ont pas été couillons, ils ont profité du Club Dorothée et de l'audimat qui était fait tous les mercredis après-midi sur les séries japonaises.

-Donc c'est le Club Dorothée qui a ouvert au manga ?

-Ah, honnêtement, oui. En fait si tu veux... Mais j'en fais partie hein de ces gens-là ! Je vais avoir 38 ans dans 8 jours. Et à l'époque, effectivement, j'étais pas spécialement scotché à la télé, mais de temps en temps, j'aimais bien regarder des épisodes avec des copains. Après y avait des séries, comme Cobra, que j'adorais, je trouvais ça super fun. Albator, j'étais fan, Goldorak, j'étais fan... Je me souviens que quand j'étais gamin, j'étais vraiment tout petit, je regardais les épisodes de San Ku Kai avec ma sœur, qui avait 5 ans de plus que moi. Et ça je devais avoir entre 4 et 5 ans, quand je matais ça. Enfin je matais... Ma sœur avait le droit, puisqu'elle était plus proche des 10 ans, mais quand mes parents avaient pas un œil dessus, avaient pas un œil sur moi, j'allais voir ce que regardait ma frangine. Et en fait, moi la culture japonaise, c'est les premiers trucs qui me sont venus aux yeux c'étaient San Ku Kai, ensuite Goldorak, Albator, tu vois. Et c'est marrant parce qu'en fait tout le monde trouvait ça moche. Alors effectivement, c'était pas très très beau, esthétiquement parlant. Ah j'ai retrouvé ! Tu vois, Video Girl c'est 1989 au Japon, donc en France ça doit être peu de temps après.

[On est interrompu par une cliente]

-Et finalement, qu'est-ce qui vous a poussé vers le manga, en plus du Club Dorothée, pour ensuite travailler dedans ?

-Ah, alors euh... Moi j'ai un cursus un petit peu particulier. Passionné entre guillemets d'environnement. A l'époque y avait pas internet donc les infos tu les cherchais dans les bouquins. A l'époque, moi j'ai fait ma grande enfance à Albi, parce que je suis originaire de Paris. Et quand je suis arrivé à Toulouse en fait, j'allais à une librairie qui s'appelait Cocagne, qui était à Saint-Cyprien, qui n'existe plus depuis 5-6 ans. Et c'était une librairie qui était spécialisée dans tout ce qui est la biologie, la botanique, l'ornithologie, la phyto-technie, la zoo-technie, qui ce qui touchait aux sciences de... tu vois. Moi j'ai passé mon enfance à baigner dans l'ornithologie, donc dans l'observation des oiseaux, et j'adorais les bouquins d'ornithologie, en particulier les représentations graphiques. Du coup, je m'amusais à dessiner ce que je voyais, je redessinais les bouquins que j'avais et... Toujours très attaché au dessin. Je restais un gosse donc j'adorais la bande dessinée et le fait d'être encore plus proche du dessin par le biais de l'ornithologie, et j'avais la chance de connaître quelqu'un qui était peintre, un vrai peintre, et qui avait bossé justement dans ce secteur-là, j'étais encore plus passionné par les bouquins et les dessins. Et moi à l'époque c'était le côté ornithologie, botanique qui me plaisait. Mais quand il a fallu que je cherche du boulot, le côté environnement c'était compliqué, je te parle de ça y a 19 ans. C'était pas autant qu'aujourd'hui où on te parle de bio, de trucs comme ça, de responsabilité, etc. Et ce qui s'est passé c'est quand je suis sorti d'une école agricole, où j'avais fait justement réaménagement de l'espace rural, j'avais fait des études pour le réaménagement de l'espace rural, c'était pour le réaménagement des lacs, des forêts, etc. Et je me suis dit « Ça va être chaud de trouver là-dedans ». Par contre, en même temps que je faisais ça je faisais du commerce. Je bossais dans une boutique de prêt-à-porter. Et le commerce me plaisait pas si mal que ça. Mais de vendre de la sape, ça me plaisait pas. Donc ce que j'ai essayé de faire c'est de regrouper tout ça : ce que je savais faire, c'est-à-dire le commerce, je me débrouillais pas si mal que ça, et qu'est-ce qui me plaît ? Le bouquin et les dessins. Tiens si on mettait tout ça ensemble, ça me paraît pas mal ! Et du coup, j'étais venu la semaine de l'ouverture de la librairie, j'étais pas là le jour de l'inauguration, mais j'avais entendu dire qu'y avait cette librairie qui s'ouvrait, alors que j'étais à Albi, qu'y avait pas internet, tu vois à l'époque. Et je suis venu, et je me suis dit « Si je pouvais, je bosserais bien dans une boutique de BD ». Et quand j'ai fini mes études agricoles, galère pour trouver du taff là-dedans, et je me suis dit « je vais tenter l'école de com-

merce ». Pour vraiment le lancer dans le commerce au lieu de l'agriculture. Et là ils me demandaient de trouver un contrat de qualification, je suis venu courir ici. Et là j'ai fait des pieds et des mains. J'ai été embauché au bout d'un mois. Parce qu'au début ils voulaient pas de moi. Et finalement, à force de l'embêter [la patronne], elle m'a dit « Bon on te prend à l'essai ! ».

[On est interrompu par une cliente]

-Et nous par contre, ce qu'on a cherché à faire ici, en tant que librairie spécialisée et indépendante, on veut défendre ça et on a vraiment cherché à faire c'est de la vente conseil. Parce que la librairie ça reste une forme du commerce, et nous, vraiment, on cherche à ce que les gens trouvent leur bonheur dans leur lecture. Les gens ils viennent se faire plaisir en achetant des BD, tu vois. Ils viennent pas acheter 4 pneus pour leur voiture, tu vois ce que je veux dire. L'action d'achat n'est pas la même que... voilà. Y a une étiquette culturelle aussi qu'il faut pas oublier, artistique, ... Y a toutes ces facettes là. Et nous on fait de la vente conseil. Et justement, ça tombait très bien avec le manga, puisque c'était tellement exotique, même les débuts du manga, pour que... Si t'avais personne derrière, soit t'avais une mauvaise étiquette, ou les gens allaient faire entre guillemets des bêtises, en achetant des bouquins sans savoir ce qu'il y avait dedans. Donc « Tiens je t'ai acheté ça » comme une bibliothèque verte, non ça c'est pas possible. Et faut pas oublier un truc : les mangas ils sont faits par les Japonais, pour les Japonais. Nous, en France, on s'est un petit peu accaparé cette forme de culture, mais cette culture là elle est faite pour des gens qui habitent à l'autre bout de la planète. Donc les gens ils vont dire « Oui c'est violent, y a du cul ». Aujourd'hui, et même à l'époque où le manga démarrait, t'allume ta télévision, tu regardes TF1 et t'as tout ce que les gens critiquaient à l'époque sur le manga. Et au Japon, y a une telle rigueur de vie sur tout, qu'ils peuvent pas faire autrement que d'avoir cette échappatoire, tu vois. Exutoire, même, sur certaines séries, sur certains titres, on peut pousser jusque-là. Maintenant effectivement, le manga c'est une sous-pape, les gens ils ouvraient ça pour se changer les idées de leur rigueur de vie. Nous, excuses moi, mais en France la rigueur de vie... Non. Donc on était, on est en décalage par rapport à ce qu'il y a dans les mangas. Et c'est pour ça qu'il faut pas oublier que c'est par les Japonais, pour les Japonais. Et ça c'est important. Et souvent les Français l'oublient, enfin les Occidentaux. Parce qu'on a tellement vu Dragon Ball, Albator, Goldorak... Mais avant que ce soit mon robot, c'était celui des Jap'.

-C'est pour ça qu'il y a souvent des incompréhensions

-Complètement. Sur comment le scénario se déroule, ou l'histoire, le fil conducteur, tout quoi.

[On est interrompu par plusieurs clients, durant une vingtaine de minutes]

-Et sinon vous avez combien de titres ici ?

-Aucune idée. Je serai incapable de te répondre. Par qu'on va plutôt parler en terme de références... Mais en termes de titres c'est énorme. Rien que pour le seinen... [Il se met à compter les séries de l'étagère] Donc tu vois pour ça là [l'étagère seinen] on en est déjà à 169 séries. Séries ça cache aussi le nombre de volumes. Gantz t'en a 37, ça s'est encore en cours on en est à 38, ... A mon avis, on doit dépasser les 1000-1500 titres. Mais honnêtement j'en ai aucune idée. En fait le problème c'est qu'y a des ouvrages qui sont en one-shot, c'est-à-dire en un seul volume, d'autres c'est des séries, t'en a d'autres qui sont en cours, enfin, tu vois, en perpétuelle évolution quoi. Rien que les nouveautés, dans le secteur bande dessinée, manga, comics, ça représente plus de 5000 parutions par an. Donc ça veut dire qu'on est à peu près sur une moyenne d'une centaine de titres par mois sur les 3 secteurs. Mais ça veut rien dire, parce qu'y a des semaines, moi je vais peut-être en avoir 50, la semaine d'après je peux très bien en avoir 20. Et puis tout dépend des périodes de l'année, par exemple à la période du TGS alors là c'est l'avalanche de nouveautés, pour le manga. C'est-à-dire que là on dépasse les 120 parutions, sur une semaine hein. Ça c'est énorme. C'est pareil pour l'Angoulême. Y a plein de choses qui sortent en nouveautés pour l'Angoulême. Donc du coup, ils ont 200 titres à la BD. Tout dépend de la période. Et suivant les années ça change. Après effectivement, y a quand même, honnêtement, une surproduction générale, BD, manga, comics, qui est due principalement à internet, parce que les gens ont voulu savoir ce qui se passait ailleurs, ça a généré de la curiosité, les éditeurs ont été obligé de faire des recherches pour pouvoir satisfaire cette part du public qui cherchait à trouver quelque chose d'un peu plus international quoi. Le comics américain, il s'est vraiment développé y a 5 ans quoi. Alors y avait eu une première vague de comics dans les années 1980, très importante. Puis y a eu au milieu des années 1990, une baisse. Puis qui c'est qui a pris le relai ? C'est le manga. Puis maintenant on se rend compte qu'y a à nouveau une augmentation des chiffres sur le comics. Le comics depuis 5 ans, c'est ... « pow ! », une courbe ascendante. Mais tout dépend de qui le fait et comment il va le faire. Parce que l'objectif premier, c'est de répondre aux besoins du public, aux besoins du lecteur. Si tu passes à côté de ce que les gens veulent comme lecture, forcément tes bouquins tu vas pas les vendre. Et puis c'est bon pour le recyclage quoi. Puis après tu dois de l'argent à tout un tas de gens : pour les droits d'auteur, les imprimeurs, etc. Puis après t'as plus rien, tu mets la clef sous la porte et t'as des dettes. Mais c'est pas parce que t'as le bon titre que tu vas marcher forcément. Tout dépend de comment tu vas communiquer. Y a des éditeurs, ils marchent super bien au début, et puis ils se plantent.

-Et j'ai vu des stats qui montrent une baisse des ventes, c'est vrai ?

-Ben si tu veux, ces stats, le problème c'est qu'elles sont faites, malheureusement, sur ce que représente ceux qui brassent le plus de volumes donc la grande distribution. Dans grande distribution je comprends Virgin, Fnac, Gibert Joseph. Ça veut aussi dire Espace Leclerc, espace livres Carrefour, Et ces gens-là, effectivement, ils achètent les mangas par palette. Et si nous au final, on va générer des petites palettes, par rapport aux 3 ou 4 palettes que fait Leclerc, ben derrière on est un gros grain de sable. Mais souvent, eux, vers qu'est-ce qui se tourne ? Ils regardent que les gros titres quoi. Naruto, One Piece, Fairy Tail, tu vois. C'est ça qui fait malheureusement, ... Alors peut-être qu'y a une baisse à ce niveau-là mais parce qu'il faut pas oublier que c'est des séries fleuve, on est pas habitué pour le marché français d'avoir ce genre de ... Enfin si, on est habitué, mais on veut plus les voir quoi, ces séries fleuve. Y en a des séries fleuve en BD hein, y en a des tonnes : Thorgal, XIII, ... C'est des séries fleuve entre guillemets, y a un album qui sort tous les ans. Astérix, ... Y en a toujours qui sortent. Voila. Mais comme ça appartient pas à notre culture, au début y a peut-être un côté engouement, curiosité. Puis après y a les ados qui grandissent aussi. Alors moi c'est ce que j'ai ici comme chance, au sein d'une librairie comme la nôtre, c'est que, en fait, moi j'ai des clients que j'ai depuis 18 ans. Ils venaient me voir ici ils avaient 13 ans et maintenant ils sont parents et qu'est-ce qu'ils font ? Ils font lire du manga à leurs enfants et eux aussi, ont évolué dans leurs lectures. C'est-à-dire que finalement, ils ont suivi ce qui s'est passé pour le marché français, c'est-à-dire qu'on a aujourd'hui de plus en plus de seinen. Alors je dis pas que le seinen... Que le shonen on en voit plus mais on... Les éditeurs, y en a pas mal qui ont commencé à comprendre que, effectivement, le public de la bande dessinée, cherchait aussi à diversifier leurs lectures, et finalement, y a de plus en plus de personnes qui s'intéressent au manga. En particulier depuis la parution de Quartier Lointain de Taniguchi. Qui a été une véritable passerelle au public de la bande dessinée européenne, franco-belge, enfin occidentale si tu veux, à vouloir découvrir ce que faisaient les Japonais parce qu'effectivement, on voit cette machine japonaise là, qui arrive, avec une forte production de bouquins, et les gens qui s'intéressent à la bande dessinée ils veulent découvrir de nouvelles choses. Et finalement, quand t'as Taniguchi qui est élu 2 fois à Angoulême, Prix du Meilleur Scénario, Prix du Meilleur Album, et ben forcément, ça éveille la curiosité des lecteurs de bande dessinée. Et de fil en aiguille « Ah ouais c'est bien effectivement ! » donc du coup ils ont envie de voir ce qui se fait à côté de ça, avec des choses qui vont être un peu plus japonaises, plus exotiques. Et c'est comme ça que ça se... Parce que moi, le seinen ça marche très bien, tu vois. Mais c'est toujours une espèce de petite théorie des dominos.

On en parlait avec le Club Dorothée, les épisodes de Dragon Ball, de Sailor Moon qui avaient amenés le public à découvrir le manga mais finalement derrière, quand on met quelque chose de qualité, que ça plait aux occidentaux, ben oui, y a la curiosité qui arrive et puis pourquoi pas quoi. Les Japonais s'intéressent beaucoup à la culture française, pourquoi nous on aurait pas pareil, ce reflexe-là, tu comprends ? Donc y a ça aussi, mine de rien. Parce qu'effectivement, tu trouves une tonne de trucs écrit en Français au Japon, parce que pour eux, ça a une espèce de « touch » quoi, tu vois ce que je veux te dire ? Bon après on n'est pas toujours bien utilisé, la preuve avec quelqu'un qui s'est amusé à parodier tout ça tu vois. Ils ont sorti un bouquin qui s'appelle « L'Anthologie du Franponais ». Et t'as comme ça des « Mini pet », « Camenboule », t'as des céréales « Colon » quoi, plein de trucs comme ça, tu sais pas trop quoi. Qu'est-ce que tu veux que je te dise quoi ? Mais ça a une espèce de « touch ». Mais nous on fait pareil ! Les gens qui se tatouent, c'est pareil, les iragana et les kanji, c'est pareil !

-Oui y en a beaucoup qui se trompent !

-Ben voila ! Donc c'est pareil. Donc c'est cet échange, je pense que c'est du à ça. On a de la chance de pouvoir faire ça.

-Et la dernière fois vous m'aviez parlé du français qui fait Radiant

-Ouais ben là... Avant lui y en avait d'autres qui ont percé fort. Y a eu Reno Lemaire avec Dreamland, pas mal.

-Et ça marche au Japon ça ?

-Honnêtement, j'en ai aucune idée. Faudrait que tu aille voir sur son site, pour voir si c'est distribué là-bas, mais franchement, je crois pas.

-Donc ça reste limité à la France ?

-Ouais... Peut-être aux pays francophones ou les pays européens comme l'Espagne ou des choses comme ça, mais honnêtement je saurais pas te dire. Après sur le marché français... Ca tape hein. Ces des titres qui... C'est pareil pour City Hall de Rémi Guérin et Guillaume Lapeyre. Ça marche fort. C'est pareil aussi pour Jenny avec Pink Diary. Pink Diary ça a marché fort dès le début. Mais elle, elles a des origines japonaises je crois ou vietnamiennes. Tout en étant née en France. Du coup elle est loin mais elle est connu quand même là-bas quoi.

Entretien 2 : Librairie spécialisée univers du manga

-Tout d'abord, j'aurais aimé connaître quand et par qui avait été créée la boutique ?

-Elle a été créée en 2006, par plusieurs personnes, et la plupart sont des anciens du jeu vidéo.

-Donc c'est le jeu vidéo qui a amené le manga ?

-Ben c'est un univers parallèle, qui rejoint... qui recouvre même, le jeu vidéo et c'est le secteur du loisir, donc...

-C'est pour ça le manga...

-Ouais c'est dans la continuité... dans notre précédente activité.

-Et vous avez eu des mangas dès le début ?

-Dans notre magasin de jeux vidéo, on avait déjà intégré les animés, en DVD, en manga. Et là, on a créé en fait, un concept avec tout l'univers du manga. C'est-à-dire les animés, les livres, et tous les produits dérivés ou goodies, qui tournent autour de cet univers.

-Et pour les rayonnages, comment vous faites pour les classer ?

-Ca après c'est... On choisit une classification, comme on a des rayons, délimités, avec d'un côté les animés, les figurines ... Par types de produits en fait. Ca c'est... Chacun fait comme il veut. Comme pour les mangas y en a qui les trie par éditeurs, d'autres par genres, d'autres par ordre alphabétique... Enfin je veux dire vous avez quelques solutions possibles.

-Donc y a pas de directives des éditeurs par exemple, pour dire il faut classer comme ça ?

-Non non non. On fait le choix le plus judicieux possible et le plus simple possible et le plus lisible possible. Nous on fait par ordre alphabétique de titres. Parce que c'est un choix... Y en a d'autres qui font autrement. Il faut que les produits soient accessibles, à la base, quelle que soit l'activité, pas seulement pour cette activité. Donc c'est la solution la plus facile, dans le sens où il faut que ce soit facilement accessible, et repérable par les clients et les clientes.

-Oui c'est pas « facile » dans un sens péjoratif.

-Non non pas du tout, c'est vraiment pour que tout le monde puisse s'y retrouver.

-Et comment vous faites le choix des mangas en rayon ?

-On a un choix d'achats en fait. Donc soit on fait tout, soit on sélectionne. Au départ on faisait tout, et maintenant, je sélectionne. C'est une évolution... Donc on a les éditeurs qui nous envoient... ou des grossistes, y a les deux. Si vous voulez passer par des grossistes vous avez tout, ils font un petit peu tout souvent, et si vous passez par les éditeurs, ben chaque éditeur fait sa propre marque de fabrique, c'est normal.

-Et vous, vous passez par des grossistes ?

-Alors je passais par des grossistes, mais maintenant je passe par des éditeurs. C'est un changement parce que mon grossiste a changé de façon de travailler en fait, et je trouve que c'est plus... Ça me va moins bien qu'avant. Donc j'ai dû m'adapter en fait. Ça fait partie du commerce aussi, quelle que soit l'activité, de savoir s'adapter aux circonstances nouvelles.

-Et en fait qu'est-ce que vous avez fait comme études pour en arriver là ?

-Ecole de commerce. Y en a qui sortent de droit, qui sortent d'univers divers. La plupart c'est universitaire, au sens global du terme.

-Et comment vous vous êtes intéressé au manga ?

-Ben c'était la conjoncture, puis j'étais dans les jeux vidéo... Puis c'est un univers, comme je disais tout à l'heure, qui est très rapprochant, et qui est agréable, parce que c'est une activité de loisir. C'est-à-dire que les gens ils sont là pour se faire plaisir. C'est comme les cadeaux, ou je sais pas, les vélos, c'est du loisir, voilà. Puis moi j'aime bien cet univers, ça fait un petit moment que je travaille dans les jeux, après c'est vrai que j'ai découvert le manga, le livre, c'est le seul rayon qu'on connaissait pas vraiment. Donc il a fallu un certain temps pour apprendre, comme dans les librairies classiques, on connaît pas tous les bouquins. Donc il faut du temps pour pouvoir connaître des choses là-dessus.

-Et vous avez appris comment ?

-Par le temps, par les clients... On avait aussi une vendeuse à un moment donné qui était férue de Japon et de manga. Y a des tas de façons d'apprendre, comme dans tout métier, tout au long de sa vie. On est pas... On arrive pas on sait déjà tout, non. On démarre, puis petit à petit, les connaissances s'accumulent et l'expérience fait aussi qu'on acquiert toujours plus de savoirs. C'est un processus, tout au long de la vie quoi.

-Vous parliez d'une vendeuse, vous avez des employés ?

-Non là y a pas d'employés. On a eu des employés, mais là, avec la conjoncture... Après là, je suis en train de modifier des choses, on verra. Mais pour l'instant la structure n'est pas grande non plus, on est pas la Fnac hein ! Après oui, le secteur de la librairie a pris un gros coup dur, ne serait-ce que dans la région. On a beaucoup de librairies qui ont fermées. Moi dans l'univers du manga, je suis le dernier sur Toulouse hein ! En concept comme le nôtre, oui, faut le savoir. Donc une période un peu difficile.

-Et aujourd'hui, l'état du marché, ça va ou c'est...

-L'état du marché euh... Il faut s'adapter. Moi je vous dis, on a rétréci la gamme. Avant j'avais beaucoup euh... Y avait Album avant, qui maintenant sont repassés Bédéciné, indépendants, puisqu'ils étaient une chaîne. Parce qu'y avait des soucis hein, c'est pas un hasard. Après vous en avez d'autres comme BD Fugue qui se sont installés récemment, qui étaient ailleurs. Et moi j'avais un catalogue très complet, un fond de catalogue, notamment sur les livres, et maintenant j'ai rétréci. Parce que y avait des choses qu'on vendait pas ou peu, ou y avait pas la clientèle. Donc ça on a du rectifier, ça c'est valable pour le commerce d'une façon générale. Il faut savoir s'adapter à la période, à l'époque, aux produits et à la demande. Je veux dire, c'est toujours le même euh... La même chose partout dans le commerce. Donc il faut faire tout. Faut écouter ce que veulent les gens. Et ce que recherchaient les gens y a 5 ans, c'est pas forcément ce qu'ils recherchent aujourd'hui, ni dans 10 ans. Ça évolue. Et y a plein de choses qui évoluent. Donc il faut savoir s'adapter, voilà.

-Et pour le marché du manga en particulier, c'est plutôt comment ?

-Dans le marché du manga... C'est un marché qui est jeune, par rapport aux comics, on peut comparer vu qu'on parle de livres avec des dessins et des bulles, qui est un marché qui est jeune en Europe, et faut savoir qu'en France on est un gros marché. Bien que je crois que certains pays européens comme la Belgique ou l'Allemagne nous ont dépassé, parce qu'à un moment donné, on était le deuxième marché derrière le Japon. Après y a beaucoup de structures qui diffusent des mangas, y a des commerces spécialisés comme ici, ou des multi-généralistes comme la Fnac, et après vous avez des pluridisciplinaires, types GMS quoi, toutes les grandes surfaces, comme Leclerc avec leur Centre culturel, ou Auchan, Carrefour et compagnie hein. Tout le monde en diffuse partout quoi.

-Et pour l'avenir, vous le voyez comment ?

-Y a aucune société qui voit l'avenir, mais franchement, on a une vue assez courte. A l'heure actuelle, on peut pas faire un prévisionnel qui soit cohérent en fait. A un an près, oui, à 2 ans, je vais me tromper quoi.

-Moi on m'a dit que pour l'instant le marché était plutôt stable.

-Alors, pour le livre c'est globalement stable. Ça évolue tout doucement.

-Parce qu'y a eu une grosse explosion

-Oui, ben parce que c'est un marché jeune, donc au départ vous avez ça. Et puis ça prend. Y a de plus en plus d'auteurs, de plus en plus de séries, donc y a un moment où ça explose. Après dans l'avenir, le marché du manga, le marché du livre en général, ben vous avez maintenant des supports qui le dématérialisent.

-C'est quand même différent

-Oui mais parce que vous, vous êtes habitué. Ceux qui naissent maintenant, qui vont être à l'école avec les tablettes, ils auront un autre rapport avec le papier. Moi je vivais sans téléphone portable, et je m'en passais très bien ! Mais les gens maintenant, ils sont constamment sur leur téléphone. Et les générations qui arrivent ce sera pire. Donc vous ça va vous manquer, mais eux qui arrivent, qui ont vu que ça, ce sera normal. Et on l'avait déjà vu dans le jeu vidéo ça, y a un petit moment hein. Actuellement, c'est dématérialisé. Les grandes chaînes euh... Dans les jeux vidéo vous avez deux grandes chaînes Micromania et EA Games, qui a été liquidé l'an dernier en fait, et quand on parle de chaînes, c'était des gens qui avaient 1000 magasins réparti dans différents pays hein ! Attention, c'est pas le petit commerce ! Puis pour le livre, c'est une histoire de grande distribution, d'argent aussi, et les éditeurs, je pense que si vous voulez, dans une chaîne, vous avez l'éditeur qui va distribuer à des centrales puis qui vont prendre quelque chose, puis les distributeurs, au final, s'ils dématérialisent, ils squeezen les intermédiaires. Quelque part, la marge, ils vont se la garder pour eux, et diffusent directement aux... Maintenant vous avez des biais internet, qui augmentent, qui explosent. Vous avez la 4G, ou que ce soit la vidéo ou les trucs comme ça. Maintenant, si vous partez en voyage, en week-end, une tablette c'est plus facile à transporter que 10 livres dans une valise. Et de plus en plus ça va être ça quoi.

-Et pour le manga aussi, vous pensez que ça va être ça ?

-Pour tout ce qui est ça [me montre le rayon des animés], j'y crois pas, et tout ce qui est ça [me montre le rayon manga], j'y crois plus, à long terme. Bon c'est une vision à long terme, mais ça va plus exister oui. Ou de façon très restreinte. On va retrouver ce qu'il s'est passé pour le

marché du CD. Y avait des rayons immenses avant, et maintenant... Pour les mangas, ce sera pareil. Après ça va rester un peu, mais de façon beaucoup plus confidentielle ou que pour des gens qui vraiment voudront... Bon ça c'est pour dans 10 ans hein ! C'est pas dans l'avenir immédiat. Mais c'est une évolution. C'est pas la fin, c'est juste une évolution.

Entretien 3 : Toulouse Manga

-Tout d'abord j'aurais aimé savoir quand, par qui, pourquoi avait été créée l'école ?

-Alors en fait, l'école a été créée officiellement, sur le papier et tout, le 26 février 2012. Et on a commencé, enfin j'ai commencé à faire les cours en mai 2012. A l'époque c'était des cours à domicile, après y a eu les stages qui ont commencé en juillet, là on a trouvé des locaux et on a commencé les stages, et les cours à l'année, toutes les semaines avec des élèves qui revenaient toutes les semaines, ça a commencé en septembre 2012. Voilà. A la base, moi j'étais professeur d'arts plastiques en collège et en lycée, et j'étais passionnée par le manga depuis des années, avant de faire ça je travaillais même pendant que j'étais prof, sur un projet manga, qui est dans des cartons depuis lors, parce que je n'ai absolument plus le temps de m'en occuper, mais j'avais vraiment envie de continuer là-dedans et dans tous les collèges où j'étais, je montais des ateliers manga avec les élèves, et qui avaient beaucoup de succès. Comme y a des choses que j'appréciais pas dans le système de l'Education Nationale, comme le fait qu'il y ait beaucoup trop d'élèves par classe, ce genre de choses... J'ai décidé de quitter ce milieu-là pour faire ma propre école en fait, et ouvrir cette école de manga. Donc en janvier 2012 j'ai arrêté... Enfin je faisais des postes en remplacement, donc j'ai mis fin à mon dernier contrat, je l'ai pas renouvelé, et j'ai utilisé mon temps libre pour monter cette école. Et après c'est moi qui l'ai fondé et depuis elle avance à pas de géants, c'est-à-dire que la première année on avait 54 élèves, cette année on en a 107, et l'année prochaine on table sur 150-160. Et dans quelques années, le but c'est de carrément, dans 2-3 ans, on est en train de travailler sur la forme professionnalisante de l'école donc avec un cursus de formation post-bac ou pas, parce que, ma foi, je pense pas que ce soit absolument nécessaire d'avoir le bac pour faire ça, une bonne culture générale suffit, bon il faut une culture générale, mais le baccalauréat à l'heure actuelle, c'est plus un bout de papier qu'autre chose, donc voilà, on est en train de bosser là-dessus. Donc dans quelques années ça va être 200 élèves, avec une partie qui continuera à faire du loisir, et l'autre partie qui sera là de huit heures à dix-sept heures pour faire du manga.

-Donc ce sera pour devenir mangaka ou travailler dans l'édition ?

-Pour devenir mangaka, travailler dans l'édition et travailler dans l'illustration, parce qu'en fait, si on veut proposer une formation qui est reconnue par le Ministère du Travail, il faut qu'on puisse faire valider un certain nombre d'acquis à nos élèves, notamment dans l'illustration, l'édition.

-Et comment ça fonctionne ici ?

-Alors c'est une école super participative, c'est-à-dire que moi je suis directrice et professeur. J'assume 99% du travail, je fais des horaires euh... Des heures de boulot à la pelle ! 40 heures pour moi c'est une petite semaine, vachement soft. Mais j'ai la chance d'avoir des élèves ultra motivés, très très volontaires et qui en fait prennent certaines choses en main. Notamment cette année, j'ai 2 élèves qui assurent les cours. Donc y en a une qu'on embauche l'année prochaine, carrément, qui passe salariée, et qui est en train, en ce moment, de se former à la pédagogie, qui assurent les cours pour les ados. Donc l'année prochaine on a cette prof, enfin cette élève qui passe prof à part entière, en plus de ça on a une prof de japonais, qui travaille pour nous, et l'année prochaine on va aussi avoir une mangaka et un ancien éditeur des éditions Kadokawa, qui vont travailler ici, pour aider justement... Ben l'année prochaine on diversifie, on va avoir une prof de dessin aussi. C'est-à-dire qu'on va commencer à mettre en place plusieurs possibilités de cursus de manière à commencer à mettre en place la formation professionnalisante.

-Et aujourd'hui, y a combien de prof ?

-Aujourd'hui, y a moi vraiment à temps complet, et après y a Lisa et Maëlis, qui ont toutes les 2 un groupe qu'elles gèrent, un groupe d'ados. Donc vraiment, y a une prof et deux professeurs assistants. Ah non, pardon, y a 2 profs, parce qu'y a la prof de japonais, faut pas l'oublier quand même ! L'année prochaine y a japonais, Nakashima, Kenzo, moi, Doriane, Maëlis,... L'année prochaine y a 6 profs. On passe de 1 à 6.

-Ça évolue vite

-Ça évolue très très vite. Ben comme le marché du manga.

-Et aujourd'hui qu'est-ce que vous faites concrètement ? Par exemple un cours type ?

-Alors une année type plutôt, parce qu'un cours type ça va être difficile. Une année type, ça va être de leur apprendre les bases de dessin, leur apprendre le manga, les codes, comment ça se réfléchit, alors après leur apprendre à construire un scénario, leur apprendre à créer les personnages, leur apprendre à développer un récit, une narration, leur apprendre à la mise en page,

l'encrage, les trames, ... Donc c'est pour ça que c'est sur une année. C'est même sur 3 ans. Et y a vraiment une super ambiance. C'est très très cool.

-Vous m'avez parlé de votre parcours, donc vous étiez prof, mais qu'est qui a déclenché ce goût pour le manga ?

-Alors là, il faut remonter à mes 3 ans. En fait mes parents avaient ouvert le premier restaurant japonais à Toulouse, qui s'appelait le « Japan », qui était Rue de la Colomchette, donc quand j'avais 2-3 ans, en fait, ils ont monté ça et ils avaient fait venir un cuisinier du Japon exprès pour, et pendant 6 mois on avait donc Keiji, qui vivait avec nous, à la maison carrément, qui parlait japonais, qui nous faisait manger japonais, tout ça. Donc j'ai eu la chance de vivre cette expérience là toute petite, qui a dû me marquer, puisque plus tard je me suis mis à Candy, Goldorak, Léo le Lion, tout ça... Ensuite je suis passée par les arts martiaux japonais, puis ensuite je suis revenue sur le manga. Donc ça a été cuisine, animation, arts martiaux, manga. En sachant aussi que je lis de la BD depuis que je suis toute petite petite. Même si c'est totalement différent, j'avais quand même une certaine sensibilité à la narration séquentielle.

-Et qu'est-ce qui vous plaît dans le manga ?

-L'efficacité. L'efficacité narrative, l'efficacité au niveau de l'action, la simplification formelle qui permet en fait d'aller à l'essentiel, le fait qu'un manga ça se lit comme on regarde un film, c'est-à-dire qu'en fait c'est quelque chose... Alors bien sûr, évidemment et heureusement y a tout un tas de manga qui impliquent une activité intellectuelle un peu plus poussée, notamment les seinen, les mangas pour adultes, où on va avoir tout un tas de réflexions à mener, pendant l'histoire ou après l'histoire, autant y a plein de films, euh y a plein de manga, lapsus révélateur !, y a plein de manga où c'est comme une série américaine ou un film d'action. Vous posez votre cerveau, vous profitez juste de votre divertissement et vous récupérez votre cerveau à la fin quoi. Donc notamment les shonen et les shojo qui sont plus dans le vécu du personnage, c'est-à-dire que c'est un moment de pause en fait, où on va partager les histoires de quelqu'un d'autre pour s'évader un peu.

-Tout en pouvant s'identifier

-Tout en s'identifiant très bien aux héros principaux. Mais l'efficacité narrative, l'efficacité scénariste, l'efficacité au niveau du dessin, le dynamisme, l'importance donnée aux actions et émotions du personnage, ... C'est vraiment toutes ces choses-là qui font que j'adore le manga. Et je les préfère à la BD franco-belge de très loin.

-Et même les comics ?

-Alors les comics je ne... De toute façon chez moi c'est manga, BD franco-belge, et comics loin derrière. C'est... J'arrive pas à accrocher avec le comics. Justement à cause du dessin. Alors y a des gens qui me disent que c'est proche du manga. Ça peut être proche du manga en termes de cadrage, en termes de dynamisme, mais par contre le dessin est très particulier et j'aime pas du tout. Chacun ses sensibilités. Et je fais partie de ces gens qui peuvent lire une histoire si elle est pas terrible mais que le graphisme est génial mais ne peuvent pas lire une histoire formidable si le graphisme est vraiment dégoûtant, pour parler poliment.

-C'est votre formation qui revient

-C'est... Ça doit être le master arts plastiques qui revient, c'est fort possible ! Donc y a certains mangas qui m'écorchent tellement les yeux toutes les 2 pages que je vais passer plus de temps sur les défauts de dessin dans toutes les cases, les défauts d'agencement de la page, tout ça, que sur l'histoire en elle-même. Donc j'arrive plus à lire. Berserk, pour ne pas le citer. Entre autres. Et après y a Liar Game aussi qui est très chouette au niveau de l'histoire... Alors là celui-là l'histoire est tellement prenante que j'ai réussi à pousser, mais y a des défauts de proportions des personnages toutes les 2 cases quoi. Et alors Berserk c'est encore pire. C'est la déformation professionnelle. C'est comme un cinéaste pourra pas regarder un film avec des « checking cam », les moments où la caméra bouge. Voilà vous montrez votre film de vacances à un cinéaste professionnel, il risque de vomir. Vous montrez ça à papi et mamie, ils sont ravis. Donc c'est à peu près la même chose ouais.

-Et pour vos élèves, pourquoi ils viennent ? Ils veulent devenir mangaka ?

-Non en fait y en a certains qui poursuivent cet objectif-là, c'est d'ailleurs pour ça qu'on a créé un groupe spécial qui s'appelle le « groupe avancé ». Alors cette année c'était par niveau, c'est-à-dire qu'on avait les meilleurs élèves. L'année prochaine ça va être par volonté. C'est-à-dire que le but ça va être qu'ils puissent avoir une formation particulière qui les amènent sur la voie de la professionnalisation, en sachant qu'à l'heure actuelle on n'est pas un centre de formation, pas encore, donc on se permet pas de dire qu'on fait de la formation professionnalisante. On essaye juste de les aider à leur mettre le pied à l'étrier, pour qu'ils puissent avoir la chance d'avoir des travaux payés, d'être reconnus. Là, cette année on a eu la chance énorme, phénoménale, unique en France, tout ce qu'on veut, c'est qu'en fait, on a rencontré Eiji Otsuka, qui est un très grand mangaka japonais, qui a une soixantaine de mangas à son actif, qui a fondé la section universitaire de manga à Kobe, etc, qui est en partenariat avec nous, qui nous a nommé

représentants français de l'école mondiale du manga, et du coup mes élèves bossent sur un projet manga déjà édité qu'ils doivent retravailler au niveau de la mise en page. Ils envoient ces planches tous les mois à Eiji Otsuka, qui les corrige au Japon, et elles sont publiées dans un mangashi japonais. C'est-à-dire qu'on fait partie de ces très rares français, ça doit se compter sur les doigts de 2 mains, qui ont des planches publiées dans les mangashi japonais. Sachant qu'une des mains, c'est moi et mes élèves.

-Y a peu de français qui réussissent ?

-Des français édités au Japon, à l'heure actuelle, y en a une, Eternal-S, qui publie du yaoï, dans un mangashi spécialisé en yaoï. Et là y a Raynart, qui est en bonne passe d'être édité chez Kadokawa. Ça fait des mois, des années même, qu'il va au Japon, qu'il rencontre des éditeurs, pour être publié, et là, apparemment, chez Kadokawa, ça devrait le faire. Donc pour l'instant y a 2 Français.

-Et qui marchent en France ?

-Y en a un peu plus. Déjà y a Remi Guérin, y a Guillaume Lapeyre, eux ils font City Hall, y a Tony Valant. Alors Tony Valante il fait Radiant. Y a Reno Lemaire qui fait Dreamland, y a BB Project, mais là je sais plus le nom du mangaka, mais c'est un mangaka français aussi. Et après, si on les considère comme des mangakas, y a les auteurs de Dofus, et tout ça. Donc on a 5-6 mangakas français contre 2 mangakas français au Japon. Donc ouais pratiquement le double !

-Et comment vous expliquez ce problème ? Parce que c'est quand même un frein...

-Alors au Japon, c'est tout simplement que les Japonais sont extrêmement exigeants et que là où, pour nous, en France, ça va paraître correct, pour un Japonais y a 40 000 trucs à revoir, en règle générale. Et on n'a pas du tout le même système narratif non plus, puisque nous on est issus de la BD franco-belge, donc il faut vraiment changer sa manière de raconter. Pour l'anecdote par contre, j'avais amené des planches de Radiant à Eiji Otsuka, qui pensait que c'était un mangaka japonais ! Quand je lui ai dit qu'il était français, il a fait « Oh mais c'est pas son premier manga ! » et j'ai fait « Si si ! C'est un Français et c'est son premier manga ». Donc il était sur les fesses. Donc Radiant répond à absolument tous les codes du manga japonais. Les autres un peu moins. Même si City Hall s'en rapproche pas mal par de nombreux aspects. Donc ouais les Japonais sont plus exigeants et les semaines d'un mangaka japonais sont encore pires que les semaines d'un mangaka français, même si en France, c'est de pire en pire, et ils ont de

moins en moins de choses que les Japonais peuvent leur envier. Les mangakas que moi je connais en France, Tony, Remi, Guillaume, ils travaillent là de 5 heures jusqu'à 23 heures à peu près. Ça fait de bonnes journées de travail ! Enfin ça dépend, là c'est quand ils ont un tome à boucler, sinon c'est du 9 heures-21 heures. C'est juste des journées de 12 heures quoi. Et 7 jours sur 7. A part Tony qui arrive à avoir son dimanche. Mais je crois qu'il a un assistant maintenant.

-Ah parce que les Français n'ont pas d'assistant ?

-Non. En règle générale non, parce qu'en fait le système de paiement n'est pas du tout le même qu'au Japon, on est moins bien payé en France, du coup on n'a pas forcément les moyens d'avoir un assistant. Et donc ouais c'est difficile d'être édité au Japon. En plus faut parler japonais couramment, faut vraiment s'intégrer complètement dans le milieu japonais, dans le style de manga japonais, puisqu'un japonais, vous lui présentez un style de manga français, il va vous dire que c'est de la BD, et quand eux publient du manga, ils vous vous dire que non, ça ne les intéresse pas, puisqu'ils font des mangas, pas de la BD. Donc il faut adhérer vraiment à 100% à la manière de faire. Et après c'est difficile d'être édité en France parce que les éditeurs français ont fait n'importe quoi dans les années 1980-90. En fait ils ont vu le phénomène manga arriver, ils se sont dit que c'était un sous-genre pourri de la BD, et que du coup, on pouvait éditer à peu près n'importe quoi sous le terme de manga français, parce que de toute façon les lecteurs de manga c'étaient des andouilles qui savaient pas reconnaître un truc de qualité. Et ils ont édité de grosses daubes sauf que le lectorat est loin d'être un abruti, du coup ils ont bien vu que c'était des grosses daubes et ils ont, pendant des années, et c'est encore le cas aujourd'hui, le mot « manga » et « français » cote à cote ça fait fuir les gens. Ah oui, ils ont édité des trucs à chier. Et à l'heure actuelle y a des petits jeunes qui envoient leur projet à des maisons d'édition, c'est bien, mais ils sont à 50% du boulot quoi. Et puis y a aussi beaucoup de petits jeunes qui s'auto-éditent, c'est bien aussi, mais ils sont à 20-30% du chemin à parcourir pour avoir un truc vraiment de qualité. Et donc du coup, tout ça sur le marché fait que ça redore pas forcément l'image du manga français, mais à côté on a Tony, Remi, Guillaume, ... Donc ouais, ils ont vraiment fait n'importe quoi.

-Et pour revenir aux débuts du manga en France, comment ça s'est passé ?

-C'était dans les années 1970 de mémoire, avec Goldorak et Candy, qui sont arrivés en France sous forme d'animé à la base. A cette époque-là y a aussi eu un... Je crois que c'est le Cri qui Tue, un magazine qui reprenait justement Albator ou Goldorak, je sais plus lequel, qui était édité en couleur. En fait ils reprenaient une version américaine qui était colorisée. Ils ont publié

ça et ça a très bien marché. Et en fait ça a eu énormément de succès parce qu'ils sont tombés sur un genre narratif complètement nouveau, avec des personnages extrêmement charismatiques, etc, donc ça a pris. Ensuite on a le Club Dorothée, qui a fait beaucoup pour l'animation, même s'il lui a fait aussi beaucoup de mal. C'est-à-dire qu'ils ont publié des choses pour les enfants comme Dragon Ball ou Ken le Survivant, etc, qui, au Japon étaient considérés et le sont toujours, comme du manga pour adulte. Donc c'est vrai qu'ils ont fait du mal à l'animation japonaise dans le sens où, beaucoup de gens, Ségolène Royal la première, qui pensent que les mangas, c'est une abomination, etc. Alors que c'est juste comme si on mettait Corto Maltese ou Enki Bilal pour des enfants de 6 ans quoi. C'est pas leur âge. Donc à la fois ça leur a fait du mal mais ça leur a fait du bien parce que du coup c'est toute une génération qui a baigné dans le manga et s'est imprégnée de ses codes et qui maintenant lit du manga. Concrètement, la génération Dorothée, comme on l'appelle, c'est les pires otaku d'aujourd'hui quoi. Je sais pas si vous avez vu Génération Otaku, je sais plus de qui c'est mais c'est Eiji Otsuka, notamment, enfin ça s'inspire beaucoup de son travail mais je vous invite à le lire parce qu'il est intéressant, même si Eiji Otsuka est pas content parce qu'y a une déformation de ce que lui considère comme être otaku, mais il est intéressant quand même. Et je sais pas si vous avez fait une étude de marché mais notre partenaire Manga Ink en a fait une, et Toulouse est la ville la plus consommatrice de manga en France après Paris.

-Ah oui ? C'est vraiment bien implanté alors.

-Ah oui ! De toute façon y a qu'à voir le TGS, on en a 2 par an, il fonctionne de mieux en mieux, c'est vraiment le rendez-vous incontournable des fans, qui du coup râlent quand y a des gens pas fan qui arrivent. Un otaku aime être entre otaku.

-C'est vrai que le manga c'est assez particulier. Y a des communautés assez soudées

-Et y a même des communautés par manga. C'est assez marrant. C'est-à-dire qu'y a les adorateurs de Fairy Tail, les adorateurs de Naruto, les adorateurs de Bleach, qui parfois se tapent sur la tronche. Personnellement, on fait partie des gens qui n'aiment pas Fairy Tail donc des fois c'est sujet à de grandes polémiques avec les élèves qui aiment Fairy Tail. Quand on leur annonce que non, il n'y a pas de scénario dans Fairy Tail, que du coup c'est nul... Ben Fairy Tail c'est le seul manga que je connaisse où dans le tome 3 ou 5, je sais plus, au début du tome, ben le mangaka avoue qu'il a pas de scénario, qu'il sait pas du tout où il va mais que oh bof ! il construit au fur et à mesure ! Et j'ai vu ça j'ai dit « ah ouais ? ». J'ai poussé jusqu'au tome 19 et là, c'est bon, j'ai arrêté.

-C'est vachement étonnant parce qu'y a beaucoup de tomes, un animé...

-Ouais. Mais y a des personnages charismatiques. Et assez diversifiés. Et y a des filles à poil en ce moment dedans.

-Ah bon ?

-Ouais. Le signe d'un manga qui est en train de battre de l'aile c'est les filles à poil et ce moment y a pratiquement que ça dans chaque chapitre de Fairy Tail. C'est une technique de mangaka pour retrouver de l'audimat. L'audimat plonge, on met des filles à poil, un nouveau combat, un nouvel adversaire ou des gags. Et il a choisi la version fille à poil.

-Ouais, y avait déjà filles aux gros seins donc ça paraît être dans la continuité !

-Et filles aux gros seins plus filles à poil c'est combo !

-C'est vrai que je lis Bakuman et ils expliquent pleins de « trucs » comme ça.

-Bakuman c'est très drôle aussi d'ailleurs. Enfin c'est très drôle du point de vue de mangaka qui écrivent sur le métier de mangaka et qui révèlent des choses avec la Shueisha qui tire la gueule, parce que la Shueisha c'est leur maison d'édition, qui rit jaune, genre « ahahah, ils parlent de ça, génial ! ». Mais ils peuvent pas les empêcher d'en parler parce que c'est Ohba et Obata donc ils laissent faire mais tout en leur disant « les gars, ce serait bien si vous disiez pas trop de trucs non plus ».

-Oui c'est vrai, parce qu'on peut se poser la question pour la maison d'édition qui voie arriver un manga comme ça

-Ah ben la maison d'édition elle a fait la gueule hein ! A la fois elle peut rien dire parce qu'ils fonctionnent, c'est 2 de ses mangakas les plus renommés, donc là elle est pied et point lié quoi ! Si elle leur dit « Ohba, Obata, vous arrêtez votre série », bon, c'est le taulé général, elle se prend tous ces fans dans la figure, elle chute, enfin... Le public du manga au Japon est extrêmement important. C'est-à-dire que c'est le public qui fait les mangas et les mangashi. C'est lui qui décide de quel manga reste, de quel manga sort donc si jamais ils font un truc pareil, tout le public qu'ils ont sur le dos...

-Bon là c'est terminé donc ils doivent souffler !

-Ben c'est-à-dire que quand y a plus rien à dire... Ohba et Obata ont déjà continué des séries, hélas !, parce que le public était là et la maison d'édition a insisté, mais normalement quand y

a plus rien à dire, faut savoir s'arrêter. Genre Death Note, y a toute une partie du manga qui n'aurait pas due exister. Je pense que ça aurait mieux sans d'ailleurs.

-Oui surement. Et pour revenir sur le cas de Toulouse comme deuxième ville la plus consommatrice de manga, comment vous l'expliquez ?

-Ben Toulouse, c'est une ville étudiante c'est-à-dire qu'y a un quart de la population qui est étudiante et c'est essentiellement des jeunes qui lisent du manga et consomment du manga, donc je pense que ça doit pas être anodin. Après on a des librairies de qualité, vraiment, avec de très bons conseils, ce qui aide aussi à avoir un lectorat... Alors on parle pas de la Fnac, Cultura, etc, hein. Vraies librairies comme Gibert Joseph, le Comptoir du rêve, BD Fugue, Atmosphère, enfin toutes celles-là quoi. Donc c'est vrai que du coup, comme elles ont des choses de qualité, qui conseille bien les parents, ben ça incite, ça invite vraiment les gens à lire du manga, à acheter un tome comme et voilà, puis en découvrir d'autres.

-Et comment vous voyez l'avenir du manga ?

-Très bien. Ca va vraiment devenir un genre à part entière en France. Mais de toute façon pour moi, ça l'est déjà, c'est juste que les intellectuels des hautes sphères, par exemple du festival d'Angoulême, ont un peu de mal à l'intégrer mais je pense que le manga français va se redévelopper, mieux cette fois ci, c'est-à-dire renaître de ses cendres toutes pourries et qu'y a quelque chose à développer, enfin en tout cas de mon point de vue entre la France et le Japon. Les Japonais sont très friands de partenariats avec la France, parce que ben on est le pays de la bande dessinée et que ça les intéresse énormément, et qu'on a un patrimoine culturel énorme, et nous on est très friands de Japon pour tous les aspects culturels, etc, qui est là également, donc je pense vraiment que l'avenir est bien tracé, ouais. Même si au niveau des ventes il peut y avoir des moments où il peut y avoir des baisses, des choses comme ça, c'est-à-dire que le manga se consomme beaucoup sur internet, donc même si dans les chiffres, les ventes peuvent baisser, la consommation réelle, elle, reste stable. C'est juste que quelqu'un qui achète pas un tome en librairie ben il l'a lu sur internet quoi. Il l'a lu avec les scans qui sortent toutes les semaines. Après, moi j'incite mes élèves, quand ils ont des séries qui leur plaisent, à les acheter aussi. C'est-à-dire que moi je... Par exemple, moi j'aime un manga, que j'ai lu intégralement sur internet bien avant qu'il sorte en France, mais j'achète tous les tomes les uns après les autres, parce que c'est une série que j'aime et je trouve ça normal du coup, à partir du moment que je l'apprécie, d'aider l'auteur à en vivre, de montrer que cette série vaut le coup, qu'il faut la poursuivre. Bon elle est déjà finie, mais en tout cas, voilà montrer qu'y a des choses de qualité

qui se font en les achetant. Je trouve ça vraiment très bien d'acheter du manga parce que ben... Du bon manga, je trouve ça très bien de lire sur internet et d'acheter les mangas qui nous plaisent après pour justement, orienter les maisons d'édition sur des trucs de qualité. Pour montrer que ben oui, on peut lire sur internet et acheter aussi et que c'est pas la peine de tout enlever d'internet, etc... Et de taper sur toutes les teams de fansub. C'est au consommateur de se responsabiliser aussi, et de faire en sorte qu'on puisse profiter de son nouveau chapitre chaque semaine et que les maisons d'édition puissent s'y retrouver et les auteurs aussi. Faut savoir qu'il y a quand même l'auteur derrière aussi, même si y a la maison d'édition avant, y a les auteurs, au bout d'un moment, qui touchent aussi des droits dessus. Faut faire vivre les auteurs.

-Moi j'ai vu quelqu'un hier qui me disait que le manga papier allait disparaître.

-Je pense pas. Parce qu'y a déjà une certaine fierté à avoir une bibliothèque de manga. Nous à la maison, on en a 1200, bon, on sait plus où les mettre mais... En plus, pour être dessinatrice, je suis partie du papier pour aller sur le numérique, et je suis revenue au papier. Parce que dans le numérique on perd le contact avec la matière et c'est un contact qui est assez important, même si la génération qui arrive est plutôt une génération dématérialisée, le bonheur de tourner les pages, de pouvoir revenir en arrière, de pouvoir apprécier, vraiment, le livre dans son ensemble, je pense pas qu'il se perdra d'ici longtemps. Donc non, je pense pas que le manga papier soit voué à disparaître.

-Et je vous aie pas demandé, mais quel est le profil de vos élèves ?

-Alors ça va de 8 à 45 ans. Y a pas de profil type. On a des premières de classe, qui ont 16 de moyenne, on a des cancre qui foutent le bordel en cours, qui ne sont sages qu'ici, on a vraiment de tout. En fait le manga est suffisamment diversifié et s'intéresse suffisamment à ses lecteurs pour parler à tout le monde. C'est ce qui est une des forces du manga, vraiment. Parce que chaque personne pourra trouver un manga qui lui correspond en cherchant un peu. En tout cas au Japon. En France, reste un peu plus restreint. Et du coup on a des élèves de tous les milieux sociaux, tous les âges, tous les horizons. Y en a qui veulent faire médecin, y en a qui veulent faire mangaka, y en a qui savent pas, y en a qui sont au chômage, y en a qui bossent, enfin c'est... y a vraiment de tout. De l'ingénieur Airbus de 45 ans jusqu'à... au primaire.

-Et y a autant de filles que de garçons ?

-Alors cette année, j'ai pas calculé, mais l'année dernière on avait l'équité parfaite. Ça touche tout le monde. Cette année je pense qu'on est encore à l'équité. Peut-être un tout petit peu plus

de filles, mais je suis pas sûre. Ah si, on doit avoir un peu plus de filles chez les ados. Chez les adultes, c'est pareil, on a plus de filles chez les jeunes.

-Et vous avez commencé à en parler tout à l'heure, mais au niveau des classifications, c'est plus restreint en France qu'au Japon ?

-Oui parce qu'en fait au Japon... Les Japonais adorent les cases, ils adorent ranger les trucs, le contour, la règle, tout ça. Donc au Japon, la classification des mangas, y a de grands genres comme le kodomo, le shonen, le shojo, le josei, le seinen, le hentai, après y a du shonen-ai par exemple. C'est du yaoi mais qui est pas tout à fait du yaoi. C'est-à-dire que si on veut y voir du yaoi on peut, et si on veut pas en voir, on peut. Y a le lolicon, y a... Alors le lolicon c'est des petites filles avec des hommes adultes, et y a le shota, c'est des petits garçons avec des femmes matures. Ça part loin hein ! Y a le mecha, y a le manga de sport, y a le manga sur des métiers, y a le manga pédagogique qui va apprendre les gestes de premier secours, etc, y a du manga pour petits vieux, contemplatifs... Donc vraiment au Japon c'est encore plus classifié. En France on a vraiment davantage... Les plus représentés c'est le shojo et le shonen, ensuite on a beaucoup de seinen, on a un petit peu de kodomo qui commence à émerger, et on a très très peu de josei. Le josei c'est le pendant du seinen mais pour femmes. Et on a aussi pas mal de yuri, enfin surtout de yaoi, et un peu de yuri.

-Mais pourquoi les français ont si peu de catégories ?

-Ben c'est un choix des maisons d'édition, qui choisissent ceux qui se vendent le mieux. Le shonen étant le truc qui se vend le mieux parce que c'est lu à la fois par la gente féminine et masculine, le shojo, ils nous choisissent pas mal d'histoires à l'eau de rose pour plaire à un public adolescent, même si au Japon c'est beaucoup plus diversifié que ça, le seinen c'est pareil c'est lu par peu de monde, le josei c'est vraiment l'histoire de femme entre 25 et 40 ans, puis leur parcours professionnel ce genre de choses, donc ça va moins intéresser les mecs par exemple, du coup, ils en publient très très très peu. Y avait le gekiga aussi qui était vraiment un genre à part, dans les années 1970, en réaction à Osamu Tezuka et sa création du shonen. Parce qu'en fait à la base le manga a été créé pour un côté critique et pour une autre valeur ajoutée intellectuelle. Donc quand Tezuka a transformé ça en chose beaucoup plus divertissante, y a eu des réactions au niveau des intellectuels, qui ont créé le gekiga et qui est un genre qui prône le sérieux, c'est pas drôle quoi. C'est artistique au sens art contemporain du terme. Et y a plein de trucs comme ça qui sont plus publiés en France à l'heure actuelle parce que ça marche pas. En

France c'est la loi du marché. A part quelques petites maisons d'édition, qui publient des choses un peu particulières, Kana aussi de temps en temps. Ben là par exemple ils viennent de publier un manga fait par 2 français, sur le sumotori. Alors à la fois c'est un manga, à la fois ça l'est pas, c'est-à-dire que c'est un manga un peu à la Taniguchi, et Taniguchi dans le manga, s'inscrit justement entre le manga et la BD franco-belge. C'est un peu particulier. Donc c'est un manga sur le sumotori. Kana de temps en temps prend quelques risques. Y a Ankama qui prend beaucoup de risques en ne publiant que des mangakas français. Mais de temps en temps y a des choses un peu particulières comme ça, mais sinon en règle générale c'est la loi du marché. Ce qui se comprend parce qu'il faut aussi... C'est un métier où il faut en vivre. Après le côté artistique passe plus souvent à la trappe.

-C'est vrai que moi, en étant passée dans les librairies vendant du manga, c'est beaucoup de shonen ou de shojo.

-Après ça dépend desquelles. Gibert Joseph, j'y suis pas allée depuis un moment, mais avant y avait Audrey qui y travaillait, qui était vraiment géniale, qui avait un sens du contact vraiment génial, sauf que maintenant elle travaille plus au rayon manga, du coup maintenant je sais pas, mais avant ils avaient un très très beau rayon seinen. Après si vous voulez du manga plus contemplatif, un peu perché, enfin des trucs qui sortent un peu de l'ordinaire, faut aller à Atmosphères. En fait le vendeur s'intéresse à des trucs un peu comme ça donc du coup c'est vrai que voilà. Y a le Comptoir du Rêve. Là Jonathan, en fait son papa était commercial dans le manga quand il était gamin, donc il bouffe des tonnes de manga depuis qu'il est tout petit, du coup il est excellent quand il s'agit de conseiller quoi. Et lui aussi, ils ont un fond complètement énorme. Donc ouais, en France ils ont limité la classification parce que le manga sur les pêcheurs d'un petit village du nord du Japon ça va pas des masses intéresser le lectorat français.