

Université Toulouse – Jean Jaurès

UFR d'histoire, arts et archéologie

Département documentation, archives, médiathèque et édition

LE WEBTOON, LE RENOUVEAU DE LA BD NUMÉRIQUE

Histoire, caractéristiques et mondialisation

Andres CAMPS

Mémoire présenté pour l'obtention du Master 2 Édition imprimée
et numérique

sous la direction de Joël FAUCILHON

Septembre 2021



*« (..) avec la croissance du numérique dans la production de plateformes et de contenus, les webtoons ont été capables de s'enraciner comme un nouveau genre de bandes dessinées (...). »**

- Wohnno JANG, Jung Eun SONG

Webtoon as a new Korean Wave in the process of Globalization, 2017

* « (..) with the growth of digitalization in platform and content production, webtoons were able to become rooted as a new genre of cartoons (...). » [Original].

Résumé

Le webtoon est le nouveau visage de la bande dessinée numérique, il en devient même le porte-étendard. De part sa popularisation via Internet, il a su réinventer les codes de la lecture en ligne. En se focalisant sur cette démarche, nous avons ici une étude qui se concentre sur comment s'est développé et mondialisé un phénomène, à la base, purement coréen. Ainsi, en se basant sur son importance sur le marché de la BD numérique, sur son histoire et sur ses caractéristiques, il nous a été possible de comprendre son évolution, ses avantages et inconvénients ainsi que le rôle du numérique dans sa conception et son développement. La liste des plateformes permet de mieux retracer le chemin entre hier et aujourd'hui et permet de concentrer une part de l'analyse sur la BD numérique coréenne en francophonie. Le webtoon n'a pas fini de nous étonner ce qui en fait un parfait objet à étudier.

Mots-clés : *bande dessinée ; numérique ; webtoon ; mondialisation ; plateformes.*

Sommaire

Sommaire.....	p.4
Avant-Propos.....	p.5
Remerciements.....	p.6
Introduction.....	p.7
PREMIÈRE PARTIE : UNE HISTOIRE DU WEBTOON.....	p.10
I / Définition, contexte et culture.....	p.11
II / Les première plateformes de webtoon.....	p.33
DEUXIÈME PARTIE : WEBTOON, LES SPÉCIFICITÉS DU FORMAT.....	p.59
I / Caractéristiques du webtoon.....	p.60
II / Un format né pour le mondialisation.....	p.93
PROJET ÉDITORIAL : DU WEBTOON AU FORMAT PAPIER.....	p.148
I / Présentation du projet.....	p.149
II / Projet.....	p.154
III / Diffusion du projet.....	p.198
Conclusion.....	p.208
Bibliographie/Webographie.....	p.210
Table des figures.....	p.226
Table des matières.....	p.230
ANNEXES.....	p.235

Avant-propos

Le webtoon, vaste sujet qui m'intéresse depuis que j'ai commencé à en lire il y a de cela deux ans maintenant. En effet, l'art asiatique m'a toujours fasciné au point d'avoir déjà travaillé par deux fois, lorsque j'étais en histoire de l'art sur différentes productions japonaises ou franco-chinoises. Mais la bande dessinée coréenne, très novatrice dans sa forme ou dans sa consommation, a su me conquérir par sa différence. Et pourtant, j'avais l'impression de déjà connaître certains ressorts scénaristiques, certains archétypes de personnages, etc. Et c'est réellement à ce moment que le sujet du webtoon est devenu une évidence. Très récent et pourtant déjà culte auprès d'une grande partie du lectorat au point que des entreprises prennent même la peine de l'adapter en papier pour un public français adapte des livres. Comment un tel phénomène a-t-il pu voir le jour ? Voilà la première question que je me suis posé et c'est à partir de cette dernière que toute la réflexion qui suis a vu le jour. Plusieurs pistes ont petit à petit émerger, certaines à partir de lectures, d'autres de données et d'autres de réflexions personnelles mais toutes menaient vers la même conclusion : le webtoon est le renouveau de la BD numérique, et c'est cette opinion que je développe ici. Histoire, format, caractéristiques, plateformes de lecture,... rien n'a été laissé au hasard dans le phénomène de la bande dessinée coréenne aujourd'hui transformée et mondialisée.

Toutefois, ce travail ayant été conçu en majorité en période de Covid-19, il est possible que certaines données, notamment présentes dans certains livres universitaires, n'aient pas pu être prises en compte lors de la rédaction de ce travail. J'ai tout de même tenter de pallier à ce manque au moyen de questionnaires et de lectures en lignes mais le résultat final est possiblement lacunaire et donc perfectible.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon directeur de recherches, monsieur Faucilhon, qui m'a accompagné durant toute l'écriture de mon mémoire. Il a su, au cours des différents entretiens et échanges, me guider vers ce résultat qui n'aurait pas été le même sans son aide.

Je remercie également l'ensemble du corps enseignant et notamment madame Barthe-Gay pour son sérieux et sa rigueur qui m'ont été transmis et qui m'ont permis de mener à bien ce travail de longue haleine. Grâce à elle et aux autres enseignants-chercheurs, mon orthographe, ma syntaxe ainsi que la conception du projet éditorial dans son ensemble ont pu être facilités.

Je ne peux pas oublier les professionnels du monde éditorial qui ont l'extrême amabilité de répondre à mes questions et qui ont ainsi nettement amélioré les parties nécessitant des données techniques. À ces derniers s'ajoutent les artistes et ayant-droit qui ont eu la gentillesse de m'autoriser à utiliser une ou plusieurs images provenant d'œuvres protégées ou encore les personnes qui ont eu l'amabilité de prendre de leur temps pour répondre à une suite de questions qui m'ont été utiles lors de la réalisation du projet éditorial notamment.

Je me tourne à présent vers mes collègues de promotions qui ont eu la bonté de m'épauler pour dans la réalisation de certaines productions comme l'argumentaire de vente par exemple, en me donnant quelques conseils dans sa construction ou encore leur avis sur le contenu, permettant ainsi de créer des pièces de meilleurs qualités.

Enfin, je remercie ma famille, et notamment ma mère, lectrice de webtoon également, de m'avoir soutenu et encouragé lors de la rédaction de ce mémoire. Certaines réflexions n'auraient pas été les mêmes sans son point de vue et qui ont indéniablement impacté le résultat final.

Introduction

La bande dessinée est l'un des secteurs les plus lucratifs et diversifiés du monde du livre. Elle représente, en 2020, 18 % des ventes du marché et se place alors 3^e après la littérature et la jeunesse. La crise sanitaire liée à la Covid-19 ne l'a pas impacté de manière négative puisque, selon les chiffres recueillis par la société allemande GfK (Growth from Knowledge), le chiffre d'affaire de la BD s'élève à 591 millions d'euros, un montant s'expliquant sûrement par la fermeture de différents lieux de loisirs comme les cinémas mais aussi et surtout pour ses tarifs bons marché. Et parmi les meilleures ventes, il est intéressant de remarquer que les bande dessinées japonaises, les mangas, se hissent en haut du podium¹.

« Ainsi, les mangas représentent 42 % des ventes en volumes du secteur cette année. Segment le plus dynamique de l'univers, sa croissance atteint +18 % en 2020. Il est animé par les sorties de nouveaux tomes de séries emblématiques ou leurs premiers volumes, comme One Piece (Ed.Glénat), première série Manga en volumes vendus, ou encore Naruto (Ed.Kana), dont les opus sont tous deux présents au Top 10 des ventes Mangas 2020². »

Mais ce constat ainsi que les chiffres cités ci-dessus sont révélateurs d'une autre réalité, le *soft power* de la culture japonaise ou plus généralement de la culture asiatique. Ainsi, il devient de plus en plus normal, depuis les années 1990, de consommer des produits en provenant d'Asie. Cette tendance débutée avec les dessins animés japonais ainsi que leur bande dessinée s'est ensuite poursuivie avec l'avènement de la musique et du cinéma³. Et la France a ainsi continué à consommer des produits asiatiques et notamment coréens. Le *soft power* prédominant n'est alors plus le même et de nombreux chanteurs et acteurs venant de Corée développent ainsi leurs influences⁴. Et avec cette multiplicité des produits asiatiques arrive le webtoon, le nouveau phénomène de la bande dessinée et rival numérique

- 1 PASAMONIK, Didier. Marché de la BD en France en 2020 : une année record. **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 28/01/2021. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Marche-de-la-BD-en-France-en-2020-une-annee-record> > (consulté le 25/08/2021).
- 2 SOLYM, Clément. 2020, année record pour les ventes de bande dessinée en France. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 28/01/2021. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/98590/economie/2020-annee-record-pour-les-ventes-de-bande-dessinee-en-france> > (consulté le 25/08/2021).
- 3 IWABUCHI, Koichi. Au-delà du « Cool Japan », la globalisation culturelle... **In** : *Critique Internationale*. [en ligne]. 2008/I, n°38, pp. 37 à 53. Disponible sur < <https://www.cairn.info/revue-critique-internationale-2008-1-page-37.htm> > (consulté le 25/08/2021).
- 4 Eloïse. Le « soft power » de la Corée du Sud est un atout diplomatique, selon Moon. **In** : *Yonhap*. [en ligne]. Publié le 02/12/2020. Disponible sur < <https://fr.yna.co.kr/view/AFR20201202002800884> > (consulté le 30/08/2021).

du manga. Ce produit culturel se démarque totalement du reste de la production BD, il s'impose comme l'icône d'une nouvelle manière de consommer la bande dessinée, il a transformé, et ce de manière pérenne, la bande dessinée numérique tout en lui redonnant ses titres de noblesse. Un changement qui a même donné naissance à un webtoon non pas exclusivement coréen mais mondial. C'est cette spécificité qui va être au cœur de notre recherche.

La question principale que l'on se pose lorsque l'on parle de webtoon c'est comment un produit culturel purement coréen a su se développer au point de devenir un objet culturel global. Mais interroger la culture globale oblige tout d'abord à questionner ce qu'est le webtoon, le définir et trouver sa place dans l'univers de la BD numérique. Il faut donc développer les codes de la bande dessinée ainsi que ceux des différents formats du dématérialisé. Il est également nécessaire de regarder du côté du marché du numérique pour voir comment le webtoon se démarque des autres formats dématérialisés et exposer quelques chiffres clés de son édition en France. Questionner ce qu'il est revient également à le relier à la culture coréenne et donc par extension à exposer son histoire. Et lorsque l'on interroge son passé, il devient obligatoire de s'intéresser sur les trois formats les plus connus de la BD asiatique, à savoir le manga, le manhwa et surtout le manhwa, origine du webtoon. Cela permet de parfaitement poser les bases de la recherche.

Mais comme dit précédemment, on pose la question de l'évolution d'un produit coréen vers un produit global. Il faut alors s'interroger aux origines historiques propres à la Corée, notamment en s'intéressant à l'innovation technologique et à pourquoi le pays a voulu créer son propre contenu numérique. Il est également intéressant de regarder comment s'est développé le format webtoon dans son pays d'origine, de mieux comprendre les changements entre les débuts et la professionnalisation du secteur et du métier de webtooneur. Chercher les origines revient aussi à explorer le passé du genre et nommer ses précurseurs.

S'interroger sur le passage du format coréen au format global revient également à s'interroger sur les caractéristiques du webtoon qui ont peut-être permis une meilleure acceptation du genre par le reste du monde et qui a été repris par la suite. Cela revient donc à explorer la lecture sur écran et notamment le scrolling que de plus en plus de BD numériques semblent intégrer, mes aussi les codes de narration spécifiques au numérique et le développement du transmédia storytelling qui semble être le secret de son succès. À moins que ce ne soit le dessin qui mêle style coréen et influences internationales.

Enfin, quand l'on s'interroge sur le passage entre format coréen et format global, il est obligatoire de questionner les notions de mondialisation et de culture globale. Cela implique aussi de comprendre le développement progressif du webtoon hors de Corée au travers de nombreuses applications qui se spécialisent aujourd'hui dans le format. Ce point demande aussi de s'interroger sur l'appropriation du format par de nouveaux éditeurs non coréens mais aussi sur son développement hors du dématérialisé, que ce soit le développement des formats livres ou bien les adaptations télévisuelles. C'est seulement en questionnant tous ces points que la problématique sera entièrement traitée.

Pour répondre à l'ensemble de ces interrogations, nous allons découper l'ensemble de la recherche en deux parties : une première se concentrant sur comment se définit le webtoon et quelle est son histoire, quelles sont ses inspirations, en mettant également en avant les plateformes qui ont permis sa popularisation dans un premier temps. La seconde partie se concentrera elle sur les caractéristiques du webtoon, son style, l'omniprésence de la couleur ou encore les genres les plus dessinés ou encore l'importance du défilement vertical et des réseaux sociaux dans le succès du genre. Elle montrera également comment la mondialisation du genre a été rendue possible et par quels diffuseurs ce phénomène numérique a su trouver son public en France. On terminera par développer l'engouement actuel pour l'adaptation au format livre et pourquoi cela permet à la BD numérique coréenne de se démocratiser d'autant plus. Le projet étudiant prolongera notamment cette dernière partie.

PREMIÈRE PARTIE :
UNE HISTOIRE DU
WEBTOON

I – Définition, contexte et culture

Avant d'en apprendre plus sur le webtoon et son fonctionnement, il est important de bien le définir pour ne pas le confondre avec d'autres médias numériques comme le webcomic, le turbomédia ou encore la BD numérique et qui seront également définis par la suite. Cela nous force donc à mettre en avant la parenté entre les *manhwa*, les bande dessinées coréennes et le webtoon mais également l'influence des nouvelles technologies qui ont radicalement changé la consommation du numérique.

Chapitre 1 – Définition

Pour mieux définir ce qu'est le webtoon, il faut d'abord exposer ce qu'il n'est pas, en présentant différents médias numériques qui peuvent être rapprochés dans la fonctionnement ou la manière de consommer une œuvre. Commençons donc par nous interroger sur ce qu'est la BD avant de voir les formats du plus éloigné au plus proche de la définition de webtoon.

A – Qu'est-ce que la bande dessinée ?

Pour bien comprendre ce qu'est la bande dessinée numérique, il est essentiel de bien définir ce qu'est une bande dessinée en tout premier lieu. Nous pouvons partir de la définition du dictionnaire comme le suggère Valentin Henneaux dans son mémoire *La bande dessinée à l'ère du numérique*⁵ dans lequel il cite le Larousse de 2015 et qui n'a pas évolué aujourd'hui : « Mode de narration utilisant une succession d'images dessinées, incluant, à l'intérieur de bulles, les paroles, sentiments ou pensées des protagonistes. » (Larousse, 2021). Pourtant, cela gomme la pluralité et la diversité de qu'est la bande dessinée comme le souligne Dorine Godard dans son mémoire.

« La bande dessinée est un format aux formes multiples qui depuis ses débuts n'a cessé de se mouvoir, et qui comme pour tout art est régulièrement repensé par ses créateurs. C'est un art qui évolue avec le temps, qui cherche son inspiration dans d'autres formes d'arts, qui se renouvelle régulièrement en fonction de son époque⁶. »

5 HENNEAUX, Valentin. *La Bande dessinée à l'ère du numérique*. Mémoire en sciences de gestion. Louvain : Louvain School of Management – Université catholique de Louvain, 2015, p. 7.

6 GODARD, Doriane. *La BD numérique : à la limite des frontières*. Mémoire de Master 2 en édition imprimée et électronique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016, p. 10.

Elle nous explique bien que la bande dessinée est un art qui varie selon l'époque et le contexte dans lequel il est pratiqué, justifiant ainsi la multitude de formats physiques qui peuvent exister comme les bande dessinées franco-belges mais aussi des productions étrangères telles que les *comics* américains, les romans graphiques ou les formats asiatiques qui nous intéressent pour notre étude, à savoir le manga (BD japonaise), le manhua (BD chinoise) et le manhwa - la bande dessinée coréenne, genèse du webtoon qui seront analysés dans le chapitre suivant. Et même plus que cela, la bande dessinée est un art à la jonction entre la représentation inanimée et l'animation, entre passivité et activité du lecteur selon Éric Dacheux.

« [La] BD est une co-crédation du récit qui se développe entre les cases. Par son dispositif singulier, elle est un jeu entre la représentation visuelle (textes et images) proposée par l'auteur et la représentation animée et sonore du lecteur qui donne la vie au récit (mouvement, durée, etc.)⁷. »

Pour conclure, il est essentiel de bien comprendre qu'une BD est liée à la culture qui la crée et qu'elle véhicule donc des codes sociaux et stylistiques propres à un auteur, un mouvement ou une nation qui sont ensuite lus, animés et interprétés par le lecteur.

B – Et la BD numérique ?

Maintenant que nous avons pu définir ce qu'est la bande dessinée au sens général du terme, nous devons précisément définir ce qu'est la bande dessinée numérique dont fait partie intégrante le webtoon. Pourtant, il semblerait que les chercheurs ne soient pas tous d'accord sur la définition à donner à ce type de BD. C'est en tout cas ce que viennent indiquer les deux étudiants précédemment cités dans leur travail. Il serait avisé de dire qu'il s'agit de l'ensemble des bande dessinées ou « toute publication au format numérique sans distinction⁸. » Pourtant, il semblerait que ce soit plus complexe

7 DACHEUX, Éric. La bande dessinée, un média méconnu des chercheurs en communication. In : *Hermès, la Revue*. [en ligne]. Vol. 3, n°70, 2014, p. 171. Disponible sur < <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-171.htm> > (consulté le 08/07/2021).

8 GODARD, Doriane. *Op. Cit.*, pp. 10-11.

que cela. C'est en tout cas ce que pense Gilles Ratier, le secrétaire de l'ACBD – l'association des critiques et des journalistes de bande dessinée – comme il est indiqué dans un rapport de 2013.

« Le terme BD numérique reste à définir. Le plus souvent, il correspond à l'édition et la diffusion d'une bande dessinée sous forme numérisée ou dématérialisée destinée à être lue sur un écran. Il peut s'agir de créations originales dans un format électronique ou de simples adaptations digitales au support de lecture sur téléphones intelligents, tablettes, liseuses, écrans d'ordinateurs ou de télévision. C'est aussi une création spécifique et enrichie pour le support informatique, avec un contenu multimédia et des procédés de réalité augmentée poursuivant l'œuvre sur Internet, ce que ne permet pas un simple livre numérique⁹. »

Ainsi, il nous apparaît clairement de par cette citation, que le format numérique englobe des bandes dessinées qui ont été dématérialisées, dites homothétiques, et d'une BD nativement numérique aussi appelée *born digital*.

Il devient alors capital de bien les différencier car bien que semblables en apparence, elles n'en restent pas moins distinctes. En effet, si l'on s'attarde rapidement sur le format homothétique, ce dernier est vite limité par les possibilités que le format papier lui impose. Nous avons ainsi affaire à une bande dessinée pensée et créée par un auteur dans un format différent – le A4 si l'on s'en réfère aux BD franco-belges et le format manga pour des BD plus petites – avec des transitions et des codes qui ne s'adaptent pas forcément à un écran¹⁰. Ce genre de bande dessinée numérique n'est au final qu'une copie au format PDF, ePub ou autre d'un produit préexistant et n'a aucune valeur ajoutée par rapport à son original papier. Sur l'exemple ci-dessous nous pouvons voir une lecture page à page (fig. 1). Et cela diffère grandement des BD nativement numériques dont fait partie le webtoon.

9 TURPIN, Laurent. 2013 : l'année de la décélération. In : ACBD. [en ligne]. Mis en ligne le 30/12/2013. Disponible sur < <https://www.acbd.fr/2044/rapports/2013-lannee-de-la-deceleration/> > (consulté le 31/04/2021).

10 GODARD, Doriane. *Op. Cit.*, p. 11.

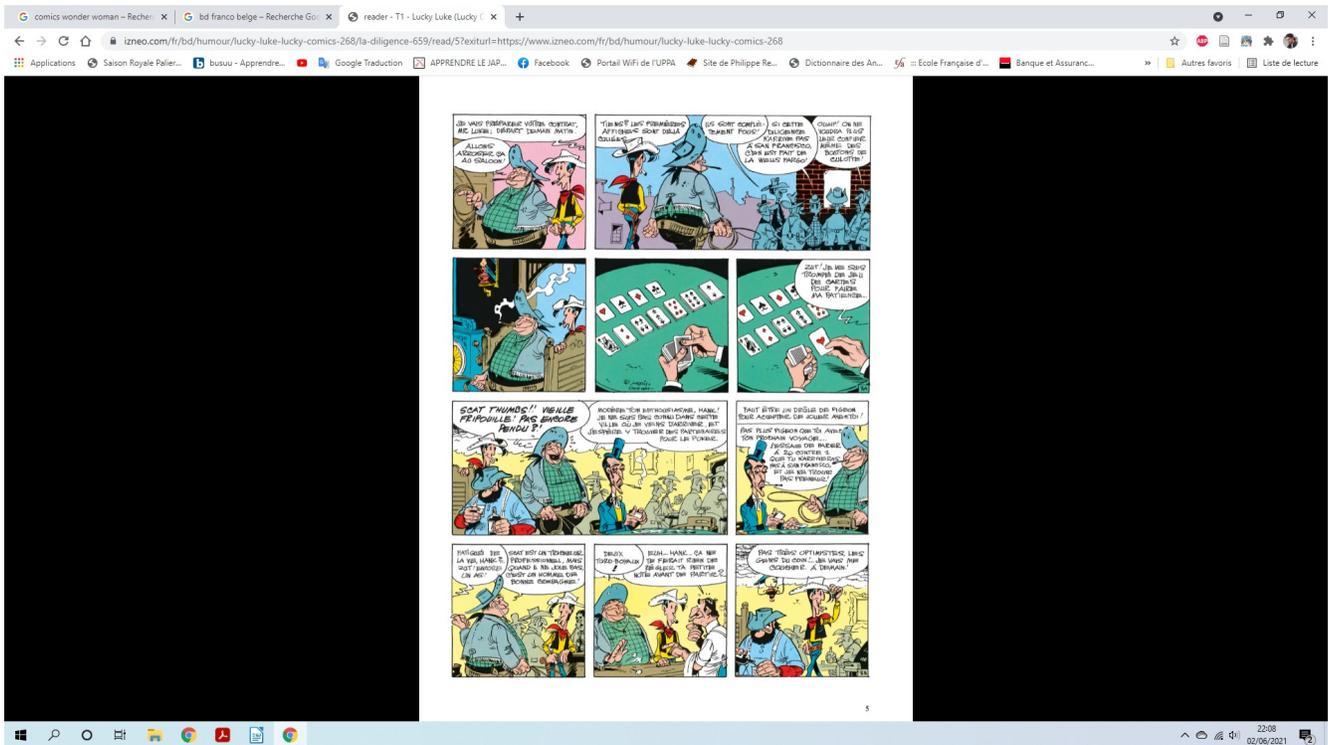


Figure 1: Extrait d'une BD homothétique sur le site Izneo. Lucky Luke La Diligence. © Morris et Goscinny / Lucky Comics / Izneo. Source : <https://www.izneo.com/fr/bd/humour/lucky-luke-lucky-comics-268/la-diligence-659/read/1?exiturl=https://www.izneo.com/fr/bd/humour/lucky-luke-lucky-comics-268/la-diligence-659>

C – Les BD nativement numériques

Jusqu'à présent nous avons pu définir ce qui n'est pas le webtoon, à savoir une BD numérique dite homothétique mais bien une *born digital*, ce qui implique que sa forme et son support permettent des choses qui la différencie des autres bandes dessinées comme l'ajout de sons ou d'animations qui peuvent être des plus-values intéressantes à exploiter¹¹. Pour « la BD nativement numérique (...) tout est possible¹². » Ainsi nous avons une définition assez générale de ce que sont ces bande dessinées *born digital* mais pas encore de webtoon car il s'agit d'un ensemble de médias ayant chacun une spécificité bien particulière. Et pourtant webtoon ne veut pas dire webmanga ou turbomédia. Définissons donc ces deux derniers avant de conclure sur ce qu'est réellement le webtoon.

11 HENNEAUX, Valentin. *Op. Cit.*, p. 8

12 GODARD, Doriane. *Op. Cit.*, p. 11.

1. Turbomédia



Figure 2: Extrait d'un diaporama sur le site Turbo Interactive. Djikans : Les Chroniques de la Grande Chasse. © 2020. Emrad / Turbo Interactive. Source : <https://turbointeractive.fr/01-les-jeunes-pousses/>

Si l'on s'en réfère à l'interview faite par Joséphine Leroy dans « Balak, auteur et créateur du Turbo Media : “Il y a un marché de la BD numérique” » pour *ActuaLitté*, le turbo média se veut différent des BD numériques homothétiques en mettant en avant le lecteur qui devient actif de sa lecture. « Il scrolle¹³, de gauche à droite, de façon fluide, et voit défiler sous ses yeux un diaporama¹⁴. » Ainsi, le turbo média se veut une évolution des BD numériques augmentées et des BD pseudo interactives que Balak trouvait trop complexes lorsqu'il dit « qu'il faut réfléchir pour savoir où on doit cliquer¹⁵. » Il a donc décidé de simplifier le processus, le turbo média doit alors se baser sur la narration car la navigation sur le diaporama est on ne peut plus simple grâce au clic gauche/droite visible sur l'image ci-dessus (fig. 2). C'est d'ailleurs la principale différence avec le webtoon et le webmanga dont le scroll est vertical. Intéressons-nous donc à ces derniers pour conclure ce chapitre.

13 Il s'agit d'un anglicisme qui signifie l'action de faire défiler sur un écran les pages à l'aide d'une souris ou d'un doigt.

14 LEROY, Joséphine. Balak, auteur et créateur du Turbo Media : “Il y a un marché de la BD numérique”. In : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 03/06/2016. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/33506/interviews/balak-auteur-et-createur-du-turbo-media-il-y-a-un-marche-de-la-bd-numerique> > (consulté le 15/02/2021).

15 *Idem*.

2. Webmanga et webtoon

Lorsque l'on parle de webmanga et de webtoon, on parle de deux formats appartenant à la grande famille des webcomics¹⁶. Et outre le pays d'origine qui diffère, les deux ne possèdent pas les mêmes codes graphiques¹⁷. Ainsi le rendu visuel n'est pas du tout le même comme nous le montrent les deux images suivantes (fig. 3 et 4).



Figure 3: Extrait de *Between Us*, webtoon. © Noru / Delitoon. Source : <https://www.delitoon.com/lecture/betweenus/s1/1>



Figure 4: *Chronotics Express*, un webmanga publié sur Amilova. © Aerinn / Amilova. Source : <https://www.amilova.com/fr/hd-reader/13943/3.html>

16 LECA, Cécile. Webcomics vs. webtoons. In : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 13/08/2020. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/webcomics-vs-webtoons/> > (consulté le 03/04/2021).

17 LECA, Cécile. Qu'est-ce qu'un webtoon?. In : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 22/07/2020. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/quest-ce-quun-webtoon/> > (consulté le 03/04/2021).

Lorsque l'on regarde de plus près ces deux images, la présentation n'est pas du tout la même. En effet, les webmanga se rapprochent beaucoup des parutions papiers avec une mise en case des différentes actions ce qui ne se retrouve pas systématiquement dans les webtoon qui adaptent ses « bandes continues » (fig. 5) au rectangle des écrans de smartphone et dont la mise en page joue sur les cases et les caniveaux. On s'éloigne également des *comic strip* (format de pages avec trois ou quatre cases) et des planches en gaufrier de la BD pour aller vers un format réellement adapté au support numérique - écrans d'ordinateur mais surtout de téléphones. Le webtoon se caractérise également par des planches très souvent en couleur contrairement au webmanga qui comme son homologue papier est en noir et blanc. Dernière différence, c'est que contrairement au webmanga qui est japonais, le webtoon est une création coréenne dont l'histoire les rapproche beaucoup des manhwa comme nous allons le voir un peu plus tard.

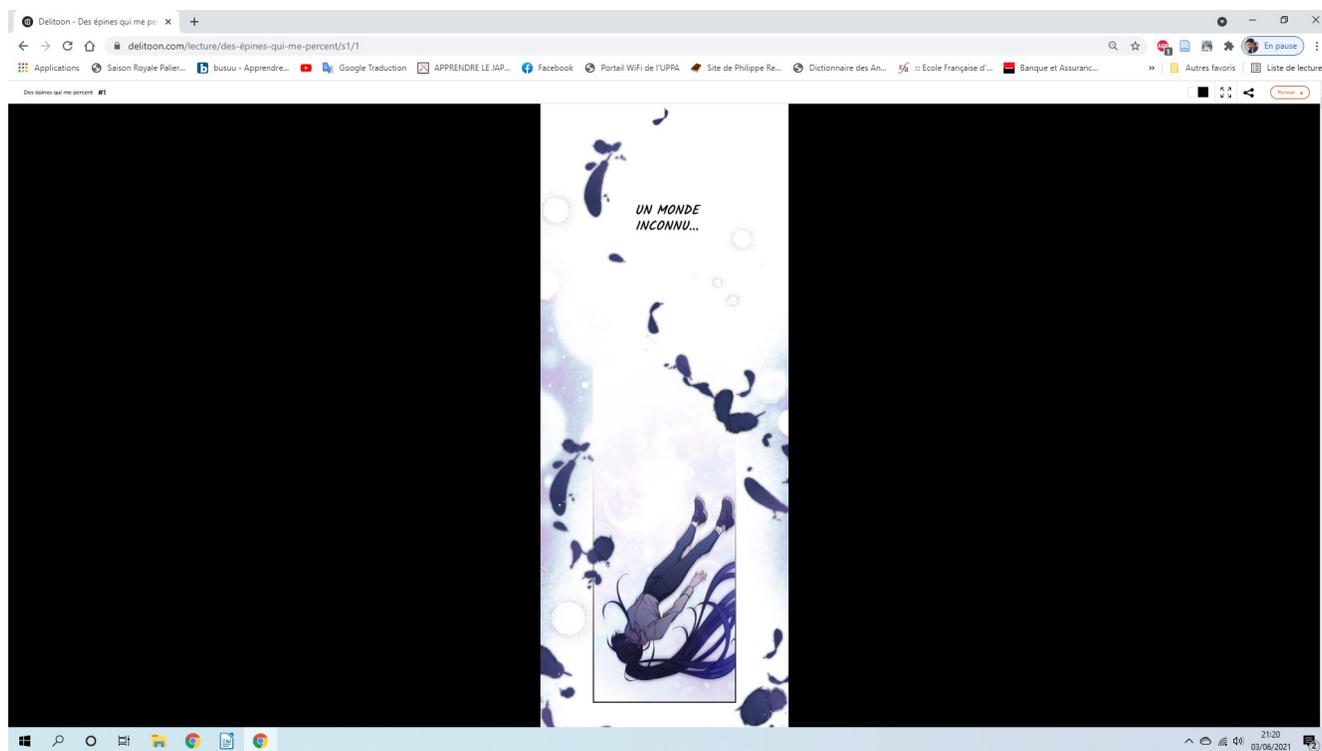


Figure 5: Capture d'écran montrant le début de la "bande continue" sur Delitooon. Des épines qui me percent. © Macherie / VEX / Piggyback / Delitooon / Kidari Studio. Source : <https://www.delitooon.com/lecture/des-%C3%A9pines-qui-me-percent/s1/1>

Chapitre 2 – État des lieux du marché de la BD numérique

Maintenant que nous avons défini ce qu’est le webtoon, en tant qu’entité numérique, nous devons faire un état des lieux du marché du numérique et voir qu’elle est sa place actuelle au sein de ce dernier. Cela va nous servir de base pour mieux étudier l’histoire et l’impact que peut avoir la culture coréenne sur la marché de la BD numérique d’aujourd’hui. Commençons donc par voir comment se porte la BD numérique au sens large avant d’analyser quelques chiffres sur le webtoon.

A – Le marché du numérique : un secteur encore jeune

Les internautes ne consomment que très peu, encore aujourd’hui, de produits numériques, du moins dans quelques secteurs. En effet, bien que la consommation de musique dématérialisée ou de séries et films se démocratisent, force est de constater que le marché de la BD numérique peine à trouver son public. Selon le rapport d’HADOPI intitulé *la Diffusion dématérialisée de BD et mangas en France*, la consommation de bande dessinée numérique ne concerne que 5 % des internautes français¹⁸. Il est possible de constater au travers du tableau ci-dessous (fig. 6) que les pratiques qui

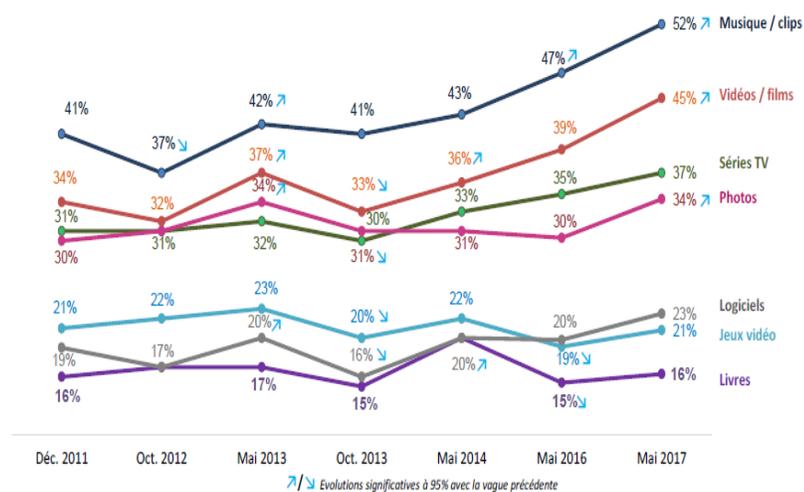


Figure 6: Évolution des pratiques dématérialisées.
Source : Médiamétrie pour HADOPI - Baromètre des usages.

tournent autour du livre dématérialisé stagne aux alentours de 16 % depuis 2011 et que la BD est encore plus minoritaire. Cela est peut-être en lien avec les technologies qui ne sont pas toujours adaptées à la lecture de bande dessinées en n’affichant pas les couleurs par exemple¹⁹. La lecture numérique rebute encore mais pourtant les chiffres d’affaires montrent tout de même une évolution significative entre la fin des années

18 HADOPI. *La Diffusion dématérialisée de BD et mangas en France*. PDF. 2017, p. 4.

19 HENNEAUX, Valentin. *La Bande dessinée à l’ère du numérique*. Mémoire en sciences de gestion. Louvain : Louvain School of Management – Université catholique de Louvain, 2015, p. 12.

2000 et 2016. Si l'on se fie au graphique du SNE (Syndicat national des éditeurs ; fig. 7), le marché du dématérialisé est passé de 49 millions d'euros à plus de 200 millions d'euros en l'espace de 7 ans. Mais les parts restent toujours faibles ce qui n'aide pas à convaincre les éditeurs ou les auteurs sur le potentiel du format numérique.

Pourtant, certaines maisons d'éditions indépendantes cherchent à se démarquer des grands groupes en tentant de se développer sur ce terrain encore nouveau tandis que les géants de l'édition observent. Cette dichotomie entraîne alors un ralentissement dans l'offre dématérialisée ce qui peut rebuter les auteurs²⁰. En ce qui concerne les lecteurs, il est possible que ce soit plus un problème en lien avec

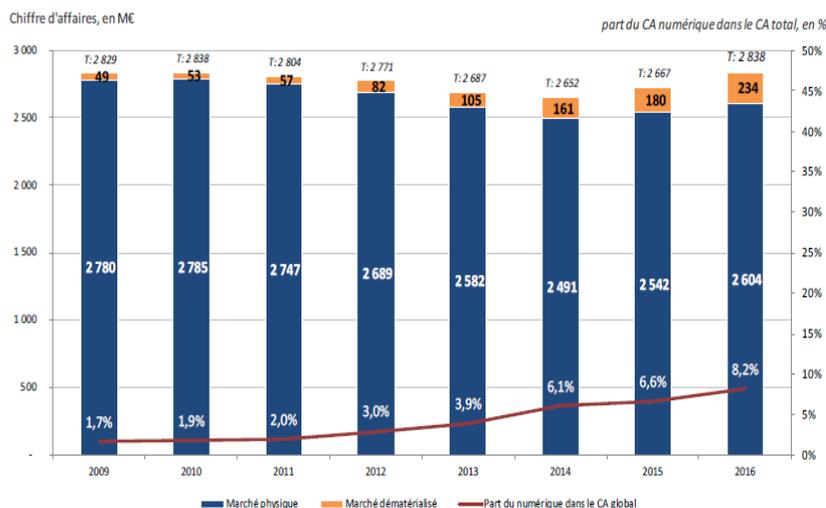


Figure 7: Évolution du chiffre d'affaire de l'édition. Source : SNE.

la technologie qui les limite, notamment lorsque les plus grand lecteurs sont des personnes entre 18 et 29 ans²¹. Les plus jeunes et les plus âgées n'étant pas suffisamment familiarisés avec la lecture sur tablette ou écran, il devient difficile pour eux de réellement se tourner vers le format numérique. Pourtant deux secteurs de la BD semblent plus propices à la démocratisation du dématérialisé envers les plus jeunes : le manga et le webtoon.

B – Le marché du manga et du webtoon : le renouveau du numérique

Le marché du numérique qui n'évolue pas jusqu'en 2014, va alors voir une modification progressive de la consommation via le numérique. Initié en parallèle par la création de Sequency, une application travaillant aujourd'hui avec les espaces culturels E. Leclerc²², et par la lecture de mangas

20 HADOPI. *Idem*, pp. 5-6.

21 HENNEAUX, Valentin. *Op. Cit.*, p. 13.

22 GANNE, Marine. Perspectives et évolutions de la BD numérique en France. *In* : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 10/03/2021. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/99264/usages-numeriques/perspectives-et-evolution-de-la->

dématérialisés illicites appelés *scantrad* (venant de « scan » et de traduction), le renouveau du numérique se met peu à peu en place. En voyant ce potentiel public qui consomme énormément sur ordinateur, mobile ou tablette, plusieurs entreprises ont alors décidé de développer le format numérique. Des entreprises comme Izneo (créée en 2010 sous l'impulsion de plusieurs maisons d'édition (Ankama, Bamboo, Bayard, Casterman, Dargaud, Dupuis, Gallimard, Jungle et Le Lombard) et dont 50 % appartient maintenant à la FNAC²³) cherchent à étendre le dématérialisé grâce à l'avènement de plusieurs applications^{24,25}.

« Izneo propose aujourd'hui plus de 40 000 BD, mangas et comics en achat à l'unité ou en abonnement mensuel, ce qui permet d'accéder à près de 5000 livres.

En 2019, Izneo a vendu 350.000 volumes, dont seulement 20 % de nouveautés avec trois millions d'albums mis en ligne. Cette même année, son chiffre d'affaires s'est élevé à quatre millions d'euros ce qui représente seulement 1% du marché de la bande dessinée mais néanmoins 60% à 70% du secteur de la BD numérique²⁶. »

À travers cette citation et notamment des chiffres qui sont donnés, il est possible de se rendre compte de l'évolution positive que vit la BD numérique aujourd'hui. De plus, il est intéressant de noter que les *scantrad* qui sont aujourd'hui perçus comme néfastes pour l'industrie du numérique se voient progressivement remplacés par une offre légale sur des applications comme Izneo justement, conduisant ainsi à une plus grande visibilité des plateformes par les usagers. Et si ce nombre croît, la demande croît également, ce qui va attirer plus d'auteurs et donc plus d'éditeurs ou de sociétés tiers vont produire de

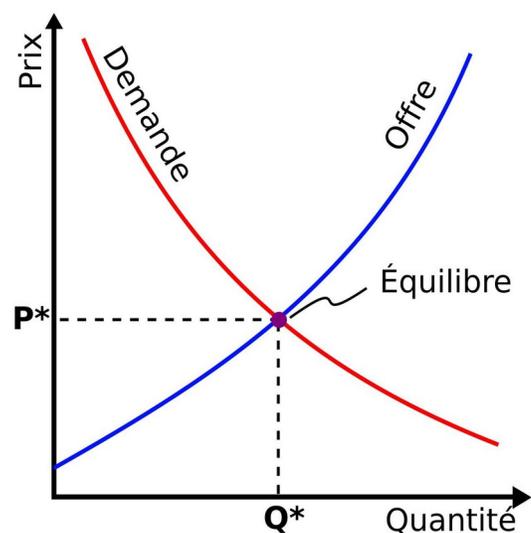


Figure 8: Illustration du point d'équilibre entre l'offre et la demande. Wikimedia Commons, image de Supply-demand-equilibrium.svg.

[bd-numerique-en-france](#) > (consulté le 14/05/2021).

23 Acronyme de Fédération nationale d'achat des cadres.

24 NOËSON, Gaëlle. La BD numérique : un marché qui se structure en 2016 !. In : *Lettres Numériques*. [en ligne]. Publié le 29/01/2016. Disponible sur < <https://www.lettresnumeriques.be/2016/01/29/la-bd-numerique-un-marche-qui-se-structure-en-2016/> > (consulté le 14/05/2021).

25 PILEN. EdNum18 : BD numérique, hors des cases ? Table ronde #2 : Vers la réinvention des modes de diffusion ?. In : *Mixcloud*. [en ligne]. Mp3. Disponible sur < <https://www.mixcloud.com/PIL/En/ednum18-bd-numerique-hors-des-cases-table-ronde-2-vers-la-reinvention-des-modes-de-diffusion/?play=fb> > (consulté le 10/03/2021).

26 GANNE, Marine. *Idem*.

la BD numérique²⁷. Cette notion d'offre et de demande va progressivement équilibrer les prix et stabiliser le marché (fig. 8). Ce point d'équilibre du marché de la BD numérique semble avoir été atteint en 2016. Ainsi, le public français adopte de plus en plus ce format et le confinement de 2019-2020 a semble-t-il encore plus aidé à sa démocratisation. C'est en tout cas ce que nous rapportent François Rissel et Didier Pasamonik dans leur article « BD et numérique : où en est la France ? » : Épisode 1 : le lunchtalk²⁸. Et parmi les formats qui se développent le mieux par le numérique se retrouve le webtoon. Lancé en France grâce à l'entreprise Delitoon, la bande dessinée coréenne numérique se développe sur bien d'autres plateformes, qu'elles soient coréennes (Webtoon, Lezhin, Daum) ou françaises comme Verytoon (lancé début 2021), Webtoon Factory ou encore Izneo.

« S'il existe une trentaine de plateformes permettant d'accéder aux milliers de webtoons disponibles aujourd'hui, c'est les sites Naver, Daum et Kakao qui drainent la plus grande partie des téléchargements. Naver, géant du net, a créé une filiale d'édition de webtoons qui constitue également un des acteurs principaux du marché, au même titre que Haksan. Le chiffre d'affaires du secteur est évalué à 203 millions d'euros en 2015. Pour les plus grands groupes, le webtoon réalise près de 50 % de leur chiffre d'affaires²⁹. »

Rien qu'en Corée, en 2019, le webtoon a généré 640 milliards de won soit environ 480 millions d'euros³⁰ et ce grâce à la pandémie mondiale liée à la Covid-19³¹. En France, les données chiffrées sont beaucoup moins connues. Lorsque le sujet est abordé, les responsables comme Didier Borg – fondateur de Delitoon – ne nous expose que le nombre de visiteurs et d'inscrits sur leur plateformes. Ainsi, en 2016, 400 000 inscrits et 600 000 visiteurs ont lu du webtoon rien que sur Delitoon³² tandis que 600

27 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Le marché de la Bande dessinée nativement numérique*. Mémoire en sciences humaines. Lyon – Université de Lyon, 2018, p. 55.

28 RISSEL, François., PASAMONIK, Didier. BD et numérique : où en est la France ? : Épisode 1 : le lunchtalk. **In** : *ActuBD*. [en ligne]. Publié le 15/04/2021. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/BD-et-numerique-ou-en-est-la-France-Episode-1-Le-lunchtalk> > (consulté le 10/06/2021).

29 THIERRY, Clémence., LEE, Jaehee. *L'édition en Corée du Sud : Étude avril 2018*. Paris, Bureau international de l'édition française, 2018, p. 50.

30 DUNEAU, Clémence. "Webtoons" : le phénomène des bandes dessinées sud-coréennes adaptées au smartphone. **In** : *LeMonde*. [en ligne]. Publié le 25/02/2021. Disponible sur < https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/02/25/webtoons-le-phenomene-des-bandes-dessinees-sud-coreennes-adaptees-au-smartphone_6071227_4408996.html > (consulté le 14/06/2021).

31 YOON, So-Yeon. Korea's webtoon industry continues to thrive in spite of pandemic. **In** : *Korea JoongAng Daily*. [en ligne]. Publié le 23/12/2020. Disponible sur < <https://koreajoongangdaily.joins.com/2020/12/23/culture/gamesWebtoons/webtoon-covid19-coronavirus/20201223183300524.html> > (consulté le 15/02/2021).

32 CARRENO, Axelle. L'émergence du webtoon en France. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 25/04/2020. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/7860/edition/l-emergence-du-webtoon-en-france> > (consulté le 14/06/2021).

000 inscrits ont été totalisés en 2020³³. Pourtant, si l'on recherche bien, il est possible de trouver quelques chiffres montrant que le marché du webtoon est florissant en France. Si ne l'on s'intéresse qu'à la plus grosse plateforme française, à savoir Delitoon, nous nous retrouvons avec 4 958 600 euros pour la première³⁴. Avec un tel montant il est indéniable que le marché de la BD numérique et plus particulièrement du webtoon se porte très bien en France. Cet engouement du public pour les webtoons a également mené certains titres à être particulièrement lus comme *True Beauty* par exemple.

« *Que ce soient des histoires reprises de la mythologie grecque, comme Lore Olympus, lu par près de 300 millions de personnes, ou True Beauty, une série romantique lue plus de 200 millions de fois, certains titres de webtoons sont devenus des incontournables de la BD*³⁵. »

Le phénomène webtoon se démocratise ainsi aussi bien en France que de par le monde et permet d'entrevoir quelque peu l'un des aspects les plus importants du webtoon : son appartenance à la culture asiatique.

33 PASAMONIK, Didier. Le phénomène webtoon s'installe en France. **In** : *ActuBD*. [en ligne]. Publié le 23/03/2021. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Le-phenomene-webtoon-s-installe-en-France> > (consulté le 14/06/2021).

34 Collectif. Delitoon. **In** : *Société.com*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.societe.com/societe/delitoon-812871598.html> > (consulté le 25/11/2020).

35 DUNEAU, Clémence. *Idem*.

Chapitre 3 – L'importance de l'aspect culturel asiatique

Nous allons à présent nous intéresser plus en profondeur à l'histoire des manhwas, les bandes dessinées coréennes bien moins connues en France que leurs homologues japonais. Mais avant de nous intéresser plus profondément dans cette chronologie du format, il est essentiel de bien différencier BD coréenne des deux autres formats assez répandus en Asie, le manga et le manhwa. Cela est essentiel pour mieux comprendre la mise en place et l'histoire du webtoon que nous allons détailler et étudier par la suite.

A – Manga et culture japonaise : la bande dessinée la plus connue

« Les mangas, les bandes dessinées créées au Japon et usant de la langue japonaise et d'un style développé à la fin du XIX^e siècle, a longtemps été un produit culturel représentant le Japon. La popularité des mangas et son succès dans le marché européen et étasunien depuis les années 1970 ont conduit la majorité à utiliser à tort ce terme comme synonyme de l'ensemble des bandes dessinées asiatiques. Ce malentendu a résulté en une négligence de la variété et de la diversité des autres BD originaires de différentes parties de l'Asie, incluant, par exemple, les manhwas, les bandes dessinées de Corée qui sont devenues populaires dans le pays durant les années 1920³⁶. »

Cette citation de Hyesu Park exprime très bien le problème qui pèse sur la bande dessinée asiatique. La majorité des lecteurs ne connaissent que le manga, délaissant les autres formats puisque le marché actuel est saturé par la production japonaise. Et pourtant, chaque format possède ses particularités et il est essentiel de bien les différencier avant de pouvoir s'intéresser pleinement à l'histoire du webtoon. Commençons par définir le manga. Si l'on s'intéresse rapidement à l'étymologie du mot japonais, il peut signifier littéralement dessin dérisoire, mais la journaliste Karyn Nishimura-Poupée nous propose une autre définition. Si l'on décompose les idéogrammes « man » (mot ayant beaucoup de définitions

36 PARK, Hyesu. *Understanding Hallyu : The Korean Wave Through Literature, Webtoon, and Mukbang*. Angleterre : Londres, Routledge, 2020, p.53.

« *Manga*, comics created in Japan using the Japanese Language and style that developed into the late nineteenth century, has long been a representative cultural product of Japan. Manga's popularity and success in the European and US markets since the 1970s have led many to mistakenly use the term as a synonym for Asian comics. This misunderstanding has resulted in overlooking the variety and diversity of other comics originated from different parts of Asia, including, for instance, *manhwa*, comics of Korea that became popular in the nation during the 1920s. » [Original].

mais qui suggère tout de même la notion de multiplicité) et « ga » qui se retrouve aussi dans *eiga* (cinéma) et qui évoque le mouvement, le manga est alors un récit aux multiples cases qui suggèrent le mouvement³⁷. Aussi, le manga est empli d'une histoire propre au Japon et dont les prémices remontent au *emakimono*, les rouleaux de prières de la religion bouddhique. Ils avaient la particularité d'allier images et textes sacrés pour faciliter la compréhension de ces derniers. Les nobles se sont ensuite emparés des codes de représentation pour créer des romans dont l'un des plus célèbres reste encore aujourd'hui le *Dit de Genji* (fig. 9).



Figure 9: Une scène du chapitre "Kashiwagi". Illustration du *Dit de Genji* écrit par Murasaki Shikibu durant le XI^e siècle. Cour Impériale de Kyoto. Tokugawa Museum, Nagoya, Japon.

Les mangas que nous connaissons aujourd'hui s'inspirent énormément de ces rouleaux de parchemins, en conservant le sens de lecture de droite à gauche et de haut en bas. Pourtant, les *emakimono* ne sont pas les seuls éléments historiques qui relient ces bandes dessinées à la culture japonaise. En effet, la majorité des codes de mise en page que nous connaissons aujourd'hui trouvent leur source dans les estampes japonaises, tirant même leur nom d'une des plus célèbres séries de l'artiste Katsushika Hokusai (1760-1849) : la *Manga*³⁸. C'est ainsi que le découpage en cases a commencé à se répandre au point que plusieurs artistes ont eu « l'idée de la mise en cases des histoires, ainsi que la narration en

37 NISHIMURA-POUPEE, Karyn. *Histoire du manga*. Tallandier, 2016, p. 22.

38 CAMPS, Andres. *La représentation de l'homosexualité masculine dans les mangas : histoire, codes et formes de réception*. Mémoire en sciences humaines. Pau – Université de Pau et des Pays de l'Adour, 2020, pp. 66-67.

bulles et phylactères »³⁹. Il ne s'agit là que des prémices de la bande dessinée japonaise qui a ensuite été réellement codifiée au XX^e siècle par celui qui est nommé le père du manga : Osamu Tezuka (1928-1989). En effet, c'est lui qui a commencé à se servir des fondamentaux de la culture japonaise et notamment ses arts graphiques pour poser les bases du manga d'aujourd'hui. En les mêlant avec des formes d'art étrangères, notamment les *comics* américains, les visages et les expressions des personnages ont commencé à devenir plus ronds, plus caricaturaux, plus expressifs.

« À l'origine du manga, on trouve plusieurs influences, dont celle des comics strips en quatre cases dans les quotidiens américains – un principe qui a été adapté au Japon, même avant la Seconde Guerre mondiale. Le terme de manga – littéralement dessin libre – a été vulgarisé par le maître de l'estampe, Hokusai, au début du XIX^e siècle, mais le fondateur du manga moderne est Osamu Tezuka, le créateur d'*Astro*, le petit robot, en 1952 – petit robot prométhéen, dont les mangas ont ensuite été adaptés en dessin anime (*Astro Boy*)⁴⁰. »



Il a également redéfini la mise en case, s'inspirant de l'art cinématographique de Walt Disney pour mettre au point un nouveau découpage des cases (fig. 10), les bulles de dialogues ainsi que les codes visuels comme les onomatopées⁴¹. Et il s'agit là d'un des liens qui relie manga et manhwa, son inspiration probable des *comics* américains venant se conjuguer à la culture locale pour donner naissance à un bande dessinée coréenne, avec ses propres codes et sa propre culture. Nous en verrons d'autres plus tard dans le chapitre. Passons donc à présent aux manhwa.

Figure 10: Page de manga de MW présentant la mise en page classique des mangas. © Osamu Tezuka / Delcourt-Tonkam.

39 *Op. Cit.*, p. 68.

40 Citation de SAKI Céline. KATELAN, Jean-Yves. La culture manga change d'ère. In : *CNRS Le journal* [en ligne]. Publié le 24/01/2018. Disponible sur < <https://lejournal.cnrs.fr/articles/la-culture-manga-change-dere> > (consulté le 21/02/18).

B – Manhua et culture chinoise : origine des BD asiatiques ?

À l'instar de la bande dessinée japonaise, les manhua chinois ont aussi énormément d'inspirations avec la culture locale et notamment la calligraphie. Les différents artistes qui se sont succédé ont poursuivi et innové jusqu'à ce que les premières BD voient le jour au cours du XX^e siècle. Il semble résulter d'arts ancestraux mêlés avec l'importation de différentes bande dessinées coloniales comme les *punch* britanniques, amenant le genre de la satire par la même occasion. L'une des premières parutions qui affirment cette mixité des genres est *La Situation en Extrême-Orient* de Tse Tsan-tai, un éditeur hongkongais (fig. 11). L'auteur y montre les différents problèmes auxquels doit faire face la Chine en les présentant sous forme de symboles et d'animaux : l'ours pour les Russes, la grenouilles des Français, le chien des Britanniques, l'aigle pour les États-Uniens et enfin la saucisse des Allemands⁴². Tse voulait défendre son pays contre les « enclaves commerciales » et n'a pas hésité à critiquer le gouvernement Qing en dessinant un officier du gouvernement ouvrant les bras en signe de bienvenue, ce qui a conduit à la censure de cette image en Chine.



Figure 11: Page de titre de *La Situation en Extrême-Orient*, manhua de Tse Tsan-tai, 1899. Source : Wikimedia Commons.

Ce côté acerbe vient très certainement du *Punch* anglais, une revue satirique hebdomadaire à l'humour bien britannique⁴³. Il s'est notamment répandu grâce au *The China Punch*, un journal pour les anglais se moquant de la culture locale en la grimant et présentant la culture britannique comme supérieure⁴⁴. Et la mise en page se modifie progressivement passant de la revue de presse classique et essentiellement écrite à diverses pages de dessins commentées par un texte. Parmi les plus anciennes traces de ce tournant dans la création du manhua se trouve le titre *Man Fu Daily* débuté en 1909 (fig. 12). Les bandes dessinées avaient alors une grande portée politique, l'une d'entre elles ayant été à l'origine de la création de la République populaire de Chine en contestant le régime en place avant 1911.

41 CAMPS, Andres. *Op. Cit.*, pp. 88-89.

42 SIUYI WONG, Wendy., LAINE, Jean-Marc (trad.). *Hong Kong Comics – Une histoire du manhua*. Paris, Urban China, 2015, p. 29.

43 Collectif. *Punch, l'humour anglais en 91 dessins*. Paris, Chiflet, 2010, 95 p.

44 SIUYI WONG, Wendy., LAINE, Jean-Marc (trad.). *Op. Cit.*



1-4. **The China Punch, 1867**
 Scénario et dessin : anonyme (britannique)
 Avec d'autres éléments de la culture occidentale, l'humour et la satire sont introduits à Hong Kong dans le *China Punch*, journal en anglais, également premier support satirique produit dans la presqu'île. Créé par des journalistes britanniques, le magazine est destiné à un public anglophone, familier de ce style emprunté au *Punch* anglais (hebdomadaire britannique créé en 1841, n.d.t). Le *China Punch* se moque souvent des coutumes chinoises, vantant la supériorité de la culture britannique. Mais en mélangeant des éléments des deux mondes, il constitue l'une des premières traces imprimées de la rencontre entre l'Orient et l'Occident. La couverture du premier numéro dépeint un occidental vêtu à la manière des officiels du gouvernement Qing, les bras ouverts en signe de bienvenue pour le lecteur. Le dessin symétrique représentant des dragons tenant un écusson imite le sceau britannique, quand bien même dragons, décors et bambous sont chinois.



5. **The Situation in the Far East / La Situation en Extrême-Orient, 1899**
 Dessin : Tse Tsan-tai
 Premier dessin réalisé par un artiste chinois à Hong Kong, voici la représentation des dangers auxquels fait face la Chine à l'époque. Les animaux et les symboles représentent les pays présents sur le territoire : l'ours russe, le chien britannique, la grenouille française, l'aigle américain, une saucisse allemande et un soteil japonais. Un officiel du gouvernement Qing fait un geste de bienvenue à la frontière chinoise. Près de Pékin, un autre est allongé avec indolence. En dessous, un riche citoyen profite d'un repas plantureux. Tous trois incarnent la nonchalance du peuple et du gouvernement face à la situation.
 Ce dessin étant censuré par le gouvernement Qing à Hong Kong et sur le continent, il est imprimé au Japon. Il est réédité de nombreuses fois au fil des ans, souvent sans aucune mention de l'auteur. L'une de ses plus fameuses rééditions se trouve dans *Alarm of Russian Incident*, une publication antirusse imprimée à Shanghai en 1903. Tse fondra par la suite le *South China Morning Post*, le plus ancien journal en anglais de Hong Kong.

6-7. **Man Fu Daily, 1909**
 Dessins : divers
 Au tournant du XX^e siècle, de nombreux journaux chinois contiennent des suppléments commentant les faits divers en images. Souvent réalisés au trait à l'aide d'un pinceau, ces illustrations sont considérées comme les débuts du dessin de presse chinois. Désignées sous plusieurs noms, elles peuvent être classées en trois catégories : faits divers, satire et humour.

Figure 12: Page 29 du Hong Kong Comics montrant des extraits du Man Fu Daily.
 © SIUYI WONG Wendy / LAINE Jean-Marc / Urban China.

Les troubles politiques et notamment les guerres de Chine ont grandement impacté le développement de la bande dessinée, ralentissant parfois sa production, mais a également permis un renouveau du genre, notamment les influences des comics américains dans les années 1950-60 qui ont vu l'explosion du genre du genre du super-héros avec des copies de Batman, Superman ou Spider-man entre autres. Les années 1970 ont été celles des arts martiaux⁴⁵ qui ont ainsi permis aux créateurs de renouveler une nouvelle fois les influences plus locales tout en ayant assimilé durant des dizaines d'années les codes de représentations étrangers. Un mélange qui fait du manhua un objet culturel à part des manga et manhwa coréens.

45 *Ibid.*, pp. 99-107.

C – Manhwa et culture coréenne : un mélange de styles

Jusqu'à présent nous nous sommes aux différentes bande dessinées asiatiques qui ne sont pas liées au webtoon. Et pourtant, bien que le manhwa que nous allons voir dans les prochaines lignes en soit l'origine directe, il n'est peut-être pas exclus que d'autres origines plus obscures se cachent au final dans les manhua et manga. Cette hypothèse s'appuie principalement sur l'affirmation faite par Wonho Jang et Jung Eun Song, deux chercheurs de l'université de Corée, qui désignent la culture coréenne comme une culture hybride. Ils mettent par exemple en avant les multiples influences qui se retrouvent aujourd'hui dans la K-pop, la musique coréenne, qui s'inspirent des *enka* japonais (musique traditionnelle), de la *folk music* américaine ou encore de l'électro européen⁴⁶. Bien qu'il s'agisse ici d'une mondialisation culturelle propre à la musique, tout semble attester qu'une part du manhua, ou plus précisément de la culture chinoise, et du manga se retrouve dans la production des bande dessinées coréennes.



Figure 13: Jeongjo (1752-1800), le 22^e roi de la période Joseon (1392-1910). Wikimedia Commons.

Si nous remontons aux origines de cet art, il est possible de trouver entre autres les rouleaux religieux bouddhiques chinois qui se sont répandus en Corée au court du X^e siècle, soit deux siècles après qu'ils aient commencé à influencer les arts japonais. Aussi, à l'instar des *emakimono* japonais, les rouleaux coréens qui se voulaient accessibles au plus grand nombre avaient la particularité d'alterner texte et séquences dessinées⁴⁷. Ce n'est que par la suite que manga, manhua et bien évidemment manhwa ont commencé à prendre des chemins différents et similaires à la fois⁴⁸. Ainsi, comme les Chinois et les Japonais, les Coréens ont rapidement commencé à développer leur propres arts visuels emplis de leur propre culture. La manière de représenter les personnage semble être liée à la peinture de portraits notamment à ceux des empereurs

46 JANG, Wonho., SONG, Jung Eun. Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Globalization. In : *Kritika Kultura*. [en ligne]. N°29, 2017, p. 173. Disponible sur < <https://ajol.ateneo.edu/kk/articles/81/938> > (consulté le 06/05/2021).

47 TOUTENBD. Zoom sur la BD coréenne. In : *ToutenBD*. [en ligne]. Mis en ligne le 6/11/2004. Disponible sur < <https://www.toutenbd.com/dossiers/zoom-sur-la-bd-coreenne/> > (consulté le 31/04/2021).

48 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Le marché de la Bande dessinée nativement numérique*. Mémoire en sciences humaines. Lyon – Université de Lyon, 2018, p. 40.

de la période Joseon (1392-1910 ; cf. fig. 13). Il est également possible que les arts littéraires comme le *pansori* aient servi de base au développement du manhwa durant les siècle qui ont suivi. En effet, la culture coréenne s'est perpétué durant des siècles et de nombreux chants et légendes ont pu influencer les créateurs des bandes dessinées.

« La tradition orale peut sembler fixée et transcrite dans le passé, mais elle évolue également avec le temps. Depuis ses débuts populaires jusqu'à son rang de trésor national, le pansori, un conte chanté traditionnel coréen, a continuellement croisé les régions, les styles, les écoles, les langues, les sexes, les genres, les classes sociales, les modes de transmissions et de représentations, et les contextes de performance. Émergeant du chant rituel shamanique, le pansori a été influencé par l'éthique confucéenne et par la littérature au cours du XIX^e siècle, désigné comme Trésor culturel immatériel au XX^e siècle, et continue d'informer sur les écrits coréens du passé⁴⁹. »

Les manhwas puisent ainsi dans une histoire et une tradition coréenne longue de plusieurs centaines d'années, permettant l'émergence d'un art purement coréen. C'est ce que semble montrer les différentes caricatures du début du XX^e siècle comme celles de Lee Do-yeong (fig. 14). Mais ce modèle culturel coréen va rapidement être modifié par différents conflits historiques qui ont également impacté la bande dessinée coréenne. À l'instar de nombreuses autres productions, les manhwas – les auteurs des manhwas – ont donc dû se plier à certaines restrictions de genre, de moyen de publication ou encore de style d'œuvres qu'il leur été possible de publier durant des périodes de censures et de conflits armés. L'occupation japonaise de 1910-1945 a été l'une des périodes qui a le plus rapidement fait évoluer les techniques de la bande dessinée. « [On] note ainsi l'adoption de la mise en page en quatre cases et la reprise de la convention occidentale



Figure 14: Caricature signée par Lee Do-yeong. Trois singes représentant des pro-Japonais. 1909. Wikimedia Commons.

49 PARK, Chan. Korean *p'ansori* Narrative. In : *Oral Tradition*. [en ligne]. N°18, vol. 3, 2003, p. 241. Disponible sur < http://archive.wikiwix.com/cache/display2.php/9d_chan_park.pdf?url=http%3A%2F%2Fjournal.oraltradition.org%2Ffiles%2Farticles%2F18ii%2F9d_chan_park.pdf > (consulté le 08/06/2021).

« Oral tradition may seem fixed and encased in the past, but it too evolves with time. From a strawmat birth to a national treasure, *p'ansori*, a Korean storysinging tradition, has continually crossed regions, styles, schools, languages, genders, genres, social classes, modes of transmission and presentation, and performance contexts. Emerging from regional shaman ritual chant, *p'ansori* narrative became injected with Confucian ethics and literary calibers in the nineteenth century, designated as an Intangible Cultural Treasure in the twentieth century, and continues to inform the Korean narrative past. » [Original].

avec les bulles de dialogue dès 1920 (...) ⁵⁰. » Cette occupation japonaise a également été une période durant laquelle les mangas ont commencé à se diffuser en Corée, alors utilisés comme moyen de propagande pro-japonaise tandis que les caricatures anti-Japon continuaient à se répandre au travers des manhwa. Pourtant, bien qu'il s'agisse d'un outil pour calomnier l'opresseur, la bande dessinée coréenne n'avait alors pas bonne réputation. L'une des raisons qui semblent le plus probable est que les manhwas de cette époque n'étaient pas très diversifiés et pire qu'ils copiaient purement et simplement le style japonais ⁵¹.

La Libération de 1945 permet à la Corée de reprendre légèrement le contrôle sur sa bande dessinée qui assimile de nouvelles influences avec les comics américains et les BD russes qui pullulent alors à cette époque. Le manhwa évolue alors pour passer du journal à un format à part entière, avec ses propres codes graphiques et stylistiques ainsi qu'un sens de lecture de gauche à droite – à l'image des bande dessinées occidentales et à l'inverse des mangas japonais ⁵². Cette liberté de création va se poursuivre jusqu'à la guerre de Corée (1950-1953) qui va de nouveau être soumise à la censure. Paradoxalement, c'est durant cette période de trouble qu'une diversification des genres va commencer à se mettre en place, notamment avec l'apparition des récits d'aventures : les *takji manhwas*, à destination des enfants ⁵³. La stabilité du paysage éditorial coréen des années 1950 permet un développement conséquent des espaces de lectures avec l'apparition des premiers *manhwabang*, des librairies spécialisées, et des premiers volumes reliés. Les styles et les genres se diversifient toujours plus avec des récits historiques, humoristiques, de science-fiction, etc. Cette période de paix fait de nouveau place dès 1960 à de nouveaux conflits armés. « Muselé jusqu'à la fin des années 80, le manhwa se cantonne donc surtout aux séries d'aventures comiques pour enfants et aux drames historiques pour adultes qui apportent un peu de rêve et de joie pendant cette période sombre ⁵⁴. » Durant cette période, des genres disparaissent entièrement comme la bande dessinée féminine (*Sunjeon manhwa*) tandis que l'adaptation des classiques coréens et chinois se démocratise. Ces restrictions demeurent jusqu'à la fin de la décennie 80. De nouvelles séries à succès comme *Dooly, le petit dinosaure* ⁵⁵ commencent alors à paraître. C'est également à cette période que le manhwa féminin,

50 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Op. Cit.*, p. 41.

51 JANG, Wonho., SONG, Jung Eun. *Idem.*, p. 174.

52 THIERRY, Clémence., LEE, Jaehee. *L'édition en Corée du Sud : Étude avril 2018*. Paris, Bureau international de l'édition française, 2018, p. 49.

53 ANIMELAND. Histoire de la BD coréenne. **In** : *Animeland*. [en ligne]. Mis en ligne le 01/03/2003. Disponible sur < <https://animeland.fr/dossier/histoire-de-la-bd-coreenne/> > (consulté le 16/04/2021).

54 TOUTENBD. *Idem*.

55 Lambiek. KIM Soo-jung. **In** : *Lambiek*. [en ligne]. Mis à jour le 26/06/2020. Disponible sur < https://www.lambiek.net/artists/k/kim_soo-jung.htm > (consulté le 16/04/2021).

disparu depuis 20 ans, renaît avec des artistes comme Hwang Mi-na ou Kang Kyung-ok et son *Normal City*⁵⁶ dont le style se rapproche beaucoup des *shōjo manga* (manga pour fille) japonais de l'époque comme la *Rose de Versailles* (fig. 15).



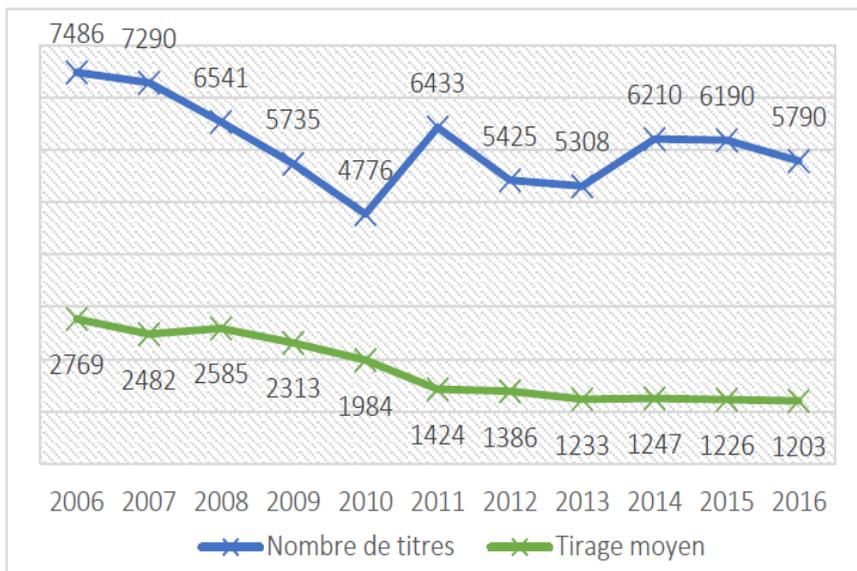
Figure 15: La Rose de Versailles (Lady Oscar) vol. 1. © Riyoko Ikeda / Kana.

Ces dessinatrices ont très certainement beaucoup impacté le manhwa car encore aujourd'hui, la majorité des auteurs de bande dessinées coréennes sont des femmes. Le genre commence à se démocratiser et étend son marché au public adulte ce qui oblige les auteurs à diversifier encore plus la production. C'est l'avènement des nouveaux genres littéraires comme les manhwa d'aventure et d'action pour adulte dont plusieurs manhwagas très connus comme Lee Doo-ho ou encore Lee Hee-jae ont marqué leur temps⁵⁷. Des bande dessinées d'actualité ou littéraires commencent aussi à voir le jour tout comme les romans graphiques mais cela reste en marge de la production. Enfin, la productions de genres comme la romance ou le *young adult* se développe bien qu'il s'agisse en très grande partie d'inspiration ou de traduction de mangas japonais. Ce nouvel âge d'or du manhwa va progressivement décliner à la fin des années 1990. Le marché coréen a commencé à s'effondrer quand le manga s'est popularisé, autant en Corée que dans le reste du monde. Les manhwagas voyant ce nouveau concurrent

56 Lambiek. KANG Kyung-ok. **In** : Lambiek. [en ligne]. Mis à jour le 08/08/2012. Disponible sur < <https://www.lambiek.net/artists/k/kang-kyung-ok.htm> > (consulté le 16/04/2021).

57 THIERRY, Clémence., LEE, Jaehee. *Idem*.

s'imposer, eux et le reste de l'industrie a tenté de copier le style caractéristique des BD japonaises qui a peu à peu imposé de nouveaux standards. Malheureusement, le lectorat n'a pas été réceptif à cette innovation⁵⁸. Et la crise économique asiatique qui a entraîné la faillite de nombreux magazines et la perte d'emplois de plusieurs auteurs dès 1995 n'a pas aidé à la revalorisation de la bande dessinée coréenne qui a commencé à se tourner vers un nouveau format : le webtoon⁵⁹. Cette crise s'est poursuivie jusqu'au début des années 2010 comme nous le montre très bien le graphique ci-dessous (fig. 16). On estime une baisse de 30 % du nombre de titres par rapport au début des années 2000 bien que le nombre commence à se restabiliser autour de 2011-2012. Bien que le manhwa se porte mieux, le nombre de tirage moyen tend à se réduire de plus en plus ce qui semble évoquer que le format reste toujours une niche éditoriale. Cela n'est pas aidé par la consommation assez spécifique de cette BD qui se fait encore majoritairement dans des librairies spécialisées, les *manhwabang*, et qui « repose largement sur la production de produits dérivés »⁶⁰.



Un secteur éditorial qui doit également faire face à une nouvelle manière de consommer du manhwa avec l'apparition du format webtoon, ayant pris pour base les codes de la bande dessinée coréenne papier, et dont le développement s'est fait en plusieurs temps.

Figure 16: Évolution de la production du manhwa. Source : Association des éditeurs coréens (KPA) 2018.

58 JANG, Wonho., SONG, Jung Eun. *Idem.*, pp. 174-175.

59 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Op. Cit.*, p. 41.

60 THIERRY, Clémence., LEE, Jaehee. *Idem.*

II – Les premières plateformes de webtoon

Nous avons vu jusqu'à présent que le manhwa est l'origine directe du webtoon et comment les bandes dessinées asiatiques ont une histoire complexe qui les relie les unes aux autres. Maintenant, il nous faut comprendre l'histoire même et le développement de la BD numérique native coréenne.

Chapitre 1 – Une histoire des nouvelles technologies en Corée : évolutions amenant à l'apparition du webtoon

Et pour comprendre cette évolution, il va falloir explorer les évolutions technologiques qui se sont opérées dès la fin du XX^e siècle, notamment l'explosion des réseaux sociaux virtuels, l'arrivée de la lecture numérique et aussi l'apparition des cryptomonnaies sur le marché. Mais commençons donc par le passage du manhwa papier au format dématérialisé.

A – Du papier au numérique : l'impact des technologies de l'information et de la communication dans l'industrie du manhwa

« La croissance coréenne repose désormais pour une bonne part sur le dynamisme du secteur des technologies de l'information et de la communication. La stratégie d'exportation s'appuie sur un marché intérieur extrêmement développé : les Coréens constituant sans nul doute l'un des peuples les plus technophiles de la planète (...)»⁶¹. »

Comme expliqué dans la citation ci-dessus, la Corée est un pays qui a su se développer par l'intermédiaire des nouvelles technologies, notamment les TIC⁶² (aussi appelées NTIC⁶³). Apparues durant le XX^e siècle, elles cherchent à faciliter l'accès à l'information. Elles permettent notamment de

61 CORNU, Gérard., NICOUX, Renée., MAUREY, Hervé., et al. La Corée du Sud : richesse d'un pays développé, dynamisme d'un pays émergent. **In** : *Sénat*. [en ligne]. Disponible sur < http://www.senat.fr/rap/r11-388/r11-388_mono.html#toc83 > (consulté le 30/05/2021).

62 Acronyme de Technologies de l'information et de la communication.

63 Acronyme de Nouvelles technologies de l'information et de la communication.

« [la distribuer] hors des limites géographiques et temporelles »⁶⁴. Et bien que cela puisse apporter quelques désavantages comme la surinformation et la baisse en qualité de l'information, ces nouvelles technologies facilitent grandement la visibilité et le travail. En effet, cela a été un nouveau moyen d'expression pour de nombreux auteurs dont font partie intégrante les webtooners – les créateurs de webtoon. Ils ont choisi de peu à peu délaisser le format papier pour le dématérialisé qui apporte une certaine visibilité auprès d'une audience qui se veut pratiquement planétaire. Cela est en partie dû à l'harmonisation des standards numériques mais aussi au développement du « document numérique multimédia » qui se veut manipulable par le plus grand nombre. De plus, cette facilité d'accès permet également à Internet, via les TIC, de devenir un outil « pour créer des liens parfois forts avec les internautes »⁶⁵. Ainsi, nous avons affaire au socle fondamental de la visibilité et du travail numérique qui permet de créer mais aussi de diffuser, de distribuer, d'informer et de communiquer de l'information, quelle soit visuelle, textuelle ou sonore. En sachant cela, il devient évident que les TIC ont eu un impact indéniable sur l'industrie du manhwa et surtout sur l'avènement et la démocratisation du webtoon.

Maintenant que nous savons que les TIC ont eu un impact non négligeable pour la bande dessinée coréenne, nous allons analyser ensemble quatre aspects de ces dernières qui corroborent ce constat.

B – Télécommunication, téléphonie, Internet et réseaux sociaux : quatre piliers de l'histoire du webtoon

Pour clairement exposer que ces trois aspects ont été indéniable dans la création et le fonctionnement du webtoon, tournons nous vers la citation de deux chercheurs de l'université de Séoul : Wonho Jang et Jung Eun Song.

« La genre du webtoon a tout d'abord été créé en Corée comme un nouveau manhwa au format supporté par les technologies numériques et par les réseaux des portails de sites web et de téléphones portables⁶⁶. »

64 CAMPS, Andres. *Les Musées et le transmédia : étude des méthodes de transmédia lors d'expositions et pour les enfants*. Mémoire de Master professionnel, Information-documentation. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2020, p. 13.

65 CAMPS, Andres. *Op. Cit.*, p. 15.

Ce constat nous est également exprimé dans le mémoire de Sarah Schweighoffer qui explique très clairement que le webtoon s'est démocratisé par Internet et l'implantation de la téléphonie mobile, tous deux permettant alors une grande diffusion de contenus numériques par et pour tous à la fin des années 1990 mais surtout dès les années 2000⁶⁷. Maintenant que cela est confirmé, nous pouvons étudier chacun des quatre points un à un. Commençons donc par la télécommunication et la téléphonie.

1. Télécommunication et téléphonie mobile

La Corée du Sud commence progressivement sa modernisation autour des années 1980. De grands chantiers dont certains spécialement conçus pour la télécommunication débutent alors sous l'initiative de la Maison Bleue⁶⁸. Plusieurs plans s'attardent tout particulièrement sur les productions électroniques. Ainsi plusieurs constructeurs comme Samsung vont chercher à développer les semi-conducteurs – corps non métalliques conduisant l'électricité de manière imparfaite – tandis que d'autres étudient les ordinateurs ou encore la télévision par câble comme Hyundai⁶⁹. Nous sommes alors à la genèse des appareils multimédias sur lesquels sont disponibles les webtoons. Ce développement a été amplifié par d'autres acteurs que le gouvernement. En effet, il a été décidé que de grandes corporations comme celles citées plus tôt devaient également aider le pays à se moderniser et concurrencer le Japon ou les États-Unis qui se développent notamment au niveau de la *Silicon Valley*. Ces entreprises privées, les *chaebols*, investissent alors en masse dans les nouvelles technologies, en particulier Samsung, et deviennent essentielles entre 1980 et 1990 pour la Corée. « Dans cette optique de rattrapage et de compétition, l'investissement des différents *chaebols* dans l'industrie des semi-conducteurs dépasse 5,2 milliards dans la décennie 1980⁷¹. » Et pour combler son retard, cette entreprise n'a pas hésité à fusionner différentes structures, à signer des partenariats avec les Japonais et les Étatsuniens ou encore à démarcher de la main d'œuvre chez la concurrence. Grâce à ces stratégies,

66 JANG, Wonho., SONG, Jung Eun. Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization. **In** : *Kritika Kultura*. N° 29 (2017), p. 174.

« The webtoon genre was first created in Korea as a new manhwa format supported by digital technologies and the networks of web portal sites and mobile phones. » [Original].

67 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Le marché de la bande dessinée nativement numérique*. Mémoire en sciences humaines. Lyon : Université de Lyon, 2018, p. 41.

68 Appellation donnée à la résidence et au bureau du Président de la Corée du Sud.

69 FILIOU, Maxime. La Corée du Sud : un leader mondial du numérique ?. **In** : *GÉRAC*. [en ligne]. PDF. N°15, 2021, p. 3. Disponible sur < https://www.gerac.hei.ulaval.ca/sites/gerac.hei.ulaval.ca/files/mfiliou_coree.pdf > (consulté le 22/06/2021).

70 BARJOT, Dominique. Le développement économique de la Corée du Sud depuis 1950. **In** : *Les Cahiers de Framespa*. [en ligne]. Disponible sur < <https://journals.openedition.org/framespa/899#tocto1n3> > (consulté le 10/04/2021).

71 FILIOU, Maxime. *Idem.*, p. 4.

la télécommunication a su se moderniser grandement. Les coréens sont alors passé de l'analogique au tout numérique, ce qui a notamment fait évoluer la téléphonie.

Dès la fin des années 1990, la Corée du Sud cherche à optimiser son réseau de télécommunication. Elle opte alors pour le développement d'un système CDMA (*code division multiple access*) dérivant du GSM (*global system for mobile communication*) permettant alors d'être le premier pays au monde à mettre en place la 3G. Motorola, plusieurs entreprises gouvernementales coréennes ainsi que le géant américain Qualcomm s'associent alors dans le but de continuellement faire évoluer les téléphones portables et la télécommunication, amenant à la création de nouvelles fonctionnalité et une démocratisation du mobile. Le support de prédilection du webtoon est alors créé. Pourtant, une autre évolution a grandement contribué au succès du support numérique et c'est l'amélioration des réseaux. Les années 2000 deviennent alors un laboratoire temporel pour la mise en place de « villes du futur ». « Bien sûr, Séoul, la capitale sud-coréenne, est visée par ce type de projet, mais on souhaite également construire de nouvelles villes dont l'architecture serait entièrement pensée en fonction d'une connectivité fortement accrue⁷². » C'est cette volonté de modernité incessante qui a sans doute le plus impacté le manhwa en le dématérialisant, permettant ainsi sa démocratisation. Pourtant c'est bien Internet et les réseaux sociaux qui ont solidifié le format numérique.

2. Internet haut-débit et réseaux sociaux

C'est dans la première moitié des années 1990 que le *World Wide Web* s'est démocratisé et notamment en Corée du Sud. En effet, ce pays étant toujours plus technophile, il a été nécessaire de développer également le réseau internet. Et pour répondre à cette volonté, l'État a donc choisi de miser sur la mise en place généralisée de la fibre optique. D'abord pour les ministères, elle a été généralisées à l'aides des *chaebols*, les grandes entreprises coréennes comme Samsung vues précédemment. Et cette relation privé-public a permis de développé le projet KII (*Korea Information Infracstructure*) bien plus rapidement que prévu puisque l'ADSL généralisée a été terminée en 2005 et non en 2015 comme initialement espéré. En moins de 20 ans, la Corée a ainsi pu se placer parmi les pays les plus technophiles et les mieux équipés niveau réseau haut-débit dans le monde, ce qui a considérablement accéléré la croissance dans le secteur du numérique et donc du phénomène webtoon⁷³.

72 FILIOU, Maxime. *Idem.*, p. 6.

73 FILIOU, Maxime. *Idem.*, pp. 4-5.

Le dernier point que nous devons ensemble et qui découle de cette généralisation d'internet est la place des réseaux sociaux dans la vie coréenne. Popularisés à la fin des années 1990, les réseaux sociaux numériques ont réellement commencé à s'imposer aux internautes au début des années 2000 avec notamment Facebook, créé par Mark Zuckerberg. Aujourd'hui plus d'un milliard d'utilisateurs l'utilisent, ce qui en fait l'un des plus gros réseaux sociaux avec Instagram et Twitter, davantage apprécié par les plus jeunes⁷⁴. Mais ceci est une estimation globale sur ces réseaux, qu'en est-il en Corée ? Si l'on se réfère à l'université de Strasbourg, et plus précisément à son master CAWEB destiné à étudier la communication multimédia multilingue⁷⁵, Facebook, Instagram et Twitter sont parmi les réseaux les plus utilisés, après Youtube, en Corée du Sud. Mais ils ne sont pas les seuls et quelques concurrents coréens se démarquent des autres par leur popularité auprès des internautes⁷⁶. Les réseaux sociaux sont activement utilisés par 83 % de la population coréenne, ce qui représente environ 38,4 millions de coréens. Cet engouement autour des nouvelles technologies et des réseaux sociaux internationaux provient certainement de Cyworld, le premier réseau social coréen à avoir vu le jour à la fin des années 1990. Très utilisé, c'est en 2011 qu'il a été supplanté par le concurrent américain Facebook (fig. 17)⁷⁷. Il reste aujourd'hui encore très utilisé mais pour des fonctions assez spécifiques liées à la hiérarchie de l'âge très importante dans la culture coréenne⁷⁸ comme avec Naver⁷⁹. Outre les gros réseaux sociaux, ce sont surtout les applications de messagerie coréennes qui sont le plus utilisées. En Corée, c'est KakaoTalk qui est le leader du marché – appartenant à Kakao Corp., actuel détenteur de Daum Webtoon et Kakao Page (pour les webtoons également)⁸⁰. « 31 % de la population

74 CAMPS, Andres. *Op. Cit.*, p. 64.

75 MASTER CAWEB. Présentation de la formation. **In** : *Université de Strasbourg*. [en ligne]. Disponible sur < <https://mastercaweb.u-strasbg.fr/> > (consulté le 23/06/2021).

76 GILG, Pauline. Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés en Asie du Nord-Est ? **In** : *Université de Strasbourg*. [en ligne]. Publié le 14/09/2018. Disponible sur < <https://mastercaweb.u-strasbg.fr/2018/09/quels-sont-les-reseaux-sociaux-les-plus-utilises-en-asie-du-nord-est> > (consulté le 23/06/2021).

77 GANDON CHERARD, Gillian. Coréens, un cas unique au monde : décryptage. **In** : *Linkfluence*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.linkfluence.com/fr/blog/coree-sud-reseaux-sociaux> > (consulté le 23/06/2021).

78 Pour faire simple, dans la culture coréenne, l'âge est très important et hiérarchise la population. Cet aspect culturel s'appuie sur le système de calcul de l'âge coréen, appelé « *hankuk-nai* », qui se base sur deux éléments primordiaux : de un, un enfant a un an à sa naissance (le temps dans le ventre de la mère étant comptabilisé comme temps de vie puis arrondi à une année) et de deux, une année supplémentaire est comptée au moment du nouvel an du calendrier grégorien (cet ajout était autrefois fait lors du nouvel an lunaire). De plus, il est obligatoire de traiter différemment les personnes plus âgées que soi auxquelles on doit le respect. Cela passe notamment par différents mots et constructions de phrases qui marquent cette spécificité coréenne. Il est donc presque impossible de savoir comment s'adresser à une personne sans connaître son âge.

79 Cerise. Les réseaux sociaux qu'utilisent le plus les coréens. **In** : *Amino*. [en ligne]. Publié le 12/09/2017. Disponible sur < https://aminoapps.com/c/frkpop/page/blog/les-reseaux-sociaux-quutilise-le-plus-les-coreens/1aQD_pGS6u0oEEzR4RKkjlRl7j6N60xZPp > (consulté le 23/06/2021).

80 SEODANG. Trois applications indispensables en Corée du Sud. **In** : *Seodang*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.seodang.fr/article/applications-indispensables-en-coree-du-sud/> > (consulté le 23/06/2021).

utilise cette [application]. Elle est gratuite et permet d'envoyer gratuitement des messages⁸¹. » L'autre application la plus utilisée est Line, la messagerie qui appartient à Naver, géant d'internet coréen à qui appartient entre autre Naver Webtoon (aussi appelé Line Webtoon). Un véritable empire commence même à se développer avec Line, qui a généré 723 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2014⁸², générés par les différents services, les stickers, les goodies et aussi les webtoons. Ce phénomène s'étend également à l'internationale puisque Line est l'application de messagerie la plus utilisée au Japon et que le nombre d'utilisateurs hors Corée dépasse à présent le milliard⁸³.

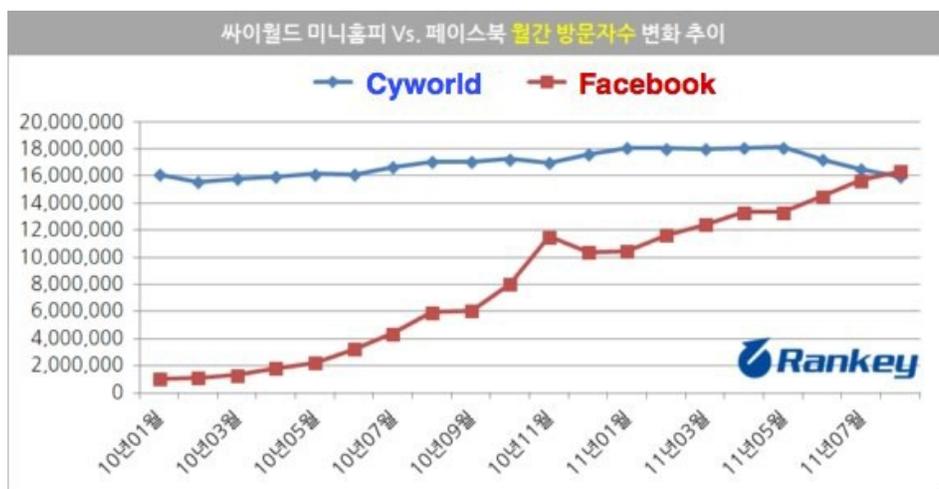


Figure 17: Nombre d'abonnés de Facebook et Cyworld entre janvier 2010 et juillet 2011. Source : Rankey.

Nous avons vu ensemble que le développement des nouvelles technologies a été indispensable dans l'avènement des webtoons, effaçant petit à petit le support papier par l'omniprésence du numérique. De plus, avec cette technologie sont arrivés les réseaux sociaux, amenant une nouvelle manière de communiquer, implémentant de nouvelles fonctionnalités comme le système des *like* ou des commentaires qui ont par la suite été récupérés par les plateformes et les applications de webtoon. Cette fusion a très certainement été facilité par les géants de la communication, à savoir Naver et Kakao, qui ont également popularisé la BD numérique coréenne. C'est ce que nous allons voir prochainement mais avant intéressons nous à un autre ancêtre du webtoon qui a également permis la popularisation des « j'aime » et interactions : les blogs de manhwas.

81 Cerise. *Idem*.

82 GILG, Pauline. *Idem*.

83 BUSINESS FRANCE. Corée du Sud – Le portail Internet numéro 1 de Corée renforce sa présence à l'internationale. In : *Business France*. [en ligne]. Publié le 08/02/2017. Disponible sur < <https://www.businessfrance.fr/coree-du-sud-le-portail-internet-numero-1-de-coree-renforce-sa-presence-a-l-international> > (consulté le 23/06/2021).

Chapitre 2 – Blogs de manhwa : un pilier important du webtoon moderne

Outre la mise en place d'un espace numérique très performant, nous avons vu que les innovations technologiques telles que la démocratisation du téléphone portable et l'expansion des TIC. D'un autre côté, la popularisation d'internet a également été un facteur du passage du manhwa papier au webtoon, notamment au moment de la grande crise asiatique des années 1990. C'est en cette période que de nombreux auteurs ont perdu leur travail et que la reconversion numérique a été enclenchée. Mais les webtooners ne sont pas apparus du jour au lendemain et nous allons dès à présent nous intéresser à l'avant-webtoon.

Parmi les piliers les plus importants pour les chercheurs sur l'histoire du webtoon, les espaces d'écritures « journal intime » sur des blogs sont les plus évoqués⁸⁴. Ils se sont développés au cours des années 2000 et ont permis une véritable innovation dans la manière de concevoir de la bande dessinée coréenne. Ces derniers ont par exemple permis un retour des dessins en couleurs ce qui avaient disparues des productions puisqu'elles copiaient jusqu'alors les mangas en noir et blanc japonais⁸⁵. Popularisés par le développement du *World Wide Web* soit l'internet à l'internationale, ce nouveau genre de manhwa a rapidement été reconnu comme un style à part entière. Cela a permis une évolution constante de ce qui est devenu le webtoon – mot-valise dérivant de web et du mot anglais *cartoon*⁸⁶. Les auteurs, les manhwas, deviennent progressivement des webtooners et cherchent à différencier la production papier de la production numérique, adaptée à la lecture sur écran d'ordinateur (format le plus utilisé à l'époque)⁸⁷. Et pour clairement se différencier, plusieurs auteurs ont commencé à chercher de nouvelles manières de créer ou d'écrire des histoires via le net. Ces créateurs dit *underground* « multiplient les recherches graphiques ou scénaristiques en s'éloignant des codes classiques⁸⁸. »

84 GODARD, Doriane. *La BD numérique : à la limite des frontières*. Mémoire de Master 2 en édition imprimée et électronique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016, p. 30.

85 Lapindicite Chronique. L'histoire et le développement des manhwas. **In** : *Youtube*. [en ligne]. Mise en ligne le 31/07/2019. Disponible sur < <https://www.youtube.com/watch?v=YwmeKpMtTiM> > (consultée le 23/06/2021).

86 Minato. Un webtoon, qu'est-ce que c'est ?. **In** : *Yurai Éditions*. [en ligne]. Publié le 19/08/2019. Disponible sur < <https://yuraieditions.com/un-webtoon-quest-ce-que-cest/> > (consulté le 23/02/2021).

87 GODARD, Doriane. *Op. Cit.*

88 TOUTENBD. Zoom sur la BD coréenne. **In** : *ToutenBD*. [en ligne]. Mis en ligne le 6/11/2004. Disponible sur < <https://www.toutenbd.com/dossiers/zoom-sur-la-bd-coreenne/> > (consulté le 31/04/2021).



CANADA DAY
by snowcat



Figure 18: Capture d'écran du blog personnel de la manhwa Yoon-Joo Kwon sur laquelle elle a créé Snowcat. © Snowcat Home.

Les auteurs recherchent par la même occasion à s'individualiser, à créer un art qui leur appartient pleinement et qui les différencie les uns des autres. Cela est par exemple le cas avec la dessinatrice de Snowcat (fig. 18) qui s'exprime sur ses pensées et envies au travers de son personnage sur un blog BD créé à la manière d'un journal intime numérique. Mais elle n'est pas la seule à avoir révolutionné la manière de penser ou de créer un web manhwa – un webtoon. Parmi les quelques artistes de le blog Tout en BD recense Hyang-Woo Lee est un peu à part, expérimentant réellement la matière première avec des poupées en tissus vivant des aventures dans des planches similaires à des bacs à glaçons. Outre cet artiste avant-gardiste, Iwan ou Jae-In Kim révolutionnent également la manière de concevoir une bande dessinée. Le premier explore de nouvelle manière de découper l'action et de transformer les cases tandis que le second a utilisé l'animation flash pour faire vivre des aventures à son lapin blanc Mashimaro⁸⁹. Parallèlement à cette envie d'innover la manière de concevoir ou de penser une BD, d'autres « webtoons » ont également vu le jour, à savoir de simples numérisations de manhwass dont les

89 TOUTENBD. *Idem*.

pages étaient ensuite publiées en ligne⁹⁰. Pourtant, les grands groupes commencent peu à peu à s'intéresser au format webtoon vu le succès de certains créateurs comme Jung Chul Yeong est son journal intime cartoon *Marine Blues*⁹¹. Arrivent alors dans la course les précurseurs du genre webtoon que nous connaissons aujourd'hui : Daum et Naver que nous allons apprendre à connaître dans les prochaines pages⁹².

90 Minato. *Idem*.

91 Lin. Marine Blues, célèbre cartoon coréen, un journal intime de Sea Urchin Boy. **In** : *Taptoula*. [en ligne]. Publié le 02/08/2008. Disponible sur < <http://www.taptoula.com/marine-blues-celebre-cartoon-coreen-un-journal-intime-de-sea-urchin-boy/> > (consulté le 23/06/2021).

92 Liry Onni. Webtoon a Kdrama, ¿Quién es Yaongyi, la creadora de *True Beauty (Secretos de Belleza)*? **In** : *Youtube*. [en ligne]. Publié le 14/12/2020. Disponible sur < <https://www.youtube.com/watch?v=oGffKNIBgI4&t=386s> > (consulté le 02/02/2021).

Chapitre 3 – Les précurseurs

Suite au succès grandissant des blogs de manhwa, deux entreprises coréennes ont pressenti le potentiel du format numérique et ont donc commencé à travailler à sa démocratisation. Mais contrairement à ce que l'on pourrait penser, ce ne sont pas des groupes éditoriaux qui ont tenté d'exploiter la bande dessinée numérique mais deux moteurs de recherches aussi puissants que Google : Daum et Naver.

A – Daum Webtoon

« En tout premier lieu, en 2003, Daum a recruté des dessinateurs comme Kang Full pour publier des webtoons sur son portail internet appelé “World in Manhwa”. Il met en vedette des travaux comme *Love Story* de Kang Full (un hit qui a battu tous les records). D'autres bandes dessinées à succès comme *The Great Catsby* de Kang Do Ha ou *1001* de Yang Young Soon sont inclus [dans le portail]⁹³. »

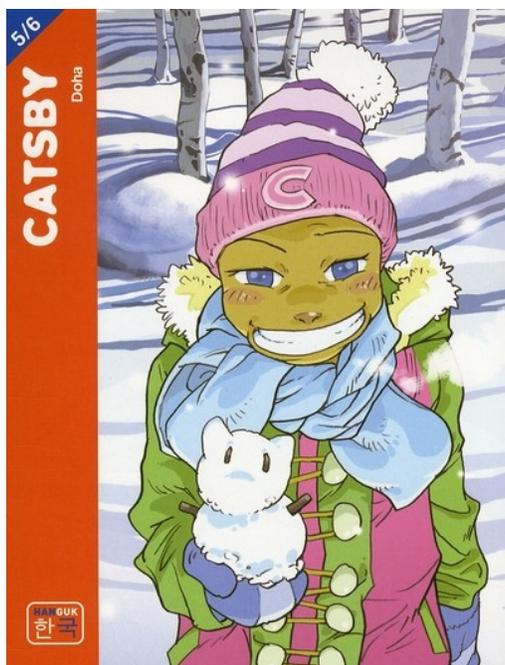


Figure 19: Catsby vol. 5 © Kang Doha / Casterman.

Cette citation de Hyeon Yun Ji nous expose bien que c'est en 2003 que Daum a commencé à s'intéresser au phénomène du manhwa dématérialisé. La plateforme en ligne a même créé une page dédiée à la BD numérique coréenne intitulée « World in Manhwa ». Au vu du succès et de l'engouement suscité autour de cette nouvelle page, Daum a très rapidement changé le nom de la page pour Daum Webtoon⁹⁴, popularisant pour la première fois l'appellation « webtoon ».

La popularité de séries comme *Love Story*⁹⁵ ou encore *The Great Catsby* (fig. 19) ont permis à Daum de se faire un nom dans le milieu du webtoon et d'attirer de nouveaux artistes. Les œuvres étaient alors accessibles gratuitement, servant à attirer de nouveaux clients pour les différents services de Daum comme des boîtes mails par exemple. Le portail coréen

93 YUN, Ji Hyeon. What is Webtoon ?. In : *Medium*. [en ligne]. Publié le 30/08/2019. Disponible sur < <https://medium.com/mrcomics/what-is-webtoon-4926929b20d8> > (consulté le 30/05/2021).

« First of all, from 2003, Daum recruited cartoonists like Kang Full to publish webtoons on their internet portals called “World in Manhwa.” It featured works like Kang Full’s *Love Story* (a record-breaking hit). Other successful comics include Kang Do Ha’s *The Great Catsby* and Yang Young Soon’s *1001*. » [Original].

94 Kakao Corp. KAKAO WEBTOON. In : *Kakao Corp*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.kakaocorp.com/page/service/service/KAKAOWEBTOON> > (consulté le 20/06/2021).

a également grandement contribué à une expérience transmédia du webtoon dès 2006, en permettant la création de nombreux *drama* – séries coréenne en prise de vue réelle – adaptant les histoires les plus lues sur Daum Webtoon⁹⁶. Cette révolution dans la manière de proposer du webtoon a encore une fois rapidement permis des changements dans la production. Les BD numériques coréennes qui étaient alors uniquement lisibles sur ordinateur ont commencé à pouvoir être lues sur les téléphones portables. En effet, dès 2012, des applications pour webtoon ont vu le jour, facilitant l'accès ainsi qu'augmentant le nombre de lecteurs⁹⁷. C'est grâce à cela et à sa renommée grandissante que Kakao Inc., entreprise de services internet, s'est intéressée au portail Daum. Et en 2014, cette dernière a racheté Daum ainsi que Daum Webtoon, récupérant par la même occasion une bonne partie du catalogue webtoon. C'est également à partir de ce moment qu'une nouvelle application ainsi qu'une nouvelle page internet sont nées : Kakao Page, le service de lecture en ligne⁹⁸.

L'industrie du webtoon se diversifiant de plus en plus, de nouvelles options ont commencé à être implémentées sur les sites internet comme la possibilité de *liker* du contenu, à l'instar des réseaux sociaux mais aussi de laisser des commentaires pour interagir avec le créateur et le reste de la communauté, encore une fois inspiré des différents réseaux sociaux comme Kakao Talk ou bien Line chez Naver. Une des dernières options mises au point par les précurseurs du webtoon sont les systèmes de classements par tranche d'âges. Cette nouveauté date de 2019, montrant qu'encore aujourd'hui l'industrie du webtoon continue toujours à se développer⁹⁹. Maintenant que nous avons vu comment Daum Webtoon a débuté l'expansion du webtoon en Corée, concentrons nous sur la plateforme qui a popularisé la BD coréenne numérique : Naver.

95 Vehem. Kang Full, manhwa – à l'avant-garde de la BD coréenne. **In** : *Taptoula*. [en ligne]. Publié le 20/10/2007. Disponible sur < <http://www.taptoula.com/kang-full-manhwa-a-lavant-garde-de-la-bd-coreenne/> > (consulté le 23/06/2021).

96 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung. *South Korea Webtoonuniverse and Digital Comic Revolution*. Royaume-Uni : Londres, Rowman & Littlefield, 2021, pp. 75-76.

97 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung. *Op. Cit.*, p. 76.

98 Kakao Corp. Kakao Page. **In** : *Kakao Corp*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.kakaocorp.com/page/service/service/KakaoPage> > (consulté le 20/06/2021).

99 KWON, Seong Seong. Expression of “extreme choice” in webtoon... Naver and Daum to implement “webtoon rating system”. **In** : *Segye*. [en ligne]. Mis à jour le 14/05/2019. Disponible sur < <https://www.segye.com/newsView/20190510510666> > (consulté le 25/06/2021).

B – Naver / Line Webtoon

Après nous être intéressé au tout premier portail web qui a commencé à exploiter le webtoon, venons-en maintenant à la plateforme qui a grandement contribué à son succès. C'est en 2004, un an après la mise en ligne de Daum Webtoon, que le portail Naver crée son propre service de webtoons afin de concurrencer Daum : Webtoon (fig. 20)¹⁰⁰. Son fondateur Jun Koo Kim, un passionné de mangas et de manhwas de super-héros, en plus de vouloir rivaliser avec l'autre portail web, a également voulu trouver un moyen de rendre la lecture de manhwa à portée de main et gratuitement¹⁰¹. En s'inspirant des blogs de manhwas, Jun Koo Kim a tenté de renforcer l'interactivité des histoires publiées sur le net en ciblant en priorité les plus jeunes en proposant du contenu « sans prise de tête, simple et cool »¹⁰².

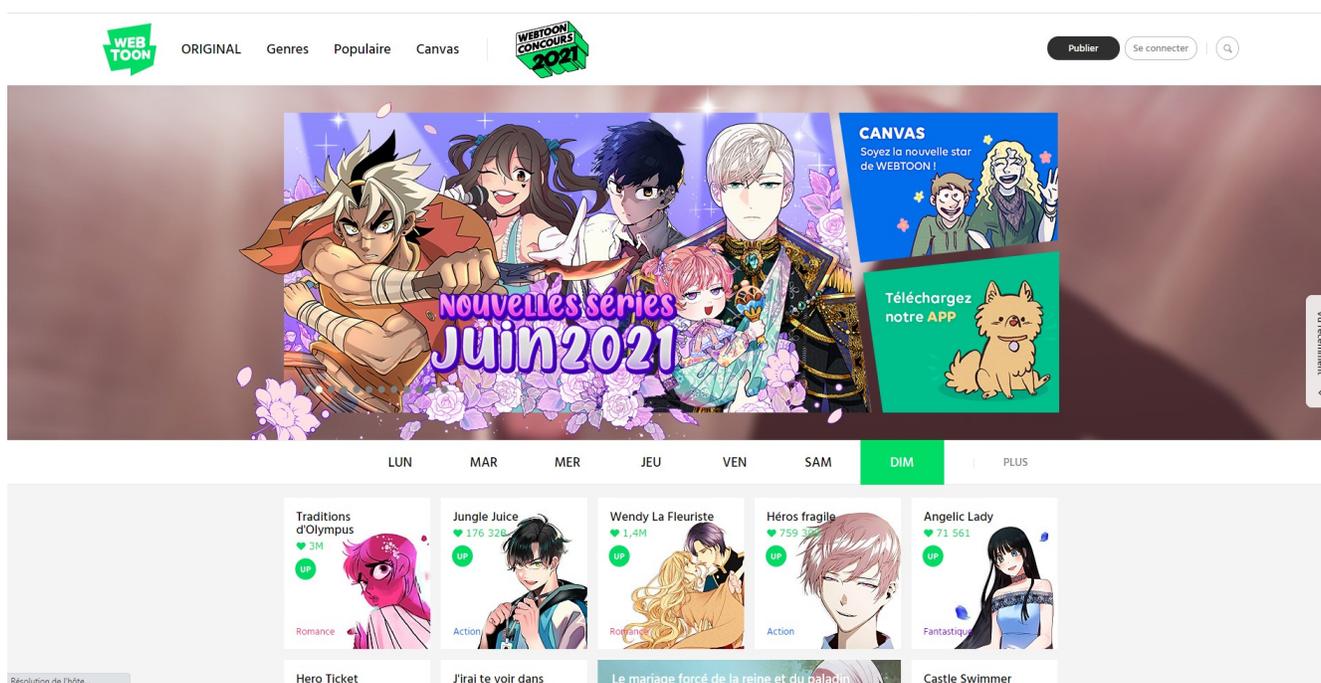


Figure 20: Capture d'écran de la page d'accueil française de Webtoon. © Webtoon Entertainment Inc.

100 Liry Onni. Webtoon a Kdrama, ¿Quién es Yaongyi, la creadora de *True Beauty* (*Secretos de Belleza*)?. In : Youtube. [en ligne]. Publié le 14/12/2020. Disponible sur < <https://www.youtube.com/watch?v=oGffKNIBgL4&t=386s> > (consulté le 02/02/2021).

101 ACUNA, Kirsten. Millions in Korea are obsessed with these revolutionary comics – now they're going global. In : *Insider*. [en ligne]. Publié le 12/02/2016. Disponible sur < <https://www.businessinsider.com/what-is-webtoons-2016-2?IR=T> > (consulté le 27/06/2021).

102 Paroles rapportées de Jun Koo Kim. Voir note précédente.
(...) “casual, light and cool”. [Original].

« Ce n'était pas vraiment que je voulais faire du scrolling, mais les personnes qui créent du contenu et qui le publient devraient toujours penser à comment les auteurs ou les utilisateurs vont le consommer ». [...] « Durant la période du début des années 2000, quand les créateurs de contenus étaient sur PC, vous pouviez lire et consommer beaucoup de contenus numériques en scrollant avec la souris. Pour lire des journaux, vous ne tourniez pas les pages, vous faisiez défiler et lisiez les nouvelles. Même si les bandes dessinées sont un mélange d'image et de texte, je pense que le texte est ce qui conduit la narration donc cela semble logique de pouvoir lire une BD en la faisant défiler¹⁰³. »

Si l'on s'en réfère aux paroles du créateur de Webtoon (aussi connu comme Line Webtoon ou Naver Webtoon), Jun Koo Kim, il a voulu suivre les nouvelles manières de lire des contenus numériques en faisant défiler les pages avec l'aide de la molette de souris et en implémentant cette fonction aux bande dessinées coréennes. Bien qu'ici, il ne cite que les journaux, il semble évident, que comme son concurrent Daum, il se soit aussi inspiré des blogs de manhwas qui étaient alors très populaires auprès des internautes. Pourtant, il semblerait que les débuts n'aient pas été des plus faciles. Car bien que certains auteurs publiaient déjà sur le web, Webtoon a eu tout de même un peu de mal à convaincre de nouveaux artistes de s'essayer au format webtoon. Il a fallu attendre 2006 pour qu'un événement vienne booster la popularité de cette page et que le début de la gloire n'arrive. En effet, tandis que Daum tente le transmédia, Naver a lui choisi de se tourner vers une nouvelle génération d'auteurs. Ainsi, un concours a été organisé pour promouvoir de nouveaux titres. Le succès a été au rendez-vous et Naver a vu son nombre de visites croître drastiquement, notamment

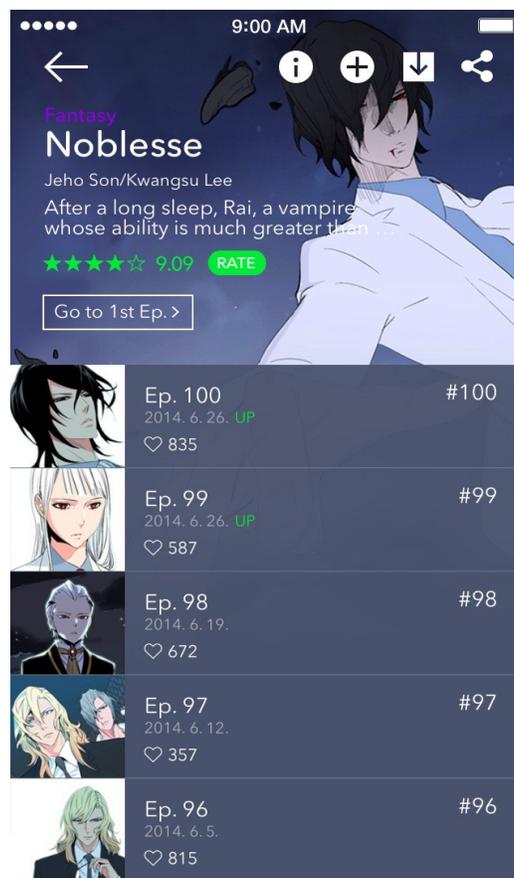


Figure 21: Capture d'écran de l'application Webtoon sur mobile. Noblesse. © 2007 Son Jae Ho / Lee Gwang Su (manhwaga) / Naver / Line.

103 Interview de Jun Koo Kim. ACUNA, Kristen. *Idem*.

“It wasn't necessarily that I wanted to do the scroll, but people that create content and deliver content should always think in terms of how the creators or how users will consume the content,” said Kim. “During this time in the early 2000s, when most of content creators were still on PC, you would read and consume a lot of digital content by scrolling down on your mouse. To read news, you don't flip a page, you often scroll through and read your news. Although comics are a mix of image and text, I think text is the one that drives the narrative so it just makes sense that you would read a comic in a scroll manner.” [Original].

par de jeunes lecteurs, et c'est ce moment que plusieurs chercheurs et écrivains désignent comme charnière pour l'avenir du webtoon. Naver n'était plus un simple portail de lecture mais bien le moteur du genre en Corée et par delà le monde¹⁰⁴. Et quoi de mieux pour se populariser que d'être facilement lu par le plus grand nombre. Aussi, à l'instar de Daum, l'année 2012 signe le début de l'application Webtoon (fig. 21). Cette dernière a la particularité de publier tous les jours du contenu inédit et gratuit¹⁰⁵. Ce très certainement ce système ainsi que plusieurs séries comme *Noblesse* (fig. 21) qui ont permis à Naver de se démarquer de la concurrence. De plus, cette application permet à l'instar de Daum Webtoon ou des réseaux sociaux de *liker* et de commenter le contenu, facilitant ainsi sa popularité auprès des plus jeunes. Et c'est finalement en 2019 que la société a réellement surpassé Daum en devenant le leader du secteur du webtoon coréen¹⁰⁶.

Naver comme Daum ont ainsi été les précurseurs dans l'art du webtoon. Dès le début des années 2000, ils ont su mettre en avant un contenu numérique important et gratuitement, ce qui a peu à peu développé tout un système économique et éditorial du webtoon, amenant de nouveaux concurrents comme Lezhin Comics à créer de la BD dématérialisée coréenne. Attardons-nous donc sur ce passage d'outil commercial à nouveau marché.

104 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung. *South Korea Webtoonuniverse and Digital Comic Revolution*. Royaume-Uni : Londres, Rowman & Littlefield, 2021, p. 76.

105 ALLEN, Jennifer. Line Webtoon Review. *In* : *148Apps*. [en ligne]. Publié le 15/07/2014. Disponible sur < <https://www.148apps.com/reviews/line-webtoon-review/> > (consulté le 27/06/2021).

106 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung. *Op. Cit.*

Chapitre 4 – Développement et professionnalisation

Suite au succès croissant des webtoons sur les plateformes Daum Webtoon et Naver Webtoon, il n'a pas fallu longtemps pour qu'un véritable phénomène de société se développe. Ainsi, nous allons voir qu'avec la parution d'un titre en particulier, ce qui n'était qu'un outil marketing est rapidement devenu un objet commercial important.

A – Le phénomène *Cheese in the Trap*

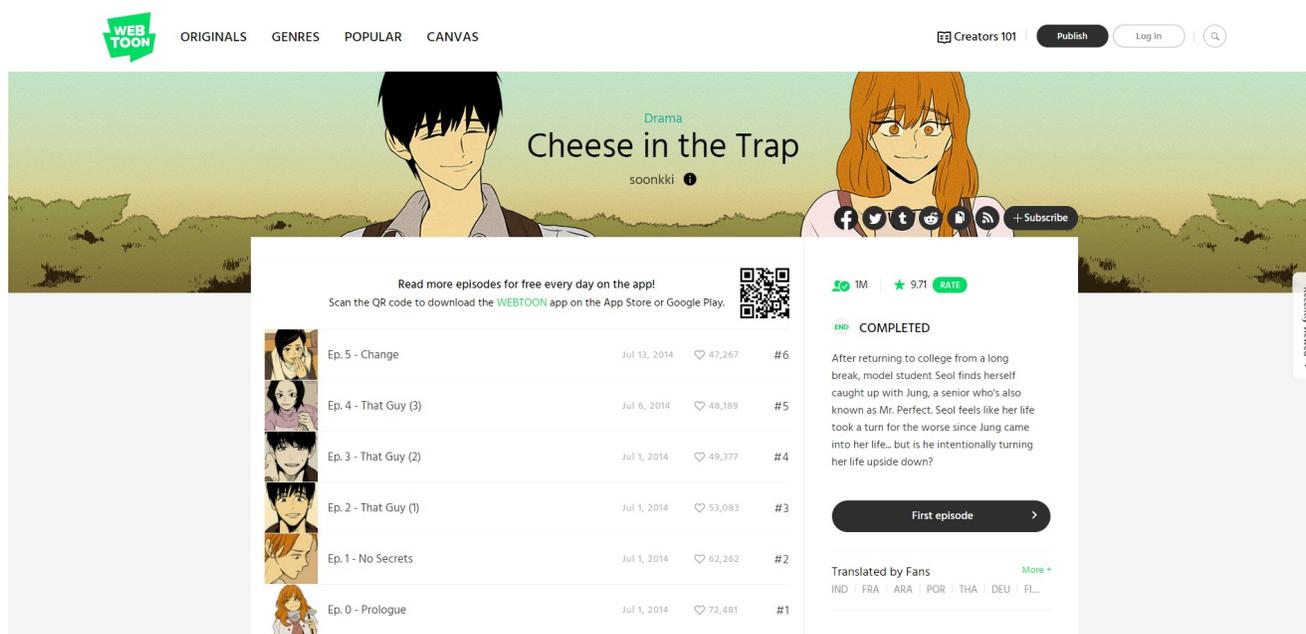


Figure 22: Capture d'écran de la page Cheese on the Trap. © Soonkki / Webtoon Entertainment Inc.

Parmi la multitude de titres qui pourraient être à l'origine du phénomène coréen webtoon, ce ne sont pas les populaires *Noblesse* (fig. 21) et ses vampires ou *Solo Leveling* et ses combats mais bien *Cheese in the Trap* (fig. 22) qui est le plus cité. Débuté en 2010 sous la plume de la webtooneuse Soonkki, cette romance qui se concentre sur Seol et son Jung aussi appelé Monsieur Perfection a réussi à développer l'engouement autour du webtoon. Fort de son succès, la série a été publiée pendant sept ans, entre 2010 et 2017 et comptabilise 4 saisons et pas moins de 292 épisodes – appellation pour les

chapitres de webtoons¹⁰⁷. Naver impose avec ce titre son hégémonie sur l'art de la BD numérique coréenne mais aussi sur un mode de fonctionnement bien particulier. En effet, d'abord publiée comme création originale dans la section *Features*, la série *Cheese on the Trap*, commentée et aimée en masse par les lecteurs a finalement rejoint la section *Best Challenge* en seulement quelques chapitres. Ce succès coréen a ensuite été traduit dans plus de 32 langues et a donc également conquis un public étranger. Entre-temps les sections *Best Challenge* et *Challenge* ont été renommées *Discovery*, facilitant d'autant plus la découverte de ce titre par de nouveaux lecteurs qui commencent alors à s'intéresser au webtoon coréen. En 2019, *Cheese in the Trap* cumule à lui seul 4 millions de *like* sur la plateforme internationale de Naver, Webtoon, et le maximum de *like* possible sur la plateforme coréenne, faisant de ce titre l'un des plus gros best-seller du genre webtoon.

Un succès qui se doit à la pertinence et à la profondeur de ce qui semble être au départ une rom-com (comédie romantique) des plus classiques. Pourtant, le ton change rapidement pour devenir un thriller romantique dans lequel nous suivons une jeune fille, Seol, qui va très vite voir que son amour, Jung, n'est pas le prince charmant que tout le monde pense mais bien un quasi-sociopathe. On observe alors un côté plus sombre de la société qui rend la romance bien plus profonde et réaliste qu'il n'y paraît¹⁰⁸. Cet aspect de la psychologie est tellement marquant visuellement et émotionnellement que le titre a reçu le Today's Our Manhwa Award discerné par le ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme lors du KOMACON (Agence du Concours du Manhwa Coréen) de 2014. À l'internationale, la série a obtenu la très bonne note de 9,5 sur 10 de la part des lecteurs, ce qui a conforté la société Webtoon à produire un drama télé en 2016 et un film en 2018 qui ont également eu un succès critique et commercial, donnant encore plus envie de lire le webtoon¹⁰⁹.

Au travers de cet exemple, nous avons pu constater que le phénomène webtoon s'est grandement développé entre les débuts du genre au début des années 2000 et la décennie qui a suivi. Nous allons voir que ce développement a aussi donné naissance à de nouvelles sociétés, à un marché et à un métier à part entière.

107 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung., YANG, Jack., et al. Global transcreators and the extension of the Korean webtoon IP-engine. In : *Media, Culture and Society*. [en ligne]. PDF. Vol. 42, I. Australie : Université de Wollongong. 2020, p. 43. Disponible sur < <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443719867277> > (consulté le 04/04/2021).

108 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung., YANG, Jack., et al. *Idem*.

109 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung., YANG, Jack., et al. *Idem.*, pp. 44-45.

B – La professionnalisation du secteur au cours des années 2010

Les années 2010 ont été cruciales dans le développement et la professionnalisation de l'industrie du webtoon. En effet, c'est durant cette période que de nombreux changements se sont opérés comme l'augmentation des grandes plateformes de diffusion de BD ou encore le début de la rémunération des artistes et des ventes de chapitres. Mais avant de nous intéresser à cet aspect économique et éditorial, commençons par voir l'impact du ministère de la Culture dans le développement du secteur.

1. Ministère de la Culture et loi de promotion des BD

Industry	Examples
1) Publishing	Publishing books, magazines/periodicals, newspapers, electronic publishing (online newspapers/magazines, e-book)
2) Comics	Comics (Comics magazines, daily cartoons, manga, educational comics), digital comics (online manga/portal sites)
3) Music	Planning/Production/Distribution of Records, performances (concerts, musicals), digital music (ring tones, streaming, mp3 downloads)
4) Game	Developing/distributing games (PC, online, arcade, video, mobile games, etc.)
5) Film	Producing, distributing, importing films, producing and distributing videos Digital films (digital film production, online film service, computer graphics)
6) Animation	Production, distribution, subcontract of animation (2D, 3D), agencies for marketing and promotion (domestic, overseas)
7) Broadcasting	Ground broadcasting service (TV, radio, production), cable TV, satellite TV Digital broadcasting service (digital satellite, web casting, mobile broadcasting)
8) Advertising	Advertising agencies, interactive advertising (mobile, internet), other advertisement
9) Character	Character/character merchandise production, manufacturing, licensing, and distribution, Internet/mobile character service, avatar
10) Other	Web information contents (entertainment, lifestyle, health, economics, legal service, GPS, etc.) Edutainment contents (educational contents), digital online distribution (syndicate, portal, ISP) Solution (CMS, P2P, DRM, SMS/MMS, etc.) (others not included above (ex. design, performances(except for music), arts)

Figure 23: Tableau de classification de l'industrie culturelle coréenne. Source : Korea Statistics Division, the 8th amendment (2000.1.7), Korea Cultural Industry Classification.

2008¹¹⁰, le gouvernement de la république de Corée, et plus particulièrement le ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme a un rôle prépondérant. Bien qu'il n'étudie pas précisément le rôle que ce dernier joue envers les manhwas et les webtoons, ces genres apparaissent clairement lorsque l'auteur s'intéresse à l'industrie culturelle coréenne. En effet, il a inséré dans son travail le tableau ci-dessus (fig. 23) qui classifie tout ce qui correspond à cette industrie et les manhwas, désignés alors sous le terme *comics*, y sont listés. Cela montre bien que c'est le gouvernement et son ministère de la Culture qui se chargent de ce type de supports. Un autre document vient étayer le fait que le gouvernement a

Le Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme est l'entité gouvernementale qui gère les différents acteurs de la production des BD. Nous l'avons vu précédemment comme entité qui se charge de récompenser les titres les plus prometteurs de certains concours nationaux mais il agit également à une autre échelle dans la gestion de la culture coréenne. En effet, si l'on s'en réfère au mémoire de Kang Ah Park publié en

110 PARK, Kang Ah. *The Growth of Cultural Industry and the Role of Government*. Mémoire de Master en Génie civil. États-Unis : Institut des technologies du Massachusetts. 2008, pp. 31-34.

joué un rôle très important dans le développement du webtoon et de l'ensemble de son industrie. Il s'agit d'une frise chronologique allant du début des années 1900 jusqu'aux années 2010 et qui expose l'ensemble de l'histoire du manhwa coréen. Cette dernière, créée par l'Agence du Concours du Manhwa Coréen, nous expose qu'une loi a été promulguée en faveur des bande dessinées en 2011¹¹¹. En cherchant dans le Centre d'Information de la Loi Coréenne, il a été possible de retrouver un acte de loi ainsi qu'un décret présidentiel sur la promotion des bandes dessinées coréennes, les webtoons y étant mentionnés comme *digital cartoons*¹¹². Cette loi a commencé à être étudiée en 2009 comme le montre un document entièrement en coréen et intitulé *A Study on the Necessity to enact Comics Promotional Law : around of « Culture Industry Promotion Basic Law », « Publication Promotion Law » ans « Legal Deposit »*¹¹³. Tous ces documents officiels prouvent que le manhwa est un sujet des plus importants pour le gouvernement qui semble vouloir grandement développer son industrie culturelle. Un dernier tableau (fig. 24) vient prouver que l'industrie culturelle coréenne, et notamment numérique, est très importante pour le ministère de la Culture coréen montrant par exemple que les publications dématérialisées ont rapporté près de 663 millions de dollars à l'industrie et que le numérique est en hausse de 10.5 % année après année. Le secteur économique du numérique est donc toujours en expansion, permettant au webtoon d'avoir un bel avenir¹¹⁴.

302 | WILEY ASIA & THE PACIFIC POLICY STUDIES | HOLROYD

TABLE 1 Digital media sales, 2018

Category	Japan	South Korea	United States	China
Digital media sales	\$15.7 billion	\$4.2 billion	\$44.4 billion	\$26.5 billion
World rank	#3	#5	#1	#2
Growth (YOY)	5.2%	10.5%	6.7%	9.1%
Digital music	\$767 million	\$320 million	\$5.2 billion	\$816 million
ePublishing	\$2 billion	\$663 million	\$8.3 billion	\$1.7 billion
Video on demand	\$1.8 billion	\$439 million	\$13.8 billion	\$2.3 billion
Video games	\$11.2 billion	\$2.8 billion	\$17 billion	\$21.7 billion

Source: Statista Digital Media: Japan (2019).
Abbreviation: YOY, year-over-year.

*Figure 24: Tableau montrant les ventes de médias numériques de 2018.
Source : Statista Digital Madia : Japon (2019).*

111 KOMACON. The History of Webtoon. Disponible sur < https://www.k-webtoon.kr/modedg/contentsView.do?ucont_id=CTX001006&srch_menu_nix=474N5z95&srch_mu_lang=CDIDX00023 > (consulté le 25/05/2021).

112 Voir Annexes 1 et 2.

113 Voir Annexe 3.

114 HOLROYD, Carin. Digital content promotion in Japan and South Korea : Gouvernement strategies for an emerging economic sector. *In* : Wiley. [en ligne]. Publié le 14/04/2019. Disponible sur < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/app5.277> > (consulté le 29/06/2021).

2. Professionnalisation du secteur

Nous avons vu précédemment que le gouvernement coréen prenait très au sérieux le marché du webtoon, au point de créer une loi pour le protéger et le promouvoir. Et nous avons également vu que le phénomène de la BD numérique coréenne a eu énormément de succès notamment grâce à l'influence de deux géants d'internet : Daum et Naver. Ces derniers ont été un véritable tournant dans l'histoire et la professionnalisation de la bande dessinée dématérialisée. Fort de leurs succès, ils ont permis un développement du marché avec plusieurs concurrents qui ont également voulu se mettre au webtoon. C'est ainsi qu'en 2004, le portail Nate s'est lui aussi lancé, avec pour principe d'utiliser encore une fois ces BD comme publicité, consultables gratuitement. Pourtant, si l'on s'en réfère au tableau ci-dessous (fig. 25), Nate n'est que très peu utilisé contrairement aux deux autres portails Naver / Line Webtoon et Daum / Kakao Page. Et ce n'est pas non plus lui qui a révolutionné l'industrie. Non, cet honneur revient au quatrième portail le plus utilisés si on se base sur les données fournies ci-dessous : Lezhin Comics¹¹⁵.

Table 3: Webtoon Platform First Choices by Age, 2015

Unit = %; N = 461

	Naver	Daum	Nate	Olleh	T-store	Lezhin	Other	Total
10s	12.1	2.6	0.2	0.0	0.0	0.7	0.0	15.6
20s	16.7	7.8	1.5	0.4	0.0	1.3	0.0	27.8
30s	15.2	15.8	1.1	0.9	0.7	0.4	0.4	34.5
40s	9.5	11.1	0.2	0.7	0.2	0.4	0.0	22.1
Total	53.6%	37.3%	3.0%	2.0%	0.9%	2.8%	0.4%	100.0%

Source: Adapted from 한국콘텐츠진흥원 『웹툰 산업 현황 및 실태조사』 (한국콘텐츠진흥원, 2015): 113.

Figure 25: Tableau présentant les principales plateformes de webtoons utilisées en Corée du Sud.
© Hyung-Gu Lynn.

115 LYNN, Hyung-Gu. Korean Webtoons : Explaining Growth. Canada : Université de Vancouver – Université de Colombie-Britannique, Institut de la recherche asiatique et Département des études asiatiques. PDF. p. 6. Disponible sur < <https://apm.sites.olt.ubc.ca/files/2016/02/HG-Lynn-Korean-Webtoons-Kyushu-v16-2016.pdf> > (consulté le 02/07/2021).

Lancée en 2013¹¹⁶, cette plateforme a été un véritable tournant dans la création ou la commercialisation du webtoon. En effet, en moins d'un an d'existence, cette plateforme a été la première à rémunérer ses auteurs autrement qu'en publicité¹¹⁷.

« Heureusement, Lezhin a commencé à rémunérer les webtooners, contrairement à la période initiale de Daum et Naver, ce qui a amené à un nouveau modèle économique dans l'industrie du manhwa. Dès que Lezhin a commencé à payer environ 200 millions de won [environ 150 000 euros] par moi un webtoonier, Daum et Naver ont également commencé à rémunérer, bien que cela ne soit pas suffisant. À cause du succès de quelques plateformes, incluant Daum, Naver, et Lezhin, environ 40 plateformes [de webtoon] fonctionnaient jusqu'en juin 2018. J'ai également commencé à être payé pour mes manuscrits de webtoon par quelques plateformes, dont Daum. Il m'est arrivé de recevoir 100 000 dollars américains par semaine en période de forte affluence¹¹⁸. »

Comme nous l'explique si bien l'auteur Yoon Tae Ho ci-dessus, Lezhin a complètement redéfini le marché du webtoon. Cette plateforme a été la première à miser sur le succès de ses auteurs comme le montrent certains salaires au montants très élevés. Et ce changement a également conduit les concurrents à également rémunérer leurs auteurs, notamment Daum et Naver qui se devaient de redevenir les meilleures plateformes en matière de webtoon. Mais ce changement a également eu un énorme impact dans la création des contrats de travail du webtoon. Au début, ces derniers étaient conçus de manière à couvrir une vingtaine de chapitres par série. Si l'auteur voulait poursuivre il devait la poursuivre mais sous un autre nom et pour encore une vingtaine de chapitres. On était alors sur des séries courtes ce qui n'est plus la norme actuelle, certaines séries à succès comme *Noblesse*, *The Tower of Gods*, *Let's Play* et bien d'autres dépassant facilement la centaine de chapitres. Et cela grâce aux contrats revisités des années 2010 qui donnent droits à une rémunération et ne restreignent plus les auteurs¹¹⁹.

116 LEZHIN. About Lezhin. **In** : *Lezhin*. [en ligne]. Disponible sur < <https://about.lezhin.com/en> > (consulté le 25/03/2021).

117 DAL, Yong Jin. Korean Webtoonist Yoon Tae Ho : History, Webtoon Industry, and Transmedia Storytelling. **In** : *International Journal of Communication*. [en ligne]. N°13. PDF. 2019, p. 2221. Disponible sur < <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10015> > (consulté le 02/04/2021).

118 Interview du webtoonier Yoon Tae Ho. Voir note précédente.

“Luckily, Lezhin began paying fees to webtoonists, unlike during the early stage of Daum and Naver, which became a new business model in the manhwa industry. As Lezhin began paying fees of up to KRW 200 million per month to a webtoonist, Daum and Naver also began to pay fees, although they were not sufficient. Because of a few successful platforms, including Daum, Naver, and Lezhin, about 40 platforms were working as of June 2018. I also began to receive fees for webtoon manuscripts that I created for a few platforms, including Daum. For Misaeng, I used to receive US\$100,000 per week during some peak periods.” [Original].

119 DAL, Yong Jin. *Ibid*.

Mais bien qu'ayant énormément aidé au développement du webtoon, Lezhin n'est pas une société parfaitement intègre et plusieurs contrats ont porté atteinte à des artistes. Rémunération tronquée (fig. 26), suppression des webtoons, pénalités de paiement trop élevée, etc¹²⁰.

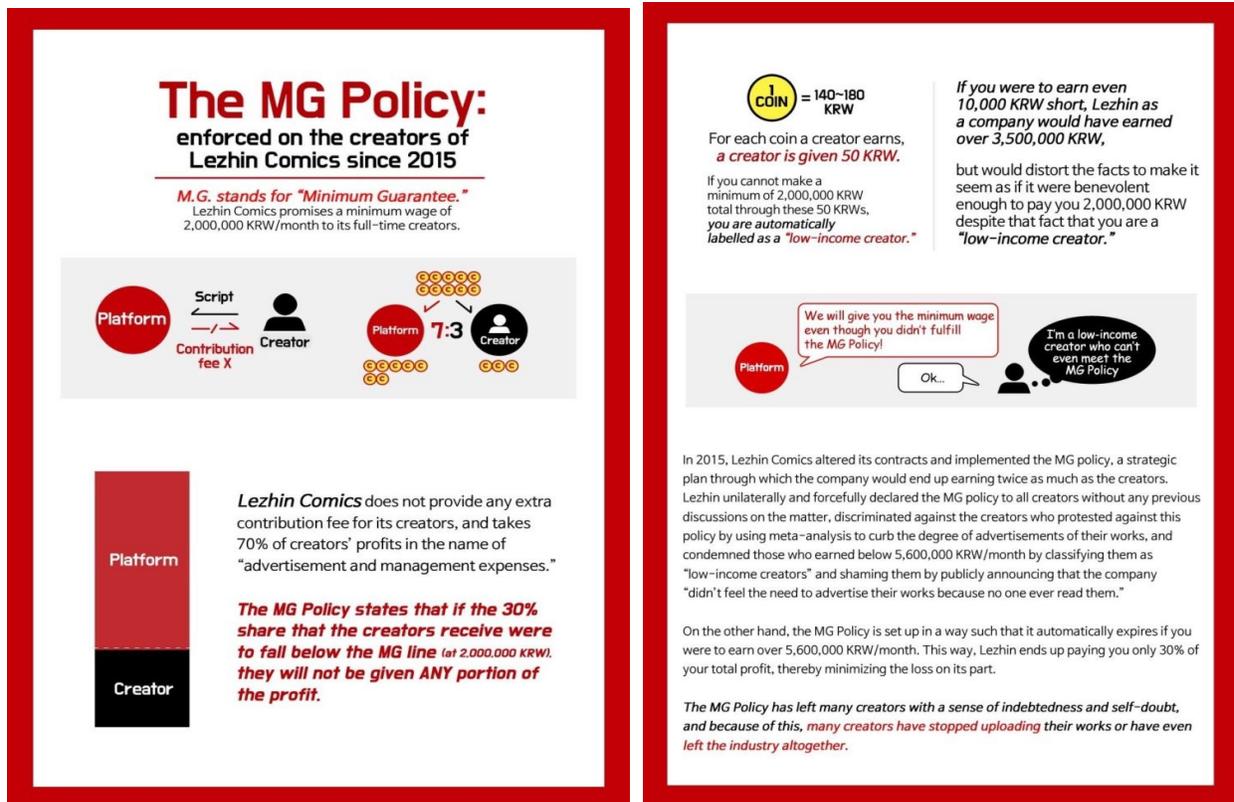


Figure 26: Deux images postées sur Twitter présentant les problèmes de Lezhin.
© Lezhin_illegal.

Outre les dérives de la plateforme, ces deux images nous donnent également de nouveaux renseignements sur le développement et la professionnalisation du webtoon. Le premier est le salaire qui a été baissé comparé aux débuts de Lezhin, passant de 200 millions à 2 millions de wons minimum par mois, soit environ 1 500 euros. Et toujours grâce à ces images, il est possible de comprendre que seulement 30 % de cette somme sont versés au webtoonier. Toutefois, il semblerait que Lezhin ait commencé à régler les différents problèmes relatifs aux salaires des créateurs. En effet, un post Twitter datant du 12 mai 2021 (fig. 27) explique clairement comment est réparti l'argent des ventes sur le site Lezhin. Ainsi, il est clairement stipulé que les auteurs gagnent environ 30 % des ventes faites sur leur

120 GOH, Vanessa. What's Up with Lezhin ? - A summary. In : *The Magic Rain*. [en ligne]. Publié le 12/02/2018.

Disponible sur < <https://themagicrain.com/2018/02/whats-up-with-lezhin-a-summary/> > (consulté le 02/07/2021).

œuvres, 30 autres pourcents étant alloué au paiement des hébergeurs et le reste étant utilisé pour payer le marketing, l'éditorial, la traduction, les images, le système de protection, etc. Mais a cela est ajouté une somme avoisinant les 2 000 dollars qui est versée chaque mois et ce indépendamment des ventes. Cela nous montre également le fonctionnement des webtoons qui se joue à la méritocratie : les plus connus, les plus lus et les plus achetés permettent à l'auteur de gagner plus que les nouveaux.

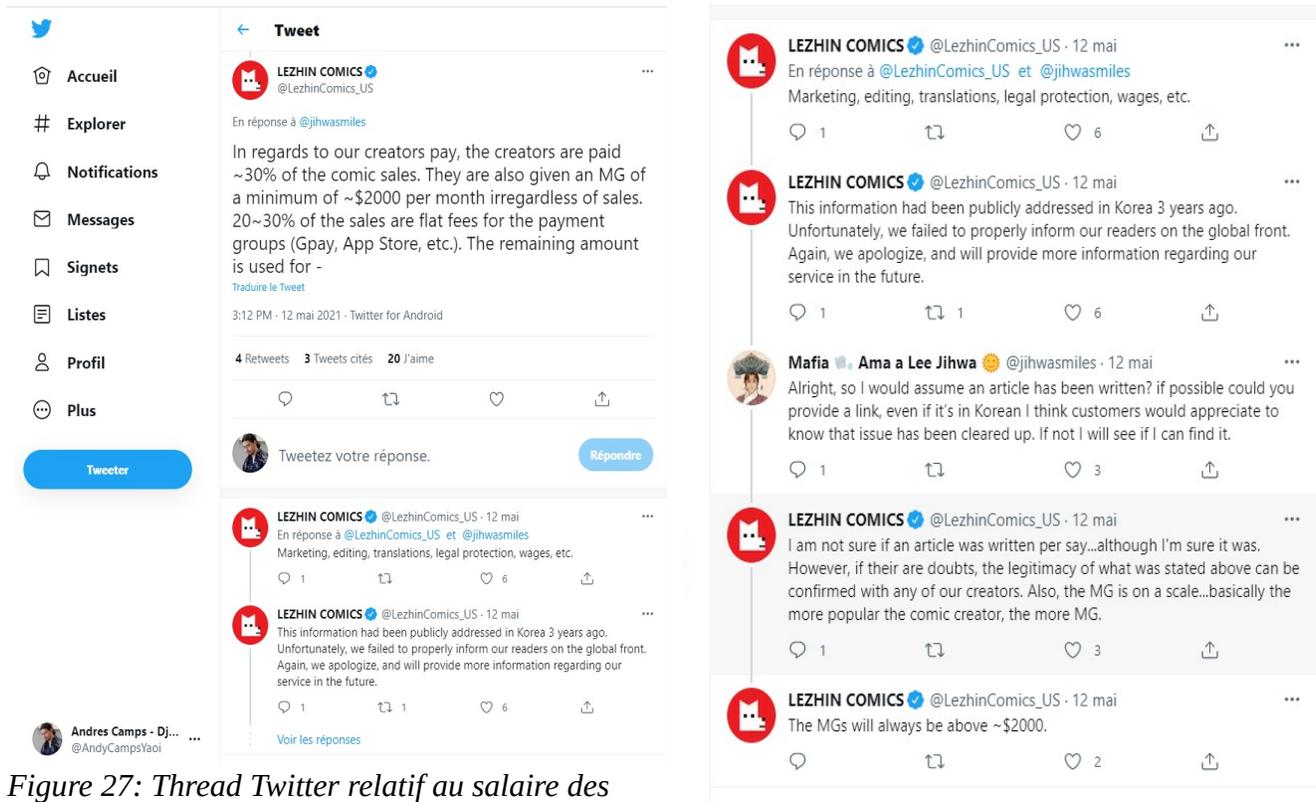


Figure 27: Thread Twitter relatif au salaire des créateurs sur Lezhin. © Lezhin / Twitter.

Ce mode de fonctionnement semble être la norme puisqu'il se retrouve également chez la concurrence. En effet, la plateforme Webtoon propose de payer ses nouveaux auteurs à hauteur de 50 % des ventes qu'ils génèrent avec un bonus variant entre 100 et 1 000 dollars selon les retours et la popularité de la série¹²¹. Pour les webtooners professionnels, Webtoon fonctionne sur un système proche de celui de Lezhin. Ainsi, en plus d'une part des ventes faites sur les webtoons, les artistes reçoivent un salaire qui découle des publicités présentes sur le site. Ils peuvent aussi gagner de l'argent avec des goodies ou des webtoons imprimés qui leur rapportent un pourcentage en droit d'auteur. Sur Webtoon, environ 70 % des artistes gagnent au-dessus de 20 000 dollars par an [environ 16 000 euros] soit approximativement

121 S-Morishita. Do Webtoon Artists Get Paid ?. In : S-Morishita's Studio. [en ligne]. Publié le 22/04/2020. Disponible sur < <https://www.s-morishitastudio.com/do-webtoon-artists-get-paid/> > (consulté le 02/07/2021).

1 700 dollars par mois. Toutefois, parmi les riches, une grande majorité est payée plus de 100 000 dollars par an soit un salaire mensuel proche de 8 000 dollars [environ 6 700 euros]¹²². Nous avons encore une fois ici affaire à un système méritocratique permettant aux plus lus de gagner le plus. Et vu que c'est le succès qui amène l'argent, de nombreux artistes vont tenter de travailler le plus possible pour améliorer leurs œuvres et ainsi espérer gagner plus. C'est ici qu'intervient donc le temps de travail, un élément essentiel dans la professionnalisation d'un secteur.

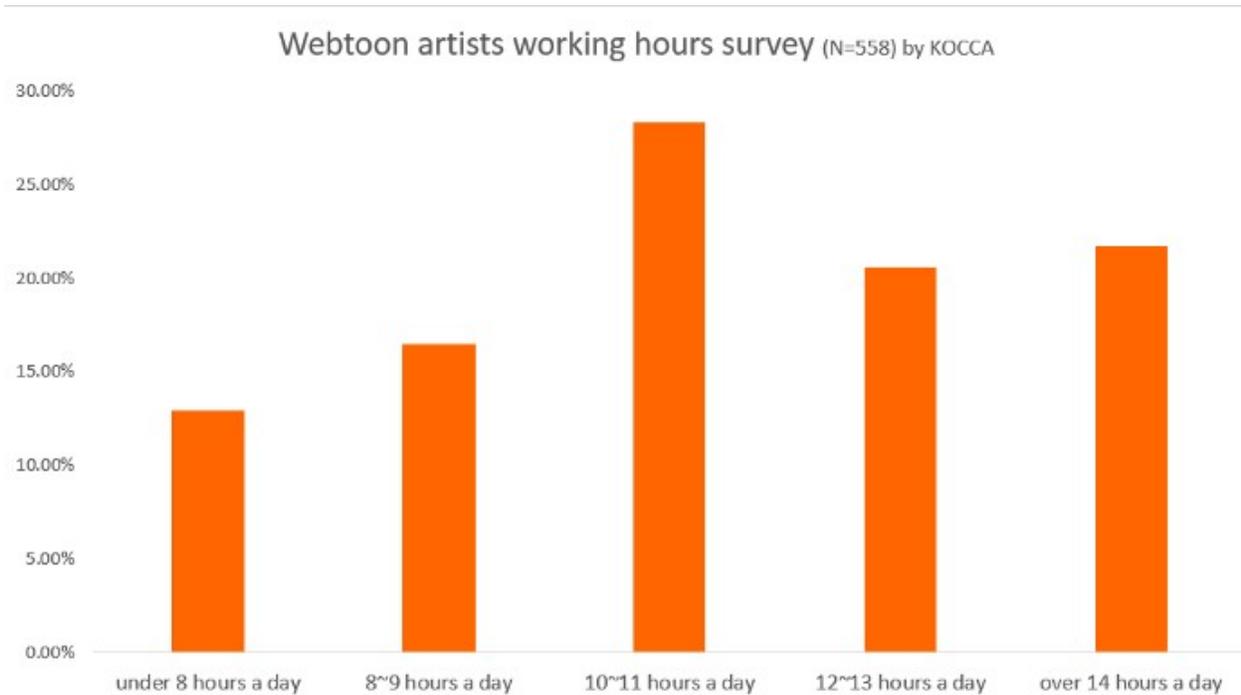


Figure 28: Temps de travail quotidien des webtooneurs. Source : KOCCA (Korea Creative Content Agency).

Si une journée moyenne en France est de 7 heures de travail, nous pouvons voir que les artistes travaillent bien plus que 35 heures par semaines. En effet, si l'on en croit ces chiffres (fig. 28), 30 % des webtooners passent approximativement 10 à 11 heures quotidiennes sur leurs BD numériques et plus de 20 % travaille au-delà de 14 heures. N'étant pas rémunérés à la page mais aux clics, il est presque normal de voir de tels excès.

Ainsi, nous venons de voir comment s'est professionnalisé le secteur du webtoon mais avant de conclure, voyons comment les plateformes font des bénéfices pour pouvoir payer leurs artistes.

¹²² MEDIUM. How much is the average income of Webtoon artist ?. In : Medium. Publié le 27/09/2019. Disponible sur < <https://medium.com/issue-by-listly-io/how-much-is-the-average-income-of-webtoon-artist-35971b8bf4d3> > (consulté le 15/06/2021).

3. Modélisation économique du webtoon

Nous avons vu que les auteurs ont commencé à être payé avec l'arrivée de Lezhin en 2013 et pour pouvoir rémunérer les webtooners, cette plateforme a également été la première à monétiser les webtoons¹²³. En effet, avant cette plateforme, le modèle économique était celui du paiement unique lors de la commande du webtoon. Si l'on regarde de plus près le schéma suivant (fig. 29) fourni par la KOCCA (Korea Creative Content Agency), l'agence qui gère toutes les ressources numériques et les données relatives aux webtoons, nous pouvons voir comment s'articulait les échanges avant 2013. Comme dit précédemment, le webtoonier était payé à la commande, son œuvre était alors mise sur le portail et ce contenu attirait des utilisateurs. Ces derniers avaient la possibilité de lire gratuitement des webtoons et pouvaient ensuite le promouvoir en parlant de la plateforme ce qui offrait plus de visibilité au site et aux manhwas. Enfin, cette visibilité attirait aussi l'attention des publicitaires qui payaient le portail (Daum ou Naver) pour exposer leur produit. Tel était le modèle économique des grosses plateformes avant 2013.

Figure 15. Webtoons in the past: Based on the ad business model

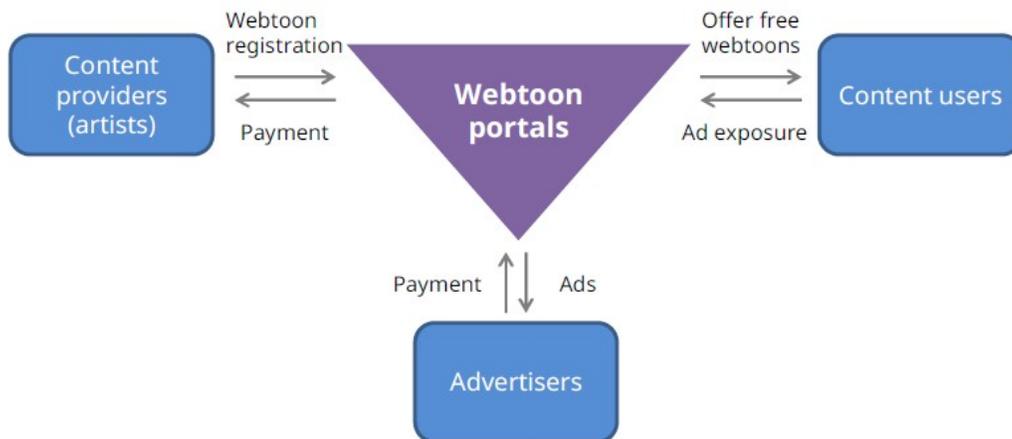


Figure 29: Modèle économique des webtoons sur les portails Daum et Naver avant 2013. Source : KOCCA, Mirae Asset Daewoo Research.

123 PARK, Jeong-Yeob. Webtoons : The next frontier in global mobile content. In : *Mirae Asset*. [en ligne]. PDF. p. 9. Publié le 20/09/2019. Disponible sur < <https://securities.miraeasset.com/bbs/download/2068162.pdf?attachmentId=2068162> > (consulté le 02/07/2021).

Et quand est-il aujourd'hui ? Si l'on regarde les différentes plateformes existantes, il est possible de constater qu'il existe trois types de systèmes économiques. Le premier est très proche de ce qui a été mis en place avant l'avènement de Lezhin. Popularisé par Line Webtoon, le « *pay or wait* »¹²⁴ est l'une des alternatives au système économique ne fonctionnant qu'à l'aide de la publicité. Ainsi, en plus de laisser « la possibilité aux créateurs d'insérer publicités et stores en fin d'épisodes »¹²⁵, une possibilité de payer a été mise en place. Mis en place en 2019, le *fastpass* (fig. 30) permet aux auteurs de monétiser leur contenu pour les abonnés qui souhaitent lire en avance la suite de l'histoire¹²⁶. Ces systèmes de « *pay or wait* » et de *fastpass* fonctionnent puisqu'ils sont également utilisés sur des services de *streaming* tels que Wanim ou Crunchyroll, proposant des épisodes gratuitement une semaine après la diffusion pour les abonnés. Il arrive que certains services ne soient uniquement accessibles que pour les abonnés ce qui est un des arguments de ventes principaux pour ce système économique : payer peut octroyer des privilèges.

Le deuxième système économique, mis en place par Lezhin et généralement utilisé par les plateformes de webtoon, est le *freemium*. Si l'on se réfère à la définition que le professeur

en marketing Bertrand Bathelot en fait, il s'agit d'un produit ou d'un service qui se veut de base gratuit afin d'attirer des utilisateurs. Très utilisé dans les jeux vidéos dits *free to play* (jouables gratuitement), le *freemium* se décline en une version de base gratuite et une version plus avancée et payante, proposant souvent du contenu complémentaire¹²⁷.

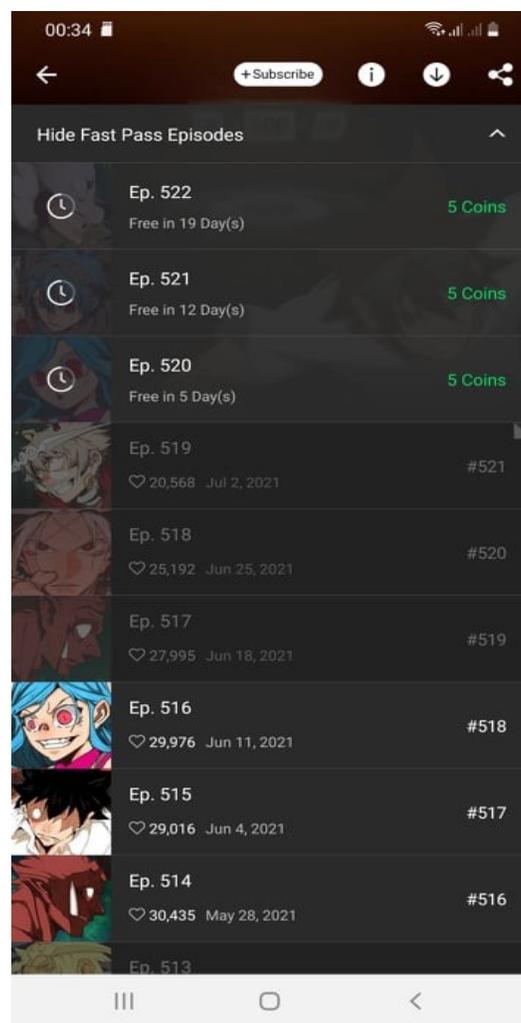


Figure 30: Capture d'écran montrant le fastpass, accessible que pour les abonnés, ainsi que le coût par épisode. The God of High School. © Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.

124 PARK, Jeong-Yeob. *Idem*.

125 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Le marché de la bande dessinée nativement numérique*. Mémoire en sciences humaines. Lyon : Université de Lyon, 2018, p. 49.

126 DORNADIC, Sterenn. Les webtoons à la conquête du monde. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 30/06/2020. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/les-webtoons-a-la-conquete-du-monde/> > (consulté le 03/04/2021).

127 BATHELOT, Bertrand. Freemium. **In** : *Définitions Marketing*. [en ligne]. Mis à jour le 08/12/2018. Disponible sur < <https://www.definitions-marketing.com/definition/freemium/> > (consulté le 02/07/2021).

Dans le secteur du webtoon, cela se met en place par la mise à disposition de quelques chapitres gratuits et tous les autres payants. Ainsi, pour lire entièrement une œuvre il est obligatoire de payer au moins une fois et d'acheter des *coins* (ou autre), une monnaie virtuelle avec flux unidirectionnel¹²⁸. Le lecteur doit alors passer par le site pour prendre des *bundles*¹²⁹, des packs de plusieurs pièces virtuelles dont le prix varie selon la quantité achetée. Pourtant des plateformes comme Lezhin réussissent à contenter le client en proposant différentes promotions régulièrement, en donnant des *coins* gratuits lors du premier achat et bien d'autres techniques de fidélisation. Certains concurrents comme Tappytoon proposent même aux lecteurs des *coins* en échange du visionnage d'une ou plusieurs publicités, ce qui est une bonne alternative pour les plus démunis¹³⁰. Cet argent virtuel est également « [une] façon de résoudre l'équation complexe des droits d'auteur : "Grâce à ce système de monnaie virtuelle, les lecteurs paient pour ce qu'ils lisent réellement, ce qui permet de gérer au plus fin les droits d'auteur", explique Didier Borg¹³¹. » Un système économique qui semble faire ses preuves et convenir au plus grand nombre.

Enfin, le dernier et le plus récent est l'abonnement. À notre connaissance seules trois plateformes de webtoon l'ont actuellement mis en place, à savoir Izneo, Bonsaï Éditions et Yurai Éditions, toutes francophones. En payant une certaine somme pouvant aller de 2 / 3 euros à plusieurs dizaines d'euros selon la durée de l'abonnement¹³², le lecteur a ensuite la possibilité de consulter de manière illimitée le catalogue webtoon. Ce système plus adapté aux petits porte-feuille pourrait très bien se développer sur de nouvelles plateformes dans le futur, ayant fait ses preuves via les plateformes de *streaming* comme Netflix ou Disney +, mais il reste à l'heure actuelle à l'état de concept économique francophone du moins en ce qui concerne le webtoon.

C'est ainsi que se conclut cette partie dédiée à l'histoire du webtoon. Mais les dernières lignes nous amènent à notre seconde partie sur les spécificités du format et sa mondialisation.

128 TENDANCE DROIT. Monnaie virtuelle et monnaie électronique : distinction et encadrement contractuel des porte-monnaie virtuels affectés. **In** : *Tendance Droit*. [en ligne]. Disponible sur < <http://www.tendancedroit.fr/monnaie-virtuelle-et-monnaie-electronique-distinction-et-encadrement-contractuel-des-porte-monnaie-virtuels-affectes/> > (consulté le 02/03/2021).

Pour faire simple, il s'agit de devises virtuelles stockées sur support électronique qui peuvent être achetées puis utilisées pour un service virtuel (les *coins* par exemples) ou pour des services réels comme les *miles* de certaines compagnies aériennes. Comme ici elles sont à flux unidirectionnel, cela signifie qu'il est impossible de retransformer cette devise en argent réel.

129 Voir Annexe 4.

130 SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Op. Cit.*

131 DECHAUX, Delphine. Festival d'Angoulême : le webtoon, arme pour convertir les accrocs du portable à la BD. **In** : *Challenges*. [en ligne]. Publié le 25/01/2019. Disponible sur : https://www.challenges.fr/media/le-webtoon-amene-de-nouveaux-lecteurs-a-la-bande-dessinee_638563 > (consulté le 01/02/2021).

132 Voir Annexe 5.

DEUXIÈME PARTIE :
WEBTOON, LES
SPÉCIFICITÉS DU FORMAT

I – Caractéristiques du webtoon

Après avoir vu l’histoire du format webtoon et l’impact des nouvelles technologies dans sa création, il est maintenant temps de mieux comprendre ses caractéristiques. Ainsi, trois points doivent être abordés : le dessin, le scrolling et le format. Commençons donc par nous intéresser aux dessins du webtoon.

Chapitre 1 – Dessiner un webtoon : de multiples influences, de multiples styles, de multiples genres, de multiples couleurs

Lorsque l’on regarde plus attentivement comment est dessiné un webtoon, il devient rapidement évident qu’il s’agit d’une production asiatique qui a énormément emprunté aux différentes bandes dessinées des pays limitrophes mais aussi à des cultures plus lointaines. Précédemment, nous avons pu voir que les manhwas se sont surtout développés après la guerre de Corée, à une période où le Japon contrôlait énormément les différents types d’art afin de faire la propagande du pays. Nous avons alors pu constater que de nombreuses similitudes entre les BD japonaises et coréennes. Pourtant, il est possible de démontrer qu’une influence américaine est présente dans l’identité visuelle du webtoon d’aujourd’hui.

A – Une influence américaine, une influence globale

Lorsque l’on s’attarde plus particulièrement sur les manhwas et les mangas, il est possible de déceler que ces mêmes bandes dessinées ont elles aussi été influencées par les productions plus occidentales. Nous avons par exemple noter que les BD chinoises ont certes été influencées par la caricature anglaise mais aussi par les comics de super-héros parus vers les années 1950 comme Batman ou Superman. Il a également été attesté que les mangas ont eux aussi été emprunter de nouvelles manières de créer un personnages, en arrondissant les visages et en les rendant bien plus expressifs que par le passé. En partant de ce postulat, il est possible de penser que tous les grands genres de BD

s'influencent mutuellement, il est donc peu probable que le webtoon face exception à la règle¹³³. Enfin, nous avons vu ensemble que les États-Uniens ont été ceux qui ont aidé la Corée du Sud à redevenir indépendante et que les soldats ont ramené avec eux leurs propres bandes dessinées qui ont donc très certainement servi de modèles aux nombreux manhwas post-guerre. Une influence américaine semble donc véridique. De plus, il est essentiel de souligner, bien que cela sera développé dans le chapitre sur la mondialisation, que de nombreux webtoons sont créés à l'internationale avec des auteurs non-coréens qui amènent sans cesse de nouvelles techniques, de nouveaux styles : de nouvelles influences.

B – Différents styles

Maintenant que nous savons que le webtoon est influencé par de nombreux types de BD, nous pouvons nous intéresser plus longuement aux dessins. Et l'on se rend très vite compte d'une évidence, il n'y a pas un mais plusieurs styles propres à la bande dessinée coréenne nativement numérique. On peut les rassembler sous deux familles : le style réaliste et le style cartoon.



Figure 31: Image de Lim Ju-kyung, héroïne de True Beauty. © Yaongyi / Webtoon Entertainment Inc.

Comme son nom l'indique, le premier suggère que le dessin se rapproche ou copie la réalité. Présent dans de nombreuses productions comme *BJ Alex* chez Lezhin - dont nous reparlerons plus tard - ou encore *True Beauty* (fig. 31) ou encore *Let's Play* chez Webtoon, le style réaliste nous propose des personnages dont le visage présente énormément de détails tandis que les proportions du corps semblent réelles. Il semble que ce style de dessin soit surtout utilisé pour des histoires traitant de romances ou de la vie quotidienne. Si nous regardons bien Lim Ju-kyung, nous pouvons constater le soin qui a été porté sur les yeux, la bouche ainsi que la chevelure. Le détail se retrouve jusque sur les accessoires, qu'il s'agisse du bracelet, des vêtements ou encore du sac, Yaongyi a réellement tenté de calquer la réalité. Il semblerait que son héroïne soit inspirée de la

webtooneuse elle-même, c'est en tout cas ce que suggère la ressemblance entre le personnage et l'une des photos personnelle de l'artiste trouvable sur son Instagram¹³⁴.

133 LERNOUD, Dimitri. *Bédécration*. Mémoire de Master 2 en création numérique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2019, p. 21.

134 YAONGYI. Galerie personnelle. In : *Instagram*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.instagram.com/meow91/> > (consulté le 26/07/2021).

On a une véritable volonté de se rapprocher de la réalité et ainsi permettre par ce miroir peu déformant de plus facilement rentrer dans le récit ou de faciliter l'identification aux personnages. À l'opposé du style réaliste vient le cartoon. Ce dernier, généralement utilisé dans les histoires d'action aventure, est un style déformé qui permet de rendre certains combats plus dynamiques sans qu'une rupture graphique ne vienne perturber la lecture. De plus, il rend des personnage très expressifs, renforçant les émotions comme quand nous avons un personnage qui cri avec une bouche grande ouverte comme dans une des cases de *Solo Leveling* (fig. 32). Ce style n'est toutefois pas exclusif aux histoires d'aventures et de combats, avec les *Traditions d'Olympus* (fig. 33) qui nous transporte dans une relecture de la mythologie grecque au travers de dessins cartooniques et très expressifs, parfaits pour donner vie à une romance divine. Ces deux styles peuvent très bien se retrouver dans une seule et même œuvre pour varier les émotions ou la narration, amenant de la comédie ou de la dérision dans certaines histoires. Ils sont les deux extrêmes d'un spectre de possibilités dont l'unique limite est la volonté de l'artiste. C'est d'autant plus vrai que le webtoon est aujourd'hui mondialement utilisé – aspect que nous allons aborder plus tard - et que plusieurs auteurs internationaux n'hésitent pas à y mélanger des styles occidentaux, ce qui rend l'art du webtoon sans limite. D'un style purement coréen sont nés une multitude de styles internationaux. Maintenant que nous connaissons les styles les plus courants utilisés, nous pouvons nous intéresser aux genres particulièrement présents dans le webtoon.



Figure 32: Case provenant du chapitre 5 de Solo Leveling. © Dubu (Redice Studio) / Chugong / Delcourt. Photo personnelle.



Figure 33: Case montrant Hades, l'un des protagonistes des Traditions d'Olympus. © Rachel Smythe / Webtoon Entertainment Inc.

C – Différents genres

1. Les genres les plus lus

« Les webtoons attirent différents types de lecteurs avec différents goûts. Ils se divisent en différents genres incluant la fantaisie, la science-fiction, la comédie, l'horreur, le genre du super héros, le mystère et la romance, la vie quotidienne, le mariage, l'aspect culturel et même les animaux¹³⁵. »

Si nous nous fions à la citation ci-dessus, tirée du *The Korean Herald*, ce qui fait le succès du webtoon, plus que les styles de dessins que nous avons déjà vu ou encore la couleur que nous allons détailler par la suite, ce sont surtout les différents genres d'histoires qui le composent. Si l'on s'attarde par exemple sur ceux qui sont proposés par la plateforme Webtoon (fig. 34), il est possible d'en comptabiliser treize.

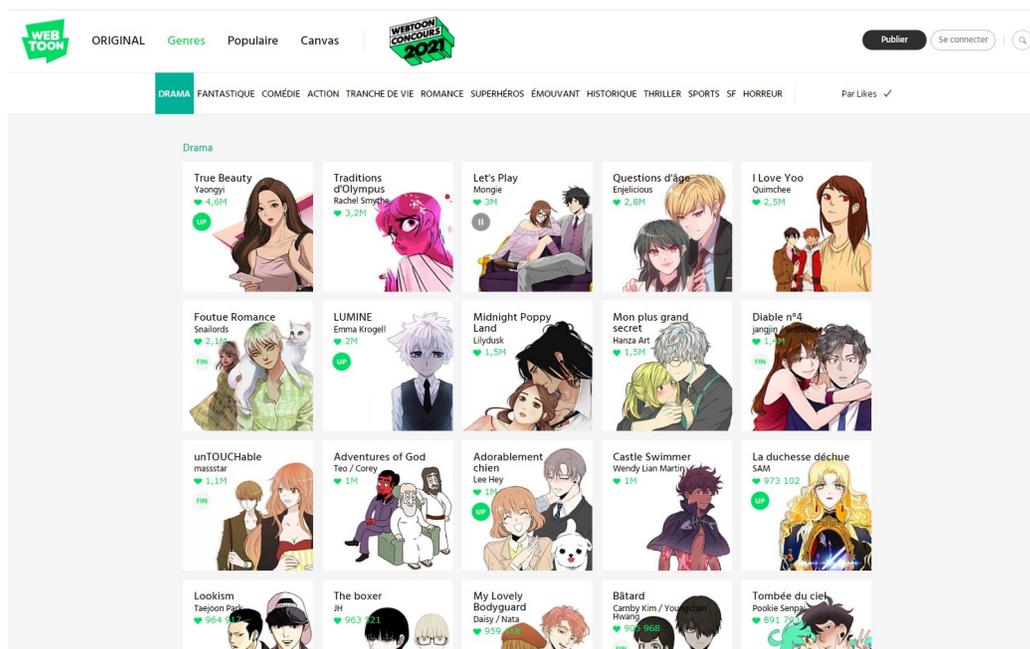


Figure 34: Capture d'écran de l'onglet "Genres" de la plateforme Webtoon.

© Webtoon Entertainment Inc.

Il est ensuite possible de naviguer sur les différents ainsi que de lister les titres selon trois critères : soit par le nombre de *like*, soit par popularité (fig. 35) – catégorie qui prend en compte les like mais aussi les interactions tels que les commentaires – et enfin par date avec les épisodes diffusés récemment sur la plateforme. Sur Webtoon, les genres phares semblent être le drama, le fantastique, l'action ainsi que

135 Korean Herald. Korean webtoons going global. In : *The Korean Herald*. [en ligne]. Publié le 25/05/2014. Disponible sur < <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20140525000452> > (consulté le 24/07/2021).

« Webtoons appeal to different types of readers with varying tastes. They come in diverse genres including fantasy, action, sci-fi, comedy, horror, superheroes, mystery and romance, lifestyle, marriage, company culture and even pets. » [Original].

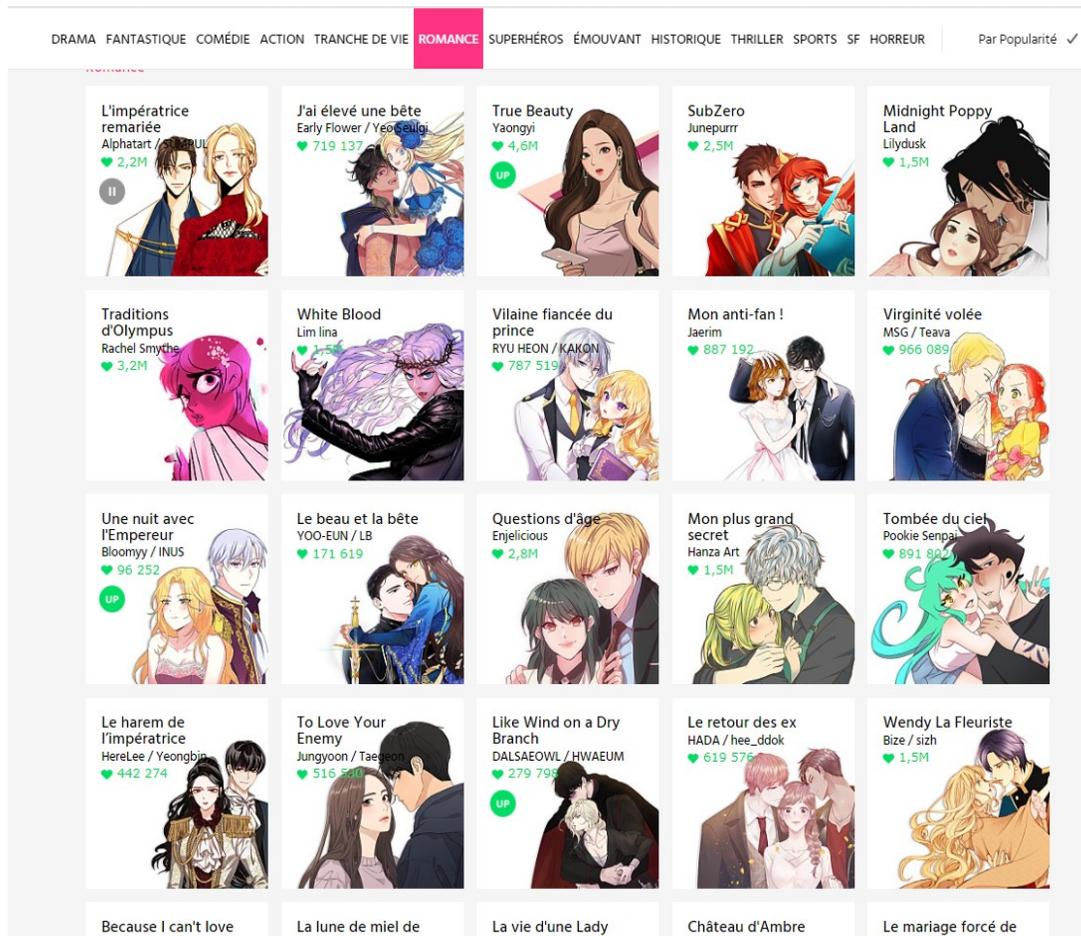


Figure 35: Capture d'écran montrant les titres les plus populaires du genre "Romance". © Webtoon Entertainment Inc.

la romance. Il est possible de le déterminer en comptant le nombre de séries différentes publiées dans ces genres. 112 titres sont disponibles en français pour le genre le romance par exemple, les plus populaires étant *L'impératrice remariée*, *J'ai élevé une bête* ou encore *True Beauty*. 84 titres sont publiés en tant que drama, 79 dans le genre fantastique et enfin 35 dans le genre action. Il s'agit bien évidemment ici des chiffres de la plateformes Webtoon traduits en français, il est donc pour le moment impossible de dire s'il s'agit réellement des genres les plus lus ou non. Il faut donc s'intéresser à ce que proposent d'autres plateformes comme Delitoon ou encore Webtoon Factory pour voir si ces genres sont également dominant ailleurs.

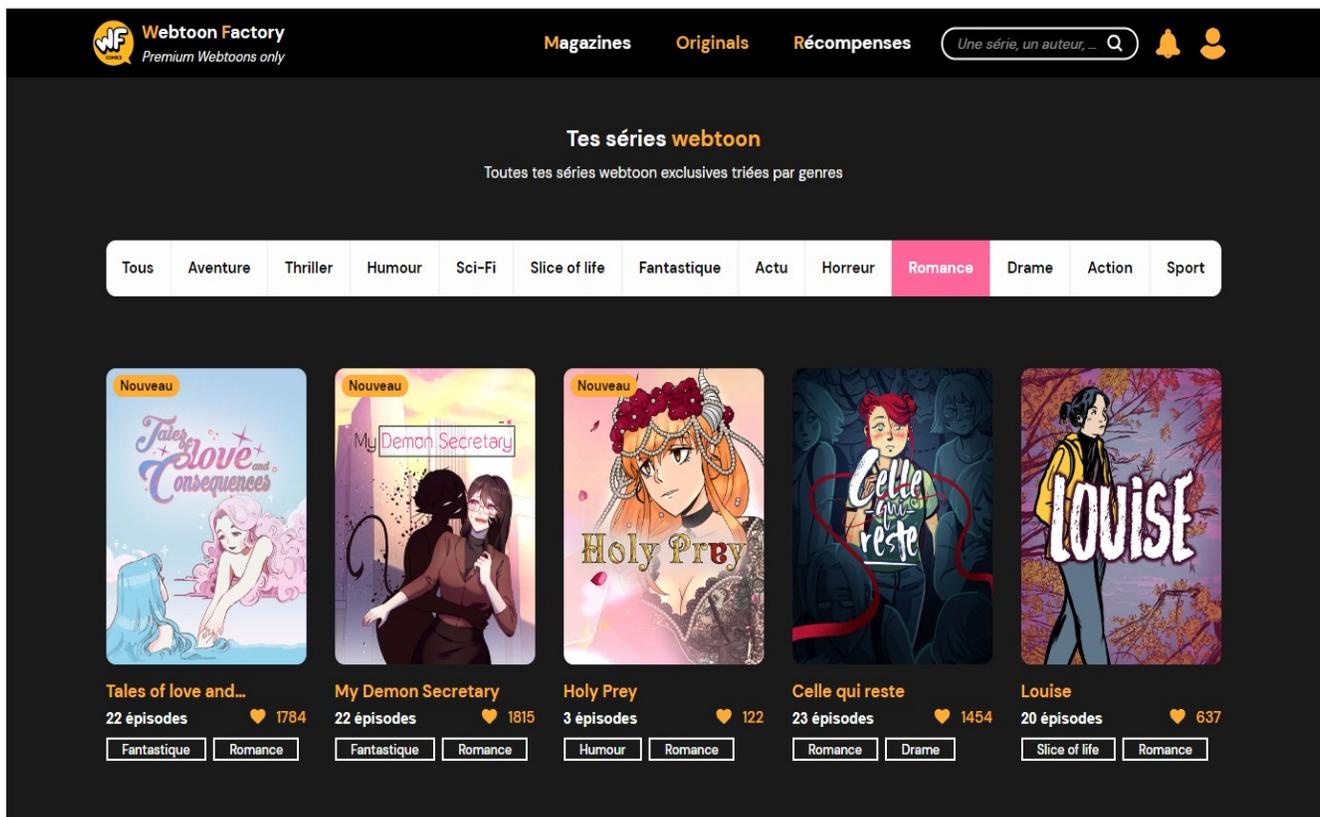


Figure 36: Capture d'écran montrant l'ensemble du catalogue du genre romance de Webtoon Factory. © Webtoon Factory.

Si l'on s'attarde par exemple sur la plateforme Webtoon Factory (fig. 36), il nous est possible de voir qu'il existe très peu de titres du genre romance comme nous le montre l'image ci-dessus. Pourtant, bien que seuls cinq titres y figurent, les lecteurs semblent assez bien les apprécier comme en atteste les milliers de *like* pour trois d'entre eux, à savoir *Tales of love and...*, *My Demon Secretary* ou encore *Celle qui reste*. Il est également possible de justifier le score faible de *Holy Prey* en montrant qu'il n'y a que trois épisodes et que par conséquent la série vient tout juste de débiter. De plus, il est possible de dire qu'il s'agit là de très bons résultats car si l'on compare au genre aventure, qui possède 15 titres, seuls cinq possèdent au minimum un millier de *like*¹³⁶. Le genre action semble également attirer avec quatre titres dépassant la barre des milles contrairement au genre drame qui ne semble pas véritablement conquérir son public. Il semble toutefois évident que les genres qui prédominent sont les mêmes que ceux de la plateforme Webtoon. Regardons maintenant les séries disponibles sur Delitoon (fig. 37) pour parfaire cette partie et conclure sur les genres les plus lus dans le webtoon.

136 Webtoon Factory. Originals. In : Webtoon Factory. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.webtoonfactory.com/fr/originals/> > (consulté le 20/02/2021).

ROMANCE

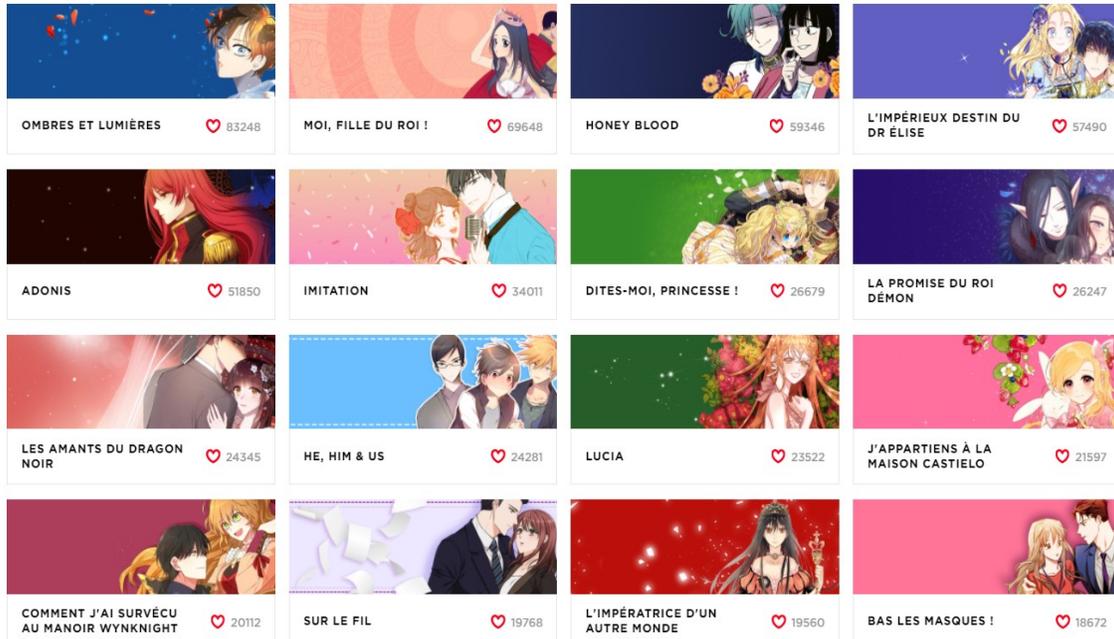


Figure 37: Capture d'écran de l'onglet Romance. © DELITOON SAS.

Enfin, si l'on s'intéresse à l'une des plus grosses plateformes francophones en matière de webtoon, il est également possible de faire ressortir quelques informations importantes sur les genres les plus lus. Si l'on prend encore une fois la romance, il y a au total 226 titres différents, classés par popularité, dont les quatre premiers dépassent facilement les 50 000 *like*. Si nous comparons ces résultats à ceux de la catégorie action par exemple, nous pouvons constater que seulement deux titres sur 80 comptabilisent plus de 10 000 mentions « j'aime »¹³⁷ ce qui tend à montrer que Delitton possède surtout un catalogue visant un public féminin comme nous le verrons ci-après. Cette affirmation s'appuie également sur les genres les plus populaires de la plateforme autres que la romance, à savoir « Fantastique » voire romance fantastique, « Comédie » ou *rom-com*, « Sentimental » ou encore le *BL* – *boy's love* dont nous parlerons plus longuement plus tard - qui visent toutes un public féminin. Voyons dès à présent pourquoi il est possible de genrer le public cible en comparant le webtoon aux mangas.

137 Delitton. Action. In : *Delitton*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.delitton.com/genres/Action> > (consulté le 20/02/2021).

2. Comparaisons avec le manga : genrer les lectures

À partir des mêmes chiffres et des conclusions vues précédemment, il semble être possible d'identifier les deux grands genres ciblant les femmes et ceux ciblant les hommes. En effet, si l'on regarde de plus près, les œuvres dites drama ou encore romance semblent se tourner vers un public féminin, les rapprochant ainsi de la catégorie *shôjo* du manga – les BD japonaises à destination des filles – tandis que les webtoons fantastiques ou d'actions s'apparenteraient d'avantages aux *shônen*, les mangas ciblant les garçons¹³⁸. Les thématiques abordées sont très similaires. Nous avons par exemple le *shôjo* de romance *Fruit Basket* de Natsuki Takaya (fig. 38) qui va se concentrer sur son héroïne Tohru Honda, une jeune fille ayant perdu récemment sa mère et qui va vivre avec plusieurs hommes dans l'une des demeures de la famille Sôma. Ici, nous avons donc la cible, le public féminin, qui est incarné par l'héroïne et qui se concentre d'avantage sur les relations humaines ce qui peut être mis en parallèle avec par exemple *True Beauty* de Yaongyi ou encore *Let's Play* de Mongie (fig. 39) qui mettent en avant un personnage principal féminin et dont le lecteur suit la vie quotidienne.



Figure 38: Tome 1 de Fruit Basket, édition deluxe.
© Natsuki Takaya / Delcourt-Tonkam.



Figure 39: Image promotionnelle de Let's Play. © Mongie / Twitter.

138 TRUONG, Anh Hoà. Manga Shônen, Shôjo, Seinen... Un petit lexique. In : ActuaBD. [en ligne]. Publié le 15/08/2004. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Manga-Shonen-Shojo-Seinen-Un-petit-lexique> > (consulté le 28/07/2021).

L'histoire de *True Beauty* conte les aventures de Lim Ju-Kyung, une jeune fille impopulaire et décrite comme peu jolie qui va se transformer par sa connaissance des produits de beauté et du maquillage. Elle devient alors populaire au point d'intéresser deux personnages masculins très beaux également. Nous sommes ici dans un mélange entre *Fruit Basket* pour le côté triangle amoureux et le message autour de l'acceptation et le manga *Switch Girl*, une comédie romantique mettant en avant une jeune fille très belle à l'école mais qui cache sa véritable apparence. *Let's Play*, lui, propose une histoire tournant autour de Sam, une bureaucrate mais aussi développeuse de jeux vidéos qui va voir son rêve basculer lorsqu'un vidéaste de renom fait une mauvaise critique de son produit. On suit alors son chemin pour se reconstruire mentalement en apprenant à connaître son entourage mais également son évolution avec ses interactions avec plusieurs personnages masculins et notamment les deux présentés sur l'image promotionnelle publiée sur Twitter (fig. 39). Une comédie romantique alliant tranches de vie et humour et principalement destinée à un public féminin. Ces récits d'amours sont produits en très grande quantité comme nous avons pu le voir précédemment et se destinent majoritairement à un public féminin. Il est possible que cette popularité des webtoons à destination des femmes provienne, outre le genre, du nombre d'autrices de webtoon comme semble le suggérer le tableau ci-contre (fig. 40). Ainsi, si nous nous intéressons aux données de 2019, il est possible de dire que 60,8 % des créateurs de webtoons sont des femmes âgées majoritairement de la trentaine. Ces dernières, sachant quoi dessiner pour contenter ou attirer du public, permettent ainsi aux genres tournant autour des sentiments ou de la vie quotidienne de parfaitement se développer, que ce soit en Corée ou ailleurs. Puis viennent les genres de l'action et de l'aventure qui semblent être majoritairement destinés à un public masculin. Il peut être facilement comparés aux *shônen*, des mangas destinés aux garçons qui privilégient généralement des éléments comme le dépassement de soi ou encore le combat et qui ont – comme les

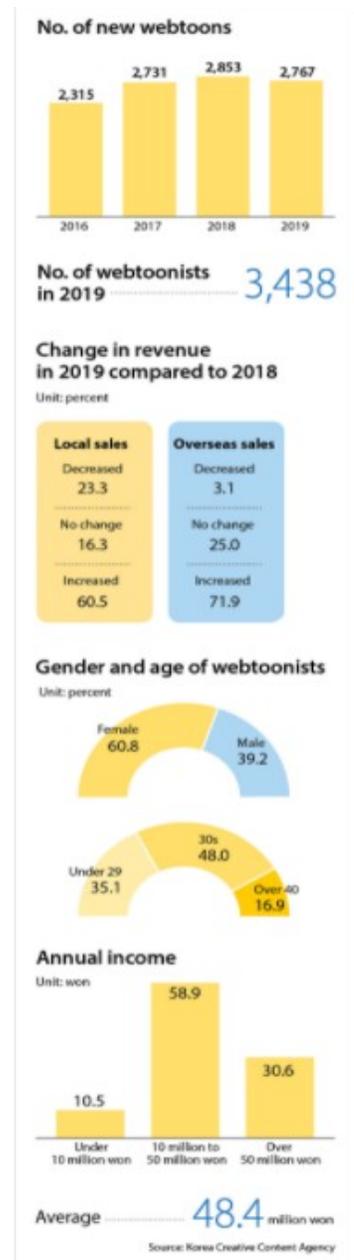


Figure 40: Tableau présentant différentes informations autour du webtoon en 2019 comme l'âge ou encore le sexe des auteurs. Source : Korean Creative Content Agency.

webtoons – généralement recours à un style cartoon plus malléable durant les scènes d’action. L’un des exemples du genre les plus lus du moment est *One Piece*, dessiné par Eiichiro Oda et actuellement publié dans le magazine *Weekly Shônen Jump*. Il s’agit d’une histoire de pirates qui suit les aventures de l’équipage de Luffy, le héros de *shônen* par excellence qui, va parcourir les mers pour retrouver un trésor légendaire et ainsi devenir le roi des pirates. Nous suivons donc ici un schéma narratif classique en prenant un jeune homme qui va vivre mille et unes aventures, accompagné par des amis qui vont l’aider à réaliser son rêve. Cette histoire prône les valeurs de l’amitié mais aussi du dépassement de soi ou encore de la compétitivité qui sont ce qui sont parfois appelées des « valeurs masculines ». Ces dernières s’opposent à ce que la société appelle « valeurs féminines » comme l’altruisme ou la sensibilité¹³⁹ qui se retrouvent elles généralement dans les *shôjo* ou encore les webtoons destinés à un public féminin. Ainsi, les webtoons destinés à un public masculin vont également proposer des histoires autour des héros masculins cherchant à se dépasser, à aller au-devant du danger pour atteindre leur but. Parmi les différents titres disponibles en français, il est possible de citer *Solo Leveling*, disponible chez Verytoon est édités en version papier dans la collection Kbooks de Delcourt-Tonkam ou encore *Tower of God*, disponible sur Webtoon et édité chez Ototo.



Figure 41: *One Piece*, tome 1, nouvelle édition française. © Eiichiro Oda / Glénat.



Figure 42: *Solo Leveling*, tome 1. © DUBU (REDICE STUDIO), Chugong 2018 D&C WEBTOON Biz Co., Ltd. All rights reserved.



Figure 43: *Tower of God*, tome 1. Tower of God © 2010. by SUI All rights reserved.

139 CHAPONNIÈRE, Martine., SCHULZ, Patricia., BALMAS, Eliane., et al. *Les valeurs dites féminines et masculines et leur impact sur la vie sociale et professionnelle des femmes*. Suisse : Lausanne, Editions l’Âge d’Homme, 1993, p. 7.

Le premier (fig. 42) nous montre les aventures et la montée en puissance du héros, Jinwoo, un chasseur ayant la capacité de monter en niveau comme dans les jeux vidéo. Son talent unique sera très certainement nécessaire pour combattre les montres qui commencent à envahir le monde. Un récit épique dont le dépassement de soi semble être l'unique moyen de survivre en ce monde. Le second, *Tower of God* (fig. 43), nous montre les différentes épreuves que Bam va devoir traverser pour retrouver son amie Rachel à la Tour des Dieux. Un autre récit épique qui permettra peut-être au héros de réaliser son rêve le plus cher. Nous avons ici deux approches différentes du récit d'action-aventure, avec un qui tourne autour de la notion de montée en puissance pour la survie tandis que l'autre explore plus le dépassement de soi et l'objectif à atteindre quels que soient les obstacles. Si nous devions les comparer à des mangas, nous aurions d'un côté du *Sword Art Online*¹⁴⁰ et du *Bleach*¹⁴¹ pour la montée de niveau et la survie mêlé à du *Berserk*¹⁴² pour le caractère violent et cauchemardesque de certaines créatures. Et d'un autre côté nous aurions du *One Piece* (fig. 41), du *Fairy Tail*¹⁴³ ou encore du *Naruto*¹⁴⁴ pour le côté amitié et rêve à atteindre associé aux épreuves de *Hunter x Hunter*.

Les différents genres semblent ainsi permettre aux lecteurs de facilement orienter leur lecture selon ce qu'ils aiment et connaissent déjà tandis qu'ils permettent aux éditeurs et aux diffuseurs d'orienter leur publicité vers une cible particulière. Cela se retrouve certes sur les quelques éditions au format papier qui insistent sur parfois sur les « valeurs » énoncées plus tôt mais aussi via le choix des couleurs, en mettant par exemple une prédominance de bleu sur la couverture de *Solo Leveling* (fig. 42) et le titre de *Tower of God* (fig. 43) tandis que le rose est présent sur celle de *True Beauty* (fig. 44). Des couleurs encore aujourd'hui associées aux garçons et aux filles¹⁴⁵. Mais nous allons voir que les couleurs sont plus importantes qu'il n'y paraît pour l'ensemble du webtoon qu'elles caractérisent.

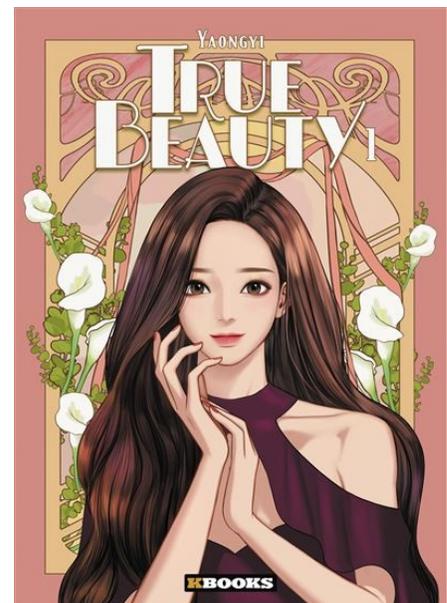


Figure 44: *True Beauty*, tome 1.
© 2018 Yaongyi

140 Fiche produit de chez Ototo. URL : <https://www.ototo.fr/Serie-34-SwordArtOnlineAincrad>

141 Fiche produit de chez Glénat. URL : <https://www.glenat.com/manga/series/bleach>

142 Fiche de *Berserk*. URL : <https://www.glenat.com/manga/series/berserk>

143 Fiche produit de chez Pika. URL : <https://www.pika.fr/serie/fairy-tail>

144 Fiche produit de chez Kana. URL : <https://www.kana.fr/univers/naruto/#.YQNMQo4zaUk>

145 France Info. Pourquoi associe-t-on le rose aux filles et le bleu aux garçons ?. In : *France Info*. [en ligne]. Mis à jour le 09/05/2014. Disponible sur < https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/les-pourquoi/pourquoi-associe-t-on-le-rose-aux-filles-et-le-bleu-aux-garcons_1759969.html > (consulté le 28/07/2021).

D – Omniprésence de la couleur

La dernière caractéristique propre au dessin webtoon est la présence de couleur. Ainsi, contrairement au manhwa papier qui peut être imprimé en couleur tout comme en noir est blanc (fig. 45), le webtoon est généralement coloré¹⁴⁶. Cette particularité provient avant tout de la non nécessité de devoir imprimer l'œuvre – du moins au départ – qui est nativement numérique.



Figure 45: Photo personnelle montrant, à droite, des pages de Your Letter, et, à gauche, des planche de Totally Captivated. © Yoo Hajin / Samji / Cho Hyun-ah / Sonbom Books.

« Le webtoon a été défini comme un manhwa qui a été créé pour être posté sur le web avec plusieurs attributs accés sur ce côté, comme un dispositif vertical, des dessins en couleur, et une production rapide et de consommation¹⁴⁷. »

Il s'agit d'une véritable rupture entre le format papier et le format dématérialisé. Cette particularité est possible justement grâce aux nouvelles technologies, la colorisation étant devenue bien plus rapide grâce à l'apparition des tablettes graphiques qui permettent d'ajouter beaucoup de détails, notamment par la mise en couleur, des personnages ou des lieux. Il est possible que cette volonté de la couleur soit en lien avec les nombreux *comics* américains qui se sont répandus lors de la libération de la Corée du Sud, qui par cette manière s'éloignent radicalement du style manga présent dans la bande dessinée

146 CHO, Heekyoung. The Webtoon : A New Form for Graphic narrative. **In** : *The Comic Journal*. [en ligne]. Publié le 18/07/2016. Disponible sur < <http://www.tcj.com/the-webtoon-a-new-form-for-graphic-narrative/> > (consulté le 15/03/2021).

147 DAL, Yong Jin. Snack Culture's Dream of Big-Screen Cuture : Korean Webtoon's Transmedia Storytelling. **In** : *International Journal of Communication*. PDF. N°13, 2019, pp. 2097-2098. Disponible sur < <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10004> > (consulté le 15/03/2021).

“The webtoon was defined as manhwa that was created to post on the Web with web-focused attributes, such as vertical layout, color drawing, and speedy production and consumption.” [Original].

coréenne de l'époque. Il ne s'agit là que d'une hypothèse, mais aux vues des différents partenariats webtoons internationaux initiés en premier avec les États-Unis par Line Webtoon en 2014¹⁴⁸ et Lezhin en 2015¹⁴⁹, elle semble plausible. Elle est en tout cas liée, d'après Yong Jin Dal, à la culture web et à toute une volonté de renouveau technologique très forte en Corée. La couleur reste donc à ce jour l'une des caractéristiques visuelles les plus importantes du webtoon. Pourtant, nous allons à présent en apprendre plus sur une autre particularité de la BD nativement numérique coréenne : le scrolling.

148 Naver Webtoon. Company. **In** : *Webtoons Corp.* [en ligne]. Disponible sur < <https://webtoonscorp.com/en/> > (consulté le 22/02/2021).

149 Lezhin. About. **In** : *Lezhin.* [en ligne]. Disponible sur < <https://about.lezhin.com/en> > (consulté le 22/02/2021).

Chapitre 2 – Le scrolling ou la narration verticale / horizontale

L'une des particularités du format webtoon c'est la narration par le mouvement et notamment la possibilité de scroller – de faire défiler les images – sur un écran, qu'il s'agisse de celui d'un ordinateur ou plus généralement de celui d'un mobile. Après en avoir plus appris sur le dessin et les visuels, attardons nous maintenant sur le scrolling, en commençant par voir ce qu'est la narration par le mouvement.

A – Narration par le mouvement

La narration par le mouvement est une nouvelle manière de transmettre un message et de faire passer une émotion. Elle permet de mêler l'image à de nombreux autres types d'expression comme le texte par exemple. Cette narration combinatoire est « vivante, ouverte et évolutive »¹⁵⁰ et permet de dynamiser le récit. Pierre Ménard a créé, en 2017, *Les lignes de désirs* à l'aide de cette dernière et permet à chaque utilisateur de créer une histoire qu'il leur est propre, à partir de leur chemin, de leur vitesse et autres qui donne ensuite lieu, en fin de parcours, à un livre audio ou numérique personnalisé. Mais nous avons ici qu'une manière de narrer par le mouvement dans la littérature. Si nous nous attardons sur la bande dessinée ou plus généralement sur l'image, cette manière de conter une histoire remonte à beaucoup plus loin. En effet, c'est en 1832 qu'est inventé le *phénakistiscope* (fig.

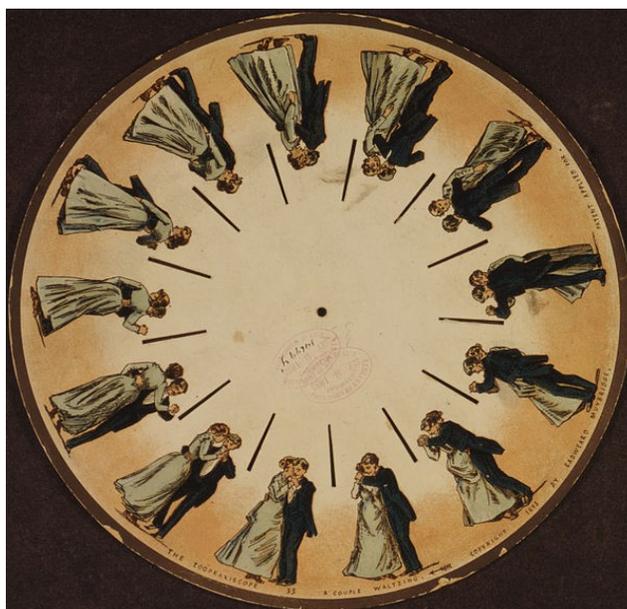


Figure 46: Disque de phénakistiscope réalisé par Eadweard Muybridge (1893). Wikimedia Commons.

150 MÉNARD, Pierre. La narration combinatoire : l'écriture en mouvement. **In** : *Littérature et dispositifs médiatiques : pratiques d'écriture et de lecture en contexte numérique*. [en ligne]. Colloque organisé par Chaire de recherche du Canada sur les arts et les littératures numériques / Belspo PAI LMI. Montréal, Université du Québec à Montréal, 25 mai 2017. Document audio. Disponible sur <<http://oic.uqam.ca/fr/communications/la-narration-combinatoire-lecriture-en-mouvement>> (consulté le 09/07/2021).

46), un jouet de Joseph Plateau. Repris par la suite par d'autres comme Eadweard Muybridge, le système utilise un morceau de carton avec différentes images qui décomposent un mouvement et percé de plusieurs fentes. En le plaçant face à un miroir et en lui donnant un effet rotatif, il devient possible de voir le dessin s'animer. Cette invention a ensuite été perfectionnée par de nouveaux inventeurs comme William George Horner ou encore Émile Reynaud. Le premier a ainsi créé en 1834 le *zootrope* tandis que le second a mis en place et breveté le *praxinoscope* en 1877. Tous les deux ont utilisé un système de tambour mécanique qui permet de placer le jouet au sol et non plus devant un miroir pour que l'effet d'optique soit visible. Ainsi, en mettant une bande d'images sur le tambour et en le faisant tourner, il est possible d'y voir une image s'animer. Émile Reynaud a ensuite amélioré le système en y ajoutant un jeu de miroirs qui permettant de corriger quelques défauts comme le changement de couleur ou encore le flou des premiers projets. Ce sont ces systèmes de mouvement qui ont par la suite donné naissance au cinéma et à la vidéo qui dérivent finalement de la bande dessinée inanimée¹⁵¹. Pourtant, autre que ces deux chemins, le numérique a permis à la BD de prendre une troisième voie alliant image fixe et narration par le mouvement humain, à savoir le scrolling.

B – Scrolling ou la lecture du format numérique

Nous avons vu que la narration par le mouvement permet de nombreuses choses notamment la création de livres en marchant ou encore la narration filmique présente dans le cinéma ou la télévision. Pourtant, il existe une autre manière de l'utiliser et c'est bien le scrolling. En effet, cette manière de lire sur les écrans – ordinateur ou smartphone – s'est popularisé assez rapidement au point qu'il est aujourd'hui impossible de les dissocier. Le scrolling semble s'être démocratisé de par le monde notamment au travers des blogs, « (...) cette forme inédite d'expression qui permet aux personnes une mise en récit de leur identité personnelle explique en grande partie le développement des pratiques de blogging »¹⁵². Ce lieu d'expression a permis à plusieurs artistes de se faire connaître, devenant une sorte de vitrine numérique, « un *book* de travail en ligne »¹⁵³, visible par tous. C'est par ce moyen que Boulet a pu se faire connaître et devenir le parrain du Festiblog (aujourd'hui We Do BD) en 2005. Mais nous avons également vu que les blogs ont été essentiels à l'avènement du webtoon avec les nombreux

151 LERNOUD, Dimitri. *Bédécration*. Mémoire de Master 2 en création numérique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2019, p. 25.

152 HÉNAFF, Nolwenn. Blog : un journal intime pour exister, voir et être vu. In : AUBERT, Nicole., HAROCHE, Claudine. *Les tyrannies de la visibilité*. Toulouse, Érès, 2011, p. 145.

153 GODARD, Doriane. *La BD numérique : à la limite des frontières*. Mémoire de Master 2 en édition imprimée et électronique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016, p. 21.

auteurs de manhwa en ligne comme Snowcat qui ont su populariser la lecture en ligne et le scrolling en Corée. Ainsi, scroller – faire défiler – verticalement les pages internet et les planches de bande dessinée est devenu naturel sur ordinateur. Avec la démocratisation du mobile, cet automatisme a également été développé via les écrans tactiles au point qu’aujourd’hui tout le monde scrolle sans s’en rendre compte. C’est ainsi que le défilement vertical est devenu le mode de lecture du numérique. Et nous pensons que c’est le scrolling ou plutôt le fait de laisser le lecteur devenir acteur de sa lecture combiné à une action qui est faite presque mécaniquement et quotidiennement qui participe à l’engouement autour de la BD dématérialisée. Voyons donc à présent son utilisation dans la bande dessinée avant de nous intéresser plus en profondeur au défilement vertical dans le webtoon.

C – Scroller dans la BD numérique...

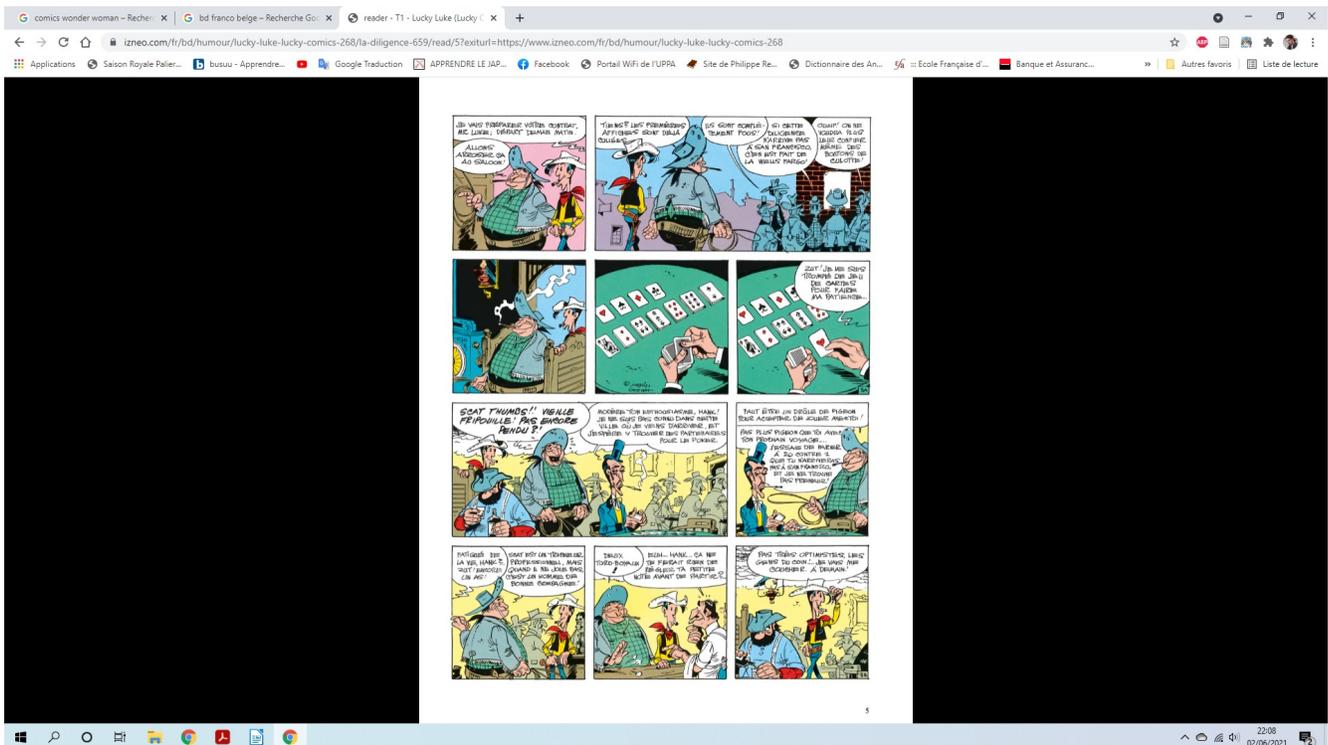


Figure 47: Extrait d'une BD homothétique sur le site Izneo. Lucky Luke La Diligence. © Morris et Goscinny / Lucky Comics / Izneo. Source : <https://www.izneo.com/fr/bd/humour/lucky-luke-lucky-comics-268/la-diligence-659/read/1?exiturl=https://www.izneo.com/fr/bd/humour/lucky-luke-lucky-comics-268/la-diligence-659>

Déjà rapidement abordé dans la première partie, pour bien définir ce qu'était le webtoon, le défilement vertical a tout de même été survolé pour pouvoir être plus longuement étudié ici. Ainsi, nous allons reprendre divers points et les approfondir pour mieux le comprendre. Nous avons déjà dit que le scrolling se fait sur un écran, que ce soit à l'aide d'une souris ou bien du doigt pour faire défiler le texte de haut en bas. C'est généralement le sens privilégié par toutes les pages internet ainsi que par plusieurs sites spécialisés dans la bande dessinées. Il est possible que ce soit pour recopier les sites de *scantrad* – les BD traduites illégalement, notamment les mangas – qui ont transmis ce modèle du défilement vertical. En effet, pour faciliter la lecture des pages, ces dernières sont mises les unes au dessus des autres, avec une légère séparation, on parle alors de page à page en une fois. L'autre méthode consiste simplement à créer une succession de page une à une qu'il est possible de passer à l'aide d'un mouvement dans la direction souhaitée (vers la droite pour avancer et vers la gauche pour revenir en arrière) ou d'appuyer sur un bouton. Attention toutefois à ce que le site ou l'application - qui fonctionne parfois sur le même système - ne soit pas codé dans une langue s'écrivant de droite à gauche (comme l'arabe ou le japonais). Auquel cas le sens de lecture sera inversé et les mouvements le seront également (allant vers l'arrière à droite et avançant vers la gauche). Aujourd'hui, si l'on parle de sites travaillant sur la BD, le défilement se fait en grande majorité de gauche à droite et des applications comme Izneo l'utilisent très fréquemment (fig. 47). Sur l'image utilisée pour illustré le propos, celle de la BD *Lucky Luck*, nous pouvons entrevoir comment fonctionne le système de génération de page une à une. En effet, une seule planche apparaît au centre d'une fenêtre en noir sur l'écran d'ordinateur. Les deux bandes noires permettent en effet de visualiser quel sera le rendu sur téléphone qui ne montrera que ce qui est entre ces dernières. Elles doivent donc être parfaitement calculées pour que la version mobile ne déforme pas l'image générée. Une fois la page lue, il suffit de bouger la souris ou le doigt pour que les boutons apparaissent et cliquer soit à gauche soit à droite pour continuer ou revenir en arrière. C'est le système le plus répandu dans la lecture de BD numérique. Cela ne veut pourtant pas dire que certains sites ou applications n'ont pas tenter de nouvelles approches pour dynamiser d'avantage le défilement vertical mais surtout impacter la lecture sur écran. Ainsi, le turbomédia présenté également précédemment a choisi de faire disparaître les bandes noires pour ne pas gêner l'œil du lecteur. L'ensemble de l'écran nous montre alors une planche (fig. 48) et le lecteur peut aisément alors de gauche à droite sans que l'expérience de lecture ne soit altérer. Pourtant nous restons encore dans une succession de pages une à une. Au travers de ces exemples, nous voyons ce qui semble être la limite du scrolling, demandant toujours de cliquer sur un bouton et se focalisant sur une image après

l'autre. Ce constat ne semble s'appliquer pour le moment qu'aux sites de bande dessinées sur ordinateur et le scrolling à l'horizontal puisque le scrolling vertical permet de générer presque en continue du texte. Le défilement horizontal sur application, lui, semble avoir trouvé un moyen de contourner le problème comme nous le montre par exemple *Phallaina* (fig. 49).



Figure 48: Extrait d'un diaporama sur le site Turbo Interactive. Djikans : Les Chroniques de la Grande Chasse. © 2020. Emrad / Turbo Interactive.
Source : <https://turbointeractive.fr/01-les-jeunes-pousses/>



Figure 49: Image promotionnelle de Phallaina. © Marietta Ren / SmallBang

Phallaina (fig. 49) est assez à part dans le monde de la bande dessinée. Ainsi, nous suivons au travers d'une bande défilée les péripéties mentales d'Audrey, la jeune fille visible sur le visuel promotionnel de la page précédente, qui doit faire face à des hallucinations comprenant des « Phallaina », des hybrides mi-humains mi-baleines. Le lecteur, à la fois acteur du récit par son scrolle horizontal et spectateur de la scène, va ainsi pouvoir se plonger dans un conte autant poétique que psychologique et intime de la protagoniste¹⁵⁴. L'ambiance particulière de cette BD est donc l'aspect particulier de la bande défilée mais aussi d'une bande-son originale et envoûtante. Une expérience de scrolling horizontal unique, si l'on ne prend pas en compte le projet universitaire *Batrachomyomachie* fait en 2021¹⁵⁵, se lisant en environ une heure et demi qui a convaincu un grand nombre de personnes sur le Google Play, l'application ayant obtenu une moyenne de 4,9 sur 5 par la communauté.

Nous avons ainsi vu comment la bande dessinée utilise généralement le scrolling de gauche à droite ou de droite à gauche pour des applications japonaises comme *Manga PLUS*. Mais il faut maintenant s'intéresser au défilement vertical qui a été popularisé par le webtoon.

D – ... et dans le webtoon

Ainsi, il a été possible de facilement différencier le webtoon du reste de la production des BD numériques, quelles soit homothétiques ou bien nativement dématérialisées. Et parmi les caractéristiques qu'il est important de souligner c'est bien son défilement vertical. Démocratisé comme dit précédemment par les blog de manhwas se lisant sur ordinateur, les webtoons ont donc naturellement réutilisé cette particularité de la lecture sur écran pour se différencier du reste de la production. Aujourd'hui, le scrolle ne se fait plus uniquement à l'aide de la molette de souris mais également avec le doigt et ce défilement vertical s'est donc d'avantage démocratisé au point qu'il arrive que des mangas nativement numériques, les web-mangas, se rapprochent également du système de la BD numérique coréenne. Toutefois, comme nous l'avons vu précédemment, le dessin des webtoons diffère tout de même des autres productions asiatiques ce qui le rend unique sur plusieurs

154 CROMBET, Hélène. «Phallaina », une lecture hallucinatoire à travers une bande défilée numérique. **In** : *Littérature et dispositifs médiatiques : pratiques d'écriture et de lecture en contexte numérique*. [en ligne]. Colloque organisé par Chaire de recherche du Canada sur les arts et les littératures numériques / Belspo PAI LMI. Montréal, Université du Québec à Montréal, 25 mai 2017. Document audio. Disponible sur < <http://oic.uqam.ca/fr/communications/phallaina-une-lecture-hallucinatoire-a-travers-une-bande-defilee-numerique> > (consulté le 11/07/2021).

155 HAUDIQUET, Clotilde., RAGASOL-BARBEY, Cléo., CAMPS, Andres. *Batrachomyomachie*. Projet éditorial de Master 2 édition numérique et imprimée. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2021, 150 p.

points. Et plus que sur le visuel, c'est bien les planches de webtoon qu'il est essentiel d'analyser. Ainsi, trois points permettent de désigner le travail du webtoon comme original et atypique, le premier étant la linéarisation de la lecture. Et pour bien comprendre cet aspect, il est obligatoire d'avoir en tête comment est normalement pensée une bande dessinée à la base. Ainsi, cette dernière est dépendante de son support, de sa page qui sert de bornes infranchissables dans lequel le récit doit être présenté¹⁵⁶. Et lorsque l'on regarde une « page » de webtoon, nous pouvons constater que ces bornes n'existent plus car le format est parfaitement adapté à une lecture sur téléphone. Nous en avons la preuve avec l'image à gauche (fig. 50) qui ne montre aucun indice sur une quelconque limite de l'espace. Les seules bornes visibles se trouvent sur la version ordinateur, présentant des bandes noires de chaque côté de la bande verticale (fig. 51). Un autre point qui diffère de la bande dessinée au sens classique du terme c'est la



Figure 50: Extrait de *Between Us*, webtoon. © Noru / Delitoon. Source : <https://www.delitoon.com/lecture/betweenus/s1/1>

répartition des cases. Généralement, ces dernières sont placées dans un espace donné et sont séparés par une grille en gaufrier. C'est ainsi qu'il est le plus courant de voir les différentes vignettes¹⁵⁷. Pourtant si l'on regarde l'image ci-contre, ce découpage n'est pas présent puisque les cases sont séparés par des caniveaux qui servent d'extension à la vignette comme nous le montrent les bulles de dialogues. Enfin, dans la linéarisation de la lecture, le webtoon efface aussi la coprésence du linéaire et du tabulaire. Si l'on s'en réfère à Philippe Paolucci, il s'agit de la lecture des cases une à une – présente aussi dans la BD sud-coréenne – qui est accompagnée d'une vision d'ensemble des vignettes et qui empêche généralement le suspense. Or, la bande verticale gomme cet aspect ce qui implique que le lecteur est généralement toujours surpris de voir par la suite.

156 PAOLUCCI, Philippe. L'usage du *scrolling* dans la bande dessinée numérique sud-coréenne. In : *Nouvelles tendances littéraires d'Asie*. [en ligne]. N°8, 2018. Disponible sur < <https://journals.openedition.org/ideo/848> > (consulté le 04/06/2021).

157 PAOLUCCI, Philippe. *Ibid.*

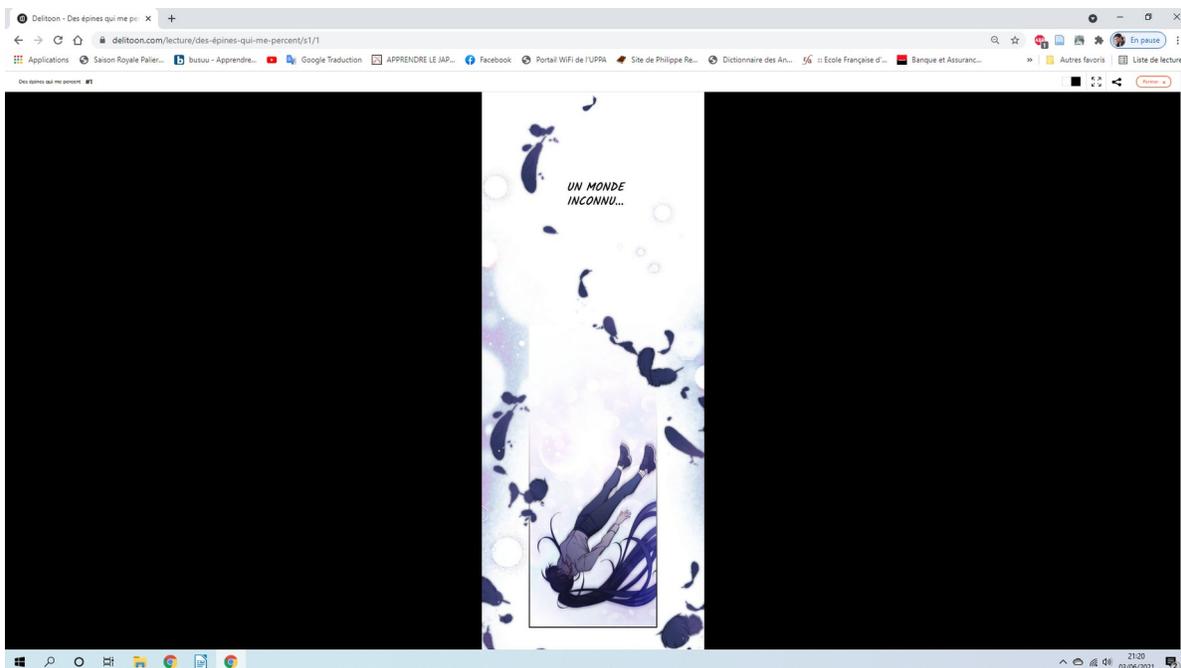


Figure 51: Capture d'écran montrant le début de la "bande continue" sur Delitooon. Des épines qui me percent. © Macherie / VEX / Piggyback / Delitooon / Kidari Studio. Source : <https://www.delitooon.com/lecture/des-%C3%A9pines-qui-me-percent/s1/1>

Le dernier point qu'il est important de noter ici c'est que généralement la bande dessinée est synonyme de récit discontinu que ce soit par la mise en case, les grilles ou encore les blancs présents sur une page¹⁵⁸. Or, le webtoon n'est pas discontinu, au contraire comme nous le montre parfaitement la capture d'écran ci-dessus (fig. 51). Rien ne limite l'histoire, les vignettes ou les caniveaux permettent tous deux de contribuer et de prolonger inlassablement le récit du début à la fin de l'épisode. Les créateurs utilisent tout l'espace à leur disposition, pouvant par exemple créer de la tension en laissant un long caniveau blanc entre deux images par exemples. C'est une construction du récit vertical propre au webtoon¹⁵⁹. Et une telle spécificité demande forcément des outils spécifiques de conception (tablette graphique) et pour la partie éditoriale (Suite Adobe). Ainsi, le webtoon se fait spécifiquement à l'aide de logiciels de dessins conçus pour une bande défilée verticale comme Clip Studio Paint par exemple. Il faut ensuite choisir la taille de la fenêtre car tous les sites de webtoon ne prennent pas les mêmes images ni les mêmes formats. Par exemple si l'on veut publier sur Webtoon, les bandes doivent faire 800 x 1 280 px et doivent être au format JPEG. Le défilement vertical est si indissociable du webtoon qu'il en a même conditionné sa création, devenant alors sa principale caractéristique.

158 PAOLUCCI, Philippe. *Idem*.

159 ART ROCKET. Conseils pour créer des webtoons à défilement vertical. In : *Clip Studio*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.clipstudio.net/comment-dessiner/archives/160800> > (consulté le 12/06/2021).

Chapitre 3 – Format, texte et transmédia

Après avoir détaillé le dessin et la narration verticale due au scrolling, nous pouvons terminer d'énumérer les différentes caractéristiques du webtoon en nous attachant un peu sur le format ainsi qu'en détaillant la notion de transmédia storytelling, intrinsèquement liée à la BD numérique coréenne. Commençons donc par la mise en forme de la BD numérique coréenne.

A – Format verticale...

Revenons-en rapidement à ce que nous venons de dire sur le défilement vertical. Nous avons indiqué qu'il s'agit d'un des caractères fondamentaux du webtoon qui s'est développé pour faciliter la navigation sur mobile et ordinateur et qu'il s'agit d'un moyen ingénieux de faire du lecteur un acteur de l'histoire en le faisant lui-même manipuler la bande verticale. Mais en oubliant ce système, il est possible de donner un autre sens au défilement vertical d'une telle œuvre. En effet, un webtoon est une bande dessinée d'origine coréenne. Et il s'agit d'une région du monde qui a pendant longtemps écrit sur des rouleaux de parchemins. En Occident, notre référence pour développer ce point serait le *volumen*, « une forme livresque archaïque progressivement tombée en désuétude au bénéfice du *codex*. »¹⁶⁰ Il s'agit d'un long rouleau de papyrus qui s'enroule à l'aide d'axes en bois comme nous pouvons le voir sur l'exemple ci-contre (fig. 52) et qui à la particularité de présenter le texte sur plusieurs colonnes verticales se lisant de gauche à droite et de haut en bas. Format très répandu durant l'Antiquité et le Moyen Âge, il a ensuite été supplanté par le *codex*, un format se rapprochant beaucoup du



Figure 52: Sefer Torah exposé à la synagogue de la Glockengasse, Cologne. Décembre 2007. Wikimedia Commons, photo de HOWI.

¹⁶⁰ PAOLUCCI, Philippe. *Ibid.*

livre d'aujourd'hui avec ses multiples folios assemblés pour former des cahiers. C'est l'émergence de ce nouveau format qui a donné naissance de la mise en page que nous connaissons. Mais le webtoon est une création asiatique, aussi, il est impossible de le relier à une création occidentale. Il semble par contre logique que cette bande verticale soit en lien avec les rouleaux de prières bouddhiques (fig. 53).

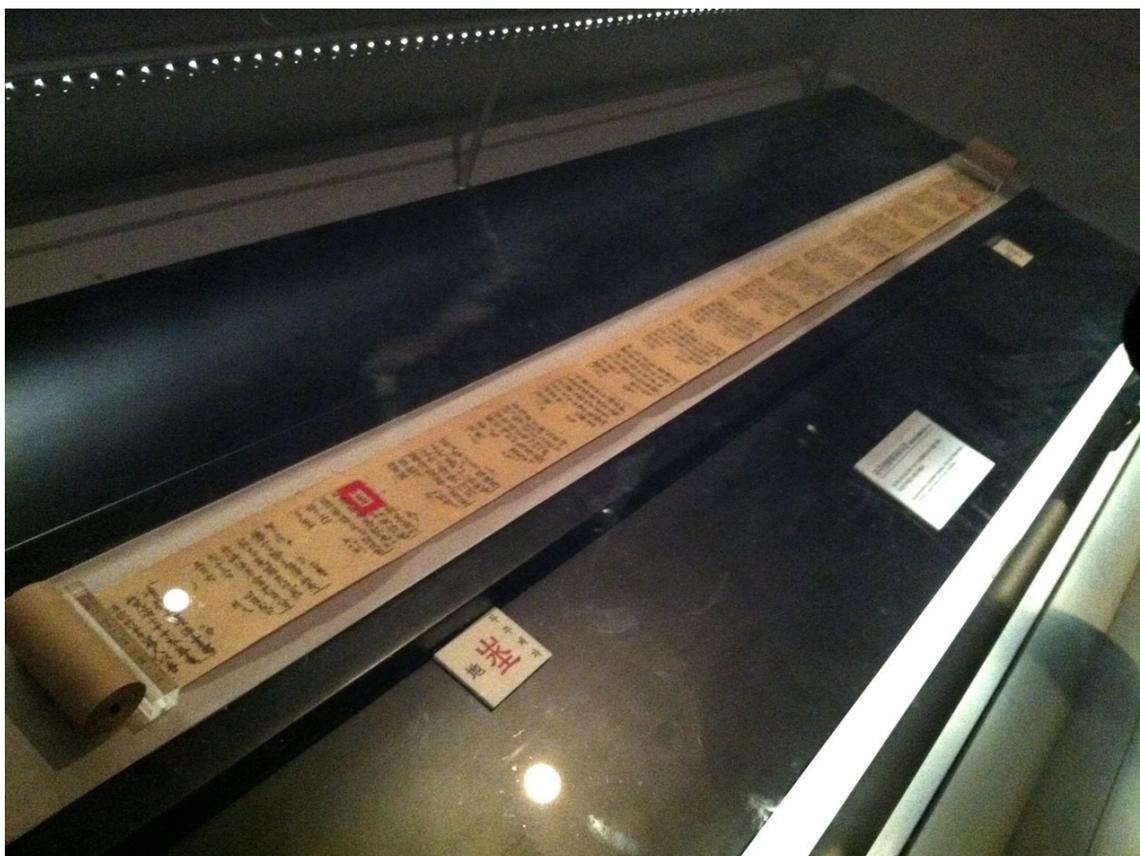


Figure 53: Grand Dharanisutra de la Lumière Immaculée et Pure. Reproduction d'un original. Musée National de Corée. Wikimedia Commons, photo de Naturhead.

À l'instar des rouleaux de parchemins japonais qui sont considérés comme les ancêtres des mangas, les rouleaux coréens ont ensuite évolué pour devenir les manhwas puis les webtoons une fois sur support numérique. Il est aussi possible de dire que ce format du vertical peut provenir directement de la bande dessinée japonaise puisque nous avons déjà vu que le Japon a, par le passé, conquis le territoire coréen, et y a imposé la diffusion de mangas comme objet de propagande. Cet élément littéraire a été si important qu'il a marqué à jamais la manière de concevoir et dessiner un manhwas coréen. Quoiqu'il en soit, la verticalité intrinsèque à la bande dessinée asiatique s'est également développée au format numérique, en faisant l'une des caractéristiques du webtoon actuel.

B – ... et format épisodique

Une autre des particularités du webtoon est son format épisodique. En effet, contrairement aux mangas qui se découpent en chapitres, le terme pour la BD coréenne est l'épisode. Selon Yurai Éditions, cette distinction est assez importante car elle permet de distinguer l'unité d'un ensemble¹⁶¹. Ainsi, il est coutumier de dire chapitre en webtoon pour parler d'un certain nombre d'épisodes tournant généralement autour d'un même sujet. Parmi les très nombreuses séries webtoons existantes, il est possible par exemple de parler du chapitre « le dieu du lycée » pour *The God of High School* qui va de l'épisode 1 à l'épisode 41 (fig. 54). Dans les mangas ou encore dans les séries télévisées, il est plus courant d'appeler de tels ensembles des arcs narratifs. Ce style de narration est très commun notamment dans les œuvres de fictions, et semble avoir pour ancêtre le « roman-feuilleton » très répandu dans la presse dès le XIX^e siècle¹⁶². En effet, de nombreux auteurs comme Émile Zola, George Sand, Jules Verne, Eugène Sue et bien d'autres ont ainsi publié plusieurs œuvres en feuilletons. Ces derniers se caractérisent « par une publication morcelée, par la mention “À suivre” ou encore “La suite à demain” et par sa localisation dans la section “feuilleton” du quotidien¹⁶³. » Et cette régularité des parutions

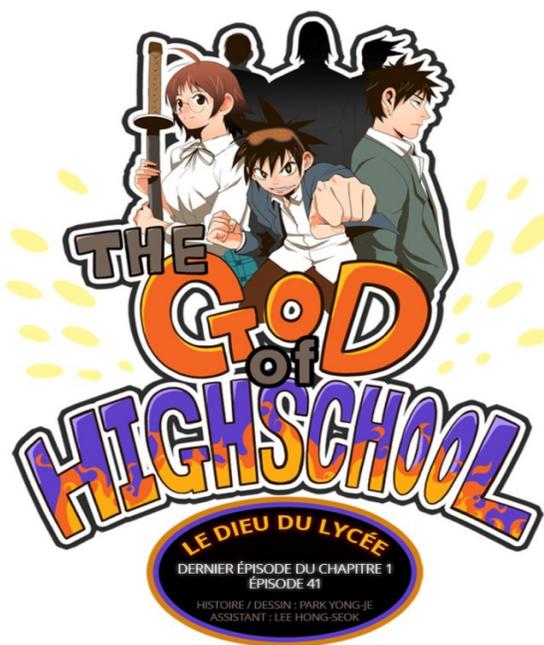


Figure 54: Capture d'écran montrant l'encart de titre de l'épisode 41 de *The God of High School*.

© 2011. Yongje Park / Naver.

va avoir plusieurs effets sur le lecteur ou bien le spectateur. En premier lieu, cela va générer la fidélisation d'un public qui apprécie l'œuvre, en créant un attachement particulier avec des personnages

161 Minato. Un webtoon, qu'est-ce que c'est ?. In : Yurai Éditions. [en ligne]. Publié le 19/08/2019. Disponible sur < <https://yuraieditions.com/un-webtoon-quest-ce-que-cest/> > (consulté le 23/02/2021).

162 Gallica. Les feuilletons dans la presse. In : Gallica. [en ligne]. Disponible sur < <https://gallica.bnf.fr/html/und/presse-et-revues/les-feuilletons-dans-la-presse?mode=desktop> > (consulté le 22/07/2021).

163 AVELLANEDA, Morgane. Le roman-feuilleton, qu'est-ce que c'est ?. In : Gallica, Le Blog. [en ligne]. Publié le 28/10/2020. Disponible sur < <https://gallica.bnf.fr/blog/28102020/le-roman-feuilleton-quest-ce-que-cest?mode=desktop> > (consulté le 22/07/2021).

revenant régulièrement. Les auteurs prennent alors l'habitude lors de la rédaction de ces romans, généralement long, de rajouter des péripéties et ce pour conserver le plus longtemps possible l'attention du lecteur¹⁶⁴. Cette attache est également due à la narration épisodique qui apporte une tension narrative toute particulière, suffisamment forte pour que le public en redemande. Dès le XIXe siècle, de nombreuses personnes ont ainsi été happées par ces récits addictifs, décriés par certains et admirés par d'autres¹⁶⁵. Et aujourd'hui cette narration morcelée et aux interruptions programmées s'est répandue dans d'autres médias mais conserve toujours ce même pouvoir d'addiction qu'auparavant. Et les éditeurs et les producteurs l'ont très bien compris. Si l'on regarde une série télévisée à la télévision, il y a de grandes chances que les nouveaux épisodes ne soient diffusés qu'au compte-goutte, afin de conserver l'attention du spectateur mais également avoir le temps de produire les futurs épisodes. Du moins, il s'agit d'un des schémas possibles de la télévision qui se retrouve également dans la sphère des *animes*, les dessins animés japonais, qui sont diffusés de manière hebdomadaires et disponibles en streaming légal via des plateformes comme Crunchyroll, Wakanim ou ADN une fois par semaine. Il existe également un autre schéma qui consiste à diffuser tout un ensemble d'épisodes inédit en une seule fois, c'est en tout cas ce que propose les plateformes comme Amazon Prime ou Netflix.

Et pour en revenir à la bande dessinée asiatique, qu'il s'agisse de manga, de manhwa ou de manhua, elle développe sa narration de manière épisodique hebdomadaire, mensuelle ou autre. Les webtoons ne font pas exceptions à cette règle. Ainsi, les nouveaux épisodes arrivent généralement une fois par semaine voire une fois tous les quinze jours selon le contrat qui a été signé entre la plateforme de diffusion et le webtooneur ou la webtooneuse. Cette narration fragmentée dans le temps a ainsi le temps de fidéliser le lectorat qui peut ensuite devenir actif de l'histoire – nous en reparlerons sous peu. Il est fortement possible que le *fastpass* utilisé sur certains sites comme Webtoon soit une conséquence de cette politique commerciale de l'attention qui permet, à ceux qui le veulent et le peuvent, d'accéder en avant-première à du contenu sous condition de paiement. Nous pouvons donc dire que la narration au format épisodique, qui, ici, caractérise la BD nativement numérique coréenne, est l'un des aspects qui ont permis son succès.

Maintenant que le format a été développé, passons à une analyse plus poussée du texte, autre vecteur de la narration.

164 AVELLANEDA, Morgane. *Idem*.

165 GOUDMAND, Anaïs. Le roman-feuilleton ou l'écriture mercenaire : l'exemple des *Mystères de Paris*. In : *Cahiers de narratologie*. [en ligne]. N°31, 2016. Mis en ligne le 22/12/2016. Disponible sur < <https://journals.openedition.org/narratologie/7589> > (consulté le 22/07/2021).

C – Texte et horizontalité

Nous avons ainsi vu que la verticalité de la forme a une origine historique très ancienne et qu'il est possible qu'elle soit en lien avec une acculturation japonaise qui a eu lieu lors de la guerre de Corée de 1950. Il serait alors logique de penser que comme le webtoon actuel s'inspire de plusieurs siècles d'histoires, en prenant ses origines dans les parchemins religieux, le texte en ferait de même mais il n'en est rien. Ainsi, contrairement au japonais, qui a poursuivi l'écriture à la verticale et qui utilise des syllabaires (fig. 55 et 56), ou au chinois et ses sinogrammes (fig. 57), le coréen a lui décidé de mettre en place un alphabet, le Hangeul (fig. 58), qui s'écrit à l'horizontale et de gauche à droite.

Tableau des katakana

ア A	イ I	ウ U	エ E	オ O
カ KA	キ KI	ク KU	ケ KE	コ KO
サ SA	シ SHI	ス SU	セ SE	ソ SO
タ TA	チ CHI	ツ TSU	テ TE	ト TO
ナ NA	ニ NI	ヌ NU	ネ NE	ノ NO
ハ HA	ヒ HI	フ FU	ヘ HE	ホ HO
マ MA	ミ MI	ム MU	メ ME	モ MO
ヤ YA		ユ YU		ヨ YO
ラ RA	リ RI	ル RU	レ RE	ロ RO
ワ WA				ヲ WO
				ン N

Présentation des katakana [accès au cours](#)
 Bien tracer et apprendre les kana [accès au cours](#)

Retrouvez toute l'actualité des cours sur les réseaux sociaux !
[YouTube](#) [Facebook](#) [Twitter](#)

Cours de japonais !
par Julien Fontanier

Figure 56: Alphabet syllabique des katakana. Source : Cours de japonais. © Julien Fontanier.

Tableau des hiragana

あ a	い i	う u	え e	お o
か ka	き ki	く ku	け ke	こ ko
さ sa	し shi	す su	せ se	そ so
た ta	ち chi	つ tsu	て te	と to
な na	に ni	ぬ nu	ね ne	の no
は ha	ひ hi	ふ fu	へ he	ほ ho
ま ma	み mi	む mu	め me	も mo
や ya		ゆ yu		よ yo
ら ra	り ri	る ru	れ re	ろ ro
わ wa				を wo
				ん n

Présentation des hiragana [accès au cours](#)
 Bien tracer et apprendre les kana [accès au cours](#)

Retrouvez toute l'actualité des cours sur les réseaux sociaux !
[YouTube](#) [Facebook](#) [Twitter](#)

Cours de japonais !
par Julien Fontanier

Figure 55: Alphabet syllabique des hiragana. Source : Cours de japonais. © Julien Fontanier.



Figure 57: Exemple de sinogrammes en chinois traditionnel et chinois simplifié. Wikimedia Commons.

	ㅂ	ㅃ	ㄷ	ㄱ	ㅎ	ㅈ	ㅋ	ㅁ	ㄴ	ㅇ	ㅍ	ㄹ	ㅅ	ㅌ
ㅏ a	ㅏ ba	ㅑ cha	ㅓ da	ㅕ ga	ㅗ ha	ㅛ ja	ㅜ ka	ㅝ ma	ㅠ na	ㅡ a	ㅑ pa	ㅓ ra	ㅕ sa	ㅗ ta
ㅑ ya	ㅑ bya	ㅑ chya	ㅑ dya	ㅑ gya	ㅑ hya	ㅑ jya	ㅑ kya	ㅑ mya	ㅑ nya	ㅑ ya	ㅑ pya	ㅑ rya	ㅑ sya	ㅑ tya
ㅓ eo	ㅓ beo	ㅓ cheo	ㅓ deo	ㅓ geo	ㅓ hya	ㅓ jeo	ㅓ keo	ㅓ meo	ㅓ neo	ㅓ eo	ㅓ peo	ㅓ reo	ㅓ seo	ㅓ teo
ㅕ yeo	ㅕ byeo	ㅕ chyeo	ㅕ dyeo	ㅕ gyeo	ㅕ hyeo	ㅕ jyeo	ㅕ kyeo	ㅕ myeo	ㅕ nyeo	ㅕ yeo	ㅕ pyeo	ㅕ ryeo	ㅕ syeo	ㅕ tyeo
ㅗ o	ㅗ bo	ㅗ cho	ㅗ do	ㅗ go	ㅗ ho	ㅗ jo	ㅗ ko	ㅗ mo	ㅗ no	ㅗ o	ㅗ po	ㅗ ro	ㅗ so	ㅗ to
ㅛ yo	ㅛ byo	ㅛ chyoo	ㅛ dyo	ㅛ gyo	ㅛ hyo	ㅛ jyo	ㅛ kyo	ㅛ myo	ㅛ nyoo	ㅛ yo	ㅛ pyo	ㅛ ryo	ㅛ sya	ㅛ tyoo
ㅜ u	ㅜ bu	ㅜ chu	ㅜ du	ㅜ gu	ㅜ hu	ㅜ ju	ㅜ ku	ㅜ mu	ㅜ nu	ㅜ u	ㅜ pu	ㅜ ru	ㅜ su	ㅜ tu
ㅠ yu	ㅠ byu	ㅠ chyoo	ㅠ dyu	ㅠ gyoo	ㅠ hyoo	ㅠ jyoo	ㅠ kyoo	ㅠ myoo	ㅠ nyoo	ㅠ yoo	ㅠ pyoo	ㅠ ryoo	ㅠ syoo	ㅠ tyoo
ㅡ eu	ㅡ beu	ㅡ cheu	ㅡ deu	ㅡ geu	ㅡ heu	ㅡ jeu	ㅡ keu	ㅡ meu	ㅡ neu	ㅡ eu	ㅡ peu	ㅡ reu	ㅡ seu	ㅡ teu
ㅣ i	ㅣ bi	ㅣ chi	ㅣ di	ㅣ gi	ㅣ hi	ㅣ ji	ㅣ ki	ㅣ mi	ㅣ ni	ㅣ i	ㅣ pi	ㅣ ri	ㅣ si	ㅣ ta
ㅐ ae	ㅐ bae	ㅐ chae	ㅐ dae	ㅐ gae	ㅐ hae	ㅐ jae	ㅐ kae	ㅐ mae	ㅐ nae	ㅐ ae	ㅐ pae	ㅐ rae	ㅐ sae	ㅐ tae

Figure 58: Alphabet Hangeul montrant 11 voyelles et 14 consonnes. Wikimedia Commons.

Apparue au XV^e siècle, l'écriture coréenne a été mise en place sous le règne de Sejong et inventée par l'un de ses conseillers. Comptant aujourd'hui 19 consonnes (14 simples et 5 doubles) et 21 voyelles (11 présentes dans le tableau ci-dessus et 10 autres diphtongues), tandis que l'alphabet d'origine comporte lui moins de lettres (11 voyelles simples et 17 consonnes). Si les voyelles font références aux trois éléments principaux, à savoir le ciel, la terre et l'homme, les consonnes sont elles construites en fonctions de l'organe phonatoire qui les prononces, le O étant ainsi l'image d'une bouche ouverte par exemple¹⁶⁶.

166 KWON, Yonghae., KIM, Hye-Gyeong., TCHO, Hye-Young., et al. *Cours de coréen*. Corée : Paju, Darakwon, 7^e impression, 2019, pp. 18-51.

Le sens d'écriture de la langue coréenne s'est ensuite naturellement répercuté sur le sens de lecture des ouvrages de littérature ou des bandes dessinées. Ainsi, contrairement aux mangas qui se lisent de droite à gauche, les manhwas se lisent, eux, de gauche à droite (fig. 59). Les bulles et les cases suivent donc cette même logique, se lisant de haut en bas et de gauche à droite. Sur l'exemple ci-dessous, nous commençons donc par « Mon cours est à mourir d'ennui, je présume » avant de passer à « Non pas du tout ». Et lorsque nous avons une case en longueur, celle qui doit être lue en suivant et en haut à droite. Ce sens de lecture est également indiqué par la mise en case avec ici une vignette qui s'allonge vers le bas de la page. Toutefois, il faut bien faire attention car ce procédé n'est pas toujours exact, un gros plan ou une vignette plus grande pouvant véhiculer plus d'émotions.



Figure 59: Page issue du tome 1 de Baptist. © 2009 by YU Gyung-won, MUN Sung-ho, Daewon C.I. Inc.

Ce même procédé d'écriture s'est ensuite répercuté sur les webtoons qui suivent cette même logique d'écriture et de lecture. Sur l'exemple ci-dessous (fig. 60) nous lisons donc tout d'abord la bulle la plus à gauche avant d'enchaîner sur les bulles à droite, en partant du haut vers le bas.



Figure 60: Extrait de *Between Us*, webtoon.
© Noru / Delitoon. Source : <https://www.delitoon.com/lecture/betweenus/s1/1>

Maintenant que nous avons vu comment s'écrivent et se lisent les webtoons, nous devons nous intéresser au transmédia *storytelling*.

D – Transmédia *storytelling* ou les médias du webtoon

Le dernier aspect que nous devons développer dans ce chapitre est le transmédia *storytelling* qui aujourd'hui est indissociable du webtoon. Il faut donc définir ce dernier avant de voir comment les différents médias créent une œuvre multiple qui parvient à imposer la BD numérique coréenne sur plusieurs plans.

1. Transmédia

Aussi appelé la culture de la convergence, le transmédia, qui signifie « à travers plusieurs médias »¹⁶⁷, a commencé à être théorisé par Henry Jenkins au tout début des années 2000 et a ainsi pu montrer que différents médias interagissent entre eux. En se basant sur les recherches de Lisa Gitelman qui a codifié la communication par le média ainsi que la technologie ou encore différents protocoles qui leurs sont liés (notamment des pratiques sociales et culturelles), il a alors été possible de mettre en avant une convergence à deux niveaux¹⁶⁸. Avec les nombreux moyens de communication et de diffusion de l'information, il est ainsi possible de démultiplier les manières de conter un récit ce qui influence également sur comment le public réceptionne et interagit avec une œuvre ou encore sur comment créer du contenu voire donner naissance à des franchises. Pour que le transmédia fonctionne parfaitement, les différents éléments doivent être parfaitement préparés en amont, laissant alors plusieurs points d'accès à une information¹⁶⁹.

« [Le transmédia] est un procédé où l'intégralité des éléments de fictions sont dispersés systématiquement sur plusieurs canaux de distribution dans le but de créer une expérience de divertissement unifiée et coordonnée¹⁷⁰. »

167 PARK, Hyesu. *Understanding Hallyu : The Korean Wave Through Literature, Webtoon, and Mukbang*. Angleterre : Londres, Routledge, 2020, p.54.

168 ERRECALDE-ARIAS, Mariana. *La diffusion et la distribution du transmédia. L'exemple de la collection La Chouette au cinéma*. Mémoire de Master professionnel, Information-documentation. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2018, p. 11.

169 CAMPS, Andres. *Les Musées et le transmédia : étude des méthodes de transmédia lors d'expositions et pour les enfants*. Mémoire de Master professionnel, Information-documentation. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2020, p. 16.

170 JENKINS, Henry. Transmédia 202 : Further Reflections. In : *Confession of an Aca-Fan*. [en ligne]. Publié le 31/07/2011. Disponible sur < http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html/ > (consulté le 25/06/2020).

“a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience.” [Original].

Il s'agit d'un véritable défi créatif et économique pour les personnes qui arrivent à le mettre en place car le transmédia doit répondre à plusieurs règles¹⁷¹. « [Sept] principes (circulation/forage ; immersion/extraction ; continuité/multiplicité ; sérialité ; construction d'un univers ; performance ; subjectivité) sont des éléments essentiels dans la création esthétique, mais aussi technique des stratégies de transmédia storytelling¹⁷². » Le premier fait référence à la possibilité pour le public d'approfondir l'univers qu'il côtoie et de l'amplifier à l'aide de contenus inédits. Ces nouveaux récits doivent alors respecter le troisième principe, celui de la continuité, en augmentant un récit qui sert de base et qui ne doit pas être dénaturé. Le deuxième principe, lui, exprime l'idée que le public peut s'approprier un ou plusieurs éléments du récit initial. On a ensuite l'idée de sérialité qui impose une fragmentation logique des éléments sur différents supports qui permettent de construire un univers cohérent. Nous avons enfin la performance et la subjectivité : la première désigne le fait que les fans peuvent développer eux-même le lore d'une histoire tandis que le second donne la possibilité d'une expansion personnelle de l'univers qui est alors sujet à libre interprétation¹⁷³.

Parmi les différents médias qui existent, l'un des plus à même de créer du transmédia est le jeu vidéo qui « [implique] forcément le joueur dans la progression de la narration¹⁷⁴. » Mais nous allons voir qu'il existe bien d'autres moyens de développer un univers en nous concentrant sur ceux à même d'étendre l'univers webtoon.

2. Transmédia et webtoon

Lorsque l'on s'intéresse plus longuement au transmédia *storytelling* dans le webtoon, il est possible d'en faire ressortir plusieurs possibilités. Tandis que nous approfondirons deux d'entre elles plus tard dans ce mémoire, à savoir, les adaptations faites pour le cinéma et la télévision ou encore la transposition du webtoon numérique au format papier, nous allons ici nous intéresser à d'autres formes de transmédia, à savoir la prolongation de l'histoire via la musique, via les réseaux sociaux, la lecture participative et interactive ainsi que les produits dérivés.

171 DI CROSTA, Marida. Des formes et des modèles de production transmédia. **In** : *Le Levain des média : forme, format, média*. MEI 39. [en ligne]. p. 148. Disponible sur < <https://mei-info.com/wp-content/uploads/2016/12/MEI39-149-159-Des-formes-et-des-modeles-de-production.pdf> > (consulté le 21/02/2020).

172 BOURDAA, Mélanie. Le transmedia storytelling. **In** : *Terminal* [en ligne]. 112 | 2013. Publié le 15/05/2015. Disponible sur < <http://journals.openedition.org/terminal/447> > (consulté le 21/07/2021).

173 CAMPS, Andres. *Op. Cit.*, p. 17.

174 ERRECALDE-ARIAS, Mariana. *Op. Cit.*, p. 16.

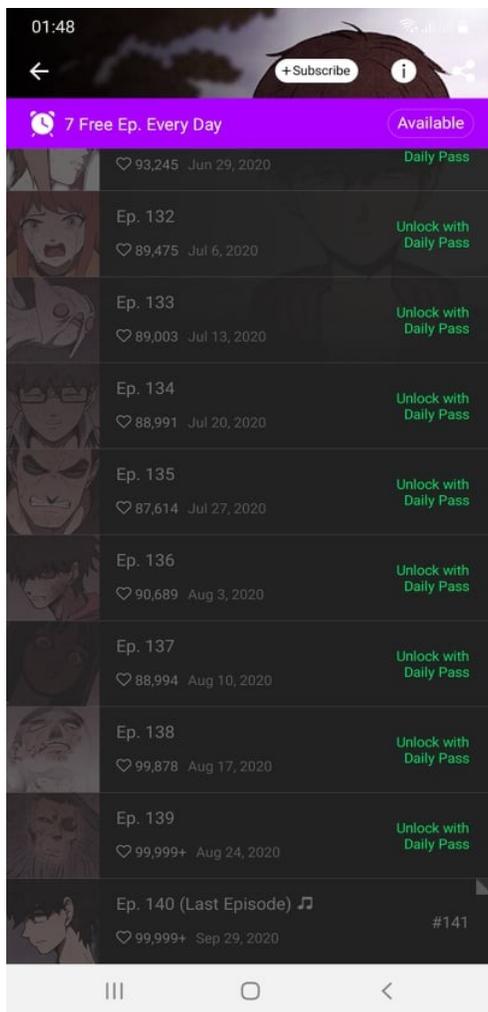


Figure 61: Capture d'écran de Sweet Home. © 2017 Carnby Kim / Youngchan Hwang / Naver.

Le premier consiste tout simplement en un ajout de musique dans certains épisodes de webtoons¹⁷⁵. Parmi les multiples séries aujourd'hui publiées, l'un de ceux qui a su le mieux utiliser cet ajout est *Sweet Home* (fig. 61). Si l'on s'attarde sur le dernier chapitre, le 140, il est possible de remarquer la note de musique qui indique que du son a été intégré. La particularité ici, est que le récit ne montre aucun dialogue, nous suivons le défilement des cases au rythme de la musique et de la contemplation des différentes images qui nous content toutes comment se termine cette histoire. Nous avons déjà abordé de la narration visuelle qui est ici exacerbée, accompagnée par une musique mélancolique.

Passons à présent à la lecture participative ainsi qu'interactive qui s'accompagnent également d'une prolongation via les réseaux sociaux. En effet, lors de la lecture d'un webtoon, le lecteur devient moteur de l'histoire puisque c'est lui qui fait défiler l'épisode jusqu'à sa conclusion. Mais ce n'est pas l'unique manière d'interagir avec le webtoon. En effet, durant sa lecture, le lecteur va participer en commentant ou en aimant et partageant du contenu. Par cette simple action, les plateformes peuvent enregistrer l'engouement d'une œuvre qui peut alors être renouvelée pour une nouvelle saison. Cette

interaction permet également de faire ressortir des titres de par l'activité et leur renommée, améliorant ainsi les plateformes¹⁷⁶. C'est « [cette lecture dynamique,] coopérative et l'industrie éditoriale et son haut niveau de vitalité qui gardent les auteurs et les lecteurs de webtoons actifs, et créatifs¹⁷⁷. » Il arrive même que des puzzles ou des énigmes doivent être résolues pour pouvoir lire le chapitre suivant, renforçant d'autant plus l'implication du lecteur de webtoon qui devient actif de la suite de sa lecture¹⁷⁸.

175 Minato. Un webtoon, qu'est-ce que c'est ?. In : *Yurai Éditions*. [en ligne]. Publié le 19/08/2019. Disponible sur < <https://yuraieditions.com/un-webtoon-quest-ce-que-cest/> > (consulté le 23/02/2021).

176 PARK, Hyesu. *Ibid.*, p. 58.

177 PARK, Hyesu. *Ibid.*

“(...) dynamic, and cooperativity reading and publising industry with high level of vitality that keeps both writers and readers of webtoon active, and creative.” [Original].

178 Minato. *Idem*.

L'aspect participatif se poursuit sur les réseaux sociaux sur lesquels sont partagés les nouveaux épisodes par les plateformes mais aussi par les lecteurs qui peuvent alors critiquer, interpréter, approfondir les œuvres qui sont lues. Cet aspect est également aidé par le grand nombre de webtooneurs et de webtooneuses qui partagent régulièrement du contenu parfois supplémentaire des différentes œuvres publiées. Nous entrons alors dans le dernier aspect à développer ici : les produits dérivés. Grâce au contrat des webtoons, l'auteur ou l'auteurice sont l'unique décisionnaire de toute l'exploitation de son œuvre, les plateformes n'ayant que le droit de diffusion¹⁷⁹. Ils peuvent donc gérer tout ce qui concerne les adaptations filmiques et télévisuelles ainsi que l'édition au format papier – développé plus longuement dans la suite de l'ouvrage – mais surtout toute production relative à l'œuvre originale. Parmi les produits dérivés les plus exploités, les *goodies* tels que des badges, des *notebook* (fig. 62) et bien d'autres soient vendus sur les plateformes de webtoon ou sur le site des auteurs. Il arrive parfois que les objets soient plus insolites comme les rouleaux de ruban adhésif à l'effigie des personnages de *BJ Alex* par exemple.



Figure 62: Notebook officiel du webtoon *BL BJ Alex*. © Mingwa

Les derniers produits dérivés sont les images promotionnelles, faciles à reproduire et vendues sous forme de *print* et cartes postales, ou encore les images préparatoires. Tandis que les premières sont vendues directement par le ou la dessinateur-trice, les autres sont partagées via les réseaux sociaux pour alimenter continuellement l'attention du public. Parmi les exemples récents, nous pouvons citer Mongie qui publie depuis quelques jours quelques croquis de son futur chapitre de *Let's Play*¹⁸⁰. Enfin, il arrive également que les créateurs dessinent des commissions, des commandes faites par des fans contre rémunération mais cela reste quand même rare dans la sphère du webtoon actuel.

Nous avons ainsi pu développer une grande partie des produits dérivés mais nous allons à présent voir que les adaptations ont facilité l'exportation de ce média à l'internationale, faisant partie intégrante du phénomène de mondialisation.

179 MELIKIAN, Laurent. Hun, auteur de webtoon en Corée, « Dans le webtoon, seul l'auteur décide ». In : *ActuaBD*. [en ligne]. Publié le 29/01/2016. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Hun-auteur-de-webtoons-en-Coree-Dans-le-webtoon-seul-l-auteur-decide> > (consulté le 22/07/2021).

180 MONGIE. Sketch chapter preview for episode 133 of *Let's Play*. Publié le 14/07/2021. Disponible sur < https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=392369195581620&id=100044256288057 > (consulté le 22/07/2021).

II – Un format né pour la mondialisation

Après avoir parlé des multiples caractéristiques propres au format webtoon, nous allons terminer par détailler le phénomène de mondialisation qui a permis à la bande dessinée coréenne de parvenir jusqu'en Occident et de s'y implanter durablement.

Chapitre 1 – Vers la mondialisation : la culture *Hallyu* et les adaptations télévisuelles

L'un des phénomènes qui explique le mieux l'expansion du webtoon hors de Corée du Sud c'est la mondialisation. Et pour parfaitement comprendre comment cela fonctionne, nous allons découper ce chapitre en trois parties : la première qui définit le concept de mondialisation, la deuxième sur la culture *Hallyu*, la *Korean Wave* et leurs impacts sur le webtoon et une dernière partie sur les adaptations télévisuelles et les films qui permettent de développer la bande dessinée sous de nouveaux aspects. Commençons donc par la définition du concept.

A – La mondialisation

Lorsque l'on parle de mondialisation ou de culture globale, on parle d'un phénomène qui prend généralement place dans différents pans de la culture locale d'un pays comme la mode, la nourriture, la musique ou encore la bande dessinée. Le terme français de « mondialisation » n'est toutefois pas à confondre avec celui de « globalisation »¹⁸¹ qui définit un autre concept. Cette différence est donc importante à noter car le mot anglais *globalization* peut être traduit par les deux et désigne donc selon le contexte soit l'un soit l'autre. Ainsi, la mondialisation intervient notamment par divers échanges qui amènent à une hybridation culturelle. Les chercheurs Wonho Jang et Jung Eun Song précisent qu'il ne

181 Contrairement à la mondialisation qui est un concept qui touche à la société et aux individus, la globalisation définit, elle, la métamorphose financière d'un pays capitaliste. Définition provenant de : GHORRA-GOBIN, Cynthia. Notion en débat : mondialisation et globalisation. In : *Géoconfluences*. [en ligne]. Publié le 20/12/2017. Disponible sur < <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/a-la-une/notion-a-la-une/mondialisation-globalisation> > (consulté le 02/08/2021).

s'agit nullement d'une homogénéisation culturelle mais bien de la création d'un équilibre entre la culture et l'identité locale et les interactions internationales¹⁸². De plus, il est possible de définir la mondialisation, terme inspiré des techniques commerciales japonaises du XX^e siècle pour désigner l'apparition de produits internationaux sur le marché local, par des productions régionales possédant quelques caractéristiques internationales mais gardant tout de même une essence propre à un pays. Pour bien comprendre ce procédé, intéressons-nous à un schéma créé par deux chercheurs coréens (fig. 63).

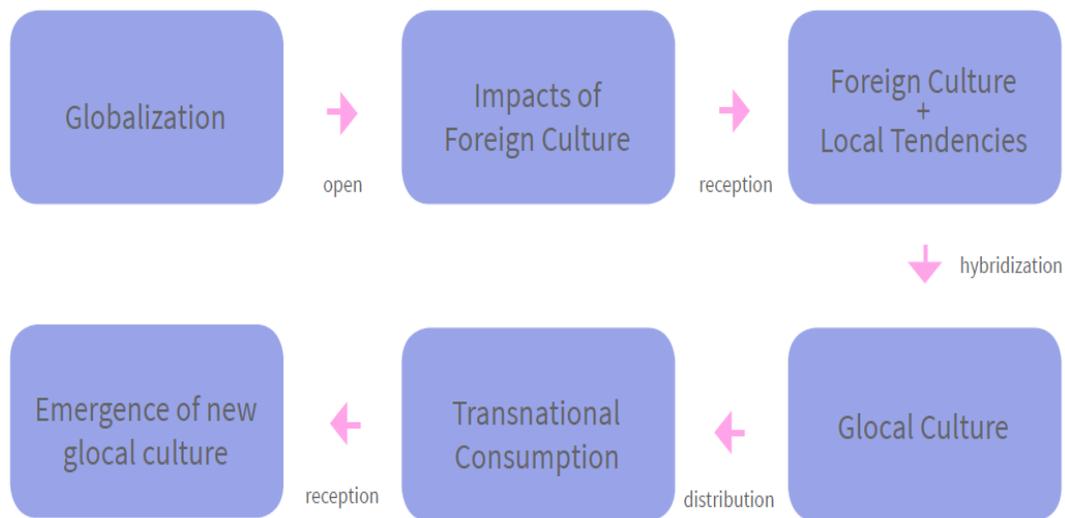


Figure 63: Processus de développement de la mondialisation. © Wohno Jang et Byungmin Lee.

Ainsi, la mondialisation impacte directement les cultures étrangères. Ces dernières vont alors subir une hybridation progressive intégrant à la fois des caractéristiques locales et étrangères et donner naissance à une première culture globale dans un pays. Mais comme cette dernière s'exporte et est distribuée à l'internationale, elle est de nouveau consommée par un nouveau pays récepteur qui intègre lui aussi des caractéristiques étrangères et locales qui donnent à son tour naissance à une culture globale différente. Ce schéma démontre ainsi que toute culture est interdépendante et s'influence dans un processus cyclique et continu. Maintenant que le concept est défini, passons à la mondialisation coréenne.

182 JANG, Wonho., SONG, Jung Eun. Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Globalization. In : *Kritika Kultura*. [en ligne]. N°29, pp. 173-172. Disponible sur < <https://journals.ateneo.edu/ojs/index.php/kk/issue/view/KK2017.029> > (consulté le 06/05/2021).

B – La mondialisation coréenne : la culture *Hallyu* et la *Korean Wave*

Lorsque l'on s'intéresse au webtoon et à sa mondialisation, il est obligatoire de le prendre dans un ensemble bien spécifique, à savoir la *Korean Wave*, nom qui pourrait être traduit par la « vague coréenne » qui touche de nombreux pans de la culture¹⁸³. Aussi appelée *Hallyu* en référence au terme chinois Hanliu, cette expression désigne un phénomène de société débuté en Asie au début des années 2000 lorsque la « sous-culture » coréenne a commencé à s'exporter. Cette culture *Hallyu* a ainsi permis au monde entier de s'intéresser aux différentes productions culturelles et notamment avec l'explosion du genre de la K-pop en Chine en premier lieu puis à l'internationale¹⁸⁴. Ainsi, la « première vague » de la musique et des *idols* (nom donné aux stars coréennes) s'est diffusée avec des groupes comme Clon. La culture populaire continue alors à se développer petit à petit notamment auprès des jeunes femmes chinoises ou japonaises.

Les chercheurs se sont alors demandés pourquoi la pop-culture coréenne arrive à facilement se répandre auprès des pays limitrophes. En effet, contrairement à l'anglais qui est une langue parlée dans plusieurs territoires, le coréen reste une langue que peu de monde, excepté les Coréens, utilise pour communiquer. Joseph Straubhaar, professeur de journalisme à l'université d'Austin, au Texas¹⁸⁵, apporte une première réponse à ce phénomène de la culture *Hallyu*. Pour lui, c'est ce qu'il définit comme la « proximité culturelle », à savoir les ressemblances dans la mode, la religion, la musique, et autre qui facilite l'exportation d'une culture coréenne auprès des pays voisins¹⁸⁶. Si cette explication permet de comprendre l'engouement asiatique, il ne permet toutefois pas de comprendre le phénomène mondial de la *Korean Wave*. Si l'on en croit le sociologue John Lie, professeur de sociologie à l'université de Berkley, en Californie, et auteur de *Han Unbound : The Political Economy of South Korea* publié en 1998¹⁸⁷, il existerait trois facteurs qui ont permis l'expansion de la « vague coréenne »

183 KIM, Youna., BARON, Esther (trad.). *Soft power et nationalisme culturel : la vague coréenne*. In : *Outre-Mer*. [en ligne]. N°39, vol. 2, 2014. Mis en ligne le 24/09/2014. Disponible sur < <https://www.cairn.info/revue-outre-terre2-2014-2-page-331.htm> > (consulté le 03/08/2021).

184 LEE, Sangjoon., NORNES, Abé Mark. *Hallyu 2.0 The Korean Wave in the Age of Social Media*. États-Unis : Presses de l'Université du Michigan, 4^e édition, 2018, pp. 5-6.

185 School of Journalism and Media. Joe Straubhaar. In : *University of Texas at Austin*. [en ligne]. Disponible sur < <https://journalism.utexas.edu/faculty/joe-straubhaar> > (consulté le 03/08/2021).

186 LEE, Sangjoon., NORNES, Abé Mark. *Ibid.*, p. 7.

187 Berkley Sociology. John Lie. In : *BerkleySociology*. [en ligne]. Disponible sur < <https://sociology.berkeley.edu/faculty/john-lie> > (consulté le 03/08/2021).

à l'internationale. Le premier est l'omniprésence et la sexualisation de la musique pop américaine qui avec la K-pop voit apparaître une alternative. Ensuite, la K-pop est très valorisée par le gouvernement coréen qui soutient l'expansion de la culture populaire¹⁸⁸. Ainsi, le Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme alloue un budget de 5,5 milliards de dollars pour son développement de l'ensemble de la pop culture (télévision, divertissement, films, webtoons, etc.) et 1 milliard supplémentaire est utilisé pour l'export de la culture coréenne à l'étranger. « Le gouvernement coréen voit là un moyen de vendre une image dynamique de la nation à travers son *soft power*¹⁸⁹. » Cela permet ainsi de revaloriser la Corée auprès des différents pays de par son aspect culturel et peut également attirer d'un point de vue idéologique, politique ou sociétal tout en améliorant l'export de la culture *Hallyu*. Enfin, outre l'implication du gouvernement, il faut également noter l'impact du numérique dans la mondialisation de la culture coréenne. En effet, les réseaux sociaux ont permis un véritable engouement autour de ces produits comme le montre le clip de *Gangnam Style* qui a longtemps été la vidéo la plus vue sur *YouTube*¹⁹⁰. Et au travers de telles vidéos, il a également été possible de relever l'un des aspects les plus importants pour la culture coréenne : l'application des artistes, la qualité visuelle et musicale et les sommes allouées pour un tel résultat¹⁹¹. Cette réussite à l'internationale a permis à la Corée du Sud et au peuple coréen de développer une influence indéniable de leur culture de par le monde.

Maintenant que nous avons expliqué comment fonctionne la mondialisation de la *Korean Wave* en général, nous allons nous intéresser aux produits en lien direct avec l'engouement pour la culture webtoon, à savoir les *drama* et les films les adaptant.

C – Adaptations télévisuelles et filmiques : clés de la mondialisation du webtoon

Comme nous avons dit jusqu'alors, la vague coréenne est un ensemble d'éléments culturels qui s'est par la suite exporté à l'internationale. Nous avons ainsi exposé que c'est la musique qui a tout d'abord marqué un tournant dans la culture *Hallyu* autant en Asie que partout ailleurs. Mais nous

188 ROLL, Martin. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Culture Economy and Pop Culture. **In** : *Martin Roll*. [en ligne]. Publié en août 2020. Disponible sur < <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/> > (consulté le 03/08/2021).

189 KIM, Youna., BARON, Esther (trad.). *Idem*.

190 Voir note précédente.

191 LEE, Sangjoon., NORNES, Abé Mark. *Ibid.*, p. 8.

n'avons pas encore abordé la *Korean Wave* qui a aussi permis une démocratisation de la BD nativement numérique coréenne, à savoir les adaptations au cinéma ou à la télévision. Nous avons déjà pu voir précédemment que l'un des plus gros succès du webtoon à ses débuts a été *Cheese in the Trap*. Et cette série n'a pas été connue que pour son écriture ou ses sujets de société mais aussi par les deux adaptations qui en ont été faites. En effet, contrairement à la règle généralement qui consiste en une adaptation soit en *drama*, soit en animé soit en film, *Cheese in the Trap* a eu droit à une série et un film. À notre connaissance, cette particularité n'a pas été réitéré même avec des séries très connues comme *True Beauty*. Et cette adaptation (fig. 64) annoncée en 2014 voulait absolument promouvoir le webtoon de la meilleure des manières. Il a donc été décidé que le producteur serait Lee Yoon-jung, ayant au préalable travaillé sur *Coffee Prince*, célèbre *drama*, mais aussi que l'un des acteurs phares serait Park Hae-jin, une star populaire de la culture *Hallyu*¹⁹². La série est finalement sortie en 2016 et a été plutôt bien accueillie, du moins à ses débuts, et notamment par le marché chinois. Pourtant, le casting a été critiqué par des fans du webtoon d'origine dont un groupuscule était très pointilleux sur le respect de l'histoire de base. Mais paradoxalement, ceux sont eux, en parlant énormément sur les réseaux sociaux, qui ont réussi à mettre en lumière le webtoon et la série, le tout permettant une parfaite mise en place du transmédia¹⁹³.

Le webtoon s'est également fait connaître non pas par le visionnage de la série mais aussi par les critiques de fans et surtout de la webtooneuse Soonkki qui a réagit aux nombreuses modifications faites par la production dans son scénario et a aussi défendu ses fans lors d'opérations marketing qui valorisaient les spectateurs du *drama* tout en dénigrant les lecteurs du webtoon de base qui exposaient les problèmes de l'adaptation. Les producteurs ont finalement décidé de s'excuser publiquement rendant l'histoire de *Cheese in the Trap* encore plus connue par ce scandale. Il semblerait que c'est également cette situation qui a conduit à la réalisation d'un film annoncé en 2016 et qui se rapproche bien plus du matériau de base ainsi que du casting rêvé par les fans. Pourtant encore une fois, le film n'a pas entièrement convaincu puisqu'il a résumé les 292 épisodes de webtoon en deux heures, coupant de nombreux passages, allégeant les



Figure 64: Affiche promotionnelle du drama télé *Cheese in the Trap*.
© tvN / Netflix / Viki.

192 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung., YANG, Jack., et al. Global transcreators and the extension of the Korean webtoon IP-engine. In : *Media, Culture and Society*. [en ligne]. PDF. Vol. 42, I. Australie : Université de Wollongong. 2020, p.

45. Disponible sur < <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0163443719867277> > (consulté le 04/04/2021).

193 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung., YANG, Jack., et al. *Ibid.*, p. 46.

relations entre personnages et intensifiant les multiples passages violents plus que nécessaire. Le résultat n'a pas su convaincre son audimat, certains adorant, d'autres détestant mais a tout de même permis encore une fois à la BD de se faire connaître¹⁹⁴.

Mais il ne faut pas croire que les webtoons ne peuvent pas être bien adaptés en live et que les critiques qui les font connaître ne sont pas que négatives. En effet, si l'on s'en réfère à Webtoon Planet, la référence francophone sur le monde des webtoons, plusieurs adaptations ont réussi à enthousiasmer autant les lecteurs que les néophytes. Dans son article « 5 des meilleures adaptations de webtoons ! », Cécile Leca nous résume ainsi le synopsis des différentes productions mais aussi ce qui, à son avis, vaut la peine d'être notifié comme par exemple avec *Itaewon Class* qui parle du passage à l'âge adulte et dont la mise en scène de certaines scènes et les réflexions multiples autour de la société coréenne semblent être des plus appréciables dans ce *drama*¹⁹⁵. Mais le titre qui retiens ici notre attention est surtout *What's Wrong with Secretary Kim ?* En effet, ce webtoon qui était à la base un roman, a ensuite été adapté à

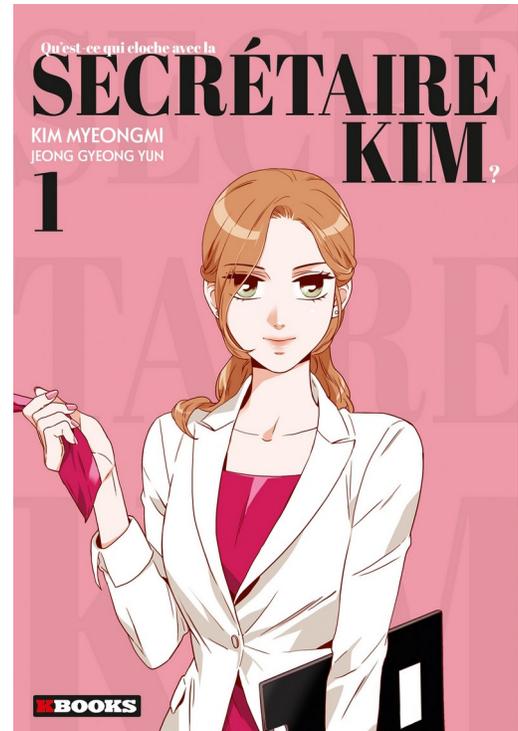


Figure 65: Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim ?, tome 1.

© 2016 Kim Myeong Mi

l'écran. Félicité pour sa fidélité extrême au support d'origine, au point que des plans reprennent des cases, que les acteurs ressemblent pratiquement trait pour trait aux dessins ou encore que des détails comme les motifs et les tenues vestimentaires sont directement tirés du webtoon. Et si cette œuvre ressort, ce n'est pas uniquement pour ce respect de l'original mais aussi et avant tout car ce titre a été publié en France dans la collection Kbooks de Delcourt (fig. 65). Sorti sous le titre de *Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim ?*, ce webtoon format papier semble avoir été décidé après le succès critique de la BD et de son adaptation en Corée. Rien n'est confirmé puisque *Solo Leveling* ou encore *Bâtard* n'ont pas de portage à l'écran mais il semble tout de même intéressant de noter que des titres du même genre ou du même auteur ont su se démarquer du reste de la concurrence. Cette réflexion ne s'applique évidemment pas à *True Beauty* qui a eu droit à son *drama* en 2020 et dont l'autrice parle

194 YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung., YANG, Jack., et al. *Ibid.*, pp. 48-50.

195 LECA, Cécile. 5 des meilleures adaptations de webtoons !. In : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 02/09/2020.

Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/5-des-meilleures-adaptations-de-webtoons/> > (consulté le 04/08/2021).

avec enthousiasme¹⁹⁶. Aussi, si *Bâtard* n'a pas eu son adaptation télévisuelle ou cinématographique, *Sweet Home* du même auteur en a eu une avec des critiques très positives. Ce qui en a fait son succès, le plaçant dans le top 5 Netflix France à sa sortie, c'est son anti-héros dont l'histoire est très touchante comme celle de nombreux autres personnages mais aussi l'ambiance sombre et oppressante qui se dégage en permanence. C'est en tout cas ce que souligne Faïza Rahmouni dans son article¹⁹⁷. Et il est intéressant de noter que ces points forts alloués à *Sweet Home* se retrouvent également dans *Bâtard*. Nous avons affaire à des thriller, l'un horrifique et l'autre psychologique, dont le héros permet de part son histoire de facilement s'y attacher. Il est possible que Ki-oon est d'abord décidé de publier son titre car il est un peu moins connu que son homologue et que le succès du *drama* à l'international mais surtout en France a été l'élément décisif. Il est également possible que les droits de *Sweet Home* soient trop élevés pour un premier test de la nouvelle collection Toon. Mais une chose semble certaine, l'enthousiasme autour de l'adaptation a joué dans la parution du titre sous forme papier.

Nous n'avons abordé jusqu'à présent que les adaptations en *live action*, c'est-à-dire celles utilisant de vrais acteurs, car ce sont les plus répandues sur le marché. Pourtant, trois séries d'animation ainsi qu'une mini-série directement sur internet existent également. Ce sont très certainement ces dernières et leur succès critique ou encore la multitude d'adaptation de mangas qui ont permis la publication de *Solo Leveling* ou de *Noblesse* au format papier chez Delcourt. En effet, comme nous l'avons déjà montré précédemment, certains webtoons se rapprochent beaucoup des mangas *shônen*, une catégorie qui possède une très solide *fanbase*. Et beaucoup d'entre eux exposent des thématiques comme le combat, la survie ou encore le dépassement de soi. De plus, ces adaptations sont généralement l'œuvre de studios japonais, spécialisés dans l'animation de scènes de combat ou de romance. Il est possible que ce soit cette alliance, cette hybridation des genres et des styles qui est permis l'engouement autour de titres comme *Solo Leveling* ou *Tower of God*, les deux ayant ensuite eu droit à une sortie au format papier en France¹⁹⁸. Quoi qu'il en soit, il est indéniable, aux vues de ces quelques exemples, que les adaptations participent pleinement à la mondialisation du webtoon.

196 BTS. "True Beauty" L'auteur de Webtoon partage ses réflexions sur l'adaptation et le casting du drama. **In** : *BTS KPOP*. [en ligne]. Publié le 02/12/2020. Disponible sur < <https://bts-kpop.fr/true-beauty-lauteur-de-webtoon-partage-ses-reflexions-sur-ladaptation-et-le-casting-du-drame/> > (consulté le 04/08/2021).

197 RAHMOUNI, Faïza. Sweet Home : le phénomène webtoon sur Netflix. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 26/12/2020. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/sweet-home-le-phenomene-webtoon-sur-netflix/> > (consulté le 04/08/2021).

198 Ermite Moderne. Comment Tower of God / Webtoon peuvent conquérir les Animés ?. **In** : *YouTube*. [en ligne]. Vidéo. Mise en ligne le 10/05/2020. Disponible sur < <https://www.youtube.com/watch?v=Z7vgeL76usg> > (consulté le 02/01/2021).

Chapitre 2 – Vers la mondialisation : Webtoon (Naver), Lezhin, Tappytoon, Tapas, Toonmics

Après avoir vu comment se développe la culture *Hallyu* de par le monde, notamment au travers de la musique et des *drama* et avoir vu que certaines séries ou films développent d'avantage le monde du webtoon, nous pouvons à présent parler de la mondialisation de la BD coréenne. Et pour se faire nous allons nous intéresser à quatre applications et sites qui ont exporté les webtoons. Commençons donc par parler du lancement international de Line Webtoon.

A – Line Webtoon à la conquête du monde

1. Line Webtoon et le public international

Nous avons vu précédemment que la plateforme Webtoon, appartenant à Naver, a été l'une des premières à réellement se développer au point de devenir le leader du marché de la BD coréenne. Et en plus de cela, Line Webtoon a été la première plateforme à s'exporter à l'internationale, en 2014. Et pour ce lancement, en premier aux États-Unis, il a été décidé par les diffuseurs et les ayant droit qu'une cinquantaine de séries seraient directement disponibles en anglais, la liste comprenant notamment des titres phares comme *Noblesse*, *Tower of God* ou encore *The God of High School*¹⁹⁹. Les lecteurs semblent rapidement se familiariser avec cette nouvelle applications car ils connaissent et consomment déjà des webcomics. Toutefois le créateur de Line Webtoon, Jun Koo Kim, semble indiquer que ce qui fait le succès de cette application ainsi que du site c'est qu'ils proposent gratuitement des webtoons, et ce, de manière quotidienne. Il est alors possible de lire régulièrement une œuvre que l'on apprécie, simplement en lançant l'application sur son téléphone portable²⁰⁰. Jun Koo insiste particulièrement sur l'importance du défilement vertical dans cet engouement pour la lecture sur écran, exposant que c'est

199 Cision. Popular Mobile Webcomic Service, LINE Webtoon, Debuts in the United States and Worldwide. **In** : *Cision*. [en ligne]. Publié le 02/07/2014. Disponible sur < <https://www.prnewswire.com/news-releases/popular-mobile-webcomic-service-line-webtoon-debuts-in-the-united-states-and-worldwide-265512371.html> > (consulté le 06/08/2021).

200 CABEAL, Dustin. An interview with Junkoo Kim creator of Line Webtoon. **In** : *Comic Bastards*. [en ligne]. Publié le 27/02/2015. Disponible sur < <https://comicbastards.com/comics/an-interview-with-junkoo-kim-creator-of-line-webtoon> > (consulté le 06/08/2021).

cette expérience qui permet de captiver l'attention du lecteur. La lecture participative ainsi que les interactions font également le succès de Line Webtoon et la différencie complètement de service comme ceux de comiXology, une application pionnière dans la lecture de bande dessinées en ligne aux États-Unis²⁰¹. Ce qui a également fait le succès de Line Webtoon du point de vue des artistes, c'est que cette plateforme propose régulièrement des concours pour pouvoir publier des œuvres sur cette dernière dont le premier prix s'élève à 2000 \$ et laisse la possibilité aux auteurs de créer leurs propres boutiques. De plus cette plateforme possède un très large choix dans son catalogue ce qui permet de ne pas brider les artistes et de laisser les lecteurs lire ce qui leur plaît²⁰². Cet engouement des États-Uniens pour les webtoons s'est ensuite peu à peu développé de par le monde. Un service thaïlandais a ouvert en 2014, un autre japonais en 2016. Line Webtoon a si bien su se démarquer de la concurrence qu'en 2017, Naver Webtoon Coporation²⁰³ a pu voir le jour, permettant à l'entreprise de réellement pouvoir être considérée comme l'une des plateformes webtoon les plus lucratives - 307 milliards de dollars annuels estimés²⁰⁴. Toujours en 2017, Naver décide de racheter le centre de recherches Xerox de Grenoble qui devient à la place Naver Labs France, permettant par la même occasion de récupérer toutes les recherches faites sur l'intelligence artificielle²⁰⁵. Un service français est été lancé en 2019, et la plateforme prend le nom de Webtoon pour les différents pays européens. Toujours en 2019, l'industrie du webtoon a enregistré un chiffre d'affaire avoisinant les 640 milliards de won (environ 475 millions d'euros), notamment au travers des chiffres d'affaire de Naver et Kakao, montrant par la même occasion que le webtoon continue d'être l'un des éléments culturels coréens les plus lus et appréciés partout dans le monde²⁰⁶.

Nous avons jusqu'alors vu le développement de l'entreprise hors de la Corée du Sud de manière générale. Analysons à présent les différents changements qui ont été opérés pour faciliter l'exportation du webtoon à l'internationale.

201 Elisabeth@TFAW. Digital Comics Pioneer comiXology Discusses Its Past and Future. **In** : TFAW. [en ligne]. Publié le 24/01/2011. Disponible sur < https://archive.ph/20130203155953/http://www.tfaw.com/blog/2011/01/24/digital-comics-comixology/?qt=ea_wiki_comixology > (consulté le 06/08/2021).

202 CABEAL, Dustin. *Idem*.

203 Naver Webtoon. *Compagny*. **In** : Webtoon Corp. [en ligne]. Disponible sur < <https://webtoonscorp.com/en/> > (consulté le 02/02/2021).

204 Owler. Webtoon. **In** : Owler. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.owler.com/company/webtoons> > (consulté le 02/02/2021).

205 BERGÉ, Frédéric. Le Coréen Naver rachète le centre de recherches de Xerox à Grenoble. **In** : BFM Business. [en ligne]. Publié le 27/06/2017. Disponible sur < https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/services/le-coreen-naver-rachete-le-centre-de-recherche-de-xerox-a-grenoble_AN-201706270144.html > (consulté le 08/08/2021).

206 Yonhap. Le secteur des webtoons a enregistré 640 milliards de won de vente en 2019. **In** : Agence de Presse Yonhap. [en ligne]. Publié le 23/12/2020. Disponible sur < <https://fr.yna.co.kr/view/AFR20201223003200884> > (consulté le 06/08/2021).

2. Développement du webtoon à l'étranger : adaptation et traduction

Comme déjà dit plus tôt, Line Webtoon s'est exporté en premier lieu aux États-Unis avant de continuer à se développer dans le monde entier. Et pour se faire il a donc fallu mettre en place une application pouvant se télécharger sur le Google Store et s'adaptant aux politiques commerciales mises en place par la plateforme. Ainsi, si l'on s'en réfère au Règlement du programme pour les développeurs (entrée en vigueur le 1^{er} mars 2021)²⁰⁷ il est possible d'y voir les différents éléments interdits sur les applications. Ainsi, nous pouvons par exemple y voir qu'il est interdit de présenter du contenu pouvant mettre en danger les mineurs comme la pédopornographie par exemple. Mais les contenus qui nous intéressent particulièrement sont ceux jugés inappropriés. En effet, bien que nous allons le voir plus en particulier dans les exemples de Lezhin, Delitoon et bien d'autres, il est absolument impossible de montrer de manière explicite de la sexualité, quelle qu'elle soit, sur une application. Si l'on s'en réfère aux différents services d'aides des applications, ces dernières écrivent qu'en raison de la politique de Google (différent de celle d'Apple qui autorise les contenus « pour adultes » sous certaines conditions²⁰⁸) il leur est interdit de présenter du contenu pour adulte. Toutefois, cela ne veut pas dire qu'il n'existe pas de contenu mature dans les webtoons. Bien qu'il soit impossible de le montrer sur application, il est tout à fait légal de le proposer sur les différents sites en lien avec les applications. Il peut également arriver qu'un titre soit accessible dans une version censurée sur une application et que la version non-censurée soit elle accessible sur le site internet. C'est par exemple le cas de *Dear Door* qui possède une version dite adulte²⁰⁹ ainsi qu'une version édulcorée²¹⁰.

Outre l'adaptation du contenu en lien avec la plateforme Google intrinsèque aux applications, il a également fallu adapter le texte aux différents lecteurs et ainsi traduire les textes. Webtoon a été le premier à développer cet aspect du monde éditorial. Il a donc mis en place deux services, un premier qui fait intervenir des professionnels et qui a indiscutablement participé à la mondialisation du support²¹¹, et un second qui fait appel au volontariat des fans : Webtoon Translate²¹². Mais l'un comme l'autre doivent respecter plusieurs règles pour homogénéiser l'ensemble. Il est donc primordial de

207 Aide Console Play. Règlement du programme pour les développeurs (entrée en vigueur le 1^{er} mars 2021). Disponible sur < https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/10477564?hl=fr&ref_topic=9877065 > (consulté le 02/02/2021).

208 FURNO, Nicolas. L'App Store et le contenu adulte. **In** : *iGeneration*. [en ligne]. Publié le 21/07/2009. Disponible sur < <https://www.igen.fr/app-store/l-app-store-et-le-contenu-adulte-8401> > (consulté le 08/08/2021).

209 Delitoon. (Adulte) Dear Door. **In** : *Delitoon*. Disponible sur < <https://www.delitoon.com/webtoon/dear-door-a> > (consulté le 02/02/2021).

210 Delitoon. Dear Door. **In** : *Delitoon*. Disponible sur < <https://www.delitoon.com/webtoon/dear-door> > (consulté le 02/02/2021).

connaître en priorité la typographie propre aux webtoons. Webtoon Planet a parfaitement développé cet aspect dans son article « Les codes typographiques du webtoon » écrit après avoir interrogé le studio Makma, l'agence Babel Gomme (des traducteurs professionnels) mais aussi le collectif amateur Monster No Scantrad²¹³. Ainsi, si l'on en croit Babel Gomme, il est essentiel de prendre en compte le lettrage lorsque l'on adapte un webtoon dans une autre langue pour une parfaite lisibilité²¹⁴.

« Dans le cas des mangas, comics et BD, la taille de la typo doit rester aussi homogène que possible sur l'ensemble de l'ouvrage. Tous les dialogues et narratifs doivent être écrits avec la même taille. Ça participe autant à la lisibilité qu'à la cohérence graphique de l'ensemble. Bien sûr, il y aurait encore beaucoup à dire, mais pour l'essentiel retenons que dans les webtoons, ce qui prime, c'est la lisibilité et l'esthétique de la case qui est lue à l'écran. La taille du texte doit d'abord être comprise sans effort ! Ensuite, il faut préserver un équilibre entre la taille des dialogues et leur proportion par rapport au reste des éléments présents à l'écran : les pensées, onomatopées et autres sons en tout genres²¹⁵. »

Chaque traducteur ou groupe de traduction doit donc se rapprocher ces codes pour ensuite les exploiter et les homogénéiser comme eux l'entendent. Il est donc essentiel de se créer une bible d'adaptation qui comprend les différents noms, onomatopées, tailles, etc. pour être certain de bien traduire un titre et que son lettrage ne soit pas affecté par un quelconque changement. Aussi la traduction au mot à mot n'est pas forcément la meilleure solution, il est indispensable de pouvoir l'adapter sans pour autant dénaturer le message d'origine. Enfin, il est essentiel de reconnaître les faux amis pour ne pas changer le sens d'une phrase ou d'un contexte ce qui peut s'apparenter au travail fait sur les mangas²¹⁶. Toutefois, il semblerait qu'il y ait tout de même des différences spécifiques au format webtoon notamment au niveau de l'organisation du travail et du rendement.

211 Siran. Webtoons and the Role of Webtoon Translation for Globalization. **In** : *CCCI*. [en ligne]. Publié le 28/06/2021. Disponible sur < <https://ccci.am/webtoons-role-of-webtoon-translation-for-globalization/> > (consulté le 15/05/2021).

212 Webtoon Translate. Become a Contributor. **In** : *Webtoon Translate*. [en ligne]. Disponible sur < <https://translate.webtoons.com/guide> > (consulté le 05/08/2021).

213 Webtoon Planet. Les codes typographiques du webtoon. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 28/12/2020. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/codes-typographiques-du-webtoon/> > (consulté le 06/08/2021).

214 Babel Gomme. Lettrage webtoon. **In** : *Babel Gomme*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.babelgomme.com/lettrage/lettrage-webtoon/> > (consulté le 06/08/2021).

215 Citation de Stephan Boschat. Voir note 208.

216 CERNA (dela), Ian. Manga Translation Pitfalls and Quick Tips. **In** : *CCCI*. [en ligne]. Publié le 28/06/2021. Disponible sur < <https://ccci.am/manga-translation-pitfalls-and-quick-tips/> > (consulté le 05/08/2021).

« La traduction d'un webtoon demande une organisation un peu différente. Déjà, au niveau du rendement, il s'agit de traduire vite pour pouvoir fournir une version française aux fans dès que possible²¹⁷. »

Il est également nécessaire de savoir que contrairement à la grande majorité des traductions qui sont implémentées à l'aide de Indesign, les traducteurs/lettreurs de webtoon utilisent beaucoup plus fréquemment Photoshop ce qui différencie la traduction de webtoon de toute autre format²¹⁸. Bien que la traduction et le lettrage tendent à se normaliser, le support reste en constante évolution. Il est donc tout à fait possible que de nouveaux codes graphiques ou typographiques apparaissent dans l'avenir et que les professionnels comme les amateurs soient obligés de changer leur fonctionnement actuel.

Enfin, l'adaptation des plateformes et du webtoon pour le public international a amené à l'apparition de nouveaux artistes à travers le monde.

« Les auteurs de webtoons ne sont plus uniquement coréens, mais viennent aujourd'hui de pays très divers. Les États-Unis constituent notamment l'un des plus importants territoires exportateurs de séries dessinées sur smartphone. Les barrières culturelles et linguistiques disparaissent chaque jour un peu plus, pour le plus grand plaisir des fans : les webtoons ont devant eux un avenir radieux²¹⁹. »



Figure 66: Boys will be boys, épisode 1. © Pralinus Webtoon Entertainment Inc. https://www.webtoons.com/fr/challenge/boys-will-be-boys/list?title_no=661924

217 Citation d'Angélique Lambert. MAKMA. Adaptation de webtoon : traduction et lettrage. **In** : Makma. [en ligne]. Publié le 19/04/2020. Disponible sur < <https://www.makma.com/2020/04/19/adaptation-de-webtoons/> > (consulté le 09/08/2021).

218 Webtoon Planet. *Idem*.

219 MAKMA. *Idem*.

Il est donc normal de retrouver sur Webtoon des artistes coréens comme Yongje Park (*The God of High School*), étasuniens comme Mongie (*Let's Play*) ou encore français comme Pralinus (fig. 66). Comme il a été dit dans la citation de Makma, le webtoon se diversifie autant dans son style que dans son lectorat ou dans ses artistes ce qui permet une facile mondialisation du média à l'internationale.

Maintenant que nous avons traité de Line Webtoon ou encore exposé sur comment le phénomène webtoon se développe par l'adaptation (support, langue, diversité) et la traduction, intéressons-nous à un autre acteur de la mondialisation : la plateforme Lezhin.

B – Lezhin et le marché du BL²²⁰

Nous avons déjà rapidement abordé Lezhin comme l'un des concurrents potentiels à Line Webtoon ou encore à Daum lorsque nous avons parlé des premières plateformes éditant du webtoon. Pourtant, nous n'avons pas fait son historique ni développé pourquoi ce site ainsi que son application sont autant apprécié. Revenons-en donc à la genèse de Lezhin avant de voir une des particularité qui en font son succès : le *BL*.

1. Histoire de Lezhin

La plateforme Lezhin a été lancée en 2013 en tant qu'entreprise indépendante et privée par Lee Sung-eob²²¹. Elle a également été la première à rémunéré ses auteurs et a donc révolutionné la création de webtoon ainsi que son marché. Cela, accompagné par son fonctionnement *freemium*, lui ont permis d'attirer l'attention d'entreprises telles que NCSOFT qui a investi 5 milliards de wons (environ 37 000 euros). En 2014, Lezhin décide de se rapprocher du département d'études de la bande dessinée de l'université de Sangmyoung pour dénicher de nouveaux auteurs en devenir. Cette même année, Lezhin propose 400 titres, devenant alors, un temps, la plus grosse entreprise de webtoon²²². Deux ans après

220 Acronyme de *boy's love*, littéralement "amour de garçon", une catégorie d'abord développée dans le manga se concentrant sur les romances homosexuelles entre deux hommes. Ici ce sont des autrices qui créent des histoires à destination première des femmes. Parfois appelé *yaoi*. À ne pas confondre avec du *bara* ou *gay comic* qui sont dessinés par des hommes pour un public homosexuel.

221 Oowler. Lezhin. **In** : Oowler. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.owler.com/company/lezhin> > (consulté le 05/08/2021).

222 Techforkorea. Lezhin Comics Hopes to Foster New Webtoonists with Sangmyoung University. **In** : *Platum*. [en ligne]. Publié le 19/1/2014. Disponible sur < <https://platum.kr/archives/30551> > (consulté le 05/08/2021).

son lancement, Lezhin commence à s’exporter à l’étranger. Ainsi, en juillet 2015, le service japonais de Lezhin Comics débute tandis qu’en décembre de la même année c’est la version américaine qui est accessible. Lezhin devient alors, avec Line Webtoon, l’une des entreprises coréennes de webtoon les plus connues et utilisées en Corée comme à l’internationale. Ce nouveau succès attire de nouveau l’attention et IMM investit alors 50 milliards de wons, soit un peu moins de 370 000 euros²²³. En 2017, Lezhin devient la première plateforme de webtoon à recevoir de la part du gouvernement coréen la certification ISMS (*Information Security Management System*), un système qui protège toutes les données de ses clients de manière très fiable²²⁴. Cette même année, l’entreprise a pu participer à la Anime Expo 2017, la plus grosse convention autour des *animé* des États-Unis mais a aussi atteint le palier des 10 millions d’utilisateurs enregistrés sur la plateforme. Enfin, l’année 2017 a aussi permis à Lezhin d’entrer dans le monde des *drama* par la signature d’un contrat avec UL Entertainment²²⁵. L’année 2018 sonne, elle, un véritable engouement sur le marché américain, Lezhin ayant gagné 10 millions de dollars (environ 8 451 550 euros). Lezhin a également été élu numéro 1 du top des applications de lecture de bande dessinée sur le Google Store en 2018²²⁶ tandis qu’aujourd’hui elle est douzième²²⁷. En 2019, Lezhin a lancé Lezhin Studio pour produire ses propres *drama* ainsi que ses films²²⁸.

Enfin, Lezhin est un groupe qui rassemble de nombreuses entreprises dont Lezhin Entertainment mais aussi Kidari Studio, propriétaire de Bomtoon mais aussi, depuis 2019, de Delitoon²²⁹. Nous en reparlerons d’avantage dans le développement sur cette entreprise francophone mais il est essentiel de l’évoquer ici.

Lezhin est donc aujourd’hui l’une des plus grosses entreprises de webtoon au monde, notamment avec son catalogue qui possède un grand nombre de *boys’ love*. Mais avant de nous attarder sur ce dernier il est important de développer sur ce genre.

223 Lezhin. About. **In** : *Lezhin*. [en ligne]. Disponible sur < <https://about.lezhin.com/en> > (consulté le 02/02/2021).

224 Dekra. Information Security Management System (ISMS). **In** : *Dekra*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.dekra.com/en/information-security-management-system-isms/> > (consulté le 05/08/2021).

225 LEE, In-kyung. UL Entertainment and Lezhin Entertainment to “create new added value”. **In** : *Joongang*. [en ligne]. Publié le 22/05/2017. Disponible sur < <https://news.joins.com/article/21594210> > (consulté le 05/08/2021).

226 Lezhin. *Idem*.

227 Similarweb. Classement des applications mobiles. **In** : *Similarweb*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.similarweb.com/fr/apps/top/google/store-rank/us/comics/top-grossing/> > (consulté le 05/08/2021).

228 PARK, Chul-hyun. Lezhin Enter, the largest shareholder of Lezhin Studio Reinforcement of webtoon IP video production. **In** : *Chosun*. [en ligne]. Publié le 15/04/2019. Disponible sur < http://it.chosun.com/site/data/html_dir/2019/04/15/2019041500549.html > (consulté le 05/08/2021).

229 Kidari Studio. History. **In** : *Kidari Studio*. [en ligne]. Disponible sur < <http://kidaristudio.com/company> > (consulté le 05/08/2021).

2. Retour historique et décryptage du boy's love

Il est intéressant de s'attarder aux webtoons BL car contrairement à la majorité des œuvres qui diversifient la manière de représenter les personnages, il semblerait que les protagonistes de *boy's love* continuent à respecter les codes de représentation mis en place par les Japonais. Il est donc essentiel de s'intéresser à l'art du manga pour mieux comprendre ces derniers. Ainsi, la grande majorité des personnages masculins répondent encore aujourd'hui à la règle du *bishônen*, littéralement « beau garçon », un concept qui rassemble la beauté féminine des mangas, la *bishôjo*, l'androgynie ainsi que des caractéristiques européennes²³⁰. Cette image de la beauté masculine semble être tirée de plusieurs modèles comme des *shunga*, les estampes érotique ou pornographiques, qui se sont développés dès le Moyen Âge japonais, de la cérémonie du *wakashûdo* qui unissait un samouraï à un jeune homme, ou encore du théâtre de *kabuki* qui a, durant un temps, été joué par de jeunes hommes androgynes dans certains quartiers de plaisir médiévaux. Il est également possible de rapprocher certains codes graphiques aux revues de Takarazuka, des pièces musicales dont tous les rôles sont attribués à des femmes²³¹.

Ce concept du *bishônen* a lui-même donné naissance à deux autres concepts autant utilisés dans les mangas que dans les webtoons, à savoir le *seme* et le *uke*, termes aujourd'hui remplacés par *top* et *bottom* ou dominant et dominé. Ces deux stéréotypes possèdent encore de nos jours des codes physiques et/ou psychologiques qui permettent de facilement les distinguer et ainsi informer par la même occasion les lecteurs de leurs rôles dans l'intrigue. Si l'on cherche à parfaitement créer un de ces personnages, il est possible de s'intéresser à des méthodes comme celle proposée par la *mangaka* de BL Botan Yamada qui détaille parfaitement chaque élément du corps ou du visage à prendre en considération dans son dessin. Ainsi, à la page 25 de son *Let's Draw Manga Yaoi*, elle explique par exemple qu'un visage plus allongé permet de donner un côté masculin et plus adulte à un personnage tandis qu'un visage plus arrondi le rend au contraire plus juvénile. Elle précise plus tard que les yeux permettent de facilement distinguer qui est le *seme*, avec ses yeux fins et étirés, du *uke* aux yeux grands et arrondis. Elle distingue aussi le corps du dominant qui est généralement plus grand et musclé que

230 WELKER, James. Beautiful, Borrowed and Bend : « Boys' Love » and Girls' Love in *Shôjo Manga* ». In : *Signs*. University of Chicago Press, vol. 31, n°3. « New Feminist Theories of Visual Culture », 2006, p. 842

231 CAMPS, Andres. *La représentation de l'homosexualité masculine dans les mangas : histoire, codes et formes de réception*. Mémoire en sciences humaines. Pau – Université de Pau et des Pays de l'Adour, 2020, pp. 70-87.

celui de son partenaire²³². À ces traits physiques s'ajoutent des caractères plus ou moins prédominant qui complètent le personnage. Aussi, un personnage *uke* est généralement plus timide ou réservé que le *seme* très sûr de lui²³³. Cela résume assez rapidement et de manière synthétique les différentes recherches qui ont été faites dans le mémoire *La représentation de l'homosexualité masculine dans les mangas : histoire, codes et formes de réception*. Toutefois, si l'on s'intéresse plus attentivement aux webtoons BL, il est possible de noter quelques nuances assez importantes pour parfaitement les distinguer des mangas BL.



Figure 67: Couverture de BJ Alex avec Ji Won (gauche) et Dong Gyun (droite) © 2017 Mingwa / Lezhin Comics



Figure 68: Couverture de Yours to Claim montrant Cain à droite, Joojin au centre et Yahwi sur la gauche © 2020 WAJE / ZZIN-BAM / Lezhin Comics

232 YAMADA, Botan. *Let's Draw Manga Yaoi*. États-Unis : Gardena, Digital Manga Publishing, 2007, pp. 28-29, 56-57.

233 CAMPS, Andres. *Op. Cit.*, pp. 55-60.

Ainsi, contrairement aux yeux des *uke* qui sont très ronds, la webtooneuse va généralement allongé légèrement en amande ces derniers et étirer encore plus les yeux des *seme*, leur donnant ainsi une caractéristique propre au format webtoon. Il est possible de voir cette nuance dans des exemples comme *BJ Alex* (fig. 67) ou *Yours to Claim* (fig. 68). Malgré ce changement mineur, il est toujours possible de distinguer le caractère ainsi que le rôle de chaque personnage, Dong Gyung et Jooin étant

uke tandis que les autres personnages, bien que rien ne soit certains à l'heure actuelle pour Cain, sont les *seme*.

Il existe une dernière différence notable dans les productions webtoons, c'est la présence assez systématique de la musculature pour les personnages dominant. Si l'on reprend une nouvelle fois l'exemple de *BJ Alex*, Ji Won est un personnage au physique très athlétique²³⁴, et donc bien plus imposant que Dong Gyung. Cette manière exacerbée de différencier *uke* et *seme* semble se rapprocher d'une tendance actuelle japonaise d'étoffer et de diversifier la représentation des corps, ce qui crée par la même occasion une facilité de lecture de l'œuvre. Les personnages comme Ji Won ne sont pas aussi musclés que ceux provenant de *bara* ou *gay manga* comme Akihiko et Hiroki de *The Journal of Hiroki* (fig. 69) mais se distinguent tout de même de



Figure 69: Couverture de *The Journal of Hiroki*. Le Rêve d'Hiroki. © Kelvyn JY

certaines productions comme *Sekaiichi Hatsukoi* (disponible chez Asuka) qui mettent plus en avant une corpulence filiforme. Mis à part ces deux points qui singularisent le webtoon BL, il continue à utiliser les différents codes mis en place par le manga japonais. Lezhin, ayant vu l'attrait pour le BL, en est devenu le principal diffuseur, se distinguant ainsi de la concurrence et devenant alors la plateforme de référence en la matière. Mais nous allons à présent voir que le contenu pour adulte se retrouve sur d'autres sites et applications et qu'il ne s'agit pas toujours de *boy's love* non plus.

234 MINGWA. *BJ Alex*. In : *Lezhin*. [en ligne]. Disponible sur < https://www.lezhinus.com/en/comic/bjalex_en/01 > (consulté le 02/02/2021).

C – Tappytoon, Tapas et Toomics : le contenu adulte

Bien développé par le lancement et l'expansion de Lezhin de par le monde, trois autres applications ont su se démarquer par leur catalogue et notamment un important contenu pour adulte, uniquement accessible via le site internet. La première d'entre elles est Tappytoon. Cette entreprise a été créée en 2013 par Sun Bang et Ernest Woo, possède un siège social en Corée, et propose de nombreux webtoons²³⁵. D'abord connue pour la qualité de ses traductions en anglais puis dans d'autres langues dont le français, la plateforme s'est surtout illustrée par la suite par son catalogue BL qui comprend des titres comme *ENNEAD*²³⁶, une bande dessinée traitant de la mythologie égyptienne. Cette œuvre de Mojito est très intéressante car elle propose une relecture originale des mythes peu connus notamment en Corée. En effet, la webtooneuse développe ici de manière assez poussée l'ensemble du panthéon égyptien tout en créant une histoire entièrement originale. De plus, un côté documentaire se dégage de cette œuvre avec de nombreuses représentations se rapprochant des bas-reliefs et des peintures hiéroglyphiques, notamment la stylisation en noir et blanc de plusieurs personnages. Enfin, il est intéressant de noter que bien que ce travail soit l'œuvre d'une coréenne, le style du dessin et l'effet de crayonné laissent à penser à un style très occidental, voire même une référence à *Papyrus*, la série animée franco-canadienne diffusée dès 1997 et adaptant la BD *Papyrus* de Lucien de Gieter²³⁷. Outre le contenu mature et le BL, le catalogue de Tappytoon comprend également un grand nombre de titres de romance et fantastiques, ce qui peut s'expliquer comme nous l'avons déjà vu plus tôt par le très grand nombre d'autrices de webtoon exerçant actuellement. Parmi les séries qui fonctionnent le mieux, il y a *La domestique et le vampire*²³⁸, une œuvre de Dolce Yi adaptée par Yujeong Ju et dessinée par Seon Lee. Nous y suivons une jeune fille, Areum, qui après un accident, se voit transportée dans un autre monde nommé Soltera. Elle est alors prise pour une vampire, vendue et achetée par un riche duc nommé Millard Travis, un vampire. Ce titre semble appartenir au genre de *l'isekai* qui consiste à voyager dans un monde parallèle²³⁹. Il est possible que ce dernier se démarque des autres de par l'ambiance médiévale européenne mais aussi car le genre de *l'isekai* possède de nombreux titres qui le

235 PitchBook. Tappytoon. **In** : *PitchBook*. [en ligne]. Disponible sur < <https://pitchbook.com/profiles/company/85832-29#overview> > (consulté le 10/08/2021).

236 Mojito. *ENNEAD*. **In** : *Tappytoon*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.tappytoon.com/fr/chapters/312898672?> > (consulté le 02/03/2021).

237 Allo Ciné. *Papyrus*. **In** : *Allo Ciné*. [en ligne]. Disponible sur < https://www.allocine.fr/series/ficheserie_gen_cserie=4903.html > (consulté le 03/04/2021).

238 LEE, Seon. *La domestique et le vampire*. **In** : *Tappytoon*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.tappytoon.com/fr/chapters/395473498> > (consulté le 11/08/2021).

rendent très populaires notamment par des adaptation télévisuelle comme pour *La faiseuse de livres* aussi connue sous le titre *Ascendance of a Bookworm* est disponible sur Crunchyroll²⁴⁰.

La deuxième application, Tapas, a elle été fondée en 2012 par Chang Kim et possède son siège social à San Francisco²⁴¹. Tout comme Tappytoon, l'application s'est développée grâce à un important catalogue de fantaisie et de romance²⁴². Ainsi, il est possible de retrouver, en version anglaise, le webtoon *What's Wrong with Secretary Kim* ? disponible en France chez Verytoon mais aussi en version livre dans la collection Kbooks de Delcourt. Mais il est également possible d'y trouver des titres comme *Positively Yours* de Kang Ki et Lee Jung²⁴³. Cette œuvre peut se rapprocher de la précédente puisqu'elles se passent dans un univers plutôt proche, celui du monde des affaires. Pourtant elles ont toutes deux une approche assez différente. Ainsi, alors que la secrétaire Kim est un personnage qui frôle la perfection au point que son patron se demande pourquoi elle veut démissionner, Hee-won nous est plutôt présentée comme une jeune femme malchanceuse, n'ayant pas réussi à avouer ses sentiments à l'un de ses amis avant qu'il ne rencontre quelqu'un, et étant tombée enceinte dès sa première nuit passée avec le héros de la série : Doo-joon. Les deux histoires se développent ensuite de manière bien distincte, bien qu'elles soient toutes deux des comédies se déroulant sur de la tranche de vie, tandis que le côté romance ne se dévoile qu'au fur et à mesure des épisodes. Ces histoires sont développées par les auteurs mais aussi à l'aide des éditeurs de Tapas qui cherchent à créer des standards éditoriaux pouvant plaire aux lecteurs mais également aux artistes. Les webtooneurs gagnent ainsi 50 % des ventes faites sur Tapas²⁴⁴. C'est également ce travail éditorial qui a amené la plateforme à diversifier son contenu, développant alors le marché du webtoon mature et BL avec des productions comme *Eyes on Me* de Loonytwin (fig. 70) ou encore *Out of the Blue* de Ari²⁴⁵. Cette diversité autant dans le genre que dans le format a ensuite permis à l'entreprise de se faire un nom sur le marché du webtoon américain avant de

239 Manga-News. Isekai. **In** : *Lexique*. [en ligne]. Disponible sur <

<https://www.manga-news.com/index.php/definition/Isekai> > (consulté le 11/08/2021).

240 Florent D. La faiseuse de livres, histoire d'une enfant qui rêvait d'être bibliothécaire. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 02/09/2019. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/11603/edition/la-faiseuse-de-livres-histoire-d-une-enfant-qui-revait-d-etre-bibliothecaire> > (consulté le 04/05/2021).

241 PitchBook. Tapas. **In** : *PitchBook*. [en ligne]. Disponible sur < <https://pitchbook.com/profiles/company/55619-11#overview> > (consulté le 10/08/2021).

242 SALKOWITZ, Rob. Tapas Sees Big Gains for Digital Comics. **In** : *Publisher Weekly*. [en ligne]. Publié le 20/01/2021. Disponible sur < <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/85340-tapas-sees-big-gains-for-digital-comics.html> > (consulté le 10/08/2021).

243 KANG, Ki. *Positively Yours*. **In** : *Tapas*. [en ligne]. Disponible sur < <https://tapas.io/series/positively-yours/info> > (consulté le 02/03/2021).

244 SALKOWITZ, Rob. *Idem*.

245 Ari. *Out of the Blue*. **In** : *Tapas*. [en ligne]. Disponible sur < <https://tapas.io/series/OutoftheBlue/info> > (consulté le 02/03/2021).

se faire racheter par le géant coréen Kakao²⁴⁶. Ainsi, de nouveaux styles sont aujourd’hui accessibles aux coréens qui peuvent alors s’en inspirer pour leurs futures productions. Ce rachat fait donc partie intégrante du cycle de mondialisation du webtoon et peut expliquer la diversité des œuvres comme *ENNEAD* que nous avons vu plus tôt. Tapas est donc une pièce importante dans l’histoire de la BD coréenne nativement numérique.

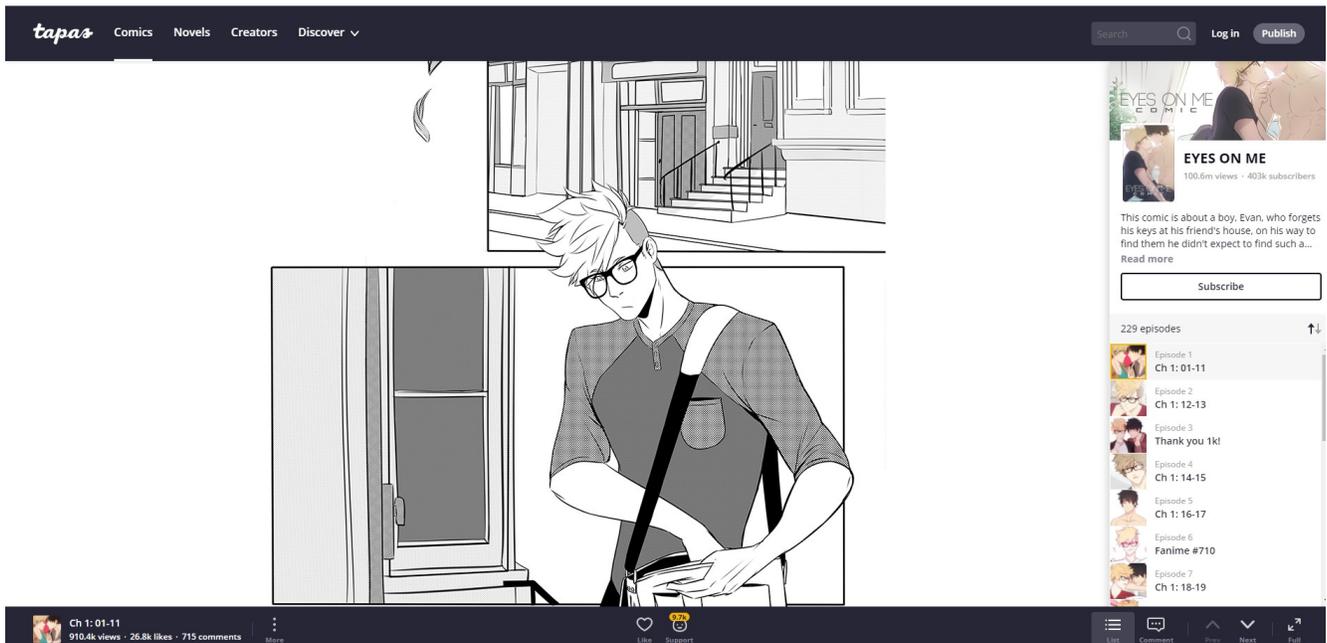


Figure 70: Capture d’écran montrant l’un des deux personnages principaux de Eyes on Me.
© Loonytwin / Tapas.

La dernière application que nous allons présenter dans cette partie sur la mondialisation est Toomics. Développée en 2015²⁴⁷, elle se distingue des deux précédentes pour son catalogue proposant des romances dites matures et développant des couples hétérosexuels. *La Mante*²⁴⁸ ou encore *Double jeu*²⁴⁹ proposent alors des histoires proches des titres publiés chez Hot Manga ou diffusés dans les catégories Hentai et Teens Love de Coolmic. Cette particularité de Toomics lui a permis de se développer au point qu’une version française existe aujourd’hui et diversifie d’autant plus le webtoon. Le contenu mature est donc tout aussi important que les autres dans la mondialisation du genre.

246 LEE, Joyce. S.Korea’s Kakao too buy two U.S storytelling apps for \$950 mln. **In** : *Reuters*. [en ligne]. Publié le 11/05/2021. Disponible sur < <https://www.reuters.com/technology/skoreas-kakao-entertainment-acquire-serial-fiction-app-radish-440-mln-2021-05-11/> > (consulté le 10/08/2021).

247 PitchBook. Toomics. **In** : *PitchBook*. [en ligne]. Disponible sur < <https://pitchbook.com/profiles/company/264625-21#overview> > (consulté le 10/08/2021).

248 Seokhyeon. *La Mante*. **In** : *Toomics*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.toomics.fr/fr/webtoon/episode/toon/5115> > (consulté le 02/03/2021).

249 Muldeok. *Double jeu*. **In** : *Toomics*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.toomics.fr/fr/webtoon/episode/toon/4864> > (consulté le 02/03/2021).

Chapitre 3 – Quand la francophonie adopte le webtoon : Delitoon, Verytoon, Bonsaï éditions, Webtoon Factory, Yurai éditions

Après avoir présenté plusieurs applications étrangères qui ont permis l'expansion du phénomène webtoon, il est maintenant temps de se pencher sur les plateformes francophones qui alimentent également la mondialisation de la BD numérique coréenne. Nous allons tout d'abord nous intéresser aux plateformes françaises, à savoir Delitoon, Verytoon et Bonsaï éditions.

A – Delitoon, leader français du webtoon

1. Histoire d'un succès

Il est essentiel de présenter la plateforme Delitoon en premier car elle et son créateur, Didier Borg, sont les pionniers dans le webtoon en France. Créée en 2011 avec l'aide de Kidari Ent. (aujourd'hui connu sous le nom Kidari Studio, une société coréenne travaillant avec Lezhin Ent.) et financée par le groupe TF1²⁵⁰²⁵¹, la plateforme française n'a pas tout de suite eu le succès escompté. En effet, à ses débuts, Didier Borg expérimente alors les possibilités que propose un écran qu'il compare à une case²⁵², et Delitoon, qui est alors 100 % gratuit, commence à proposer des créations françaises, et bien que cela fonctionne la publicité n'aide pas à financer le site ou les auteurs²⁵³. Peu de titres à l'exception de *Lastman* qui a également eu droit à une adaptation en série animée, fort de succès, parviennent à convaincre les lecteurs. Il a donc été décidé en 2016 de changer de stratégie commerciale, la majorité des parutions ne sont plus françaises mais bien coréennes²⁵⁴. Le système

250 SIMÉONE, Christine. Six choses à savoir pour comprendre le webtoon. **In** : *France Inter*. [en ligne]. Publié le 16/12/2017. Disponible sur < <https://www.franceinter.fr/culture/coree-webtoon-bande-dessinee> > (consulté le 02/03/2021).

251 LEVENT, Christophe. Bande dessinée : les Webtoon à la conquête des smartphones. **In** : *Le Parisien*. [en ligne]. Publié le 16/02/2019. Disponible sur < <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/bande-dessinee-les-webtoon-a-la-conquete-des-smartphones-16-02-2019-8013255.php> > (consulté le 06/03/2021).

252 MAILLÉ, Pablo. Avec les "Webtoons", la BD sud-coréenne est en passe de conquérir le monde. **In** : *Télérama*. [en ligne]. Mis à jour le 07/12/2020. Disponible sur < <https://www.telerama.fr/livre/avec-les-webtoons,-la-bd-sud-coreenne-est-en-passe-de-conquerir-le-monde,n6427246.php> > (consulté le 05/05/2021).

253 MELIKIAN, Laurent. Didier Borg (Delitoon) "Si tu as un smartphone, tu as delitoon". **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 30/01/2017. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Didier-Borg-Delitoo-Si-tu-as-un-smartphone-tu-as-Delitoo> > (consulté le 03/06/2021).

254 SORBIER, Marie. Le webtoon, la BD qui "sort des carcans de la page". **In** : *France Info*. [en ligne]. Diffusée le 09/03/2021. Disponible sur < <https://www.franceculture.fr/emissions/affaire-en-cours/affaires-en-cours-du-mardi-09-mars-2021> > (consultée le 06/06/2021).

économique change également. Delitoon passe du 100 % gratuit comme Daum ou Naver Webtoon au *freemium* déjà utilisé par Lezhin, Tapas, Tappytoon ou encore Toomics vus précédemment²⁵⁵. Ainsi, la plateforme crée les (*deli*)coins, une monnaie virtuelle utilisable que sur Delitoon et met en place des *bundles* dont le moins cher est à 4,99 euros²⁵⁶. Tous ces changements permettent progressivement à la plateforme de se démarquer au point d’être aujourd’hui le leader sur le marché du webtoon en France, passant notamment devant Izneo. Et c’est par l’intermédiaire de Delitoon que le webtoon se développe réellement parmi les lecteurs. En effet, après le site internet, l’application a été lancée en 2017, permettant à un plus grand nombre d’utilisateurs de se plonger dans le monde virtuel de la BD sud-coréenne. Plus d’un million de personnes est inscrit à Delitoon et la communauté partage et interagit régulièrement pour faire connaître les titres sur les réseaux sociaux²⁵⁷. Il faut donc alimenter très régulièrement le catalogue avec de nouvelles parutions quotidiennes mais aussi proposer un service de qualité, une application fonctionnelle et des traductions de bonne facture. C’est pour répondre à ce dernier point que Delitoon fait appel à des traducteurs *freelance* qualifiés ainsi qu’à des structures comme Makma²⁵⁸ ou encore Babel Gomme²⁵⁹. C’est par ce travail de qualité que Delitoon se démarque et c’est également ce succès qui permet à la plateforme de pouvoir organiser des concours pour déceler de nouveaux artistes et ainsi développer l’offre et la demande en matière de webtoons internationaux et notamment européens²⁶⁰. C’est aussi ce statut de leader sur le marché en France qui a intéressé la Corée du Sud. Car aujourd’hui, bien que basé à Paris, Delitoon n’appartient plus à TF1 mais bien à Kidari Studio et ce depuis 2019²⁶¹. Toutes les nouveautés comme l’émergence du service Delitoon Germany en 2021 ou encore la mise en place de la filiale Le Bontoon la même année sont des décisions prises par les Coréens mais permettent tout de même un rayonnement du webtoon en France et en dehors du monde francophone et participent ainsi à sa mondialisation.

255 JANNIÈRE, Virginie. Les trois webtoons qui cartonnent en France. **In** : *Cnews*. [en ligne]. Modifié le 12/01/2021. Disponible sur < <https://www.cnews.fr/culture/2021-01-11/les-trois-webtoons-qui-cartonnent-en-france-1034955> > (consulté le 02/02/2021).

256 Annexe 4.

257 DUNEAU, Clémence. “Webtoons” : le phénomène des bandes dessinées sud-coréenne adaptées au smartphone. Mis à jour le 03/03/2021. Disponible sur < https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/02/25/webtoons-le-phenomene-des-bandes-dessinees-sud-coreennes-adaptees-au-smartphone_6071227_4408996.html > (consulté le 06/07/2021).

258 MAKMA. Adaptation de webtoons : traduction et lettrage. **In** : *Makma*. [en ligne]. Publié le 19/04/2020. Disponible sur < <https://www.makma.com/2020/04/19/adaptation-de-webtoons/> > (consulté le 25/07/2021).

259 Babel Gomme. L’agence Babel Gomme. **In** : *Babel Gomme*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.babelgomme.com/agence-babel-gomme/> > (consulté le 25/07/2021).

260 JANNIÈRE, Virginie. *Idem*.

261 Lezhin. Kidari Studio’s French subsidiary Delitoon surpasses 10 billion KRW for the first time in annual webtoon sales. **In** : *Lezhin*. [en ligne]. Publié le 31/03/2021. Disponible sur < https://about.lezhin.com/en#media-center?article_id=1618471214583870 > (consulté le 15/07/2021).

2. Les webtoons phares de la plateforme

Plusieurs titres ont permis l'expansion et le succès de Delitoon en France. Et ils appartiennent tous au genre de la romance (fig. 71).

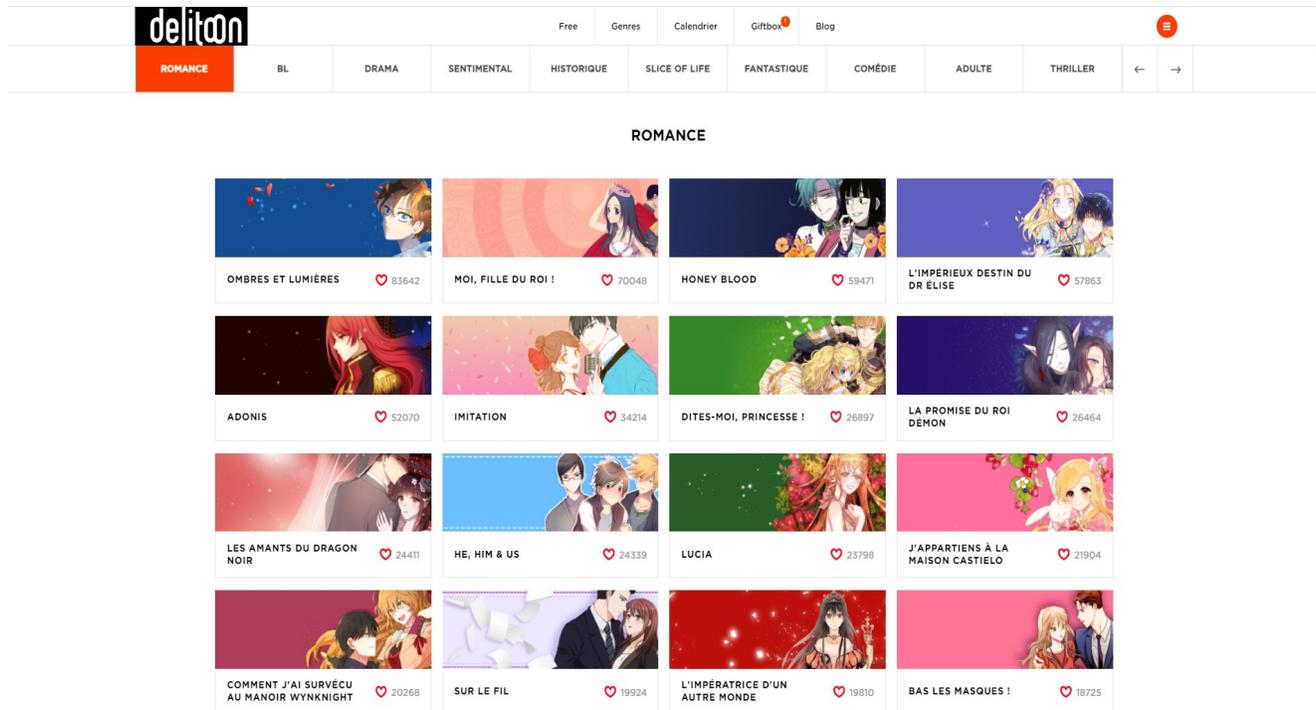


Figure 71: Capture d'écran de la catégorie romance. © 2020 DELITOOON SAS

Plusieurs séries citées par les journalistes ou bien par Didier Borg lui-même font ainsi partie intégrante des best-seller de la plateforme, notamment *Honey Blood*²⁶² qui revient le plus souvent. Il s'agit d'une histoire de vampire qui a eu beaucoup de succès, certainement car elle présente une romance fantastique avec un être surnaturel. « Les vampires ont le vent en poupe²⁶³. » C'est un élément qui revient souvent dans des sagas à succès comme *Vampire Knight*, un *shôjo manga* disponible chez Panini, ou bien avec *Twilight*, la quadrilogie de romans de Stephenie Meyer. À ceci a été mêlé une histoire de harcèlement scolaire²⁶⁴, un fait de société actuel qui a permis à *Honey Blood* de se faire une place toute particulière dans le lectorat. N'oublions pas que l'un des plus gros succès coréens que nous avons vu, *Cheese in the Trap*, a également eu un succès pour son propos sur la société, ce qui peut aider à comprendre pourquoi notre titre vampirique a tant plu. Didier Borg parle également dans son

262 LEE, Narae. *Honey Blood*. In : *Delitoon*. [en ligne]. Disponible sur < https://www.delitoon.com/webtoon/honey_blood > (consulté le 02/03/2021).

263 CHAGOT, Guillaume. *Delitoon : mangas et BD débarquent sur mobile au format webtoon*. In : *Hitek*. [en ligne]. Publié le 12/11/2017. Disponible sur < https://hitek.fr/actualite/delitoon-meilleures-series-anime-format-webtoon_14504 > (consulté le 03/06/2021).

264 CHAGOT, Guillaume. *Idem*.

entretien pour Actua BD²⁶⁵ du titre *Dogko*²⁶⁶, une série d'action qui se distingue par son graphisme. D'autres titres son également à retenir comme *Ombre et lumière* ou encore *Moi, fille du roi* qui se trouvent sur l'image précédente (fig. 71) et dépassent même *Honey Blood* en terme de succès²⁶⁷. Ainsi, bien que quelques titres puissent plaire à un public masculin, Delitoon possède avant tout un catalogue destiné à des femmes et 75 % des utilisateurs sont des utilisatrices²⁶⁸ ce qui permet de mieux comprendre les titres à succès déjà cités. Mais cela permet aussi d'expliquer le succès de titres comme *Between Us*, une série BL de Noru (fig. 72).



Figure 72: Extrait de *Between Us*, webtoon. © Noru / Delitoon. Source : <https://www.delitoon.com/lecture/between-us/s1/1>

Ce dernier possède des graphismes dans la veine des *boys love* japonais qui plaisent beaucoup au public féminin²⁶⁹, ce que nous avons déjà vu auparavant, mais surtout il aborde la question du *coming out*, fait de société qui lui a peut-être permis de se distinguer du reste du catalogue. Quoi qu'il en soit, Delitoon a très bien compris que ce genre de production fonctionne très bien en France, et c'est pourquoi il a été décidé de créer la filiale Le Bontoon²⁷⁰. Cette dernière à la particularité de ne proposer que des contenus matures avec une très grande majorité de BL, certains étant déjà disponible sur le site de Delitoon. Elle ne possède pas d'application puisque nous avons vu précédemment que le Google Store n'autorise pas de contenu mature aussi les webtoons sont uniquement accessibles sur le site internet qui est actualisé tous les jours avec de nouvelles productions. Parmi les titres phare de cette plateforme (fig.73) il est possible de voir *Blood Link* qui fonctionne déjà très bien sur Delitoon avec ses 66 000 vues et

265 MELIKIAN, Laurent. Didier Borg (Delitoon) "Si tu as un smartphone, tu as delitoon". In : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 30/01/2017. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Didier-Borg-Delitoon-Si-tu-as-un-smartphone-tu-as-Delitoon> > (consulté le 03/06/2021).

266 MEEN., BAEK, Seung Hoon. *Dogko*. In : *Delitoon*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.delitoon.com/webtoon/dokgo> > (consulté le 03/06/2021).

267 LEVENT, Christophe. Bande dessinée : les Webtoon à la conquête des smartphones. In : *Le Parisien*. [en ligne]. Publié le 16/02/2019. Disponible sur < <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/bande-dessinee-les-webtoon-a-la-conquete-des-smartphones-16-02-2019-8013255.php> > (consulté le 06/03/2021).

268 CHAGOT, Guillaume. *Idem*.

269 GARY, Nicolas. Delitoon : "L'algorithmie humaine, ça s'appelle un coup de coeur". In : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 20/11/2017. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/22181/reportages/delitoon-l-algorithme-humain-ca-s-appelle-un-coup-de-coeur> > (consulté le 05/04/2021).

270 Le Bontoon. Accueil. In : *Bontoon*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.bontoon.com/> > (consulté le 06/07/2021).

887 « j'aime » mais aussi des titres que nous avons déjà vu sur Lezhin avec la traduction française de *BJ Alex* par exemple.

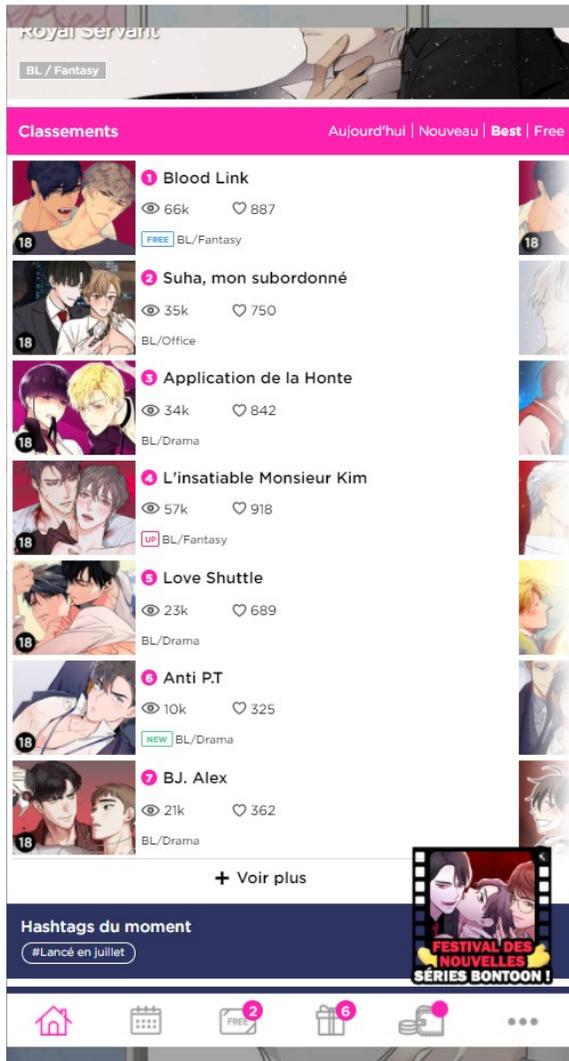


Figure 73: Capture d'écran des best-seller de la plateforme. © BONTOON.

En effet, nous voyons ici l'effet du partenariat initié entre Delitoon et Lezhin Comics, et par extension avec Le Bontoon, en 2019 qui assure à la plateforme française l'exclusivité des titres du géant coréen lors de la parution en français²⁷¹.

« Lezhin Comics est l'une des plus importantes plateformes en Corée du Sud, mais aussi aux États-Unis. Les séries développées et reconnues mondialement pour leur grande qualité, pourront désormais être transposées en langue française sur Delitoon et ce, de manière exclusive »²⁷².

Cela montre bien que Delitoon est très important pour le phénomène webtoon en France et permet au leader français de développer la BD sud-coréenne mais aussi de relancer la création de productions purement européenne grâce à l'appuie d'un géant de l'industrie pouvant proposer 250 nouvelles parutions de manière quotidienne²⁷³. Ainsi, la plateforme française s'impose face à la concurrence que nous allons à présent analyser.

271 Florent D. Delitoon : réaliser pour la BD “ce que Netflix a fait avec La casa de papel”. In : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 18/11/2019. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/10368/edition/delitoon-realiser-pour-la-bd-ce-que-netflix-a-fait-avec-la-casa-de-papel> > (consulté le 02/05/2021).

272 Citation de Didier Borg. Voir note précédente.

273 Florent D. *Idem*.

B – Verytoon, Bonsaï édition : plateformes en devenir

Parmi les multiples plateformes francophones à proposer du webtoon, deux, à l'exception de Delitoon, sont localisées en France. Il s'agit de Verytoon et de Bonsaï éditions. Bien qu'encore récentes, nous allons voir qu'elles se distinguent tout de même du modèle de Delitoon. Commençons donc par Verytoon.

1. Verytoon, succès en devenir ?

Le lancement de Verytoon est très récent puisqu'il date du 25 janvier 2021. C'est le groupe Delcourt qui est à l'initiative de ce projet qui se construit depuis plusieurs années déjà. C'est en tout cas ce que suggère Guy Delcourt dans une de ses interviews.

« J'étais depuis des années aux aguets de la vraie rencontre de la BD et le numérique. La bande dessinée peut se lire depuis pas mal de temps sur écran, mais il s'agissait d'un simple transfert de la version papier vers les écrans, et ça se lit très mal sur des petits écrans sauf au prix d'un charcutage peu recommandable. Pour résumer, c'était du bricolage »²⁷⁴.

Mais le projet Verytoon a réellement débuté après son voyage à Séoul en 2018 où il a pu voir de ses propres yeux la fluidité des plateformes de webtoons ainsi que l'intérêt de pouvoir lire des bande dessinées sur écran de téléphone portable ou tablette. Cette manière de procéder lui à même rappelé la genèse des feuilletons qui se retrouvaient alors dans les journaux comme nous l'avons vu précédemment. Pour que la plateforme voit le jour, Delcourt a sollicité l'aide de la société française Allskreen dont nous reparlerons brièvement dans le chapitre suivant. C'est elle qui a développé les différentes versions de Verytoon pouvant fonctionner sur Android, iOS et internet²⁷⁵.

274 Citation de Guy Delcourt. HOUOT, Laurence. On vous explique pourquoi les éditeurs français misent sur le Webtoon, ce phénomène BD venu de Corée-du-Sud. **In** : *France Info*. [en ligne]. Publié le 19/01/2021. Disponible sur < https://www.francetvinfo.fr/culture/bd/delcourt-lance-a-son-tour-sa-plateforme-de-webtoon-verytoon-pourquoi-les-editeurs-francais-misent-ils-sur-ce-phenomene-bd-venu-de-coree_4259269.html > (consulté le 15/08/2021).

275 CREAC'H, Hervé. La société Allskreen développe la plateforme webtoon des éditions Delcourt : Verytoon. **In** : *LinkedIn*. [en ligne]. Publié le 11/01/2021. Disponible sur < <https://www.linkedin.com/pulse/la-soci%C3%A9t>

« (...) le groupe Delcourt a fait confiance à Allskreen pour son expérience du langage webtoon et du développement de logiciels dédiés aux professionnels de l'édition BD qui souhaitent entamer leur transition numérique »²⁷⁶.

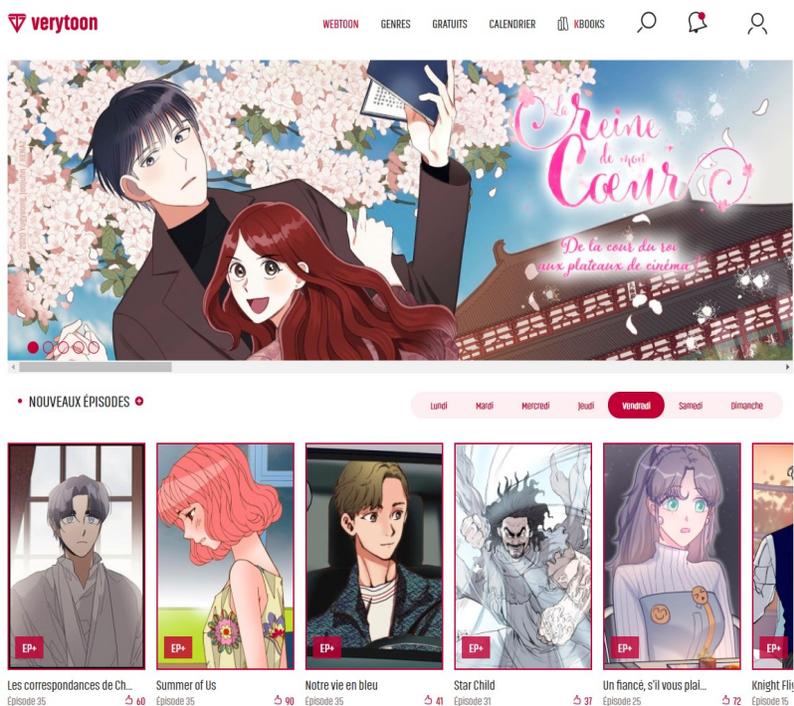


Figure 74: Capture d'écran de la page d'accueil de Vertytoon. © VERYTOON 2020. TOUS DROITS RÉSERVÉS

Le système ergonomique mis en place permet un passage de la page internet (fig. 74) à la version mobile sans que cela ne vienne gêner pour autant l'expérience de lecture des webtoons, montrant que Delcourt a eu raison de confier ce travail à Allskreen. Comme Delitoon, Vertytoon fonctionne sur le système économique du *freemium* « par souci d'efficacité et de simplicité »²⁷⁷. Ainsi, il est possible de lire les trois premiers épisodes d'une série gratuitement, pour se faire son propre avis, puis de payer si l'on veut accéder à la suite. Un tel système économique doit attirer du public, c'est pourquoi un soin tout particulier a été apporté au nom de l'application : Vertytoon. On y retrouve à la fois le suffixe « toon » qui est originaire du mot webtoon et qui expose le produit vendu mais aussi « very » qui

<https://www.allskreen-d%C3%A9veloppe-plateforme-webtoon-des-herv%C3%A9-creac-h/?originalSubdomain=fr> > (consulté le 20/08/2021).

276 Citation d'Hervé Creac'h. Voir note précédente.

277 Citation de Guy Delcourt. RISSEL, François., PASAMONIK, Didier. Les quatre vérités de Vertytoon avec Guy Delcourt. *In* : Actua BD. [en ligne]. Publié le 23/03/2021. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Les-quatre-verites-de-Vertytoon-avec-Guy-Delcourt> > (consulté le 20/08/2021).

souligne un gage de qualité²⁷⁸. Il faut également passer par un lettrage et des traductions de qualités faites soit par des traducteurs *freelance* soit par des groupes de professionnels comme Makma ou Babe Gomme qui travaille également pour les entreprises Naver Webtoon ou Delitoon. Enfin, pour être certains que cette « snack » culture à consommation rapide développée en Corée du Sud fonctionne, il est obligatoire de posséder dans son catalogue de très fortes licences. Et Verytoon en possède au moins deux. La première est celle avec laquelle la plateforme a débuté, à savoir le webtoon d'action aventure *Solo Leveling* (fig. 75) et véritable best-seller²⁷⁹. Ce dernier compte actuellement 53 épisodes sur le plateforme et a été *liké* 1 348 fois, en faisant le webtoon numéro un de Verytoon. Un soin tout particulier est d'ailleurs apporté à ce titre puisque plusieurs épisodes sont traduits simultanément, de quoi intéresser les lecteurs du titres.



Figure 75: Case provenant de *Solo Leveling* et montrant le héros Jinwoo. *Solo Leveling* © DUBU (REDICE STUDIO), Chugong 2018 D&C WEBTOON Biz Co., Ltd. All rights reserved.

De plus, il est indéniable que Delcourt veuille développer *Solo Leveling* quand on sait qu'il a été le premier à sortir en format papier dans la collection Kbooks. Et c'est très certainement la plus grande innovation et différence de Verytoon qui ne fonctionne pas comme une entité à part mais bien comme un ensemble avec le nouveau label. Il s'agit d'un renfort et non d'une extension comme le note Cynthia Prévot dans son article paru dans les *Lettres numériques*²⁸⁰. Les plus gros succès de la plateformes tels que *Solo Leveling*, dont le premier tome a été imprimé à 50 000 exemplaires²⁸¹, peuvent ainsi se décliner sur un autre support. D'autres titres comme *Qu'est qui cloche avec la secrétaire Kim ?* déjà vu précédemment font également partis des gros succès de la plateformes et ont droit à une version imprimée. Mais il existe également des succès qui ne sont que diffusés en version numérique comme *The Abandoned Empress* par exemple. De plus, Delcourt cherche à varier les séries et les provenances pour attirer des publics différents, des âges différents, en proposant de l'action, du fantastique mais aussi de la romance ou encore des *boys love* comme chez

278 Delcourt. Lancement du site Verytoon. **In** : Delcourt. [en ligne]. Publié le 15/01/2021. Disponible sur < <https://www.editions-delcourt.fr/actualites/lancement-du-site-verytoon> > (consulté le 18/01/2021).

279 RAHMOUNI, Faïza. Lancement de Verytoon, plateforme de webtoon du groupe Delcourt. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 06/01/2021. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/lancement-de-verytoon/> > (consulté le 20/082021).

280 PRÉVOT, Cynthia. Delcourt lance un projet global autour des webtoons. **In** : *Lettres Numériques*. [en ligne]. Publié le 16/04/2021. Disponible sur < <https://www.lettresnumeriques.be/2021/04/16/delcourt-lance-un-projet-global-autour-des-webtoons/> > (consulté le 05/06/2021).

281 RISSEL, François., PASAMONIK, Didier. *Idem*.

Delitoon. Aujourd'hui il semblerait que le catalogue se compose à 85 % de titres coréens, 10 % de chinois et 5 % de japonais²⁸².

Verytoon semble être un éditeur prometteur pour le webtoon mais il est encore trop tôt pour savoir s'il va être un concurrent de taille face aux leaders du marché. Quoiqu'il en soit, il a tout de même réussi à acquérir les droits de *Solo Leveling* ou encore la version imprimée de *Noblesse* et *True Beauty*, des best-seller qui lui donnent une légitimité indéniable dans le monde du webtoon qui se développe via d'autres médias. Voyons à présent comment fonctionne un autre acteur du marché français, à savoir Bonsai éditions.

2. Bonsai édition ou le webtoon à petite échelle

Bonsai éditions est une toute petite maison d'édition qui a débuté au début de l'année 2021. Contrairement à Verytoon et au groupe Delcourt vus précédemment, ici il n'y a que des productions numériques, soit des mangas, soit des webtoons soit des webnovel (fig. 76) créés par des artistes de tout horizon.

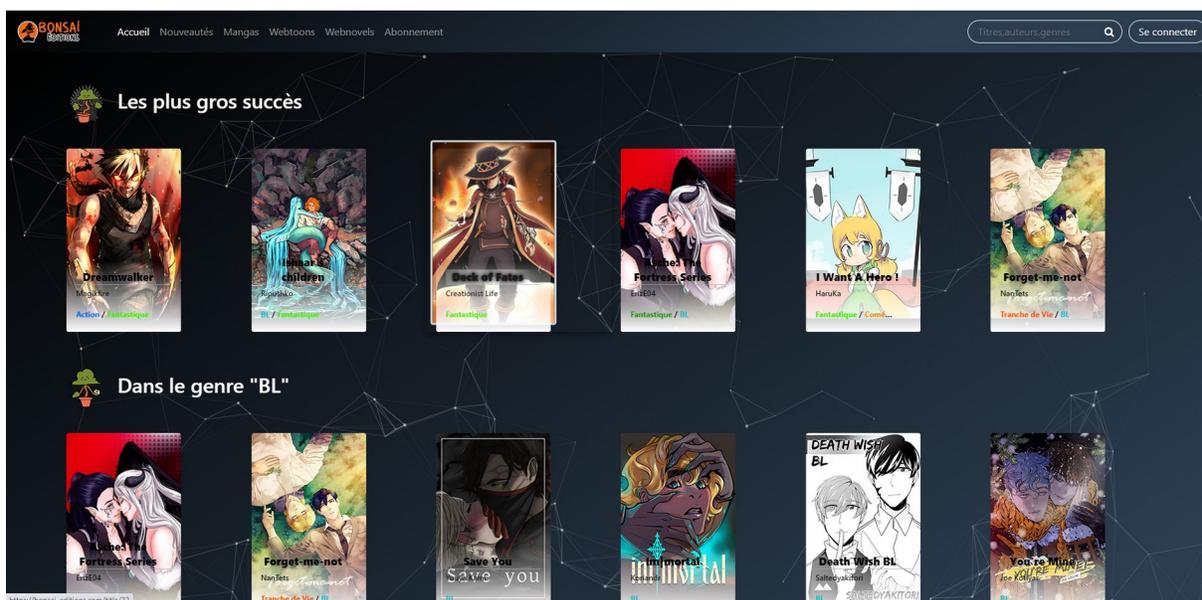


Figure 76: Capture d'écran de la page d'accueil. © Tous droits réservés. Bonsai-editions.com

282 MAZIN, Céline. Verytoon et Kbooks, le webtoon numérique et papier en France, par Delcourt. In : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 07/01/2021. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/98228/technologie/verytoon-et-kbooks-le-webtoon-numerique-et-papier-en-france-par-delcourt> > (consulté le 20/08/2021).

En effet, plusieurs auteurs comme Magikfire ou Ukemono, qui font partie des plus gros succès de la plateforme, sont de nationalités différentes et permettent une mondialisation à leur échelle du phénomène webtoon. Le premier produit une série fantastique nommée *Dreamwalker* qui nous plonge dans un univers onirique dans lequel le héros (fig. 77) doit aller sauver son amie d'enfance.



Figure 77: Case montrant le héros de *Dreamwalker*. © Magikfire (<https://linktr.ee/magikfire>) / Bonsaï éditions.

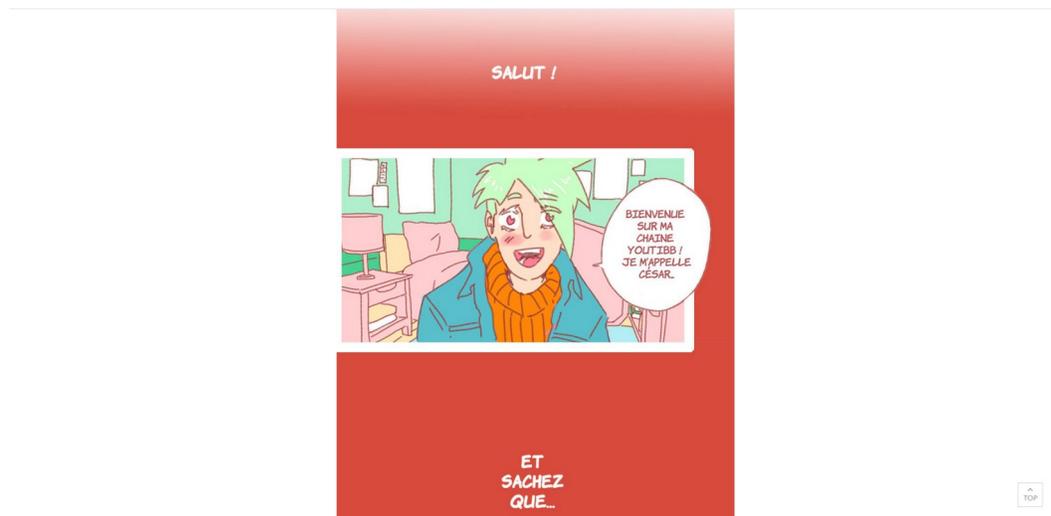


Figure 78: *Boys will be boys, épisode 1*. © Pralinus / Webtoon Entertainment Inc.

L'artiste possède un style bien à lui, mélangeant les influences coréennes avec des productions japonaises et occidentales pour produire un webtoon international. Nous pouvons ici faire un parallèle avec l'auteur Pralinus (fig. 78) diffusé lui sur Webtoon et qui mélange également plusieurs styles pour

créer une production à part qui montre que le phénomène de la BD coréenne se développe de plus en plus. Par contre nous avons à côté des productions comme *Family Rush* (fig. 79) de Ukemono qui se rapprochent d'avantage des mangas ou webtoons asiatiques en développant ici une histoire autour de deux garçons ayant une relation à distance.



Figure 79: Cases provenant de *Family Rush*. © Ukemono / Bonsaï éditions.

Avec ses artistes, Bonsaï édition cherche avant tout à diversifier le genre du webtoon et propose donc de petits auteurs aux idées originales ou aux styles atypiques qui permettent d'enrichir à une plus petite échelle la BD sud-coréenne. Cette maison d'édition fait la promotion de ses dernières parutions uniquement via les réseaux sociaux Facebook, Instagram et Pinterest et contrairement aux autres plateformes, ici pas de *coins* à acheter mais c'est abonnement qu'il faut prendre pour accéder à tout le catalogue. Récemment, une application a été développée pour promouvoir ces artistes méconnus. Un petit éditeur indépendant à surveiller de prêt.

Après avoir analysé plusieurs acteurs du marché français, nous pouvons nous diriger hors des frontières et nous attarder sur les productions francophones de l'éditeur Dupuis avec Webtoon Factory.

C – Le webtoon franco-belge sur Webtoon Factory

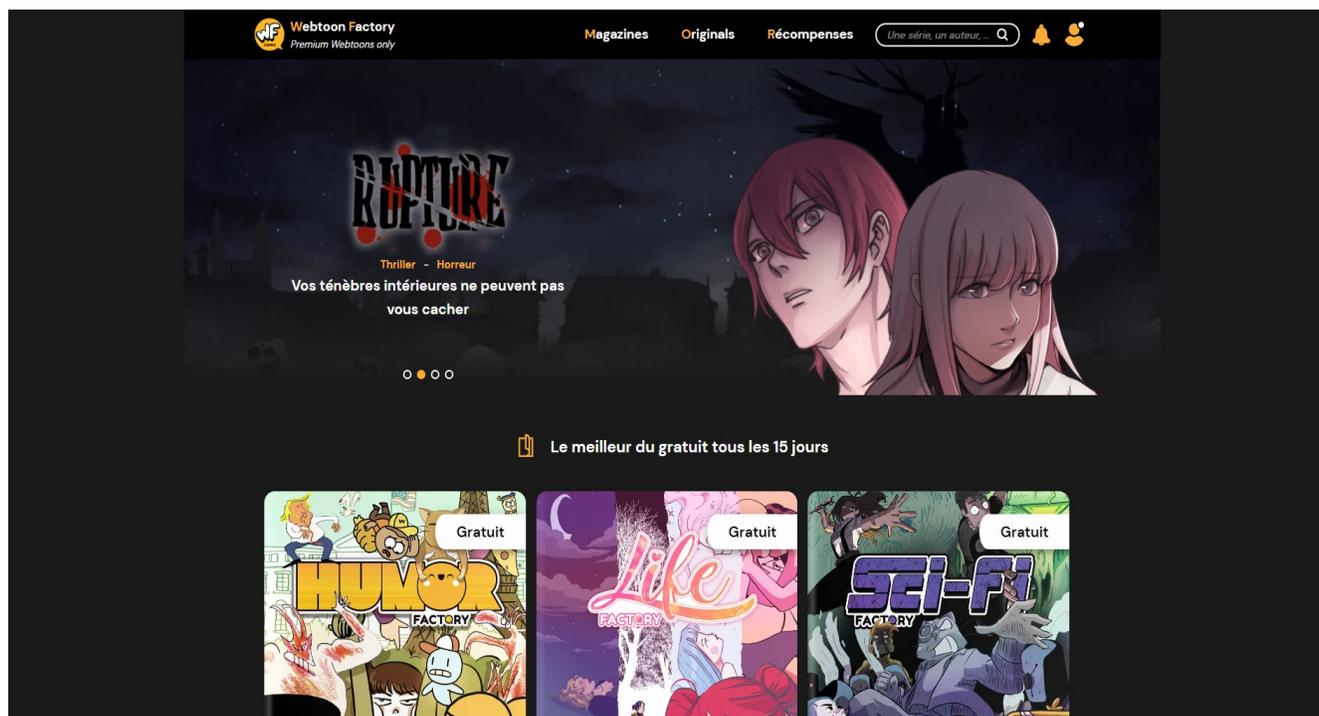


Figure 80: Capture d'écran de la page d'accueil. © Webtoon Factory.

En s'éloignant de l'Hexagone, plusieurs éditeurs ont eux aussi tenté l'expérience webtoon. En Belgique, c'est le groupe Dupuis qui a, le premier, voulu s'essayer à la bande dessinée coréenne. Lancé en 2019, le site Webtoon Factory (fig. 80)²⁸³ a très rapidement tiré son épingle du jeu en proposant non pas des webtoons de provenance asiatique mais bien en créant des bande dessinées originales. Alors disponibles gratuitement, il a été possible pour la société belge de développer dans la monde francophone le phénomène webtoon²⁸⁴. Débutée avec une vingtaine de BD, la plateforme a su se démarquer par ses différentes productions avant de voir une application produite par la société Allskreen, tout comme Verytoon déjà vue plus tôt²⁸⁵. Après deux années de webtoons gratuits, Webtoon

283 Dupuis. Dupuis se lance dans une nouvelle forme de narration : le webtoon !. **In** : Dupuis. [en ligne]. Publié le 24/001/2019. Disponible sur < <https://www.dupuis.com/actualites/FR/dupuis-se-lance-dans-une-nouvelle-forme-de-narration-le-webtoon/3445> > (consulté le 22/08/2021).

284 JANNIÈRE, Virginie. Les trois webtoons qui cartonnent en France. **In** : Cnews. [en ligne]. Modifié le 12/01/2021. Disponible sur < <https://www.cnews.fr/culture/2021-01-11/les-trois-webtoons-qui-cartonnent-en-france-1034955> > (consulté le 02/02/2021).

285 CREAC'H, Hervé. La société Allskreen développe la plateforme webtoon des éditions Delcourt : Verytoon. **In** : LinkedIn. [en ligne]. Publié le 11/01/2021. Disponible sur < <https://www.linkedin.com/pulse/la-soci%C3%A9t%C3%A9-allskreen-d%C3%A9veloppe-plateforme-webtoon-des-herv%C3%A9-creac-h/?originalSubdomain=fr> > (consulté le 20/08/2021).

Factory a finalement changé de système économique pour se tourner, comme Delitoon ou Vertytoon, vers le *freemium*, laissant accessibles les trois premiers épisodes gratuitement tandis que les autres sont à déverrouiller pour trois *coins* chacun. La plateforme donne alors la possibilité d'acheter quatre packs, allant de 0,99 à 49,99 euros²⁸⁶. Autre particularité de la plateforme, c'est que chaque série est assez courte, avec un maximum de 24 épisodes, facilitant ainsi l'achat pour les utilisateurs. Enfin, il est possible de proposer ses œuvres via l'onglet « Devenir auteur » et potentiellement pouvoir publier sur Webtoon Factory. Un véritable travail éditorial est alors mis en place pour aider au mieux les nouveaux webtooneurs. Ainsi, les auteurs produisent *via* des logiciels comme Studio Paint, l'outil de référence spécialement développé pour le webtoon, facilitant notamment la mise en case, la création de bulles de dialogues ou encore la visualisation du défilement vertical²⁸⁷, mais il est tout à fait possible de passer par des dessins sur papier qui sont ensuite scannés par l'équipe éditoriale. Tout est mis en place pour que le travail final soit le plus optimisé et réussi possible, passant par de nombreuses corrections, réécritures et toute autre étape de la chaîne de production²⁸⁸.

Au niveau du catalogue, celui-ci est très diversifié et montre des styles très différents. Ainsi, parmi les séries phares du site, il est possible de noter *Soma* (fig. 81), une histoire qui nous conte les périples de Artème qui a pour mission de retrouver et terrasser trois colosses qui fragilisent l'équilibre du monde. Cette série de fantaisie aventure nous plonge donc dans un monde fantastique au travers plusieurs planches détaillant parfaitement les actions de chaque personnage. Dans un trait spécifique aux auteurs Thalie Shelen et Pierre Castel, il nous est possible de suivre l'action qui passe soit par des successions de cases avec des personnages très expressifs soit par le dialogue. Le dessin est loin de ressembler aux productions asiatiques et expose ainsi une identité visuelle bien plus proche de certaines BD franco-belges. Enfin, il s'agit du titre le plus lu du site et le plus aimé puisqu'il cumule à lui seul 8 515 cœurs. Une autre œuvre qui plaît énormément est une romance intitulée *Celle qui reste*. Contrairement à *Soma* qui possède un côté crayonné accentuant les tâches de sangs, de boue ou encore l'expression des visages, les



Figure 81: Case montrant Artème. *Soma* © Thalie Shelen / Pierre Castel / Webtoon Factory.

286 Voir Annexe 4.

287 Clip Studio Paint. Bande dessinée, Manga & Webtoon – Leader du logiciel de création de bandes dessinées. In : Clip Studio Paint. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.clipstudio.net/fr/comics-manga/> > (consulté le 22/08/2021).

288 Le Soir +. La Webtoon Factory, une petite structure 100% belge. In : Le Soir +. [en ligne]. Publié le 25/12/2020. Disponible sur < <https://plus.lesoir.be/345424/article/2020-12-25/la-webtoon-factory-une-petite-structure-100-belge> > (consulté le 22/08/2021).

auteurs ont ici voulu donner un effet peinture. On passe de couleurs plutôt froides et pastelles à des arrière-plans bien plus fluo qui contrastes parfaitement avec les personnages. Un style unique qui s'éloigne des standards du webtoon ou de la BD asiatiques pour créer un titre insolite. Chose intéressante, Webtoon Factory propose d'avantage de titres d'aventure ou thriller qui fonctionnent bien mieux que les romances ce qui est l'exact opposé de autres sites de webtoon. Il s'agit donc de la différence principale qui rend le site unique à l'heure actuelle. Pourtant, il semblerait que la plateforme veuille se normaliser et se rapprocher du catalogue de Delitoon ou Verytoon. En effet, Cédric Robert, chef éditorial de Webtoon Factory indique que l'année 2021 va être tournée vers le secteur de la romance mais aussi de productions asiatiques²⁸⁹. Cela a démarré avec *My Demon Secretary*²⁹⁰, l'un des plus gros succès de la plateforme à côté de *Celle qui reste*²⁹¹.

La plateforme belge et son contenu original alimentent le phénomène webtoon en proposant un regard nouveau sur la BD su coréenne. Nous allons voir que cette démarche est également présente dans Yurai éditions, la plateforme francophone canadienne.

D – Yurai éditions et le webtoon francophone

La dernière plateforme à analyser est Yurai éditions, une maison de traduction, d'édition et de diffusion spécialisée en webtoon, webmanga et webcomics lancée en 2019 par une équipe franco-québécoise. C'est ce que nous a confié Geoffroy Meunier dans sa réponse à notre questionnaire envoyé aux diffuseurs de webtoon²⁹².

« Nous nous différencions principalement par la diversité des titres que nous proposons. Autant par leur provenance, leur culture, que par les thèmes abordés au travers leur récit. Nous faisons également partie des rares à travailler directement avec des créateurs de webtoon français afin de les aider à publier leur œuvre. »

289 HOUOT, Laurence. On vous explique pourquoi les éditeurs français misent sur le Webtoon, ce phénomène BD venu de Corée-du-Sud. **In** : *France Info*. [en ligne]. Publié le 19/01/2021. Disponible sur < https://www.francetvinfo.fr/culture/bd/delcourt-lance-a-son-tour-sa-plateforme-de-webtoon-verytoon-pourquoi-les-editeurs-francais-misent-ils-sur-ce-phenomene-bd-venu-de-coree_4259269.html > (consulté le 15/08/2021).

290 Adeshark., Ontabahlul. *My Demon Secretary*. **In** : *Webtoon Factory*. Disponible sur < <https://www.webtoonfactory.com/fr/serie/my-demon-secretary/> > (consulté le 02/03/2021).

291 HLAVATY, Jonah., SAMUEL, Julie. *Celle qui reste*. **In** : *Webtoon Factory*. Disponible sur < <https://www.webtoonfactory.com/fr/serie/celle-qui-reste/> > (consulté le 02/03/2021).

292 Annexes 6 et 7.

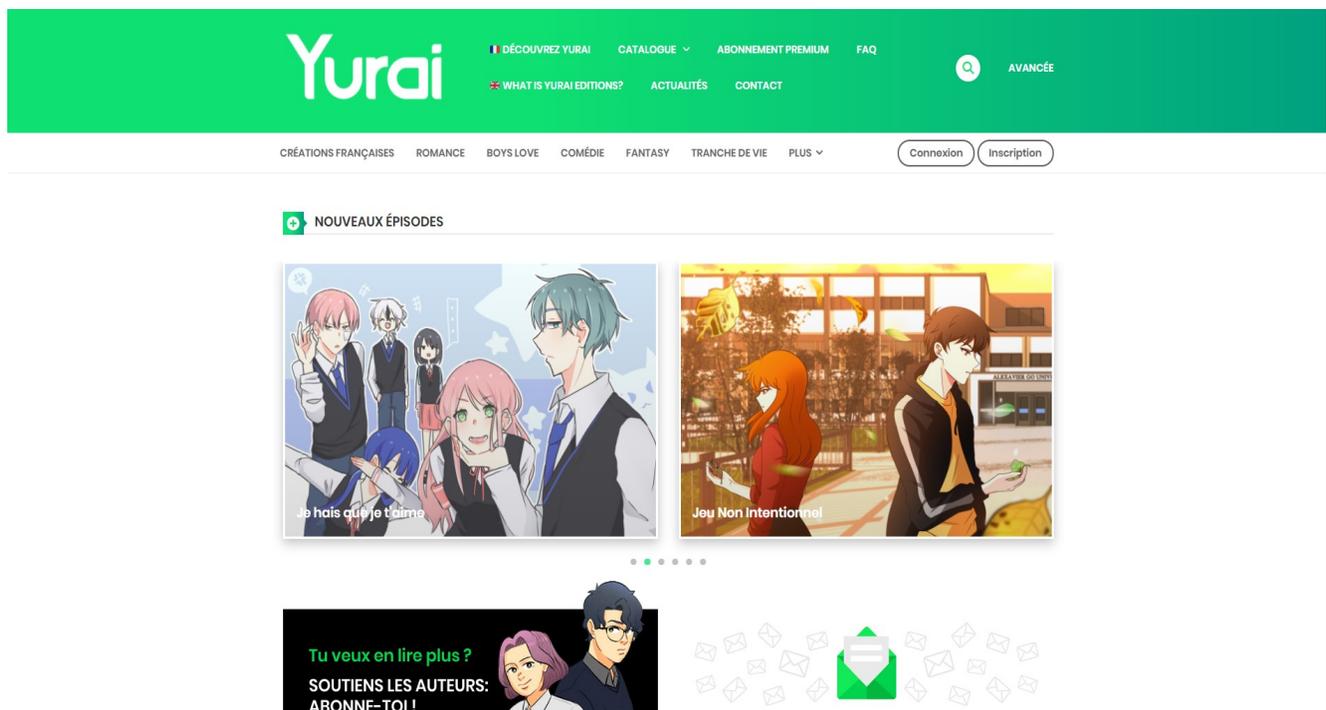


Figure 82: Capture d'écran de la page d'accueil. © 2018-2021 YURAI éditions. Tous droits réservés.

Le PDG de Yurai (fig. 82) nous a également confié être fier de la diversité du contenu proposé par sa plateforme, et indique que les auteurs et créateurs ont une grande valeur pour toute l'équipe, certes au point de vue créatif, mais aussi humain et que cet aspect essentiel se retrouve jusque dans le nom YURAI qui signifie *source* ou *origine*²⁹³. Cette plateforme est née de l'intérêt du fondateur pour les productions découvertes sur Line Webtoon, notamment la section Canvas, ainsi que par l'omniprésence de la couleur dans les webtoons. Il indique également que les BD coréennes sont très intéressantes pour la multitude de possibilités et que c'est tout cela qui a fini par donné naissance à Yurai. Geoffrey Meunier expose aussi qu'aucune ou très peu de productions françaises existaient. Ainsi, la plateforme a voulu rejoindre la démarche de MangaCraft, dédiée aux mangas francophones, en assimilant son modèle aux webtoons à une époque où Webtoon Factory débutait et Webtoon France n'était pas encore disponible. La plateforme compte aujourd'hui une trentaine de série avec un tiers des titres originellement francophones, certaines se vendant très bien. En parlant économie, Yurai a opté pour un système d'abonnement²⁹⁴, chose assez rare dans le marché du webtoon mais ce choix est justifié par le

293 YURAI. Découvrez Yurai. In : *Yurai éditions*. [en ligne]. Publié le 10/10/2020. Disponible sur < <https://yuraieditions.com/decouvrez-yurai/> > (consulté le 03/03/2021).

294 Annexe 5.

fait de pouvoir découvrir des œuvres qui n'attiraient peut-être pas si l'on devait les acheter à l'unité²⁹⁵. Un tel système évite également les effets de best-seller en partageant de manière plutôt homogène les revenus entre tous les créateurs en se référant au nombre de vues.

Après nous être intéressé à la genèse de la plateforme ou son système économique, nous pouvons à présent détailler quelques titres du catalogue. Comme pour de nombreux sites et applications, il est possible d'indiquer que le public de prédilection est féminin, entre 13 et 30 ans selon Geoffroy Meunier, et donc plusieurs titres de romances et des *boy's love* font partie des plus lus de Yurai²⁹⁶. Si l'on regarde les titres proposés par l'éditeur, on retrouve plusieurs œuvres parlant d'amour et ce n'est pas le seul à les mettre en avant. Ainsi, dans son article, Minokoto-Review nous expose son intérêt pour *Jeu Non Intentionnel* ou encore *Je hais que je t'aime*, et mentionne également *Dis les bons mots*²⁹⁷. Ces titres font aussi parti de la sélection fournie par l'éditeur en chef de Yurai et se retrouvent aussi dans un article posté sur Webtoon Planet, montrant un véritable engouement consensuel autour de ces derniers. Il est par exemple intéressant de noter que la romance *Jeu Non Intentionnel* se concentre

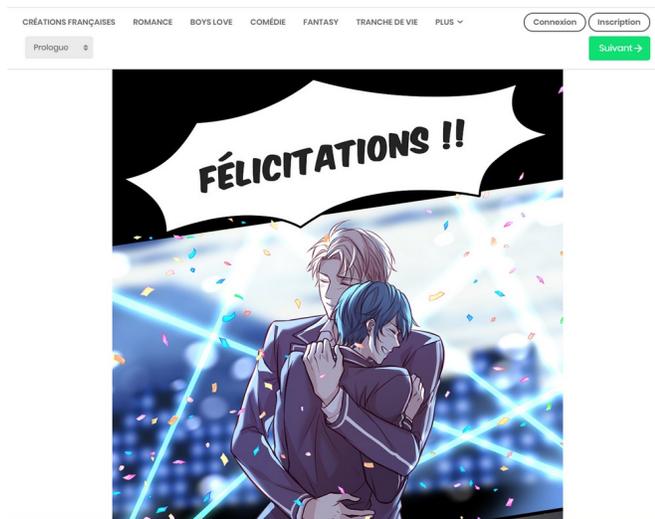


Figure 83: Case provenant de *Crescendo*. © Kuso Taisa / Mizuno Hikaru / Yurai (<https://yuraieditions.com/manga/crescendo-webtoon/>)

du point de vue du héros et non de l'héroïne ce qui rend cette histoire assez à part de la majorité des webtoons ou mangas abordant le sujet de l'amour. De plus, le titre aborde de sujets sociétaux comme les maladies mentales permettant d'expliquer, de par ses particularités, son succès²⁹⁸. Le style graphique est quand à lui très proche des productions asiatiques. Un mélange ayant donné un incontournable du site. À ces séries, il est possible d'ajouter le BL *Crescendo* (fig. 83) qui tourne autour du duo d'amants et d'idoles (nom donné aux stars de la chanson en Asie) Aiden et Bryan. Le genre fait

295 Mumitsu. Lancement de YURAI, la nouvelle plateforme de webtoon en français !. In : *Geek Génération*. [en ligne]. Publié le 21/10/2019. Disponible sur < <https://www.geekgeneration.fr/lancement-de-yurai-la-nouvelle-plateforme-de-webtoon-en-francais/> > (consulté le 03/03/2021).

296 Annexe 7.

297 Minokoto-Review. Yurai Édition, la nouvelle maison d'édition en ligne. In : *Moonyko*. [en ligne]. Publié le 05/11/2019. Disponible sur < <http://moonyko.fr/yurai-edition-la-nouvelle-maison-dedition-en-ligne/> > (consulté le 22/08/2021).

298 VEILLON, Kévin. Les 3 meilleurs webtoons VF à découvrir sur Yurai. In : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 20/07/2020. Disponible sur < <https://www.webtoonplanet.com/les-3-meilleurs-webtoons-vf-a-decouvrir-chez-yurai/> > (consulté le 22/08/2021).

très certainement partie du pourquoi du succès, mais il est également possible que le thématique de la musique ou encore le côté tranche de vie romantique a permis à ce titre de se distinguer. Il est également possible que ce soit les couleurs dans un titre webtoon japonais qui l'a mis en lumière par le public encore une fois en majorité féminin. Enfin, le dernier titre à ressortir est *Héritage : le Destin d'une Sang-Mêlée* (fig. 84).

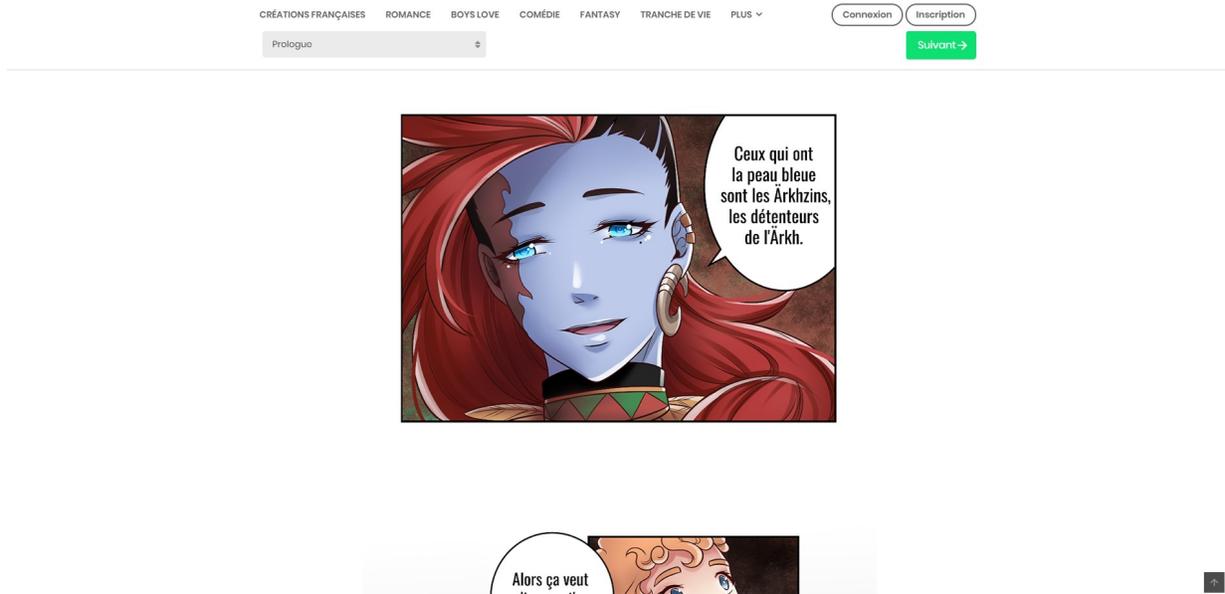


Figure 84: Case provenant d'*Héritage : le Destin d'une Sang-Mêlée*. © Khloq (IG : khloq_art) / Yurai.

Il s'agit d'une des créations françaises les mieux notées du site, proposant une histoire fantastique autour de Zeltzin, la protagoniste visible sur l'image ci-dessus (fig. 84) qui va devoir tenter de renverser la tyrannie qui règne sur son pays, l'Hidden. On y retrouve ce qui semble attirer le plus le public, à savoir une lecture à la verticale reprenant les codes du webtoon, des couleurs, des personnages diversifiés, un intrigue principale et une intrigue romantique, etc. C'est sans doute tous ces points et bien d'autres comme le travail autour des textes qui a permis de cumuler une note maximale de 5/5 de la part des lecteurs.

Yurai éditions, créée au moment où le webtoon francophone n'était que peu représenté, marque un tournant, à l'instar de Webtoon Factory, dans la mondialisation du webtoon. C'est grâce à de telles plateformes que le format a réussi à intéresser jusqu'à la concurrence et à développer encore plus la BD coréenne ou la manière de consommer des bandes dessinées numériques. C'est ce point qui va à présent nous intéresser.

Chapitre 4 – Quand la concurrence s'intéresse au webtoon : Izneo, Allskreen, Coolmic

Maintenant que nous avons vu les principales plateformes francophones qui ont permis le développement du webtoon et participé à sa mondialisation en langue française, nous pouvons voir trois concurrents qui ont décidé de se rapprocher de ces BD coréennes. Cela soit en distribuant ces dernières soit en ayant un système économique ou une application au fonctionnement très proche. Commençons donc par la plus grosse entreprise de BD numérique en France : Izneo.

A – Quand le géant Izneo choisit le webtoon

1. Izneo avant le webtoon

La société Izneo a vu le jour en 2010²⁹⁹, et s'est très vite spécialisée dans la diffusion de bande dessinées numériques. Créée par douze maisons d'éditions franco-belge (Fluide Glacial, Dargaud, Dupuis, Casterman, Le Lombard, Bayard, Ankama, Bamboo, Gallimard, Jungle, Bayard et Fnac)³⁰⁰³⁰¹, la plateforme internet, puis les applications pour Android et iOS, a rapidement trouvé son public au point de devenir le leader de la BD numérique en France. Ce qui a sans doute fait son succès, c'est son catalogue très fourni, avec aujourd'hui plus de 30 000 titres consultables sur plusieurs plateformes (ordinateur, portable, télévision et console) mais aussi de très bas prix. Il est possible d'acheter à l'unité (entre 1,99 € et 17,99 €)³⁰² ou bien de prendre un abonnement dont le montant varie selon le nombre d'appareils qui peuvent en bénéficier³⁰³. Parmi le catalogue, il est possible de trouver de la BD

299 SOLYM, Clément. Fnac rachète la moitié de Izneo, libraire et distributeur de BD numériques. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 28/01/2016. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/35122/distribution/fnac-rachete-la-moitie-de-izneo-libraire-et-distributeur-de-bd-numerique> > (consulté le 15/06/2021).

300 DEVILLARD, Arnaud. Iznéo, des BD numérisées pour ordinateur et iPad. **In** : *01net*. [en ligne]. Publié le 06/07/2010. Disponible sur < <https://www.01net.com/actualites/izneo-des-bd-numerisees-pour-ordinateurs-et-ipad-519015.html> > (consulté le 15/08/2021).

301 Lettres Numériques. Quand la bande dessinée prend ses quartiers sur les écrans. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 01/02/2016. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/35053/edition/quand-la-bande-dessinee-prend-ses-quartiers-sur-les-ecrans> > (consulté le 15/06/2021).

302 IZNEO. Catalogue BD. **In** : *Izneo*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.izneo.com/fr/bd> > (consulté le 15/08/2021).

303 IZNEO. Abonnement. **In** : *Izneo*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.izneo.com/fr/abonnement> > (consulté le 15/08/2021).

numérisée, des mangas ou encore des *comics* américains ce qui laisse une grande liberté de lecture. C'est grâce à ces derniers que la société a fait un chiffre d'affaire de 3 839 900 euros en 2020³⁰⁴ et ce sont de telles sommes qui ont incitées la Fnac à racheter la moitié des actions de l'entreprise en 2016³⁰⁵. Pourtant, la société n'a pas toujours réussi à attirer des utilisateurs. En effet, à ses débuts, notamment au moment de la parution de loi de 2011 sur le prix du livre numérique, Izneo n'était pas conforme. Cela ajouté à l'arrivée de Kindle Unlimited et à l'augmentation de l'abonnement de 6,99 à 9,99 €, tout semblait contre la société à ce moment précis. Il a été décidé que l'abonnement ne porterait alors que sur les titres parus sous Média Participation et que tous les autres auraient des tarifs variables selon l'éditeur³⁰⁶. Il a fallu récupérer les utilisateurs perdus par ces circonstances et en attirer de nouveau par la même occasion. Izneo a donc choisi d'améliorer ses applications et notamment son mode de lecture qui n'était à ses débuts que des pages numérisées que le lecteur devait passer à l'aide d'un bouton ou en scrollant vers la droite ou la gauche. Il n'y avait pas de plus-value par rapport à n'importe quelle application de lecture. La société a donc décidé d'ajouter la fonctionnalité EazyComics. Cette dernière permet, sur les écrans de portable ou de tablette notamment, de pouvoir lire case par case, un système déjà utilisé sur l'application américaine comiXology, et qui semble avoir fait ses preuves. Avec cette fonctionnalité, il est alors possible de « [s'affranchir] de toute animation ou transition superflue entre chacune des cases »³⁰⁷. Pourtant, malgré tous les efforts faits par la société pour convaincre le public et malgré les investisseurs ou encore les chiffres d'affaires important, Izneo n'a pas réussi à convaincre les lecteurs à se tourner vers le numérique. Catalogue important, simultrad (littéralement traduction simultanée) des chapitres de mangas paraissant chaque semaine, les abonnements³⁰⁸, etc. rien ne permet au numérique de vraiment s'imposer et ne représente en France que 1,5 % des lectures contre 10 % aux États-Unis ou 50 % au Japon. Izneo a donc changé de tactique pour attirer plus de lecteurs numériques et tenter de valoriser le numérique : les webtoons³⁰⁹.

304 Société. IZNEO. **In** : *Société.com*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.societe.com/societe/izneo-522564392.html> > (consulté le 02/02/2021).

305 SOLYM, Clément. *Idem*.

306 SUTTON, Elizabeth. Abonnement Ebook – Interview – La solution izneo. **In** : *IDBoox*. [en ligne]. Publié le 17/06/2015. Disponible sur < <http://www.idboox.com/interviews/abonnement-ebook-interview-la-solution-izneo/> > (consulté le 15/08/2021).

307 FADIGA, Fabrice. Avec EazyComics, Izneo nous fait plonger au coeur des cases. **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 24/03/2017. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Avec-EazyComics-Izneo-nous-fait-plonger-au-coeur-des-cases> > (consulté le 15/08/2021).

308 BAYON, Arthur. Quelles sont les meilleurs plateformes pour lire des BD numériques ?. **In** : *Le Figaro*. [en ligne]. Modifié le 10/07/2020. Disponible sur < <https://www.lefigaro.fr/bd/quelles-sont-les-meilleures-plateformes-pour-lire-des-bd-numeriques-20200516> > (consulté le 02/02/2021).

309 WOITIER, Chloé. La plateforme Izneo prend le virage du “webtoon”. **In** : *Le Figaro*. [en ligne]. Publié le 31/01/2020. Disponible sur < <https://www.lefigaro.fr/medias/la-plateforme-izneo-prend-le-virage-du-webtoon-20200131> > (consulté le 15/08/2021).

2. Entrée sur le marché du webtoon

C'est en 2019 que Izneo change de stratégie. Au lieu de vouloir changer les us et coutumes de toute sa clientèle, la société numéro 1 de la BD dématérialisée se tourne vers le webtoon, et privilégie les 15-25 ans, « souvent plus captivés par les vidéos, les écrans que par les grandes planches graphiques. »³¹⁰ En effet, il s'agit d'un marché en plein essor parfaitement adapté pour les *smartphone* et les tablettes qui se mondialise très vite comme nous l'avons constaté jusqu'à présent. Les chiffres sont le plus parlant : en 2018 Izneo n'a publié aucun contenu venant de Corée du Sud tandis qu'en 2019, 14 % des 3 millions d'albums mis en ligne par Izneo sont des webtoons. Le leader du marché cherche réellement à pouvoir proposer un contenu qui plaira au plus grand nombre, il ne se limite donc pas à un genre précis ou de prédilection comme nous l'avons vu pour Delitoon et son catalogue de romances très développé en comparaison des autres. Non. Ici, Izneo développe l'ensemble de ce que le webtoon peut proposer, que ce soit du contenu venu d'Asie mais aussi des productions franco-belges qui peuvent permettre aux plus réticents de se tourner vers ce format³¹¹. Pourtant force est de constater que bien que la société se veuille le plus éclectique possible dans son catalogue, les catégories les plus lues restent encore aujourd'hui la romance et l'aventure, mises en avant par une sélection de titres précis³¹². Et si l'on va plus loin, il est possible de dire que les meilleures ventes sont dans la catégorie romance, car elle regroupe à la fois des titres comme *Love after marriage*³¹³, un webtoon chinois qui nous expose la vie sentimentale de Mo Su, une jeune femme mariée mais ne connaissant pas son mari et qui va être approchée par son patron. Classé parmi les meilleurs titres, il est intéressant de remarquer que Izneo ne se contente pas de diffuser les BD coréennes mais bien l'ensemble de la production webtoon asiatique. Il est toutefois possible de noter quelques différences graphique, notamment des yeux plus grands que dans un webtoon de Corée ou encore des visages plus arrondis. De par le trait il serait presque possible marquer ce titre comme un manga et c'est ce qu'a fait le diffuseur, Izneo, en le

310 RICHEBOIS, Véronique. La BD tente d'accélérer son tournant numérique avec Izneo. **In** : *LesEchos*. [en ligne]. Publié le 30/01/2020. Disponible sur < <https://www.lesechos.fr/pme-regions/ile-de-france/la-bd-tente-daccelerer-son-tournant-numerique-avec-izneo-1167479> > (consulté le 16/08/2021).

311 IZNEO. Le webtoon ? Une nouvelle façon de lire la BD numérique !. **In** : *Izneo*. [en ligne]. Disponible sur < <https://lefigaro.izneo.com/fr/evenement/314/decouvrez-le-webtoon> > (consulté le 03/04/2021).

312 IZNEO. Catalogue Webtoon. **In** : *Izneo*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.izneo.com/fr/webtoon> > (consulté le 25/05/2021).

313 Hotread. *Love after marriage*. **In** : *Izneo*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.izneo.com/fr/webtoon/shojo/love-after-marriage-41901/episode-1-90864/read?exiturl=https://www.izneo.com/fr/webtoon/shojo/love-after-marriage-41901> > (consulté le 02/08/2021).

qualifiant de *shôjo* (manga pour fille). Cette catégorisation a sans nul doute contribué au succès français de *Love after marriage*. Toujours parmi les titres à succès de la plateforme, il est également possible de noter *Trop bien pour moi*³¹⁴, un webtoon BL chinois qui nous présente la vie amoureuse de Martin Zhao, un étudiant épris de Jim Liu, un de ses camarades. Comme pour le webtoon précédent, ici nous avons une production non coréenne qui a sans nul doute été lue car elle est classifiée comme *yaoi*, terme désignant encore en France, à l'instar de BL, les mangas homo-érotiques montrant des couples d'hommes. Il serait alors possible de désigner que le public majoritaire des lecteurs de webtoons sur Izneo sont en majorité des femmes, ce qui corroborerait les dires de Geoffroy Menier, le PDG (Président directeur général) de Yurai éditions mais aussi les chiffres collectés lors de l'enquête réalisée pour notre projet étudiant³¹⁵. D'autres titres sont également à citer comme *Another World* de Manman comic, un webtoon de romance qui a atteint les 90 millions de vues en Asie, *Impossible de refuser*, un BL ayant déjà prêté de 300 000 abonnés ou encore le drama *Horizon* traduit dans 6 langues différentes³¹⁶. Le succès du webtoon semble au rendez-vous pour Izneo. C'est pourquoi une « nouvelle offre d'abonnement, disponible sur Izneo, permet ainsi de lire en "illimité" l'ensemble du catalogue de séries webtoon proposé par Izneo pour un tarif unique de 3,99 euros par mois³¹⁷. » Izneo est entré sur le marché du webtoon après la concurrence mais participe lui aussi à sa mondialisation, notamment avec des titres qui ne sont pas exclusivement coréens ou franco-belges. La société garde toutefois un fonctionnement à part, celui de l'abonnement qui lui permettra peut-être de se distinguer en partie des autres plateformes³¹⁸.

Maintenant que nous avons étudié le plus gros concurrent des plateformes uniquement dédiées au webtoon, tâchons d'en apprendre plus sur deux applications qui se rapprochent de par leur fonctionnement ou leur système économique de Delitoon, Verytoon et autres.

314 LE Comic. *Trop bien pour moi*. **In** : Izneo. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.izneo.com/fr/webtoon/yaoi/trop-bien-pour-moi-43113/episode-1-94122/read/1?exiturl=https://www.izneo.com/fr/webtoon/yaoi/trop-bien-pour-moi-43113> > (consulté le 02/08/2021).

315 Annexe 7 : Réponse de Yurai éditions et Réponse à l'enquête menée pour le projet.

316 La Rédaction. Izneo lance son offre d'abonnement illimitée consacrée au webtoon. **In** : Stéphane Larue. [en ligne]. Publié le 11/05/2021. Disponible sur < <https://stephanelarue.com/izneo-lance-son-offre-dabonnement-illimitee-consacree-au-webtoon/> > (consulté le 16/08/2021).

317 FAIDHERBE, Thomas. Izneo se développe avec un abonnement illimité consacré au webtoon. **In** : Livres Hebdo. Publié le 04/06/2021. Disponible sur < <https://www.livreshebdo.fr/article/izneo-se-developpe-avec-un-abonnement-illimite-consacre-au-webtoon> > (consulté le 06/08/2021).

318 Annexe 5.

B – Allskreen et Coolmic

Allskreen, une société française basée à Lyon, a durant 3 ans publié de la bande dessinée numérique. Diffusés sur ordinateurs, les titres ont été continuellement mis à jours jusqu'en 2019 (fig. 85).

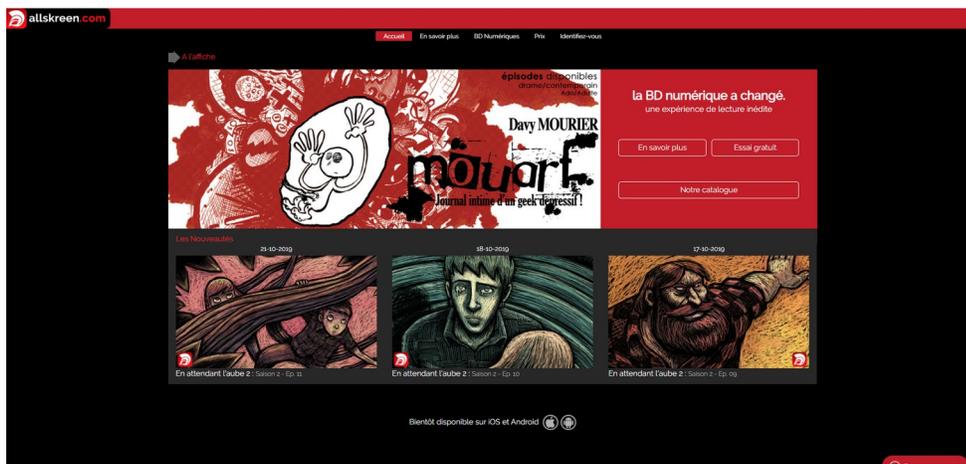


Figure 85: Capture d'écran du site Allskreen dont la dernière mise à jour remonte à octobre 2019. © 2017 Allskreen Tous droits réservés.



Figure 86: Capture d'écran de l'application Allskreen. © 2020 Allskreen Tous droits réservés.

La société a alors choisi, en 2020, d'arrêter la BD numérique pour se concentrer sur le webtoon. C'est en ce sens qu'a été pensée l'application Allskreen (fig. 86). Elle s'adapte parfaitement à la lecture sur écran, proposant de nombreux titres franco-

belges ainsi que d'autres provenant de différents pays. À l'heure actuelle, une trentaine de séries sont en cours de diffusion, permettant au format webtoon de se développer petit à petit. Chose à savoir, Allskreen et son éditeur en chef Hervé Creac'h souhaitent avant tout adapter des bandes dessinées au format webtoon, nécessitant donc de fortes transformations dans l'agencement des cases qui doivent se succéder sur une longue bande verticale. Parmi les exemples qui se démarquent, il y a *Chinpira*, un webmanga d'action ou *Hell West*, un webtoon francophone. Bien qu'intéressant, le projet semble aujourd'hui gelé puisque seuls les premiers épisodes gratuits sont actuellement disponible et qu'aucun abonnement ou système de crédit n'est encore accessible. Il va donc falloir attendre et voir si Allskreen deviendra un

vecteur de mondialisation du webtoon ou non mais elle a tout de même rendu disponible quelques titres francophones qu'il serait dommage d'oublier³¹⁹.

Après Allskreen et pour terminer ce chapitre, analysons rapidement le fonctionnement de l'application Coolmic. Première chose particulière à savoir sur cette dernière c'est qu'elle n'est pas disponible sur le Google Store, car elle propose du contenu mature, et est donc téléchargeable uniquement par un QR- code disponible sur l'unique page du site internet (fig. 87).

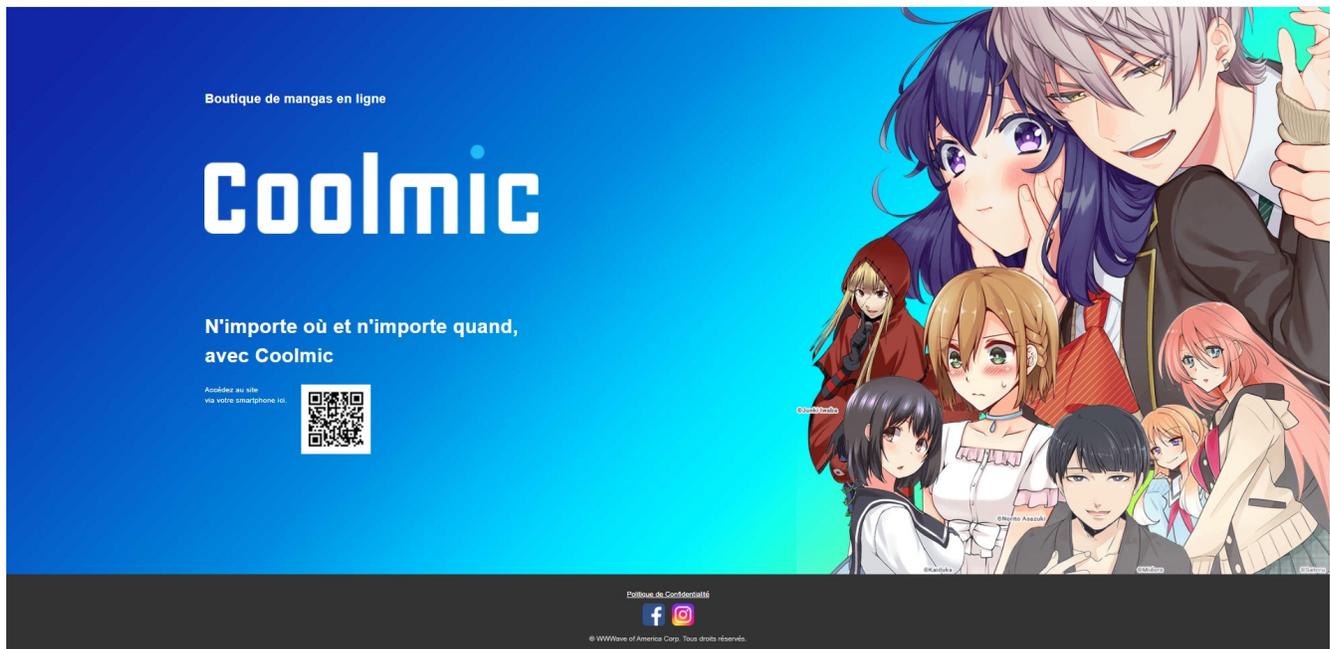


Figure 87: Capture d'écran du site Coolmic. © WWave of America Corp. Tous droits réservés.

Créée par la compagnie américaine WWave of America Corp., Coolmic propose dans son catalogue du contenu édité en grande majorité au Japon par le label Comic Festa. Aussi, sa bibliothèque se veut la plus exhaustive possible, mais propose des titres avant tout destinés à un public féminin. C'est en tout cas ce que suggèrent les catégories *shôjo*, *josei*, *teens love* ou encore *yaoi*. Deux autres catégories viseraient elles un public masculin, à savoir *seinen* (jeune adulte) ou *hentai*. Parmi les titres les plus lus de la plateforme, il est possible de noter *L'épouse du Titan*, un webmanga BL en noir et blanc écrit par ITKZ (fig. 88) qui nous parle d'un jeune homme invoqué par magie dans un monde parallèle pour devenir la femme du roi des géants. Il s'agit de l'un des mangas créés spécialement pour pouvoir se lire sur écran en suivant le système de la bande verticale mis en place par le webtoon.

319 BAYON, Arthur. Quelles sont les meilleurs plateformes pour lire des BD numériques ?. In : *Le Figaro*. [en ligne]. Modifié le 10/07/2020. Disponible sur < <https://www.lefigaro.fr/bd/quelles-sont-les-meilleures-plateformes-pour-lire-des-bd-numeriques-20200516> > (consulté le 02/02/2021).



Figure 88: Capture d'écran de L'épouse du Titan.
© WWWave of America Corp. Tous droits réservés.



Figure 89: Capture d'écran d'Un prince sur la glace.
© WWWave of America Corp. Tous droits réservés.

Ce BL qui compte actuellement 55 chapitres (et non épisodes comme pour les webtoons) a eu tellement de succès qu'il a même eu droit à une adaptation en dessin animé en 2020. Cette dernière est accessible via l'application en version non-censurée, chaque épisode valant 30 tickets. Les titres qui fonctionnent le mieux restent encore aujourd'hui soit les BL soit les *teens love*, du contenu érotique voire pornographique à destination des jeunes femmes (contrairement au *hentai* proposant un contenu similaire mais pour un public plutôt masculin). Mais d'autres titres non matures fonctionnent plutôt bien sur l'application. Nous avons par exemple le webmanga en couleur *Un prince sur la glace* de

Monpetit (fig. 89). Il s'agit d'une romance entre le patineur Ren Takamiya et son amie d'enfance. Un titre en 27 chapitres, tous disponibles sur la version française de Coolmic.

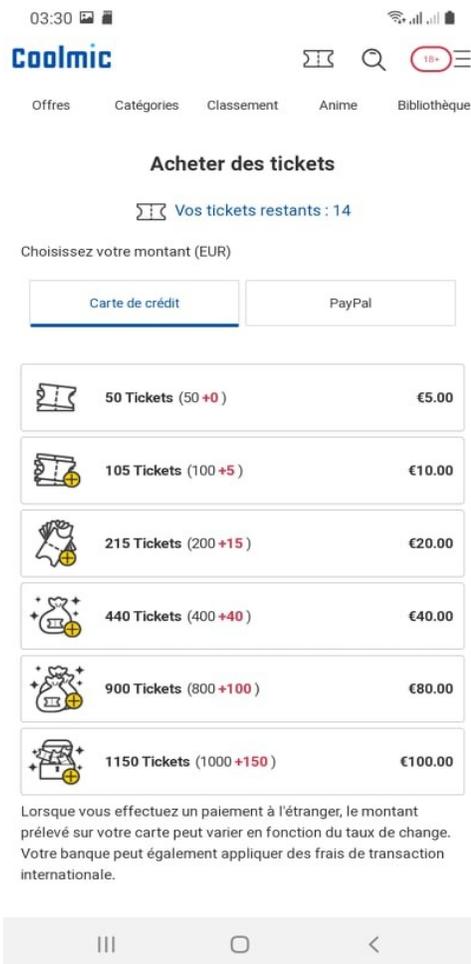


Figure 90: Capture d'écran de l'interface de paiement.
© WWave of America Corp. Tous droits réservés.

pendant version manga des applications de webtoon avec un fonctionnement extrêmement proche, que ce soit dans sa logistique, sa prise en main ou encore son système économique. Il est même possible que cette application découle de la mondialisation du webtoon et de toutes les applications qui le diffusent.

Après avoir détaillé différents acteurs ayant permis le succès du webtoon au niveau du numérique, nous allons conclure cette partie en nous intéressant au développement de ces BD coréennes adaptées au format papier.

Outre la catégorisation qui rapprocherait Coolmic de nombreuses applications webtoon dont le contenu mature est disponible uniquement sur les sites internet, ici nous avons directement accès à des histoires dites R-18. Le *rating 18* est le sigle japonais qui permet de signaler les contenus pour adultes. Cette option est désactivable via un bouton directement implémenté dans l'application (fig. 90). Elle se rapproche également des différentes plateformes détaillées jusqu'à présent par son système économique. À l'instar de Lezhin ou Delitoon, Coolmic marche sur le système du *freemium*, proposant un chapitre gratuitement puis les suivants sont à débloquent via des tickets qui fonctionnent exactement comme les *coins*³²⁰. Nous avons sur l'image à gauche la grille tarifaire pour la France. Généralement, un chapitre coûte 3 tickets s'il est en noir et blanc et 5 s'il est entièrement en couleurs. C'est donc sensiblement les mêmes tarifs que ceux appliqués par d'autres plateformes de lecture en ligne. Un autre système qui permet de comparer Coolmic aux applications de webtoon c'est les différentes offres qui sont mises en lignes, permettant de dépenser moins ou de lire durant un temps limité des chapitres gratuitement. Aux vues des données recueillies, il est possible de dire que Coolmic et le

320 Annexe 4.

Chapitre 5 – Du webtoon au format papier

Maintenant que nous avons développé sur les différentes plateformes qui proposent du webtoon depuis leur création, qui ont un système économique ou une mise en ligne récente de webtoon pour se rapprocher de ce marché, nous pouvons à présent terminer ce mémoire, ou du moins cette recherche sur le développement et la mondialisation du webtoon en parlant du format papier. Ainsi, nous allons voir pourquoi certains webtooneurs et éditeurs se dirigent vers ce format et comment il se distingue du format numérique.

A – Pourquoi imprimer ?

Depuis le début de ce mémoire, nous avons pu voir que le webtoon est une œuvre spécifiquement créée pour se lire en ligne, misant principalement sur une narration intuitive et participative, que ce soit le son, le défilement vertical ou bien la proximité avec les artistes via les réseaux sociaux. Il est normal de s'interroger sur pourquoi il serait intéressant d'imprimer un webtoon. La réponse est finalement toute simple : l'économie. Nous avons vu que les artistes gagnent de l'argent selon le succès de leurs webtoons mais surtout qu'il est possible pour eux de créer des produits dérivés dont les bénéfices leurs sont directement distribués. En effet, les plateformes comme Webtoon, Lezhin ou Delitoon ne sont que des diffuseurs, c'est le webtooneur qui garde les droits de son œuvre et qui peut en faire ce qu'il veut. Il est donc normal qu'à partir de ce moment là, si une série fonctionne au format numérique, il puisse arriver qu'une version numérique soit envisagée. Cela est vrai pour les webtoons comme pour tout autre webcomic à succès³²¹.

Si la réponse à pourquoi imprimer est simple ne théorie, il devient intéressant de se demander comment elle peut être mise en pratique.

321 LAMERICHS, Nicole. Scrolling, swiping, selling: Understanding Webtoons and the data-driven participatory culture around comics. **In** : *Participations Journal of Audience & Reception Studies*. [en ligne]. Vol. 17, N°2, novembre 2020, p. 220. PDF. Disponible sur < <https://www.participations.org/Volume%2017/Issue%202/11.pdf> > (consulté le 03/05/2021).

B – Comment financer l'impression ?

Le premier moyen pour pouvoir adapter son webtoon au format papier c'est de passer par le *crowdfunding*. Si l'on s'en réfère à la définition proposée par le CEDEF, le Centre de documentation Économie Finances, il s'agit « d'un échange de fonds entre individus en dehors des circuits financiers institutionnels, afin de financer un projet via une plateforme en ligne³²². » Le *crowdfunding* ou financement participatif permet ainsi à des artistes de pouvoir financer via des dons, et généralement en échange de contreparties, des projets artistiques par exemple. Une telle démarche est encadrée par la loi comme en France avec l'ordonnance n°2014-559 du 30 mai 2014 qui permet notamment de protéger les investisseurs et de sécuriser les transactions³²³ se faisant via des plateformes comme Kickstarter, KissKissBankBank, Ulule ou encore Patreon.

Ce genre de financement a d'autant plus de chances de marcher pour le webtoon car il existe une proximité toute particulière entre l'auteur et les fans qui peuvent très facilement communiquer par les réseaux sociaux, amenant ainsi à un rapprochement d'une part de la communauté qui peut alors aider à financer de tels projets. C'est par exemple ce qu'il s'est passé pour le webtoon à succès *Let's Play* (fig. 91). La webtooneuse, Mongie, a fait appel à sa communauté pour pouvoir sortir le premier numéro au format relié via la plateforme Kickstarter et édité chez Rocketship, un éditeur se spécialisant dans l'édition de bande dessinées et la fabrication de produits dérivés³²⁴. Le projet participatif a rassemblé 4 438 contributeurs et accumulé 233 750\$ tandis que l'objectif initial était de 10 000\$³²⁵. Pour arriver à une telle somme, de



Figure 91: Let's Play vol. 1.
© Mongie / Rocketship
Entertainment.

322 CEDEF. Qu'est-ce que le financement participatif ?. **In** : Ministère de l'économie, des finances et de la relance. [en ligne]. Modifié le 26/07/2021. Disponible sur < <https://www.economie.gouv.fr/cedef/financement-participatif> > (consulté le 12/08/2021).

323 LEGIFRANCE. Ordonnance n°2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif. **In** : Légifrance. [en ligne]. Mis à jour le 01/10/2014. Disponible sur < <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000029008408/> > (consulté le 12/08/2021).

324 Rocketship. Company. **In** : Rocketship. [en ligne]. Disponible sur < <https://rocketshipent.com/company/> > (consulté le 04/05/2021).

325 MONGIE. Let's Play Volume 1. **In** : Kickstarter. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.kickstarter.com/projects/rocketship/lets-play-volume-1?lang=fr> > (consulté le 04/05/2021).

nombreuses contreparties et *goodies* ont été créés comme des *prints* exclusifs, des badges ainsi que des marques pages à l'effigie des personnages importants de la série. Ce même constat peut s'appliquer pour une autre série qui a elle aussi été publiée chez Rocketship, à savoir *Born Sexy Tomorrow* (fig. 92), un webtoon à succès provenant de Tapas et non pas de Webtoon comme le précédent. Financé à hauteur de 24 881\$ par 595 contributeurs, ce webtoon BL de VVGB propose lui, non pas que des contreparties mais aussi un premier aperçu des changements qui vont être opérés pour une sortie papier (fig. 93)³²⁶.

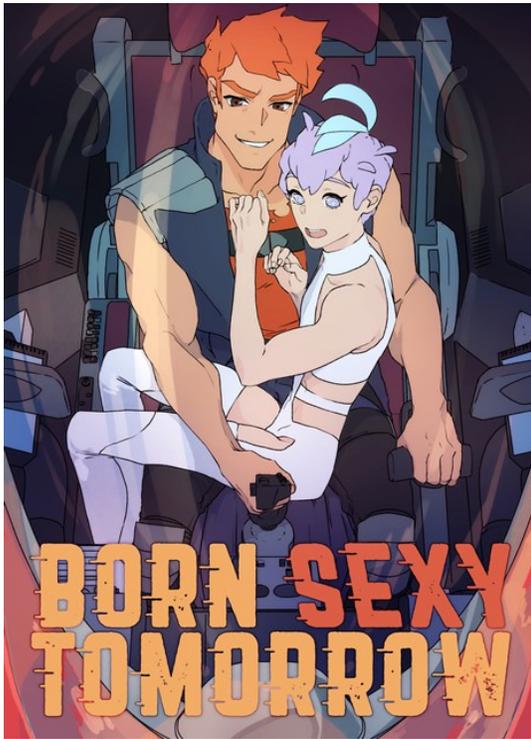


Figure 92: Born Sexy Tomorrow vol. 1. ©VVGB / Rocketship Entertainment.



Figure 93: Exemple de mise en page de la version reliée de Born Sexy Tomorrow. ©VVGB / Rocketship Entertainment.

Car qui dit nouveau format dit également différences, surtout dans des pages qui sont plus plus larges que sur la bande défilée verticale du webtoon numérique. Si parfois c'est le webtooneur qui modifie lui-même la succession de case pour que le passage au papier soit plus facile, comme nous l'explique la créatrice Sharean Morishita dans son article « How to Make a Webtoon Comic for Print » dans lequel elle explique notamment la différence entre la taille de ses vignettes au format numérique et celles qui vont être imprimées³²⁷, la majorité du temps les auteurs passent par des éditeurs pour faire

326 VVGB. Born Sexy Tomorrow Volume 1. In : *Kickstarter*. [en ligne]. Mis à jour le 02/08/2021. Disponible sur < <https://www.kickstarter.com/projects/rocketship/born-sexy-tomorrow-volume-1?lang=fr> > (consulté 13/08/2021).

327 S-Morishita. How to Make a Webtoon Comic for Print. In : *S-Morishita's Studio*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.s-morishitastudio.com/how-to-make-a-webtoon-comic-for-print/> > (consulté le 13/08/2021).

l'enchaînement des cases. C'est ce qu'ont fait Mongie et VVGB avec Rocketship mais c'est également ce que font d'autres auteurs dont plusieurs édités en France comme SIU publié chez Ototo ou encore Yaongyi éditée chez Delcourt. Toute la BD doit être entièrement repensée sans pour autant nuire au format de base. Ainsi, si l'on s'en réfère à Camille Mercier travaillant chez Nazca Éditions, certains titres étant bien trop liés au format numérique ne peuvent pas, à son sens, être publiés dans un format physique³²⁸.

Il est également possible de créer un *crowdfunding* et de s'auto-éditer comme le font Sharean Morishita avec sa série *Love ! Love ! Fighting !* ou bien Loonytwin. Ce créateur passe, pour son titre *Eyes on Me*, par la plateforme Patreon pour se faire financer par ses lecteurs en échange de contreparties comme des dessins exclusifs par exemple (fig. 94).



Figure 94: Couverture de l'épisode 1. Eyes on Me. © Loonytwin / Tapas.

Enfin, il existe également le contrat d'édition à compte d'éditeur dont plusieurs travaillent en France. Nous allons donc terminer ce chapitre et cette réflexion sur le webtoon par une étude de différents titres actuellement publiés.

328 Annexe 7.

C – Webtoons au format papier en France

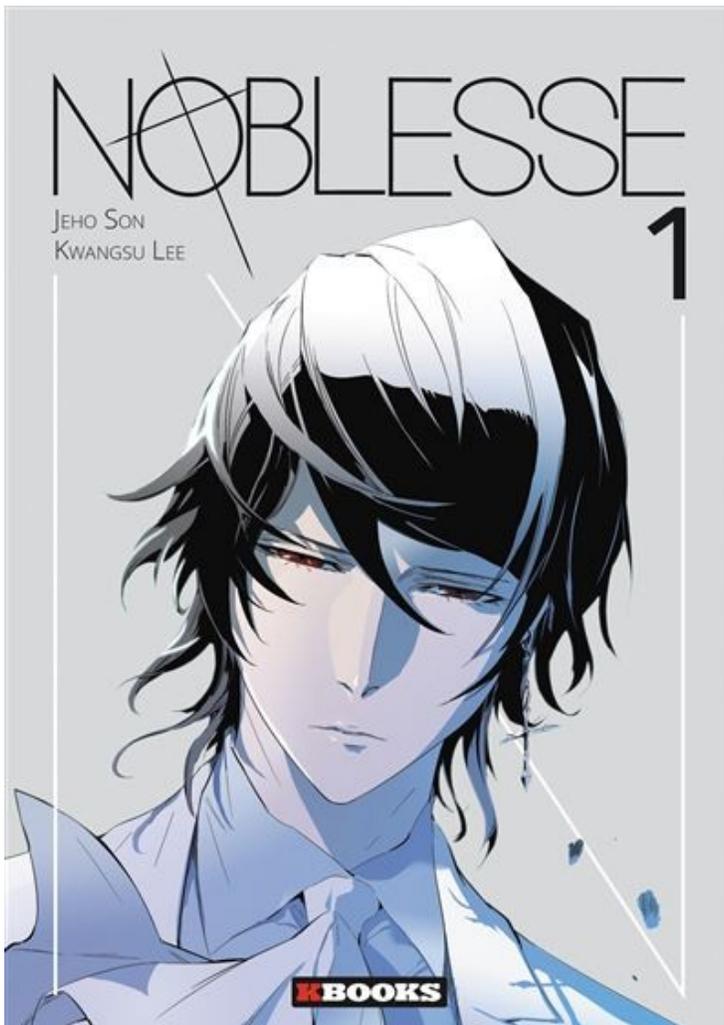


Figure 95: Noblesse, tome 1. © 2007 Son Jae Ho, Lee Gwang Su. All rights reserved.

clairement car le style combat marche déjà très bien au format manga. Ainsi, le lectorat de base peut déjà le comparer à d'autres titres et ainsi se rapprocher assez aisément de ce titre. Mais Kbooks c'est également la collection dans laquelle est publiée *Noblesse* (fig. 95), une histoire de vampires et de monstres sous fonds de combats qui ravira les amateurs du genre. C'est les seuls titres visant principalement un public masculin à sortir pour le moment.

« Le webtoon [au format papier] n'est pas nouveau en France, (...). Dès 2006, les éditions Casterman avaient lancé une collection spécialisée dans les manhwa (bandes dessinées sud-coréennes), et en 2011 l'éditeur Clair de lune publiait des webtoons sur papier³²⁹. » Pourtant il n'y a que très récemment que le format a réellement commencé à fonctionner. Parmi les différents éditeurs français qui se sont lancés dans le marché du webtoon papier, l'un des plus importants reste encore aujourd'hui Delcourt. C'est ce groupe qui a notamment lancé la collection Kbooks qui se veut comme « un renfort imprimé plutôt qu'une extension » de la plateforme Verytoon détaillée plus tôt et ne propose que les titres les plus lus³³⁰. Ainsi, parmi les grands noms du webtoon, il édite *Solo Leveling* dont le tome 3 arrive prochainement et qui possède un grand nombre de lecteurs. Cela s'explique

329 SORBIER, Marie. Le webtoon, la BD qui "sort des carcans de la page". In : *France Info*. [en ligne]. Diffusée le 09/03/2021. Disponible sur < <https://www.franceculture.fr/emissions/affaire-en-cours/affaires-en-cours-du-mardi-09-mars-2021> > (consultée le 06/06/2021).

330 PRÉVOT, Cynthia. Delcourt lance un projet global autour des webtoons. In : *Lettres Numériques*. [en ligne]. Publié le 16/04/2021. Disponible sur < <https://www.lettresnumeriques.be/2021/04/16/delcourt-lance-un-projet-global-autour-des-webtoons/> > (consulté le 05/06/2021).



Figure 96: Solo Leveling © DUBU (REDICE STUDIO), Chugong 2018 D&C WEBTOON Biz Co., Ltd. All rights reserved. Your Letter © Cho Hyun-ah. All rights reserved.

Figure 97: Ci à-gauche, Pages 10 et 11. Your Letter © Cho Hyun-ah. All rights reserved.

Figure 98: Ci à-droite, Pages 14 et 15. Solo Leveling © DUBU (REDICE STUDIO), Chugong 2018 D&C WEBTOON Biz Co., Ltd. All rights reserved.



Et nous pouvons déjà voir comment Delcourt a choisi de réorganiser la mise en case tout en tentant de conserver le rythme du webtoon. En effet, si l'on se fit aux images ci-dessus (fig. 96 à 98), nous pouvons voir que Kbooks rapproche son tome des titres parus en Corée, adoptant une organisation des cases ou un formats identiques.

Ces changements dans l'enchaînement des cases, dans le réarrangement et la superposition des événements se retrouvent également dans les deux titres à destinations des filles : *True Beauty* et *Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim ?* Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que ce style de mise en page semble aujourd'hui être la norme puisqu'il se retrouve dans la majorité des titres publiés en France. C'est le cas pour *Space Boy* de Stephen McCranie publié chez Akileos (fig. 99) qui joue également sur des grossissements de cases pour intensifier les émotions des personnages comme la petite Amy ou « l'étrange garçon (autiste ? robot ? alien ?) avec qui [elle] se lie d'amitié »³³¹ par exemple.



Figure 99: Mise en page de *Space Boy*. © Stephen McCranie / Akileos. All rights reserved.

Ces mêmes changements se retrouvent aussi dans le titre *Bâtard* (fig. 100) publié chez Ki-oon dans la nouvelle collection Toon qui comme l'image ci-dessus, utilise des cases sur fond noir, permettant par la

331 ROURE, Benjamin. BD pour enfants : “Space Boy”, une romance lycéenne au parfum de SF. In : *Télérama*. [en ligne]. Publié le 04/01/2021. Disponible sur < <https://www.telerama.fr/enfants/bd-pour-enfants-space-boy-une-romance-lyceenne-au-parfum-de-sf-6791436.php> > (consulté le 05/06/2021).

même occasion de conserver le suspense de ce thriller psychologique tandis que pour *Space Boy* il s'agit d'un moyen de projeter le lecteur dans l'espace³³².

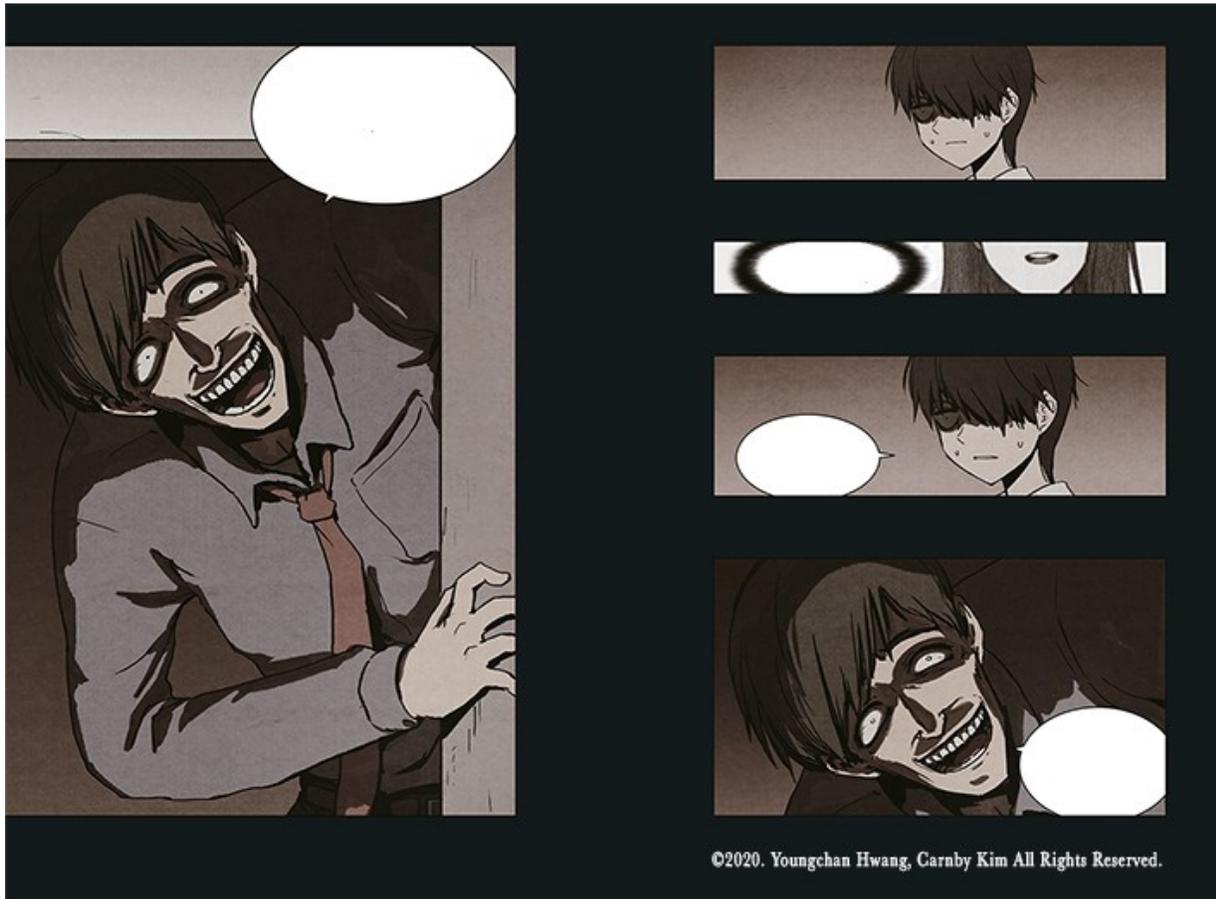


Figure 100: Enchaînement de cases. Bâtard © 2020. Youngchan Hwang Carnby Kim All rights reserved.

On pourrait alors croire que ces changements sont la norme mais il semblerait qu'il existe de petites différences selon les différents éditeurs. En effet, si l'on se tourne vers *Killing Stalking* publié chez Taifu, il est possible de voir que la mise en page se rapproche énormément du webtoon numérique. On laisse alors apparaître peu de cases espacées par de grands caniveaux noirs (fig. 101)³³³. Chez Ototo, c'est le format qui n'est pas le même. En effet, contrairement aux grand formats 15 x 21 cm proposés jusqu'alors, ici, l'éditeur à choisi un plus petit format (129 x 178 mm) et mélange une mise en page à la webtoon numérique avec une enchaînement de cases remaniées pour l'adaptation papier de *Tower of God* (fig. 102).

332 Ki-oon. Bâtard : le WEBTOON débarque chez Ki-oon !. In : *Ki-oon*. [en ligne]. Publié le 09/11/2020. Disponible sur < <http://www.ki-oon.com/news/578-batard-le-webtoon-debarque-chez-ki-oon.html> > (consulté le 03/04/2021).

333 CRUZ (de la), Bruno. Le webtoon *Killing Stalking* arrive en France chez Taifu !. In : *Animeland*. [en ligne]. Publié le 02/07/2020. Disponible sur < <https://animeland.fr/2020/07/02/le-webtoon-killing-stalking-arrive-en-france-chez-taifu/> > (consulté le 02/03/2021).



Figure 101: Cases provenant de Killing Stalking. Lezhin © 2016. Koogi All right reserved.



Figure 102: Pages 26 et 27. Tower of God © 2010. by SUI All rights reserved.

Un dernier acteur du phénomène webtoon papier est Nazca édition. La maison d'édition, connue pour la parution de nombreuses bandes dessinées asiatiques depuis 2018 a tout récemment commencé à éditer les BD numériques coréennes.

« On vend pas du webtoon en format papier. (...) J'aurai tendance à dire que dès qu'on l'adapte pour le vendre en format papier, alors on parle direct de manhwa ou manwha (...).³³⁴ »

Parmi leurs titres phares se retrouvent *TODAG (Tales of Demons and Gods ; fig. 103)* ainsi que *DICE (fig. 104)* qui a inauguré la nouvelle collection SCROLL. Le premier se vend très bien, 12 000 exemplaires ayant été vendus pour le tome 1 tandis que le second se vend mais reste une licence encore

334 Citation de Camille Mercier. Voir Annexe 7 : Réponse des éditions Nazca.

trop récente pour avoir des chiffres précis. Comme pour les titres présentés jusqu’alors, plusieurs modifications dans l’enchaînement des cases ont été apportées par les éditions Nazca pour faciliter la lecture du public français tout comme la traduction, mettant en avant le soin tout particulier apporté à de telles titres. De plus, l’éditeur indique également que de nouveaux titres arriveront prochainement dans son catalogue et que la collection SCROLL va se développer, montrant que le webtoon va poursuivre son chemin et que les lecteurs peuvent se réjouir pour la suite.



Figure 103: TODAG tome 1. © 2015 Fa Biao De Wo Niu, Tencent Comic.



Figure 104: DICE tome 1. © 2019. by HYUNSEOK YUN All rights reserved.

Ainsi, le webtoon papier est, comme nous l’avons vu, une sorte de plus, considéré comme un produit dérivé mais permet tout de même de faire connaître la série à un plus grand nombre de personnes qui ne sont pas attirées par le format numérique. Il reste un médium encore récent et il est tout à fait possible que les normes que nous avons développés ici changent par la suite. De plus, il s’agit d’un élément important pour la mondialisation du webtoon, « un match parfait entre consommation rapide et accessibilité qui n’est pas près de disparaître³³⁵. » C’est sur cet état de fait que se termine la partie recherche de ce mémoire. Mais nous allons continuer de mettre en avant le webtoon papier dans la suite du volume consacrée au projet étudiant.

335 Annexe 7 : Réponse de Yurai éditions.

PROJET ÉDITORIAL :
DU WEBTOON
AU FORMAT PAPIER

I – Présentation du projet

Afin de parfaire cette recherche autour du webtoon, il semble approprié de nous plonger dans la conception d'un projet éditorial en lien avec ce dernier. Nous avons pu voir dans le reste de ce mémoire que cette bande dessinée coréenne nativement numérique prend de plus en plus de place au niveau international notamment grâce à la *Korean Wave* qui se retrouve dans de nombreux médias comme la musique ou encore la télévision. Nous avons également pu voir que de nombreuses adaptations sur divers formats du webtoon permettent d'autant plus son expansion. C'est pourquoi, nous avons choisi, ici, de traiter un projet éditorial qui consiste à éditer au format papier un webtoon, en montrant les diverses modifications et adaptations qu'il est important de faire pour arriver au produit final.

A – Pourquoi une telle adaptation ?

Comme nous l'avons vu précédemment, il y a une grande différence entre une lecture de webtoon au format numérique et son adaptation au format papier. De nombreux codes de narrations doivent alors être entièrement repensés pour tenter de recréer les émotions ou les effets qui ont dès le départ été pensés pour le numérique. Ainsi, l'enchaînement des cases par exemple doit être entièrement refait pour ne plus se suivre comme sur la bande verticale continue mais bien comme nous pourrions les trouver sur des bandes dessinées au format papier.

Il s'agit d'un travail éditorial colossal qui mérite d'être plus amplement exploré pour découvrir ou redécouvrir comment la narration ou la mise en case permettent de donner un résultat à la fois différent et similaire à l'original. En effet, comme dit précédemment, l'adaptation doit permettre de retranscrire le mieux possible ce que cherche à montrer l'auteur mais sans pour autant gommer ce qui fait l'intérêt de la lecture sur écran. Le format papier doit donc être suffisamment pour apporter une expérience de lecture autre et complémentaire à son homologue dématérialisé. C'est surtout cet aspect qui demande donc un travail presque d'auteur supplémentaire qui nous a poussé vers ce travail pour le projet. Tenter au mieux d'utiliser un matériaux d'origine pour lui donner une toute nouvelle histoire et permettre ainsi au lecteur de s'intéresser à l'œuvre d'origine.

B – Projet : BD et maison d'édition

1. Titre choisi

En ce qui concerne le titre qui a été choisi pour ce projet, nous avons décidé de sélectionner l'un des plus gros succès du genre webtoon diffusé par la plateforme Webtoon : *The God of High School*. Publiée depuis 2011 sur Webtoon Naver, le portail et l'application coréens, 2014 pour la version anglaise et 2019 pour la version française, l'histoire nous entraîne dans la vie de Jin Mori et de deux autres lycéens, experts en arts martiaux. *TGOHS* compte aujourd'hui plus de 500 épisodes et a été évalué à 9,7 sur 10 par la communauté Webtoon (fig. 105) ce qui montre son succès critique qui lui a permis d'être adapté par Crunchyroll durant l'été 2020³³⁶.

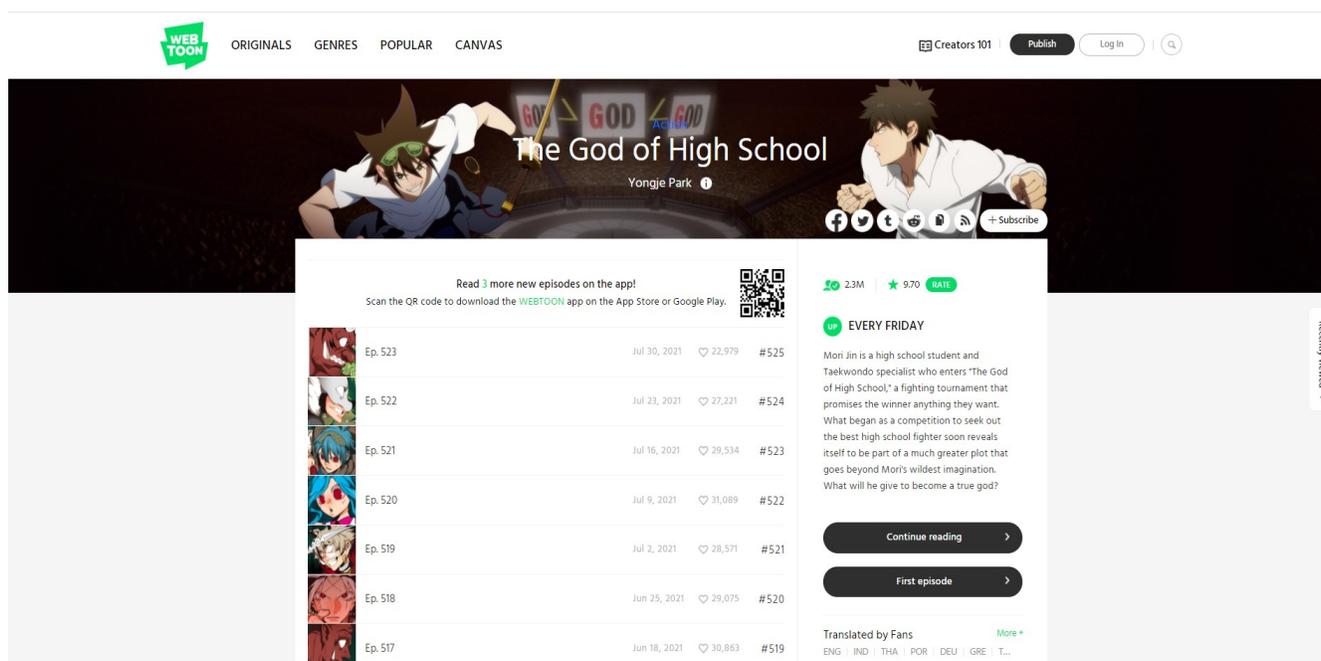


Figure 105: Capture d'écran de la page de *The God of High School*. © Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.

Au fur et à mesure des épisodes, nous apprenons à connaître cet univers somme toute classique pour les lecteurs de bandes dessinées asiatiques car il reprend tous les éléments importants des histoires d'aventure et de combats. En effet, nous pourrions comparer *TGOHS* aux *nekketsu*, des mangas généralement destinés à un public masculin et dont les spécificités narratives ont été codifiées depuis

336 Crunchyroll. *The God of High School Episode 1*. In : *Crunchyroll*. [en ligne]. Publié le 06/07/2020. Disponible sur < <https://www.crunchyroll.com/fr/the-god-of-high-school/episode-1-set-upstand-up-796110> > (consulté le 13/07/2020).

de nombreuses décennies. Parmi les plus importantes il y a le héros recherchant un être proche porté disparu, le thème du rêve à atteindre et du dépassement de soi ou encore le caractère très gentil et naïf du protagoniste pour ne citer que ces exemples³³⁷. Et cela correspond parfaitement aux débuts de notre histoire avec Jin Mori qui va participer à une compétition d'art martiaux pour progresser et atteindre le niveau de son grand-parent considéré comme l'homme le plus fort de son temps. Notre héros est également foncièrement bon et gentil, se liant d'amitié assez rapidement avec ses amis et ayant une grande volonté de justice, n'hésitant pas à user de la force si l'on s'en prend à ses proches. C'est d'ailleurs l'un des points qui nous a fait choisir ce titre qui va très certainement être un succès commercial et critique auprès du public. Un autre point qui nous indique un succès potentiel pour *The God of High School* est la parution et le succès actuel d'autres titres au format papier publiés par la concurrence comme les éditions Nazca avec *Dice* ou encore *Tower of God* de chez Ototo. Mais aussi dans la maison d'édition qui a été choisie pour ce projet : le groupe Delcourt et notamment la collection Kbooks.

2. Maison d'édition

La maison d'édition créée en 1986 par Guy Delcourt a été lancée avec la parution du premier volume des *Galères balnéaires* d'Olivier Vatine et Thierry Cailleteau³³⁸. Son siège social n'a jamais été déplacé est resté à ce jour au 6 rue Léon Jouhaux, à Paris³³⁹. La maison d'édition se spécialise aujourd'hui dans la BD et n'a jamais cessé de faire évoluer son offre. En effet, en 2001, une association est signée entre Delcourt et la maison d'édition Akata pour publier des mangas. En 2003, le diffuseur Delsol est créé avec la collaboration des éditions Soleil. Au début des années 2010, l'intégralité des éditions Soleil est rachetée par Delcourt qui devient alors le premier groupe d'édition de BD indépendant³⁴⁰. En 2013, Delcourt et Akata se séparent après douze ans de projets communs³⁴¹ et en

337 Manga-News. Nekketsu. **In** : *Lexique*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.manga-news.com/index.php/definition/Nekketsu> > (consulté le 15/07/2021).

338 FILIPPINI, Henri. Delcourt : 30 ans d'édition !. **In** : *Bdzoom*. [en ligne]. Publié le 21/05/2016. Disponible sur < <http://bdzoom.com/100696/actualites/delcourt-30-ans-d%e2%80%99edition/> > (consulté le 31/07/2021).

339 Société. Groupe Delcourt. **In** : *Société.com*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.societe.com/societe/groupe-delcourt-334898822.html> > (consulté le 15/07/2021).

340 PASAMONIK, Didier. Delcourt prend le contrôle des éditions Soleil. **In** : *ActuaBD*. [en ligne]. Publié le 22/06/2011. Disponible sur < <https://www.actuabd.com/Delcourt-prend-le-controle-des> > (consulté le 31/07/2021).

341 WALTER, Anne-Laure. Delcourt et Akata se séparent. **In** : *Livres Hebdo*. [en ligne]. Publié le 02/06/2013. Disponible sur < <https://www.livreshebdo.fr/article/delcourt-et-akata-se-separent> > (consulté le 31/07/2021).

2014 c'est Tonkam qui fusionne complètement avec Delcourt avant de donner naissance au label Delcourt-Tonkam en 2016. Enfin, en 2021, l'éditeur a lancé la plateforme numérique Verytoon entièrement dédiée à la parution de webtoons ainsi que le label Kbooks dédié à la parution papier de ces derniers³⁴². « Un nouvel exemple de fort gain de popularité acquis ces dernières années par cette forme de bande dessinée pensée intégralement pour le digital, depuis la création jusqu'à la lecture³⁴³. »

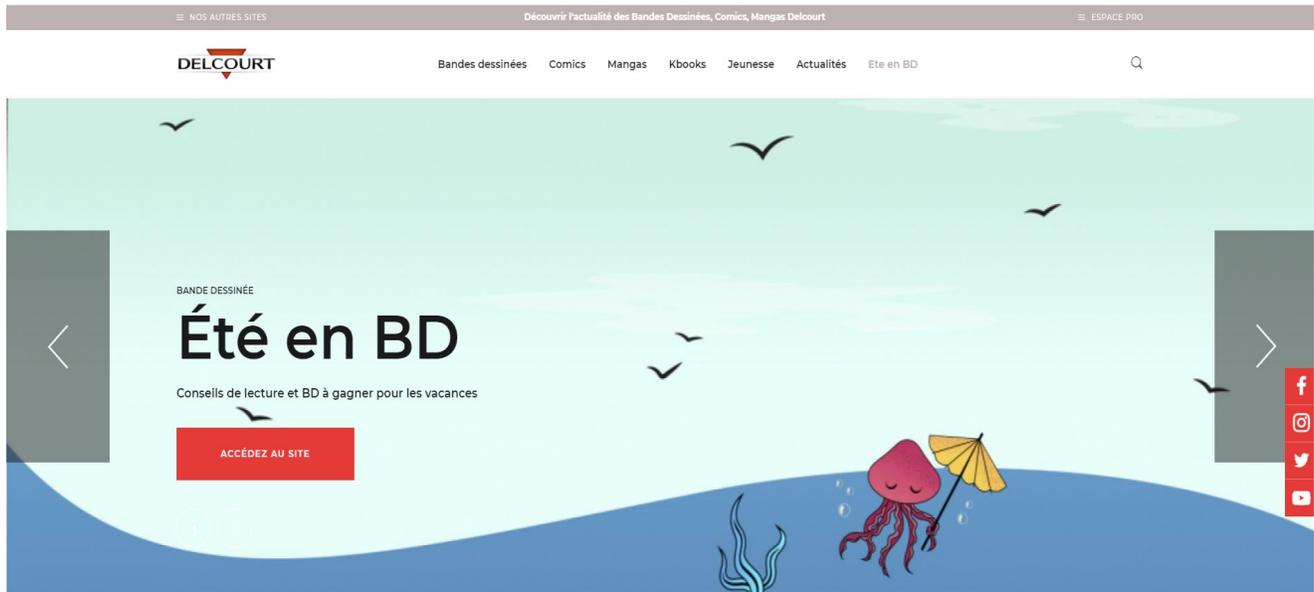


Figure 106 : Capture d'écran montrant la page d'accueil du site Delcourt. © Éditions Delcourt.

En ce qui concerne le catalogue de Delcourt, ce dernier se divise en cinq collections présentées sur l'image ci-dessus (fig. 106) : la collection bande dessinée débutée en 1986 avec les premières parutions de la maison d'édition, la collection Comics qui comprend des titres comme les *Spawn* et *Invincible*, des titres de super héros, ou bien *The Walking Dead* et *Umbrella Academy* dérivée de séries, la collection manga avec la label Delcourt-Tonkam, le label des webtoons papiers Kbooks qui compte à l'heure actuelle quatre séries (*Noblesse*, *True Beauty*, *Solo Leveling* et *Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim?*)³⁴⁴ et enfin une collection jeunesse.

342 MAZIN, Céline. Verytoon et Kbooks, le webtoon numérique et papier en France, par Delcourt. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 07/01/2021. Disponible sur < <https://actualitte.com/article/98228/technologie/verytoon-et-kbooks-le-webtoon-numerique-et-papier-en-france-par-delcourt> > (consulté le 20/02/2021).

343 Manga-News. Verytoon : Delcourt lance sa propre plateforme de Webtoon. **In** : *Manga-News*. [en ligne]. Publié le 07/01/2021. Disponible sur < <https://www.manga-news.com/index.php/actus/2021/01/07/Verytoon-Delcourt-lance-sa-propre-plateforme-de-Webtoon> > (consulté le 20/02/2021).

344 Delcourt. Nouveautés Kbooks. **In** : *Delcourt*. [en ligne]. Disponible sur < <https://www.editions-delcourt.fr/kbooks> > (consulté le 15/05/2021).

Enfin, en ce qui concerne la publication de notre projet, ce dernier s'inscrit dans la continuité des productions Kbooks précédentes et en adopte donc les différentes caractéristiques. Ainsi, il s'agit de créer une bande dessinée au format 150 x 210 mm pouvant se lire de gauche à droite et en quadrichromie afin de se rapprocher des webtoons papiers publiés en Corée du Sud (fig. 107). La couverture doit être souple et à rabats, avec une présence de bleu, la série *The God of High School* s'adressant avant tout à un public masculin tout comme *Noblesse* ou *Solo Leveling*). Le produit final doit compter 240 pages dans une qualité du papier similaire au reste de la collection. En effet, il a donc été choisi un papier épais couché (papier Arctic volume white 90 g). Cela permettra de faire ressortir Jin Mori et ses amis lors des scènes de combats notamment. Il est aussi intéressant de noter qu'en faisant ce choix, on s'éloigne des parutions coréennes utilisant, elles, un papier non-couché.

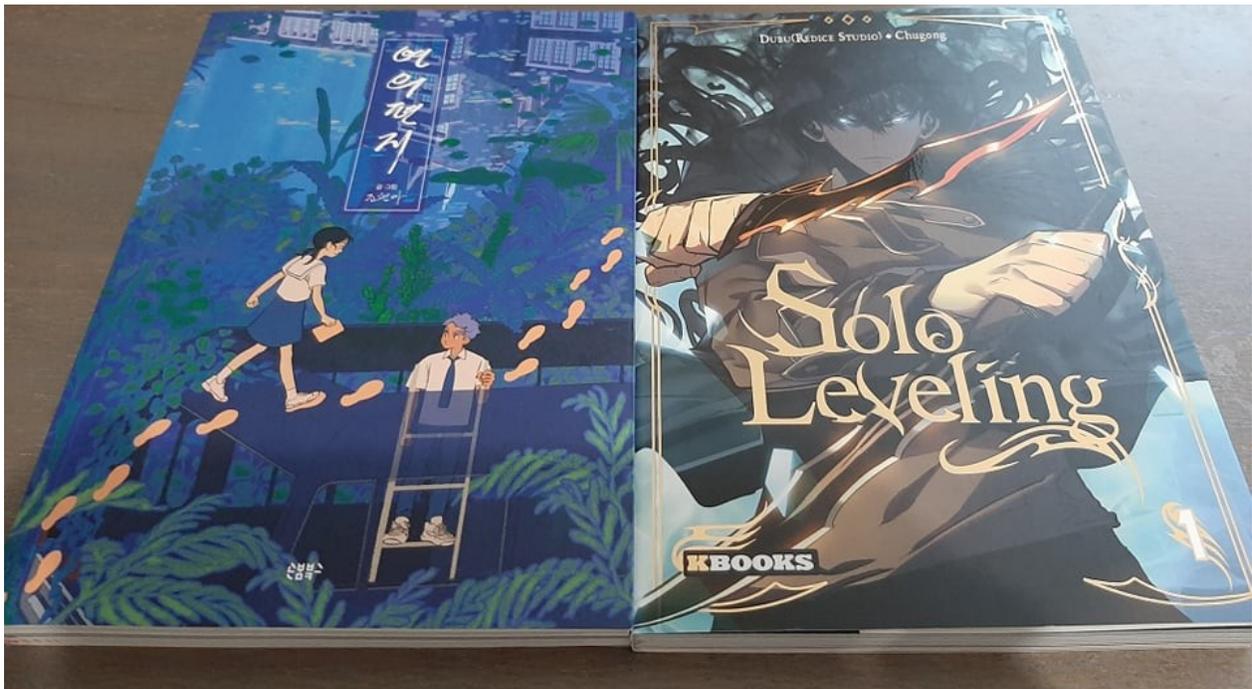


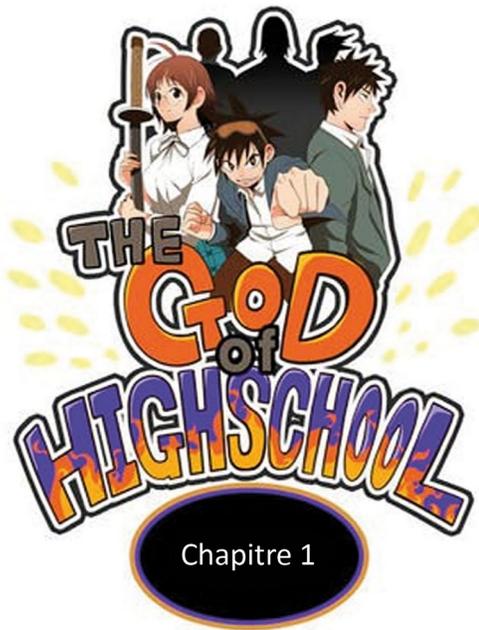
Figure 107: Photo personnelle montrant les tomes 1 de Solo Leveling et Your's Letter. Solo Leveling © DUBU (REDICE STUDIO), Chugong 2018 D&C WEBTOON Biz Co., Ltd. All rights reserved. Your Letter © Cho Hyun-ah. All rights reserved.

Le premier volume va être publié à 50 000 exemplaires (100 autres volumes étant pour les services de presse, l'auteur ainsi que le dépôt légal) à un prix de 14,95 euros comme le reste de la collection Kbooks et va adapter les 12 premiers chapitres comme pour *Solo Leveling*. Il est prévu pour mars 2022.

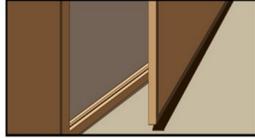
II – Projet

A – Contenu et apparence

Comme nous l’avons vu jusqu’alors, le webtoon numérique possède une mise en case bien différente des bandes dessinées les plus répandues, il est donc nécessaire de créer une nouvelle mise en page pour coïncider avec les standards des BD papiers. Il a donc fallu repenser un *storyboard* en ce sens et nous vous proposons l’ébauche des premières pages du chapitre un.



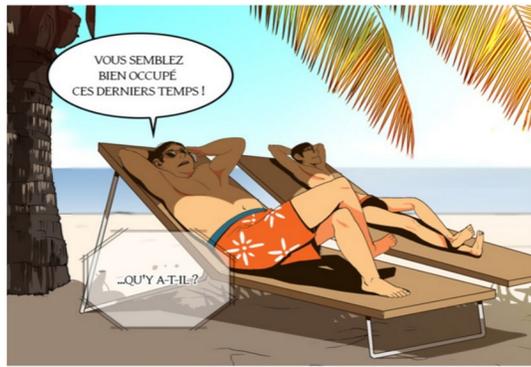
Page intercalaire qui introduit le premier chapitre.



Premier enchaînement de cases amenant au premier dialogue du webtoon. On découvre quelques personnages importants.



Succession de cases qui gardent le mystère sur l'un des interlocuteurs tandis que le second nous est montré sur une île, au large.



L'intrigue nous montre que quelque chose se complote dans l'ombre, mais l'auteur continue à garder le mystère autour de l'un des interlocuteurs qui ne montre toujours pas son visage.



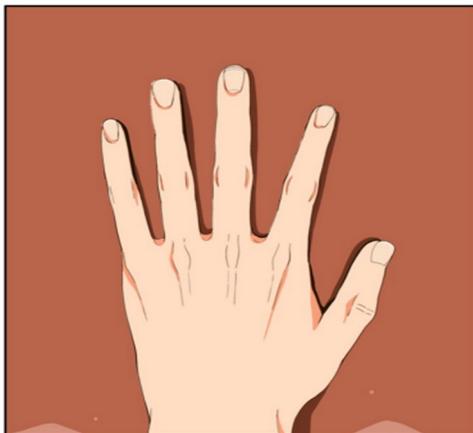
Notre personnage inconnu nous est présenté comme fou et haut placé dans le monde politique. Et ne semble pas enclin à ce qu'on discute ses décisions comme le suggèrent les points de suspension dans sa bulle de dialogue.





Enchaînement de cases montrant que quelque chose d’anormal se profile à l’horizon comme le montre cette ombre gigantesque qui se déploie sur plusieurs vignettes.

BAM



Transition entre deux scènes, on retourne du point de vue de l’homme tapis dans l’ombre en insistant sur sa main.



Nouveau dialogue qui nous introduit un élément scénaristique qui se prépare avec la mention de « dossier d'inscription ». Il est également nécessaire de faire ressortir la case qui montre la main de l'homme dans l'ombre.



Case sur une pleine page pour indiquer que quelque chose de grandiose se prépare et que l'homme de dos est un élément clé de cette intrigue.



Point de vue extérieur aux deux scènes précédentes qui nous montre la frayeur de plusieurs personnages qui ne prennent pas part au récit.

Pleine page pour révéler ce qui a autant fait peur aux militaires : une immense main a écrasé toute une île. Le lecteur comprend alors qu'il existe de la magie puisque les traces rappellent de suite la main de notre homme de l'ombre.



Transition avec le titre de l'œuvre comme dans le webtoon numérique et succession de cases qui nous montrent un nouveau point de vue dans l'histoire.



Case sur une pleine page pour nous présenter le protagoniste principale de *The God of High School*. Il a la tête d'un lycéen ce qui permet tout de suite de mieux comprendre le titre.

Nous vous présentons également les couvertures des deux premiers tomes faites à partir des volumes vendus en Corée du Sud.



Ensuite vient l'image qui devait servir pour la quatrième de couverture avant d'être totalement repensée. En effet, impossible, en l'absence des fichiers originaux de nettoyer et d'enlever les onomatopées qui prennent une grande partie de la vignette. Pour ce choix, nous nous sommes notamment inspiré des décisions éditoriales faites pour le titre *Solo Leveling*, édité dans la collection Kbooks comme le projet ci-dessus. Nous accompagnons cette dernière d'un texte qui a été préparé pour venir se placer sur cette page, résumant et donnant envie au lecteur de s'y plonger.



LA SAGA INCONTOURNABLE DÉBARQUE EN FRANCE !

Quand arrive enfin le moment du tournoi qui désigne le God of High School, Jin Mori et ses compagnons découvrent que de nombreux secrets semblent se cacher derrière cette compétition. Qui manigance dans l'ombre et dans quel but ? Que signifie vraiment être vainqueur du tournoi? Mori et ses amis arriveront-ils à gagner et empêcher un grand malheur de s'abattre ?

Vivez les péripéties de jeunes artistes martiaux au destin plus grand que ce que vous-pourriez imaginer et tentez de percer les mystères de *The God of High School*.

On n'oublie pas non plus de présenter le code-barre ainsi que le prix qui se retrouveront sur la quatrième de couverture une fois celle-ci finalisée.



Le fond bleu permet de faire un rappel aux codes couleurs utilisés sur les applications de lecture de webtoon pour les titres s'adressant avant tout aux garçons, soit les séries d'aventure, d'action ou de combat. Cela permet aussi de le faire ressortir sur la quatrième de couverture.

Cette dernière a fini par évoluer, étant plus en lien avec la couverture mais également inspiré par *Tower of God* publié par Ototo. On passe alors d'une grand illustration à la sobriété, le tout étant majoritairement blanc avec le logo original de la série numérique. Voici le résultat final.



LA SAGA INCONTOURNABLE DÉBARQUE EN FRANCE !

Quand arrive enfin le moment du tournoi qui désigne le God of High School, Jin Mori et ses compagnons découvrent que de nombreux secrets semblent se cacher derrière cette compétition. Qui manigance dans l'ombre et dans quel but ? Que signifie vraiment être vainqueur du tournoi ? Mori et ses amis arriveront-ils à gagner et empêcher un grand malheur de s'abattre ?

Vivez les péripéties de jeunes artistes martiaux au destin plus grand que ce que vous-pourriez imaginer et tentez de percer les mystères de The God of High School.

KBOOKS



Après l'apparence et le contenu, passons à la fabrication et aux contrats créés pour le projet.

B – Fabrication et contrat

Pour ce projet, il est également nécessaire de créer un compte d'exploitation détaillé en utilisant plusieurs devis, en les comparant et en sélectionnant le plus à même de répondre aux attentes de l'entreprise Delcourt. Dans le calcul, il va falloir prendre en compte qu'un traducteur officiel doit reproduire et traduire en anglais et / ou coréen le contrat d'édition. Il est également nécessaire de prendre en considération les devis des imprimeurs créés pour l'occasion.

COMPTE D'EXPLOITATION KBOOKS

Nombre de signes : 100 000

Auteur : Yongje Park

Droits : 50 000 €, droits d'auteur 10 %

Frais fixes (salaires et structure) : 10 000 €

Préresse : (préparation de texte / maquette / correction / traduction) : 40 000 €

Nombre de pages : 240

Tirage : 50 100 exemplaires

Prix impression : 140 500,75 €

TOTAL : 240 500,75 €

Coût unitaire (TOTAL / Tirage) : 4,80 €

Prix : 14,95 € (le même que le reste de la collection)

Marge prix net (Prix - pourcentage illustrateur - pourcentage diffusion/distribution - pourcentage libraire - TVA) = 14,95 - 10 % - 20 % - 40 % - 5,5 % : 6,10 €

POINT MORT (TOTAL / Marge prix net) : 39 427 exemplaires soit 78,70 % du tirage

Marge nette ventes totales ((Tirage - POINT MORT) x Marge prix net) = 10 673 x 6,10 : 65 105,30 €

Prix réimpression = prix impression : 140 500,75 €

DEVIS

CAMPS Andres
1 Place de la Mairie
65370 IZAOURT
0616017473
andres.camps@laposte.net

Graphius nv
Traktaatweg 8
B-9041 Gent
t +32 9 218 08 41
info@graphius.com
www.graphius.com
TVA BE 0439 126 918

Date: 5/08/2021 (LB)
Votre référence:
Notre référence: 45939999
Déviseur: Orlando Jonckheere - t +32 9 216 73 96

Cher Monsieur Camps,

En vous remerciant de votre demande,
nous avons le plaisir de vous faire parvenir l'offre suivante:

Objet:	BD
Quantité	50.100 ex. (1 version)
Format rogné	Fermé: 150 x 210 mm - ouvert: 300 x 420 mm
Prepress	fichiers pdf certifiés fournis, adaptations et interventions seront facturées au prix de revient
Intérieur	240 pages Arctic volume white 90 gr, couché recto quadri - verso quadri pliage
Couverture	souple avec rabats, 110 gr recto quadri pelliculage mat une face

Conditionnement en boîtes maniables
Transport franco 1 point région Parisienne

Prix 50.100 ex. € 140.500,75

Les prix (hors TVA) sont basés sur nos conditions générales de vente en annexe. Conditions de paiement sous réserve d'approbation du dossier par notre assureur contre les risques du crédit. Nous vous prions de croire en nos sentiments distingués,

Geoffrey Van Dille
Suivi de fabrication
t +32 9 216 73 98
geoffrey.vandille@graphius.com

Lionel Bryse
Responsable commercial
t +33 (0)6 23 66 31 91
Lionel.Bryse@graphius.com





M. Andres CAMPS

1 Place de la Mairie

65370 IZAOURT

A l'attention de Monsieur Andres CAMPS

CLAMECY, le 5 août 2021

Commercial : Erick PITON
Tél. : 06 30 03 11 03
Mail : erick.piton@laballery.fr

Deviseur : Karine Leclerc
Tél. : 03 86 27 55 74
Mail : karine.leclerc@laballery.fr

Nous vous remercions de nous avoir consulté et vous prions de trouver ci-dessous nos meilleures conditions tarifaires :

Devis n° 45939999/1

Réf : 240 PAGES AU FORMAT 15 X 21 CM

Intérieur 240 pages
Format fini : 15.00 x 21.00 cm
Papier : Arctique volume white 90 g/m², couché
Impression : Quadri recto/verso

Couverture 4 pages
Papier : Carte 1 Face 110 g/m²
Impression recto : Quadri
Pelliculage Mat R°

Reliure : Brochée
Mise sous film par (x) exemplaires
Prix franco 1 point (31)

Quantité(s) :	Prix :
50 100 ex	150 700.00 € H.T.
5 000 ex en +	20 000.00 € H.T.

Ces prix resteront valables durant 3 mois à compter de ce jour, sous réserve des variations de prix de matières premières

*Tarif établi sur la base de fichiers PDF prêts à flasher et d'épreuve de couverture fournis par vos soins (sans aucune intervention de notre part)
Dans le cas de nouveaux fichiers PDF après le BAT, les frais de retraitement seront facturés en supplément.
Les interventions et corrections sur fichiers seront facturables au temps passé au taux horaire de 46.00 € H.T.
Supplément pour la fourniture d'une épreuve papier de contrôle sur Offset blanc 80 g/m² classique : La page 0.25 € H.T.
Supplément pour la fourniture d'une épreuve papier de Couverture : 46.00 € H.T. la Couverture
Il est préférable de vérifier l'accessibilité du lieu de livraison. Les livraisons aux étages ou à accès difficiles engendreront des suppléments.*

Pour toute commande, nous retourner ce devis signé ou votre bon de commande.

Conditions de règlement : Pour un premier travail, 50% à la commande

En espérant que ces conditions retiendront votre attention et restant à votre disposition pour tout autre renseignement.

Il est également essentiel de montrer les contrats créés pour le projet, un premier pour l'auteur et un second pour le traducteur du titre.

Kbooks/TGOHS/30/07/2021

CONTRAT D'ÉDITION AU FORMAT PAPIER D'UN WEBTOON

Entre les soussignés : Yongje Park et Andres Camps

N° de SIRET : 33489882200062

Code IBAN : FR0812739000304185941755M52

SWIFT BIC : SOGEFRPPSFX

Ci-après dénommé(e) « l'auteur » Yongje Park d'une part et,

Ci-après dénommé « l'éditeur » Andres Camps d'autre part,

ÉTANT PRÉALABLEMENT EXPOSE QUE :

L'éditeur a pris l'initiative d'éditer un ouvrage intitulé « The God of High School », ci-après dénommé « l'œuvre », dont les caractéristiques sont les suivantes : bande dessinée, 240 pages, 150x210 mm, quadri, 50 000 exemplaires.

IL A ÉTÉ CONVENU CE QUI SUIT :

ARTICLE LIMINAIRE : Il est précisé que les dispositions contractuelles ci-après exposées seront exécutées et interprétées à la lecture et dans le respect de la loi et de l'accord conclu en application de l'article L.132-17-8 du Code de la propriété intellectuelle et étendu par arrêté dont l'auteur déclare connaître les termes.

SECTION 1 : DISPOSITIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES EXPLOITATIONS DE L'ŒUVRE

ARTICLE 1 : OBJET DU CONTRAT

1.1 - L'auteur cède à titre exclusif à l'éditeur, qui accepte pour lui-même et ses ayants droit, les droits de reproduction et de représentation afférents à l'œuvre de sa composition qui a pour titre définitif [The God of High School], à l'exception toutefois des droits d'adaptation audiovisuelle qui

font l'objet d'un contrat écrit sur un document distinct conformément à l'article L.131-3, alinéa 3 du Code de la propriété intellectuelle.

Dans le cadre du présent contrat, l'auteur cède à l'éditeur le droit exclusif de fabriquer ou faire fabriquer en nombre des exemplaires, en toutes langues et tous pays, sous toutes formes et présentations et par tous procédés tant actuels que futurs.

1.2 - La cession est consentie pour la durée de la propriété littéraire et artistique d'après les lois françaises et étrangères et les conventions internationales, actuelles et futures, y compris les éventuelles prorogations qui pourraient être apportées à cette durée.

1.3 - L'auteur garantit à l'éditeur la jouissance entière et libre de toutes servitudes des droits cédés contre tous troubles, revendications et évictions quelconques, notamment tout ce qui peut tomber sous le coup des lois et autres dispositions relatives à la diffamation et l'injure, à la vie privée et à la contrefaçon. Il déclare notamment que son œuvre est entièrement originale, qu'elle n'a fait l'objet d'aucun contrat d'édition encore valable et n'entre pas dans le cadre d'un droit de préférence accordé antérieurement par l'auteur à un autre éditeur et ne contient aucun emprunt à une autre œuvre de quelque nature que ce soit, qui serait susceptible d'engager la responsabilité de l'éditeur.

1.4 - De son côté, l'éditeur s'engage à assurer, à ses frais, risques et périls, dans les conditions définies aux sections 2 et 3 du présent contrat ainsi que dans le respect de l'accord conclu en application de l'article L132-17-8 du Code de la propriété intellectuelle et étendu par arrêté, la publication de l'œuvre sous forme imprimée et s'emploiera à lui procurer, par une diffusion dans le public et auprès des tiers susceptibles d'être intéressés, les conditions favorables à son exploitation. En cas de défaut de publication et en l'absence d'à-valoir, une somme de huit milles (50 000) euros (68 334 424,45 wons) serait versée par l'éditeur à l'auteur, à titre d'indemnité transactionnelle forfaitaire et définitive. Le contrat sera alors résolu sans autre indemnité, ce que l'auteur reconnaît.

1.5 - L'éditeur s'engage à faire figurer, sur chacun des exemplaires papier de l'œuvre, le nom de l'auteur ou le pseudonyme indiqué au présent contrat.

1.7 - L'éditeur ne pourra exercer les droits cédés que dans le respect du droit moral de l'auteur.

ARTICLE 2 : REMISE DU MANUSCRIT - CORRECTIONS

2.1 - L'auteur s'engage à remettre à l'éditeur, au plus tard le [15 octobre 2021] un manuscrit définitif et complet, soigneusement revu et mis au point avec s'il y a lieu toutes annexes, légendes et bibliographies, sous forme de fichier numérique compatible avec les outils informatiques de l'éditeur. L'auteur déclare conserver un double complet du manuscrit tandis que l'exemplaire remis à l'éditeur pour l'impression restera sa propriété.

Si l'auteur ne remet pas la version définitive et complète de son manuscrit à la date prévue et dans les formes convenues ci-dessus, l'éditeur pourra soit résilier le contrat aux torts de l'auteur soit lui accorder le cas échéant un délai supplémentaire à l'issue duquel l'éditeur pourra résilier le contrat aux torts de l'auteur.

En cas de résiliation, l'auteur devra restituer à l'éditeur toutes les sommes qui lui auront été versées au titre d'avances sur droit, frais de recherche et de documentation, etc.

Le manuscrit définitif remis à l'éditeur doit permettre à celui-ci de fabriquer et diffuser les exemplaires de l'œuvre. Si tel n'est pas le cas, l'éditeur pourra demander à l'auteur d'y apporter, dans le mois de la réception du manuscrit, toutes modifications utiles.

2.2 - Les fautes de composition ou de saisie sont toutes à la charge de l'éditeur. L'éditeur remettra des épreuves à l'auteur qui s'engage à les lire et les corriger dans un délai maximum de [quinze (15) jours] et à retourner la dernière revêtue de son bon à tirer. Les corrections apportées sur épreuves par l'auteur au texte définitif et complet (manuscrit et documents) sont à sa propre charge au-dessus de 10 % des frais de composition ou de saisie. Au cas où il ne s'acquitterait pas de ces obligations, l'éditeur pourra confier les épreuves, aux frais de l'auteur, à un correcteur de son choix et procéder au tirage, après en avoir averti l'auteur par lettre recommandée avec accusé de réception. Le manuscrit et les documents fournis par l'auteur sont la propriété de l'éditeur.

2.3 - Si l'éditeur et l'auteur ne parviennent pas à se mettre d'accord sur un texte définitif prêt pour la publication, l'éditeur informera par lettre recommandée l'auteur qu'il renonce à l'édition du texte. L'auteur conservera définitivement le bénéfice de toute somme perçue par lui sauf si l'auteur exploite directement ou indirectement le résultat de ses travaux.

ARTICLE 3 : MISES À JOUR DES NOUVELLES ÉDITIONS

L'auteur s'engage à apporter, à la demande de l'éditeur, les modifications nécessaires à l'œuvre pour que celle-ci conserve son actualité ou la convenance à son objet, et ce sans augmentation de droits.

Ces modifications devront être faites en respectant, autant que possible, l'économie de la mise en page. Si l'auteur n'était pas en mesure d'effectuer lui-même cette mise à jour, l'éditeur pourrait, en accord avec l'auteur ou avec ses ayants droit, la faire exécuter par un tiers dont la rémunération viendrait en déduction des droits dus à l'auteur ou à ses ayants droit en vertu du présent contrat.

ARTICLE 4 : ATTRIBUTIONS DE L'ÉDITEUR

4.1 - L'éditeur se réserve expressément le droit de déterminer seul, pour toutes les éditions :

- le format, le façonnage ;
- la présentation et la couverture ;
- le prix de vente ;
- la collection ;
- les moyens de commercialisation ;
- les textes promotionnels, verso de couverture et rabats, prière d'insérer, campagnes publicitaires ;
- la promotion de l'œuvre ;
- la date de mise en vente sous réserve de ce qui est dit aux Articles 15 et 24 du présent contrat.

4.2 - Le tirage est également fixé par l'éditeur.

4.3 - Pour les besoins de la conservation, de l'archivage, de la promotion et de la publicité de l'ouvrage, l'éditeur est habilité à le reproduire et à le représenter en tout ou partie à titre gratuit, lui-même ou par l'intermédiaire d'un tiers, sur tous supports et par tous réseaux de communication, y compris numériques et notamment affiches, affichettes de magasins, catalogues papier et numérique, annonces de presse, illustration d'articles de presse en lien avec l'ouvrage, l'auteur ou l'éditeur. Ces actes de reproduction et de représentation ne donneront pas lieu au paiement de droits d'auteur.

4.4 - L'éditeur reste seul propriétaire de tous éléments de fabrication qu'il aura établis ou fait établir pour la réalisation matérielle de l'œuvre et notamment les fichiers numériques sous quelques formes que ce soit.

4.5 - L'éditeur est habilité à accorder à des tiers, tant en France qu'à l'étranger, et le cas échéant, par voie de cession, toutes les autorisations de reproduire et de représenter, de publier, d'adapter et d'exploiter dans la limite des droits qui lui sont conférés par le présent contrat tout ou partie de l'œuvre et ses adaptations.

L'auteur s'engage à communiquer à l'éditeur toute demande qui lui serait faite par un tiers en vue de l'acquisition des droits sur l'œuvre.

4.6 - La rupture totale ou partielle du présent contrat serait sans influence sur la validité des cessions ou des autorisations consenties antérieurement par l'éditeur à des tiers qui continueraient à produire tous leurs effets à l'égard de l'ensemble des parties.

ARTICLE 5 : GESTION COLLECTIVE

L'auteur confie à l'éditeur le soin de percevoir pour son compte et de lui reverser les rémunérations des droits suivants à provenir d'organismes de gestion collective, sous réserve des limitations indiquées ci-après :

5.1 - Droit de reprographie

Le droit de percevoir et de faire percevoir en tous pays les rémunérations dues à l'occasion de toute reproduction par reprographie de tout ou partie de l'œuvre et de ses adaptations ou traductions. Ce droit comprend tous les types de reproduction visés à l'article L.122-10 du Code de la propriété intellectuelle, la publication de l'œuvre en emportant cession à une société de gestion collective agréée, sauf cas prévus à l'alinéa 3 de ce même article. Il sera fait application des clés de répartition définies par la société de gestion collective agréée dans les conditions de l'article L.122-10 du Code de la propriété intellectuelle.

5.2 - Droit de prêt

Le droit de percevoir et de faire percevoir en tous pays les rémunérations dues à l'occasion du prêt en bibliothèque des exemplaires de l'œuvre, de ses adaptations et traductions, sur tous les supports prévus au présent contrat sauf répartition directe par la société de gestion collective agréée.

5.3 - Copie privée

a) Copie privée des phonogrammes

Les articles L.311-1 à L.311-8 du Code de la propriété intellectuelle prévoyant une rémunération pour copie privée des phonogrammes, les parties conviennent pour la durée du présent contrat de partager cette rémunération par moitié, en raison du préjudice commun qui leur est causé par l'utilisation privée des techniques de reproduction des œuvres sonores.

b) Copie privée numérique de l'écrit

Les articles L.311-1 à L.311-8 du Code de la propriété intellectuelle prévoyant une rémunération bénéficiant à parts égales aux auteurs et aux éditeurs pour la copie privée numérique des œuvres fixées sur tout autre support, les parties percevront chacune leur quote-part de rémunération auprès de la société de gestion collective qui en a statutairement la charge.

5.4 - Le cas échéant le droit de percevoir et de répartir toutes autres rémunérations à provenir d'organismes de gestion collective.

ARTICLE 6 : REDDITION DES COMPTES ET RÈGLEMENT DES DROITS

6.1 - Le compte de l'ensemble des droits dus à l'auteur sera arrêté tous les ans le 31 décembre.

Les relevés de droit mentionnent les informations suivantes :

a) Lorsque le livre est édité sous forme imprimée :

- Le nombre d'exemplaires fabriqués en cours d'exercice ;
- Le nombre des exemplaires en stock en début et en fin d'exercice ;
- Le nombre des exemplaires vendus par l'éditeur ;
- Le nombre des exemplaires hors droits et détruits au cours de l'exercice ;

b) Lorsque le livre est édité sous forme numérique, les revenus issus de la vente à l'unité et de chacun des autres modes d'exploitation du livre conformément à l'Article 30 du présent contrat relatif à la reddition des comptes numériques.

c) Dans tous les cas :

- La liste des cessions de droits réalisées au cours de l'exercice ;
- Le montant des redevances correspondantes dues ou versées à l'auteur ;
- Les assiettes et les taux des différentes rémunérations prévues au présent contrat.

6.2 - Les relevés de comptes seront adressés à l'auteur par mail avec son accord ou mis à sa disposition dans un espace dédié, ce que l'auteur accepte expressément. La mise à disposition des relevés de comptes interviendra dans un délai maximum de six (6) mois à compter de la date d'arrêté des comptes prévue ci-dessus. L'éditeur est tenu d'informer l'auteur de la disponibilité de la reddition des comptes sur l'espace dédié.

6.3 - En cas de reddition des comptes non conforme aux dispositions ci-dessus, l'auteur pourra résilier le contrat selon les modalités prévues à l'article L.132-17-3, II et III du Code de la propriété intellectuelle.

6.4 - Le compte des exemplaires vendus est établi après déduction des exemplaires retournés à l'éditeur et d'une retenue provisionnelle établie par l'éditeur en fonction du flux des retours constatés et prévisibles.

6.5 - Le paiement des droits intervient dans un délai maximum de six (6) mois à compter de la date d'arrêté des comptes prévue ci-dessus. Au cas où le montant net des droits dus serait inférieur à [mille (1000)] euros, ce montant sera conservé au crédit du compte de l'auteur et sera reporté sur l'exercice suivant. Il ne sera payé que sur demande expresse de l'auteur.

Les sommes seront versées à l'auteur après déduction des éventuelles cotisations obligatoires. Pour le paiement de ses droits, l'auteur devra fournir à l'éditeur des informations complètes sur sa situation sociale et fiscale. En cas de paiement par virement bancaire, les sommes ne seront payées, le cas échéant qu'après remise de l'auteur à l'éditeur d'un relevé d'identité bancaire et d'un formulaire RF rempli par son administration fiscale s'il réside à l'étranger.

6.6 - L'éditeur ou l'auteur peut mettre fin au présent contrat dans les conditions et selon les modalités prévues à l'article L. 132-17-4 du Code de la propriété intellectuelle.

ARTICLE 7 : DOMICILE ET DONNÉES PERSONNELLES

7.1 - L'auteur déclare qu'il est bien résident en Corée et que son domicile indiqué est bien son domicile principal. Il avisera l'éditeur de tout changement d'adresse.

7.2 - Les informations recueillies par l'éditeur font l'objet d'un traitement informatique destiné aux calcul des cotisations et versements donnant lieu à retenue à la source. Les destinataires des données sont les services de l'Agessa. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, l'auteur bénéficie d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui le concernent et qu'il peut exercer en s'adressant à l'éditeur. L'auteur peut également, pour des motifs légitimes, s'opposer au traitement des données le concernant.

ARTICLE 10 : NOTIFICATION

Toute notification destinée à l'éditeur en application du présent contrat doit être faite à l'adresse suivante : [8 rue Léon Jouhaux, 75010 Paris, France].

ARTICLE 11 : ENGAGEMENT

Le présent contrat, dans son intégralité et notamment en ce qui concerne l'exercice du droit de préférence accordé par l'Article 8, engage les héritiers et tous ayants droit de l'auteur.

ARTICLE 12 : DIVERS

La nullité d'une clause du présent contrat n'entraînera pas la nullité du contrat qui conservera toute sa force et sa portée. En pareil cas, les parties s'engagent à négocier de bonne foi afin de remplacer la clause invalidée.

ARTICLE 13 : LOI APPLICABLE

Le présent contrat est soumis à la loi française.

SECTION 2 : DISPOSITIONS RELATIVES A L'ÉDITION IMPRIMÉE ET AUX EXPLOITATIONS SECONDAIRES ET DÉRIVÉES

ARTICLE 14 : ÉTENDUE DE LA CESSION

14.1 - L'auteur cède à l'éditeur, à titre exclusif, le droit d'imprimer, reproduire, publier et exploiter l'œuvre sous forme de livre imprimé.

14.2 - L'auteur, considérant les obligations mises à la charge de l'éditeur par le présent contrat et notamment l'engagement qu'il souscrit de publier l'œuvre et de lui assurer une exploitation

permanente et suivie conformément à l'Article 16, les risques financiers de la publication que l'éditeur assure seul, les avantages que comporte l'unité de gestion et les possibilités d'autres exploitations que la publication sous forme de livre assure à l'œuvre, cède également à l'éditeur, à titre exclusif et pour la durée du présent contrat, le droit d'adapter, de reproduire et de représenter, de publier et d'exploiter l'œuvre en tous pays et en toutes langues ainsi que suit :

a) Droit de reproduction et d'adaptation graphique :

- Le droit de reproduire l'œuvre sous d'autres présentations que l'édition principale et notamment en édition club, au format de poche, illustrée, de luxe (à tirage limité ou non), de demi-luxe, reliée, populaire, scolaire, critique, dans une anthologie ou dans d'autres collections, séparément ou réunie avec d'autres œuvres.
- Le droit de reproduire tout ou partie de l'œuvre par tout procédé et sur tout support graphique actuel ou futur et notamment par voie de presse (y compris en pré et post-publication), photocopie et micro reproduction.
- Le droit d'adapter tout ou partie de l'œuvre pour tous publics et sous toutes formes modifiées, abrégées ou étendues et notamment édition condensée ou destinée à un public particulier, bande dessinée, pré ou post-publication et de reproduire ces adaptations sur tout support graphique actuel ou futur.

b) Droit de traduction :

Le droit de traduire en toutes langues et en tous pays tout ou partie de l'œuvre et ses adaptations et de reproduire ces traductions sur tout support graphique actuel ou futur.

c) Droit d'adaptation et de traduction sur des supports autres que graphiques :

Le droit d'adapter et de traduire tout ou partie de l'œuvre en toutes langues pour toute exploitation autre que graphique et notamment, exploitation en livre-audio, exploitation théâtrale, sonore et musicale, visuelle ou radiophonique.

d) Droit de représentation :

Le droit de représenter tout ou partie de l'œuvre, de ses adaptations et de ses traductions, à l'exception des adaptations audiovisuelles, en toutes langues et en tous pays, par tout procédé actuel ou futur de communication au public et notamment par :

- lecture ou récitation publique, représentation dramatique, exécution lyrique, présentation publique,
- diffusion par voie hertzienne, par satellite, par télédiffusion, par tout moyen de télécommunication, par tout moyen de câblot-distribution et sur tout réseau de diffusion.

Ce droit comprend également la diffusion qui pourrait être faite de l'œuvre, de ses adaptations et traductions, graphiques ou non graphiques dans tout réseau numérique et par tous les procédés de communication au public en ligne.

14.3 - Il est convenu que la non exploitation de l'un ou plusieurs de ces droits, sous réserve de l'Article 15 du présent contrat, ne peut en aucun cas être une cause de résiliation de la présente Section.

ARTICLE 15 : PUBLICATION

L'éditeur s'engage à publier l'œuvre, dans les conditions prévues au présent contrat. À cet effet, il est convenu que l'œuvre devra être publiée dans un délai de [18 mois] à compter de l'acceptation par l'éditeur du manuscrit définitif et complet, tel que défini à l'Article 2, sauf retard imputable à l'auteur.

Si, malgré son acceptation de l'œuvre, et passé le délai de publication prévu au présent contrat, l'éditeur ne procédait pas à la publication de celle-ci dans les [6] mois de la mise en demeure qui lui serait faite par lettre recommandée avec demande d'avis de réception par l'auteur, celui-ci reprendra de plein droit la libre disposition des droits cédés à l'Article 14 ci-dessus.

ARTICLE 16 : EXPLOITATION PERMANENTE ET SUIVIE

16.1 - L'éditeur est tenu d'assurer à l'œuvre une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale conformes aux dispositions de la loi et de l'accord conclu en application de l'article L.132-17-8 du Code de la propriété intellectuelle et étendu par arrêté.

16.2 - La résiliation de la cession des droits d'exploitation visés à l'Article 14 a lieu de plein droit lorsque, sur mise en demeure de l'auteur lui impartissant un délai de six (6) mois, l'éditeur aura manqué à son obligation d'exploitation permanente et suivie telle qu'elle résulte de l'accord conclu en application de l'article L.132-17-8 du Code de la propriété intellectuelle et étendu par arrêté sans y remédier.

ARTICLE 17 : RÉMUNÉRATION EN CAS D'EXPLOITATION DIRECTE PAR L'ÉDITEUR DES DROITS CÉDÉS

17.1 - Exploitation directe par l'éditeur des droits d'édition

a) Exploitation en France

L'éditeur devra à l'auteur, pour chaque exemplaire vendu, un droit ainsi calculé sur le prix de vente au public hors taxes

(1) Pour les exemplaires brochés de l'édition formule courante :

8 % sur les 3 premiers mille

9 % sur les 3 mille suivants

10 % sur les exemplaires suivants

(2) Ventes directes et spéciales hors librairies

Pour toutes ventes directes et spéciales par quelque canal de vente que ce soit, autre que la librairie, telles que ventes par correspondance, ventes aux clubs, opérations exceptionnelles réalisées hors librairie, l'éditeur verse à l'auteur 10 % du prix de vente au public hors taxes. Dans le cas où le prix de vente au public ne pourrait être pratiquement déterminé, il sera versé à l'auteur 10 % du prix de cession hors taxes facturé et encaissé par l'éditeur.

b) Exploitation hors France

L'éditeur devra à l'auteur, pour chaque exemplaire vendu, un droit ainsi calculé sur le prix de vente au public hors taxes.

(1) Ventes à l'export

8 % par exemplaire vendu

(2) Éditions internationales

Pour les ventes d'ouvrages édités pour des marchés étrangers, en français ou en langues étrangères, l'éditeur verse à l'auteur 9 % du prix de vente au public hors taxes dans les pays considérés. Dans le cas où le prix de vente au public ne pourrait être pratiquement déterminé, il sera versé à l'auteur 10 % du prix de cession hors taxes facturé et encaissé par l'éditeur.

ARTICLE 18 : RÉMUNÉRATION EN CAS D'EXPLOITATION PAR UN TIERS DES DROITS CÉDÉS

Sous réserve de l'obligation de procéder lui-même à une publication de l'œuvre, il est expressément convenu que l'éditeur est habilité à accorder à des tiers, par voie de cession toutes les autorisations qu'il jugera nécessaires pour l'exploitation des droits qui lui sont cédés par l'auteur par le présent contrat. L'éditeur devra à l'auteur, en cas d'exploitation par un tiers de ces droits, 10 % des recettes hors taxes qu'il aura perçues.

ARTICLE 19 : EXEMPLAIRES HORS DROITS

Les droits d'auteur ne porteront :

- a) ni sur les exemplaires remis gratuitement à l'auteur ou vendus à l'auteur avec une remise de 30 % sur le prix de vente hors taxes. Ces exemplaires sont incessibles ;
- b) ni sur les exemplaires destinés au service de presse ;
- c) ni sur les exemplaires destinés à la promotion et à la publicité ;
- d) ni sur les exemplaires destinés au dépôt légal ;
- e) ni sur les exemplaires destinés à l'envoi des justificatifs ;

ARTICLE 20 : MISE AU PILON PARTIELLE

Si, à quelque moment que ce soit, et ce dès le début de l'exploitation, l'éditeur a un stock de l'ouvrage plus important qu'il ne le juge nécessaire pour satisfaire les commandes, il aura le droit sans que le contrat soit pour autant résilié, de pilonner une partie de ce stock. L'éditeur sera également en droit, à tout moment, de faire supprimer les exemplaires défectueux, abîmés ou défraîchis.

ARTICLE 21 : VENTE EN SOLDE TOTALE ET MISE AU PILON TOTALE

En cas de mévente, l'éditeur aura le droit, après en avoir prévenu l'auteur par lettre recommandée avec demande d'avis de réception deux mois à l'avance :

- soit de solder les exemplaires en stock étant précisé que le produit de cette vente lui restera acquis sans droits d'auteur si les ouvrages sont vendus à moins de 25 % du prix de vente au public hors taxes ;
- soit de procéder à une mise au pilon totale.

Dans l'un ou l'autre cas, l'auteur devra, dans les trente jours suivant l'avis qui lui sera donné de l'un ou l'autre mode de liquidation, faire connaître à l'éditeur, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, s'il préfère racheter lui-même les exemplaires en stock à un prix qui ne saurait être supérieur au prix de vente au soldeur en cas de solde ou au prix de fabrication en cas de mise au pilon.

S'il achète effectivement ce stock, l'auteur ne pourra mettre en vente les exemplaires, lui-même ou par l'intermédiaire d'un tiers, qu'après avoir fait disparaître le nom de l'éditeur et toutes les mentions existantes de l'éditeur. En cas de mise au pilon totale, l'éditeur devra si l'auteur le demande lui remettre un certificat précisant la date à laquelle l'opération aura été accomplie et le nombre des exemplaires détruits.

ARTICLE 22 : INCENDIE – INONDATION

En cas d'incendie, inondation ou encore tout autre cas accidentel ou de force majeure ayant eu pour conséquence la détérioration, la destruction ou la disparition de tout ou partie des exemplaires en stock, l'éditeur ne pourra être tenu pour responsable des exemplaires détériorés, détruits ou disparus et il ne sera dû à l'auteur aucun droit ni aucune indemnité relatifs à ces exemplaires.

Fait et signé en **3 exemplaires.**

À Paris, le 30/07/2021.

L'Auteur
Yongje Park

L'Éditeur
Andres Camps

CONTRAT DE TRADUCTION

Contrat entre les soussignés :

Mme Madeleine Lacoréenne ci-après dénommé(e) « le traducteur » d'une part

et les éditions Delcourt

ayant leur siège social : 8 rue Léon Jouhaux, 75010 Paris, France

représentées par Andres Camps

ci-après dénommées « l'éditeur » d'autre part.

Il a été convenu et arrêté ce qui suit, conformément aux dispositions du Code de la propriété intellectuelle (articles L 132-1 et suivants et articles L 132-17-1 et suivants), ainsi que du Code des usages pour la traduction.

PARTIE 1 – DISPOSITIONS COMMUNES À L'ENSEMBLE DES EXPLOITATIONS DE L'ŒUVRE

ARTICLE 1 – ÉTABLISSEMENT DE LA TRADUCTION

1/ L'éditeur confie au traducteur, qui accepte, le soin de traduire personnellement (de la langue coréenne) en langue française l'ouvrage de Yongje Park ayant pour titre original *The God of High School*, dont l'éditeur certifie par la présente détenir les droits exclusifs de publication en langue française.

2/ Le traducteur s'engage à remettre à l'éditeur le 15 janvier 2022 au plus tard le texte définitif de sa traduction sous forme de fichier numérique, ainsi qu'un exemplaire imprimé, dactylographié au recto en double interligne sur des feuillets de 1 500 signes (blancs et espaces compris), soigneusement revu et mis au point pour l'impression de façon à réduire au minimum les frais de correction. L'ensemble du document comporte 100 000 signes au total.

Le manuscrit sera la propriété de l'éditeur et le traducteur déclare conserver un double complet.

La traduction devra répondre aux exigences de correction et de style d'un travail bédésèque soigné, ainsi qu'aux dispositions particulières du présent contrat. Elle comprend la préface, les dédicaces, les remerciements, la quatrième de couverture, les rabats, la biographie, les bulles de dialogues ainsi que les phylactères.

Si le traducteur ne remettait pas le manuscrit à la date prévue, l'éditeur pourrait lui accorder un délai supplémentaire. À défaut de remise du manuscrit à la date fixée ci-dessus ou postérieurement convenue, le présent contrat serait résilié de plein droit après mise en demeure adressée au traducteur et restée sans effet 15 jours après réception, et le traducteur devrait restituer à l'éditeur toutes les sommes qui lui auraient été versées.

3/ L'exécution du présent contrat ne devrait être affectée ni par les relations contractuelles entre l'éditeur et les éventuels co-traducteurs, ni par les relations contractuelles entre l'éditeur et l'auteur de l'œuvre traduite ou ses ayants droit.

Cependant, l'éditeur ne pourra être tenu pour responsable de l'inexécution totale ou partielle du présent contrat due :

- à l'exercice par l'auteur de l'œuvre traduite ou par ses ayants-droit du droit moral ou de tout autre droit,
- à la perte des droits de publication.

ARTICLE 2 – ACCEPTATION OU REFUS DE LA TRADUCTION, DEMANDE DE RÉVISION

1/ La traduction étant établie à l'initiative de l'éditeur, qui en assume la responsabilité notamment vis-à-vis de l'auteur de l'œuvre traduite, l'éditeur sera juge de la qualité de cette traduction et notamment

du style, de la correction grammaticale et de sa conformité littéraire au texte étranger, comme il est d'usage dans la profession.

Il pourra proposer les modifications qu'il jugera opportunes. Ces modifications devront toutefois être soumises au traducteur avant la mise en composition de l'ouvrage.

Tout apport critique du traducteur doit être approuvé par l'éditeur, qui assure la direction technique et littéraire de l'ouvrage.

2/ L'éditeur s'engage à accepter la traduction, à la refuser ou à en demander la révision dans un délai de 2 mois à compter de la date de remise de celle-ci, dont il aura accusé réception.

L'éditeur pourra refuser une traduction qui ne répondrait pas aux dispositions du contrat ou subordonner son acceptation à une révision du texte.

Si l'éditeur refuse la traduction, pour des raisons de qualité, le contrat est rompu de plein droit à son initiative. Le traducteur ne pourra réclamer le solde de l'à-valoir, mais il conservera la fraction déjà versée. L'éditeur ne pourra en aucune façon utiliser le texte de la traduction, qui restera la propriété du traducteur.

Dans le cas où l'éditeur demande la révision de la traduction, celle-ci peut être effectuée par le traducteur ou par un tiers dans l'hypothèse où le traducteur refuserait de revoir sa traduction :

- si le traducteur accepte de revoir lui-même sa traduction, il percevra les droits prévus au contrat sans diminution ni augmentation ;
- si le traducteur refuse de revoir sa traduction, l'éditeur peut effectuer lui-même la révision ou la confier à un tiers. Les droits forfaitaires versés au réviseur seront alors déduits de l'à-valoir restant dû au traducteur. Le nom du réviseur pourra figurer sur la traduction, le traducteur se réservant dans ce cas le droit de refuser que son nom figure sur le livre.

Le traducteur disposera de 15 jours à compter de la réception de la demande de révision de l'éditeur pour lui faire part de sa décision. À défaut, il sera réputé refuser de réviser la traduction.

Dans les deux cas, le délai de révision et la date de paiement du solde de l'à-valoir seront fixés d'un commun accord.

ARTICLE 3 – REMANIEMENT OU MISE À JOUR DE LA TRADUCTION

Si, en cours de traduction ou une fois celle-ci achevée, l'éditeur demandait un remaniement important du texte pour des raisons étrangères à la qualité de la traduction (coupes, mise à jour, adaptation à un nouveau public, insertion d'un appareil critique) et que ces modifications n'étaient pas prévues par le présent contrat, un droit complémentaire serait dû.

Un protocole serait établi entre l'éditeur et le traducteur, prévoyant :

- soit que le traducteur remanie lui-même sa traduction selon les vœux de l'éditeur ;
- soit que le traducteur refuse d'effectuer lui-même ce remaniement, mais autorise l'éditeur à l'effectuer ou à le faire effectuer par un tiers. Dans ce cas, le traducteur percevrait, sans diminution, les droits prévus au contrat.

ARTICLE 4 – DROITS CÉDÉS

Le traducteur cède à titre exclusif à l'éditeur sur sa traduction, ci-après dénommée « l'œuvre » :

- le droit de fabriquer ou de faire fabriquer en nombre des exemplaires de l'œuvre (partie 2) ;
- les droits seconds et dérivés attachés à cette œuvre (partie 2) ;
- le droit de réaliser ou de faire réaliser l'œuvre sous une forme numérique (partie 3).

Le traducteur garantit à l'éditeur la jouissance entière et libre des droits cédés contre tous troubles, revendications ou évictions quelconques. Il déclare notamment que son œuvre est originale, ne contenant pas d'emprunt à une création protégée par la propriété intellectuelle, et qu'elle ne fait l'objet ni d'un autre contrat ni d'un apport de droit à une société de gestion collective, et qu'il est à ce titre en capacité de signer le présent contrat.

Tout droit non expressément cédé aux termes du présent contrat demeure la seule propriété du traducteur et ne pourra être exploité par l'éditeur, sauf accord formel faisant l'objet d'un nouveau contrat ou d'un avenant. Conformément à l'article L 131-3 alinéa 3 du Code de la propriété intellectuelle, la cession des droits d'adaptation audiovisuelle sur l'œuvre fera l'objet, s'il y a lieu, d'un contrat distinct du présent contrat.

ARTICLE 5 – OBLIGATIONS ET PRÉROGATIVES DE L'ÉDITEUR

1/ Publication

L'éditeur s'engage à assurer personnellement et à ses frais la publication de cet ouvrage dans les délais prévus aux articles 12 et 20 du présent contrat.

2/ Exploitation permanente et suivie

L'éditeur s'engage à assurer une exploitation permanente et suivie de l'œuvre et à lui procurer, par une diffusion dans le public et auprès des tiers susceptibles d'être intéressés, les conditions favorables à son exploitation sous toutes les formes contractuellement prévues au présent contrat :

- l'article 13 précise les conditions de l'exploitation permanente et suivie de l'œuvre sous forme imprimée ;
- l'article 21 précise les conditions de l'exploitation permanente et suivie de l'œuvre sous forme numérique.

3/ Cession à des tiers

Sous réserve d'une publication préalable conforme à l'article L 132-1 du CPI, l'éditeur est habilité à accorder à des tiers, tant en France qu'à l'étranger, et le cas échéant par voie de cession, toutes autorisations de reproduire et de représenter tout ou partie de l'œuvre, dans la limite des droits qui lui sont conférés par le présent contrat. L'éditeur s'engage à informer le traducteur, à la signature du contrat de cession, de toutes les exploitations concédées à ce tiers en lui fournissant les éléments déterminants de cet accord : nom du tiers, durée, territoire, modalités de rémunérations..., etc.

L'éditeur est tenu d'obtenir l'autorisation préalable du traducteur s'il souhaite transmettre, à titre gratuit ou onéreux ou par voie d'apport en société, le bénéfice du présent contrat à des tiers, de manière isolée ou au sein d'un ensemble de contrats, indépendamment de la totalité de son fonds de commerce. En cas d'aliénation du fonds de commerce et si, compte tenu du repreneur, celle-ci est de nature à compromettre les intérêts matériels ou moraux du traducteur, celui-ci est fondé à demander réparation y compris par une résiliation éventuelle du contrat.

La rupture du présent contrat sera sans influence sur la validité des cessions ou des autorisations d'exploitation consenties antérieurement par l'éditeur à des tiers. Les modalités de gestion de ces cessions devront être déterminées par un accord entre le traducteur et l'éditeur lors de la résiliation du présent

contrat. À défaut, le traducteur sera totalement subrogé dans les droits de l'éditeur à l'égard du co-contractant de ce dernier.

4/ Reddition de comptes

Dans le cadre de l'exploitation de l'ouvrage objet du présent contrat, l'éditeur est tenu de rendre compte au traducteur du calcul de la rémunération de façon explicite et transparente. La reddition des comptes est déterminée selon les modalités prévues ci-dessous.

Les comptes de la société sont arrêtés chaque année le 31 décembre.

L'éditeur adressera au traducteur le relevé de son compte dans les 6 mois de l'arrêté des comptes et les droits seront payables immédiatement.

Les relevés de comptes peuvent également être adressés ou rendus disponibles par un procédé de communication électronique dans un format archivable, au plus tard 6 mois après l'arrêté des comptes.

Le procédé de communication électronique de la reddition des comptes sur un espace dédié par l'éditeur nécessite un accord préalable du traducteur. Le traducteur pourra toujours revenir sur un tel accord, en informant l'éditeur pour les redditions de comptes futures.

Lorsqu'un procédé de communication électronique des ventes est adopté entre les parties, l'éditeur est tenu d'informer le traducteur de la date de disponibilité de la reddition des comptes sur cet espace et éventuellement, si l'accès est limité, d'informer le traducteur de la période pendant laquelle il pourra accéder à ces informations.

Dans tous les cas, l'éditeur est tenu de fournir au traducteur, sur simple demande, un état des comptes des années antérieures.

L'état des comptes adressé par l'éditeur au traducteur doit mentionner :

- le nombre des exemplaires en stock en début et en fin d'exercice ;
- le nombre d'exemplaires fabriqués en cours d'exercice ;
- le nombre des exemplaires vendus par l'éditeur ;
- le nombre des exemplaires hors droits et détruits au cours de l'exercice ;
- la liste des cessions de droits réalisées au cours de l'exercice ;
- le montant des redevances correspondantes dues et versées au traducteur ;
- les assiettes et les taux des différentes rémunérations prévues au contrat d'édition.

L'obligation de rendre compte s'impose à l'éditeur pour l'ensemble des ventes réalisées, quel que soit le circuit de diffusion (France, export, opérations spéciales...). Une partie spécifique de la reddition des

comptes doit être consacrée à l'exploitation numérique de l'œuvre, si l'éditeur détient ces droits d'exploitation.

Les informations propres aux droits numériques mentionnent, d'une part, les revenus issus de la vente à l'unité, et, d'autre part, les revenus issus des autres modes d'exploitation de l'œuvre, ainsi que les modalités de calcul de ces revenus en précisant l'assiette et le taux de rémunération. Ces autres modes d'exploitation devront chacun être spécifiquement identifiés par une ligne distincte.

Il est expressément convenu entre les parties que dans les comptes et relevés de ventes de l'éditeur, aucune compensation de droits concernant l'édition du présent livre ne pourra être faite avec les droits générés sur d'autres livres publiés par le traducteur chez l'éditeur.

5/ Droit moral

Conformément à l'article L 132-11 du CPI, l'éditeur doit exercer les droits qui lui ont été cédés par le traducteur dans le strict respect du droit moral. Il s'engage notamment à n'apporter à l'œuvre aucune modification sans recueillir un accord préalable formel du traducteur.

Ainsi l'éditeur communiquera au traducteur le texte préparé par ses soins, pour lecture et validation des corrections ; puis les épreuves corrigées, pour vérification et accord pour publication.

L'accord préalable du traducteur est également obligatoire en cas de cession d'une partie de l'œuvre ou en cas d'adaptation.

6/ Mention du nom du traducteur

L'éditeur fera figurer le nom du traducteur (ou son pseudonyme) sur la première page de couverture du livre, ou à défaut sur la quatrième page de couverture, ainsi que sur la page de titre.

Le nom du traducteur apparaîtra également sur tous les documents de l'éditeur faisant référence à la publication de sa traduction, notamment : catalogues et site Internet de l'éditeur, communiqués de presse, prière d'insérer, notices, supports publicitaires.

7/ Prérogatives de l'éditeur

Le format, la présentation, l'appareil critique, le prix de vente, les tirages, la collection et les dates de mise en vente seront fixés par l'éditeur, qui les portera à la connaissance du traducteur.

ARTICLE 6 – AVANCE SUR DROITS

L'éditeur versera au traducteur, à titre d'à-valoir sur l'ensemble des droits à provenir de l'exploitation de la traduction et définis dans les articles 14 et 23, une somme calculée à raison de 15 € le feuillet dactylographié de 1 500 signes, blancs et espaces compris (montant brut avant calcul des cotisations sociales et imputations fiscales en vigueur). Cet à-valoir restera définitivement acquis au traducteur.

L'à-valoir sera payable comme suit :

- un tiers à la signature du contrat, soit 333,33 €.
- un tiers à la remise de la traduction.
- le solde à l'acceptation de la traduction, ce dernier versement devant intervenir au plus tard dans un délai de 2 mois après remise du manuscrit et sur la base du calibrage définitif.

ARTICLE 7 – GESTION COLLECTIVE

Certains des droits cédés à l'éditeur font l'objet ou sont susceptibles de faire l'objet d'une gestion collective dont les parties acceptent l'application et les effets. En conséquence, il est expressément convenu que toute disposition du présent contrat qui serait contraire aux règles fixées ou qui viendrait à être fixée dans le cadre de cette gestion collective serait réputée non écrite.

Le traducteur confie à l'éditeur le soin de percevoir pour son compte et de lui reverser les rémunérations des droits suivants à provenir d'organismes de gestion collective, sous réserve des limitations indiquées ci-après. Notamment, si le traducteur est adhérent de la SOFIA, il a fait apport en gérance des droits de prêt et de copie privée auprès de cette société et les rémunérations lui revenant à cet effet lui seront donc directement versées par celle-ci.

Droit de reprographie :

L'éditeur pourra percevoir et faire percevoir en tous pays les droits dus à l'occasion de toute reproduction par reprographie de tout ou partie de l'œuvre et de ses adaptations.

Ce droit comprend tous les types de reproductions visés à l'article L.122-10 du Code de la propriété intellectuelle, la publication de l'œuvre emportant cession du droit de reproduction par reprographie à la société de gestion collective agréée, en l'occurrence le CFC (Centre français d'exploitation du droit de

Copie). Le traducteur percevra la rémunération à lui revenir du fait de la reprographie de ses œuvres selon les modalités mises en œuvre par cette société.

Droit de prêt et de location :

L'éditeur pourra percevoir et faire percevoir en tous pays les droits dus à l'occasion du prêt ou de la location des exemplaires de la traduction de l'œuvre, sur tous les supports prévus. Il reversera au traducteur 50% de la part lui revenant ou l'intégralité des sommes versées au titre du traducteur, sauf répartition directe par la société de gestion collective.

Droit à rémunération pour copie privée :

L'éditeur pourra percevoir et faire percevoir en tous pays les rémunérations dues au titre de la copie privée de tout ou partie de l'œuvre ou de ses adaptations, sur tous les supports prévus. Il reversera au traducteur 50% de la part lui revenant ou l'intégralité des sommes versées au titre du traducteur, sauf répartition directe par la société de gestion collective.

ARTICLE 8 – CAS DE RÉSILIATION DE PLEIN DROIT DE L'INTÉGRALITÉ DU PRÉSENT CONTRAT

1/ Publication et épuisement du stock (article L 132-17 du CPI)

La résiliation du contrat d'édition a lieu de plein droit lorsque, sur mise en demeure du traducteur lui impartissant un délai convenable, l'éditeur n'a pas procédé :

- à la publication de l'œuvre dans les délais prévus au présent contrat,
- en cas d'épuisement du stock, à sa réédition.

L'édition est considérée comme épuisée si deux demandes de livraison d'exemplaires adressées à l'éditeur ne sont pas satisfaites dans les 3 mois.

2/ Manquement à l'obligation de reddition des comptes

Si l'éditeur n'a pas effectué une reddition des comptes conforme aux dispositions légales, le traducteur dispose d'un délai de 6 mois pour mettre en demeure son éditeur d'y procéder.

Lorsque cette mise en demeure n'est pas suivie d'effet dans un délai de 3 mois, le contrat est résilié de plein droit.

Lorsque, durant deux exercices successifs, l'éditeur n'a effectué une reddition des comptes conforme aux dispositions légales que sur mise en demeure du traducteur, le contrat est résilié de plein droit dans les 6 mois qui suivent la seconde mise en demeure.

L'absence de mise en demeure par le traducteur est sans préjudice des obligations légales et contractuelles de reddition des comptes de l'éditeur.

3/ Redressement ou liquidation judiciaire

La procédure de sauvegarde ou de redressement judiciaire de l'éditeur n'entraîne pas la résiliation du contrat. Lorsque l'activité est poursuivie, toutes les obligations de l'éditeur à l'égard du traducteur doivent être respectées. En cas de cession de l'entreprise d'édition, l'acquéreur est tenu des obligations du cédant.

Lorsque l'activité de l'entreprise a cessé depuis plus de 3 mois ou lorsque la liquidation judiciaire est prononcée, le traducteur peut demander la résiliation du contrat.

Le liquidateur ne peut procéder à la vente en solde des exemplaires fabriqués que 15 jours après avoir averti le traducteur de son intention, par lettre recommandée avec demande d'accusé de réception. Le traducteur possède un droit de préemption sur tout ou partie des exemplaires. Le prix de rachat pour les exemplaires ne saurait être supérieur à 15% du PPHT du livre soldé.

4/ Clause de fin d'exploitation

Le présent contrat est résilié lorsque 4 ans après la publication de l'œuvre, et pendant 2 années consécutives, les redditions de comptes font apparaître qu'il n'y a pas eu de droits versés ou crédités en compensation d'un à-valoir, soit au titre de la vente, soit au titre de la consultation de l'œuvre en version papier ou numérique, soit au titre de sa traduction.

La résiliation a lieu de plein droit 3 mois après l'envoi par l'éditeur ou le traducteur d'une lettre recommandée avec accusé de réception, dans les 12 mois suivant la deuxième reddition des comptes faisant apparaître l'absence de droits à verser.

Aux termes de l'article L 132-17-4 du CPI et du dispositif de l'accord visé à l'article L 132-17-8, la clause de fin d'exploitation ne peut pas être mise en application si l'œuvre est incluse en intégralité dans un recueil d'œuvres, si le traducteur a donné son accord, et si la vente à l'unité de ce recueil dans son intégralité, en version imprimée ou numérique, a donné lieu au versement ou au crédit de droits pendant la période considérée.

ARTICLE 9 – PROTECTION DES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

Il est précisé que l'éditeur est susceptible de collecter des données à caractère personnel concernant le traducteur ainsi que de mettre en œuvre un traitement informatique de ces données destiné à respecter les obligations fiscales, sociales et administratives qui lui incombent.

Dans les conditions définies par la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 et par le Règlement Européen sur la Protection des Données Personnelles entré en vigueur le 25 mai 2018, le traducteur bénéficie d'un droit d'accès aux données le concernant, de rectification, d'interrogation, de limitation, de portabilité et d'effacement. Le traducteur peut également, pour des motifs légitimes, s'opposer au traitement de ces données.

ARTICLE 10 – LOI APPLICABLE, LITIGES

Le présent contrat est soumis à la loi française.

Il engage, dans son intégralité, les héritiers et tous ayants droit du traducteur.

Tout différend entre le traducteur et l'éditeur pouvant naître à l'occasion de l'exécution du présent contrat sera porté devant les juridictions compétentes pour connaître des litiges en matière de propriété intellectuelle.

Il est toutefois entendu que tout différend pourra être préalablement soumis, d'un commun accord, à une tentative de conciliation menée par le Syndicat national de l'édition d'une part et l'Association des traducteurs littéraires de France d'autre part.

PARTIE 2 – DISPOSITIONS RELATIVES À L'EXPLOITATION DE L'ŒUVRE SOUS FORME IMPRIMÉE, AUX DROITS SECONDS ET DÉRIVÉS

ARTICLE 11 – ÉTENDUE DE LA CESSION

1/ Durée

La présente cession est consentie pour une durée de 5 années.

À l'expiration de cette durée, le contrat sera tacitement reconduit pour une durée de 2 années, sauf envoi par l'une des parties d'une lettre recommandée avec accusé de réception au plus tard 3 mois avant l'échéance du contrat. Dans cette dernière hypothèse, le contrat prendra fin sans formalité supplémentaire à l'échéance du terme.

2/ Territoire

La présente cession prendra effet en tous lieux.

3/ Droits cédés

a) Droits principaux

Sous réserve du parfait respect des obligations prévues au présent contrat, en particulier des articles 14 et 23, le traducteur cède à l'éditeur le droit de reproduire, publier et exploiter l'œuvre sous forme imprimée.

b) Droits seconds et dérivés

Sous réserve du respect du droit moral du traducteur, ce dernier cède également à l'éditeur les droits dérivés suivants :

Droit de reproduction et d'adaptation graphique

Le droit de reproduire l'œuvre sous d'autres formes que l'édition principale, et notamment en édition club, format de poche, illustrée, de luxe ou dans d'autres collections ;

Le droit de reproduire l'œuvre sur tout support graphique physique actuel, et notamment par voie de presse (y compris en pré et post-publication) ou de reprographie aux fins de vente ;

Droit de représentation et communication

Le droit de représenter tout ou partie de l'œuvre et de ses adaptations et traductions, à l'exception des adaptations audiovisuelles, par tous procédés de communication au public, notamment par récitation publique, représentation dramatique, exécution lyrique, transmission radiophonique ou télévisuelle.

Les droits de reproduction, de représentation (notamment le droit de présentation publique) ou d'adaptation de l'œuvre, pour les exploitations autres que celles visées ci-dessus, demeurent la propriété du traducteur.

ARTICLE 12 – RELECTURE DES ÉPREUVES ET BON À TIRER

L'éditeur informera le traducteur, aussitôt que possible, de la date à laquelle les épreuves lui seront remises. Celles-ci lui seront retournées par le traducteur, corrigées et revêtues de son bon à tirer, dans un délai de 15 jours à dater de la réception.

Dans le cas où le traducteur ne remettrait pas les épreuves dans les délais fixés, l'éditeur serait fondé à considérer que le traducteur a donné son accord pour publication et pourrait procéder au tirage.

ARTICLE 13 – DÉLAI DE PUBLICATION DE L'ŒUVRE SOUS FORME IMPRIMÉE

Il est convenu que la première édition de l'œuvre devra être publiée dans un délai de 18 mois après l'acceptation de la traduction par l'éditeur.

Lors du premier tirage, l'éditeur fera parvenir, à titre gratuit, 10 exemplaires au traducteur pour son usage personnel, puis un exemplaire pour chaque nouvelle édition.

Si, passé le délai des 18 mois, l'éditeur ne procédait pas à la publication dans les 3 mois d'une mise en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception du traducteur, le contrat sera résilié de plein droit.

L'intégralité de l'à-valoir resterait acquise au traducteur, qui reprendrait l'intégralité des droits cédés.

ARTICLE 14 – EXPLOITATION PERMANENTE ET SUIVIE DE L'ŒUVRE SOUS FORME IMPRIMÉE

1/ Définition de l'obligation

À compter de la publication de l'œuvre, l'éditeur est tenu d'assurer une diffusion active de l'ouvrage afin de lui donner toutes ses chances de succès auprès du public. À cet effet il devra :

- présenter l'ouvrage sur ses catalogues papier et numérique ;
- présenter l'ouvrage comme disponible dans au moins une des principales bases de données interprofessionnelles répertoriant les œuvres disponibles commercialement ;
- rendre disponible l'ouvrage dans une qualité respectueuse de l'œuvre et conforme aux règles de l'art, quel que soit le circuit de diffusion ;
- satisfaire dans les meilleurs délais les commandes de l'ouvrage.

2/ Sanction du non-respect de l'obligation

À compter de la publication de l'œuvre, la résiliation de la cession des droits d'exploitation de l'œuvre sous forme imprimée a lieu de plein droit pour défaut d'exploitation permanente et suivie lorsque, sur mise en demeure du traducteur lui impartissant un délai de 6 mois, l'éditeur n'a pas exécuté l'une de ces obligations.

ARTICLE 15 – RÉMUNÉRATION DU TRADUCTEUR

1/ L'éditeur devra au traducteur, pour chaque exemplaire papier vendu, un **droit proportionnel** ainsi calculé sur le prix de vente au public hors taxe :

10 %

L'ensemble des droits susvisés ne porteront :

- ni sur les exemplaires envoyés gratuitement à l'auteur et à son ou ses agents ;
- ni sur les exemplaires destinés au service de presse, à la promotion, à la publicité, au dépôt légal, et dont le nombre n'excédera pas 300 ;
- ni sur les 10 exemplaires remis gratuitement au traducteur (les exemplaires qu'il désirerait en plus de ceux-ci seraient facturés avec une remise de 35% sur le prix public hors taxe ; ces exemplaires sont incessibles) ;
- ni sur les exemplaires détruits par incendie, inondation ou autres cas malheureux ou de force majeure. L'éditeur ne pourra être tenu responsable de ces détériorations et il ne sera dû par lui aucun droit ni aucune indemnité relatifs à ces exemplaires ;
- ni sur les exemplaires pilonnés ;
- ni sur les exemplaires vendus au soldeur si le prix de vente hors taxe n'atteignait pas 25% du prix public ;

- ni sur les exemplaires qui pourront faire l'objet d'une provision sur retours établie par l'éditeur en fonction du flux des retours déjà constatés et prévisibles.

2/ En cas de **vente de la traduction à un tiers**, le traducteur percevra 50% de la somme perçue par l'éditeur.

3/ En cas de **cession à un tiers des droits dérivés** (club, poche...), l'éditeur versera au traducteur 10 % de la part restant acquise à l'éditeur après rémunération de l'auteur de l'œuvre originale.

Ces droits dérivés et annexes ne viendront pas en amortissement de l'à-valoir sur les droits d'exploitation principale.

4/ L'éditeur devra au traducteur une rémunération déterminée d'un commun accord pour les exploitations entreprises par lui qui ne font pas l'objet d'une rémunération fixée aux présentes.

ARTICLE 16 – REDDITION DE COMPTES

Les dispositions relatives à la reddition des comptes sont définies à l'article 5.4/ et 8.2/ du présent contrat.

ARTICLE 17 – MISE AU PILON PARTIELLE

Si dans les 2 ans suivant la mise en vente de l'ouvrage, l'éditeur a en stock plus d'ouvrages qu'il n'estime nécessaire à l'exploitation normale de l'œuvre, il peut, sans que le contrat soit automatiquement résilié, proposer au traducteur de racheter tout ou partie du stock ou, à défaut, le pilonner. Le stock restant doit lui permettre de continuer l'exploitation de façon permanente et suivie.

Le traducteur sera informé d'un tel pilonnage lors de la reddition de comptes annuelle.

ARTICLE 18 – VENTE EN SOLDE TOTALE ET MISE AU PILON TOTALE

En cas de mévente 2 ans après la mise en vente de l'ouvrage, l'éditeur aura le droit, après en avoir prévenu le traducteur par lettre recommandée avec demande d'avis de réception 2 mois à l'avance :

- soit de solder les exemplaires en stock, étant précisé que le produit de cette vente lui restera acquis sans droit d'auteur si les ouvrages sont vendus à moins de 25 % du prix de vente au public hors taxes
- soit de procéder à une mise au pilon totale.

Dans l'un ou l'autre cas, le traducteur devra, dans les 30 jours suivant l'avis qui lui sera donné de l'un ou l'autre mode de liquidation, faire connaître à l'éditeur, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, s'il préfère racheter lui-même les exemplaires en stock à un prix qui ne saurait être supérieur au prix de vente au soldeur en cas de solde ou au prix de fabrication en cas de mise au pilon.

S'il achète effectivement ce stock, le traducteur ne pourra mettre en vente les exemplaires, lui-même ou par l'intermédiaire d'un tiers, qu'après avoir occulté le nom de l'éditeur (et toutes les mentions existantes de l'éditeur), sous réserve de respecter les droits des tiers (notamment ceux de l'auteur de l'œuvre originale ou de ses ayants droit).

En cas de mise au pilon totale, l'éditeur devra, si le traducteur le demande, lui remettre un certificat précisant la date à laquelle l'opération aura été accomplie et le nombre des exemplaires détruits.

La vente en solde totale et la mise au pilon totale des exemplaires emporte résiliation de plein droit du contrat d'édition. Par conséquent, le traducteur retrouve sa pleine et entière liberté sur l'œuvre faisant l'objet du présent contrat. Dans ce cas l'éditeur confirmera cette situation par un courrier au traducteur. L'éditeur s'engage alors à entreprendre toutes les démarches nécessaires pour corriger les informations contenues dans les bases de données professionnelles et auprès de tous les sites marchands en ligne.

Fait et signé à Paris en deux exemplaires, le 15/11/2021.

Le Traducteur
Madeleine Lacoréenne

L'Éditeur
Andres Camps

III – Diffusion du projet

A – Promotion sur les réseaux sociaux

Maintenant que toute la partie financière a été présentée, il ne nous manque plus qu'à nous intéresser sur les différents moyens de promouvoir le produit. En nous renseignant sur la politique commerciale de Delcourt, il devient évident d'utiliser les réseaux sociaux pour informer le public de la sortie d'un nouveau livre. C'est dans cette optique que deux visuels promotionnels ont été créés.



De plus, il est indispensable de créer, à notre sens, un concours au lancement de la série en France ce qui permettrait de faire plus de publicité au titre. Il est donc indispensable de créer des produits dérivés comme des pins, des portes-clés à l'effigie des héros, des sacs ou encore des T-shirts en utilisant un visuel impactant ou en réutilisant l'image de couverture et en la reportant sur différents supports. Ces mêmes produits peuvent ensuite être utilisés dans des services de presses envoyés à une cinquantaine d'influenceurs spécialisés dans la promotion d'œuvres asiatiques. À notre sens des personnes publiques comme Louis-San, Sora, Caroline Segarra, L'Ermite Moderne ou encore CatnGeek donneraient plus de visibilité à *The God of High School*. Il est également indispensable d'envoyer des services de presse à des journaux spécialisés sur la pop-culture comme *Animeland* ou *Zoo le mag*, à des sites comme Actua BD, Planète BD, Webtoon Planet ou ActuaLitté mais aussi la presse généraliste comme Télérama par exemple. Tout ceci nous semble indispensable pour arriver au succès escompté. Ne pas hésiter à se rapprocher de Crunchyroll, qui diffuse la version dessin animé de la série et potentiellement proposer un partenariat à négocier plus tard.

B – Planning de communication, services de presses et concours

Déjà entraperçu sur les images du planning global du projet, nous allons ici expliciter comment vont se dérouler les mois de communications et les différents événements sur lesquels Delcourt va pouvoir déployer son contenu.

The God of High School vol. 1			
MAQUETTE FINALE - 1er nov. 2021 - 30 janvier 2022		IMPRIMEUR - 1er fév. 2022	OFFICE - 15 mars 2022
Couverture finale - 1er novembre - 30 décembre 2021		LIVRE CHEZ LE DISTRIBUTEUR 28 fév. 2022	
Réunion avec les VRP - 1er - 5 novembre	TENDANCES - 15 janvier		
PROSPECTIONS - 10 nov. 2021 - 10 fév. 2022			
Traduction et lettrage (11 nov. 2021 - 15 janvier 2022)			
		PROMOTION	
		Réseaux sociaux (dès le 1er février 2022)	Services de presse (dès le 1er mars) Polymanga de Montreux (15-18 avril 2022)
			Clermont Geek (19 - 20 mars 2022)
			TGS Montpellier (26-27 mars 2022)

La communication débute dès le 20 octobre avec la production d'une fiche produit mais aussi d'un argumentaire de vente pour les diffuseurs qui vont faire de la prospection auprès des libraires. Plusieurs données sont essentielles comme le titre, l'auteur, le nombre de pages, le nombre d'exemplaires ou encore le prix doivent impérativement apparaître. Un premier visuel est également nécessaire pour pouvoir visualiser à quoi pourrait ressembler le produit final. D'autres informations comme un rapide résumé de l'histoire, les particularités du titres ou encore un bref historique de la carrière de l'artiste. C'est également sur ce document que doivent figurer les trois points forts qui permettent de se dire qu'il faut l'acheter. L'argumentaire de vente peut ensuite être réutilisé comme base pour créer les communiqués de presses envoyés aux libraires lors de la commande de l'ouvrage mais aussi aux journalistes, aux magazines et aux influenceurs.

Les prospections vont alors se dérouler entre le 10 novembre 2021 et le 10 février 2022, soit sur quatre mois, pour avoir le plus grand nombre de libraires intéressés possibles.

THE GOD OF HIGH SCHOOL Sortie le 15 mars 2022

KBOOKS

Public cible :
Masculin, 12 ans et +

Auteur/Illustrateur :
Yongje Park

Nombre de pages : 240

Format : 15x21 cm

Tirage : 50 100 exemplaires

Façonnage : Souple, carré collé

ISBN : 978-2-38288-035-0

Prix TTC : 14,95 €

Contact presse : mcouturier@groupepedelcourt.com



L'histoire, le livre

Devenir le God of High School, voilà la promesse qui est faite à tous les participants de ce tournoi et Jin Mori veut absolument y participer pour se mesurer aux plus forts.

C'est sur cette dernière que Yongje Park débute son récit qui va se rapprocher en terme d'intensité des grands combats de *Dragon Ball* ou encore de *Saint Seiya* tandis que le développement de personnage lorgne sur du *Naruto*. On est dans une structure typiquement *shonen* tout comme un autre webtoon phare de la collection Kbooks : *Solo Leveling*. Un incontournable à lire absolument ayant reçu la note quasi maximale de 9,71 sur 10 sur l'application Webtoon, cumule 2,3 millions de vue et plus de 30 000 « j'aime » à chaque épisode (526 sortis en version anglaise). Un best-seller numérique, un futur best-seller papier.

L'illustrateur

Yongje Park a débuté sa carrière avec *The God of High School* en 2011 sur la plateforme Naver Webtoon. La série a tellement eu de succès qu'elle a même eu droit à une adaptation en dessin animé en juillet 2020 qui compte 13 épisodes, tous diffusés sur la plateforme Crunchyroll, qui couvrent l'ensemble du premier arc sur le tournoi d'art martiaux.

Mêlant adroitement dessin styles mangas de combat et caricature pour le gag, Yongje Park a su trouver un parfait équilibre entre intensité et moment léger pour un proposer un récit de plus en plus épique où écriture comme histoire frôlent le divin.

Points forts

- Des combats dantesques aussi impressionnant que colorés qui raviront les fans du genre action-aventure
- Un univers riche ou mortels et divinités se côtoient
- Des personnages hauts en couleurs a qui l'on peut s'identifier et dont on veut absolument apprendre à connaître



8 rue Léon Jouhaux
75010 Paris, France

COMMUNIQUE DE PRESSE

THE GOD OF HIGH SCHOOL

de Yongje Park

Date de sortie : 15 mars 2022

Public cible : Masculin, 12 ans et +

Nombre de pages : 240

Format : 15x21 cm

Tirage : 50 100 exemplaires

ISBN : 978-2-38288-035-0

Prix TTC : 14,95 €

Contact presse : mcouturier@groupepedelcourt.com



En chacun sommeille un dieu !

Devenir le God of High School, voilà la promesse qui est faite à tous les participants de ce tournoi et Jin Mori veut absolument y participer pour se mesurer aux plus forts. Des combats dantesques typiquement *shonen* vous attendent dans cet univers où les valeurs de *dragon ball*, *Saint Seiya*, *Naruto* et *Solo Leveling* s'entremêlent. Vous aussi tentez de devenir le God of High School, devenez un dieu !

Art martiaux, art de dessiner

Dans *The God of High School*, on retrouve ce qui fait un bon récit de sport avec un but à atteindre. On s'étonne à apprécier les personnages dès leur première apparition et on aime les suivre dans une compétition des plus explosives. Cette sensation est renforcée par des dessins dynamiques et impactants renforcés par des couleurs vives. Un savant mélange qui a donné un animé très apprécié pendant l'été 2020. *The God of High School*, plus qu'art martiaux ou art de dessiner, c'est l'art de créer un succès.

L'illustrateur

Yongje Park a débuté sa carrière avec *The God of High School* en 2011 sur la plateforme Naver Webtoon. La série a tellement eu de succès qu'elle a même eu droit à une adaptation en dessin animé en juillet 2020 qui compte 13 épisodes, tous diffusés sur la plateforme Crunchyroll, qui couvrent l'ensemble du premier arc sur le tournoi d'art martiaux. Mêlant adroitement dessin styles mangas de combat et caricature pour le gag, Yongje Park a su trouver un parfait équilibre entre intensité et moment léger pour proposer un récit de plus en plus épique où écriture comme histoire frôlent le divin.

La communication au grand public, et non plus qu'aux professionnels, peut débuter début février avec les posts préparés pour l'occasion vus précédemment. C'est également au mois de février (vers le 15 soit un mois pile avant l'office) que le concours *The God of High School* peut être lancé, accompagné d'un visuel du livre mais surtout des différents *goodies* créés pour l'occasion. Détaillons ensemble ces produits dérivés, livrés dans une boîte façonnée à l'image de la série, qui se retrouveront également dans les services de presse.



Ainsi, en plus du premier tome de *The God of High School*, cette *giftbox* contient un mug, un T-shirt, des marque-pages, un *notebook*, un *tote bag* et des badges. Tous aux couleurs de la série.







Les services de presses doivent être envoyé début mars, pour que les influenceurs comme les journalistes puissent commencer à parler du titre avant sa mise en vente le 15 mars. Voici la liste complète de toutes les personnes et institutions qui vont être contactées pour l'occasion.

Influenceurs :

- Louis-San
- Sora
- Caroline Segarra
- Ermite Moderne
- Tanja
- Sironimo
- CatNGeek
- Le Chef Otaku
- LuccasTV
- Mangavore
- Mr Mangasse
- Esprit Otaku
- Book-Trotteur
- Gaak
- Journal du Japon
- Pierrickola
- Ghinread

Presse spécialisée :

- Animeland
- Zoo le Mag
- Actua BD
- ActuaLitté
- Coyote Mag
- Canal BD
- Planète Delcourt
- Avis des bulles
- Case Mate
- K-world
- Bamboo Mag
- Webtoon Planet
- Planète BD
- IGN
- dBD
- Lanfeust Mag

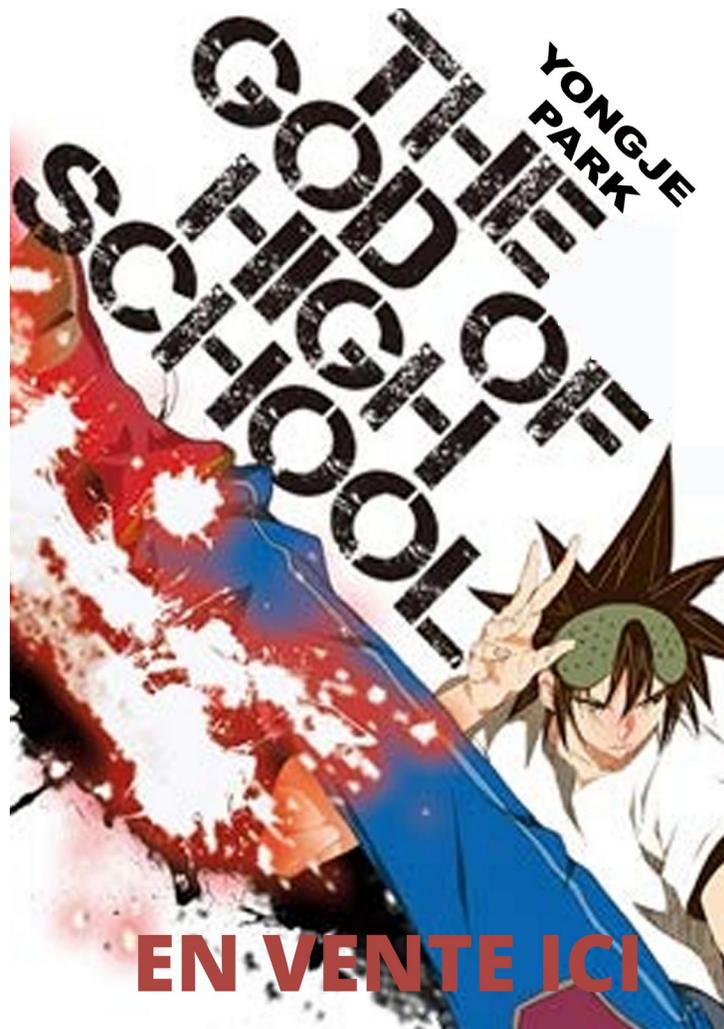
Presse non-spécialisée :

- Télérama
- Le Figaro
- La Dépêche
- Libération
- Le Monde
- Le Parisien
- 20 Minutes
- BFMTV
- Les Echos
- France Culture
- L'Express
- Le Point
- L'Obs

Enfin, Delcourt doit aussi se rendre à différentes conventions sur le manga et la culture asiatique qui se déroulent après la sortie de *The God of High School*. Ainsi, il est prévu d'assister à la Clermont Geek, au TGS Montpellier, à la Polymanga à Montreux ou encore à Paris Expo 2022.

C – Promotion chez les libraires

Pour une bonne promotion au sein des librairie, il est indispensable de créer des affiches et des flyers à l'image de la série. Ces derniers doivent mettre en avant l'image promotionnelle et la couverture du livre afin d'habituer le potentiel client au titre *The God of High School*.



Il est également indispensable de fournir aux libraires des marques-pages créés pour la sortie du tome 1 de la série et de donner comme consigne de le distribuer dès l'achat d'une bande dessinée quelle qu'elle soit. Bien qu'il faille privilégier les librairies spécialisées comme Terres de Légendes à Toulouse, il est indispensable de se rapprocher d'autres vendeurs comme Ombre Blanche pour atteindre un plus large public.

Conclusion

Avec le webtoon, la BD numérique a su se renouveler, la rendant par la même occasion bien plus attrayante qu'auparavant. Ce genre venu de Corée du Sud a su s'adapter aux envies des coréens mais aussi du monde entier, en faisant le porte-étendard d'une toute nouvelle génération d'artistes-auteurs. Et nous avons pu voir tout au long de cette recherche que le webtoon possède toute une histoire, tout un univers qu'il est essentiel de connaître pour en comprendre comment et pour pourquoi il a réussi à s'exporter de par le monde.

Nous l'avons vu dès le départ, la bande dessinée nativement numérique coréenne se distingue des autres formats et elle est aujourd'hui très importante sur le marché de la BD. Le webtoon a su, tout comme le manga, trouver son public au travers de ses différences et de son histoire. Il a été rapidement possible de faire ressortir sa parenté avec les autres formes de bandes dessinées asiatiques que le webtoon a combiné à d'autres influences pour se créer un format, une imagerie, une utilisation qui lui est propre. Cette émulsion a été aidée par l'arrivée de l'internet mondial et des réseaux sociaux qui ont permis au webtoon de s'écarter des autres formats pour embrasser la voie du numérique et des possibilités qui lui sont liées, comme les interactions auteur-lecteur par exemple. Nous avons ensuite pu mettre en avant différentes plateformes ayant pour la première fois développées la bande dessinée numérique coréenne en Corée et comment le système économique a su se transformer selon l'offre et la demande. De nouveaux standards du webtoon ont alors pu voir le jour, permettant à ce format de passer le premier cap de la mondialisation et de son succès planétaire.

Ces constatations faites, il a ensuite été possible de mettre en avant les différentes particularités de ce format intrinsèquement liées à la diffusion sur le net. Il a ainsi été possible d'exposer comment la bande dessinée a su assimiler les différentes influences d'autres styles pour créer à la fois une manière de proposer des personnages cartoonésques ou réalistes selon le type d'œuvre ou encore le public auquel on s'adresse. Il est devenu évident à partir de ce moment que le succès du webtoon se doit à la multiplicité de titres aux design divers et variés mais aussi par ce qui différencie la BD numérique coréenne du manga ou du manhwa traditionnel, à savoir l'ajout de couleurs et de détails visuels captivant. Outre le dessin, nous avons aussi pu mettre en avant que le succès du webtoon est également dû à la démocratisation du défilement vertical, permettant une plus facile interaction avec l'histoire et attirant d'avantage le lecteur et la lectrice, notamment avec l'ajout de musiques et de possibilités participatives.

Les caractéristiques ont ainsi pu conduire à une rapide mondialisation du format. Nous avons ensuite pu, outre définir le phénomène de société, démontrer que la réussite du webtoon n'est pas uniquement dû à ses fonctionnalités mais aussi à sa médiatisation. Étant un des multiples points d'entrée de la culture *Hallyu*, il est tout à fait possible que l'engouement général autour de tous les produits coréens comme les *drama* télévisuels, les films ou la musique coréenne, la K-pop, a facilité l'export de la bande dessinée à l'internationale. Et différentes plateformes, ayant senti que la *Korean Wave* n'était qu'au début de son succès actuel, elles ont investi dans la BD numérique coréenne. D'abord aux États-Unis, puis en Asie et ensuite de par le monde, le webtoon a rapidement trouvé son public. C'est notamment par son adaptation (traduction, lettrage) que cette bande dessinée a pu se démocratiser. Mais c'est aussi par la multiplicité des plateformes francophones que le webtoon est si bien vue et reçue en France. À tel point que plusieurs éditeurs tentent d'exploiter la tendance *via* des éditions au format papier par exemple.

Ce format a encore de beaux jours devant lui et va sans doute encore évoluer dans les prochaines années. Et qui sait, peut-être qu'un concurrent encore inconnu aujourd'hui va lui aussi se hisser au niveau mondial, revalorisant ainsi notre regard sur la BD numérique. Mais attendant que cela n'arrive, il serait peut-être intéressant de se questionner sur le développement du webcomic et du webmanga qui commencent, eux aussi, à se démocratiser sur internet.

Bibliographie / Webographie

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE

GODARD, Doriane. *La BD numérique : à la limite des frontières*. Mémoire de Master 2 en édition imprimée et électronique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2016, 133 p.

HANNEAUX, Valentin. *La Bande dessinée à l'ère du numérique*. Mémoire en sciences de gestion. Louvain : Louvain School of Management – Université catholique de Louvain, 2015, 92 p.

LEE, Sangjoon., NORNES, Abé Mark. *Hallyu 2.0 The Korean Wave in the Age of Social Media*. États-Unis : Presses de l'Université du Michigan, 4^e édition, 2018, 296 p.

PARK, Hyesu. *Understanding Hallyu: The Korean Wave Throught Literature, Webtoon, and Mukbang*. Oxon, Routledge, 2021, 108 p.

SCHWEIGHOFFER, Sarah. *Le marché de la Bande dessinée nativement numérique*. Mémoire de Master 2 en publications numériques. Paris : ENSSIB, 2018, 78 p.

THIERRY, Clémence., LEE, Jaehee. *L'édition en Corée du Sud : Étude avril 2018*. Paris, Bureau international de l'édition française, 2018, 80 p.

YAMADA, Botan. *Let's Draw Manga Yaoi*. États-Unis : Gardena, Digital Manga Publishing, 2007, 150 p.

YECIES, Brian., SHIM, Ae-Gyung. *South Korea Webtoonuniverse and Digital Comic Revolution*. Royaume-Uni : Londres, Rowman & Littlefield, 2021, 252 p.

AUTRES OUVRAGES

AUBERT, Nicole., HAROCHE, Claudine. *Les tyrannies de la visibilité*. Toulouse, Érès, 2011, 360 p.

CAMPS, Andres. *La représentation de l'homosexualité masculine dans les mangas : histoire, codes et formes de réception*. Mémoire en sciences humaines. Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour, 2020, 278 p.

CAMPS, Andres. *Les Musées et le transmédia : étude des méthodes de transmédia lors d'expositions et pour les enfants*. Mémoire de Master professionnel, Information-documentation. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2020, 130 p.

CHAPONNIÈRE, Martine., SCHULZ, Patricia., BALMAS, Eliane., et al. *Les valeurs dites féminines et masculines et leur impact sur la vie sociale et professionnelle des femmes*. Suisse : Lausanne, Editions l'Âge d'Homme, 1993, 267 p.

ERRECALDE-ARIAS, Mariana. *La diffusion et la distribution du transmédia. L'exemple de la collection La Chouette au cinéma*. Mémoire de Master professionnel, Information-documentation. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2018, 110 p.

LERNOUX, Dimitri. *BéDécratie*. Mémoire de Master 2 en Création numérique. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2019, 58 p.

HADOPI. *La Diffusion dématérialisée de BD et mangas en France*. PDF. 2017, 37 p.

HAUDIQUET, Clotilde., RAGASOL-BARBEY, Cléo., CAMPS, Andres. *Batrachomyomachie*. Projet éditorial de Master 2 édition numérique et imprimée. Toulouse : Université Toulouse – Jean-Jaurès, 2021, 150 p.

KWON, Yonghae., KIM, Hye-Gyeong., TCHO, Hye-Young., et al. *Cours de coréen*. Corée : Paju, Darakwon, 7^e impression, 2019, 328 p.

NISHIMURA-POUPEE, Karyn. *Histoire du manga*. Tallandier, 2016, 480 p.

PARK, Kang Ah. *The Growth of Cultural Industry and the Role of Government*. Mémoire de Master en Génie civil. États-Unis : Institut des technologies du Massachusetts. 2008, 91 p.

SIUYI WONG, Wendy., LAINE, Jean-Marc (trad.). *Hong Kong Comics – Une histoire du manhua*. Paris, Urban China, 2015, 192 p.

ARTICLES DE RÉFÉRENCE

Aide Console Play. Règlement du programme pour les développeurs (entrée en vigueur le 1^{er} mars 2021). URL :

https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/10477564?hl=fr&ref_topic=9877065

ART ROCKET. Conseils pour créer des webtoons à défilement vertical. **In** : *Clip Studio*. [en ligne]. URL : <https://www.clipstudio.net/comment-dessiner/archives/160800>

Babel Gomme. Lettrage webtoon. **In** : *Babel Gomme*. [en ligne]. URL : <https://www.babelgomme.com/lettrage/lettrage-webtoon/>

CABEAL, Dustin. An interview with Junkoo Kim creator of Line Webtoon. **In** : *Comic Bastards*. [en ligne]. Publié le 27/02/2015. URL : <https://comicbastards.com/comics/an-interview-with-junkoo-kim-creator-of-line-webtoon>

CARRENO, Axelle. L'émergence du webtoon en France. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 25/04/2020. URL : <https://actualitte.com/article/7860/edition/l-emergence-du-webtoon-en-france>

CERNA (dela), Ian. Manga Translation Pitfalls and Quick Tips. **In** : *CCCI*. [en ligne]. Publié le 28/06/2021. URL : <https://ccci.am/manga-translation-pitfalls-and-quick-tips/>

- CHO, Heekyoung. The Webtoon : A New Form for Graphic narrative. **In** : *The Comic Journal*. [en ligne]. Publié le 18/07/2016. URL : <http://www.tcj.com/the-webtoon-a-new-form-for-graphic-narrative/>
- CREAC'H, Hervé. La société Allskreen développe la plateforme webtoon des éditions Delcourt : Verytoon. **In** : *LinkedIn*. [en ligne]. Publié le 11/01/2021. URL : <https://www.linkedin.com/pulse/la-soci%C3%A9t%C3%A9-allskreen-d%C3%A9veloppe-plateforme-webtoon-des-herv%C3%A9-creac-h/?originalSubdomain=fr>
- DAL, Yong Jin. Korean Webtoonist Yoon Tae Ho : History, Webtoon Industry, and Transmedia Storytelling. **In** : *International Journal of Communication*. [en ligne]. N°13. PDF. 2019, pp. 2216-2230. URL : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10015>
- DAL, Yong Jin. Snack Culture's Dream of Big-Screen Culture : Korean Webtoon's Transmedia Storytelling. **In** : *International Journal of Communication*. PDF. N°13, 2019, pp. 2094-2115. URL : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10004>
- DAL, Yong Jin. Transmedia Storytelling in the Age of Digital Media : East Asian Perspectives. **In** : *International Journal of Communication*. PDF. N°13, 2019, pp. 2085-2093. URL : <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10003>
- DORNADIC, Sterenn. Les webtoons à la conquête du monde. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 30/06/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/les-webtoons-a-la-conquete-du-monde/>
- FAIDHERBE, Thomas. Izneo se développe avec un abonnement illimité consacré au webtoon. **In** : *Livres Hebdo*. Publié le 04/06/2021. URL : <https://www.livreshebdo.fr/article/izneo-se-developpe-avec-un-abonnement-illimite-consacre-au-webtoon>
- HOUOT, Laurence. On vous explique pourquoi les éditeurs français misent sur le Webtoon, ce phénomène BD venu de Corée-du-Sud. **In** : *France Info*. [en ligne]. Publié le 19/01/2021. URL : https://www.francetvinfo.fr/culture/bd/delcourt-lance-a-son-tour-sa-plateforme-de-webtoon-verytoon-pourquoi-les-editeurs-francais-misent-ils-sur-ce-phenomene-bd-venu-de-coree_4259269.html
- KIM, Ji-Heyon., YU, Jun. Platformizing Webtoons : The Impact on Creative and Digital Labor in South Korea. **In** : *Social Media + Society*. [en ligne]. Octobre-décembre 2019, pp. 1-11. URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119880174>
- JANG, Wonho., SONG, Jung Eun. Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Globalization. **In** : *Kritika Kultura*. [en ligne]. N°29, 2017, pp. 168-187. URL: <https://ajol.ateneo.edu/kk/articles/81/938>
- JENKINS, Henry. Transmédia 202 : Further Reflections. **In** : *Confession of an Aca-Fan*. [en ligne]. Publié le 31/07/2011. URL : http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html/

LAMERICHS, Nicolle. "Scrolling, swiping, selling: Understanding Webtoons and the data-driven participatory culture around comics". **In** : *Participations : Journal of Audience & Reception Studies*. [en ligne]. Vol. 17, n°2, novembre 2020, pp. 211-229. URL : <https://www.participations.org/Volume%2017/Issue%202/11.pdf>

LECA, Cécile. Qu'est-ce qu'un webtoon?. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 22/07/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/quest-ce-quun-webtoon/>

LECA, Cécile. Webcomics vs. webtoons. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 13/08/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/webcomics-vs-webtoons/>

LYNN, Hyung-Gu. Korean Webtoons : Explaining Growth. Canada : Université de Vancouver – Université de Colombie-Britannique, Institut de la recherche asiatique et Département des études asiatiques. PDF. 14 p. URL : <https://apm.sites.olt.ubc.ca/files/2016/02/HG-Lynn-Korean-Webtoons-Kyushu-v16-2016.pdf>

MAKMA. Adaptation de webtoon : traduction et lettrage. **In** : *Makma*. [en ligne]. Publié le 19/04/2020. URL : <https://www.makma.com/2020/04/19/adaptation-de-webtoons/>

MELIKIAN, Laurent. Didier Borg (Delitooon) "Si tu as un smartphone, tu as delitooon". **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 30/01/2017. URL : <https://www.actuabd.com/Didier-Borg-Delitooon-Si-tu-as-un-smartphone-tu-as-Delitooon>

MELIKIAN, Laurent. Hun, auteur de webtoon en Corée, « Dans le webtoon, seul l'auteur décide ». **In** : *ActuaBD*. [en ligne]. Publié le 29/01/2016. URL : <https://www.actuabd.com/Hun-auteur-de-webtoons-en-Coree-Dans-le-webtoon-seul-l-auteur-decide>

Minato. Un webtoon, qu'est-ce que c'est ?. **In** : *Yurai Éditions*. [en ligne]. Publié le 19/08/2019. URL : <https://yuraieditions.com/un-webtoon-quest-ce-que-cest/>

Naver Webtoon. Company. **In** : *Webtoons Corp*. [en ligne]. URL : <https://webtoonscorp.com/en/>

PAOLUCCI, Philippe. L'usage du *scrolling* dans la bande dessinée numérique sud-coréenne. **In** : *Nouvelles tendances littéraires d'Asie*. [en ligne]. N°8, 2018. Disponible sur < <https://journals.openedition.org/ideo/848>

PARK, Jeong-Yeob. Webtoons : The next frontier in global mobile content. **In** : *Mirae Asset*. [en ligne]. PDF. pp. 1-29. Publié le 20/09/2019. URL : <https://securities.miraeasset.com/bbs/download/2068162.pdf?attachmentId=2068162>

RISSEL, François., PASAMONIK, Didier. Les quatre vérités de Verytoon avec Guy Delcourt. **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 23/03/2021. URL : <https://www.actuabd.com/Les-quatre-verites-de-Verytoon-avec-Guy-Delcourt>

S-Morishita. Do Webtoon Artists Get Paid ?. **In** : *S-Morishita's Studio*. [en ligne]. Publié le 22/04/2020. URL : <https://www.s-morishitastudio.com/do-webtoon-artists-get-paid/>

S-Morishita. How to Make a Webtoon Comic for Print. **In** : *S-Morishita's Studio*. [en ligne]. URL : <https://www.s-morishitastudio.com/how-to-make-a-webtoon-comic-for-print/>

Siran. Webtoons and the Role of Webtoon Translation for Globalization. **In** : *CCCI*. [en ligne]. Publié le 28/06/2021. URL : <https://ccci.am/webtoons-role-of-webtoon-translation-for-globalization/>

Webtoon Planet. Les codes typographiques du webtoon. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 28/12/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/codes-typographiques-du-webtoon/>

YECIES, Brian., SHIM, Aegyung., YANG, Jack (Jie)., *et al.* Global transcrators and the extension of the Korean webtoon IP-engine. **In** : *Media Culture & Society*. [en ligne]. Vol. 42, I, 2020, pp. 40-57. URL <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119880174>

YOON, So-Yeon. Korea's webtoon industry continues to thrive in spite of pandemic. **In** : *Korea JoongAng Daily*. [en ligne]. Publié le 23/12/2020. URL : <https://koreajoongangdaily.joins.com/2020/12/23/culture/gamesWebtoons/webtoon-covid19-coronavirus/20201223183300524.html>

AUTRES ARTICLES

Dans l'atelier de... Bokyoung Yun et Samir Dahmani. **In** : *Neuvième art*. [en ligne]. Mis en ligne le 01/05/2016. URL : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article1067>

L'art du webtoon coréen. **In** : *Arts de la Corée*. [en ligne]. Mis à jour le 24/01/2018. URL : <https://artsdelacoree.hypotheses.org/4182>

ACUNA, Kirsten. Millions in Korea are obsessed with these revolutionary comics – now they're going global. **In** : *Insider*. [en ligne]. Publié le 12/02/2016. URL : <https://www.businessinsider.com/what-is-webtoons-2016-2?IR=T>

ALLEN, Jennifer. Line Webtoon Review. **In** : *148Apps*. [en ligne]. Publié le 15/07/2014. URL : <https://www.148apps.com/reviews/line-webtoon-review/>

ANIMELAND. Histoire de la BD coréenne. **In** : *Animeland*. [en ligne]. Mis en ligne le 01/03/2003. URL : <https://animeland.fr/dossier/histoire-de-la-bd-coreenne/>

AVELLANEDA, Morgane. Le roman-feuilleton, qu'est-ce que c'est ?. **In** : *Gallica, Le Blog*. [en ligne]. Publié le 28/10/2020. URL : <https://gallica.bnf.fr/blog/28102020/le-roman-feuilleton-quest-ce-que-cest?mode=desktop>

BARJOT, Dominique. Le développement économique de la Corée du Sud depuis 1950. **In** : *Les Cahiers de Framespa*. [en ligne]. URL : <https://journals.openedition.org/framespa/899#tocto1n3>

BATHELOT, Bertrand. Freemium. **In** : *Définitions Marketing*. [en ligne]. Mis à jour le 08/12/2018. URL : <https://www.definitions-marketing.com/definition/freemium/>

BAYON, Arthur. Quelles sont les meilleures plateformes pour lire des BD numériques ?. **In** : *Le Figaro*. [en ligne]. Modifié le 10/07/2020. URL : <https://www.lefigaro.fr/bd/quelles-sont-les-meilleures-plateformes-pour-lire-des-bd-numeriques-20200516>

BERGÉ, Frédéric. Le Coréen Naver rachète le centre de recherches de Xerox à Grenoble. **In** : *BFM Business*. [en ligne]. Publié le 27/06/2017. URL : https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/services/le-coreen-naver-rachete-le-centre-de-recherche-de-xerox-a-grenoble_AN-201706270144.html

BOKYOUNG, Yun. La bande dessinée numérique française et le webtoon coréen : deux modalités de la lecture sur écran. **In** : *Neuvième art*. [en ligne]. Mis en ligne le 01/03/2013. URL : <http://neuviemart.citebd.org/spip.php?article579>

BOURDAA, Mélanie. Le transmedia storytelling. **In** : *Terminal* [en ligne]. 112 | 2013. Publié le 15/05/2015. URL : <http://journals.openedition.org/terminal/447>

BTS. “True Beauty” L’auteur de Webtoon partage ses réflexions sur l’adaptatin et le casting du drama. **In** : *BTS KPOP*. [en ligne]. Publié le 02/12/2020. URL : <https://bts-kpop.fr/true-beauty-lauteur-de-webtoon-partage-ses-reflexions-sur-ladaptatin-et-le-casting-du-drame/>

BUSINESS FRANCE. Corée du Sud – Le portail Internet numéro 1 de Corée renforce sa présence à l’internationale. **In** : *Business France*. [en ligne]. Publié le 08/02/2017. URL : <https://www.businessfrance.fr/coree-du-sud-le-portail-internet-numero-1-de-coree-renforce-sa-presence-a-l-international>

CEDEF. Qu’est-ce que le financement participatif ?. **In** : *Ministère de l’économie, des finances et de la relance*. [en ligne]. Modifié le 26/07/2021. URL : <https://www.economie.gouv.fr/cedef/financement-participatif>

Cerise. Les réseaux sociaux qu’utilisent le plus les coréens. **In** : *Amino*. [en ligne]. Publié le 12/09/2017. URL : https://aminoapps.com/c/frkpop/page/blog/les-reseaux-sociaux-quutilise-le-plus-les-coreens/1aQD_pGS6u0oEEzR4RKkjlR7j6N60xZPp

Cision. Popular Mobile Webcomic Service, LINE Webtoon, Debuts in the United States and Worldwide. **In** : *Cision*. [en ligne]. Publié le 02/07/2014. URL : <https://www.prnewswire.com/news-releases/popular-mobile-webcomic-service-line-webtoon-debuts-in-the-united-states-and-worldwide-265512371.html>

CORNU, Gérard., NICOUX, Renée., MAUREY, Hervé., et *al.* La Corée du Sud : richesse d’un pays développé, dynamisme d’un pays émergeant. **In** : *Sénat*. [en ligne]. URL : http://www.senat.fr/rap/r11-388/r11-388_mono.html#toc83

CHAGOT, Guillaume. Delitooon : mangas et BD débarquent sur mobile au format webtoon. **In** : *Hitek*. [en ligne]. Publié le 12/11/2017. URL : https://hitek.fr/actualite/delitooon-meilleures-series-anime-format-webtoon_14504

CRUZ (de la), Bruno. Le webtoon Killing Stalking arrive en France chez Taifu !. **In** : *Animeland*. [en ligne]. Publié le 02/07/2020. URL : <https://animeland.fr/2020/07/02/le-webtoon-killing-stalking-arrive-en-france-chez-taifu/>

DACHEUX, Éric. La bande dessinée, un média méconnu des chercheurs en communication. **In** : *Hermès, la Revue*. [en ligne]. Vol. 3, n°70, 2014, p. 171. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-171.htm>

DECHAUX, Delphine. Festival d'Angoulême : le webtoon, arme pour convertir les accros du portable à la BD. **In** : *Challenges*. [en ligne]. Publié le 25/01/2019. URL : https://www.challenges.fr/media/le-webtoon-amene-de-nouveaux-lecteurs-a-la-bande-dessinee_638563

DEVILLARD, Arnaud. Iznéo, des BD numérisées pour ordinateur et iPad. **In** : *01net*. [en ligne]. Publié le 06/07/2010. URL : <https://www.01net.com/actualites/izneo-des-bd-numerisees-pour-ordinateurs-et-ipad-519015.html>

DI CROSTA, Marida. Des formes et des modèles de production transmédia. **In** : *Le Levain des média : forme, format, média*. MEI 39. [en ligne]. pp. 147-157. URL : <https://mei-info.com/wp-content/uploads/2016/12/MEI39-149-159-Des-formes-et-des-modeles-de-production.pdf>

DUNEAU, Clémence. “Webtoons” : le phénomène des bandes dessinées sud-coréennes adaptées au smartphone. **In** : *Le Monde*. [en ligne]. Publié le 25/02/2021. URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/02/25/webtoons-le-phenomene-des-bandes-dessinees-sud-coreennes-adaptees-au-smartphone_6071227_4408996.html

Elisabeth@TFAW. Digital Comics Pioneer comiXology Discusses Its Past and Future. **In** : *TWAF*. [en ligne]. Publié le 24/01/2011. URL : https://archive.ph/20130203155953/http://www.tfaw.com/blog/2011/01/24/digital-comics-comixology/?qt=ea_wiki_comixology

Eloïse. Le « soft power » de la Corée du Sud est un atout diplomatique, selon Moon. **In** : *Yonhap*. [en ligne]. Publié le 02/12/2020. URL : <https://fr.yna.co.kr/view/AFR20201202002800884>

FADIGA, Fabrice. Avec EazyComics, Iznéo nous fait plonger au coeur des cases. **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 24/03/2017. URL : <https://www.actuabd.com/Avec-EazyComics-Izneo-nous-fait-plonger-au-coeur-des-cases>

FILIOU, Maxime. La Corée du Sud : un leader mondial du numérique ?. **In** : *GÉRAC*. [en ligne]. PDF. N°15, 2021, 18 p. URL : https://www.gerac.hei.ulaval.ca/sites/gerac.hei.ulaval.ca/files/mfiliou_coree.pdf

Florent D. Delitoon : réaliser pour la BD “ce que Netflix a fait avec La casa de papel”. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 18/11/2019. URL : <https://actualitte.com/article/10368/edition/delitoon-realiser-pour-la-bd-ce-que-netflix-a-fait-avec-la-casa-de-papel>

Florent D. La faiseuse de livres, histoire d'une enfant qui rêvait d'être bibliothécaire. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 02/09/2019. URL : <https://actualitte.com/article/11603/edition/la-faiseuse-de-livres-histoire-d-une-enfant-qui-revait-d-etre-bibliothecaire>

FURNO, Nicolas. L'App Store et le contenu adulte. **In** : *iGeneration*. [en ligne]. Publié le 21/07/2009. URL : <https://www.igen.fr/app-store/l-app-store-et-le-contenu-adulte-8401>

Gallica. Les feuillets dans la presse. **In** : *Gallica*. [en ligne]. URL : <https://gallica.bnf.fr/html/und/presse-et-revues/les-feuillets-dans-la-presse?mode=desktop>

GANDON CHERARD, Gillian. Coréens, un cas unique au monde : décryptage. **In** : *Linkfluence*. [en ligne]. URL : <https://www.linkfluence.com/fr/blog/coree-sud-reseaux-sociaux>

GANNE, Marine. Perspectives et évolutions de la BD numérique en France. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 10/03/2021. URL : <https://actualitte.com/article/99264/usages-numeriques/perspectives-et-evolution-de-la-bd-numerique-en-france>

GARY, Nicolas. Delitoon : "L'algorithme humain, ça s'appelle un coup de coeur". **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 20/11/2017. URL : <https://actualitte.com/article/22181/reportages/delitoon-l-algorithme-humain-ca-s-appelle-un-coup-de-coeur>

GILG, Pauline. Quels sont les réseaux sociaux les plus utilisés en Asie du Nord-Est ? **In** : *Université de Strasbourg*. [en ligne]. Publié le 14/09/2018. URL : <https://mastercaweb.u-strasbg.fr/2018/09/quels-sont-les-reseaux-sociaux-les-plus-utilises-en-asie-du-nord-est>

GOH, Vanessa. What's Up with Lezhin ? - A summary. **In** : *The Magic Rain*. [en ligne]. Publié le 12/02/2018. URL : <https://themagicrain.com/2018/02/whats-up-with-lezhin-a-summary/>

GOUDMAND, Anaïs. Le roman-feuilleton ou l'écriture mercenaire : l'exemple des *Mystères de Paris*. **In** : *Cahiers de narratologie*. [en ligne]. N°31, 2016. Mis en ligne le 22/12/2016. URL : <https://journals.openedition.org/narratologie/7589>

GHORRA-GOBIN, Cynthia. Notion en débat : mondialisation et globalisation. **In** : *Géoconfluences*. [en ligne]. Publié le 20/12/2017. URL : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/a-la-une/notion-a-la-une/mondialisation-globalisation>

HOLROYD, Carin. Digital content promotion in Japan and South Korea : Government strategies for an emerging economic sector. **In** : *Wiley*. [en ligne]. Publié le 14/04/2019. URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/app5.277>

IWABUCHI, Koichi. Au-delà du « Cool Japan », la globalisation culturelle... **In** : *Critique Internationale*. [en ligne]. 2008/I, n°38, pp. 37 à 53. URL : <https://www.cairn.info/revue-critique-internationale-2008-1-page-37.htm>

JANNIÈRE, Virginie. Les trois webtoons qui cartonnent en France. **In** : *Cnews*. [en ligne]. Mis à jour le 12/01/2021. URL : <https://www.cnews.fr/culture/2021-01-11/les-trois-webtoons-qui-cartonnent-en-france-1034955>

JEANNIN, Marine. Les webtoons, ces bandes dessinées qui cartonnent en France. **In** : *Asialyst*. [en ligne]. Publié le 25/05/2020. URL : <https://asialyst.com/fr/2020/05/23/bd-coree-du-sud-bande-dessinee-webtoons-cartonnent-france/>

KATELAN, Jean-Yves. La culture manga change d'ère. **In** : *CNRS Le journal* [en ligne]. Publié le 24/01/2018. URL : <https://lejournel.cnrs.fr/articles/la-culture-manga-change-dere>

KIM, Youna., BARON, Esther (trad.). *Soft power* et nationalisme culturel : la vague coréenne. **In** : *Outre-Mer*. [en ligne]. N°39, vol. 2, 2014. Mis en ligne le 24/09/2014. URL : <https://www.cairn.info/revue-outre-terre2-2014-2-page-331.htm>

Korean Herald. Korean webtoons going global. **In** : *The Korean Herald*. [en ligne]. Publié le 25/05/2014. URL : <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20140525000452>

KWON, Seong Seong. Expression of “extreme choice” in webtoon... Naver and Daum to implement “webtoon rating system”. **In** : *Segye*. [en ligne]. Mis à jour le 14/05/2019. URL : <https://www.segye.com/newsView/20190510510666>

La Rédaction. Izneo lance son offre d'abonnement illimitée consacrée au webtoon. **In** : *Stéphane Larue*. [en ligne]. Publié le 11/05/2021. URL : <https://stephanelarue.com/izneo-lance-son-offre-dabonnement-illimite-consacree-au-webtoon/>

LECA, Cécile. 5 des meilleures adaptations de webtoons !. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 02/09/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/5-des-meilleures-adaptations-de-webtoons/>

LEE, In-kyung. UL Entertainment and Lezhin Entertainment to “create new added value”. **In** : *Joongang*. [en ligne]. Publié le 22/05/2017. URL : <https://news.joins.com/article/21594210>

LEE, Joyce. S.Korea's Kakao too buy two U.S storytelling apps for \$950 mln. **In** : *Reuters*. [en ligne]. Publié le 11/05/2021. URL : <https://www.reuters.com/technology/skoreas-kakao-entertainment-acquire-serial-fiction-app-radish-440-mln-2021-05-11/>

LEROY, Joséphine. Balak, auteur et créateur du Turbo Media : “Il y a un marché de la BD numérique”. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 03/06/2016. URL : <https://actualitte.com/article/33506/interviews/balak-auteur-et-createur-du-turbo-media-il-y-a-un-marche-de-la-bd-numerique>

LEGIFRANCE. Ordonnance n°2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif. **In** : *Légifrance*. [en ligne]. Mis à jour le 01/10/2014. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000029008408/>

Lettres Numériques. Quand la bande dessinée prend ses quartiers sur les écrans. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 01/02/2016. URL : <https://actualitte.com/article/35053/edition/quand-la-bande-dessinee-prend-ses-quartiers-sur-les-ecrans>

LEVENT, Christophe. Bande dessinée : les Webtoon à la conquête des smartphones. **In** : *Le Parisien*. [en ligne]. Publié le 16/02/2019. URL : <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/livres/bande-dessinee-les-webtoon-a-la-conquete-des-smartphones-16-02-2019-8013255.php>

Le Soir +. La Webtoon Factory, une petite structure 100% belge. **In** : *Le Soir +*. [en ligne]. Publié le 25/12/2020. URL : <https://plus.lesoir.be/345424/article/2020-12-25/la-webtoon-factory-une-petite-structure-100-belge>

Lin. Marine Blues, célèbre cartoon coréen, un journal intime de Sea Urchin Boy. **In** : *Taptoula*. [en ligne]. Publié le 02/08/2008. URL : <http://www.taptoula.com/marine-blues-celebre-cartoon-coreen-un-journal-intime-de-sea-urchin-boy/>

MAILLÉ, Pablo. Avec les “Webtoons”, la BD sud-coréenne est en passe de conquérir le monde. **In** : *Télérama*. [en ligne]. Mis à jour le 07/12/2020. URL : <https://www.telerama.fr/livre/avec-les-webtoons,-la-bd-sud-coreenne-est-en-passe-de-conquerir-le-monde,n6427246.php>

MASTER CAWEB. Présentation de la formation. **In** : *Université de Strasbourg*. [en ligne]. URL : <https://mastercaweb.u-strasbg.fr/>

MAZIN, Céline. Verytoon et Kbooks, le webtoon numérique et papier en France, par Delcourt. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 07/01/2021. URL : <https://actualitte.com/article/98228/technologie/verytoon-et-kbooks-le-webtoon-numerique-et-papier-en-france-par-delcourt>

MEDIUM. How much is the average income of Webtoon artist ?. **In** : *Medium*. Publié le 27/09/2019. URL : <https://medium.com/issue-by-listly-io/how-much-is-the-average-income-of-webtoon-artist-35971b8bf4d3>

Minokoto-Review. Yurai Édition, la nouvelle maison d'édition en ligne. **In** : *Moonyko*. [en ligne]. Publié le 05/11/2019. URL : <http://moonyko.fr/yurai-edition-la-nouvelle-maison-dedition-en-ligne/>

Mumitsu. Lancement de YURAI, la nouvelle plateforme de webtoon en français !. **In** : *Geek Génération*. [en ligne]. Publié le 21/10/2019. URL : <https://www.geekgeneration.fr/lancement-de-yurai-la-nouvelle-plateforme-de-webtoon-en-francais/>

NGUYEN, Delphine. Le manga et le numérique. **In** : *Monde du livre*. [en ligne]. Mis en ligne le 18/05/2020. URL : <https://mondedulivre.hypotheses.org/8049>

NOËSON, Gaëlle. La BD numérique : un marché qui se structure en 2016 !. **In** : *Lettres Numériques*. [en ligne]. Publié le 29/01/2016. URL : <https://www.lettresnumeriques.be/2016/01/29/la-bd-numerique-un-marche-qui-se-structure-en-2016/>

PARK, Chan. Korean *p'ansori* Narrative. **In** : *Oral Tradition*. [en ligne]. N°18, vol. 3, 2003, pp. 241-243. URL : http://archive.wikiwix.com/cache/display2.php/9d_chan_park.pdf?url=http%3A%2F%2Fjournal.oraltradition.org%2Ffiles%2Farticles%2F18ii%2F9d_chan_park.pdf

PARK, Chul-hyun. Lezhin Enter, the largest shareholder of Lezhin Studio Reinforcement of webtoon IP video production. **In** : *Chosun*. [en ligne]. Publié le 15/04/2019. URL : http://it.chosun.com/site/data/html_dir/2019/04/15/2019041500549.html

PASAMONIK, Didier. Le phénomène webtoon s’installe en France. **In** : *ActuBD*. [en ligne]. Publié le 23/03/2021. URL : <https://www.actuabd.com/Le-phenomene-webtoon-s-installe-en-France>

PASAMONIK, Didier. Marché de la BD en France en 2020 : une année record. **In** : *Actua BD*. [en ligne]. Publié le 28/01/2021. URL : <https://www.actuabd.com/Marche-de-la-BD-en-France-en-2020-une-annee-record>

PRÉVOT, Cynthia. Delcourt lance un projet global autour des webtoons. **In** : *Lettres Numériques*. [en ligne]. Publié le 16/04/2021. URL : <https://www.lettresnumeriques.be/2021/04/16/delcourt-lance-un-projet-global-autour-des-webtoons/>

RAHMOUNI, Faïza. Lancement de Verytoon, plateforme de webtoon du groupe Delcourt. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 06/01/2021. URL : <https://www.webtoonplanet.com/lancement-de-verytoon/>

RAHMOUNI, Faïza. Sweet Home : le phénomène webtoon sur Netflix. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 26/12/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/sweet-home-le-phenomene-webtoon-sur-netflix/>

RICHEBOIS, Véronique. La BD tente d’accélérer son tournant numérique avec Izneo. **In** : *LesEchos*. [en ligne]. Publié le 30/01/2020. URL : < <https://www.lesechos.fr/pme-regions/ile-de-france/la-bd-tente-daccelerer-son-tournant-numerique-avec-izneo-1167479>

RISSEL, François., PASAMONIK, Didier. BD et numérique : où en est la France ? : Épisode 1 : le lunchtalk. **In** : *ActuBD*. [en ligne]. Publié le 15/04/2021. URL : <https://www.actuabd.com/BD-et-numerique-ou-en-est-la-France-Episode-1-Le-lunchtalk>

ROLL, Martin. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Culture Economy and Pop Culture. **In** : *Martin Roll*. [en ligne]. Publié en août 2020. URL : <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>

ROURE, Benjamin. BD pour enfants : “Space Boy”, une romance lycéenne au parfum de SF. **In** : *Télérama*. [en ligne]. Publié le 04/01/2021. URL : <https://www.telerama.fr/enfants/bd-pour-enfants-space-boy-une-romance-lyceenne-au-parfum-de-sf-6791436.php>

SALKOWITZ, Rob. Tapas Sees Big Gains for Digital Comics. **In** : *Publisher Weekly*. [en ligne]. Publié le 20/01/2021. URL : <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/85340-tapas-sees-big-gains-for-digital-comics.html>

SEODANG. Trois applications indispensables en Corée du Sud. **In** : *Seodang*. [en ligne]. URL : <https://www.seodang.fr/article/applications-indispensables-en-coree-du-sud/>

SIMÉONE, Christine. Six choses à savoir pour comprendre le webtoon. **In** : *France Inter*. [en ligne]. Publié le 16/12/2017. URL : <https://www.franceinter.fr/culture/coree-webtoon-bande-dessinee>

SOLYM, Clément. 2020, année record pour les ventes de bande dessinée en France. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 28/01/2021. URL : <https://actualitte.com/article/98590/economie/2020-annee-record-pour-les-ventes-de-bande-dessinee-en-france>

SOLYM, Clément. Fnac rachète la moitié de Izneo, libraire et distributeur de BD numériques. **In** : *ActuaLitté*. [en ligne]. Publié le 28/01/2016. URL : <https://actualitte.com/article/35122/distribution/fnac-rachete-la-moitie-de-izneo-libraire-et-distributeur-de-bd-numerique>

SORBIER, Marie. Le webtoon, la BD qui “sort des carcans de la page”. **In** : *France Info*. [en ligne]. Diffusée le 09/03/2021. URL : <https://www.franceculture.fr/emissions/affaire-en-cours/affaires-en-cours-du-mardi-09-mars-2021>

SUTTON, Elizabeth. Abonnement Ebook – Interview – La solution izneo. **In** : *IDBoox*. [en ligne]. Publié le 17/06/2015. URL : <http://www.idboox.com/interviews/abonnement-ebook-interview-la-solution-izneo/>

Techforkorea. Lezhin Comics Hopes to Foster New Webtoonists with Sangmyoung University. **In** : *Platum*. [en ligne]. Publié le 19/1/2014. URL : <https://platum.kr/archives/30551>

TENDANCE DROIT. Monnaie virtuelle et monnaie électronique : distinction et encadrement contractuel des porte-monnaie virtuels affectés. **In** : *Tendance Droit*. [en ligne]. URL : <http://www.tendancedroit.fr/monnaie-virtuelle-et-monnaie-electronique-distinction-et-encadrement-contractuel-des-porte-monnaie-virtuels-affectes/>

TOUTENBD. Zoom sur la BD coréenne. **In** : *ToutenBD*. [en ligne]. Mis en ligne le 6/11/2004. URL : <https://www.toutenbd.com/dossiers/zoom-sur-la-bd-coreenne/>

TRUONG, Anh Hoà. Manga Shônen, Shôjo, Seinen... Un petit lexique. **In** : *ActuaBD*. [en ligne]. Publié le 15/08/2004. URL : <https://www.actuabd.com/Manga-Shonen-Shojo-Seinen-Un-petit-lexique>

TURPIN, Laurent. 2013 : l'année de la décélération. **In** : *ACBD*. [en ligne]. Mis en ligne le 30/12/2013. URL : <https://www.acbd.fr/2044/rapports/2013-lannee-de-la-deceleration/>
Vehem. Kang Full, manhwa – à l'avant-garde de la BD coréenne. **In** : *Taptoula*. [en ligne]. Publié le 20/10/2007. URL : <http://www.taptoula.com/kang-full-manhwa-a-lavant-garde-de-la-bd-coreenne/>

VEILLON, Kévin. Les 3 meilleurs webtoons VF à découvrir sur Yurai. **In** : *Webtoon Planet*. [en ligne]. Publié le 20/07/2020. URL : <https://www.webtoonplanet.com/les-3-meilleurs-webtoons-vf-a-decouvrir-chez-yurai/>

WOITIER, Chloé. La plateforme Izneo prend le virage du “webtoon”. **In** : *Le Figaro*. [en ligne]. Publié le 31/01/2020. URL : <https://www.lefigaro.fr/medias/la-plateforme-izneo-prend-le-virage-du-webtoon-20200131>

WELKER, James. Beautiful, Borrowed and Bend : « Boys’ Love » and Girls’ Love in *Shōjo Manga* ». **In** : *Signs*. University of Chicago Press, vol. 31, n°3. « New Feminist Theories of Visual Culture », 2006, pp. 841-870.

Yonhap. Le secteur des webtoons a enregistré 640 milliards de won de vente en 2019. **In** : *Agence de Presse Yonhap*. [en ligne]. Publié le 23/12/2020. URL : <https://fr.yna.co.kr/view/AFR20201223003200884>

YUN, Ji Hyeon. What is Webtoon ?. **In** : *Medium*. [en ligne]. Publié le 30/08/2019. URL : <https://medium.com/mrcomics/what-is-webtoon-4926929b20d8>

SITES DE RÉFÉRENCE

Kidari Studio. History. **In** : *Kidari Studio*. [en ligne]. URL : <http://kidaristudio.com/company>

Site et application Allskreen.

Site et application Bonsai éditions.

Site et application Coolmic.

Site et application Daum Webtoon.

Site de Delcourt.

Site et application Délitooon.

Site de Dupuis.

Site et application Izneo.

Site et application Kakao Webtoon.

Site de Ki-oon.

Site Le Bontoon.

Site et application Lezhin.

Site de Nazca éditions.

Site de Ototo.

Site de Taifu.

Site et application Tapas.

Site et application Tappytoon.

Site et application Toomics.

Site et application Verytoon.

Site et application Webtoon.

Site et application Webtoon Factory.

Site de Yurai éditions.

Webtoon Translate. Become a Contributor. **In** : *Webtoon Translate*. [en ligne]. URL : <https://translate.webtoons.com/guide>

AUTRES SITES

Allo Ciné. Papyrus. **In** : *Allo Ciné*. [en ligne]. URL : https://www.allocine.fr/series/ficheserie_gen_cserie=4903.html

Berkley Sociology. John Lie. **In** : *BerkleySociology*. [en ligne]. URL : <https://sociology.berkeley.edu/faculty/john-lie>

Clip Studio Paint. Bande dessinée, Manga & Webtoon – Leader du logiciel de création de bandes dessinées. **In** : *Clip Studio Paint*. [en ligne]. URL : <https://www.clipstudio.net/fr/comics-manga/>

Dekra. Information Security Management System (ISMS). **In** : *Dekra*. [en ligne]. URL : <https://www.dekra.com/en/information-security-management-system-isms/>

KOMACON. The History of Webtoon. URL : https://www.k-webtoon.kr/modedg/contentsView.do?ucont_id=CTX001006&srch_menu_nix=474N5z95&srch_mu_lang=CDIDX00023

Lambiek. KANG Kyung-ok. **In** : *Lambiek*. [en ligne]. Mis à jour le 08/08/2012. URL : <https://www.lambiek.net/artists/k/kang-kyung-ok.htm>

Lambiek. KIM Soo-jung. **In** : *Lambiek*. [en ligne]. Mis à jour le 26/06/2020. URL : <https://www.lambiek.net/artists/k/kim-soo-jung.htm>

Manga-News. Isekai. **In** : *Lexique*. [en ligne]. URL : <https://www.manga-news.com/index.php/definition/Isekai>

MONGIE. Let's Play Volume 1. **In** : *Kickstarter*. [en ligne]. URL : <https://www.kickstarter.com/projects/rocketship/lets-play-volume-1?lang=fr>

MONGIE. Sketch chapter preview for episode 133 of Let's Play. Publié le 14/07/2021. URL : https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=392369195581620&id=100044256288057

Owler. Webtoon. **In** : *Owler*. [en ligne]. URL : <https://www.owler.com/company/webtoons>

PitchBook. Tapas. **In** : *PitchBook*. [en ligne]. URL : <https://pitchbook.com/profiles/company/55619-11#overview>

PitchBook. Tappytoon. **In** : *PitchBook*. [en ligne]. URL : <https://pitchbook.com/profiles/company/85832-29#overview>

PitchBook. Toomics. **In** : *PitchBook*. [en ligne]. Disponible sur < <https://pitchbook.com/profiles/company/264625-21#overview>

Rocketship. Company. **In** : *Rocketship*. [en ligne]. URL : <https://rocketshipent.com/company/>

School of Journalism and Media. Joe Straubhaar. **In** : *University of Texas at Austin*. [en ligne]. URL : <https://journalism.utexas.edu/faculty/joe-straubhaar>

Similarweb. Classement des applications mobiles. **In** : *Similarweb*. [en ligne]. URL : <https://www.similarweb.com/fr/apps/top/google/store-rank/us/comics/top-grossing/>

Site de Glénat.

Site de Kana.

Site de Pika.

Société. IZNEO. **In** : *Société.com*. [en ligne]. URL : <https://www.societe.com/societe/izneo-522564392.html>

VVGB. Born Sexy Tommorrow Volume 1. **In** : *Kickstarter*. [en ligne]. Mis à jour le 02/08/2021. URL : <https://www.kickstarter.com/projects/rocketship/born-sexy-tomorrow-volume-1?lang=fr>

YAONGYI. Galerie personnelle. **In** : *Instagram*. [en ligne]. URL : <https://www.instagram.com/meow91/>

VIDÉOS

Ermite Moderne. Comment Tower of Gods / Webtoon peut conquérir les Animés ?. **In** : *Youtube*. [en ligne]. Publiée le 20/05/2020. URL : <https://youtu.be/Z7vgeL76usg>

Lapindicite Chronique. L'histoire et le développement des manhwas. **In** : *Youtube*. [en ligne]. Mise en ligne le 31/07/2019. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=YwmeKpMtTiM>

Liry Onni. Webtoon a Kdrama. ¿ Quién es Yangyi, la credora de True Beauty (Secretos de Belleza) ?. **In** : *Youtube*. [en ligne]. Publiée le 20/12/2020. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=oGffKNIBgL4>

AUDIOS

CROMBET, Hélène. «Phallaina », une lecture hallucinatoire à travers une bande défilée numérique. **In** : *Littérature et dispositifs médiatiques : pratiques d'écriture et de lecture en contexte numérique*. [en ligne]. Colloque organisé par Chaire de recherche du Canada sur les arts et les littératures numériques / Belspo PAI LMI. Montréal, Université du Québec à Montréal, 25 mai 2017. Document audio.

URL : <http://oic.uqam.ca/fr/communications/phallaina-une-lecture-hallucinatoire-a-travers-une-bande-defilee-numerique>

MÉNARD, Pierre. La narration combinatoire : l'écriture en mouvement. **In** : *Littérature et dispositifs médiatiques : pratiques d'écriture et de lecture en contexte numérique*. [en ligne]. Colloque organisé par Chaire de recherche du Canada sur les arts et les littératures numériques / Belspo PAI LMI. Montréal, Université du Québec à Montréal, 25 mai 2017. Document audio.

URL : <http://oic.uqam.ca/fr/communications/la-narration-combinatoire-lecriture-en-mouvement>

PILEN. EdNum18 : BD numérique, hors des cases ? Table ronde #2 : Vers la réinvention des modes de diffusion ?. **In** : *Mixcloud*. [en ligne]. Document audio. URL : <https://www.mixcloud.com/PILEn/ednum18-bd-numerique-hors-des-cases-table-ronde-2-vers-la-reinvention-des-modes-de-diffusion/?play=fb>

Table des figures

Figure 1: Extrait d'une BD homothétique sur le site Izneo.....	p.14
Figure 2: Extrait d'un diaporama sur le site Turbo Interactive.....	p.15
Figure 3: Extrait de <i>Between Us</i>	p.16
Figure 4: <i>Chronotics Express</i> , un webmanga publié sur Amilova.....	p.16
Figure 5: Capture d'écran d'une "bande continue" sur Delitoon.....	p.17
Figure 6: Tableau sur l'évolution des pratiques dématérialisées.....	p.18
Figure 7: Tableau sur l'évolution du chiffre d'affaire de l'édition.....	p.19
Figure 8: Illustration du point d'équilibre entre l'offre et la demande.....	p.20
Figure 9: Une scène du chapitre "Kashiwagi". Illustration du <i>Dit de Genji</i>	p.24
Figure 10: Page de manga de <i>MW</i>	p.25
Figure 11: Page de titre de <i>La Situation en Extrême-Orient</i>	p.26
Figure 12: Page 29 du <i>Hong Kong Comics</i>	p.27
Figure 13: Jeongjo (1752-1800), le 22 ^e roi de la période Joseon (1392-1910)...	p.28
Figure 14: Caricature signée par Lee Do-yeong.....	p.29
Figure 15: Couverture de <i>La Rose de Versailles</i> vol. 1.....	p.31
Figure 16: Tableau sur l'évolution de la production du <i>manhwa</i>	p.32
Figure 17: Graphique montrant le nombre d'abonnés de Facebook et Cyworld entre janvier 2010 et juillet 2011.....	p.38
Figure 18: Capture d'écran du blog personnel de la <i>manhwaga</i> Yoon-Joo Kwon...	p.40
Figure 19: Couverture de <i>Catsby</i> vol. 5.....	p.42
Figure 20: Capture d'écran de la page d'accueil française de Webtoon.....	p.44
Figure 21: Capture d'écran de l'application Webtoon sur mobile.....	p.45
Figure 22: Capture d'écran de la page <i>Cheese on the Trap</i>	p.47
Figure 23: Tableau de classification de l'industrie culturelle coréenne.....	p.49
Figure 24: Tableau montrant les ventes de médias numériques de 2018.....	p.50
Figure 25: Tableau présentant les principales plateformes de webtoons utilisées en Corée du Sud.....	p.51
Figure 26: Deux images postées sur Twitter présentant les problèmes de Lezhin.....	p.53
Figure 27: Thread Twitter relatif au salaire des créateurs sur Lezhin.....	p.54
Figure 28: Graphique sur le temps de travail quotidien des webtooneurs.	p.55
Figure 29: Modèle économique des webtoons sur les portails Daum et Naver avant 2013.....	p.56
Figure 30: Capture d'écran montrant le <i>fastpass</i>	p.57

Figure 31: Image de Lim Ju-kyung, héroïne de <i>True Beauty</i>	p.61
Figure 32: Case provenant du chapitre 5 de <i>Solo Leveling</i>	p.62
Figure 33: Case montrant Hades, l'un des protagonistes des <i>Traditions d'Olympe</i>	p.62
Figure 34: Capture d'écran de l'onglet "Genres" de la plateforme Webtoon....	p.63
Figure 35: Capture d'écran montrant les titres les plus populaires du genre "Romance".....	p.64
Figure 36: Capture d'écran montrant l'ensemble du catalogue du genre romance de Webtoon Factory.....	p.65
Figure 37: Capture d'écran de l'onglet Romance sur Delitoon.....	p.66
Figure 38: Tome 1 de <i>Fruit Basket</i> , édition deluxe (couverture).....	p.67
Figure 39: Image promotionnelle de <i>Let's Play</i>	p.67
Figure 40: Tableau présentant différentes informations autour du webtoon en 2019.....	p.68
Figure 41: <i>One Piece</i> , tome 1, nouvelle édition française (couverture).....	p.69
Figure 42: <i>Solo Leveling</i> , tome 1 (couverture).....	p.69
Figure 43: <i>Tower of God</i> , tome 1(couverture).....	p.69
Figure 44: <i>True Beauty</i> , tome 1 (couverture).....	p.70
Figure 45: Photo personnelle montrant des pages issues de <i>Your Letter</i> et <i>Totally Captivated</i>	p.71
Figure 46: Disque de phénakistiscope réalisé par Eadweard Muybridge (1893).....	p.73
Figure 47: Extrait d'une BD homothétique sur le site Izneo.....	p.75
Figure 48: Extrait d'un diaporama sur le site Turbo Interactive.....	p.77
Figure 49: Image promotionnelle de <i>Phallaina</i>	p.77
Figure 50: Extrait de <i>Between Us</i>	p.79
Figure 51: Capture d'écran montrant l'écran de lecture sur Delitoon.....	p.80
Figure 52: Sefer Torah exposé à la synagogue de la Glockengasse, Cologne...p.81	
Figure 53: Reproduction d'un rouleau bouddhique coréen.....	p.82
Figure 54: Capture d'écran montrant l'encart de titre de l'épisode 41 de <i>The God of High School</i>	p.83
Figure 55: Alphabet syllabique des hiragana.....	p.85
Figure 56: Alphabet syllabique des katakana.....	p.85
Figure 57: Exemple de sinogrammes en chinois traditionnel et chinois simplifié.....	p.85
Figure 58: Alphabet Hangeul.....	p.86
Figure 59: Page issue du tome 1 de <i>Baptist</i>	p.87
Figure 60: Extrait de <i>Between Us</i>	p.88
Figure 61: Capture d'écran de <i>Sweet Home</i>	p.91

Figure 62: Notebook officiel du webtoon BL <i>BJ Alex</i>	p.92
Figure 63: Schéma montrant le processus de développement de la mondialisation	p.94
Figure 64: Affiche promotionnelle du drama télé <i>Cheese in the Trap</i>	p.97
Figure 65: <i>Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim ?</i> , tome 1 (couverture)	p.98
Figure 66: <i>Boys will be boys</i> , épisode 1.....	p.104
Figure 67: Couverture de <i>BJ Alex</i>	p.108
Figure 68: Couverture de <i>Yours to Claim</i>	p.108
Figure 69: Couverture de <i>The Journal of Hiroki. Le Rêve d'Hiroki</i>	p.109
Figure 70: Capture d'écran de <i>Eyes on Me</i>	p.112
Figure 71: Capture d'écran de la catégorie romance sur Delitoon.....	p.115
Figure 72: Extrait de <i>Between Us</i>	p.116
Figure 73: Capture d'écran des best-seller de la plateforme Le Bontoon.....	p.117
Figure 74: Capture d'écran de la page d'accueil de Verytoon.....	p.119
Figure 75: Case provenant de <i>Solo Leveling</i>	p.120
Figure 76: Capture d'écran de la page d'accueil de Bonsaï édition.....	p.121
Figure 77: Case montrant le héros de <i>Dreamwalker</i>	p.122
Figure 78: <i>Boys will be boys</i> , épisode 1.....	p.122
Figure 79: Cases provenant de Family Rush.....	p.123
Figure 80: Capture d'écran de la page d'accueil de Webtoon Factory.....	p.124
Figure 81: Case montrant Artème de <i>Soma</i>	p.125
Figure 82: Capture d'écran de la page d'accueil de Yurai éditions.....	p.127
Figure 83: Case provenant de <i>Crescendo</i>	p.128
Figure 84: Case provenant d' <i>Héritage : le Destin d'une Sang-Mêlée</i>	p.129
Figure 85: Capture d'écran du site Allskreen.....	p.134
Figure 86: Capture d'écran de l'application Allskreen.....	p.134
Figure 87: Capture d'écran du site Coolmic.....	p.135
Figure 88: Capture d'écran de <i>L'épouse du Titan</i>	p.136
Figure 89: Capture d'écran d' <i>Un prince sur la glace</i>	p.136
Figure 90: Capture d'écran de l'interface de paiement de Coolmic.....	p.137
Figure 91: <i>Let's Play</i> vol. 1 (couverture).....	p.139
Figure 92: <i>Born Sexy Tomorrow</i> vol. 1 (couverture).....	p.140
Figure 93: Exemple de mise en page de la version reliée de <i>Born Sexy Tomorrow</i>	p.140
Figure 94: Couverture de l'épisode 1 de <i>Eyes on Me</i>	p.141
Figure 95: <i>Noblesse</i> , tome 1 (couverture).....	p.142
Figure 96: Photo personnelle des couvertures de <i>Solo Leveling</i> et <i>Your Letter</i>	p.143

Figure 97: Photo personnelle des pages 10 et 11 de <i>Your Letter</i>	p.143
Figure 98: Photo personnelle des pages 14 et 15 de <i>Solo Leveling</i>	p.143
Figure 99: Mise en page de <i>Space Boy</i>	p.144
Figure 100: Enchaînement de cases de <i>Bâtard</i>	p.145
Figure 101: Cases provenant de <i>Killing Stalking</i>	p.146
Figure 102: Photo personnelle des pages 26 et 27 de <i>Tower of God</i>	p.146
Figure 103: <i>TODAG</i> tome 1 (couverture).....	p.147
Figure 104: <i>DICE</i> tome 1 (couverture).....	p.147
Figure 105: Capture d'écran de la page de <i>The God of High School</i>	p.150
Figure 106: Capture d'écran montrant la page d'accueil du site Delcourt.....	p.152
Figure 107: Photo personnelle montrant les couvertures de <i>Solo Leveling</i> et <i>Your Letter</i>	p.153

Table des matières

Sommaire.....	p.4
Avant-Propos.....	p.5
Remerciements.....	p.6
Introduction.....	p.7
PREMIÈRE PARTIE : UNE HISTOIRE DU WEBTOON.....	p.10
I / Définition, contexte et culture.....	p.11
Chapitre 1 - Définition.....	p.11
A - Qu'est-ce que la bande dessinée ?.....	p.11
B - Et la BD numérique ?.....	p.12
C - Les BD nativement numériques.....	p.14
1. <i>Turbomédia.....</i>	<i>p.15</i>
2. <i>Webmanga et webtoon.....</i>	<i>p.16</i>
Chapitre 2 - État des lieux du marché de la BD numérique.....	p.18
A - Le marché du numérique : un secteur encore jeune.....	p.18
B - Le marché du manga et du webtoon : le renouveau du numérique.....	p.19
Chapitre 3 - L'importance de l'aspect culturel asiatique.....	p.23
A - Manga et culture japonaise : la bande dessinée la plus connue.....	p.23
B - Manhwa et culture chinoise : origine des BD asiatiques ?.....	p.26
C - Manhwa et culture coréenne : un mélange de styles.....	p.28
II / Les première plateformes de webtoon.....	p.33
Chapitre 1 - Une histoire des nouvelles technologies en Corée : évolutions amenant à l'apparition du webtoon.....	p.33
A - Du papier au numérique : l'impact des technologies de l'information et de la communication dans l'industrie du manhwa.....	p.33
B - Télécommunication, téléphonie, Internet et réseaux sociaux : quatre piliers de l'histoire du webtoon.....	p.34
1. <i>Télécommunication et téléphonie mobile.....</i>	<i>p.35</i>
2. <i>Internet haut-débit et réseaux sociaux.....</i>	<i>p.36</i>

Chapitre 2 - Blogs de manhwa : un pilier important du webtoon moderne.....	p.39
Chapitre 3 - Les précurseurs.....	p.42
A - Daum Webtoon.....	p.42
B - Naver / Line Webtoon.....	p.44
Chapitre 4 - Développement et professionnalisation.....	p.47
A - Le phénomène <i>Cheese in the Trap</i>.....	p.47
B - La professionnalisation du secteur au cours des années 2010.....	p.49
1. Ministère de la Culture et loi de promotion des BD.....	p.49
2. Professionnalisation du secteur.....	p.51
3. Modélisation économique du webtoon.....	p.56
DEUXIÈME PARTIE : WEBTOON, LES SPÉCIFICITÉS DU FORMAT.....	p.59
I / Caractéristiques du webtoon.....	p.60
Chapitre 1 - Dessiner un webtoon : de multiples influences, de multiples styles, de multiples genres, de multiples couleurs.....	p.60
A - Une influence américaine, une influence globale.....	p.60
B - Différents styles.....	p.61
C - Différents genres.....	p.63
1. Les genres les plus lus.....	p.63
2. Comparaisons avec le manga : genrer les lectures.....	p.67
D - Omniprésence de la couleur.....	p.71
Chapitre 2 - Le scrolling ou la narration verticale / horizontale....	p.73
A - Narration par le mouvement.....	p.73
B - Scrolling ou la lecture du format numérique.....	p.74
C - Scroller dans la BD numérique.....	p.75
D - ... et dans le webtoon.....	p.78
Chapitre 3 - Format, texte et transmédia.....	p.81
A - Format verticale.....	p.81
B - ... et format épisodique.....	p.83
C - Texte et horizontalité.....	p.85

D - Transmédia <i>storytelling</i> ou les médias du webtoon.....	p.89
1. <i>Transmédia.....</i>	<i>p.89</i>
2. <i>Transmédia et webtoon.....</i>	<i>p.90</i>
II / Un format né pour le mondialisation.....	p.93
Chapitre 1 - Vers la mondialisation : la culture <i>Hallyu</i> et les adaptations télévisuelles.....	p.93
A - La mondialisation.....	p.93
B - La mondialisation coréenne : la culture <i>Hallyu</i> et la <i>Korean Wave</i>.....	p.95
C - Adaptations télévisuelles et filmiques : clés de la mondialisation du webtoon.....	p.96
Chapitre 2 - Vers la mondialisation : Webtoon (Naver), Lezhin, Tappytoon, Tapas, Toonmics.....	p.100
A - Line Webtoon à la conquête du monde.....	p.100
1. <i>Line Webtoon et le public international.....</i>	<i>p.100</i>
2. <i>Développement du webtoon à l'étranger : adaptation et traduction.....</i>	<i>p.102</i>
B - Lezhin et le marché du BL.....	p.105
1. <i>Histoire de Lezhin.....</i>	<i>p.105</i>
2. <i>Retour historique et décryptage du boy's love.....</i>	<i>p.107</i>
C - Tappytoon, Tapas et Toomics : le contenu adulte.....	p.110
Chapitre 3 - Quand la francophonie adopte le webtoon : Delitoon, Verytoon, Bonsaï éditions, Webtoon Factory, Yurai éditions.....	p.113
A - Delitoon, leader français du webtoon.....	p.113
1. <i>Histoire d'un succès.....</i>	<i>p.113</i>
2. <i>Les webtoons phares de la plateforme.....</i>	<i>p.115</i>
B - Verytoon, Bonsaï édition : plateformes en devenir.....	p.118
1. <i>Verytoon, succès en devenir ?.....</i>	<i>p.118</i>
2. <i>Bonsaï édition ou le webtoon à petite échelle.....</i>	<i>p.121</i>
C - Le webtoon franco-belge sur Webtoon Factory.....	p.123
D - Yurai éditions et le webtoon francophone.....	p.126
Chapitre 4 - Quand la concurrence s'intéresse au webtoon : Izneo, Allskreen, Coolmic.....	p.130
A - Quand le géant Izneo choisit le webtoon.....	p.130
1. <i>Izneo avant le webtoon.....</i>	<i>p.130</i>
2. <i>Entrée sur le marché du webtoon.....</i>	<i>p.132</i>

B - Allskreen et Coolmic.....	p.134
Chapitre 5 - Du webtoon au format papier.....	p.138
A - Pourquoi imprimer ?.....	p.138
B - Comment financer l'impression ?.....	p.139
C - Webtoons au format papier en France.....	p.142
PROJET ÉDITORIAL : DU WEBTOON AU FORMAT PAPIER.....	p.148
I / Présentation du projet.....	p.149
A - Pourquoi une telle adaptation ?.....	p.149
B - Projet : BD et maison d'édition.....	p.150
1. Titre choisi.....	p.150
2. Maison d'édition.....	p.151
II / Projet.....	p.154
A - Contenu et apparence.....	p.154
B - Fabrication et contrat.....	p.165
C - Planning.....	p.197
III / Diffusion du projet.....	p.198
A - Promotion sur les réseaux sociaux.....	p.198
B - Planning de communication, services de presses et concours.....	p.199
C - Promotion chez les libraires.....	p.207
Conclusion.....	p.208
Bibliographie/Webographie.....	p.210
Table des figures.....	p.226
Table des matières.....	p.230
ANNEXES.....	p.235
Annexe 1 : Promotion of cartoons act.....	p.236
Annexe 2 : Enforcement decree of the Promotion of cartoons act.....	p.241
Annexe 3 : A Study on the Necessity to enact Comics Promotional Law : around of « Culture Industry Promotion Basic Law », « Publication Promotion Law » ans « Legal Deposit ».....	p.248

Annexe 4 : Exemples de prix de <i>bundles</i>	p.259
Annexe 5 : Exemples de prix d'abonnements.....	p.261
Annexe 6 : Questionnaires.....	p.262
<i>Questionnaire pour interroger les professionnels vendant du webtoon au format papier</i>	p.262
<i>Questionnaire pour interroger les professionnels diffusant du webtoon</i>	p.263
<i>Enquête autour du projet étudiant d'un webtoon papier</i>	p.264
Annexe 7 : Réponses aux questionnaires.....	p.273
<i>Réponse des édition Nazca</i>	p.273
<i>Réponse de Yuraï éditions</i>	p.274
<i>Réponses à l'enquête menée pour le projet</i>	p.278
Annexe 8 : Demandes de droits de reproduction.....	p.298
Annexe 9 : Bases pour le projet éditorial.....	p.308

ANNEXES

Annexe 1 : Promotion of cartoons act

[Enforcement Date 18. Aug, 2012.] [Act No.11311, 17. Feb, 2012., New Enactment]

Ministry of Culture, Sports and Tourism (Popular Culture Industry Division) , 044-203-2463

CHAPTER I GENERAL PROVISIONS

Article 1 (Purpose)

The purpose of this Act is to invigorate the creation of cartoons, promote the development of the cartoon industry, and contribute to the improvement of citizens' cultural lifestyle and the development of the national economy by providing for matters necessary to promote the creation of cartoons and the cartoon industry.

Article 2 (Definitions)

The terms used in this Act shall be defined as follows:

1. The term "cartoon" means a work depicting real things or the world of imagination in one, or two or more compartmentalized frames with pictures or with pictures and text and drawn on paper or any other tangible medium or recorded on a disc or any other digital medium;
2. The term "Korean cartoon" means a cartoon created by a citizen of the Republic of Korea and produced by a cartoon entity (including a corporation) who has his/her principal place of business in the Republic of Korea or a cartoon recognized as a Korean cartoon pursuant to Article 13;
3. The term "jointly-produced cartoon" means a cartoon recognized as jointly created or produced, as prescribed by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, among cartoons jointly created or produced by a cartoonist who is a citizen of the Republic of Korea or a cartoon entity who has his/her principal place of business in the Republic of Korea and a foreigner or cartoon entity who has his/her principal place of business outside of the Republic of Korea;
4. The term "printed cartoon" means a cartoon published in the form of printed media;
5. The term "digital cartoon" means a cartoon processed and compiled in the form of a digital file and provided to users by disc or any other digital medium or through an information communications network as defined in Article 2 (1) 1 of the Act on Promotion of Information and Communications Network Utilization and Information Protection, etc.;
6. The term "cartoon industry" means the industry relating to the creation, production, distribution, rental, sale, utilization, export, import, etc. of cartoons and cartoon products (referring to tangible and intangible goods, services, and combinations of both that create added economic value by using cartoons; the same shall apply hereinafter);

7. The term "cartoon entity" means a person engaged in any of the following business for profit:
- (a) Cartoon publisher: A person engaged in business of publishing cartoons;
 - (b) Cartoon exporter or importer: A person engaged in business of exporting or importing cartoons;
 - (c) Cartoon distributor: A person engaged in business of distributing cartoons;
 - (d) Cartoon seller: A person engaged in business of selling cartoons;
 - (e) Digital cartoon producer: A person engaged in business of producing digital cartoons;
 - (f) Digital cartoon transmitter: A person engaged in business of transmitting digital cartoons.

Article 3 (Formulation of Master Plans)

(1) In order to efficiently achieve the purpose of this Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism shall formulate a master plan for nurturing and supporting the creation of cartoons and the cartoon industry (hereinafter referred to) to as "master plan").

(2) A master plan shall include the following matters:

1. Basic direction-setting for the promotion of Korean cartoons;
2. Improvement of Acts, subordinate statutes, and systems relating to cartoons;
3. A scheme for protecting intellectual property rights to cartoons;
4. A scheme for invigorating the creation of cartoons;
5. Training of professional human resources for cartoons and the cartoon industry;
6. Creation of infrastructure for the cartoon industry;
7. Development and diffusion of technology and standards for the cartoon industry and digital cartoons;
8. International cooperation and entry into overseas markets;
9. Schemes for securing and efficiently managing funds for cartoons and the cartoon industry;
10. Other matters necessary to promote the creation of cartoons and the cartoon industry.

(3) Matters necessary for the procedure for formulating master plans shall be prescribed by Presidential Decree.

CHAPTER II CREATION OF CARTOONS AND PROMOTION OF CARTOON INDUSTRY

Article 4 (Invigoration of Creation of Cartoons and Cartoon Industry)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall explore measures to protect and nurture cartoons and the cartoon industry.

(2) The Minister of Culture, Sports and Tourism may provide subsidies or loans to cartoonists, cartoon entities, and related organizations that contribute to the invigoration of creation of cartoons and the cartoon industry.

(3) Matters necessary for the procedure for and methods of providing subsidies or loans under paragraph (2) shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 5 (Training of Cartoonists and Professional Human Resources)

(1) In order to train cartoonists and professional human resources for the cartoon industry, the Minister of Culture, Sports and Tourism shall formulate and implement a plan for the following matters:

1. Analysis on supply of and demand for cartoonists and professional human resources for the cartoon industry and the development of human resources;
2. Enhancement of cooperation among academic circles, industrial entities, and public institutions for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry.

(2) In order to train cartoonists and professional human resources for the cartoon industry, the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government may designate universities, research institutes, and other specialized institutions as institutions for training professional human resources , and may fully or partially subsidize them in relation to expenses incurred in education and training, as prescribed by Presidential Decree.

Article 6 (Facilitation of Development of Technology)

In order to facilitate the development of technology relating to digital cartoons and the cartoon industry, the Minister of Culture, Sports and Tourism may make a contribution or grant a subsidy to a person who performs a project to develop technology for all or some of funds required for such a project.

Article 7 (Collaborative Development and Research)

(1) In order to develop and research cartoons or cartoon products, the Minister of Culture, Sports and Tourism shall endeavor to establish an institutional basis for facilitating collaborative development and research by sharing human resources, facilities, equipment, materials, funds, and information.

(2) The Minister of Culture, Sports and Tourism may fully or partially subsidize a person who implements collaborative development and research pursuant tot to paragraph (1) in relation to expenses incurred in collaborative development and research.

Article 8 (Vitalization, etc. of Distribution) (1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall endeavor to vitalize the distribution of cartoons and cartoon products and to promote the informatization of distribution in order to promote the cartoon industry.

(2) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall endeavor to prevent illegal reproduction and distribution of cartoons and cartoon products, to provide related education, and to protect intellectual property rights, and may provide assistance necessary for such activities.

Article 9 (Establishment of Order in Distribution)

(1) No cartoon entity shall unilaterally demand a cartoonist or another cartoon entity without reasonable grounds, taking advantage of his/her position, to transfer an intellectual property right, compel a cartoonist or another cartoon entity to sign an unfair contract, or make unjust enrichment.

(2) If the Minister of Culture, Sports and Tourism finds that a cartoon entity violates paragraph (1), he/she may request the head of the competent agency to take necessary measures therefor.

(3) The Minister of Culture, Sports and Tourism may prepare standard terms and conditions, consulting with the Fair Trade Commission, as provided in Article 19-2 of the Regulation of Standardized Contracts Act, and may recommend cartoon entities and associations of cartoon entities to use the standard terms and conditions.

(4) When the Minister of Culture, Sports and Tourism intends to establish or amend the standard terms and conditions under paragraph (3), he/she shall hear opinions thereon from relevant associations of cartoon entities and experts.

Article 10 (Protection of Intellectual Property Rights)

(1) In order to protect and nurture cartoonists' creative activities and the cartoon industry, the Government shall explore measures to protect intellectual property rights to cartoons.

(2) In order to protect intellectual property rights to cartoons, the Government may implement the following projects:

1. Countermeasures against violations of intellectual property rights through Internet or by electronic technology;
2. Education and publicity about copyrights and intellectual property rights to cartoons;
3. Other matters relating to the protection of copyrights.

(3) The Government may designate an institution or organization specializing in intellectual property rights, and may authorize it to perform a project specified in any subparagraph of paragraph (2), as prescribed by Presidential Decree.

Article 11 (Assistance in International Cooperation and Entry into Overseas Markets)

(1) In order to enhance the competitiveness of cartoons and cartoon products for export and entry into overseas markets, the Minister of Culture, Sports and Tourism may conduct the following activities:

1. Holding international exhibitions, etc.;
2. Marketing and advertising activities in overseas markets;
3. Inviting foreign investments;
4. Assistance in localization of cartoons in overseas markets;
5. Assistance in joint production of cartoons in overseas markets;
6. Other activities required for international cooperation and entry into overseas markets.

(2) In order to efficiently conduct any of the activities specified in paragraph (1), the Minister of Culture, Sports and Tourism may entrust an institution or organization with such activities or authorize an institution or organization to perform such activities on his/her behalf, as prescribed by Presidential Decree, and may fully or partially subsidize such institution or organization in relation to expenses incurred therein.

Article 12 (Protection of Rights and Interests of Users)

In promoting the cartoon industry, the Minister of Culture, Sports and Tourism shall take the following measures to protect users' rights and interests:

1. Education and publicity for effective use of exemplary cartoons and cartoon products;
2. Remedial measures for complaints of and losses by users of cartoons and cartoon products;
3. Other measures to protect users of cartoons and cartoon products.

Article 13 (Recognition of Jointly-Produced Cartoons as Korean Cartoons)

(1) A jointly-produced cartoon may be recognized as a Korean cartoon, if elements of human resources participating in, or materials utilized for, creating or producing the cartoon meet the standards for recognition of Korean cartoons.

(2) Matters necessary for the standards and procedure for and method of the recognition of Korean cartoons under paragraph (1) shall be prescribed by Presidential Decree.

CHAPTER III SUPPLEMENTARY PROVISIONS

Article 14 (Delegation of Authority)

The Minister of Culture, Sports and Tourism may partially delegate his/her authority under this Act to the Special Metropolitan City Mayor or a Metropolitan City Mayor, Special Self-Governing City Mayor, Do Governor, or the Governor of a Special Self-Governing Province or the head of a Si/Gun/Gu, as prescribed by Presidential Decree.

Annexe 2 : Enforcement decree of the Promotion of cartoons act

*[Enforcement Date 18. Aug, 2012.] [Presidential Decree No.24038, 13. Aug, 2012., New Enactment]
Ministry of Culture, Sports and Tourism (Popular Culture Industry Division) , 044-203-2463*

Article 1 (Purpose)

The purpose of this Decree is to prescribe the matters delegated by the Promotion of Cartoons Act and other matters necessary for enforcement thereof.

Article 2 (Procedures, etc. for Formulation of Master Plans)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall formulate a master plan every five years for nurturing and supporting the creation of cartoons and the cartoon industry (hereinafter referred to as “master plan”) under Article 3 (1) of the Promotion of Cartoons Act (hereinafter referred to as the “Act”).

(2) When formulating a master plan under paragraph (1), the Minister of Culture, Sports and Tourism may request necessary cooperation, such as the provision of materials, to institutions and organizations associated with the matters provided in Article 3 (2) of the Act.

(3) The Minister of Culture, Sports and Tourism may establish a Cartoon Policy Advisory Group, comprised of not more than 15 members, including cartoonists and cartoon-related experts, to provide advice and suggestions regarding expert and technical subject matters in formulating a master plan.

(4) Upon formulation of a master plan, the Minister of Culture, Sports and Tourism shall give notice thereof to the heads of relevant administrative agencies and the Special Metropolitan City Mayor, Metropolitan City Mayors, Special Self-Governing City Mayor, Do Governors and Special Self-Governing Province Governor.

Article 3 (Invigoration of Cartoon Creation and Support for Cartoon Industry)

Pursuant to Article 4 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism may provide subsidies or loans, within the budget, for the work provided in each of the following subparagraphs:

1. Supporting and nurturing the creation of cartoons;
2. Nurturing enterprises (including self-employed creative enterprises under Article 2 of the Act on the Fostering of Self-Employed Creative Enterprises) in the cartoon industry;
3. Surveying the environment for creation of cartoons and the present state of the cartoon industry;
4. Producing and publishing cartoons;

5. Other work necessary for invigorating the creation of cartoons and for protecting and nurturing the cartoon industry.

Article 4 (Designation, etc. of Institutions for Training Cartoonists and Professional Human Resources for Cartoon Industry)

(1) Pursuant to Article 5 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government may designate as an institution for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry (hereinafter referred to as “training institution”), an institution that falls under any of the following subparagraphs:

1. A facility or organization that has a cartoon-related curriculum among the culture and arts education facilities and the culture and arts education organizations under subparagraphs 3 and 4 of Article 2 of the Culture and Arts Education Support Act;
2. A school under Article 2 of the Higher Education Act, that has a cartoon-related curriculum among the schools;
3. A nonprofit corporation that is established to primarily engage in promoting cartoons under Article 32 of the Civil Act;
4. The Korea Creative Content Agency under Article 31 of the Framework Act on the Promotion of Cultural Industries (hereinafter referred to as the “Korea Creative Content Agency”);
5. A workplace skill development training establishment under subparagraph 3 of Article 2 of the Act on the Development of Workplace Skills of Workers.

(2) Any person who intends to be designated as a training institution under paragraph (1) shall submit to the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government an application for designation determined by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, along with a document stating each of the following:

1. The record of, and a plan for, training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry;
2. Compilation of curriculums (including In-service training programs);
3. Instructors and other teaching staff;
4. Facilities and equipment necessary for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry;
5. A plan for raising operating funds.

(3) Pursuant to Article 5 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government may fully or partially reimburse training institutions for any of the following expenses within the budget:

1. Remuneration and allowances for instructors;
2. Expenses for teaching materials and expenses for training instruments and materials;
3. In-service training expenses;
4. Other necessary expenses for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry.

(4) Other than details provided in paragraphs (1) through (3), further those necessary for the criteria, procedures, etc. for designation of training institutions shall be determined and published by the Minister of Culture, Sports and Tourism or a head of local government.

Article 5 (Designation of Institutions, etc. in Charge of Protecting Intellectual Property Rights)

Pursuant to Article 10 (3) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism may designate any of the following institutions or organizations as one that carries out the project described in each of the subparagraphs of paragraph (2) of the same Article :

1. The Korea Copyright Commission under Article 112 of the Copyright Act;
2. The Korea Creative Content Agency;
3. A nonprofit corporation that is established to primarily engage in promoting cartoons under Article 32 of the Civil Act.

Article 6 (Assistance in International Cooperation and Entry into Overseas Markets)

Pursuant to Article 11 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism may entrust an institution or organization that falls under any of the following subparagraphs with the activities described in each of the subparagraphs of paragraph (1) of the same Article or authorize such an institution or organization to perform those activities on his/her behalf, while fully or partially reimbursing such institution or organization for the expenses necessary therefor within the budget:

1. The Korea Creative Content Agency;
2. A nonprofit corporation that is established to primarily engage in promoting cartoons under Article 32 of the Civil Act, performing the work related to entry into overseas markets for cartoons.

Article 7 (Standards, etc. for Recognition of Jointly-Produced Cartoons as Korean Cartoons) (1)

The standards for recognition of Korean cartoons under Article 13 (1) of the Act means satisfaction of any of the following subparagraphs:

1. Where at least 30/100 of the main production personnel, including a cartoonist, a story writer and staff, are nationals of the Republic of Korea;

2. Where at least 30/100 of the facilities, equipment, etc. utilized in producing a cartoon are manufactured in the Republic of Korea;
3. Where deemed that the theme or contents of a cartoon substantively represent the artistic value of the Republic of Korea.
 - (2) Any person who intends to obtain recognition of a jointly-produced cartoon as a Korean cartoon shall file an application for recognition determined by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, with the Korea Creative Content Agency, with a document which evidences that it complies with the standards under paragraph (1).
 - (3) Other than those matters provided for in paragraphs (1) and (2), matters necessary for detailed standards, procedures, etc. for the recognition of Korean cartoons shall be determined by the Korea Creative Content Agency.

***[Enforcement Date 23. Sep, 2016.] [Presidential Decree No.27503, 21. Sep, 2016., Amendment by Other Act]
Ministry of Culture, Sports and Tourism (Popular Culture Industry Division) , 044-203-2463***

Article 1 (Purpose)

The purpose of this Decree is to prescribe the matters delegated by the Promotion of Cartoons Act and other matters necessary for enforcement thereof.

Article 2 (Procedures, etc. for Formulation of Master Plans)

- (1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall formulate a master plan every five years for nurturing and supporting the creation of cartoons and the cartoon industry (hereinafter referred to as “master plan”) under Article 3 (1) of the Promotion of Cartoons Act (hereinafter referred to as the “Act”).
- (2) When formulating a master plan under paragraph (1), the Minister of Culture, Sports and Tourism may request necessary cooperation, such as the provision of materials, to institutions and organizations associated with the matters provided in Article 3 (2) of the Act.
- (3) The Minister of Culture, Sports and Tourism may establish a Cartoon Policy Advisory Group, comprised of not more than 15 members, including cartoonists and cartoon-related experts, to provide advice and suggestions regarding expert and technical subject matters in formulating a master plan.
- (4) Upon formulation of a master plan, the Minister of Culture, Sports and Tourism shall give notice thereof to the heads of relevant administrative agencies and the Special Metropolitan City Mayor,

Metropolitan City Mayors, Special Self-Governing City Mayor, Do Governors and Special Self-Governing Province Governor.

Article 3 (Invigoration of Cartoon Creation and Support for Cartoon Industry)

Pursuant to Article 4 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism may provide subsidies or loans, within the budget, for the work provided in each of the following subparagraphs:

1. Supporting and nurturing the creation of cartoons;
2. Nurturing enterprises (including self-employed creative enterprises under Article 2 of the Act on the Fostering of Self-Employed Creative Enterprises) in the cartoon industry;
3. Surveying the environment for creation of cartoons and the present state of the cartoon industry;
4. Producing and publishing cartoons;
5. Other work necessary for invigorating the creation of cartoons and for protecting and nurturing the cartoon industry.

Article 4 (Designation, etc. of Institutions for Training Cartoonists and Professional Human Resources for Cartoon Industry)

(1) Pursuant to Article 5 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government may designate as an institution for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry (hereinafter referred to as “training institution”), an institution that falls under any of the following subparagraphs:

1. A facility or organization that has a cartoon-related curriculum among the culture and arts education facilities and the culture and arts education organizations under subparagraphs 3 and 4 of Article 2 of the Culture and Arts Education Support Act;
2. A school under Article 2 of the Higher Education Act, that has a cartoon-related curriculum among the schools;
3. A nonprofit corporation that is established to primarily engage in promoting cartoons under Article 32 of the Civil Act;
4. The Korea Creative Content Agency under Article 31 of the Framework Act on the Promotion of Cultural Industries (hereinafter referred to as the “Korea Creative Content Agency”);
5. A workplace skill development training establishment under subparagraph 3 of Article 2 of the Act on the Development of Workplace Skills of Workers.

(2) Any person who intends to be designated as a training institution under paragraph (1) shall submit to the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government an application for

designation determined by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, along with a document stating each of the following:

1. The record of, and a plan for, training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry;
2. Compilation of curriculums (including In-service training programs);
3. Instructors and other teaching staff;
4. Facilities and equipment necessary for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry;
5. A plan for raising operating funds.

(3) Pursuant to Article 5 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism or the head of a local government may fully or partially reimburse training institutions for any of the following expenses within the budget:

1. Remuneration and allowances for instructors;
2. Expenses for teaching materials and expenses for training instruments and materials;
3. In-service training expenses;
4. Other necessary expenses for training cartoonists and professional human resources for the cartoon industry.

(4) Other than details provided in paragraphs (1) through (3), further those necessary for the criteria, procedures, etc. for designation of training institutions shall be determined and published by the Minister of Culture, Sports and Tourism or a head of local government.

Article 5 (Designation of Institutions, etc. in Charge of Protecting Intellectual Property Rights)

Pursuant to Article 10 (3) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism may designate any of the following institutions or organizations as one that carries out the project described in each of the subparagraphs of paragraph (2) of the same Article : <Amended by Presidential Decree No. 27503, Sep. 21, 2016>

1. The Korea Copyright Commission under Article 112 of the Copyright Act or The Korea Copyright Protection Agency under Article 122-2 of the same Act;
2. The Korea Creative Content Agency;
3. A nonprofit corporation that is established to primarily engage in promoting cartoons under Article 32 of the Civil Act.

Article 6 (Assistance in International Cooperation and Entry into Overseas Markets)

Pursuant to Article 11 (2) of the Act, the Minister of Culture, Sports and Tourism may entrust an institution or organization that falls under any of the following subparagraphs with the activities described in each of the subparagraphs of paragraph (1) of the same Article or authorize such an institution or organization to perform those activities on his/her behalf, while fully or partially reimbursing such institution or organization for the expenses necessary therefor within the budget:

1. The Korea Creative Content Agency;
2. A nonprofit corporation that is established to primarily engage in promoting cartoons under Article 32 of the Civil Act, performing the work related to entry into overseas markets for cartoons.

Article 7 (Standards, etc. for Recognition of Jointly-Produced Cartoons as Korean Cartoons)

(1) The standards for recognition of Korean cartoons under Article 13 (1) of the Act means satisfaction of any of the following subparagraphs:

1. Where at least 30/100 of the main production personnel, including a cartoonist, a story writer and staff, are nationals of the Republic of Korea;
2. Where at least 30/100 of the facilities, equipment, etc. utilized in producing a cartoon are manufactured in the Republic of Korea;
3. Where deemed that the theme or contents of a cartoon substantively represent the artistic value of the Republic of Korea.

(2) Any person who intends to obtain recognition of a jointly-produced cartoon as a Korean cartoon shall file an application for recognition determined by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, with the Korea Creative Content Agency, with a document which evidences that it complies with the standards under paragraph (1).

(3) Other than those matters provided for in paragraphs (1) and (2), matters necessary for detailed standards, procedures, etc. for the recognition of Korean cartoons shall be determined by the Korea Creative Content Agency.

Annexe 3 : A Study on the Necessity to enact Comics Promotional Law : around of « Culture Industry Promotion Basic Law », « Publication Promotion Law » and « Legal Deposit »

만화진흥법 제정의 필요성

:문화산업진흥기본법, 출판문화진흥법과 납본제를 중심으로

한상정

초 록

만화 탄생 100주년을 맞이하여, 다양한 의미 있는 작업들이 진행되고 있다. 그러나, ‘과거’가 아니라 ‘현재’ 급박하게 필요한 부분들에 대해서는 놓치고 지나가고 있다는 우려가 든다. 특히, 급변하는 미디어 환경에서 만화문화를 유지, 확대하고 만화산업의 건강한 생태계를 형성하기 위해서, 법·제도적인 측면에 집중하는 것은 상당히 시급하다. 이러한 전제하에서 본 논문은 현행 법제들, 특히 문화산업진흥기본법, 출판문화산업진흥법, 납본제 관련법들을 아우르면서 이 법제들이 만화산업의 실질적인 진흥을 이루기에는 많은 한계점이 있다는 점을 제시할 것이다. 그리고 그 가장 적절한 대안으로서, ‘만화진흥법’ 제정을 주장할 것이다.

주제어 : 문화산업진흥기본법, 출판문화진흥법, 납본제, 만화진흥법

1. 서론

만화계에서는 관계 이도영의 카툰(1909)을 시작으로 올해를 한국만화 탄생 100주년으로 다루고 있다. 이를 기념하기 위해 ‘만화백주년 준비위원회’를 결성하고 문화체육관광부로부터 예산을 지원받아 만화백주년 기념전시, 연구사업 및 행사를 진행하고 있다. 전시가 대중과의 만남, 만화를 새롭게 경험하게 한다는 의미가 있다면, 연구란 만화가 학적 연구의 대상으로서 그 역사적, 학술적 근거를 축적한다는 의미에서 필수적인 영역이다.

그러나, 바로 ‘여기, 지금’에서 만화생태계 전반을 살펴보고 미래지향적인 안목으로 현재의 문제점들을 고치자는 움직임 또한, 훌륭한 ‘100년의 결산이자 100년 미래의 준비’로서의 기념이 아닐까. 그런 의미에서 몇 가지 긴급한 문제들을 점검해보자.

100년간의 만화자료의 수집, 보관이 부실하다는 불평은 모든 연구자들의 이구동성이다. 그러나, 과거의 산물만이 아니라 동시대의 다양한 만화생산물들도 빠른 속도로 사라지고 있다. 5년전 출간된 만화잡지를 어디서 찾을 수 있는가? 한 국가의 문화적 산물로서의 출판물, 디지털 저작물의 납본제는 많은 문화적 선진국에서 시행되고 있으며 우리

나라도 예외는 아니다. 그러나 만화는 어떠한가? 어디선가 체계적으로 수집, 보관, 활용하고 있는가?

지금까지도 그러했지만, 놀라운 속도로 진화하는 미디어 융합 환경에서 만화창작자의 권리를 보호할 법적·제도적 장치는 여전히 허약하기만 하다. 최근에 벌어진 포털 네이버의 오픈마켓 진출방식이 그 대표적인 케이스이다. 이 회사는 자사와 계약한 웹툰 작가들의 작품을 무료 다운로드, 30일 저장(실은 '소장')이라는 형태로 애플앱스토어라는 글로벌 마켓을 선점하려 했다. 물론 새로운 플랫폼에 만화를 또다시 무료로 뿌렸다는 사실에 만화계가 신속하고 강도 높게 비판을 모아내면서 막아내긴 했다. 하지만 그 과정에서 현행 법제도로는 '도덕적인 문계이외에 법적으로 어떠한 문제도 없다'는 제2, 제3의 네이버의 등장을 침묵시킬 수 없을 뿐만 아니라, 더 가속화될 미디어융합, 그들 통한 새 플랫폼, 새 미디어의 등장에 속수무책으로 당할 수밖에 없다는 점이 작나라하게 드러났다.

사실상, 미디어환경만이 아니라 제도적 환경도 급변하고 있다. '한국문화콘텐츠진흥원'에서 '한국콘텐츠진흥원'으로의 흡수통합이 일어났고, 출판계의 '출판진흥기구 설립'이 현실화되고 있다. 출판문화진흥법에 만화가 포함되어있는 상황에서 진흥기구마저 설립된다면, 어느 기관에서 만화진흥정책을 책임지고 입안해야 할 것인가? 이러한 문제들은 만화계가 무관하게 밑실에서 결정될 상황이 아니다. 만화 창작자들과 연구자들이 적극적으로 이러한 환경들에 대처하지 않으면, 그 패해는 고스란히 만화생태계의 부실화를 가속화할 것이다.

따라서 만화문화를 보존, 확장하고 만화 생태계

를 건강하게 만들며 매체환경, 제도적 환경변화에 민감하게 대응하기 위해서는, 이들 모두를 포괄할 수 있는 법적·제도적 장치들을 일일이 점검해 보아야 한다. 이를 위해서 모든 문화산업 관련법, 도서관법, 청소년보호법, 저작권법 등을 다루어야겠지만, 지면의 한계상 이들은 차후의 연구주제로 남겨둘 수밖에 없다. 본 논문에서는 문화산업진흥기본법, 출판문화진흥법, 납본제만을 중심으로 다루려고 한다.

II. 『문화산업진흥기본법』의 변화 : 1999년 제정에서 현재까지

기존의 문화, 특히 대중문화 관련 정책은 '진흥'보다는 '규제'가 중심이었다. 이는 반공, 반북이라는 이데올로기를 기본으로 지니고 있던, 군사정권 및 독재가 만들어낸 결과이다. 이러한 패러다임이 변하기 시작한 것은, 1990년대 초 문민정부가 등장하면서이다. 1993년 문화체육부는 '문화 창달 5개년 계획'을 수립하며 문화산업을 중요한 정책목표 중의 하나로 부각시켰고, 다음해에 문화산업정책국을 설치하면서 문화산업 관련 법체계를 정비하기 시작했다. 그러나 실질적인 정책지원의 출발은 1998년 김대중 대통령이 취임하면서 문화산업을 21세기 기간산업으로 제시했을 때라고 볼 수 있다. 따라서, 1999년 2월 8일에 제정된 『문화산업진흥

1) 김창수, 『문화공공성 개념에 입각한 정전별 문화산업 비교 연구 : 영화와 문화콘텐츠 중심으로』, 한양대 박사학위논문, 2009 참조.

2) 이연경 연구책임 외, 『문화산업정책 10년, 평가와 전망』, 한국문화관광정책연구원, 2005, pp.ii-iv.

기본법(이하 문산법)』이야말로 그 효시이다.

그러나, 문산법도 만화를 구체적으로 다루지는 않았다. 광범위한 이야기산업의 1차 소스로서의 충분한 매력을 지니고 있음에도 불구하고 여전히 만화는 음지에 남아있다. 실지로 '만화'라는 단어가 구체적으로 등장하는 곳은, 여러 번 개정을 거친 후에 등장한 『문산법』의 2006년 4월 28일 일부 개정본이다. 하나씩 살펴보자.

1. 「문화산업진흥기본법」 제정에서 2006년 4월 28일 개정 이전까지

1999년 2월 8일에 제정된 『문산법』의 1조와 2조를 보면 '문화산업'에 대한 지형도만이 아니라, 각 표현양식에 대한 사회적 인식의 선호도가 잘 드러난다.

제1장

제1조 (목적) 이 법은 문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

- 1. 문화산업이라 함은 문화상품의 생산·유통·소비와 관련된 산업으로서 다음 각목의 1에 해당하는 것을 말한다.
- 가. 영화진흥법의 규정에 의한 영화와 관련된 산업
- 나. 음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률의 규정에 의한 음반, 비디오물, 게임물과 관련된 산업
- 다. 출판사 및 인쇄소의 등록에 관한 법률과 정기 간행물의 등록 등에 관한 법률의 규정에 의한 출판·인쇄물·정기간행물과 관련된 산업
- 라. 방송법의 규정에 의한 방송프로그램과 관련된 산업
- 마. 송출유선방송법의 규정에 의한 방송프로그램과 관련된 산업
- 바. 문화재보호법의 규정에 의한 문화재와 관련된 산업
- 사. 예술성·창의성·오락성·여가성·다중성(이하 "문화적 요소"라 한다)이 체화되어 경제적 부가 가치를 창출하는 캐릭터,

애니메이션, 디자인(산업디자인을 제외한다), 광고, 공연, 미술품, 전통공예품과 관련된 산업
아. 영상소프트웨어중 양방향성 멀티미디어 기술을 이용한 멀티미디어 콘텐츠와 관련된 산업(정보통신 관련 기술지원은 제외한다)
자. 기타 전통의상·식품등 대통령령으로 정하는 산업³⁾

제2조의 정의에 따르면 각목의 1에 해당되어야 문화산업인데, '만화'는 등장하지 않고 캐릭터와 애니메이션, 디자인 등만 명기되어 있다. 만화라는 표현양식이 캐릭터나 애니메이션과 다르고, 또한 문학이나 미술과도 같은 범주에 들 수 없음에도 불구하고 투명인간처럼 그려지는 경우가 대부분이다⁴⁾.

이러한 현상은, 가목에서 바목까지 차지하고 있는 대부분의 문화산업 영역과 대조적이다. 이들은 「문산법」이 제정되기 이전에 이미 자신만의 고유한 법을 지니고 있었다. 영화야말로 모든 문화산업 분야 중 가장 먼저 자신의 법을 지닌 부문이다. 1962년 「영화법」이 제정된 이후 변화를 겪어오다가 1995년 한미통상협정에 의해 영화시장개방을 앞두고 영화계의 적극적인 의지로 「영화진흥법⁵⁾」이 제정되었고, 그 28조가 스크린쿼터제였다. 2006년 4월 28일에 원래 나목에 포함되었던 비디오물을 함께 포함하여 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률(이하 '영비법」)을 제정하다보니, 원래의 「영화진흥법」 및 「음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률」은 폐지되고, 대신 「음악산업진흥에 관한 법률」과 「게임산업진흥에 대한 법률」이 제정되었다. 이 법들이 제정되다보니, 「문

3) 1999년 「문화산업진흥기본법」 제정법, 국가법령정보센터 참조. <http://www.law.go.kr> 본 논문에 게재된 모든 법제는 이곳을 참조했음.

4) 저작권법에서도 만화는 등장하지 않는다.

5) 김창수, 위 논문 참조.

사, 디지털문화콘텐츠, 사용자·제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업이다. 그 밖에 진흥대상·식품 등 전통문화 지원을 활용하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업⁹⁾

그동안 여러 번 개정되었지만, 바로 그전의 개정안(2005년 7월 21일)에서도 바목은 “바. 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 “문화적 요소”라 한다)이 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 캐릭터·애니메이션·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업”으로, 제정시 사목이 바목이 되었다는 점을 제외하면 변화가 없었다.

이후 계속적으로 만화는 『문산법』 안에 자리를 지키고 있으며, 2009년 2월에 개정되어 8월 22일 시행을 기다리고 있는 『문산법』 개정안에서도 여전히다. 단, 이번 개정안이 만화산업에 영향을 끼칠 수 있는 부분이 있다면, 제31조에서 기존의 콘진 대신 ‘한국콘텐츠진흥원’의 설립이 명시되어 있다는 점이다. 염려스러운 점은, 이 조직이 병합된 조직들 중 예산규모가 컸던 ‘한국방송영상산업진흥원’과 ‘한국게임산업진흥원’의 영향에서 얼마나 자유스러운가 하는 점이다. 다양한 콘텐츠들 중 방송영상물(11,12호)과 게임콘텐츠(13, 14호)에 대해 별도로 제시하고 있는 부분은 이러한 우려를 현실화하고 있다. 콘진내에서도 미약했던 만화에 대한 지원책이, 더 커다란 조직규모에서 얼마만큼이나 안배할 수 있을 것인가라는 점에 대해 우려를 표하지 않을 수 없다.

제31조 (한국콘텐츠진흥원의 설립) ① 정부는 문화산업의 진흥·발전을 효율적으로 지원하기 위하여 한국콘텐츠진흥

9) 2006년 4월 28일 개정된 『문화산업진흥기본법』

원(이하 “진흥원”이라 한다)을 설립한다.

② 진흥원은 법인으로 한다.

③ 진흥원에는 정관으로 정하는 바에 따라 임원과 필요한 직원을 둔다.

④ 진흥원은 다음 각 호의 사업을 한다.

1. 문화산업 진흥을 위한 정책 및 제도의 연구·조사·기획
2. 문화산업 실태조사 및 통계작성
3. 문화산업 관련 전문인력 양성 지원 및 재교육 지원
4. 문화산업 진흥에 필요한 기술개발계획, 개발기술 관리 및 표준화
5. 문화산업발전을 위한 제작·유통활성화
6. 문화산업의 창업, 경영지원 및 해외진출 지원
7. 문화원형, 학술자료, 역사자료 등과 같은 콘텐츠 개발 지원
8. 문화산업활성화를 위한 지원시설의 설치 등 기반조성
9. 공공문화콘텐츠의 보존·유통·이용촉진
10. 국내외 콘텐츠 자료의 수집·보존·활용
11. 방송영상물의 방송매체별 다단계 유통·활용·수출 지원
12. 방송영상 국제공동제작 및 현지어 재제작 지원
13. 게임 역기능 해소 및 건전한 게임문화 조성
14. 이스포츠의 활성화 및 국제교류 증진
15. 콘텐츠 이용자의 권익보호
16. 그 밖에 진흥원의 설립목적에 달성하는 데 필요한 사업¹⁰⁾

III. 출판관련법과 출판진흥기구 설립논의

1. 2002년 『출판 및 인쇄 진흥법』의 제정

2002년 8월 26일 정부는 『출판 및 인쇄 진흥법』을 제정한다. 제2조를 보면, 출판과 인쇄를 정의함에 있어서 종이인쇄나 출판만이 아니라 이미 디지털 형태도 포함한다는 것을 알 수 있다. 게다가

10) 2009년 2월 개정, 8월 22일 시행예정인 『문화산업진흥기본법』.

가 제2장 4조의 진흥정책의 수립, 시행을 보면, 2항 7목에 분명히 '만화산업의 육성, 지원'이라고 표기되어 있다. 달리 말하자면 오프라인 만화전 또는 디지털 만화전 현재의 범으로 포괄하는데 커다란 문제가 없다. 또한 제5장은 '한국간행물윤리위원회(이하 '간윤')의 설치·운영을 16조에서 21조를 통해 천명하고 있다.

제1장 총칙

제1조 (목적) 이 법은 출판·인쇄에 관한 사항 및 출판·인쇄문화산업의 지원·육성과 간행물의 심의 및 견전한 유통질서의 확립에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. "출판"이라 함은 저작물 등을 종이 또는 전자적 매체에 편집, 복제하여 간행물(전자적 매체에 의하여 발행하는 경우에는 전자출판물에 한한다)을 발행하는 행위를 말한다.
2. "인쇄"라 함은 간행물을 발행하기 위하여 인쇄기 또는 컴퓨터 등 전자장치를 이용하여 문자·사진·그림 등의 정보를 종이 또는 전자적 매체(유형물의 매체에 한한다)에 실어 복제·생산하는 것을 말한다.
- (...).

제3조 (적용범위) 이 법은 모든 출판·인쇄 및 간행물에 대하여 적용하되, 다음 각호의 1에 대하여는 이 법을 적용하지 아니한다.

1. 음반·비디오물및게임물에관한법률 제2조제1호 나지 제3호의 규정에 의한 음반·비디오물·게임물
2. 정기간행물의등록등에관한법률 제2조제1호의 규정에 의한 정기간행물. 다만, 이 법에 정기간행물에 관하여 특별한 규정이 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

제2장 출판·인쇄문화산업의 진흥

제4조 (출판·인쇄문화산업진흥시책의 수립·시행) ①문화관광부장관은 출판문화산업과 인쇄문화산업(이하 "출판·인쇄문화산업"이라 한다)의 진흥에 필요한 기본시책(이하 "진흥시책"이라 한다)을 매 3년마다 수립·시행하여야 한다.

②진흥시책에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 전문인력 양성의 지원
2. 양서출판의 장려·지원
3. 국내외 우수저작물의 번역지원
4. 출판·인쇄시설 및 간행물 유통의 현대화 지원
5. 전자출판의 육성·지원
6. 국제교류·협력 및 수출시장확대의 지원
7. 만화산업의 육성·지원

8. 서점·저분업 등의 지원

9. 그 밖에 출판·인쇄문화산업의 지원에 관한 사항

③문화관광부장관은 진흥시책을 수립하고자 할 때에는 미리 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 하며, 출판·인쇄문화산업 관련단체의 의견을 들어야 한다.

④문화관광부장관은 진흥시책의 수립과 집행을 위하여 필요한 때에는 특별시장·광역시장 또는 도지사(이하 "시·도지사"라 한다)에게 필요한 협조를 요청하거나 지원할 수 있다.11)

2. 2007년 『출판문화산업진흥법』의

제정에서 현재까지

『출판 및 인쇄 진흥법』은 2007년 7월 19일, 각 『출판문화산업진흥법(이하 '출판법)』과 『인쇄문화산업진흥법』으로 분리되고, 만화는 전자에 포함된다. 2008년 6월 5일, 『잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률』의 제정과 더불어 출판, 인쇄, 정기간행물이 각기 자신의 개별법을 지니게 되었다.

2009년 3월 25일에 일부 개정되어 9월 26일부터 시행될 『출판법』에도 여전히 '만화산업의 육성, 지원'이 포함되어 있다. 차이가 있다면, 각 부문의 개별법들의 제정 덕분에 제3조의 적용범위에서 제외시키는 대상이 2002년의 제정시에 비해 훨씬 더 커졌다는 점이다. 여전히 만화만, 개별법이 없으므로 전체적으로 포괄되어 있다.

제3조 (적용 범위) 이 법은 모든 출판 및 간행물에 대하여 적용하되, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것에는 적용하지 아니한다.

1. 「음악산업진흥에 관한 법률」 제2조제4호에 따른 음반
2. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제12호에 따른 비디오물

11) 2002년 8월 26일 제정된 『출판 및 인쇄 진흥법』

3. 「거점산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 개념
4. 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 정기간행물. 다만, 이 법에 정기간행물에 대하여 특별한 규정이 있는 경우에는 이 법을 적용한다.¹²⁾

3. 출판계의 '출판진흥기구 설립' 추진 가속화

이렇게 정리해보면, 현재까지 제정된 문화산업 관련 법제에서, 만화는 「문산법」과 「출판법」에 포함되어있다. 그러나 현실적으로 만화계와 출판계는 거리가 있어왔고, 출판법에 의해서라기 보다는 주로 문산법에 의해 문화체육관광부와 편집에서 진흥정책을 만들어왔다. 문제는, 현재 출판계에서 출판진흥기구 설립을 추진하고 있고, 이것이 거의 공인되었다는 점이다. 사실 출판계는 이미 1999년에 공동대책위원회를 구성, '한국출판문화산업진흥원' 설립을 정부에 건의해왔고, 다음해엔 공청회가 열렸으나 당시의 분위기는 그다지 긍정적이지 않았다. 그럼에도 불구하고 출판계의 노력은 계속되어왔다. '대한출판문화협회(이하 '출협')의 이전 집행부는 '출판진흥위원회 설립을 위한 태스크포스(TF)'를 구성해서 지속적으로 활동을 벌였고, 이는 2006년 문화체육관광부가 자체적으로 TF를 구성, 2007년 4월 '출판자식산업 진흥기구 설립 추진'이 포함된 10대 정책과제를 발표하는데 기여했다.

이러한 흐름은 올해 들어 더 추진력있게 진행되고 있다. 2월 19일, 한국문화정책관광연구원이 주관하고 문화체육관광부가 후원하는 <출판진흥기구

설립에 대한 공청회>가 열렸으며, 6월 19일에는 '간행물윤리위원회(이하 '간윤')가 <한국 출판산업, 살리는 길은 무엇인가>라는 세미나를 열었다. 이어서 6월 25일, '출협'은 제주도에서 개최한 제28회 출판경영자세미나에서 '진흥기구 설립'을 주제로 열린 토론회를 벌였다.

대부분의 논의들은 현재의 '간윤'을 기능 전환하여 출판진흥기구로 만들자¹³⁾는데 초점을 맞추고 있다. 그리고 그 근거로서 아래에서 보는 것처럼 '간윤'의 기능이 단지 규제나 심의만이 아니라, 진흥사업(4호 참조)까지 포함하고 있고, 실질적으로 그러한 사업을 진행하고 있기 때문이다.

제18조 (위원회의 기능) 위원회는 다음 각호의 기능을 수행한다.

1. 소실·간화·사진집 및 화보집과 그 밖에 대통령령이 정하는 간행물의 유해성 심의
2. 수입추천을 신청한 외국간행물중 제13조제1항의 규정에 의하여 의뢰받은 외국간행물의 유해성 심의
3. 청소년보호법 제7조제6호의 규정에 의한 정기간행물의 유해성 심의
4. 출판문화 발전을 위한 양서권장·진흥사업 및 조사·연구 사업
5. 다른 법령에서 규정한 사항에

현재까지는 중앙부서와 출판계, 그리고 출판계 내부에서의 시각차로 인해 단일한 결론을 짓지 못하고 있지만 이러한 속도라면 곧 그 결과물을 볼 수 있지 않을까 유추할 수 있다.

출판계의 출판진흥기구 설립은 우리에게 고민거리를 제공한다. 지금까지는 「출판법」에 '만화산업'이 포함되어 있었다 해도, 출판진흥기구가 부재했으므로 이 법은 만화계와 거리가 있었다. 그러

12) 2009년 3월 25일 개정, 9월 26일 시행예정인 「출판문화산업 진흥법」.

13) 이용준, 「한국출판산업, 어떻게 살려야할 것인가? 사업개발 전략방안을 중심으로」, 『2009 출판진흥세미나 : 한국출판산업, 살리는 길은 무엇인가?』, 2009, p.17.

14) 2002년 8월 26일 제정, 「출판 및 인쇄 진흥법」.

나, 출판진흥기구가 설립된다면 만화부문은 개정될 「출판법」에서 삭제되고 「문산법」으로 통합되거나, 또는 「문산법」에서 삭제되고 「출판법」으로 통합될 수 있다. 또는 두 법에 함께 언급되면서, 양측 진흥기구로부터 동시에 정책적 배려를 받거나, 아니면 애매모호한 입장으로 인해 밀쳐지거나 등의 상황을 가정해볼 수 있다.

어떠한 상황이 만들어지더라도, 그것이 만화계에 가장 이상적인 형태라고 보기는 힘들며, 만화에 대한 정책적 배려가 더 커질 것이라고 기대하기는 힘들다. 출판이 만화부문의 특수성과 고유성을 모두 포괄하기는 힘들며, 더 중요한 점은, 이 모든 상황이 만화계에서 논의를 시작하지 않으면 만화계의 의견과는 무관하게 진행될 수 있다는 점이다.

IV. 납본제의 적극적 활용의 필요성

1. 납본제의 의미와 현황

납본이란, '어떤 유형의 문헌을 여러 부수 생산하는 상업조직, 공공단체 또는 개인이 인정된 국가기관에 1부 이상을 제출하도록 규정한 법적 의무'¹⁵⁾를 의미한다. 거의 대부분의 국가가 저작권 관리 및 자국 문화의 관리 및 보존, 그리고 통계의 차원에서 시행하고 있다.

15) 박주원 외, 「간행물 납본제도 개선방안 연구 출판문화산업진흥법 제10조에 따른 간행물 제출관련」, 한국문화관광연구원 정책과제 2008-04, 2008, p. 8.

우리나라에서의 납본제도는 총 10종¹⁶⁾이었으나, 최근 3종이 폐지되고 현재는 7종만 기능하고 있으며, 곧 1종도 폐지될 예정이다. 현재 대한출판문화협회에서 국립중앙도서관, 국회도서관, 문화체육관광부에 제출하는 납본을 대리하고 있다. 한 종만 제외하면, 나머지 6종은 모두 강제성을 지닌다. 납본대상에 따라서 개인 및 사업체를 대상으로 하거나, 또는 공공기관만을 대상으로 하는 것이 있다.

가장 광범위하여 통제자료로 유용한 납본제는, 「도서관법」에 의해 공공기관 및 그 이외의 개인이나 단체들이 발간된 도서나 자료들을 국립중앙도서관에 2부씩 강제로 30일안에 제출하는 제도이다. 「신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률」은 등록 후 처음 발간하는 간행물 2부를 관할관청에 즉시 제출해야 한다. 그리고 「영화제작업자가 60일안에 한국영상자료원에 원판 필름, 디스크 또는 그 복사본과 대본을 제출해야 한다. 공공기관들은, 「국회도서관법」에 의해 그 자료를 10부씩 강제로 30일안에 국회도서관으로 제출해야 하며, 「공공기록물 관리에 대한 법률」에 의거, 중앙기록물관리관에 즉시 3부를, 그리고 「한국교육학술정보원법」은 유일한 임의적 납본제로, 한국교육학술정보원이 필요자료를 공공 기관 등에 요청할 수 있다.

우리의 흥미를 끄는 마지막 납본제는 「출판법」 제10조에 의한 소설, 사진, 만화, 화보집의 제출이다. 2002년 「출판 및 인쇄 진흥법」이 제정될 때부터 존재하다가, 올해 9월 26일부터 시행될 「출판법」에서는 삭제되어 있다.

16) 위 자료, 대한출판문화협회 홈페이지 자료실 참조. <http://www.kpa21.or.kr>

제10조 (간행물의 지출) ①출판자를 경영하는 자는 소설·만화·사진집 및 화보집(이하 이 조에서 "소설등"이라 한다)을 발행한 때에는 발행일부터 15일 이내에 그 간행물 2부를 관할 시장·군수·구청장을 거쳐 문화관광부장관에게 제출하여야 한다. 다만, 전자출판물(디스크 등 유형물의 경우를 제외한다. 이하 같다)의 경우에는 그 전자출판물의 파일 1부를 제출하거나 유형물이 고정시켜 제출하거나 그 밖에 대통령령이 정하는 방법에 의하여 제출하여야 한다.

②문화관광부장관은 제1항의 규정에 의하여 소설 등의 간행물을 제출한 시에 대하여 따로 제출필증을 내주어야 한다. 다만, 제1항 내서의 규정에 의하여 전자출판물을 제출 받은 경우에는 전자문서에 의하여 제출필증을 내줄 수 있다.

③문화관광부장관은 제1항의 규정에 의하여 소설 등의 간행물을 제출한 자에 대하여는 정당한 보상을 하여야 한다.

사실상 소설, 만화, 화보집, 사진집이라는 네 종만 따로 납본하라는 규정은, 이들의 특수한 부정성에 대해 별도로 관리해야 한다는 사후검열이다. 이는 일종의 자기검열강화로 파악할 수 있으며, 만화에 대한 부정적 인식을 잘 보여주는 부분이기도 하다. 인터넷에서 클릭만 하면 순식간에 음란물 사이트로 접속할 수 있는 시대에, 이 네 종에만 사후검열을 하겠다는 것은 그다지 합리적이지 않다. 더군다나 이렇게 납본한 책들을 적절히 관리하는 것도 아니다. 사후검열을 위한 납본제의 삭제는 합당하게 보이지만, 이는 '간음'의 출판진흥기구화를 상징했기에 가능한 일이 아닌가 추측하게 한다.

2. 만화납본제의 필요성

부천만화정보센터에서 발간한 「2009한국만화연감(이하 '연감)」¹⁷⁾은, 대한출판문화협회의 집계

17) 2002년 제정된 「출판 및 인쇄 진흥법」.
18) (재) 부천만화정보센터 발간, 허브출판사, 표 001 귀주, p. 40

를 잘못 인용하고 있다. 2008년 출판에 대해 대한출판문화협회는 전체 출판이 2007년 41,094종에서 43,099종으로 4.9%증가한 반면 만화출판은 2007년 7,290종 대비, 6,541종으로 약 10.3%가 감소했다¹⁹⁾고 언급하고 있다. 그러나 연감은 2008년의 통계가 전체 43,099종 대비 만화종수가 7,290종이라고 2007년의 숫자를 제시하고 있다. 반면, 연감은 개관편에서는 발간된 만화종수가 총 9200종(코믹스 2875종/일반도서 : 일반(313)+학습만화(745)=총 1058종/대본만화 5267종)을, 그리고 통계편에서는 어린이만화, 일일만화를 제외한 장르만화 단행본 발행종수를 3,755종으로 보고 있다. 동일한 서적에서 다른 용어를 사용하면서 어떤 과정을 통해 이러한 통계적 차이가 나는가에 대한 설명이 없어서 판단하기 쉽지 않다²⁰⁾.

대략 맞춰보자면, '개관편'에 등장하는 코믹스종수(2875)에 일반만화 종수(313)를 더하면 '통계편'의 3,755종과 유사한 결과가 되지 않은까. 그러나, 총 3,188종. 3,755종과는 여전히 차이가 있다. 반면 대한출판문화협회의 통계는 학습만화를 포함했을 테니, 이들 중 많은 3,755종에 학습만화 745종을 더해도 4,500종이다. 6,541종 대비 4,500종. 거의 50%의 오차율. 이 정도가 되면 오차율이 아니라, 아예 다른 통계이다.

대한출판문화협회의 통계가 「도서관법」의 납본제에 의거하므로 - 강제성에도 불구하고 분명

19) 대한출판문화협회 홈페이지 자료실 참조. <http://www.kpa21.or.kr>

20) 원칙적으로 이야기한다면, '개관'이란 전체의 요약본인 셈이다. 그런데 통계편과 틀린 것은 "통계의 일관성과 분석방법의 상이함으로 인해 이 표의 구분과 종수는 통계편과 다를 수 있음"이라고 정리해버리는 방식은 실독력이 없다. 「2009한국만화연감」, 위의 책, 각주 4 참조. p. 41.

납본하지 않는 만화들이 있을 수 있지만, 만화 연감의 제작에 있어서도 기초자료로 충분히 활용해야 한다는 생각이 든다. 분명 납본하는 모든 서적들에 대한 서지정보를 정리할 것이고, 그것과 일일만화 등을 통합하면 좀 더 정밀해지지 않을까 제안해본다.

사실상, 납본제도는 단지 정책입안을 위한 통계 수치만 제공하는 것이 아니다. 만화자료는 발행부수가 많지 않으며, 일정 기간이 지나면 절판되고 두 번 다시 구할 수 없는 경우가 상당수 있다. 한편에서는 옛 자료를 모으는 것도 중요하지만, 우리나라의 어떤 기관에서도 현재 발간되는 만화자료들을 체계적으로 수집, 정리, 보관하고 있지 않다는 점을 강조하고 싶다. 문화체육관광부로 납본되었던 만화들은 '간음'을 거쳐 일부 부천만화정보센터 도서관에 기증되기도 하지만, 완벽한 보관본으로 할 수 있는 상태가 아니며, 이마저도 9월부터는 사라질 예정이다.

그렇다면, 국립중앙도서관으로 제출되었던 2부씩의 자료들은 어떻게 관리되고 있는가? 대부분의 만화제목을 검색해보면, '국립어린이청소년도서관'에 소장되어 있는 자료를 검색하라는 응답이 나온다. 모든 도서관에 있는 십진분류표로의 검색은, 어떠한 만화책이 소장되어 있는지, 보유하고 있는 종수가 얼마나 되는지 판단하는 것이 쉽지 않다. 일일이 만화가 이름이나 작품 이름을 검색해야만 그 자료가 있는지 파악할 수 있다. 이 두 도서관을 제외하고 나면, 부천만화정보센터 도서관이 부분적으로 수집, 보관하고 있다.

만화전문도서관이라면, 발간된 만화들의 전량 수집 및 서비스를 위한 복본 구입이라는 정책을

세워야 하며, 이는 많은 예산, 인력, 공간을 필요로 한다. 더구나, '일일만화'라는 특이한 형태의 만화책이 존재하는 우리나라에서 전량 수집이란 예산의 문제만이 아니라 공간의 문제도 쉽지 않다.

여기서 우리는 잠시 프랑스 앙굴렘의 국립만화 이미지센터(CNBDI), 작년에 법적으로 국립화되면서 명칭이 '국제 만화이미지 도시(Cite internationale de la BD et de l'image : CIBDI)'로 바뀐 프랑스의 유일무이한 만화진흥기관의 케이스를 보자. 프랑스 국립도서관은, 자신들에게 들어오는 2부의 납본물 중, 만화에 한해서 1부를 자동적으로 'CIBDI'로 제출하게끔 했다. CIBDI는 이는 모두 보관본으로 보관서고에 두고, 독자들을 위해 신간들을 구입해서 대출하거나 공개하고 있다. 국립도서관으로서의 보관과 관리의 의무에서 반쯤 해방되는 동시에 인력 및 공간을 절약하는 셈이고, CIBDI로서는 자신의 한 주요임무를 무예산으로 해결한 셈이다.

이러한 시스템은, 만화자료의 체계적 수집 및 보관이 중요하다는 사회적인 인식하에서 가능하며, 이를 담당할 수 있는 진흥기관의 중요성을 잘 보여주고 있다.

V. 결론

우리는 지금까지 만화와 관련된 몇 가지 법들을 살펴보면, 그 중 어떠한 법이나 그에 의한 기구도 만화에 대한 전문적인 정책을 입안하고 실행하기엔 한계점이 있다는 점을 제시했다. 만화가 차지하고 있는 사회적 위치의 허약함은 법제도에서도

여실히 드러나고 있는 것이다. 어떠한 법제도도 만화가 맞닥뜨리고 있는 미디어환경 및 제도적 환경 변화에 신속하게 대응하는데 커다란 도움이 되지 않는다.

따라서, 수동적으로 문산법 및 개별법들의 개정 여부에 따라 이리저리 흔들리는 것이 아니라, 적극적으로 독자적인 진흥법을 제정하자는 주장을 해야 한다는 것이다. ‘만화진흥법(가안)’은, 한국콘텐츠진흥원이나 출판진흥기관이 파악할 수 없는 만화만의 고유하고 실질적인 부분들을 어루만질 수 있는 만화진흥기관의 설립근거를 줄 수 있다. 만화계가 염원하는 정책을 기획하고 생산할 수 있는 진흥기관은 만화계의 광범위한 참석 하에 ‘만화진흥법 제정 준비위원회’를 만들고 운영하는 과정에서 탄생해야 한다.

이러한 법적, 제도적 장치만이 작가는 만화납본제를 통한 만화문화자료의 관리 및 보관, 서비스에, 크게는 밀려오는 미디어 환경변화에 적극적으로 대처할 수 있는 가능성을 더 크게 만들 수 있지 않을까. 현재 어떤 곳에서도 만화관련 법이나 제도적 장치마련을 통한 적극적인 진흥책을 내오지 않고 있다. 이러한 혼란 중에, 이미 기존의 저작권법, 청소년보호법 등의 법, 제도적인 문제를 해결하지 못한 채 허약해진 만화산업의 기반은 더욱 더 흔들리고 있다.

한국만화 탄생 100년, 자축이 아니라 더 적극적인 의지표명이 필요할 시간이 아닌가 제안한다.

참고문헌

김창수, 「문화공공성 개념에 입각한 정권별 문화산업 비교 연구 : 영화와 문화콘텐츠 중심으로」, 한양대 박사학위논문, 2009.

박조원 연구책임외, 「참여정부의 문화산업정책과 향후 과제」, 한국문화정책관광연구원, 2007.

박조원 외, 「간행물 납본제도 개선방안 연구- 출판문화산업진흥법 제10조에 따른 간행물 제출관련」, 한국문화관광연구원 정책과제 2008-04, 2008.

이연정 연구책임 외, 「문화산업정책 10년, 평가와 전망」, 한국문화관광정책연구원, 2005.

이용준, 「한국출판사업, 어떻게 살려야 할 것인가?-사업개발 전략방안을 중심으로」, 『2009 출판진흥세미나 : 한국출판사업, 살리는 길은 무엇인가?』, 2009.

만화의 날 기념 토론회 자료집 「창작역량 강화방안」, 2007.

『2009 한국만화연감』, (재) 부천만화정보센터 발간, 허브출판사, 2009.

국가법령정보센터 <http://www.law.go.kr>

대한출판문화협회 <http://www.kpa21.or.kr>

ABSTRACT

A Study on the Necessity to enact Comics Promotional Law' **: around of 'Culture Industry Promotion Basic Law', 'Publication Promotion Law'** **and 'Legal Deposit'**

HAN, Sang-jung

To celebrate the Centennial Anniversary of Korean comics, the various and meaningful programs are organized. But then, it is apprehended that these programs don't deal with the present and urgent problems. In particular, in the fast-changing media environment, in the changing of promotion-organizations, it's very important that the recherche on relevant laws and institutes around comics to defend and to explore an ecosystem of the comics culture and the comics industry.

This study insist to point out the limits of Cultural industry-related laws and Cultural promotion-organizations at present for the concrete policy of comics culture and comics industry. Treating and analysing specially 'Culture Industry Promotion Basic Law', 'Publication Promotion Law' and 'Legal Deposit', this article suggest to enact Comics Promotional Law to aide the filed of Korea comics.

Key words : Culture Industry Promotion Basic Law, Publication Promotion Law, Legal Deposit, Comics Promotional Law.

논문 투고일: 7월 15일

논문 심사일 : 2009년 7월 29일

게재 확정일 : 2009년 8월 19일

한상정

한양대학교 문화콘텐츠학과 박사후연수과정

한국종합예술대학교 강사

(137-169) 서울시 서초구 방배본동 삼호아파트 7동 1104호

tel : 010 8541 5650

hsj870@empal.com

Annexe 4 : Exemples de prix de *bundles*

Bundle	Price
WELCOME 4.99: 80 coins, 25 + 25 + 30 coins (7 Days)	4.99 €
WELCOME 9.99: 160 coins, 50 + 50 + 60 coins (7 Days)	9.99 €
25 coins, 25 coins	4.99 €
60 coins, 50 + 10 coins	9.99 €
130 coins, 100 + 30 coins	19.99 €
BEST 280 coins, 200 + 80 coins	39.99 €
500 coins, 350 + 150 coins	69.99 €
840 coins, 500 + 340 coins	99.99 €

Bundles de Delitoon.
© DELITOON SAS

Bundle	Price
60% First-Purchase Exclusive: 20 + 30 coins	\$4.99
60% First-Purchase Exclusive: 40 + 60 coins	\$9.99
60% First-Purchase Exclusive: 80 + 120 coins	\$19.99
70% The Ultimate First-Purchase: 300 + 700 coins	\$74.99
Coin Bundle: 20 coins	\$4.99
Coin Bundle: 40 + 200 coins	\$9.99
POPULAR +10 Coins: 120 + 10 + 600 coins	\$29.99
FAN FAVORITE +30 Coins: 200 + 30 + 1000 coins	\$49.99
BEST JAYMEE'S JAM: +80 EXTRA COINS: 400 + 80 + 2000 coins	\$99.99

Bundles de Lezhin. © Lezhin Entertainment. All Rights reserved.

Bundle	Price
UNE FOIS SEULEMENT: 33 → 14 tokens	€2.29
UNE FOIS SEULEMENT: 30 → 35 tokens	€5.49
Lots de Tokens: 30 + 200 Points	€5.49
BON DÉBUT: 61 + 400 Points	€9.99
100 + 600 Points	€17.99
POPULAIRE: 162 + 1500 Points	€28.99
320 + 1800 Points	€54.99
BON PLAN: 700 + 2000 Points	€104.99

Pack de Tappytoon. © 2021 Tappytoon / Contents First. Tous droits réservés.

Bundle	Price
One-time offer: 1,600 + 800 coins	\$1.99
1,600 coins	\$1.99
4,000 + 1,000 coins	\$4.99
Most popular: 8,000 + 2,500 coins	\$9.99
16,000 + 6,500 coins	\$19.99
Best value: 40,000 + 20,000 coins	\$49.99

Bundles de Tapas. © 2020 Tapas Media.

Webtoon Factory Premium Webtoons only

Magazines Originals Récompenses

Une série, un auteur, ...

Le shop

Achète des coins pour profiter de tout tes webtoons !

1. Choisis ton pack

PACK S	PACK M	PACK L	PACK XL
10	36	156	525
3 épisodes	12 épisodes	52 épisodes	175 épisodes
0.99 €	3.49 €	14.99 €	49.99 €

Packs de Webtoon Factory. © Webtoon Factory.

TOOMICS Accueil En cours Genres Nouveaux

Tout public Chercher Série/Auteur

Devenir VIP MON COMPTE

Sélectionnez un plan de paiement

USD **EUR** GBP

VIP 1 Mois	ACCES ILLIMITE; SANS ENGAGEMENT. Facturé EUR 7.40 Tous les mois.	EUR 7.40/ Mois
VIP 3 Mois	ACCES ILLIMITE; SANS ENGAGEMENT. Facturé EUR 14.70 Tous les 3 mois.	33% éco EUR 4.90/ Mois
VIP 6 Mois	ACCES ILLIMITE; SANS ENGAGEMENT. Facturé EUR 24.60 Tous les 6 mois.	44% éco EUR 4.10/ Mois
50 Jetons	40 + 10 Jetons Bonus	EUR 8.20
110 Jetons	80 + 30 Jetons Bonus	EUR 16.40
175 Jetons	120 + 55 Jetons Bonus	EUR 24.60

Packs et tarifs VIP de Toomics. © Toomics Global Co.

Annexe 5 : Exemples de prix d'abonnements

CHOISIS TA MONNAIE

€ \$

Abonnement	Prix	Durée	Essai
Mensuel	3.99€	1 mois	Essai gratuit
Annuel	34.99€	1 an	Essai gratuit

Economisez 27%
Équivalent à 3 mois gratuits!

Spécial

Grille tarifaire de Yurai éditions.

Abonnement	Prix	Durée	Essai
1 Mois	5€ / mois	1 Mois	ACCÈS ILLIMITÉ SANS ENGAGEMENT. Facturé 5 euros tous les mois.
3 Mois	3,35€ / mois	3 Mois	ACCÈS ILLIMITÉ SANS ENGAGEMENT. Facturé 10.05 euros tous les 3 mois.
6 Mois	2,8€ / mois	6 Mois	ACCÈS ILLIMITÉ SANS ENGAGEMENT. Facturé 16.80 euros tous les 6 mois.

Grille tarifaire de Bonsai éditions.

Choisissez votre offre d'abonnement izneo

izneo Webtoon Unlimited	izneo Pass	izneo Family
3€ ⁹⁹ /mois	9€ ⁹⁹ /mois	12€ ⁹⁹ /mois
10 jours offerts	10 jours offerts	10 jours offerts
<ul style="list-style-type: none">Accédez à l'entièreté du catalogue webtoon d'izneo en lecture illimitée.1 connexion simultanéeDisponible sur tous vos écrans PC, tablette, smartphone, Switch.Contrôle Parental	<ul style="list-style-type: none">Accédez à une sélection de 8000 BD, Webtoon, Comics, Manga en lecture illimitée.3 connexions simultanéesDisponible sur tous vos écrans PC, tablette, smartphone, Switch.Contrôle Parental	<ul style="list-style-type: none">Accédez à une sélection de 8000 BD, Webtoon, Comics, Manga en lecture illimitée.6 connexions simultanéesDisponible sur tous vos écrans PC, tablette, smartphone, Switch.Contrôle Parental
JE CHOISIS CETTE OFFRE	JE CHOISIS CETTE OFFRE	JE CHOISIS CETTE OFFRE

Grille tarifaire de Izneo.

Annexe 6 : Questionnaires

Questionnaire pour interroger les professionnels vendant du webtoon au format papier

Bonjour Madame, Monsieur

Je suis un étudiant en master 2 édition et je travaille actuellement sur mon mémoire qui concerne les webtoons.

Je vous sollicite donc pour que vous répondiez à un questionnaire qui pourrai m'aider dans mes recherches.

Voici les questions :

1. Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre compagnie ?
2. Comment avez-vous découvert le webtoon ? Qu'est-ce qui vous a plu dedans ?
3. Comment et pourquoi avez-vous décidé de vendre du webtoon au format papier ?
4. Combien de webtoons sont disponibles dans votre catalogue ?
5. Quelle est votre clientèle ?
6. Vos webtoons papier se vendent-ils bien ?
7. Pouvez-vous nous communiquer quelques chiffres ?
8. Quelles séries recommanderiez-vous ?
9. Quel est, selon vous, l'avenir du média ?
10. Un dernier mot pour la fin ?

Je vous remercie par avance pour vos réponses et d'avoir pris le temps de lire ce message.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, mes plus sincères salutations.

Cordialement,
Andres Camps

Questionnaire pour interroger les professionnels diffusant du webtoon

Bonjour Madame, Monsieur

Je suis un étudiant en master 2 édition et je travaille actuellement sur mon mémoire qui concerne les webtoons.

Je vous sollicite donc pour que vous répondiez à un questionnaire qui pourrai m'aider dans mes recherches.

Voici les questions :

1. Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre compagnie ?
2. Comment avez-vous découvert le webtoon ? Qu'est-ce qui vous a plu dedans ?
3. Depuis quand diffusez-vous des webtoons ? Et pourquoi ?
4. Combien de webtoons sont disponibles dans votre catalogue ?
5. Quelle est votre clientèle ?
6. Le webtoon se vend-t-il bien chez vous ?
7. Pouvez-vous nous communiquer quelques chiffres ?
8. Quelles séries recommanderiez-vous ?
9. Quel est, selon vous, l'avenir du média ?
10. Un dernier mot pour la fin ?

Je vous remercie par avance pour vos réponses et d'avoir pris le temps de lire ce message.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, mes plus sincères salutations.

Cordialement,
Andres Camps

Enquête autour du projet étudiant d'un webtoon papier

Questionnaire projet webtoon

Ce questionnaire va me permettre d'amasser des données sur vos lectures et vos goûts en matière de webtoons. Toutes ces informations seront ensuite analysées et utilisées dans mon mémoire de M2 notamment mon projet qui consiste à créer un webtoon au format papier fictif.

*Obligatoire

Observations de base du lectorat

1. Sexe *

Une seule réponse possible.

- Femme
 Homme
 Autre

2. Si autre, vous pouvez le préciser ici (facultatif)

3. Âge *

Une seule réponse possible.

- Moins de 15 ans
 Entre 15 et 19
 Entre 20 et 24
 Entre 25 et 30
 Plus de 30

4. Lisez-vous des webtoons ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

5. Si oui, depuis quand et pourquoi ? (facultatif)

6. Toujours si oui, quelle est votre fréquence de lecture ?

Une seule réponse possible.

- Tous les jours
- Régulièrement
- Occasionnellement
- Rarement

7. Si non, pourquoi n'en lisez-vous pas ? (facultatif)

8. Qu'appréciez-vous le plus dans les webtoons ? *

Plusieurs réponses possibles.

- L'histoire
- Les personnages
- Les décors
- Le dessin
- Rien

Autre : _____

9. Si autre, n'hésitez pas à vous exprimer (facultatif)

10. Quelle(s) plateforme(s) de lecture utilisez-vous ? *

Plusieurs réponses possibles.



Webtoon



Delitoun



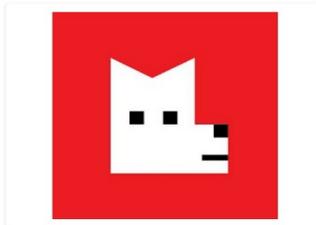
Verytoon



Yurai éditions



Bonsai éditions



Lezhin



Tappytoon



Izneo



Webtoon factory

Aucune

Autre : _____

11. Si autre, n'hésitez pas à vous exprimer (facultatif)

Monde du webtoon

Cette section concentre des questions sur le monde du webtoon : les auteurs, les séries préférées, les achats, etc.

12. Parmi ces genres, quels sont ceux qui sont le plus susceptibles de vous intéresser ? *

Plusieurs réponses possibles.

- Comédie
- Horreur
- Action
- Aventure
- Romance
- Thriller
- BL
- GL
- Adulte
- Aucun

Autre : _____

13. Si autre, n'hésitez pas à préciser (facultatif)

14. Quelles sont les séries que vous lisez actuellement ? *

15. Quel(le)s webtooners(euses) vous donnent le plus envie de lire ? (facultatif)

16. Quelles sont les adaptations qui vous intéressent le plus ? (facultatif)

17. Question achat, avez vous déjà acheté des coins sur un site payant ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

18. Si oui, vos dépenses se font... (facultatif)

Une seule réponse possible.

- Tous les jours
 Toutes les semaines
 Tous les mois
 Régulièrement
 Occasionnellement
 Rarement

19. Si non, lisez-vous sur des sites gratuits ? (facultatif)

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

20. Toujours si non, pourquoi n'achetez-vous pas de coins ? (facultatif)

21. Pour celles et ceux ayant répondu oui à la question précédente, consommez-vous du webtoon sur des sites gratuits ?

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

22. Avez-vous déjà consommé du webtoon sur un site pirate ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
 Non

23. Question goodies, avez-vous déjà acheté des produits dérivés ? *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

24. Si oui, qu'avez-vous acheté ?

25. Toujours si oui, à quelle fréquence ?

Une seule réponse possible.

Tous les jours

Toutes les semaines

Tous les mois

Régulièrement

Occasionnellement

Rarement

26. Si non, pourquoi ? (facultatif)

**Projet
universitaire**

Cette section se concentre sur mon projet universitaire, à savoir simuler la création d'un webtoon au format papier (relié, plus de 200 pages couleurs).
Vos réponses me serviront de données test et me guideront dans mes choix (titre, éditeur, prix, quantité, qualité, etc.).

27. Saviez-vous qu'il existe des webtoons vendus au format papier ? *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

28. Si oui, en achetez-vous ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

29. Toujours si oui, trouvez-vous l'initiative intéressante ?

Une seule réponse possible.

	1	2	3	4	5	
Très intéressante	<input type="radio"/>	Pas du tout intéressante				

30. Si non, trouvez-vous tout de même l'initiative intéressante ?

Une seule réponse possible.

	1	2	3	4	5	
Très Intéressant	<input type="radio"/>	Pas du tout intéressant				

31. Toujours si non, allez-vous en acheter ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Peut-être

32. Pour celles et ceux qui ont lu au format papier, quelle a été votre expérience de lecture ?

Une seule réponse possible par ligne.

	Très bonne	Bonne	Neutre	Mauvais	Très mauvaise
Lisibilité	<input type="radio"/>				
Qualité	<input type="radio"/>				
Quantité	<input type="radio"/>				
Confortabilité	<input type="radio"/>				
Accessibilité	<input type="radio"/>				

33. Pour celles et ceux qui ont lu au format papier, le travail éditorial et d'adaptation vous ont paru...

Une seule réponse possible.

- Parfaits
- Bons
- Moyens
- Corrects
- Décevants

34. Quels éditeurs webtoon papier vous intéressent le plus ? *

Plusieurs réponses possibles.



Taifu



Kbooks (Delcourt-Tonkam)



Ki-oon



Ototo

Autre : _____

Aucun

35. Si autre, n'hésitez pas à vous exprimer (facultatif)

36. Quelles séries vous intéressent le plus parmi celles déjà parues ? *

Plusieurs réponses possibles.

- Solo Levelling
- Killing Stalking
- Bâtard
- Tower of God
- Noblesse
- True Beauty
- Qu'est-ce qui cloche avec la secrétaire Kim ?
- Aucune

37. Voudriez-vous que des titres comme Let's play, déjà parus à l'étranger, soient traduits en français ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

38. Si oui, lesquels ? (facultatif)

39. Si non, pourquoi ? (facultatif)

40. Les webtoons au format papier (relié, pages couleurs) sont vendus aux alentours de 15 euros, cela vous semble-t-il correct ? *

Une seule réponse possible.

	1	2	3	4	5	
Très correct	<input type="radio"/>	Trop cher				

41. Enfin, selon vous, quelles séries pourraient faire l'objet d'une parution papier ? (facultatif)

Mot
de
la
fin

Je vous remercie pour le temps et le sérieux dont vous avez fait preuve pour répondre à ce questionnaire. Ces données me seront très utiles à compiler pour créer un projet universitaire qui je l'espère sera optimal grâce à vous. Je vous tiendrai au courant via mes réseaux sociaux de l'avancée de ce travail alors n'hésitez pas à me follow sur Twitter (@AndyCampsYaoi) et Instagram (@Djadohisui). Si vous avez des remarques ou des commentaires, n'hésitez surtout pas à vous exprimer ci-dessous. Je vous remercie encore et à très bientôt.

42. Remarques ou commentaires

Annexe 7 : Réponses aux questionnaires

Réponse des édition Nazca

Bonjour Monsieur,

1. Nous c'est Nazca Editions : une maison d'édition spécialisé dans les mangas couleurs (manhua et manwha principalement) et originaux crée depuis 2018.
2. Le webtoon a été découvert par la lecture en ligne principalement puisqu'il n'y avait pas d'édition physique à l'époque. Ce qui m'a plu c'est avant tout un dessin varié et un travail sur la mise en scène plus original grâce au format (pas de planche = plus de possibilité).
3. On vend pas du webtoon en format papier. :) J'aurai tendance à dire que dès qu'on l'adapte pour le vendre en format papier, alors on parle direct de manhua ou manwha, mais sinon sur le fond de la question je dirai que ce qui nous a décidé c'est avant tout l'histoire (narration image et texte) ET le fait d'être sûr que de l'adapter ne nuira pas à l'œuvre. Certains webtoons sont à notre sens inadaptables au format papier pour cette raison.
4. Ca dépend comment on définit webtoon, mais si on parle d'œuvre à l'origine 100% en ligne alors on en a 2 : DICE et TODAG. Bientôt d'autres :)
5. On a pas fait d'enquête spécifique sur le sujet donc ça va être d'être d'être de répondre, mais comme on a majoritairement des récits d'action/aventure, j'aurai tendance à dire qu'on a légèrement plus d'hommes.
6. Oui TODAG se vend très bien et DICE aussi (même si c'est tôt pour dessiner une tendance).
7. TODAG c'est plus de 12 000 exemplaires vendus pour le tome 1 donc ça donne une bonne idée. Pour DICE ça démarre juste donc on a pas vraiment de chiffres à fournir.
8. Pleins :) (La plupart ne sont pas édités physiquement pour l'instant)
9. Le webtoon pour ce qui est de sa partie web a, à mon sens, un bon avenir devant lui. Après pour ce qui est de la version papier ça dépendra de pleins de facteurs et j'imagine le meilleur comme le pire.
10. J'espère que votre mémoire se passera bien et félicitations (d'autant plus vu l'année difficile).

Cordialement.

Camille MERCIER

Réponse de Yurai éditions

1. Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre compagnie ?

Bonjour,

Je me présente : Geoffroy Meunier, PDG et fondateur de YURAI Éditions. Nous sommes une jeune compagnie indépendante spécialisée dans la traduction, édition et diffusion de webtoon, webcomic et manga en français (pour l'instant). Bien que l'entreprise soit située au Québec, l'équipe est en partie en France. À notre connaissance, nous sommes la première entreprise du genre au Canada. Nous sommes actuellement une petite équipe de trois (3) personnes à travailler d'arrache-pied pour faire connaître le webtoon et ainsi partager notre passion, mais également pour permettre aux artistes de partout à travers le monde de vivre de leur art !

Notre plateforme en ligne lancée en 2019 compte désormais près d'une quarantaine de séries et d'artistes provenant de plus d'une douzaine de pays différents : Canada, États-Unis, Mexique, Brazil, France, Royaume-Uni, Italie, Espagne, Croatie, Russie, Japon, Philippines, Singapour et bien d'autres à venir !

Nous nous différencions principalement par la diversité des titres que nous proposons. Autant par leur provenance, leur culture, que par les thèmes abordés au travers leur récit. Nous faisons également partie des rares à travailler directement avec des créateurs de webtoon français afin de les aider à publier leur œuvre.

Nos auteurs & artistes pourront vous le confirmer, mais un autre aspect qui nous différencie encore davantage est notre côté humain et notre compréhension. J'ai appliqué à YURAI mes propres valeurs personnelles et je pense que ce principe, non seulement dans ce marché, mais même dans le monde des affaires en général, est quelque chose de très peu commun. Pour nous, chaque personne est importante et son bien-être passe avant tout. Cela se fait ressentir non seulement dans chacun de nos échanges, mais également dans nos gestes. Nous accordons une grande importance à dire « merci », à vérifier si tout va bien pour l'auteur, etc. Nous allons même jusqu'à soutenir leur famille dans la mesure du possible (nous avons malheureusement vécu un décès à cause de la COVID-19). Jamais je n'ai vu une autre compagnie accorder autant d'importance à chaque individu. C'est simple, on traite chaque individu comme on le ferait envers un ami, voire même un membre de sa propre famille.

2. Comment avez-vous découvert le webtoon ? Qu'est-ce qui vous a plu dedans ?

Comment j'ai découvert le webtoon est effectivement une très bonne question. En fait, je m'intéressais déjà aux mangas et aux animes depuis quelques années, puis je crois que j'ai découvert le webtoon en suivant des artistes sur Twitter. J'ai ainsi découvert la plateforme WEBTOON (USA) en 2015 environ et j'ai commencé à lire les séries d'artistes que je suivais. Par la suite, je me suis intéressé aux séries directement sur la plateforme, surtout dans la section CANVAS (autrefois intitulé « Discover ») qui est la section réservée à l'auto-publication.

Ce qui me plaît dans ce media, c'est probablement en grande partie la couleur. J'adore la couleur et c'est ce qui me manque dans les mangas. J'aime les mangas, bien évidemment, mais les webtoons ont la capacité d'aller plus loin, selon moi. Non seulement il y a la couleur, mais on peut y incorporer de la musique comme dans notre série [Selina Moon Bride](#), des GIF pour ajouter des animations lors de scènes de combat par exemple, et même des puzzles interactifs dans le cadre d'une énigme (mais ça, c'est plus compliqué à réaliser, haha).

Je trouve également que le défilement vertical lors de la lecture permet d'avoir un meilleur contrôle du rythme. Autant dans la lecture que dans l'action, les émotions. En combinant tous ces points, on obtient

selon moi un média qui a beaucoup à apporter et qui promet une lecture tout aussi intéressante que palpitante !

3. Depuis quand diffusez-vous des webtoons ? Et pourquoi ?

Étant en bonne partie l'essence même du projet, nous diffusons des webtoons depuis le premier jour, soit le 3 août 2019 (03-08-2019). En ce qui concerne le « Pourquoi », je dirais que cela a débuté par l'intérêt personnel que j'apporte à ce média, mais également au besoin que je ressentais de partager ma passion. WEBTOON France n'existait pas encore, Webtoon Factory était en cours de route, Delitoon existait, mais me paraissait comme un endroit clos réservé aux grandes productions de studios coréens. Il n'y avait personne pour partager les séries d'auteurs indépendants en français. Et pourtant, il y a des centaines, voire des milliers de séries incroyables comme Silent Screams, Selina Moon Bride, Love Sickubus, Jeu Non Intentionnel (Unintentional Game), Painted Dragon, et j'en passe qui n'attendaient qu'à être découvertes par le lectorat francophone !

Pour moi, notre mission était claire. On devait répondre à trois problématiques du marché :

- **Permettre et favoriser la publication de webtoons créés par des artistes francophones.** Car avant WEBTOON France, nous étions les premiers à offrir ce service. C'était pour moi une incompréhension que personne n'offrait cette possibilité aux créateurs francophones. Il y avait MangaDraft pour les mangas, par chance, mais personne pour les webtoon (défilement vertical) à ce moment (2017-2019).
- **Venir répondre à une problématique de rémunération dans le domaine.** Très peu d'artistes arrivent à vivre de leur art et c'est encore plus difficile en tant qu'artiste indépendant. Nous voulions créer un environnement où les artistes pourraient non seulement publier leur œuvre en gardant leur liberté de création, mais aussi en étant rémunérés convenablement. Chez certains de nos concurrents, l'artiste obtient un salaire mensuel et doit suivre les demandes de la compagnie. Cette compagnie peut même décider de changer le script si cela ne leur convient pas. Avec nous, la liberté est beaucoup plus grande ; nous ne souhaitons simplement pas avoir de *Hentai* ou de séries trop violentes ou choquantes (bref, ça doit être acceptable pour notre public).
- **Offrir un service de traduction efficace et de qualité aux créateurs indépendants afin de les aider à partager leur œuvre dans d'autres langues.** Avec nous, un créateur indépendant peut traduire son œuvre de l'anglais au français, et inversement, de façon légitime et officielle (il y aura possiblement d'autres langues offertes dans un futur proche). Nous sommes donc traducteur, éditeur et diffuseur de webtoon. Il est plutôt rare de voir une compagnie offrir ces trois services, sachant que la chaîne normale de production en Corée est, à ma connaissance : Studio de création > Vente de droits > Diffuseur / Adaptation

4. Combien de webtoons sont disponibles dans votre catalogue ?

En date du 31 juillet 2021, nous comptons actuellement 35 séries sur notre plateforme, dont 27 webtoons et 11 titres d'origine francophone. 😊

5. Quelle est votre clientèle ?

Notre clientèle est assez jeune, se situant entre 13 à 30 ans environ. Elle est majoritairement féminine, mais cela peut être dû à notre sélection de titre à l'heure actuelle qui convient probablement davantage

à ce marché. Nous visons à avoir des séries pour tous les goûts et nos futurs projets de développement devraient nous permettre d'attirer une clientèle assez mixte.

Ceci dit, de façon générale le marché féminin restera probablement toujours un peu plus dominant. C'est une tendance qui semble être présente même en Corée, la source initiale du webtoon (à ma connaissance du moins).

6. Le webtoon se vend-t-il bien chez vous ?

Je dirais que le webtoon se vend bien, mais qu'il est plutôt nouveau par rapport aux mangas. Certaines personnes prennent donc plus de temps à s'y habituer, mais les fans de webtoons se font de plus en plus présents. Les jeunes dans les écoles de ma région (Sherbrooke, Québec) se font désormais des amis en parlant de webtoons (et de mangas / animes), ce qui n'était pas vraiment le cas il y a à peine 5-7 ans. C'est donc un nouveau média, mais qui arrive en force et qui impose de plus en plus sa place.

7. Pouvez-vous nous communiquer quelques chiffres ?

Je n'ose pas trop parler de chiffre, mais je sais que certains de nos concurrents ont des chiffres d'affaires de plusieurs millions de dollars américains mensuellement et que le webtoon est une industrie qui vaut des centaines de millions, sinon des milliards de dollars.

8. Quelles séries recommanderiez-vous ?

Parmi nos titres, je recommande vraiment :

[Selina Moon Bride](#) (Shōjo / Fantasy)

[Penny & Yami](#) (Comédie / Aventure – Création française)

[Painted Dragon](#) (Aventure / Fantasy)

[Half Moon](#) (Action / Fantasy)

[Silent Screams](#) (Thriller / Horreur)

[Love Sickubus](#) (Action / Romance)

[Crescendo](#) (BL / Romance)

[Seagull](#) (BL / Drame)

[Jeu Non Intentionnel](#) (Romance / Drame)

[Je hais que je t'aime](#) (Comédie / Romance)

Bon, je vais peut-être arrêter là avant de mettre tout notre catalogue, mais les 5 premières séries sont des « must read » pour moi, mais encore là ça dépend de ce que la personne aime lire. 😊

Sinon, par intérêt je ne dois pas trop parler des autres plateformes, mais WEBTOON reste la plateforme qui m'a fait découvrir le genre et les séries qui ont marqué mon temps à l'école, haha. Je lisais surtout :

- [Mage & Demon Queen](#) (dans le temps où elle était dans *Discover* / CANVAS en plus !)

- [Hardcore Leveling Warrior](#)

- [Oh! Holy](#)

- [Everywhere & Nowhere](#) (encore une fois, j'étais un membre du « early gang » en lisant la série dans *Discover* avant qu'elle ne devienne officielle. [Merryweather](#) est vraiment fort comme auteur et c'est une personne vraiment intéressante. On pourrait écrire un livre sur lui. J'ai eu la chance de communiquer en privé avec lui et j'ai beaucoup appris. Il a commencé en tant que vendeur de je ne sais quoi pour ensuite réussir à vivre de son rêve et ainsi [générer plus de 20k\\$+ USD par mois](#). Il est l'auteur de 3-4 séries du top 5 sur WEBTOON CANVAS. Disons qu'il a bien compris son public. ^^)

9. Quel est, selon vous, l'avenir du média ?

Selon moi, si le Japon ne fait rien pour populariser la version numérique de ses mangas, ils auront un problème. En Corée, la vente de manhwa a chuté drastiquement après la popularisation du webtoon et je pense que cette mondialisation du média va s'attaquer aux ventes de mangas physiques également. J'ai beau penser que le manga papier restera toujours le favori de certains, à en croire l'histoire du manhwa en Corée, je pense que l'inévitable se produira. Sans toutefois anéantir la production physique de manga, ce sera du moins assez pour influencer le marché (à mon avis).

Pour être honnête, ça ne me surprendrait pas de voir des studios japonais adapter leur manga à la verticale pour les rendre au format webtoon ou même de créer des œuvres originales au format webtoon. Peut-être que je me trompe et à mon avis ça reste une question de préférence personnelle de chaque consommateur, mais il faut dire que les webtoons sont beaucoup plus faciles d'accès que les mangas. Tu ouvres ton app et tu as des centaines de webtoons disponibles à portée de mains (ou devrais-je dire de doigts). Et le média étant prédestiné pour le cellulaire, c'est selon moi un match parfait entre consommation rapide et accessibilité qui n'est pas près de disparaître.

10. Un dernier mot pour la fin ?

J'espère vraiment que le webtoon saura marquer le cœur des gens, autant que le manga, sans pour autant lui voler sa place. Par la popularité du webtoon, j'espère également que de plus en plus d'artistes pourront vivre de leur passion et ainsi réaliser leur rêve.

YURAI est un très beau projet qui valorise et vise cet idéal et j'espère de tout cœur que les gens viendront en grand nombre pour soutenir les créateurs talentueux qui travaillent avec nous.

Dans le but d'accomplir nos missions qui sont, je le rappelle :

Faciliter la création et la diffusion de création indépendante (notamment francophone mais également d'ailleurs).

Améliorer la rémunération des artistes de webtoon et autres comics numériques.

Faciliter & Améliorer le partage des séries et ainsi faire connaître ces merveilleuses créations au plus grand nombre possible (diffusion, mais également traduction).

Nous travaillons sans relâche et développons actuellement une application mobile sur mesure qui permettra de répondre à ces trois problématiques. Nous pensons que notre application mobile saura même faire sa place auprès des géants (qui ne laissent pas les petits nouveaux passer facilement, sachant que WEBTOON appartient à NAVER, soit le Google coréen). Nos innovations nous permettront, selon nous, de faire notre place dans cette guerre de géants de l'informatique coréen et mondiaux ! 🙌

Un grand merci pour votre lecture et pour vous être intéressé à notre projet. J'espère que cela répond à vos questions et que mes réponses vous seront utiles dans l'écriture de votre mémoire. Ce fut un plaisir d'avoir pu y contribuer. 😊

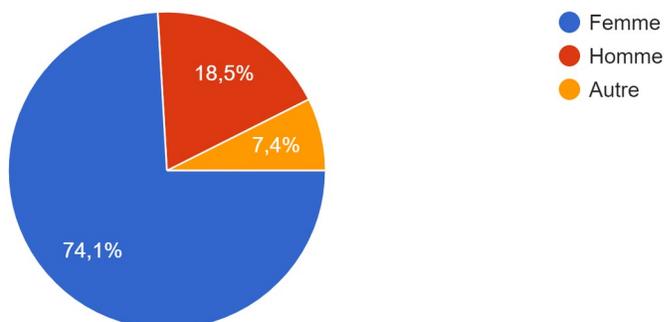
Sincèrement,

Geoffroy Meunier
PDG – Fondateur
YURAI Éditions
yuraieditions.com

Réponses à l'enquête menée pour le projet

Sexe

54 réponses



Si autre, vous pouvez le préciser ici (facultatif) 3 réponses

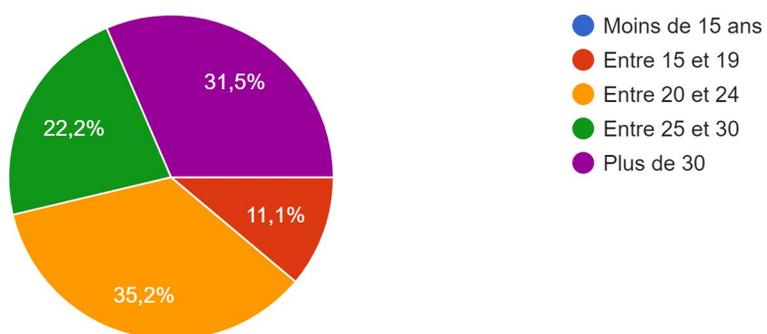
Non binaire

Genderfluid

Gender fluid

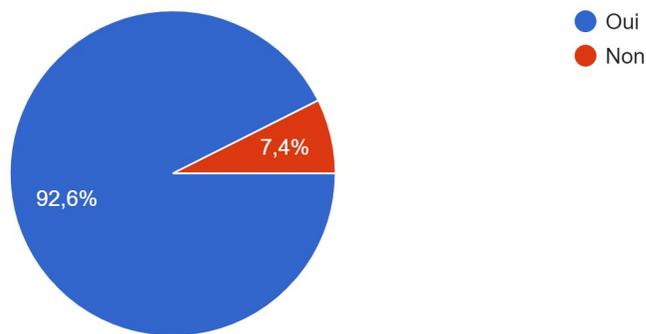
Âge

54 réponses



Lisez-vous des webtoons ?

54 réponses



Si oui, depuis quand et pourquoi ? (facultatif) 43 réponses

Depuis 2 ans environ, j'ai commencé à en lire quotidiennement pendant les confinements et j'ai continué

Plus de 5 ans pour compléter mes lectures mangas

Plus de 5 ans, parce que c'est divertissant et généralement gratuit

Depuis 3 ans

Depuis a peu près 2 ans, car les histoires sont plaisantes

Depuis le lycée, et au départ parce que l'on pouvait trouver des histoires intéressantes gratuitement

Je sais plus quand exactement mais je lisais déjà des manga et des manhwa alors j'étais un peu dans le bain de bd asiatique

Depuis au moins 2 ans, j'aime la K pop culture.

depuis quelques semaines, principalement par curiosité

Depuis environ 2 ans. Je m'intéresse aux différentes bd asiatiques.

Depuis l'arrivée de Delitoon en France. J'ai commencé pour avoir les histoires originales de certains drama coréens

Depuis fin 2016 je crois, quand j'ai découvert solo levelling.

Depuis début 2020

2019. J'ai trouvé des histoires BL qui me plaisaient, et d'autres non BL plus tard. De plus, ça ne prend pas de place et ce n'est pas cher.

Depuis février 2020 grâce à ma belle sœur

Quelques mois

3 ou 4 ans environ, parce que lassée de ce que proposent les manga et plus accessibles.

Je ne trouvais plus rien à mon goût en termes de mangas et d'animes, je me suis donc tournée progressivement vers le webtoon.

9 mois

Ça doit faire 3 ou 4 ans je pense? Quand la plateforme Webtoon a commencé à vraiment se faire connaître, et de la même façon que je lis des manga ou des romans, je lis des webtoon pour le plaisir, pour passer le temps
Depuis le premier confinement et parce que je m'ennuyais.

Depuis bientôt un an, je crois. J'ai commencé avec Let's Play, mais je ne suis pas assidue dans mes lectures

Depuis 1 ou deux ans et parce que c'est plus simple à transporter qu'un manga

15 ans

Depuis 2015/2016 et parce que je m'ennuie, que j'aime bien et que c'est parfois plus pratique que de trimbaler 5 tomes de manga pour lire dans le train en allant bosser.

5-6 ans mais beaucoup plus depuis 2 ans, beaucoup parlaient plus d'histoires webtoon que de manga papier et donc je découvrais des titres que je voulais lire, j'ai donc commencé à en lire plus régulièrement.

11 mois et ça correspond à la date de découverte

Depuis la fin de l'année dernière car j'avais du temps libre en dehors de chez moi. Ça l'occupait quand je devais attendre.

J'avais entendu parler de Delitoon il y a 4-5 ans et je m'y étais intéressé mais sans plus. Et récemment, à force de voir des personnes en parler sur les réseaux sociaux, je m'y suis remis avec BJ Alex sur Lezhin pendant le 1er confinement.

Depuis un peu moins d'un an, et j'en lis car j'en ai trouvé quelques uns qui me plaisent.

Depuis 2 mois.

Depuis 2 ans pour suivre certains titres qui me plaisent.

Depuis le 1er confinement (mars 2020), parce que je ne pouvais plus acheter de mangas donc j'ai tenté le webtoon
1 an

Depuis quelques années et j'adore le principe

Cela fait 2 ans que je me suis mise à lire sous ce format, à peu près en même temps où je me suis vraiment investie dans la lecture de manga. Ce format est pratique quand on veut lire une œuvre non disponible, pour certains, en format papier et en couleur. Il permet aussi d'explorer une manière plus moderne de lecture.

Depuis quelques années pour faciliter de lecture sur mobile notamment

Depuis 1 an.

1 an, sur un coup de tête

Depuis environ 2 ans et parce que j'aime ça 😊

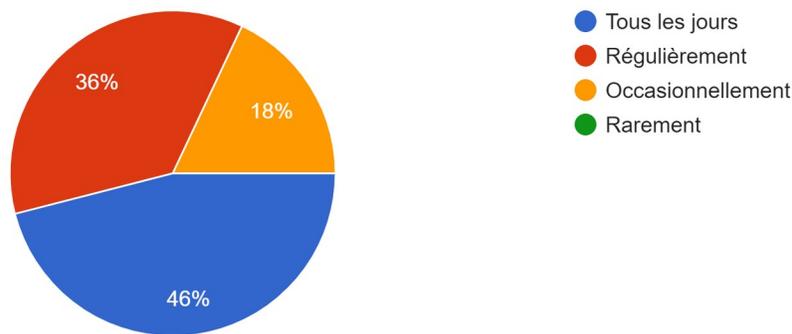
Plusieurs années, parce que je lis beaucoup

Depuis le début de webtoonfactory

Mon premier webtoon était en CM2 (Orange Marmalade). Mais j'ai surtout commencé les webtoons, il y a 3 ans. J'ai eu ma phase shoujo puis Yaoi. Je commençais à me lasser des yaonis parce que je pense que j'avais fait le tour de tous les yaonis à l'époque. Je suis tombée sur The Abandoned Empress. Depuis, je lis principalement des Webtoons.

Toujours si oui, quelle est votre fréquence de lecture ?

50 réponses



Si non, pourquoi n'en lisez-vous pas ? (facultatif) 4 réponses

Pas de webtoon qui m'intéresse assez pour l'instant

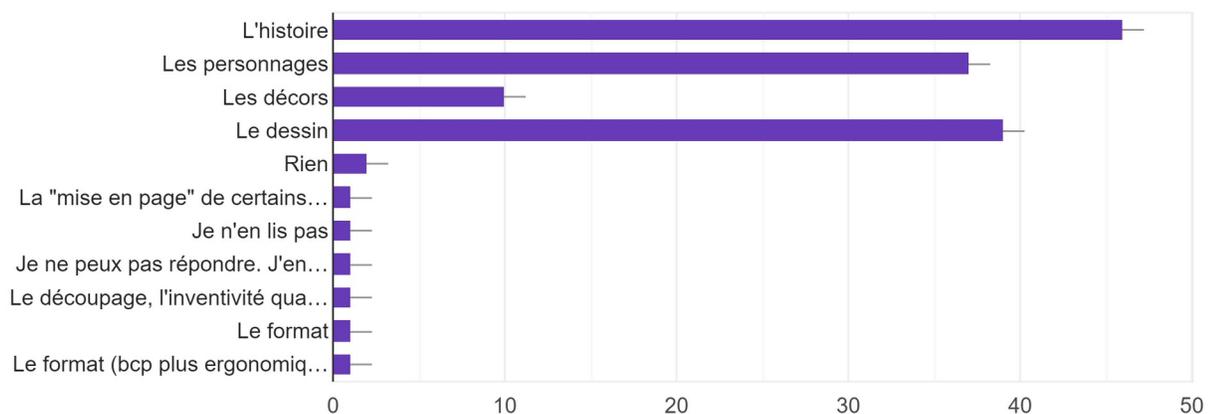
Je ne sais même pas ce que c'est

Pas eu l'occasion encore

Le numérique ne me donne pas envie

Qu'appréciez-vous le plus dans les webtoons ?

54 réponses



Si autre, n'hésitez pas à vous exprimer (facultatif) 5 réponses

La simplicité à y accéder sans trop de pub ect c'est toujours mieux qu'un site comme japscan, illégal et rempli de pub ..

l'inventivité en terme de narration et la façon de raconter des histoires.

Facilité d'accès pour certain cas (appli qui donne la possibilité d'échanger des vues de pub contre des points, mais ça dépend aussi car parfois quand il n'y a pas le choix de payer ça freine car c'est seulement digital donc j'ai plus de mal à réellement payer que pour du papier donc je me restreins aux appli qui permet d'échanger contre des pubs).

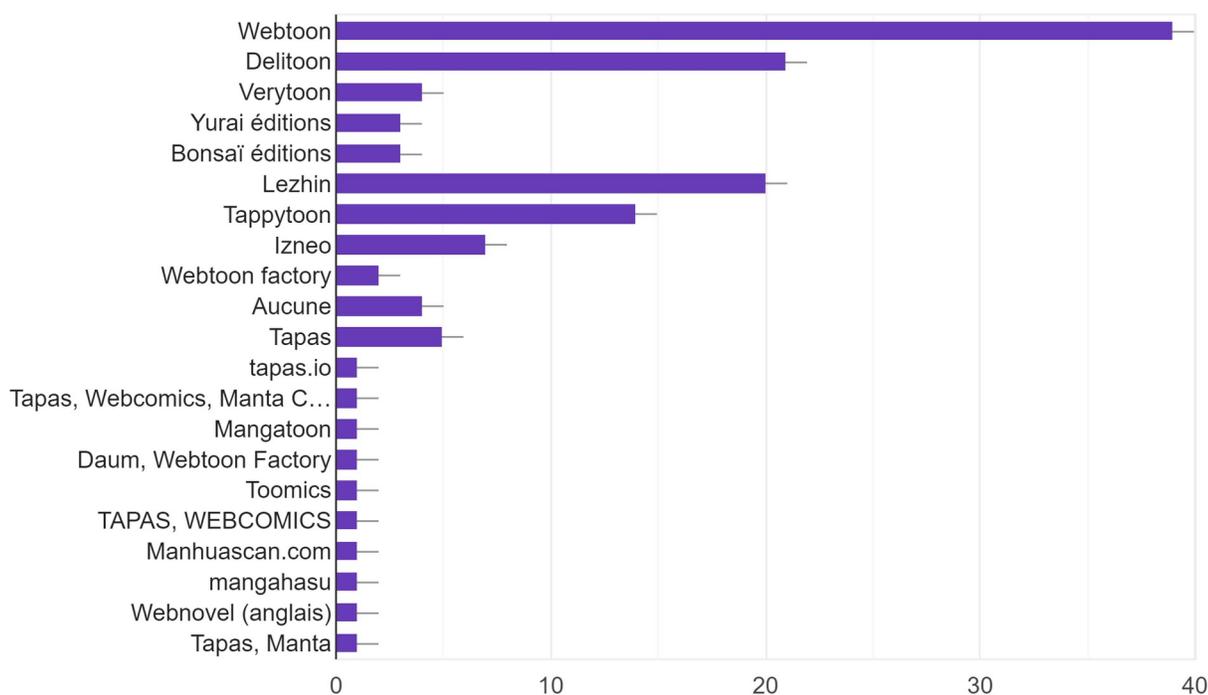
Le webtoon est juste un format en soi. C'est pas un genre d'histoire. Donc j'aurai pu répondre pareil pour un roman, un manga, un manhwa ou un manhwa.

Les persos sont en général un peu plus nulle dans leur tête que les shoujos. Comme le format est plus libre, l'histoire a bcp plus le temps de se mettre en place, de se développer, plus de mécanismes, plus de mind fuck parfois

Les dessins sont plus modernes pour certains et lire en couleur est plaisant.

Quelle(s) plateforme(s) de lecture utilisez-vous ?

54 réponses



Si autre, n'hésitez pas à vous exprimer (facultatif) 4 réponses

Mangatoon

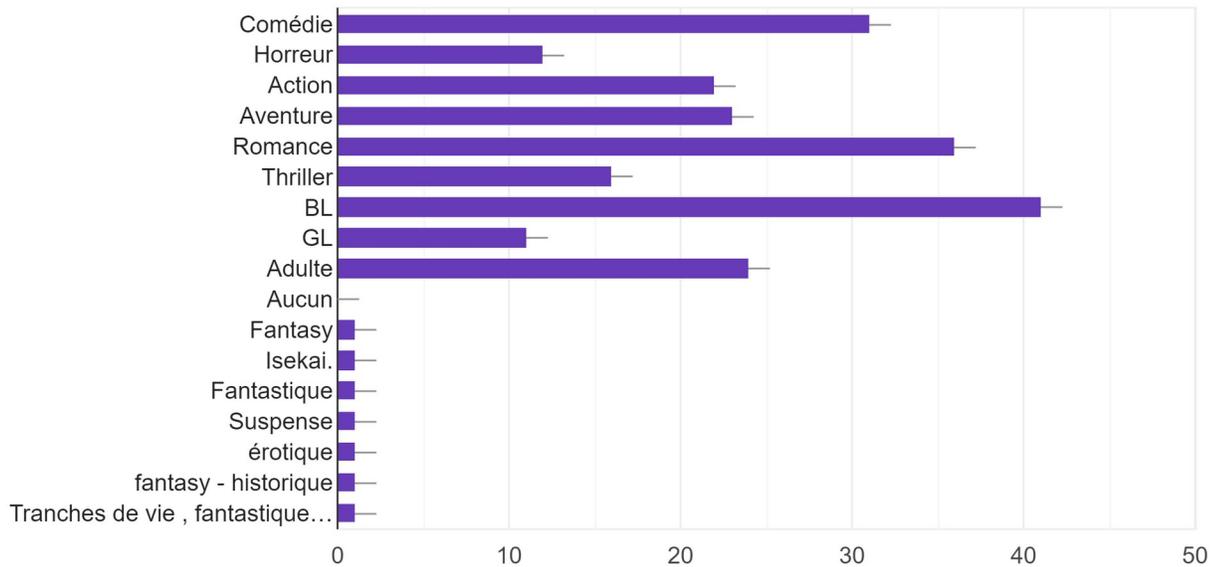
manta / webcomics / pocket comics

Tapastic

Je lis aussi sur tapas

Parmi ces genres, quels sont ceux qui sont le plus susceptibles de vous intéresser ?

54 réponses



Si autre, n'hésitez pas à préciser (facultatif) 3 réponses

Histoire, si ça existe

J'ai plutôt tendance à chercher des œuvres BL non explicites; et dont le focus est tout autant sur le couple principale que sur l'histoire. Si elle ne me plaît pas, je ne lis plus.

Des trucs légers, pas prise de tête.

Quelles sont les séries que vous lisez actuellement ? 54 réponses

Aucune

sweet home

J'en suis beaucoup... surtout de la romance BL tel que love is an Illusion, Love Shuttle

Lover Boy, True Beauty, See you in my 19th life, Full Volume

Lore Olympus, Buuza!!, Finding Home, FightMe!, Help Wanted, The Blue Witch, Rectify, Heartstopper, RAINBOW!, Cupido, Kiss It Goodbye, Charity Case, Ingress Adventuring Company...

Dear Benjamin, For My Weirdo, Yours to Claim, Seeing Double, The Pawn's Revenge, Bromance, Hold Me Tight, Tamen de Gushi, Heat and Run, Dear Door, Business Performance, Out of Control, A Physical Education, Thirst, XXX Buddy, Legs That Won't Walk, Love For Sale, Mania, Full Volume, Darling For Dessert, Lucky Paradise, Mad Place, The Big Apple, My Suha, Lost in the Cloud, Blind Play, The Summer Guest, How To Snag an Alpha, Love

Level Up, Plaything, Shutline, Assorted Wildness, Under The Greenlight, BL Motel, Pian Pian, Love Shuttle, Stranger Than Friends...

Love Shuttle, Angel buddy, oui chef, Walk on Water, Lady Evil, Blood Link, King's maker, etc

The Horizon par Ji-Hoon Jung, ou bien Lore Olympus par Rahel Smythe

Beaucoup je pourrai pas tous les citer mais lookism, solo leveling, the beginning after the end, l'impératrice remarier,...

True beauty, let's play, I love Yoo, question d'âge.

Lumine

Let's Play, The God of High School, unOrdinary, Tower of God, Bj Alex

Age matters, Let's Play, Dites-moi princesse, Seule la mort attend la vilaine et plein d'autres

En ce moment je lis beaucoup de BL sur Lezhin tels que pian pian ou no love zone.

Il y en a beaucoup mais celles qui retiennent le plus mon attention sont Subzero sur Webtoon et Banana Scandal sur Tapas

Je ne lis pas de webtoons

aucune

Paramour, BJ Alex, Irrésistible innocence, On or Off, Une forme de compassion, King's maker, L'amour à tous les niveaux, Le fauve qui avala la lune, J'attendrai le printemps, L'homme nounours, Medical Rebirth

True beauty, let's play, Romance 101, my deepest secret, Tales of the unusual

Je suis en pause je recherche de bon Bl/yaoi et des plateformes afin de pouvoir les lire :/

Colossale, Hyper Ultra Giga Magical Quest, Nouveaux Départs, Eiko in Paris, Boys will be boys, La France Grise

Je lis environ une trentaine de séries hebdomadairement... Donc euh... Désolé, mais non, je fais pas la liste

Omniscient Reader, Castle Swimmer, Let's Cast off, Blades of furry

single chef, peach love, au bout du chemin, pourquoi moi, baiser fatidique, une forme de compassion, la beauté de son ame

Lore Olympus, Love advice from the great duke of hell, Colossale, Blade of Furies, Stray Soul, My roommate is a Guimyo, Prince of Southernland, god of highschool, Viral Hit, Rooftop and roommate, j'en oublie beaucoup, et j'ai probablement fais des fautes pour certains titres

Adorablement chien/ True Beauty/ Midnight Poppy Land/ Honey honey wedding/ etc..

Let's play / Unordinary / the boxer / I am the grim reaper / tombée du ciel / lecteur omniscient / l'expert de la tour tutoriel / hero ticket / château d'ambre / subzero / castle swimmer / sweet home / white blood / the god of high school / lumine / the gamer / une seconde / mage and demon queen / limit breaker / player

Let's Play. Je devrais me remettre à Castle Swimmer.

Énormément de séries boys love : ex: hyung you're my idol, hold me tight, red candy ect...

Shutline BJ Alex

Dirty Vibration, Legs that won't walk, Painter of the Night, On or Off, Down and Dirty, My Suha, Walk on Water, 19 Days, Make me Bark, Talk to me, An Innocent Sin, Sweet Home, Dead Days

La liste serait très longue mais avec quelques exemples : light & shadows, insecret, moi fille du roi, no love zone

Under the green light, love tractor, how to snag an alpha, a painter behind the curtain, addiction

Bj alex, dear door, pian pian, under the green light, une forme de compassion, love me doctor, enead, how to snag an alpha, dear Benjamin, love tractor, xxxbudy, love in sale, une forme de compassion, à propos du désir, cairo, king's maker, irrésistible innocence, single chef, on or off, l'entrepôt

Dites-moi princesse, l'enfant des ténèbres, 50 nuances de thés, au bout du chemin

Il y en a beaucoup ! Entre autres, King's Maker, Pearl Boy, Single Chef...

La seule série que je suis réellement est The Doctors are Out. De temps en temps je rattrape mon retard sur Sunny Side Skies, et fut un temps j'étais à jour sur Castle Swimmer.

J'en ai beaucoup trop sur le feu pour faire la liste.

Comment élever une momie, Après l'hiver les fleurs de cerisiers, sans amour et sans haine, irrésistible innocence

Lore Olympus, Blade of fury, Midnight Poppylan, etc

L'impératrice remariée, Cheffe ne mets pas ce rouge à lèvres, True Beauty, Midnight Poppy Land, Mon anti-fan, SubZero, Wendy la fleuriste, Question d'âge, Lecteur Omniscient, Play Flee, Nan Yak, I love Yoo, Ne m'oubliez pas, unOrdinary

wimming lesson for a mermaid - inso's law - day by day - gorae byul - kakao 79% - Tmid Palette - who made me a princess - Beatrice - One of a kind romance - our relationship is - the only love i know - odd girl out - my deepest secret - I love Yoo -

Dice, Tales Of Demons and Gods, Solo Leveling , Beginning after the End

Painter of the Night / Blind play / The Pawn's revenge

Let's play, True Beauty

Tower of God, L'Homme droit, Let's Play, unOrdinary

Love Shuttle

l'impératrice remariée, au fil des mondes, adorablement chien, vilaine fiancée du prince, honey honey wedding, z united, the permanence guy, castle swimmer, subzero, tradition olympus, wendy la fleuriste, château d'Ambre, la lune de miel de la sorcière, question d'âge, i love you, my lovely bodyguard, cffe time, diable n°4, binary, let's play, day dreamer, untouchable, this guy is my sunshine

Solo leveling, Tower of God, Wind Breaker, Lookism, Unordinary, Adventure of god, Viral Hit, The King's Avatar

Jackson's diary

C'est franchement pas une question pertinente... trop pour les citer

La Vie en gris, rupture, mechanical soul, le grand retournement

Bcp trop La plupart des réincarnations sur tappytoon, King's maker, Starlight Scandal, A capable Maid et pleins d'autres

Quel(le)s webtooners(euses) vous donnent le plus envie de lire ? (facultatif)¹¹ réponses

Mongie

Jaxxx, Aaju, Jeong Seok-Chan, Brothers without tomorrow, etc..

YAONGYI, MONGI.

Mongi

Haesin / Byeonduck / Chugong

Mongie, Yaongyi, Namsoo

Ceux qui postent régulièrement.

Lezhin

J'en suivais plus avant mais maintenant surtout doumeki sama et d'autres, parfois je découvre via des rt

Jaxx, yeong hae sin, A1

Quelles sont les adaptations qui vous intéressent le plus ? (facultatif) 10 réponses

J'aimerais beaucoup voir Heesu In Class 2, Here U Are, Jazz For Two, et Path To You adaptés en animes ! Parmi ceux déjà adaptés je ne crois pas en avoir jamais vu un seul

Pas de préférence tant que l'histoire et les dessins me plaisent...

Animé

Cheese in the trap, true beauty, itaewon class.

Let's Play, Tower of God, Noblesse, Sweet Home

Je ne comprends pas cette question.

Les adaptation en drama

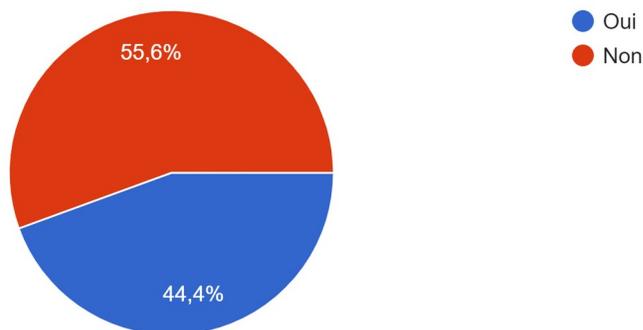
BL

Solo Leveling

Une série Let's Play serait top sinon j'aime beaucoup les adaptation animé.

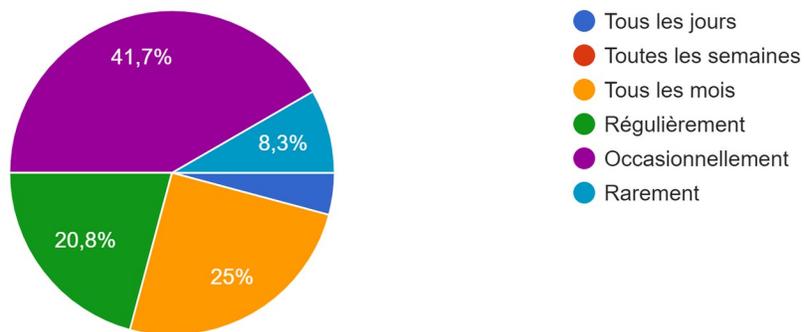
Question achat, avez vous déjà acheté des coins sur un site payant ?

54 réponses



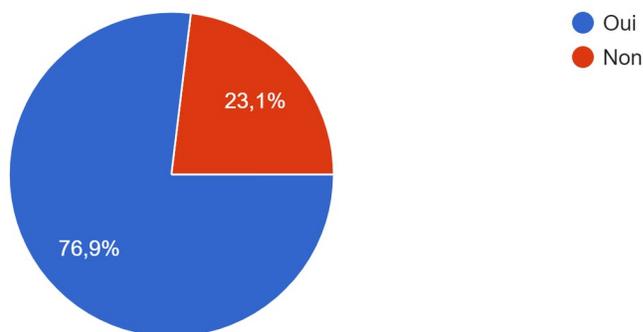
Si oui, vos dépenses se font... (facultatif)

24 réponses



Si non, lisez-vous sur des sites gratuits ? (facultatif)

39 réponses



Toujours si non, pourquoi n'achetez-vous pas de coins ? (facultatif) 17 réponses

Je n'ai pas spécialement d'argent à mettre dedans

Je suis mineur j'ai pas de source de revenus. Mes parents veulent pas payé et ne veulent pas que je dépense mon propre argent aussi...

Pas le budget pour actuellement

Pas eu l'occasion encore

J'ai du mal à dépenser de l'argent virtuellement .J'évite pour les mangas de lire les scans je préfère acheter le manga papier .Mais pour les weebtoon j'ai du mal à me dire je vais dépenser de l'argent pour lire une oeuvre

Aucune des séries que je suis assidument ne propose de contenu payant

Parce que je n'ai pas de téléphone pour en acheter

Je ne vois pas l'intérêt quand, sur Webtoon, les chapitres sont gratuit de toute façon

Pas de sous et aucun intérêt

Pas d'emploi donc pas l'argent nécessaire

L'idée d'acheter du digital me freine un peu sachant qu'on achète seulement la lecture et non l'œuvre (à la différence d'un livre papier ou quand on achète on a quelque chose de matériel, on prend compte de ce qu'on achète et moins avec le digital du coup)

Les sites gratuits n'ont pas d'oeuvres qui m'intéressent

Je ne sais pas comment ça marche

Car cela ne m'intéresse pas au point d'en acheter (à comprendre par là que si je ne lisais pas de webtoon, ce ne serait pas un drame pour moi), mis à part peut-être une série en particulier, mais comme je lis sur Webtoon il suffit d'attendre une semaine. De plus, je préfère au centuple le format papier.

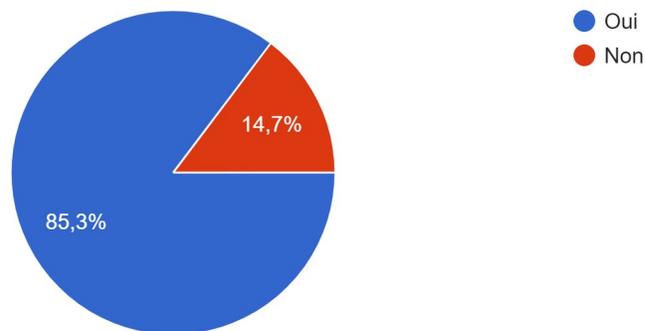
Je trouve ça cher pour ce que c'est

les coins sont chère

J'ai pas d'argent 😊 (oui je fais pitié quand même)

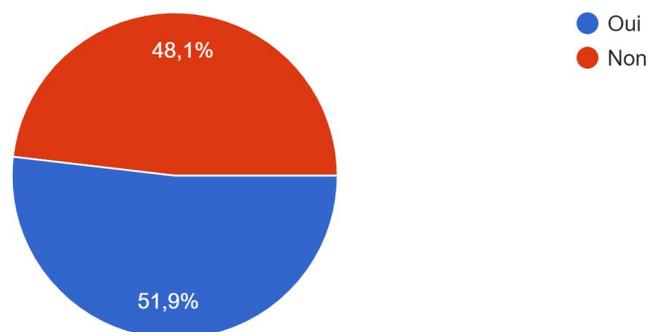
Pour celles et ceux ayant répondu oui à la question précédente, consommez-vous du webtoon sur des sites gratuits ?

34 réponses



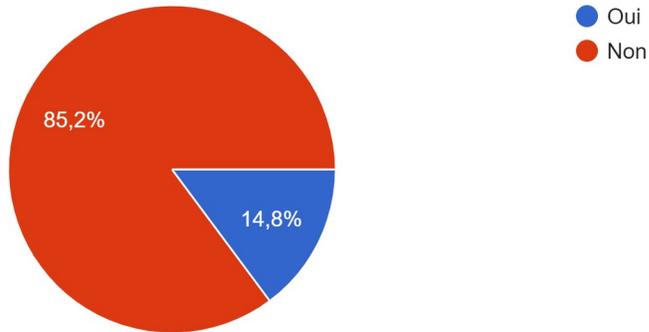
Avez-vous déjà consommé du webtoon sur un site pirate ?

54 réponses



Question goodies, avez-vous déjà acheté des produits dérivés ?

54 réponses



Si oui, qu'avez-vous acheté ? 8 réponses

J'ai acheté l'un des webtoon que je lisais

Stickers et poster

Des version physiques de certains

La version papier du webtoon, des standies

Copies papier

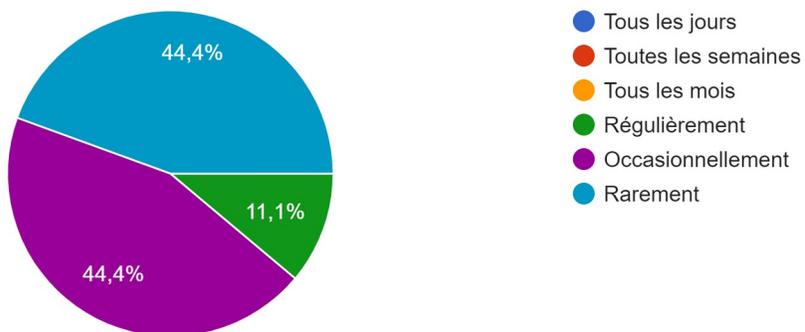
Porte-clés, acrylique stand, autocollants, peluche, serviettes, etc

Figurines, posters et livres dérivés

Rien

Toujours si oui, à quelle fréquence ?

9 réponses



Si non, pourquoi ? (facultatif) 24 réponses

Trop cher ou pas intéressant

J'ai pas vraiment cherché à acheter mais quand je vois certains produit dérivé c'était pas ouf et la qualité elle était pas bonne

Cela ne m'intéresse pas.

Pas encore de goodies qui m'attire vraiment

Parce que les goodies ne m'intéressent pas

J'achète peu de goodies en général, je n'avais as envie d'en acheter pour les séries que j'ai lues. Je n'en ai pas vu en vente d'ailleurs.

Pas de cartes de crédit ou de compte paypal pour acheter des goodies.

Je n'achète plus de merch car je constate des années plus tard que je n'en ai pas d'utilité et ça prend la poussière.

Il n'y a pas de goodies venant des webtoon qui m'intéressent, ou alors je ne les trouve pas pertinents

Je n'ai pas trouvé de goodies ou alors cela ne m'intéressait pas.

Encore une fois, pas la possibilité financièrement

Parce qu'il ne sont pas facilement procurable, on est obligé de les faire venir du japon ou de corée, mais si il y en avait de disponible en france je les achèterai surement !

Honnêtement parce que j'ai clairement plus la place de ranger des figurines ou autre dans ma bibliothèque, j'en ai déjà trop (provenant de manga ultra connus)

Souvent les goodies sont à acheter sur des sites japonais où il faut un minimum connaître le fonctionnement pour réussir sa transaction (proxi, douane) du coup je n'ai jamais franchi le pas

Je ne sais pas où acheter des goodies qui soutiendraient l'auteur et avec un prix raisonnable

Peu de goodies et les seuls disponibles sont très chers...

Je ne suis pas très très fan de base, c'est tout.

Pas eu l'occasion.

Pas d'intérêt pour les goodies

Pas vu d'intéressant pour le moment

Pas de goodies intéressants selon moi

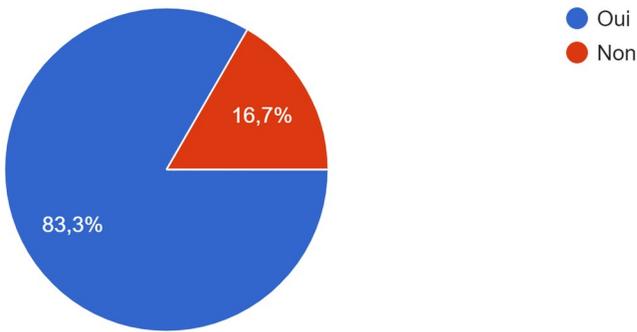
les plus intéressants sont à l'étranger

Pas d'argent

Déjà pas assez d'argent pour acheter des coins parfois 😞 Mais aussi parce que la plupart des produits ne m'intéressent pas et il faut passer par des proxys ou chercher sur des sites pas en français ou anglais

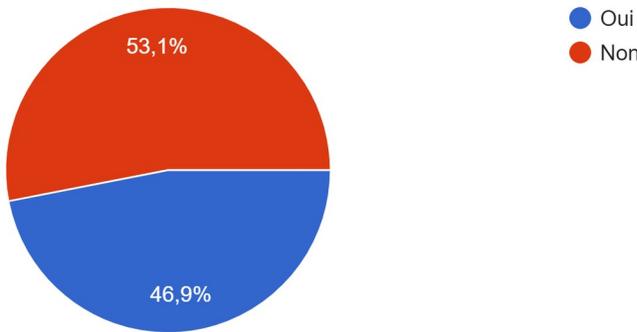
Saviez-vous qu'il existe des webtoons vendus au format papier ?

54 réponses



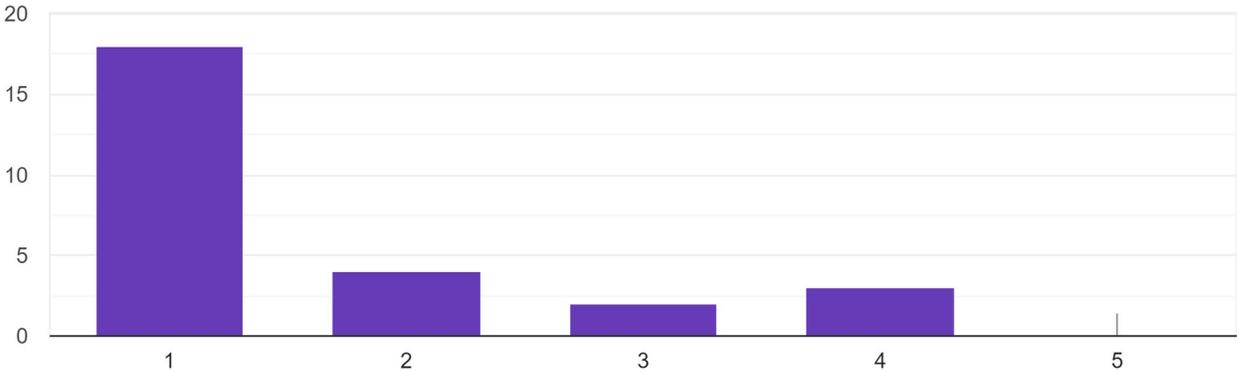
Si oui, en achetez-vous ?

49 réponses



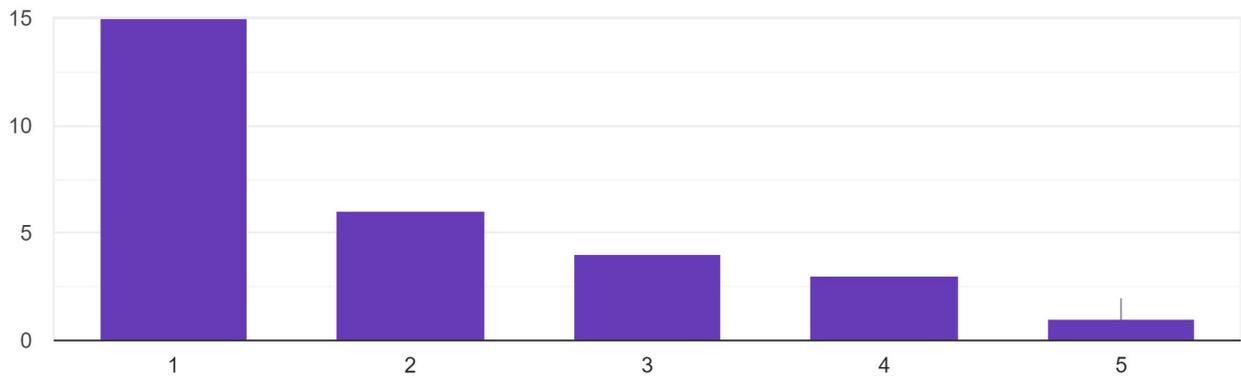
Toujours si oui, trouvez-vous l'initiative intéressante ?

27 réponses



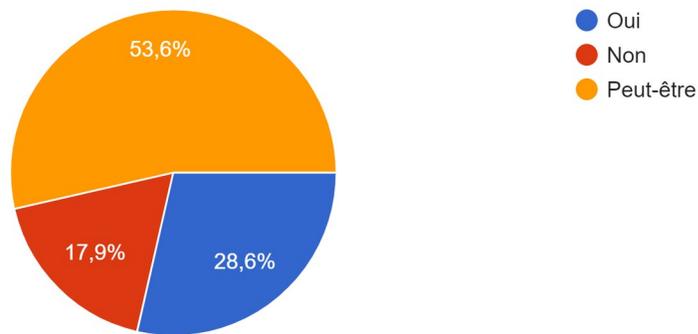
Si non, trouvez-vous tout de même l'initiative intéressante ?

29 réponses

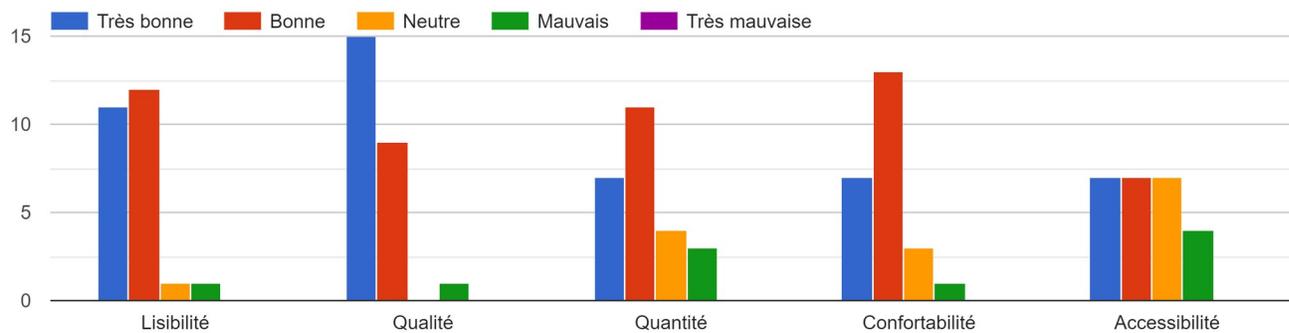


Toujours si non, allez-vous en acheter ?

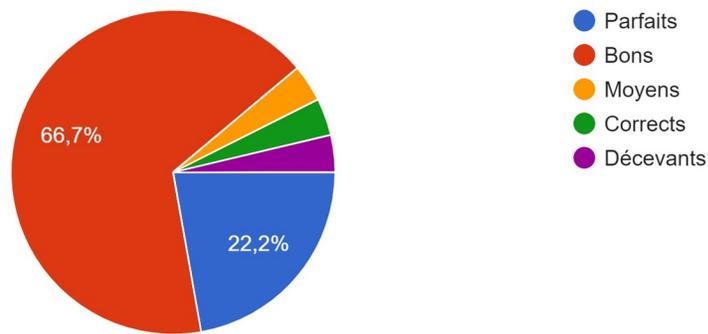
28 réponses



Pour celles et ceux qui ont lu au format papier, quelle a été votre expérience de lecture ?

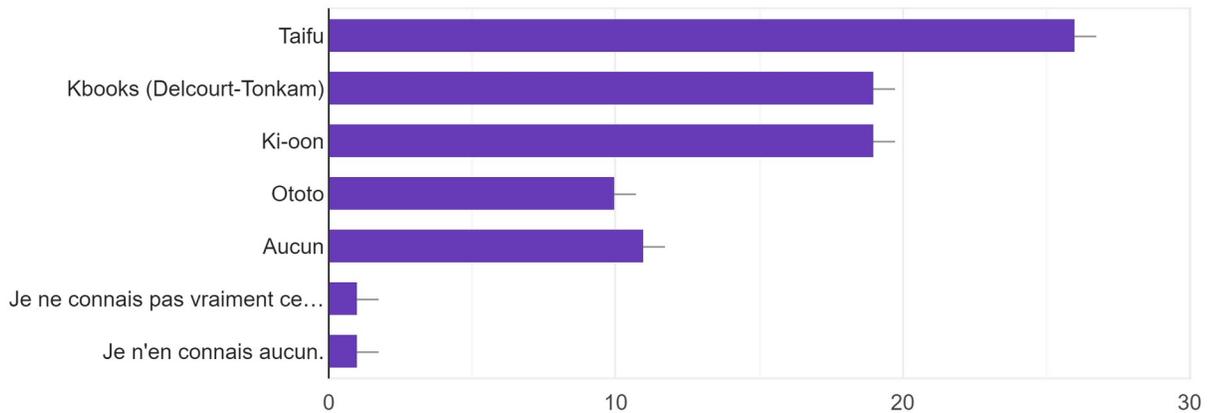


Pour celles et ceux qui ont lu au format papier, le travail éditorial et d'adaptation vous ont paru...
27 réponses



Quels éditeurs webtoon papier vous intéressent le plus ?

54 réponses



Si autre, n'hésitez pas à vous exprimer (facultatif) 3 réponses

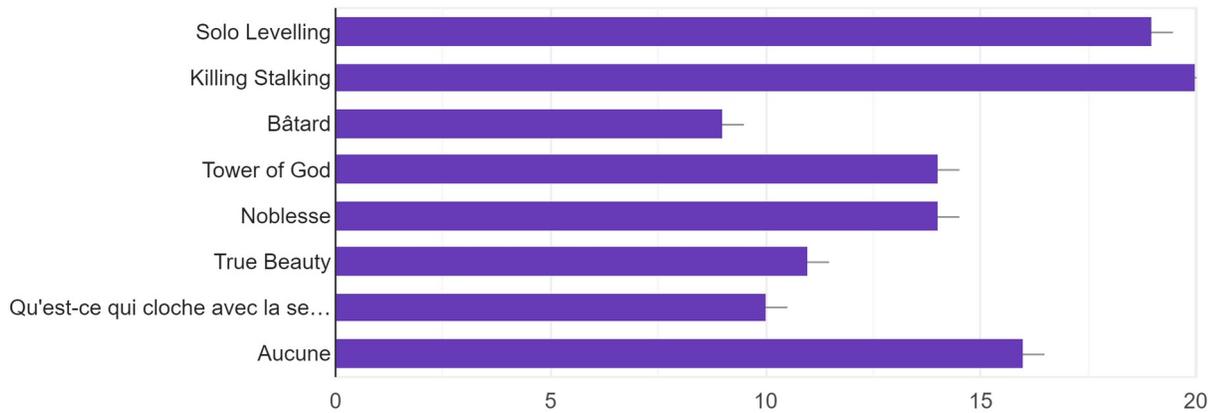
Le webtoon américain Space Boy qui est paru aux éditions Akileos

Boyslove IDP Hana édition, akata

Nazca

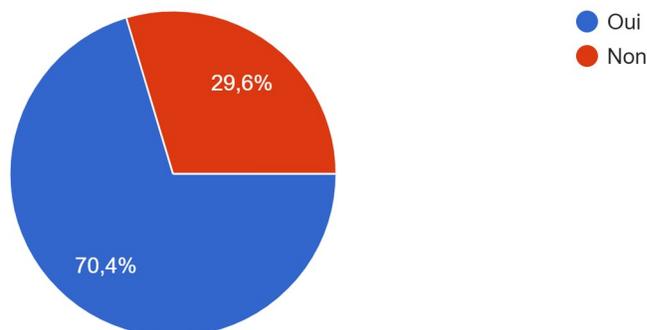
Quelles séries vous intéressent le plus parmi celles déjà parues ?

54 réponses



Voudriez-vous que des titres comme Let's play, déjà parus à l'étranger, soient traduits en français ?

54 réponses



Si oui, lesquels ? (facultatif) 14 réponses

Sign, Dear Door, At the end of the road, Here you are

Je n'ai pas d'idée spécifique, mais c'est intéressant de rendre des histoires plus accessibles à ceux qui ne parlent pas anglais

On Or Off, Blood Bank, Wolf in The House, BJ Alex... tous en fait, j'aimerais voir plus de choix au niveau des webtoons BL, GL et romances hétéro en format papier en France

Let's play.

Let's Play, Bj Alex

Romance 101, I love yoo, she's my type

Viral Hit, Lookism ou même plein d'autres, pour la même raison que les manga sont édités sur papier, je trouve ça cool de pouvoir collectionner et d'avoir dans sa bibliothèque les titres qu'on apprécie

Des boys love, il en a beaucoup qui sont très bons (comme bj alex) et qui n'auraient aucun mal a ce vendre en france.

Dites-moi princesse

Des BL. Ceci dit, ça me dérange pas de lire en anglais.

Je ne sais pas

Beginning After the End

Let's play

Bj Alex

Si non, pourquoi ? (facultatif) 10 réponses

Je lis les webtoons en anglais :)

C'est surtout que je n'ai pas de titres qui me viennent en tête! Autrement, je suis pour

Je mets non car je n'ai pas besoin spécialement que ça soit traduit en français, l'anglais me suffit (mais j'ai tout de même besoin d'une traduction au final, vu que je ne sais pas encore lire le japonais, le coréen ou le chinois)

Ce n'est pas mon style de lecture

Je n'ai pas en tête de webtoons que j'aimerais voir en papier. Si j'ai dépensé des coins sur un webtoon, j'ai du mal à me motiver pour l'acheter en papier (ça fait très cher au final pour le consommateur) ou alors pour des séries que j'adore...

Je ne connais pas

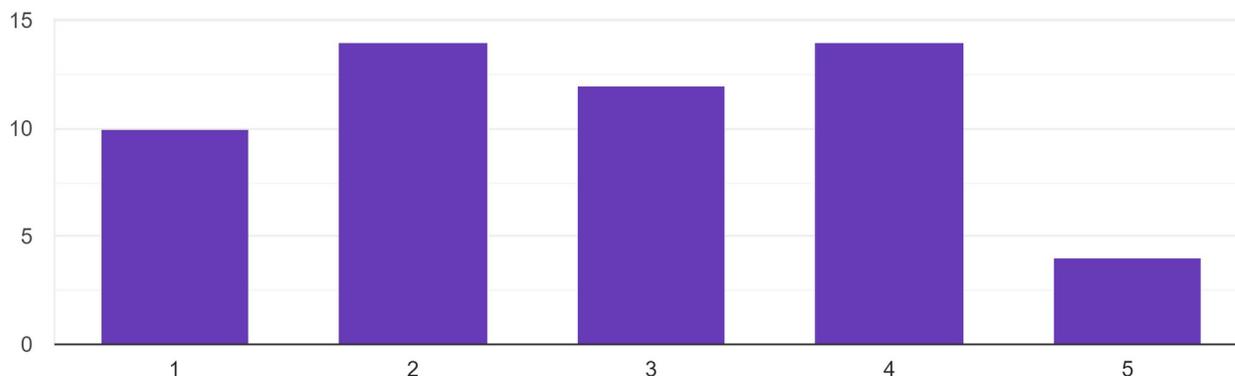
Je ne connais pas de titre sorti à l'étranger.

Pas d'intérêt

Je ne la connais pas

Les webtoons au format papier (relié, pages couleurs) sont vendus aux alentours de 15 euros, cela vous semble-t-il correct ?

54 réponses



Enfin, selon vous, quelles séries pourraient faire l'objet d'une parution papier ?
(facultatif)²¹ réponses

sweet home

A good day to be a dog, See you in my 19th life, Viewfinder (뷰파인더), Unromantic

BJ Alex vu la popularité de la série. Je croise les doigts pour que le succès de Killing Stalking donne à Taifu l'envie d'en publier d'autres et peut-être même d'en sortir dans leur collection Yuri !

Back to School, Cover up

The Horizon, cité précédemment. Mais la mise en page (étant pensée par rapport au fait de scroller vers le bas) est vraiment bien faite. En format papier, c'est à voir comment cela peut rendre.

I love Yoo.

The God of High School, unOrdinary, Sweet Home

God of Highschool, Lookism, lore Olympus en a déjà une mais pas encore France, BJ Alex aussi

Honey honey wedding / Midnight Poppy Land

Let's Play, si ce n'est pas déjà le cas.

*Les titres que je vais donner sont des boys love : Bj alex, on or off, walk on water, cherry blissom after winter, the painter of the night, love or hate, kiss me liar, dear door et beaucoup d'autres qui sont d'ailleurs déjà édités en version papier en corée et au japon.

Legs that won't walk, Walk on Water, Dirty Vibration, On or Off, BJ Alex, 19 Days

19 days, here u are ...

Celles déjà sorties en papier ailleurs: bj alex, on or off, sinon toutes les œuvres de Jaxx

Dites-moi princesse

BJ Alex, King's Maker

SubZero, et plus de BL (BJ Alex par exemple)

Traditions Olympus

Beaucoup de webtoon BL comme L'homme droit par exemple.

Wind Breaker, Pigpen, Delusion

BJ alex

Remarques ou commentaires¹¹ réponses

Bon courage pour ton questionnaire et tes études !!!!

Bon courage pour votre projet !!!

Fighting!!

Ce questionnaire était très sympa, bon courage pour la suite !

J'ai répondu au questionnaire, mais au final, je ne me suis pas vraiment sentie concernée par la plupart des questions. Désolée!

Questionnaire très intéressant, merci.

Bon projet :)

Beaucoup de mal à trouver des webtoon qui m'intéresse sur la durée. Donc j'en consomme très peu. Et je me lasse du format scrolling qui est vite limité, étant sensible à la mise en page.

Bon courage pour ce projet (je sais pas trop quoi dire d'autre j'ai du mal à m'exprimer désolé 😊)

Je ne sais pas quelle est ta filière ni quel est ton projet mais ce questionnaire me semble encore une fois (pour tous ceux que j'ai pu répondre) incomplet. Déjà utiliser google docs pour un travail de M2... c'est très moyen si on t'a vraiment appris à faire ton boulot correctement. Pour ce qui est du contenu il y a bien trop de questions facultatives et on se perd très vite (du fait, surtout, de l'inadaptabilité de gdocs à faire quelque chose de propre et correct). Ensuite tu n'abordes pas où très peu la question de la qualité (à part une question sur le webtoon papier...) du webtoon de manière générale. Alors qu'il y a énormément à dire sur les pratiques de ces entreprises, réutilisations de traductions, fautes de traductions, français incorrect, retraduction d'un autre traduction, et j'en passe... Si tu veux des exemples pour pousser ton questionnaire tu peux aussi approfondir vers le côté de la Corée, leur méthode de fonctionnement, etc... La vitesse contre la qualité, le copié/collé de l'œuvre originale sans adaptation qui parfois traduit la non compréhension du texte par la personne... etc... etc etc. Ce qui joue un rôle dans la mentalité des dirigeants français qui ne s'intéressent nullement à la qualité

Insérer d'autres catégories d'âge. Le lectorat semble plus varié. (J'ai 55 ans)

Annexe 8 : Demandes de droits de reproduction

Demande d'autorisation : Boy Will Be Boys de Pralinus

Échanges faits le 6 août 2021 sur Instagram :

- Bonjour Pralinus,

Je travaille en ce moment sur le webtoon pour mon mémoire et je me demandais si tu m'autoriserai à utiliser quelques captures d'écran de ton œuvre pour illustrer mon travail ?

- No soucy go go go

C'est top comme sujet. Quelle problématique ?

- Comment un produit typiquement coréen a su se développer pour devenir une production internationale ? Oui ça parle de mondialisation en somme d'un point de vu éditorial et stylistique... mes années histoires de l'art me rattrapent. Tu as un copyright à me communiquer ?

- Euh pralinus ?

- Okay je mettrais Pralinus alors.

- Ca me semble très bien.

Demande d'autorisation : Eyes on Me de Loonytwin

Échanges faits le 6 août 2021 sur Instagram :

- Hello,

My name is Andres Camps, I am a french student in master 2 publishing and I am currently working on the webtoon. I'm talking about Eyes on me in my thesis because I describe many apps like Tapas who diffuse webtoon in Europe or America.

Can I use some images to illustrate my point? If so, what is the copyright to use?

Sincerely,

Andres Camps, Master 2 publishing, Jean-Jaurès University, Toulouse, France

- Hello! Thank you for asking for permission, no problem you can use images for your work as long as no monetary compensation is involved with my work, good luck on your thesis!
- Thank you so much, so I indicate Loonytwin for the copyright. No my thesis will not be monetized, no problem with that.
- Thank you again and good luck!
- Thank you too ! That will help me.

Demande d'autorisation : Family Rush de Ukemono

Échanges faits le 6 août 2021 sur Instagram :

- Hello,

My name is Andres Camps, I am a french student in master 2 publishing and I am currently working on the webtoon. I'm talking about Family Rush in my thesis because I describe many sites like Bonsai éditions who diffuse webtoon in Europe or America.

Can I use some images to illustrate my point? If so, what is the copyright to use?

Sincerely,

Andres Camps, Master 2 publishing, Jean-Jaurès University, Toulouse, France

- Good afternoon! yes, you can use multiple illustrations. with regard to copyright, then on my behalf, it is enough to indicate the name of the comic and the author - Ukemono. Perhaps you should check with Bonsai Editing themselves, as they are publishers in French and can more accurately answer questions about copyright.
- Thank you so much for your answer. I will write your name so it will be fine, after all you're the author, your permission is the more important for copyright authorization. And I will indicate the publisher too perhaps.
- Good luck in your business!
- Thank you and good luck for your business too.

Demande d'autorisation : Soma de Thalie Shelen

Échanges faits le 7 août 2021 sur Instagram :

- Bonjour,

Je me présente, je suis Andres Camps, un étudiant en master 2 édition de l'université Jean-Jaurès de Toulouse. Je vous contacte car je travaille actuellement sur le webtoon et en parcourant le catalogue de Webtoon Factory, je suis tombé sur votre BD Soma.

Je souhaiterais pouvoir utiliser quelques screen shot de cette dernière lorsque je développerai sur les applications francophones produisant du webtoon. Cela est-il possible ? Si oui, quel est le copyright à utiliser ?

Merci d'avance pour votre réponse.

Cordialement, Andres Camps, M2 édition, Université Jean-Jaurès, Toulouse

- Salut Andres,

Merci pour ton message.

Pas de soucis pour que tu utilises quelques screenshots de la série. C'est pour quel genre de travail ? En terme de références, il faudrait juste que tu cites le nom de la bd, les auteurs et l'éditeur/diffuseur. Ainsi qu'un petit lien vers la série si c'est un document numérique, ce serait top.

Bonne soirée !

Demande d'autorisation : Crescendo de Kuso Taisa

Échanges faits le 7 août 2021 sur Instagram :

- Hello,

My name is Andres Camps, I am a french student in master 2 publishing and I am currently working on the webtoon. I'm talking about Crescendo in my thesis because I describe many sites like Yurai éditions who diffuse webtoon in Europe or America.

Can I use some images to illustrate my point? If so, what is the copyright to use?

Sincerely,

Andres Camps, Master 2 publishing, Jean-Jaurès University, Toulouse, France

- Hello! Thank you for asking permission, it's alright to use the image as long as there is credit (and maybe link to the original comic)

Demande d'autorisation : Dreamwalker de Magikfire

Échanges faits le 7 août 2021 sur Instagram :

- Hello,

My name is Andres Camps, I am a french student in master 2 publishing and I am currently working on the webtoon. I'm talking about Dreamwalker in my thesis because I describe many sites like Bonsaï éditions who diffuse webtoon in Europe or America.

Can I use some images to illustrate my point? If so, what is the copyright to use?

Sincerely,

Andres Camps, Master 2 publishing, Jean-Jaurès University, Toulouse, France

- Hello Andres, thank you for reaching out to me. May I know the context in which Dreamwalker will be used in your paper? thank you

- Yes, I write actually about apps and sites who use webtoon. And for that I want to expose some titles like yours in Bonsaï édition and other for demonstrate the international phenomenon of webtoon

- If its just a mention of the title then sure, please use this link to credit me (<https://linktr.ee/Magikfire>)

Demande d'autorisation : Crescendo de Kuso Taisa

Échanges faits le 7 août 2021 sur Instagram :

- Bonjour, je me présente, je suis Andres Camps, un étudiant en master 2 édition à l'université Jean-Jaurès de Toulouse, en France. Je travaille actuellement sur le webtoon et en parcourant le catalogue de Yurai éditions, j'ai remarqué Héritage. Je voudrais si possible utiliser des screen shot pour illustrer mon mémoire, cela est-il possible ? Si oui, quel est le copyright à noter ? Merci d'avance pour la réponse. Cordialement, Andres Camps, M2 édition, Université Jean-Jaurès, Toulouse, France.

- Bonsoir ! Oui bien sûr vous pouvez les utiliser tant que le crédit est joint à l'image y a pas de souci. Vous pouvez simplement écrire mon pseudo Instagram ainsi que le titre de mon webtoon !
Par exemple : "Héritage : le Destin d'une Sang-Mêlée par Khloq (IG : khloq_art)

Demande d'autorisation : Phallaina de Marietta Ren

Échanges faits le 11 août 2021 sur Instagram :

- Bonjour Madame,

Je suis un étudiant travaillant actuellement sur le webtoon et j'aborde également certains passages sur la bande dessinée numérique.

Pour illustrer mon travail, je souhaiterais utiliser si possible des images issues de votre bande défilée Phallaina.

Cela est-il possible ?

Si oui, quel est le copyright à utiliser ?

Merci d'avoir pris le temps de lire ce message.

Cordialement,

Andres Camps

étudiant en Master 2 édition imprimée et numérique, Université Jean-Jaurès, Toulouse

- Bonjour, merci pour votre message. Vous avez l'autorisation. Il suffit juste d'indiquer en dessous des images. Copyright Marietta Ren/SmallBang. Bon courage pour votre Master. Marietta

Demande d'autorisation : Between Us de Noru

Échanges faits le 6 août 2021 sur Twitter :

- Hello, My name is Andres Camps, I am a student in master 2 publishing and I am currently working on the webtoon. I would like use images of Between Us to illustrate my point. Are you okay with that ? If so, what is the copyright to use? Sincerely, Andres Camps, Master 2 publishing, Jean-Jaurès University, Toulouse

- Hi. I read the message well. I don't understand exactly what my work is used for. However, if it is not for commercial use, it is possible under the condition that the title of the work and the author are written. Also, please refrain from using images that are too much to be a spoiler. Have a nice day.

Demande d'autorisation : The Journal of Hiroki de Kelvyn JY

Échanges faits le 11 août 2021 sur Twitter :

- Ah au fait, le Journal d'Hiroki apparaît dans mon mémoire sur le webtoon, tu es d'accord pour ça ?
- Ça me touche vraiment. Oui je le suis.
- En copyright je mets Kelvyn JY ?
- Oui, c'est le nom que j'utilise pour les histoires sur Akihiko et Hiroki.

Demande d'autorisation : Un prince sur la glace de Monpetit

Échanges faits le 12 août 2021 sur Pixiv :

- Hello,

I'm a French student who studies webtoons, webcomics and others digital born comics.

I discover your work Do you fall in love with the prince on the ice ! in the french version of Coolmic.

Can I use some pictures for illustrate my thesis ?

If yes, what is the copyright ?

Sincerely,

Andres Camps

Master 2 publishing, Jean-Jaures University, Toulouse, France

- Dear Andres

Hello, nice to meet you.

Thank you for contacting us.

I'm not good at English, so I'm sorry I'm not good at it.

I'm glad you like the manga

The image is used in the treatise, but it can be used when it is used only in the school, such as when submitting to a teacher. In that case, it is possible if it is about 1 to 5 pages.

I am very happy that manga culture is loved in France. I hope you will have a good treatise. Please do your best while enjoying your student life. With love from Japan. From Monpetit.

Demande d'autorisation : Djinkans : Les Chroniques de la Grande Chasse de Emrad

Mail envoyé le 8 août 2021 :

Bonjour Monsieur

Je suis un étudiant travaillant actuellement sur le webtoon et j'aborde également certains passages sur la bande dessinée numérique. J'ai pris contact auprès de Turbomédia Interactive qui m'a donné vos coordonnées. Je voudrais utiliser votre travail Les Jeunes pousses pour illustrer certaines comparaisons avec les webtoons de mon mémoire. Cela est-il possible ? Si oui, quel est le copyright à utiliser ?

Merci d'avoir pris le temps de lire ce message.

Cordialement,

Andres Camps, M2 édition, Université Jean-Jaurès, Toulouse.

Réponse reçue le 8 août 2021 :

Bonjour,

D'abord merci d'avoir pris la peine d'en faire la demande. Quand ça entre dans le cadre de la recherche universitaire cela entre dans ce qu'on appelle le "fair-use". Ceci à condition d'en utiliser un nombre limité, de bien nommer l'œuvre, son auteur et l'année de publication et ne pas sortir de ce cadre. Par exemple, mon webcomics ne s'appelle pas "Les jeunes pousses" c'est seulement le titre du 1er chapitre de ma BD qui s'appelle "Djinkans : Les chroniques de la Grande Chasse." Donc pour vous répondre, oui vous pouvez en utiliser quelques images.

Cordialement,

Karamba Dramé (Emrad)

Demande d'autorisation : Hong Kong Comics de Urban Comics

Demande faite via formulaire le 6 août 2021

Réponse reçue le 9 août 2021 :

Bonjour Andres,

Merci pour l'intérêt que vous portez pour notre maison d'édition. Si votre mémoire n'est pas commercialisé, dans ce cas-là OK.

Bonne journée,

L'équipe d'urban

Demande d'autorisation : captures d'écran de Webtoon Factory

Mail envoyé le 7 août 2021 :

Bonjour Madame, Monsieur,

Je me nomme Andres Camps, je suis un étudiant en master 2 édition et je travaille sur le webtoon. Pour illustrer certains passages, je souhaiterais utiliser des captures d'écran de votre site, cela est-il possible ? Si oui, quel est le copyright à noter ?

Cordialement,
Andres Camps, M2 édition, Université Jean-Jaurès, Toulouse.

Réponse reçue le 9 août 2021 :

Bonjour Andres,
Vous pouvez utiliser des captures d'écrans afin d'illustrer votre travail.
Vous devez néanmoins utiliser un copyright sur chacune des images.
Voici le copyright à utiliser : ©WebtoonFactory.
Je vous remercie.

Bien à vous,
L'équipe Webtoon Factory

Demande d'autorisation : Dice de Nazca éditions

Mail envoyé le 6 août 2021 :

Bonjour Madame, Monsieur,

Je suis un étudiant travaillant actuellement sur le webtoon.
Pour illustrer mon travail, je souhaiterais utiliser si possible des images issues de votre ouvrage Dice publié dans la collection Scroll.
Cela est-il possible ?
Si oui, quel est le copyright a utilisé ?
Merci d'avoir pris le temps de lire ce message.

Cordialement,
Andres Camps
Étudiant en Master 2 édition imprimée et numérique, Université Jean-Jaurès, Toulouse

Réponse reçue le 9 août 2021 :

Bonjour Andres,

Dans l'idée pas de soucis du tout tu peux le reproduire et pour le copyright c'est ce qu'il y a à la fin du bouquin.

Si t'as besoin d'images ou d'autres choses n'hésite pas.

Est-ce possible juste de savoir pour quel travail c'est ? Pour un mémoire il y aura pas de soucis mais si c'est autre chose j'avoue que ça va dépendre.

Camille

Demande d'autorisation : Tower of God de Ototo

Demande faite via formulaire le 6 août 2021

Réponse reçue le 10 août 2021 :

Bonjour,

Tout d'abord, nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre maison.

Si vous souhaitez utiliser des planches de Tower of God, il est nécessaire d'y faire apparaître le copyright de la série, que voici : Tower of God ©2010 by SIU All rights reserved.

Nous vous souhaitons bon courage dans votre projet !

Cordialement,

L'équipe Ototo

Demande d'autorisation : Killing Stalking de Taifu

Demande faite via formulaire le 6 août 2021

Réponse reçue le 17 août 2021 :

Bonjour,

Tout d'abord, nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre maison. Les couvertures de nos titres sont libres de droit, vous pouvez donc les utiliser comme cela vous chante, tant qu'aucune modification n'y est faite. Concernant les planches, il est obligatoire de faire apparaître le copyright de l'œuvre, que voici : Lezhin © 2016 Koogi. All Rights Reserved.

Nous vous souhaitons bon courage dans votre projet !

Cordialement,

L'équipe Taifu

Demande d'autorisation : Baptist et Bâtard de Ki-oon

Mail envoyé le 6 août 2021 :

Bonjour Madame, Monsieur,

Je suis un étudiant travaillant actuellement sur le webtoon.

Pour illustrer mon travail, je souhaiterais utiliser si possible des images issues de votre ouvrage *Bâtard* publié dans la collection Toon.

Cela est-il possible ?

Si oui, quel est le copyright à utiliser ?

Autre question : puis-je également utiliser des images provenant de votre manhwa *Baptist* ?

Merci d'avoir pris le temps de lire ce message.

Cordialement,

Andres Camps

Etudiant en Master 2 édition imprimée et numérique, Université Jean-Jaurès, Toulouse

Réponse reçue le 8 septembre 2021 :

Bonjour,

Nous avons bien reçu votre mail et nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre maison ! Veuillez nous excuser pour le retard de notre réponse.

En ce qui concerne votre demande, voici les copyrights à utiliser :

Bâtard : ©2020. Youngchan Hwang, Carnby Kim All Rights Reserved.

Baptist : ©2009 by YU Gyung-won, MUN Sung-ho, Daewon C.I. Inc.

Nous vous souhaitons bon courage dans la réalisation de votre travail de recherche, ainsi qu'une bonne journée.

Cordialement,

L'équipe de Ki-oon

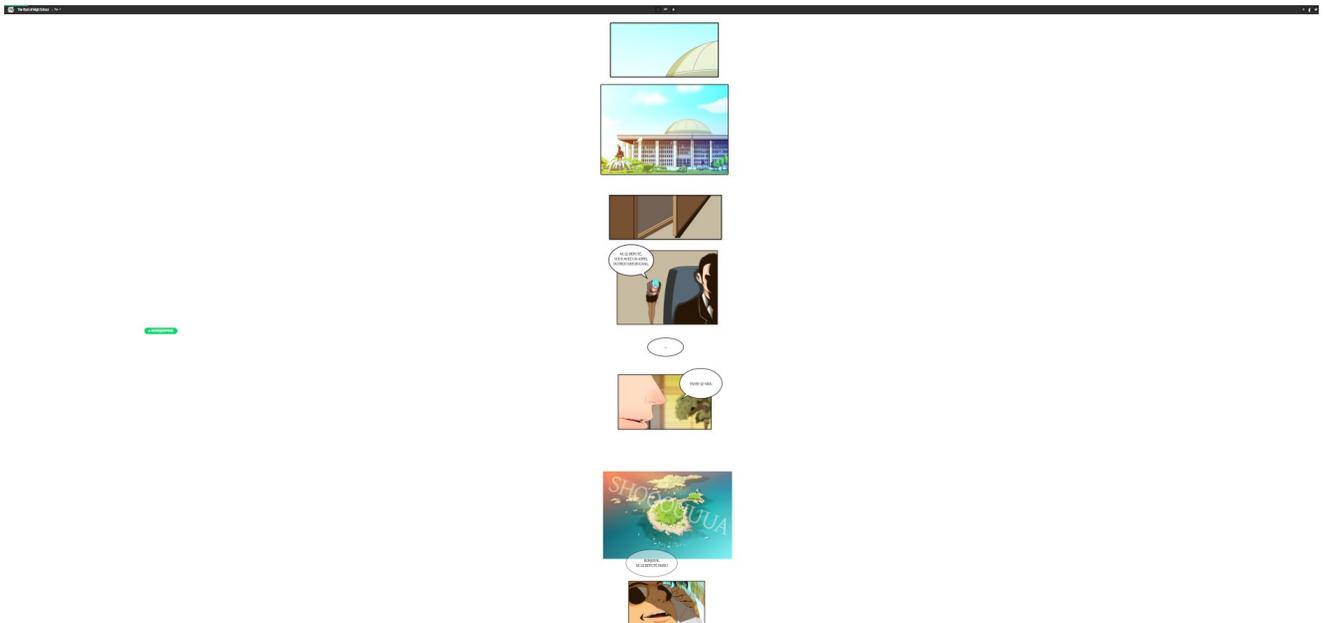
Annexe 9 : Bases pour le projet éditorial



Couverture de l'édition coréenne du tome 1. © 2011 Yongje Park



Couverture de l'édition coréenne du tome 2. © 2011 Yongje Park



Première série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.



Deuxième série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.



Troisième série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.



Sixième série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.



Septième série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.



D

Huitième série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.



TOP

Neuvième et dernière série de cases de The God of High School. © 2011 Yongje Park / Webtoon Entertainment Inc.