

La BD numérique à la limite des frontières

Dorine Godard

▶ **To cite this version:**

Dorine Godard. La BD numérique à la limite des frontières. Sciences de l'information et de la communication. 2016. dumas-01858256

HAL Id: dumas-01858256

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01858256

Submitted on 20 Aug 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Dorine Godard

Université Toulouse - Jean Jaurès
UFR d'Histoire, Arts et Archéologie
Département Archives et Médiathèque

La BD numérique

À la limite des frontières



Mémoire de Master 2 Édition imprimée et électronique
Sous la direction de Fabrice Badorc
Et la codirection de Clarisse Barthe-Gay

Septembre 2016

UFR d'Histoire, Arts et Archéologie

Département Archives et Médiathèque

Dorine Godard

LA BANDE DESSINÉE NUMÉRIQUE À LA LIMITE DES FRONTIÈRES

Mémoire de Master 2 Édition imprimée et électronique

Sous la direction de Fabrice Badorc

Et la codirection de Clarisse Barthe-Gay

Septembre 2016

REMERCIEMENTS

Je voudrais commencer par remercier chaleureusement mon directeur de mémoire, Fabrice Badorc, libraire de la librairie Terres de légendes à Toulouse, et qui pendant toute cette année m'a éclairé sur le monde de la BD et n'a eu de cesse d'enrichir mon travail.

Mes remerciements vont également à Clarisse Barthe-Gay qui a accepté de codiriger mon travail, m'apportant son aide dans son élaboration et son écriture.

Mes pensées vont à l'équipe organisatrice du Festival BD'répian, qui m'a soutenu pendant mes moments de doute. Travailler avec vous est un plaisir et rejoindre l'équipe m'a permis de mieux connaître le monde de la BD. Je tiens tout particulièrement à remercier Michel Rius, *alias* Mic, qui sur les bancs de l'école m'a donné le goût de la BD.

Merci à toutes les personnes qui, parfois sans le savoir, ont rendu ce travail possible grâce à nos échanges ou par leur gentillesse : ClemKle ; BatRaf ; JL Mast ; José Luis Munuera, Corinne Soustiel, Thierry Coppée, Maud-Cécile Carette et Christophe Bara.

Je tiens également à remercier les personnes qui m'ont autorisée à utiliser leurs créations pour illustrer mon travail : ClemKle (encore une fois) ; Thomas Borgniet (*alias* Tom) ; Marietta Ren ; Piak ; Hervé Créach ; Matt Huynh et les éditions Delcourt.

Un merci tout particulier à mon équipe de relecture, pour sa gentillesse, son efficacité et son aide plus que précieuse : Cathy Godard ; Typhaine Gilles ; Helena Fekroun ; Camille Alric ; Quentin Dolques et Etienne Dumont.

Je ne serais que trop remercier mes ami-e-s qui m'ont aidé et permis de supporter ces longs mois de recherche et de rédaction, en particulier : Kévin Soulhol, Damien Tornincasa, Estelle Niedzwiedz, Clara Guevara, Laura Graziani et Denis Tonpla.

Et bien sûr, un énorme merci à mes parents et ma sœur. Merci de votre aide et votre soutien et cela depuis toujours.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS **2**

SOMMAIRE **4**

INTRODUCTION **6**

CHAPITRE 1 – LA BD PENSÉE EN NUMÉRIQUE **10**

I. LA BD : UN FORMAT DIFFICILE À DÉFINIR 10

II. L'ÉCRAN COMME NOUVELLE PLANCHE 21

III. LE TURBOMÉDIA 34

CHAPITRE 2 – UN SYSTÈME ÉDITORIAL À REDÉFINIR **44**

I. UNE RECHERCHE CONSTANTE D'ATTRACTIVITÉ 44

II. LA PLACE GRANDISSANTE DU TRANSMÉDIA 49

III. VERS UNE DISPARITION DES ÉDITEURS ? 57

CHAPITRE 3 – PROJET ÉDITORIAL : UN TURBOMÉDIA **66**

I. CONCEPTION DU PROJET ÉDITORIAL 66

II. PRODUCTION DU TURBOMÉDIA 69

III. DIFFUSION DE LA BD 77

CONCLUSION **80**

BIBLIOGRAPHIE **82**

SOURCES **92**

TABLES DES ILLUSTRATIONS **96**

TABLES DES MATIÈRES **98**

ANNEXES **102**

ANNEXES DU PROJET ÉDITORIAL **116**

INTRODUCTION

Lorsque nous parlons de bande dessinée en France, il s'agit bien souvent de la bande dessinée franco-belge, qui a connu son heure de gloire dans les années soixante-dix et qui reste solidement attachée au format cartonné. Cette période, aussi appelée l'âge d'or de la BD franco-belge, a permis à la BD de prendre son essor en France. Toute une génération va alors grandir avec les grands noms de la bande dessinée comme Franquin, Morris, Goscinny, etc., et certaines maisons d'éditions vont se développer comme Dupuis, Dargaud, Casterman, etc. Il est intéressant de noter que bien que le terme de bande dessinée désigne tout récit en images, en France seule la BD franco-belge est appelé ainsi. Nous distinguons donc la bande dessinée américaine (les comics) de la bande dessinée asiatique (les mangas et les *manhwa*[1]).

Bien que la bande dessinée soit née, d'une certaine manière, en Europe avec Rodolphe Töpffer dans les années 1830[2], l'Amérique a permis à ce format de se développer et de se définir. En effet, le phénomène des *comics trips*[3] s'est développé au point de permettre la naissance des premiers *comic books* dans les années 1930. C'est à ce moment-là qu'a eu lieu l'âge d'or des comics, avec la naissance des super-héros qui vont avoir un grand succès auprès du public (Superman, Batman, Captain America, etc.). C'est un véritable phénomène qui a réussi à perdurer malgré quelques essoufflements. Dans les années soixante, nous assistons alors à ce que nous pouvons alors appeler l'âge d'argent des comics, avec la reprise de certains super-héros par DC Comics, puis les années soixante-dix marquent

1. Le *Manhwa* (만화/漫畵, en coréen) désigne la bande dessinée coréenne.

2. Rodolphe Töpffer (1799-1846) est un auteur de bande dessinée suisse à qui l'on attribue la paternité du médium avec l'*Histoire de Mr Jabot*, (Genève, 1833). Il en est également le premier théoricien avec son ouvrage *Essai de Physiognomonie* (Genève, 1845).

3. Les *comic strips* sont des bandes dessinées, composées de quelques cases et généralement en bandeau, publiées dans la presse quotidienne.

l'âge de bronze des comics et de la domination des histoires de super-héros. La période actuelle marque le grand retour des super-héros grâce au cinéma (Superman, Spiderman, les X-men, etc.) et la naissance des *webcomics* qui marque l'entrée des comics dans l'ère du numérique.

Face au phénomène comics, seul le manga semble arriver à se faire une place. Celui-ci est un des formats les plus jeunes de la bande dessinée et semble encore dans son âge d'or, cela depuis les années quatre-vingt-dix. Très apprécié par la jeunesse, son succès semble lié aux films d'animation et aux séries d'animation.

Il semble donc qu'à notre époque le succès d'une bande dessinée soit à mettre en corrélation avec son succès sur l'écran. Ce phénomène touche l'ensemble de la production éditoriale, puisqu'il n'est pas rare de voir un roman devenir un *best-seller* après une adaptation cinématographique. Ce qui est surprenant ici, c'est que seule la BD franco-belge semble déroger à la règle. Nous pouvons donc définir un premier constat : l'attractivité, qu'offre le cinéma par exemple, semble être le principal but recherché par le lecteur. À l'heure du tout numérique, il semble que celle-ci se retrouve plus sur un écran que sur une feuille de papier…

L'édition a compris ce problème et cherche depuis des années à trouver une nouvelle forme de publication qui permettra à la BD de prendre un nouveau départ et de retrouver un public. L'intérêt étant de dépoussiérer un format perçu comme démodé par la nouvelle génération et quoi de mieux pour cela que le numérique. Plusieurs choses ont été tentées pour déplacer la BD du papier à l'écran : publications sur disquette, CD-ROM, *e-book*, web et application. D'abord en version homothétique, puis enrichie, les publications numériques ont commencé à évoluer vers des ouvrages plus attractifs et interactifs en se basant sur les succès d'aujourd'hui : l'animation et le jeu vidéo.

Cependant, en se rapprochant des autres formats la bande dessinée prend le risque de se perdre elle-même. En effet, un livre numérique qui ne serait composé que d'images animées serait-il toujours de la BD ? Un *e-book dans*

lequel les cases s'animent dans des petites saynètes audio peut-il être considéré comme une BD ? Et comment différencier un jeu d'une BD lorsqu'une application propose par de multiples actions de changer une histoire ?

Pour répondre à toutes ces questions, il est important de savoir ce qu'est la bande dessinée. L'objectif de ce mémoire n'est pas de donner une définition définitive, cela est impossible et la bande dessinée a la particularité de réussir à adapter sa forme aux possibilités de son époque. Il nous faut alors essayer de dégager ce qui pourrait être son essence, quelques éléments sans lesquels nous basculons d'un format à un autre. Il convient de commencer par rechercher dans la bande dessinée une constante, qui permettra de poser les bases de la bande dessinée. Une fois cela fait, nous nous intéresserons au sujet même de ce mémoire : les rapports entre la bande dessinée et les autres médias et plus particulièrement les frontières que la bande dessinée numérique entretient avec eux. Pour cela nous ferons un état des lieux de l'offre numérique existante, en essayant de dégager un format qui correspondrait à notre définition de la bande dessinée mais qui pourrait exploiter toutes les possibilités du numérique.

CHAPITRE 1 – LA BD PENSÉE EN NUMÉRIQUE

Pour pouvoir délimiter les frontières entre la bande dessinée et les autres médias, et ainsi savoir lorsque nous sommes devant un récit si nous avons affaire à de la BD ou non, il convient de définir le mieux possible cette forme. Pour parler de la bande dessinée numérique, nous devons avant tout trouver une définition qui s'appliquerait à la BD quel que soit son support, une base commune, qui serait l'essence même de ce médium.

I. La BD : un format difficile à définir

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 époque. Aussi, lorsque nous allons dans une librairie spécialisée dans les bandes dessinées, nous sommes surpris par la forme que peuvent prendre certaines de ces dernières. Souvent, une nouvelle forme de BD donne lieu à la création d'un nouveau terme pour la désigner. Il y a les *comics*, le manga, l'album, le roman graphique, la BD de création, etc. Et pourtant, à toutes ces formes, nous donnons le nom de BD. Alors que se cache-t-il derrière ce format ?

Ce que Rodolphe Töpffer avait appelé « littérature en estampes » devient pour *Le Petit Larousse illustré* en 1981 une « séquence d'images accompagnées d'un texte relatant une action dont le déroulement temporel s'effectue par bonds successifs d'une image à une autre sans que s'interrompent ni la continuité du récit ni la présence des personnages ».

La bande dessinée numérique pose les mêmes problèmes de définition. Le terme de BD numérique désigne toute publication sous format numérique,

sans distinction. Aussi nous parlons de BD numérique pour les BD homothétiques et pour les BD *born digital* (nativement numérique). Pourtant il convient de faire une différence entre les deux, la première étant issue du papier, la seconde étant pensée dès sa création en écran.

L'image la plus fréquente qui nous vient à l'esprit lorsque l'on parle de BD numérique, est celle de la transposition de la planche papier à l'écran, en en gardant les mêmes caractéristiques comme la taille, le format. Cela relève de la simple numérisation d'un album existant par exemple sous forme papier pour permettre une lecture en ligne. Avec le numérique et la possibilité qui est offerte aux dessinateurs de produire des dessins directement numériques l'éditeur possède immédiatement la BD en version numérique. Sauf que de cette manière, la BD est pensée pour être lue sur une feuille généralement de taille A4 (lire une BD homothétique sur un écran qui ne permet pas sa lecture en intégralité immédiate peut faire perdre des effets de transitions ou des codes voulus par l'auteur).

À l'homothétique s'oppose la BD nativement numérique, qui a été pensée dès sa création en numérique. Cette BD a de nouveaux codes, qui découlent de l'utilisation d'un support et de sa forme. Dans le numérique, tout est possible. Bien que ce constat soit merveilleux, puisqu'il permet de ne pas brider l'imagination, il est aussi la principale source de question de ce mémoire. Bien que tout soit possible, la BD ne risque-t-elle pas de perdre son identité face à la multitude des possibilités ? Que doit-elle conserver pour pouvoir être toujours qualifiée de bande dessinée ?

A. Les codes de la BD

1. Un récit dessiné ?

Pour commencer, la bande dessinée n'est pas forcément dessinée. Cela a de quoi surprendre mais si l'on s'intéresse à son nom, on réalise que la BD est tout sauf une bande dessinée.

Bien sûr, le dessin a une place importante dans la production, mais avec les nouvelles technologies nous avons vu d'autres formes investir la BD : l'art, la photographie, la 3D, etc., mais cela reste de la BD. Ce n'est donc pas le contenu qui permet de définir la BD.

2. Un art séquentiel

Pour raconter une histoire, que cela soit sous forme de petites histoires avec un *strip*, ou une histoire longue avec un album, la BD utilise l'art de séquence.

Cette notion de séquentialité avait été abordée par Will Eisner en 1985 dans son ouvrage : *La Bande dessinée, art séquentiel*[4]. Pour Eisner, une bande dessinée est constituée de séquences d'images fixes juxtaposées qui ont pour objectif de construire une séquence.

C'est le principe fondateur du format, comme l'explique en 2007 Thierry Groensteen, en reprenant l'idée d'Eisner :

> « La notion de séquence est essentielle à la définition de la bande dessinée. [...] À l'inverse, il ne suffit pas d'aligner n'importe quelles images pour obtenir une bande dessinée ; il est indispensable que les dessins juxtaposés entretiennent certains rapports particuliers de complémentarité, de successivité et de coréférence à une même action ou intrigue[5]. »

Une bande dessinée serait donc une suite d'image fixe, qui narrerait une histoire par une suite de séquence. Si l'on s'arrête à cette notion, on se rend vite compte qu'elle pose problème. En 1993, dans *L'Art invisible*, Scott McCloud évoque le cas du cinéma. Pour lui, « avant d'être projeté, un film n'est qu'une très très très très lente BD[6] ! ». En effet, nous pouvons supposer que les diapositives soient lues et non visionnées. Les séquences d'images

4. Will EISNER, *Les Clés de la Bande Dessinée : I — L'art séquentiel*, Delcourt, 2009.
5. Thierry GROENSTEEN, *La Bande dessinée mode d'emploi,* Les Impressions Nouvelles, 2007, p.32.
6. Scott MC CLOUD, *L'Art invisible*, Delcourt, 2015, p.16.

permettraient alors de comprendre la narration et cela pourrait être considéré comme de la BD.

Alors qu'est-ce qui différencie la bande dessinée du film ? Sans aucun doute le temps de la narration, le rythme de lecture.

3. Le lecteur maître du rythme

La maîtrise du rythme de lecture est l'essence même de la BD, que nous ne pouvons ignorer. Oublier cette caractéristique revient à produire un dessin animé, même dans le cas où ce ne serait qu'une succession de diapositive. Lors de la création d'un film d'animation, nous retrouvons un procédé similaire avec l'animatique, une succession de diapositives qui une fois mises les unes derrières les autres forment le *storyboard*[7] du film et donne un premier aperçu de celui-ci, une première maquette.

Cette notion de sauvegarde de la maîtrise du temps de lecture se retrouve régulièrement dans les débats sur le numérique au point d'en devenir l'élément central. Cette maîtrise du temps semble être au cœur de la BD numérique, la différencier des autres formats, comme le suggère Pierre-Yves Gabrion à propos de BD numérique : « On veut rester dans l'aspect BD avec une véritable maîtrise de son propre temps de lecture, sans tomber dans une sorte de dessin animé du "pauvre"[8]. »

7. Le s*toryboard* (de l'anglais *story* : récit, et *board* : planche) est une suite de dessins correspondant chacun à un plan et permettant de visualiser le découpage. [Larousse]
8. Julien ALLES et Pierre-Yves GABRION, « BDNag ! L'aventure du 1er magazine BD 100% numérique ! », lemague.net, 22 mars 2012, en ligne, consulté le 14 mai 2016 :
URL : < http://www.lemague.net/dyn/spip.php?article8111>

B. La BD en dehors des cases

1. Des œuvres où se mêlent les genres

Comme nous l'avons vu plus haut, la bande dessinée peut être créée à partir d'autres formes d'art que le dessin. Art visuel avant tout, les genres peuvent se mêler, tout comme nous allons le voir avec deux auteurs de BD.

Le cas le plus signification est celui de l'artiste Dave McKean, auteur de *Cages* et *Arkham Asylum* entre autres. Dans son œuvre, il a pour habitude de mélanger les genres, avec divers éléments graphiques. Ainsi McKean travaille dans des domaines aussi variés que la bande dessinée, la photographie, le cinéma, etc. L'œuvre de McKean contribue à brouiller les frontières.

Dans son ouvrage, Thierry Groensteen parle de l'œuvre de Dave McKean et de sa vision de la bande dessinée. Nous pouvons voir que le numérique a une grande place dans la vision qu'a McKean dans la création de ses bandes dessinées :

> « McKean a une conviction : "Dans la bande dessinée, l'histoire est racontée à travers des mots et des séries d'images, et celles-ci peuvent être des photos, des diagrammes, n'importe quoi. Ma définition de la bande dessinée est aussi large qu'il est possible." C'est pourquoi sa technique varie d'une page à l'autre, se limite quelques fois à un simple dessin au trait, pour verser sitôt après dans un travail composite comme celui que l'on peut voir ici. L'ordinateur lui permet de scanner, de fondre, de retoucher à volonté des matériaux d'origine diverse : un fond peint (dont il effacera au besoin les coups de pinceau), des photos, du texte, du graphisme, des objets ou papiers découpés, que McKean s'ingénie à mélanger jusqu'à l'indistinction. "Ce qu'il y a de formidable avec l'ordinateur, c'est qu'il permet de fabriquer des images impossibles"[9]. »

N'importe quel art peut-être utilisé dans une bande dessinée, comme c'est le cas avec l'artiste Lorenzo Mattotti, peintre, reconnu mondialement

9. Thierry GROENSTEEN, *La Bande dessinée mode d'emploi*, *op. cit.,* p.114.

pour ses œuvres et ses illustrations (il a souvent illustré le New Yorker par exemple). Mattotti est également un auteur de bande dessinée, ayant déjà publié une dizaine de BD (*Feux* en 1986, *Stigmate* en 1994, *Docteur Jekyll & Mister Hyde* en 2002, etc.). Certains amateurs de BD remettent en cause l'appartenance de ses œuvres dans le champ de la BD, le style de Mattotti étant plus proche de la peinture que du dessin.

Avec des artistes comme McKean et Mattotti, l'on comprend que la bande dessinée n'a pas besoin d'être une œuvre dessinée et que la définition de la BD est ailleurs.

2. Des œuvres ambiguës

a. L'exemple de *La Jetée*, film de Chris Marker

En 1962 sort le film *La Jetée* de Chris Marker, un film expérimental. L'œuvre est un diaporama de photographies en noir et blanc, avec une bande-son et un narrateur. L'œuvre comporte tout de même une séquence filmée : à la minute 18, durant 5 secondes, on peut voir le battement de paupières de l'actrice. Nous mettons de côté cette séquence pour notre analyse.

Ce film, considéré comme un chef-d'œuvre, est sans aucun doute l'exemple le plus marquant de l'ambiguïté d'une œuvre, alors même que nous pouvons sans aucun doute affirmer qu'il ne s'agit point de BD mais de cinéma. Pourtant, lorsque l'on regarde de plus près son fonctionnement, il est permis de douter. Dans le générique le film est décrit comme un « photo-roman ». Comme nous le verrons à la suite de cette partie, le roman-photo est un format proche de la bande dessinée.

La Jetée est-elle une bande dessinée ? Nous avons bien des images fixes et un ordre séquentiel. Le film ne contient aucun dialogue, seulement la narration parlée, mais il existe des BD muettes. Pour David Turgeon, dessinateur et critique, nous avons une bande dessinée :

> « Résumons donc : nous avons sous la main un objet aux visées artistiques composé d'images fixes formant un récit séquentiel appuyé d'un texte narratif. À quoi ça vous fait penser ?
> Bien en sécurité dans notre laboratoire narratologique aux cloisons étanches, le nez dans notre définition rigoureuse, nous arrivons invariablement à la conclusion suivante : *La Jetée* n'est à l'évidence rien d'autre qu'une bande dessinée[10]. »

Dans un premier temps, je serais tenté de donner raison à cette définition. *La Jetée* peut en effet être perçue comme une bande dessinée, du moins elle pourrait l'être dans une version imprimée ou fixée. La méthode de création du film fait fortement penser à ce que nous verrons plus loin, le turbomédia. Une suite de diapositive, qui respecte un ordre séquentiel et raconte une histoire.

Cependant, et bien que David Turgeon en parle dans la suite de son article, cette définition de *La Jetée* met de côté un des points les plus importants de la bande dessinée : la maîtrise du rythme de lecture. Comme nous l'avons vu, cette caractéristique est primordiale. J'ose même avancer quelle est la principale, elle est nécessaire à la lecture. Sans cela, nous ne serions plus lecteur de BD mais spectateur.

b. Le roman-photo

La Jetée se définit comme photo-roman. Plus haut j'émets l'idée qu'une fois imprimé, fixé, le film pourrait en effet être de la bande dessinée. Une fois imprimé, le film serait un roman-photo. Alors avons-nous bien à faire à de la BD… une fois de plus il est permis de douter. S'il y a une forme d'art qui pose la question de la définition de la bande dessinée, il s'agit du roman-photo.

Frédéric Pomier, auteur de nombreux articles sur la bande dessinée, se pose la question dans son ouvrage *Comment lire la bande dessinée*[11]. Il soulève le fait que plusieurs auteurs de BD ont collaboré à des romans-photos,

10. David TURGEON, « Quelle est la forme de *La Jetée* ? », du9, octobre 2012, en ligne, consulté le 02 novembre 2015 :
URL : <http://www.du9.org/dossier/quelle-est-la-forme-de-la-jetee/>
11. Frédéric POMIER, *Comment lire la bande dessinée*, Klincksieck, 2005.

> « Ainsi, Benoît Peeters a collaboré avec Marie-Françoise Plissart pour réaliser *Fugues* (avec des phylactères), *Le Mauvais Œil* (avec du dialogue sous l'image) ou encore Droits de regards (celui-ci, entièrement muet), tous romans-photos publiés aux Éditions de Minuit et proches, du reste, des préoccupations du "nouveau roman".
> Dans une veine plus légère, Bruno Léandri réalise mensuellement, pour le magazine de bande dessinée Fluide glacial, ce qu'il appelle des "BD Photos" de quelques pages, parfois expérimentales et jouant volontiers sur les codes de la représentation et de la narration. Ces récits sont du reste lettrés à la main comme la bande dessinée. On peut aussi évoquer les travaux de Jean Teulé ou tout récemment *L'Os du gigot* de Gregory Jarry, publié par Ego comme X. On note en tout cas que la proximité entre les deux modes d'expression paraît ici tangible, ne fût-ce qu'éditorialement.[12] »

Le roman-photo semble donc très proche de la bande dessinée. Il y a des cases, un ordre séquentiel, des phylactères, une narration, etc. Dans ce cas-là nous pouvons nous demander pourquoi ce genre de narration n'a-t-il pas pris le nom de bande dessinée tout simplement et pourquoi Bruno Léandri parle de « BD Photos ».

Peut-être que la différence vient de la photo, tout simplement. Une BD Photos serait tout simplement une bande dessinée utilisant des photographies comme case. Cependant, comme nous l'avons vu avec l'œuvre de Dave McKean, il n'y a aucune obligation à avoir du dessin dans la bande dessinée. Fait étrange puisque le nom de BD induit quelque chose de dessiné. Pourtant, avec les nouvelles technologies, nous avons vu de nombreuses BD voir le jour sans forcément un dessin papier. Peut-être que le nom est un problème, comme Bruno Léandri parle de BD Photo, il faudrait peut-être parler de bandes photographiées.

Pour Frédéric Pomier : « L'avenir dira si les nouvelles technologies ont une chance, ce qui est probable, de faire fluctuer ces frontières pour l'instant encore inamovibles[13]. »

12. *Ibid.*, p.96
13. *Ibid*., p.98

C. Que signifie la BD numérique ?

Tout comme le livre, la bande dessinée numérique est l'objet d'une réflexion continue, que cela soit sur sa forme et sur son fond. La BD numérique est-elle toujours de la bande dessinée ? La réponse est oui, à condition que l'on retrouve les bases de la BD : l'ordre séquentiel et la maîtrise du rythme de lecture. Il faut donc que la BD ne se perde pas dans les pièges de la création et dans la multitude de possibilité qu'offre le numérique. Il semble plus facile de définir la bande dessinée papier (malgré un grand nombre d'ouvrages consacrés à ce genre et qui essayent d'en définir les contours), celle-ci pouvant de façon très grossière et incomplète être réduite à un dessin statique sur une feuille. Pour le numérique, les avancées technologiques permettent par exemple d'animer le dessin. Aussi, définir la BD numérique est une chose difficile. La BD homothétique, qui n'est qu'un scan numérisé d'une planche de BD peut-elle être considérée comme de la BD numérique ? Une planche où toutes les cases seraient animées comme des GIF, avec des petites saynètes animées, est-elle toujours de la BD ? Et l'application permettant au lecteur d'influencer l'histoire par une multitude de clics ne dénature-t-elle pas ce format ?

1. Le numérique comme outil

Le numérique a complètement révolutionné la fabrication du livre en général, mais surtout de la bande dessinée. Lorsque nous voulons parler de la bande dessinée numérique, il est normal de commencer par son début, sa fabrication. Lorsque nous pensons à la bande dessinée, nous imaginons un dessinateur à son bureau, sur lequel s'entasse feuilles, crayons et gomme. Nous imaginons des planches terminées, toute « originale » comme l'entendent les collectionneurs, qui sont prêtes à être envoyées à l'éditeur avant une reproduction en masse. Longtemps la bande dessinée a fonctionné de cette façon, avec pour l'auteur l'angoisse de voir le travail d'une année

perdu lors de l'envoi postal, ou même abîmé. Heureusement, ce temps est révolu, et cela grâce aux outils modernes, à internet et au numérique.

Cela nécessite l'utilisation de nouvelles technologies pour les auteurs ou pour les éditeurs, surtout dans le cas de BD numérique enrichie, de BD en ligne et d'applications.

2. Le numérique comme moyen de diffusion

Le numérique possède un autre circuit d'édition que celui de l'œuvre papier. En effet, plus besoin de lieux de stockage, ni de colis, qui imposaient un coût important pour l'éditeur et qui représentaient près de 50 % du prix de vente.

Le lecteur a une place grandissante dans la bande dessinée numérique, et cela grâce aux sites spécialisés, blogs, forums et réseaux sociaux, qui permettent un échange entre passionnés et artistes.

Le numérique a également simplifié la diffusion des œuvres, permettant d'être rapide dans la diffusion de l'œuvre et dans sa réception. Beaucoup de sites se sont spécialisés dans la diffusion en ligne de bande dessinée, au format numérique, proposant un large catalogue grâce à plusieurs partenariats avec les maisons d'éditions de bande dessinée.

En 2010, plusieurs éditeurs (Bamboo, Casterman, Dargaud, Delcourt, Dupuis, Glénat, Le Lombard et Soleil) se regroupent, donnant naissance à la plateforme Izneo[14], catalogue accessible en ligne, accessible en ligne, qui propose aujourd'hui un abonnement au mois à 9,90 €. Izneo a également su s'intégrer dans plusieurs niveaux de la chaîne du livre : une place sur le portail de Gallica depuis 2010 ; une offre de lecture en bibliothèque ; un accès des librairies en ligne à son catalogue.

14. URL : <http://www.izneo.com/>

3. Le numérique comme création

La bande dessinée est un art, qui depuis toujours a su s'adapter à son époque. Art d'expression, il est normal que les dessinateurs se soient rapidement intéressés aux nouvelles formes de technologies pour concevoir, dessiner et publier leurs œuvres.

À une époque où le public recherche l'instantanéité, conséquence du Web, des réseaux sociaux et de l'impression de gratuité de ce premier, les dessinateurs ont besoin de pouvoir réagir également rapidement. Tel est le cas pour les dessinateurs satiriques, qui sont dans une course permanente à l'actualité et qui se doivent d'informer et de réagir immédiatement auprès de son public. Grâce au numérique cela est aujourd'hui possible. À une époque où il aurait fallu pour publier en ligne une image la dessiner, gommer, scanner, nettoyer, les outils numériques (étant devenus accessibles plus facilement aux dessinateurs grâce à une baisse des coûts d'achats) ont rendu l'instantanéité est possible. Ainsi, le dessinateur peut publier plus rapidement, sans passer par le système de parution habituel.

Le numérique, au-delà de l'aide à la création de l'œuvre, devient peu à peu la base de celle-ci. En effet, pour l'exploiter au mieux, l'auteur doit en prendre compte dès le début. Faire une BD pour une planche papier et faire une BD pour un écran numérique, ce n'est pas la même chose.

II. L’écran comme nouvelle planche

Le crayon avait pour cadre le papier, le numérique a pour cadre l’écran. En effet, dans un album est visible la planche, qu’il faut tourner pour avoir accès à la suite de l’histoire. Dans le cas du support numérique le principe est similaire, l’écran étant la seule chose visible à un moment donné pour le lecteur, comme la planche de papier. Cependant, tout comme le papier peut avoir plusieurs formats, l’écran numérique possède plusieurs caractéristiques, que cela soit dans sa forme ou dans son utilisation. Lorsque nous parlons de l’écran, nous parlons d’un écran d’ordinateur, d’un écran de smartphone et même à présent, d’un écran de tablette.

A. Le phénomène de la blogosphère

S’il y a un phénomène qui est propre à l’utilisation actuelle du Web, c’est la communauté. Rares sont ceux n’ayant aucun compte sur un réseau social, que celui-ci soit personnel ou professionnel. Le Web est devenu le meilleur moyen de partager ses connaissances, sa vie, et dans le cas des dessinateurs, ses œuvres. Dans un système éditorial où il est devenu difficile de se faire une place, avec un nombre grandissant de publications chaque année, le Web est devenu une sorte de vitre, un *book* de travail en ligne, qui permet au dessinateur de se faire connaître auprès d’une maison d’édition mais surtout de se faire connaître auprès du public. Une reconnaissance de ce dernier permet en effet d’obtenir une visibilité et un public susceptible de pousser à l’achat. Nombreux sont les dessinateurs espérant un certain succès pour être éventuellement repéré par une maison d’édition et être publié (nous verrons en effet que la publication papier garde une image de prestige pour les auteurs et pour le public). Quel blogueur ne rêve pas de vivre le même succès que Boulet ? Celui-ci s’est fait connaître en 2004 lorsqu’il a lancé son blog Bouletcorp.com. Cette popularité gagnée grâce au blog lui permet de devenir en 2005 le parrain du premier festival des blogs

BD[15] (FestiBlog devenu We Do BD en 2015) à Paris, ainsi que d'avoir depuis 2008 certaines de ses réalisations publiées en album (*Notes*).

Les blogs sont devenus de véritable tremplin pour les jeunes dessinateurs, qui arrivent à se créer une communauté active. En 2008, le Festival international de la bande dessinée d'Angoulême créé le prix Révélation Blog, qui récompense trois jeunes auteurs issus de blog… qui se voient offrir l'édition papier de leur projet. Encore une fois le papier semble être une finalité. Internet semble n'être qu'un moyen d'accès à l'édition papier.

B. Le *scrolling* comme sens de lecture

Ces dernières années, la lecture en *scrolling*[16] se distingue des autres formes de lecture. D'une certaine manière, le scrolling semble être la base de la lecture numérique. Cela s'explique par la recherche des créateurs d'utiliser au mieux les nouveaux supports, en se servant des habitudes des lecteurs. Avec le format blog, le lecteur est habitué à scroller en vertical pour lire des contenus. Avec les smartphones et les tablettes tactiles, on *slide*[17] et scrolle sur un écran pour se déplacer naturellement à présent.

15. URL : <http://www.festival-blogs-bd.com/>
16. *Scrolling* : peut être traduit en français par « défilement ». On parle de *scrolling* lorsque l'on visualise un écran par un défilement vertical ou horizontal, par l'usage de la souris informatique ou du pouce.
17. *Slide* : peut être traduit en français par « glisser ». On parle de *slide* lorsque l'utilisateur utilise son pouce, ou un doigt, en le faisant glisser pour naviguer à l'écran.

1. *L'exemple de* The Boat



Illustration 1. *The Boat* – Matt HUYNH.

© Matt Huynh/Nam Le/SBS Interactive

a. Présentation de l'œuvre

The Boat est un roman graphique interactif basé sur une nouvelle éponyme du roman de Nam Le (2008), et produit par SBS Interactive. C'est une œuvre hybride qui mélange le texte, le son (bande-son de Sam Petty), l'animation et l'image (BD et peinture), tout en offrant un contenu enrichi d'archives. L'histoire est celle de Maï, 16 ans, une réfugiée vietnamienne qui est expédiée seule sur un bateau par ses parents après la guerre du Vietnam et la chute de Saigon pour fuir son pays.

b. Une œuvre atypique

The Boat offre plusieurs expériences de lecture. La première est celle de la lecture en *long scrolling*[18] à la verticale, qui se décompose en plusieurs

18. Le *long scrolling* est le nom donné au défilement en *scrolling* qui invite les utilisateurs à faire défiler la page pour charger les informations, de manière intuitive. Toutes les

chapitres accessibles par un menu cliquable à la droite de l'écran. Un autre menu, en bas de l'écran, nous offre d'autres expériences de lecture (nous reviendrons sur ce point plus tard).

The Boat est une bande dessinée numérique, qui s'apparente à un roman graphique. Comme nous pouvons le voir avec l'illustration 2, l'œuvre est un mélange de plusieurs genres. Pour conter l'histoire, le dessinateur a fait le choix de mêler textes, bande dessinée et peintures. La bande dessinée est ainsi présente tout au long de l'histoire, avec des cases ou des phylactères qui apparaissent lors de certains dialogues ou pour mettre en avant certaines scènes. Le texte reprend lui l'œuvre originale et la peinture permet de créer le décor.



Illustration 2. *The Boat* – Matt HUYNH.

© Matt Huynh/Nam Le/SBS Interactive

La lecture en scrolling prend tout son sens avec cette œuvre. Le défilement permet d'enclencher des animations et du mouvement. Ainsi, lorsque l'histoire parle de vague, les cases se balancent à l'écran (voir illustration 15). Lorsque l'orage éclate, que le vent se fait ressentir, le texte s'envole et se disperse sur la page. Cela sans gêner la lecture, l'animation se déclenchant une fois l'image ou le texte en haut de l'écran et donc, normalement, déjà lu.

---

informations sont sur une seule et même page qui se chargera lors du défilement. Les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter utilisent ce procédé.

The Boat est également une BD enrichie puisque des archives sont disponibles tout au long de la lecture. Pour accéder à ses archives, le lecteur doit cliquer sur une flèche rouge, qui l'informe qu'il va quitter la page, tout en restant dans l'œuvre (voir annexe 4, illustration 16).

Cependant, les possibilités de lecture qu'offre l'œuvre en font une œuvre atypique qui s'éloigne de la bande dessinée et se rapproche de l'animation. En effet, il est possible d'enclencher un mode de lecture appelé *auto-scroll*, qui permet de lancer un défilement automatique de la page. Bien que le défilement soit assez lent pour permettre la lecture, cette option de lecture va à l'encontre d'une des caractéristiques de la BD, la maîtrise du rythme de lecture. De plus l'*auto-scroll* se rapproche plus de l'animation, avec un lecteur qui ne serait plus que spectateur, tout comme l'amateur de film lisant des sous-titres.

Une bande-son permet de profiter d'une autre expérience de lecture, celle-ci s'intégrant parfaitement à l'histoire et au texte (par exemple : en pleine tempête, alors que le texte nous décrit l'orage, nous pouvons entendre le tonnerre et le vent).

2. L'exemple de Phallaina



Illustration 3. *Phallaina* – Marietta REN.
© Marietta REN/Smallbang/France télévisions, 2016

a. Présentation de l'œuvre

Phallaina[19] est une bande dessinée d'un nouveau genre sortie par application sur smartphone et tablette. Autant dire que l'arrivée de cette BD fin 2015 a suscité beaucoup d'enthousiasme, avec pour l'auteur plusieurs nominations à la clef. L'application, disponible gratuitement sur smartphone, a conquis à la fois les lecteurs et les amoureux de technologie car *Phallaina* c'est surtout une nouvelle manière d'utiliser le numérique pour raconter une histoire.

Commençons par parler brièvement du contenu, même si notre intérêt porte surtout sur l'objet en lui-même. *Phallaina* est l'œuvre de Marietta Ren, une dessinatrice connue pour avoir travaillé dans l'animation (notamment sur les films *Ernest et Célestine* et *Avril et le monde truqué*). Pour produire son œuvre, l'auteure s'est associée au Studio Small Bang, en coproduction avec France TV nouvelle écriture.

Le choix de la BD numérique s'est imposé à son auteure par la forme atypique de la BD :

> « Au départ, *Phallaina* devait être publiée sur papier, mais son histoire, trop longue, m'a forcé à repenser le format, à trouver autre chose[20]. »

> « La bande défilée s'est imposée à moi un peu par hasard, au fur et à mesure du développement du projet, j'ai compris que le numérique convenait parfaitement[21]. »

Il aura fallu cinq ans pour venir à bout de cette énorme fresque numérique, cette *bande*, qui n'a jamais aussi bien représenté la *bande* dessinée. Car *Phallaina* c'est une bande défilée, de 1600 écrans, répartie en 16 chapitres, qui a ensuite été imprimée sur une fresque physique de 115 m. La BD, disponible par application sur smartphone, a été publiée le 28 janvier 2016,

19. URL : <phallaina.nouvelles-ecritures.francetv.fr>
20. Aude LAMBERT, « Marietta Ren, la dessinatrice qui réinvente la BD sur smartphone », Cheekmagazine.fr, 18 février 2016, en ligne, consulté le 28 juillet 2016.
URL : <cheekmagazine.fr/geek/marietta-ren-phallaina-bande-defilee/>
21. *Ibid.*

soit en plein festival d'Angoulême où elle était présentée sur un stand, par la fresque physique, et dans des conférences (notamment celle des jeunes auteurs[22]).

b. Une œuvre hybride

Phallaina est une BD. L'œuvre respecte les caractéristiques principales que nous avons retenues pour définir ce format. Pourtant à première vue le dessin a de quoi surprendre, les séquences n'étant délimitées ni par des cases carrées, ni par des intercases[23] (comme dans le roman graphique habituellement).

Phallaina est un succès, car elle renouvelle la BD numérique, de manière originale. Bien que le défilement en *scrolling* soit devenu une chose habituelle avec les blogs, les webtoons, ici le défilement marque une originalité en optant pour un défilement horizontal au lieu de vertical.

Le défilement parallaxe[24] permet de donner de la profondeur au décor, permettant de mettre les personnages et objets sur plusieurs plans et donner une nouvelle perspective de lecture qui suit le mouvement du défilement.

L'un des moments les plus impressionnants de la BD est la nage des baleines à travers les poteaux de la ville, qui symbolise la jetée. L'effet de parallaxe s'active au moment de la lecture et va aussi lentement que le lecteur. Ce n'est pas de l'animation comme les animés.

22. Mirion MALLE, Marietta REN, JL MAST, Mlle KARENSAC, « BD numérique, un partage d'expérience ! », Festival International de la Bande Dessinée, Angoulême, 30 janvier 2016.
23. Intercase : L'intercase désigne la zone entre deux cases. Généralement blanc, cet espace symbolise généralement l'avancement de l'histoire dans le temps.
24. Le défilement parallaxe (ou *parallax scrolling*) est le déplacement des calques de sorte à donner l'impression d'un décor en deux dimensions. C'est l'action du lecteur, le défilement, qui déclenche le déplace des calques.



Illustration 4. *Phallaina* – Marietta REN.
© Marietta REN/Smallbang/France télévisions, 2016

Pourtant, *Phallaina* est définie comme une œuvre hybride entre BD et dessin animé. Cette erreur vient des possibilités qu'offre cette bande défilée. Comme souvent, l'erreur est faite dès qu'il y a du mouvement. Cependant, nous ne pouvons pas parler de bande dessinée dans le cas de *Phallaina*. Du moins pas vraiment. L'œuvre comme elle est proposée est une bande dessinée, qui exploite le numérique. Le lecteur maîtrise le rythme de lecture du *scrolling* horizontal et l'histoire est une suite de séquences. Bien que les cases n'existent pas formellement, l'esprit comprend le déroulement de l'action grâce aux effets de zoom et de lumière comme nous le montre l'illustration 5.



Illustration 5. *Phallaina* – Marietta REN.
© Marietta REN/Smallbang/France télévisions, 2016

La BD possède également une bande sonore mais celle-ci s'apparente plus à une musique d'ambiance qui permet une nouvelle expérience de lecture mais qui peut être arrêtée sans que cela gêne. L'application permet de personnaliser sa lecture. Avec du son ou non, avec de l'*auto-scroll* ou non. Bien que l'*auto-scroll* soit une nouvelle manière de lire sa BD, on peut lui reprocher d'aller à l'encontre des codes de la bande dessinée en faisant

perdre le choix du rythme de lecture du lecteur. Lorsque l'*auto-scroll* est activé, l'histoire avance sans action du lecteur, à un rythme lent auquel le lecteur est soumis. Un lecteur rapide se retrouverait donc forcé à freiner sa lecture.

C. Le webtoon

Lors du 44e festival de la bande dessinée d'Angoulême qui a eu lieu en février 2016, la production coréenne fut mise à l'honneur. Ce fut l'occasion de découvrir, et redécouvrir pour les passionnés, le format de BD numérique webtoon, grâce à la conférence « Webtoon, des contenus pour l'avenir[25] » et Delitoon, la première plateforme française proposant la lecture de webtoon.

Le webtoon[26] (웹툰 en coréen) est le nom donné à la bande dessinée numérique coréenne. La lecture se fait sur écran, de smartphone généralement, case par case et en *scrolling*[27], par défilement vertical. Actuellement, le webtoon n'a aucune finalité papier, il est pensé pour le téléphone dès sa création et évite ainsi la mise en page traditionnelle.

La lecture de webtoon est une pratique culturelle courante en Corée. En 2015, le marché du webtoon est estimé à 420 milliard won (334 millions d'euros environ[28]).

25. Han SANG-JUNG, Laurent MÉLIKIAN et Didier BORG, « Webtoon, des contenus pour l'avenir », conférence, Festival International de la Bande Dessinée, Angoulême, 29 janvier 2016.
26. *Webtoon* est un mot-valise venant des termes *webscroll* et *cartoon*.
27. On parle de *webscrolling*, qui permet de faire défiler les images dans le sens vertical contrairement à la pratique européenne fait encore du page à page
28. « According to Digieco, a Seoul-based technology think tank, the market for webtoons, and their "derivatives", is currently valued at around 420 billion won ($368 million) and is expected to more than double to 880 billion won by 2018. »
JIJI, « South Korean 'webtoon' craze makes global wavez », japantimes.co.jp, 25 novembre 2015, en ligne, consulté le 22 juillet 2016 :
URL : <http://www.japantimes.co.jp/culture/2015/11/25/entertainment-news/south-korean-webtoon-craze-makes-global-waves/#.V77fUfmLTIU>

1. Histoire du webtoon

Le webtoon est un format encore peu étudié en France, aussi cette partie a été rédigée à partir de la conférence sur le thème de la BD numérique, « Webtoon, des contenus pour l'avenir[29] », qui a eu lieu à Angoulême lors du 43e festival de la bande dessinée et en particulier l'intervention de Sang-jung Han, professeure à l'université Sangji.

Le *manhwa*, qui est le nom donné à la BD coréenne, est une forme d'expression née à la fin du XIXe siècle. Le format s'est popularisé avec l'arrivée d'Internet, au point que l'ordinateur est devenu le support de lecture le plus représentatif du genre. On notera donc que la BD coréenne entretient un rapport très étroit avec le numérique. Comme ailleurs, les premières formes numériques du *manwha* furent des versions homothétiques, avec pour commencer des versions illégales scannées et publiées, puis des créations papiers misent en ligne avec la même mise en page.

À la fin des années quatre-vingt-dix, la crise économique asiatique touche le secteur de la bande dessinée et plusieurs auteurs se retrouvent sans emploi. Peu à peu les auteurs vont donc s'emparer du numérique et le webtoon finit par voir le jour[30]. C'est sans doute cette naissance liée étroitement au numérique qui a donné sa forme au webtoon. Celui-ci, qui se lit à la verticale grâce au *scrolling* sur un ordinateur (qui est alors le support numérique le plus fréquemment utilisé) dans un premier temps, s'inspire du format blog. Grâce à ce format, le webtoon ne connaît pas de limite d'espace puisqu'il s'agrandit à la verticale sur un même écran. Cependant, cette première génération de webtoon va vite s'essouffler face aux difficultés de la création : le format différent du livre papier pose problème pour une éventuelle impression (du numérique vers le papier) ou importation (du papier vers le numérique). Aussi ce format ne connaît pas une forte expansion.

---

29. HAN, Sang-jung, MÉLIKIAN, Laurent, BORG, Didier, « *Webtoon*, des contenus pour l'avenir », Festival International de la Bande Dessinée, Angoulême, 29 janvier 2016.

30. En 2003, le site Daum (devenu Daum-kakao en 2014 puis Kakao en 2015) a permis de promouvoir la forme du *webtoon*.
URL : <http://page.kakao.com/main>

C'est l'arrivée du smartphone qui va révolutionner le webtoon. Une nouvelle fois le webtoon s'adapte au support le plus utilisé. Des applications voient le jour et permettent de lire dans n'importe quel endroit. Le webtoon s'adapte à cet écran avec des formats plus petits, *smart-toon* et c*ut-toon*, qui ajustent la taille à l'écran.

À l'heure actuelle, beaucoup de questions se posent au sujet du webtoon. Le format a connu un tel succès qu'une trentaine de plateformes le diffusent, créant du coup une forte concurrence. Plusieurs expérimentations sont faites, avec des essais pour intégrer du mouvement ou des sons dans le webtoon. Nous pouvons nous demander si cela n'est pas la fin de la génération de webtoon muet et immobile. Il semble que quelle que soit la forme de la bande dessinée, la lecture a besoin de plus d'attractivité pour perdurer.

2. Le modèle économique

Le webtoon a connu plusieurs changements dans son modèle économique, influant ainsi sur le coût de la lecture et la rémunération des auteurs. Ainsi, à ses débuts, la lecture de webtoon était gratuite et les auteurs étaient rémunérés selon le système de droit d'auteur de la plateforme sur laquelle ils sont diffusés (souvent comme pigistes). Peu à peu les nouvelles plateformes de diffusion ont rendu la lecture payante. En 2012, le site Daum a rendu la lecture payante et en 2013 le site Naver comics[31] a mis en place un système de *Page Profit Sharing (PPS)* : de la publicité est mise sur le site et l'auteur touche une commission sur l'achat du visiteur.

Pour les auteurs, la rémunération est calculée en fonction du nombre de lecture de son œuvre. L'auteur est ainsi très investi dans la popularité de son œuvre et met tout en œuvre pour se créer une communauté.

Les auteurs signent également des contrats pour les éventuelles adaptations en film ou série télé. Plus d'une cinquantaine de webtoons ont été adaptés.

31. URL : <http://comic.naver.com/index.nhn>

Dans ce système, l'éditeur a disparu. La plateforme de diffusion assure la publication des œuvres et les auteurs en assurent la communication. Tout auteur à la possibilité d'être publié grâce à ce système… la qualité n'étant pas forcément là, puisque les publications se font sans correction et relecture. Pourtant, cela ne semble pas gêner les nombreux lecteurs.

3. Le webtoon français

Le webtoon connaissant un tel succès en Corée, plusieurs pays essayent de l'importer. C'est le cas en Chine et au Japon où il est de plus en plus lu.

En France, c'est la plateforme Delitoon qui a fait le pari du webtoon. Depuis 2011, cette plateforme publie des webtoons coréens. À l'initiative de ce site, Didier Borg, éditeur chez Casterman et passionné de webtoons. Son objectif n'est pas de diffuser de webtoon à partir de BD existante mais de proposer des webtoons pensés comme tel dès la création. L'auteur peut jouer sur les cases en positionnant des éléments dans des zones précises de l'écran, espacer les cases pour donner un rythme de lecture, etc.

Le festival BD d'Angoulême de 2016 a été l'occasion pour Delitoon de lancer une nouvelle application lui permettant d'être lu sur tous les écrans. Lors du festival, Delitoon a signé un important accord exclusif avec Kidari studio, une filiale de Daou Technology dont Didier Borg est actionnaire, ce qui lui permet de diffuser en exclusivité certaines séries. Actuellement, Delitoon ressemble à une plateforme de diffusion de webtoons coréens mais l'objectif est de proposer des créations françaises, comme la série *Lastman* qui a d'abord été prépubliée intégralement sur la plateforme avant d'être éditée chez Casterman en 2013[32].

Les webtoons sont diffusés par épisode, en une ou plusieurs fois, de manière hebdomadaire. Bien que lors du lancement de la nouvelle application nous avons eu un accès gratuit à l'ensemble du catalogue, Delitoon propose

32. BALAK, Bastien VIVÈS, Michaël SANLAVILLE, *Lastman*, série en cours, 8 tomes, Casterman, depuis 2013.

maintenant une lecture *freemium* avec des séries gratuites ou payantes et des épisodes gratuits pour faire connaître une série. Un des objectifs de la plateforme étant de faire connaître des auteurs. Les séries sont dans un premier temps gratuites, jusqu'à se qu'elles connaissent un certain succès. Les épisodes sont pensés en temps, non en taille, d'environ 5 minutes.

Delitoon ne renonce pas totalement au papier puisque le site a signé un partenariat avec la plateforme de *crowdfunding* Ulule pour divers projets dont des albums en série limitée[33].

33. « Delitoon signe un partenariat avec ulule.com pour le financement de projets intégrant de la bande dessinée, des webtoons aux webdocs, des albums en série limitée aux *toys* ! Delitoon pourra jouer un rôle plus ou moins impliquant en fonction des projets présentés. Du suivi au soutien en passant par la diffusion et le financement.
À terme la plateforme de financement ulule sera intégrée au site Delitoon permettant une meilleure intégration du service. En attendant, Delitoon devient *official user* aux côtés de Daylimotion, Rue89 et d'autres... » Delitoon sur sa page Facebook le 16 novembre 2011.
URL : https://www.facebook.com/delitoon/posts/237721309624005?fref=nf

III. Le turbomédia

A. 2009 : La création du turbomédia

Véritable avancée dans la bande dessinée numérique, le turbomédia est un format narratif inventé par Yves Bigerel, plus connu sous le pseudonyme de Balak, qui se veut « une tentative d'effacement de la technique ». Ce format, entre la bande dessinée et l'animation est créé spécifiquement pour les écrans.

Les réflexions et les interrogations de Balak sur l'avenir de la BD numérique ainsi que l'exploitation du numérique sont à l'origine de cette création[34]. C'est en février qu'il publie ce que l'on peut appeler le premier turbomédia. Sa BD est déposée sur le site Catsuka. com et met en scène un petit bonhomme qui se questionne sur la BD numérique et qui explique comment marche la forme de lecture que l'utilisateur est en train d'essayer. Le récit est une suite de diapositives que le lecteur fait défiler grâce à des flèches pour avancer ou revenir en arrière. Il maîtrise ainsi parfaitement son rythme de lecture tout en ayant une nouvelle vision de la BD : au lieu de tout avoir devant les yeux dès l'ouverture d'une page ou d'un album, ayant ainsi le risque d'être tenté de regarder une case finale dès le début de la lecture, ici le lecteur ne peut qu'être surpris par la case suivante, permettant ainsi une lecture plus attentive. De plus, grâce à l'utilisation des touches, l'auteur du récit peut définir un ordre d'apparition des séquences, de façon à jouer avec le lecteur (comme nous le verrons plus loin avec le turbomédia créé par les éditions Dupuis pour la BD *Le Grand Méchant Renard* de Benjamin Renner).

Les effets d'animation rappellent l'animatique, c'est-à-dire le *storyboard* utilisé dans les films d'animations pour créer une sorte de première maquette pour visualiser le film.

34. Voir Annexe 1, post de Balak sur Catsuka.com, février 2009.

Le turbomédia est un format aussi difficile à définir que la bande dessinée, tant les œuvres qui s'en proclament sont hétéroclites. Les premiers turbomédias ressemblent à des diaporamas, sur lesquels les cases surgissent par fragments. Le scénariste se sert d'une succession de diapositives pour raconter son récit, que le lecteur active par l'utilisation d'un bouton ou par le toucher. Le turbomédia peut comporter du texte, des phylactères[35], du contenu animé, sonore, ou interactif. Tout est possible grâce au langage Web. Cependant, l'utilisation du son n'est pas systématique, les créateurs souhaitant rester proche de la BD papier. Le son rapprocherait le genre du film d'animation par exemple.

Une frise interactive a été réalisée par JL Mast et Geoffo, deux spécialistes du turbomédia qui travaillent actuellement pour la collection numérique « Infinite Comics » de Marvel Comics. Cette frise, créée pour les cinq ans du format, retrace l'histoire du turbomédia de 2009 à 2014[36].

B. Le turbomédia, 7 ans plus tard.

L'une des caractéristiques principales du turbomédia est de permettre au lecteur un contrôle de la vitesse de lecture. Aussi, face à cette technologie, le lecteur devient actif, tout comme il l'était en feuilletant une BD papier. Dans un turbomédia, la lecture s'enchaîne grâce à l'action du lecteur. L'avancée dans la lecture peut se faire de différentes manières et c'est au créateur de l'histoire d'en choisir la modalité. Pour naviguer, le lecteur devra alors soit cliquer sur des boutons visibles à l'écran (ou cliquer sur la droite et la gauche de l'écran de manière intuitive), soit de faire un *slide* de la droite vers la gauche, ou bien faire une action sur le clavier. David Besnier explore les

35. Phylactères : Les bulles de bande dessinée.
36. JL MAST, GEOFFO, *5 ans de Turbomédia*, 2014, disponible en ligne, consulté le 07 février 2016 :
URL : <http://ybrik-media.com/bon-anniversaire-le-turbomédia/>

possibilités de navigation sur son site *BD numérique : Cliquez sur la Bannière pour la lancer*[37].

Cette particularité est importante car elle est au cœur même de la création du turbomédia par l'auteur, qui va prendre en compte les actions du lecteur pour choisir un ordre d'apparition des diapositives, des dialogues, et animer certaines cases.

Le turbomédia est une forme de récit créé spécifiquement pour l'écran. Son intérêt repose sur l'animation possible. Le turbomédia se lit case par case, grâce au *slide*. On ignore donc à quoi ressemblera la case suivante. Tandis que la BD traditionnelle ne peut surprendre qu'au changement de page, ici la surprise peut se faire à tout moment, grâce au récit mais aussi grâce à l'animation.

1. La fabrication d'un turbomédia

La conception d'un turbomédia est une chose assez simple. Il suffit de créer les différents écrans de son histoire dans un format image, comme des JPEGS, qui se suivront comme des diapositives misent l'une derrière l'autre. Cette base servira ensuite à l'encodage du turbomédia.

Cette partie est la plus difficile pour un turbomédia puisqu'elle nécessite de faire du codage, généralement du flash ou du HTML5. Le format commençant à être connu, des développeurs ont créé des logiciels pour aider à monter un turbomédia, comme LemonSlide ou Skribble.

LemonSlide est un *player OpenSource* conçu par Goliver, dessinateur et codeur. Réalisé en HTML5, le player permet de réaliser son turbomédia sans connaissance particulière en programmation et à l'avantage de fonctionner avec les formats d'images les plus courants : JPG, PNG et GIF (qui sert à

37. David Besnier (*alias* DaveDonut), *BD numérique : Cliquez sur la Bannière pour la lancer*, en ligne, consultée le 12 juillet 2016 :
URL : <http://houla-c-est-quoi-ce-site.blogspot.fr/>

l'animation). Une fois le *player* installé sur son blog, gratuitement, tout le monde peut s'en servir pour créer et diffuser ses turbomédias.

Les Auteurs Numériques marquent un tournant dans la publication de turbomédia, avec la création d'un logiciel de montage du nom de Skibble[38], conçu par Frédéric Detez. Pour le moment le logiciel n'est disponible que sur Mac. Une version Windows doit voir le jour, ainsi qu'une version professionnelle. Cette première version, « Lite », est gratuite et permet de monter son turbomédia avant de l'envoyer sur la plateforme. Une aide précieuse pour un auteur qui aurait peur du turbomédia à cause de la partie codage et du manque de connaissance en Flash et en HTML5.

2. L'exemple de Comme le fruit *de ClemKle*



Illustration 6. *Comme le fruit* – CLEMKLE.

© ClemKle/BatRaf, 2016

Comme le fruit est un turbomédia de ClemKle publié en 2016 sur la plateforme Turbo Interactive, et présent sur le site de l'auteur. C'est une réalisation commune avec BatRaf, le développeur du site qui a codé la BD. Si j'ai choisi ce turbomédia comme exemple, c'est pour sa mise en page et ses effets qui font penser à l'univers télévisuel.

38. Vidéo de présentation de Skribble Lite, en ligne, consultée le 12 juillet 2016 : URL : <https://les-auteurs-numeriques.com/video-de-presentation-de-skribble-lite/>

L'histoire est celle de Clémentine, qui doit supporter les nombreuses blagues sur son prénom. Nous avons un turbomédia qui s'inscrit dans la lignée des blogs BD, avec une dessinatrice qui nous raconte sa vie quotidienne.



Illustration 7. *Comme le fruit* – CLEMKLE.

© ClemKle/BatRaf, 2016

Il n'y a aucun doute à avoir, *Comme le fruit* est bel et bien une BD qui reprend les codes de celle-ci. Nous avons des phylactères et des onomatopées qui nous plongent immédiatement dans l'univers BD mais surtout des séquences et nous gardons la maîtrise de la lecture grâce aux flèches en bas de l'écran, qui permettent d'avancer dans l'histoire ou de revenir en arrière comme si nous tournions des planches (dans le cas d'un turbomédia nous naviguons d'écran en écran).



Illustration 8. *Comme le fruit* – CLEMKLE.

© ClemKle/BatRaf, 2016

Les effets de transition utilisés dans ce turbomédia sont très intéressants et la preuve que ce format peut offrir énormément de possibilités dans la conception d'une œuvre.

Lorsque l'on lit *Comme le fruit*, nous avons l'impression de lire une série télé, avec des fondus de noir, des zooms sur le personnage comme dans les dessins animés (voir illustration 8) et même un générique (voir illustration 9).



Illustration 9. *Comme le fruit* – CLEMKLE.

©ClemKle/BatRaf, 2016

3. L'exemple du Grand Méchant Renard *de Benjamin Renner*

Le Grand Méchant Renard est une bande dessinée de Benjamin Renner parut en janvier 2015 dans la collection « Shampooing » des éditions Delcourt[39].

La BD raconte l'histoire d'un tout petit renard qui essaye régulièrement de manger des œufs d'un poulailler mais qui échoue face à une poule à fort caractère. Sur les conseils du loup, il finit par voler des œufs pour élever les petits et les manger. Ce plan échouera également lorsque le renard se prendra d'affection pour les poussins qui le prennent pour leur mère.

La première partie de la BD, celle avec les tentatives d'invasion du renard pour manger des œufs, a été adaptée en turbomédia[40].

Bien que publié par une maison d'édition, il est disponible gratuitement en ligne sur un site des éditions Delcourt et sur la plateforme Turbo Interactive (qui a réalisé le turbomédia en HTML5 pour la maison d'édition[41]). Cela soulève encore une fois le problème du prix du livre numérique. Dans le cas

39. Benjamin RENNER, Le Grand Méchant Renard, Delcourt, 2015, 192 p.
40. *Ibid*., turbomédia en ligne, consulté le 11 décembre 2015 :
URL : <http://www.editions-delcourt.fr/special/grandmechantrenard/turbomédia.php>
41. *Ibid.*, turbomédia en ligne, consulté le 20 août 2016 :
<http://turbointeractive.fr/2016/02/25/mechant-renard/>

du *Grand Méchant Renard*, le turbomédia peut avoir été créé enfin de promouvoir la BD papier grâce à un moyen ludique accessible à tous mais nous aurions pu également imaginer une sorte de turbomédia payant, en complément du livre, dans lequel on incarnerait le renard afin de réussir à voler les œufs.

Comme nous pouvons le voir avec l'illustration 10, le turbomédia reste dans le style de la bande dessinée (voir annexe 2, illustration 14).



Illustration 10. *Le Grand Méchant Renard* – Benjamin RENNER
©Éditions Delcourt, 2015

Ce turbomédia est un jeu, dans lequel le lecteur doit faire des choix pour avancer dans l'histoire et arriver à une fin (voir illustration 10). Le lecteur est ici une sorte de scénariste qui devra choisir le bon scénario pour aider le renard à arriver à ses fins. Pour ceux qui en douteraient, il y a bien une fin spéciale (d'ailleurs à sa sortie les 20 premiers à la trouver pouvaient gagner un album dédicacé).



Illustration 11. *Le Grand Méchant Renard* – Benjamin RENNER
©Éditions Delcourt, 2015

Avec *Le Grand Méchant Renard*, les éditions Delcourt s'inscrivent dans une logique transmédia, avec une BD adaptée sur plusieurs supports. Le turbomédia, bien que reprenant le même humour de la BD et son histoire de départ, est une histoire à part entière. Des *strips* du même univers avaient été postés sur le blog de Benjamin Renner[42] et un spécial TV de 26 minutes doit voir le jour par le studio Folivari, avec Benjamin Renner comme réalisateur et Patrick Imbert comme coréalisateur[43]. On peut déjà trouver un *teaser* en ligne réalisé pour le Cartoon Forum[44].

4. L'exemple du turbomédia chez Marvel

Marvel a pris conscience de la capacité du turbomédia et a rapidement fait appel à son créateur, Balak, pour développer une série de turbomédia qui retrace les aventures de certains de ses plus grands héros comme *Spiderman* et *Les Gardiens de la Galaxie*.

C'est Joe Quesada, éditeur chez Marvel en charge de la création numérique, qui a annoncé le projet de développer le turbomédia dans la collection de comics numériques « *Marvel Infinite Comics*[45] ». Balak a alors rejoint les équipes de Marvel pour créer les premiers turbomédias de la maison d'édition. Depuis, Balak ayant d'autres projets, Geoffo et JL Mast poursuivent l'aventure.

---

42. Benjamin Renner, *Le Canard, le Cochon, le Lapin et le Père Noël*, reineke.canalblog.com, en ligne, consulté le 12 juillet 2016 :
URL : <http://reineke.canalblog.com/>
43. Une animation a également été réalisée par Benjamin Renner (qui rappelons le a déjà travaillé dans l'animation et notamment comme coréalisateur d'*Ernest et Célestine)* pour la promotion de la BD : *Une petite animation du Grand Méchant Renard par Benjamin Renner*, Delcourt, 12 mars 2015, en ligne, consulté le 22 mai 2015 :
URL : <https://www.youtube.com/watch?v=jRGQvMOwHzU>
44. Le *Grand Méchant Renard – Teaser Cartoon Forum*, Folivari, 2015, en ligne, consulté le 22 mai 2016 :
URL : <https://vimeo.com/141786663>
45. Kiel PHEGLEY, « Marvel @ SXSW : Quesada opens the all-digital "Infinite Comics" », comicbookresources.com, mars 2012, en ligne, consulté le 12 juin 2016 :
URL : < http://www.comicbookresources.com/?page=article&id=37459>

Marvel semble être la première maison d'édition à avoir réellement pris conscience des possibilités du turbomédia. Il est assez étonnant que la première maison d'édition exploitant réellement ce format soit étrangère, le créateur étant français. Nous aurions pu penser qu'un éditeur francophone se rapprocherait en premier de Balak pour exploiter le genre.

Les récits racontés sous la forme de turbomédia chez Marvel sont assez courts, une moyenne de 80 écrans. Ils peuvent être lus grâce à l'application Marvel Unlimited (qui propose un abonnement mensuel à 9,99 €).

Les personnages emblématiques de Marvel ont eu le droit à un récit en turbomédia, comme les Gardiens de la Galaxy, Spiderman, Hulk, etc.

C. Le turbomédia est-il de la bande dessinée ?

Dans un turbomédia diapositive, il n'y a pas de retour en arrière possible, alors le lecteur maîtrise-t-il vraiment son rythme de lecture ? Le turbomédia pose les mêmes questions que la bande dessinée numérique, à savoir comment différencier la bande dessinée de l'animation. Nous avons vu qu'une des caractéristiques de la bande dessinée et même du turbomédia en général est la maîtrise du rythme de lecture par le lecteur, qui peut choisir d'avancer ou de retourner en arrière simplement, tout comme il pourrait revenir sur une planche passée sur un album papier. Le turbomédia a cependant une fonctionnalité, que le lecteur est libre d'activer ou non, qui permet une avancée dans l'histoire continue, sans avoir à cliquer sur l'écran ou à scroller la page. Cette fonctionnalité rapproche alors ce format du film d'animation, si nous partons de l'idée qu'une des caractéristiques principales de l'animation est de permettre une avancée continue de l'histoire dans une sorte de mouvement (les images qui défilent tout comme le texte et les images de BD peuvent le faire).

CHAPITRE 2 – UN SYSTÈME ÉDITORIAL À REDÉFINIR

Comme nous venons de la voir, une bande dessinée est facilement identifiable par deux critères : sa narration en séquence et la maîtrise du rythme de lecture par le lecteur. Pourtant, avec l'apparition du numérique, nous observons que le format de la bande dessinée a changé et qu'il se rapproche de plus en plus d'autres médias comme le jeu vidéo et l'animation. Il convient de se demander pourquoi la bande dessinée évolue dans cette direction et d'observer ses rapports avec d'autres médias. Le numérique a profondément bouleversé la BD et son système éditorial, comme nous le verrons à la fin de ce chapitre.

I. Une recherche constante d'attractivité

La BD numérique est soumise à une demande d'attractivité constante, que cela soit au niveau de son contenu que de sa commercialisation.

Lue sur un écran, elle répond à une demande de plus en plus forte de personnes qui ont les yeux rivés sur l'écran en permanence. La lecture en numérique est souvent remise en question face au peu de revenu qu'elle génère, alors qu'au contraire nous n'avons jamais autant lu qu'à l'heure du numérique : les journaux et les blogs sont régulièrement visités. Pourtant le marché du numérique n'est pas encore à la hauteur de ses espérances

A. L'interactivité, enjeu majeur du numérique

Si l'on excepte les BD numériques homothétiques, le principal enjeu du numérique est de permettre une interactivité avec le lecteur. Cette interactivité est sans doute le résultat des habitudes numériques des consommateurs, à une époque où une majorité d'entre nous passent

plusieurs heures par jour sur un support numérique. Il faut donc trouver le moyen de rendre la bande dessinée numérique interactive et attractive. Pour cela la piste du multimédia est privilégiée, avec des bandes dessinées qui mêlent plusieurs médias (animations, sons, etc.). Une grande partie de ce qui va être dit ici trouve sa source dans le mémoire d'Anthony Rageul, *Bande dessinée interactive : comment raconter une histoire ?*[46], de 2009.

L'interactivité n'est pas bien sûr pas spécifique au numérique. Pour Benoît Peeters et François Schuiten, l'interactivité « n'est pas […] une invention récente. Le livre […] est lui aussi un merveilleux objet interactif, qui se laisse feuilleter, manipuler en tous sens lire dans l'ordre et le désordre[47]. » Dire cela reviendrait à dire que tout est interactif puisque la moindre interaction peut convenir à cette définition, que cela soit par le toucher ou le regard. Lorsque nous parlons d'interactivité dans ce mémoire, nous parlons d'une interactivité qui ne serait pas la cause d'une action du lecteur avec l'œuvre mais d'une part d'interactivité qui serait naturellement présente dans l'œuvre, ce qu'Ariane Mallender appelle « l'interactivité intégrée[48] ».

B. La BD jeu

1. À l'origine, le CD-ROM

Dans les années quatre-vingt, vont voir le jour plusieurs adaptations de bande dessinée sur CD-ROM, dans un format plus proche du jeu vidéo et de l'animation que de la bande dessinée traditionnelle.

46. Anthony RAGEUL, *Bande dessinée interactive : comment raconter une histoire ? Prise de tête, une proposition entre minimalisme, interactivité et narration*, Mémoire en Arts et Technologies Numériques, Université Rennes 2, 2009, 120 p.
47. Benoît PEETERS et François SCHUITEN, *L'aventure des images, de la bande dessinée au multimédia*, collection « Mutations », Autrement, Paris, 1996, p.161.
48. Ariane MALLENDER, *Écrire pour le multimédia*, Dunod, Paris, 1999, p.131-134.

En 1997, l'album *Le Piège diabolique* de la série *Blake et Mortimer* d'Edgar P. Jacobs est adapté en CD-ROM[49]. Bien que la couverture du CD parle de « bande dessinée interactive », le CD-ROM est classé comme jeu vidéo. La boîte de jeu contient deux CD : un premier qui permet de vivre l'aventure de la BD grâce à une histoire en pointer-et-cliquer[50] ; et un second CD avec une version numérique de la BD originale commentée par Benoît Peeters et François Schuiten.

Plusieurs BD ont eu une adaptation sur CD-ROM avec le même principe de jouabilité.

2. La BD interactive

Le terme de « bande dessinée interactive » date de 1995, dans un article du journal Le Monde à propos du CD-ROM *Explorer le corps humain*[51]. Son origine remonte donc bien avant sa banalisation avec la BD numérique.

Cependant, toutes les BD numériques ne sont pas interactives. L'on retrouve en numérique les mêmes BD traditionnelles que celles imprimées, seul le support change. D'ailleurs, il existe des BD papiers interactives, comme *Vanille ou chocolat ?* de Jason Shiga dans laquelle le lecteur doit suivre des tuyaux pour progresser dans l'histoire, tuyaux qui le mènent dans diverses pages de l'album[52]. L'interactivité n'est donc pas propre au numérique et le numérique n'induit pas forcément une notion d'interactivité.

Dans son mémoire *Bande dessinée interactive : comment raconter une histoire ?*, Anthony Rageul distingue plusieurs interactivités :

---

49. *Le Piège diabolique*, Index +, PC et Macintosh, 1997.
50. Plusieurs jeu-vidéo reposent sur ce principe. Grâce à la souris, l'utilisateur peut se déplacer sur une carte en pointant un emplacement et en cliquant pour déclencher l'action (se déplacer, activer un événement, etc.).
51. Julien FALGAS, « La BD interactive est-elle l'avenir de la bande dessinée numérique ? », julien.falgas.fr, 06 décembre 2009, en ligne, consulté le 02 juin 2016 :
URL : <http://julien.falgas.fr/20091205la-bd-interactive-est-elle-l-avenir-de-la-bande-dessinee-numerique-2/>
52. Jason SHIGA, *Vanille ou chocolat ?*, Cambourakis, 2012, 80 p.

> « J'ai distingué deux niveaux d'interactivité : exogène et endogène. Le premier est relatif à la navigation dans la bande dessinée interactive, ou autrement dit au dispositif de lecture, le second relatif aux dispositifs interactifs dont l'utilisation est productrice de sens[53]. »

L'interactivité exogène serait donc celle où l'interaction qui se fait entre le lecteur et la BD se limite à la navigation, au moyen de naviguer et de lire l'œuvre, sans en influencer la lecture. À l'inverse, l'interactivité endogène serait celle qui donne un sens à la lecture. Elle dépasse la BD homothétique. Il faut la penser dès la création. Le lecteur devient alors un *lect-acteur* (notion que nous définirons plus bas) puisqu'il est acteur de ce qu'il lit. Il agit sur le contenu comme un utilisateur et non comme un spectateur.

Anthony Rageul propose sur son site personnel plusieurs BD expérimentales en lien avec l'interactivité[54]. Dans *Aldwin et Caboche crèvent l'écran !*[55]*,* il utilise deux personnages déguisés en Mickey Mouse pour explorer les possibilités de la BD interactive.

C. Le lect-acteur et l'auteur dans la BD interactive

Dans une BD interactive, le lecteur a une place primordiale, et cela dès la conception de l'œuvre. La BD interactive est faite pour être manipulée, pour inciter le lecteur à interagir avec elle.

L'interaction peut se faire sous forme de jeu mais bien qu'elle propose un *gameplay,* la BD interactive s'éloigne du jeu vidéo. L'intérêt n'est pas d'apporter un côté ludique à la bande dessinée mais plus une maniabilité, une jouabilité. C'est par l'action que l'histoire se construit.

---

53. Anthony RAGEUL, *Bande dessinée interactive : comment raconter une histoire ? Prise de tête, une proposition entre minimalisme, interactivité et narration*, Mémoire de Master Arts et Technologies Numériques, Université Rennes 2 Haute-Bretagne, 2009, p.73.
54. Anthony RAGEUL, portfolio, en ligne, consulté le 02 juin 2016 :
URL : <http://www.anthonyrageul.net/>
55. Anthony RAGEUL (*alias* TONY), *Aldwin et Caboche crèvent l'écran !*, 2015. BD interactive à télécharger en ligne :
URL : <http://aldwin-caboche.webcomics.fr/page/bd-interactive-t%C3%A9l%C3%A9chargeable>

Le lecteur devient acteur de la lecture, il devient un lect-acteur[56], qui doit faire une action pour permettre à l'histoire d'avancer. La lecture d'une BD interactive est active. Tandis qu'Anthony Rageul parle d'interactivité « exogène » et « endogène », Espen J. Aarseth parle de lecture « noématique » pour définir la lecture visuelle et d'« ergodique » pour la lecture qui nécessite une action physique supplémentaire de la part du lecteur[57]. La BD interactive n'a de sens que si elle est pensée dès sa création avec pour base le lect-acteur.

56. « Au fondement de l'image interactive gît le désir de faire reculer les limites imposées par l'enregistrement, de sortir de la culture de l'audiovisuel. Désir d'un accroissement des espaces de liberté, de voir reconnaître au *spect-acteur* ou au *lect-acteur* une présence dans les scénographies. »
Jean-Louis WEISSBERG, *Présences à distance*, L'Harmattan, Paris, 1999, p.173.
57. Espen J. AARSETH, *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*, John Hopkins University press, Baltimore and London, 1997.

II. La place grandissante du transmédia

La bande dessinée est un art visuel, qui attire les autres formats visuels. Le rapprochement entre les différents arts visuels a toujours existé dans la BD, comme nous allons le voir. Mais peut-être que ce rapprochement va s'accélérer avec la place grandissante du numérique dans le processus de création. En effet, le numérique impose de nouvelles compétences dans la fabrication d'une œuvre, qui se retrouve parfois proches de celles de l'animation. Or l'animé est un des enjeux les plus importants pour la BD, étant une source de revenus non négligeable.

> « Art essentiellement reproductible, lié dès l'origine aux procédés de son temps, la bande dessinée n'a rien à gagner à se montrer frileuse sur le plan technologique. Winsor McCay a montré la voie au début de ce siècle en devenant un des pionniers du dessin animé. Sans fascination béate, mais aussi sans complexe, la bande dessinée pourrait aujourd'hui entretenir un véritable dialogue avec d'autres formes de narrations visuelles : le cinéma, la télévision, l'infographie, etc. À l'image de synthèse comme aux jeux vidéo ou aux réalités virtuelles, elle pourrait apporter un supplément d'humour et d'imaginaire[58]… »

A. La BD comme adaptation

La bande dessinée est une narration visuelle, elle est aussi un format de choix pour des adaptations visuelles comme la télévision, le cinéma, le théâtre.

L'adaptation d'une œuvre de bande dessinée est chose courante. Avec les comics, nous avons l'habitude de voir les super-héros faire salle comble sur grand écran, au point d'avoir vu ces dernières années le nombre de comics adaptés en film exploser. Ce phénomène touche également le manga, avec les dessins animés reprenant les séries à succès.

58. Benoît PEETERS, *La Bande dessinée*, collection « Dominos », Flammarion, 1993, p.108.

1. Dessin animé et film d'animation

Il existe plusieurs types d'adaptation audiovisuelle. La plus évidente quand on parle de bande dessinée est peut-être celle du dessin animé. D'ailleurs, l'amalgame est souvent fait entre ces médias. Quand il s'agit d'animation, la France est un *leader*. Elle est même le troisième producteur mondial[59]. Place qu'elle conserve comme le confirment les dernières données du Centre national du cinéma et de l'image animée en 2015[60]. Beaucoup de BD franco-belges ont été adaptées que cela soit en film d'animation ou en dessin animé, avec pour certaines un certain succès (comme *Astérix, Lucky Luke, Largo Winch, Titeuf*, etc.). Coté américain, ce sont surtout les super-héros qui ont été adaptés, même si l'on retrouve d'autres comics à succès (*Little Nemo, Snoopy, Garfield, Batman, Spiderman,* etc.). Enfin, les mangas ont largement été adaptés en dessin animé et cela dès les années quatre-vingt, causant à l'époque diverses polémiques au sujet de la violence de ces dessins animés[61]. Pourtant le manga s'est vite imposé en France, grâce au Club Dorothée notamment, et cela dès les années soixante-dix et encore aujourd'hui (*One Piece, Naruto,* etc.).

---

59. Cécile MURY, « Le triomphe de l'animation française », Telerama.fr, novembre 2012, en ligne, consulté le 05 août 2016 :
URL : <http://www.telerama.fr/cinema/le-triomphe-de-l-animation-francaise,89367.php>

60. Stéphane LE BARS (SPFA) et Alice LANDRIEU (CNC), *Le Marché de l'animation*, Centre national du cinéma et de l'image animé / Syndicat des Producteurs de Films d'Animation, Angoulême, 19 novembre 2015, en ligne, consulté le 05 août 2016 :
URL : <http://www.animation-france.fr/telechargements/Animation-RAF-18-11-2015.pdf>

61. Pour exemple, nous rapportons les propos tenus par Ségolène Royal (alors députée des Deux-Sèvres), dans son ouvrage *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs, Télé-massacre, l'overdose ?*, publié chez Robert Laffont, à la page 37 : « […] Il y avait dans la télévision d'"avant" des règles simples. Il y avait les gentils et les méchants. Et, en général, le gentil, le héros, tuait moins que les autres. Il gagnait aussi parce qu'il était le plus malin. Et puis il s'occupait de la veuve et de l'orphelin, ou de l'animal blessé. Dans les dessins animés et les séries japonaises (du moins ceux que l'on voit sur les chaînes commerciales françaises), ou dans certaines séries américaines, tout le monde se tape dessus. Les bons, les méchants et même ceux qui ne sont rien, les figurants de la mort. Le raffinement et la diversité dans les façons de tuer (explosions, lasers, commande à distance, électrocutions, animaux télécommandés, gadgets divers...) se sont accompagnés d'un appauvrissement des caractères, d'une uniformisation des héros, dont la seule personnalité se réduit à la quantité de cadavres alignés, ou à la couleur de la panoplie du parfait petit combattant de l'espace. »

2. Le cinéma

Les adaptations les plus courantes de bande dessinée se trouvent être celle sur grand écran. Depuis quelques années, nous assistons à l'adaptation de comics américains qui deviennent des succès mondiaux (*Batman, Spiderman, Superman, X-Men, etc.*). Le succès est tel qu'un personnage va avoir plusieurs adaptations, avec plusieurs suites.

Les adaptations de comics sont les plus nombreuses, même si la France adapte elle aussi ses classiques. Nous avons pu voir sur nos écrans des adaptations plus ou moins réussies comme les *Astérix et Obélix* (le deuxième film, *Astérix et Obélix : mission Cléopâtre* a connu un grand succès), *Le Marsupilami, Boule et Bill, Les Profs, L'élève Docobu*, etc. Ce sont bien souvent les BD jeunesses qui se retrouvent adaptées, avec dans les rôles principaux les comiques du moment. Pourtant, contrairement aux comics, les adaptations de BD franco-belge sont bien souvent ratées et moquées par les adeptes. Le succès semble donc reposer essentiellement sur la BD. Le public semble avoir du mal à voir les BD de son enfance adaptée sur grand écran, avec dans des rôles principaux des acteurs parfois peu ressemblant avec celui de la bande dessinée. Prenons comme exemple la polémique actuelle autour de l'adaptation de la bande dessinée *Tamara*. Le film n'est pas encore sorti mais l'affiche pose déjà problème, l'actrice choisie pour incarner le rôle n'ayant pas assez de formes pour incarner Tamara (la BD reposant essentiellement sur les kilos en trop du personnage).

Le problème ne vient pourtant pas de la BD franco-belge, qui peut-être ne trouverait public qu'en Europe, puisque les Américains semblent depuis quelques années séduits par cette première… avec là aussi des succès et des échecs. *Les Schtroumpfs* ont ainsi eu la chance d'être adaptés mais malheureusement l'esprit de la BD n'était plus là. Les petits personnages bleus de Peyo se sont vus modélisés en 3D, dans le monde réel, bien loin de leur petit village. Le charme a disparu. Ces films ressemblent plus à un *remake* des *Chipmunks* qu'à la BD originelle. Cependant, lorsqu'un monstre sacré du cinéma qu'est Steven Spielberg s'attaque à un monstre sacré de la

BD franco-belge qu'est *Tintin*, le succès est au rendez-vous, au point qu'une trilogie est annoncée. Le film *Les Aventures de Tintin : Le secret de la Licorne*, tourné grâce à la performance capture, reste fidèle à l'esprit de Hergé.

B. La BD comme outil de communication

On a parfois tendance à l'oublier mais le dessin de BD promotionnel est une des sources de revenus non négligeable pour un dessinateur. Dans son ouvrage *La Bande dessinée*, Annie Baron-Carvais évoque les tarifs suivant : « les prix varient de 2 000 € pour les droits et la diffusion d'une planche dans le journal de l'entreprise ou sur le réseau intranet, à 60 000 € pour un mini-album cartonné de 24 pages diffusé à 20 000 exemplaires (en 2007). Pour les "vedettes", le prix moyen se situe autour de 30 000 € dont 8 à 12 % pour l'éditeur[62] .»

Il existe plusieurs moyens d'utiliser la bande dessinée pour promouvoir un produit, des idées, un événement.

Un personnage de BD peut facilement devenir une mascotte pour une marque, faisant office de logo ou en apparaissant sur chaque support de communication. C'est ainsi que l'on a retrouvé plusieurs fois le duo Blake et Mortimer dans les publicités de BNB Paribas[63]. Pour Patrick Gaumer, spécialiste de la bande dessinée : « Ces personnages font partie de notre imaginaire collectif et existent désormais en dehors même de leurs histoires[64]. »

L'intérêt d'utiliser un personnage de bande dessinée pour sa communication vient de l'idée pour une entreprise de rajeunir son image (en

62. Annie BARON-CARVAIS, *La Bande dessinée*, collection « Que sais-je ? », Presses Universitaires de France, 2007, p.104-110.
63. Entre 2003 et 2009, BNP Paribas détenait les droits d'exploitation publicitaire de la série *Blake et Mortimer* d'Edgar P. Jacobs.
64. Capucine COUSIN, « La BD sort de sa bulle », Stratégies Magazine, n°1622, février 2011.

utilisant généralement des BD qui ont un grand succès immédiat ou qui l'ont connu), en créant un lien avec le public qui reconnaîtra le personnage.

Autre exemple, celui des BD promotionnelles. Pour Patrick Gaumer, « Hergé a longtemps eu son propre studio de pub, avec pour clients les anoraks Salik, l'huile Fruit d'or et Citroën. La photo n'est arrivée que dans les années 1960. De même, Moebius a travaillé pour Eram et Levi's dans les années 1970[65]. » L'une des meilleures réussites est sans aucun doute celle de Citroën. En 1988, plusieurs BD sont sorties afin de promouvoir la Citroën 2 CV. *Les Aventures de la 2 CV et de la grotte hantée*[66] est l'une d'elle. Pour sa campagne, Citroën a fait réaliser une véritable BD au format A4, de 8 planches et avec un récit. Les aventures sont celles des personnages de *Tintin* d'Hergé, qui partent à l'aventure grâce à la 2 CV, qui n'est pas un dessin mais une photo.

L'utilisation d'un personnage pour sa promotion, que cela soit pour un événement (en mascotte par exemple) ou dans une publicité (comme outil de communication), comporte des risques pour l'image de la bande dessinée. En effet, le *merchandising*[67] a ses dérives et un personnage peut vite se retrouver « avalé » par la machine commerciale.

C. Croisement des médias

Toutes les adaptations et utilisations de la bande dessinée nous montrent à quel point il est complexe pour une narration de rester dans un seul type de média. La tentation de se propager sur plusieurs supports est grande, surtout pour la bande dessinée qui connaît une économie difficile. Les adaptations permettent de faire vivre les personnages de BD en dehors de leur format premier et d'ainsi continuer à faire vivre la BD. On parle alors de crossmédia, à savoir une même narration diffusée sur des médias différents. L'histoire est

65. *Ibid*.
66. Bob DE MOOR et HERGÉ, *Les Aventures de la 2CV et de la grotte hantée*, Citroën, 1988.
67. Le *merchandising* est une pratique qui consiste à vendre des produits dérivés liés à un événement, un individu ou une entité spécifique.

identique, seul le format change (avec des adaptations en fonction de celui-ci). Ainsi, une histoire qui va d'abord être publiée en bande dessinée va ensuite être adaptée en dessin animé, en film, en roman, etc. Toutes les adaptations auront pour base cette bande dessinée et lui seront fidèles. Pour la publicité, on parle de *marketing crossmédia*.

Cependant, avec les possibilités qu'offre de nos jours le numérique, plusieurs éditeurs se sont engagés dans l'aventure du transmédia. À l'inverse du crossmédia, le transmédia permet d'avoir plusieurs narrations différentes mais qui auront tout de même une base commune, un même univers par exemple. Bien souvent les histoires sont indépendantes de la première histoire (la première à avoir été publiée). Les différentes narrations sont diffusées sur différents supports, en les exploitants au mieux. La narration est pensée en fonction du support.

En marketing, le transmédia permet de produire une interaction avec le public, en lui faisant scanner un QR Code par exemple, qui l'enverra sur une plateforme, etc.

1. Lanfeust de Troy*, les éditions Soleil.*

Crossmédia ou transmédia ? La question se pose autour de l'univers de Troy. Avec cet univers, les éditions Soleil ont connu leur plus grand succès. En 1994 sort le premier volume de *Lanfeust de Troy*, scénarisé par Christophe Arleston et dessiné par Didier Tarquin. Cette série, qui raconte l'histoire d'un forgeron qui va se découvrir des pouvoirs magiques et partir à l'aventure, va être un véritable succès. Très vite, d'autres séries voient le jour avec comme point commun leur histoire rattachée au monde de Troy (en 1997 est publié le premier volume de *Trolls de Troy* avec cette fois Jean-Louis Mourier au dessin).

Avec les années, le monde de Troy est devenu complexe avec 10 séries dont l'action se déroule dans l'univers de Troy, à diverses époques. Une véritable aventure crossmédia composée par l'ensemble des séries. Trois

cycles sont consacrés à Lanfeust : *Lanfeust de Troy* (1994-2000 ; cette série existe aussi en version manga sous le nom de *Lanfeust Quest,* 2007-2010)*, Lanfeust des étoiles* (2001-2008) et *Lanfeust Odyssey* (depuis 2009). Les autres séries qui se déroulent dans l'univers de Troy : *Trolls de Troy* (depuis 1997)*, Gnomes de Troy* (depuis 2000)*, Les Conquérants de Troy* (depuis 2005)*, Légendes de Troy* (depuis 2009)*, Cixi de Troy* (depuis 2009) et *Les Guerrières de Troy* (depuis 2010)*.* Plusieurs dessinateurs travaillent sur ces séries qui forment l'ensemble mythologique du monde de Troy.

En 2013, Soleil s'intéresse au numérique et lance une application en mars 2013 avec ComiXology sur l'App Store d'Apple qui regroupe l'ensemble des séries du monde de Troy.

Depuis une dizaine d'années, les éditions Soleil ont une politique de transmédialité. Plusieurs tentatives liées au transmédia ont eu lieu à partir de leur BD phare. Lanfeust a une place centrale chez Soleil, avec une collection entière qui lui est dédiée, ainsi qu'un site encyclopédique sur lequel les lecteurs peuvent puiser des informations en complément de leur lecture (l'histoire du monde, des cartes, etc.).

Soleil s'intéresse également au jeu vidéo et à l'animation. Peut-être face au succès de la société Ankama, comme nous le verrons plus loin. Quoi qu'il en soit, un jeu *Lanfeust de Troy* a vu le jour en 2008, dans lequel le joueur incarne le héros de la BD. Nous ne pouvons pas encore parler de transmédia puisqu'ici l'histoire reste la même que la BD d'origine, nous avons plus à faire à du crossmédia. Il fut annoncé qu'un MMORPG[68] verrait le jour mais le projet semble abandonné.

Le plus grand succès transmédia des mondes de Troy est donc l'adaptation en série animée de *Lanfeust Quest*, l'adaptation manga de la série *Lanfeust de Troy*. Produite par Gaumont et diffusée de 2013 à 2014, la série 3D comporte 26 épisodes de 26 minutes. Nous pouvons noter le fait

68. MMORPG : *Massively multiplayer online role-playing game* (jeu de rôle en ligne massivement multijoueur).

étrange que la série choisie pour être adaptée soit la seule série en format manga et non franco-belge…

2. Wakfu*, Ankama éditions*.

Nous ne pouvons parler de transmédia sans évoquer Ankama éditions et le succès de sa série *Wakfu*. Pour la première fois dans ce mémoire nous parlerons de projets qui n'ont pas pour origine une bande dessinée mais dont la BD fait partie du projet transmédia. Il arrive bien souvent qu'une adaptation BD soit faite après un grand succès, comme pour *Le Donjon de Naheulbeuk, Hero Corp, Kaamelott,* etc.

Ankama est la société française qui développe le plus sa stratégie transmédia, et cela depuis le succès de son MMORPG *Dofus*. Wakfu fait partie de l'univers de *Dofus* mais c'est bien *Wakfu* qui va être la base de la stratégie transmédia d'Ankama. *Wakfu* existe sur une multitude de supports : en BD, en jeu vidéo, en dessin animé, en cartes à jouer, etc.

La filiale Ankama Éditions, créée en octobre 2006 publie des ouvrages liés à l'univers de *Dofus* et *Wakfu* principalement. La maison d'édition a été créée suite au refus de plusieurs éditeurs à publier les projets papier du groupe.

III. Vers une disparition des éditeurs ?

Si la question d'une édition sans éditeur se pose aujourd'hui pour le numérique en France, c'est que nous connaissons déjà un cas d'édition où l'éditeur a peu à peu disparu : le webtoon coréen.

Comment les éditeurs peuvent lutter face au numérique ? En effet le numérique permet aux dessinateurs de publier rapidement, immédiatement, sans passer par le système de parution. D'une certaine manière les éditeurs auront toujours un temps de retard à cause du circuit actuel. On a vu des modes de publications sans éditeurs comme le webtoon en Corée.

A. Le modèle économique actuel de la BD numérique

Si nous souhaitons parler de la place de l'éditeur dans l'édition de BD numérique, nous devons nous attarder sur son système économique qui se cherche encore. Il faut dire que les trois acteurs principaux que sont les éditeurs, les auteurs et les lecteurs ont chacun des objectifs et une vision différente du numérique.

Les éditeurs se montrent encore frileux face au numérique et à son potentiel. Souvent les projets numériques sont suivis ou accompagnés d'une impression, comme si l'édition ne pouvait être que numérique et si le tout numérique était réservé aux seules plateformes de diffusion. Pour les éditeurs, l'incertitude d'un succès est un frein au numérique. Les lecteurs ont du mal à acheter de l'immatériel. Or, pour que la bande dessinée numérique soit enfin au centre des préoccupations des éditeurs il faut un public acheteur.

Les auteurs voient dans le numérique la possibilité de s'exprimer grâce à de nouveaux formats dont les codes sont à définir. Avec des BD comme *Phallaina* nous constatons que le numérique promet encore de belles surprises dans le format et les auteurs le savent. Aussi, plusieurs d'entre eux se mettent au numérique. Hélas, ils se retrouvent face à des éditeurs qui

attendent de voir le phénomène prendre de l'ampleur avant d'éditer du contenu numérique. Les auteurs vont donc chercher une autre façon de produire des récits.

Face à la peur des éditeurs, tout de même conscients de l'intérêt du numérique, plusieurs plateformes de distribution numérique ont vu le jour, comme ComiXology (rachetée par Amazon) et Izneo (*leader* français). Ces plateformes sont un catalogue numérique des maisons d'éditions partenaires et proposent des achats à l'unité ou des abonnements illimités. Ce dernier système semble est le plus favorisée par les plateformes, toutes ayant une offre à moins de 10 € pour l'ensemble du catalogue. On retrouve les mêmes offres aux USA avec par exemple l'application de Marvel.

B. L'édition sans éditeur

Le numérique à emmener un nouveau modèle de création mais aussi de publication. Il n'a jamais été aussi simple de publier sur internet son œuvre, sans connaissance particulière. Dans ce schéma, un rôle est remis en question, celui de l'éditeur. La dématérialisation permet aux auteurs de ne plus faire appel aux éditeurs.

1. Auto-publication et crowdfunding

Le numérique a facilité bien des choses au niveau de la production et de la diffusion de la bande dessinée. L'arrivée de technologie plus accessible a également permis à des dessinateurs ou scénaristes de se lancer dans l'aventure éditoriale en solitaire, pour essayer de contourner la chaîne classique du livre. En effet, depuis des années les conditions de travail des auteurs de bande dessinée ne cessent de se durcir, comme dans tous les domaines. Avec un nombre croissant de bandes dessinées publiées chaque année, il est difficile de vivre de ce format. Aussi, certains auteurs se trouvant

lésés, ou n'ayant pu trouver place auprès d'une maison d'édition, ont décidé de se publier eux-mêmes.

a. Les Auteurs Numériques et Turbo interactive

Les Auteurs Numériques

Les Auteurs Numériques[69] est une plateforme de diffusion de bande dessinée numérique, qui permet de lire des BD sur tous les types d'écrans. Frédéric Detez et Hervé Créach ont conçu le logiciel Skribble qui permet de réaliser facilement des turbomédias. Les Auteurs Numériques c'est aussi un blog BD, dans lequel Hervé Créach présente les différentes étapes de la création d'une BD en turbomédia, du story-board au codage sur logiciel et de ses projets (notamment au niveau du turbomédia

Pour les Auteurs Numériques, tout a débuté avec l'envie d'Hervé Créach de tenter le turbomédia, qui était alors à ses débuts (peut-être encore aujourd'hui) et dont il fallait encore tout inventer. Pour l'aider à monter ses turbomédias, Hervé Créach fait appel à Fred Detez. Ce dernier, après avoir fait le constat qu'aucun logiciel existant ne pouvait vraiment aider à réaliser des turbomédias, décide de se lancer dans la création d'un logiciel de montage qui aurait une interface graphique simple pour être compris par tous. C'est à partir de là que né le logiciel Skribble.

Selon Hervé Créach, « […] le futur de la lecture régulière appartient aux supports numériques (c'est presque déjà le cas). Dès que les outils (logiciels et supports) auront été inventés ou se seront correctement développés[70] ! »

Cette notion de lecture régulière me semble importante. En effet, il est forcé de constater que le numérique attire les formats courts, que cela soit les

69. URL : <https://les-auteurs-numeriques.com/>

70. « À la rencontre des Auteurs Numériques », BDZMag, 09 novembre 2015, en ligne, consulté le 12 juillet 2016 :
URL : <https://bdzmag.actualitte.com/A-la-rencontre-des-Auteurs-Numeriques>

blogs, les webtoons, les turbomédias, etc. Des gros projets existent bien mais ils paraissent sous forme d'épisodes, en s'inspirant sans aucun doute des séries télévisées. Pour exemple, prenons le cas du turbomédia Western Spaghetti de Piak, réalisé avec Hervé Créach et déposé sur la plateforme des Auteurs Numériques.



Illustration 12. *Western Spaghetti* – PIAK.

© Piak/Hervé Créach, 2016

Western Spaghetti est un turbomédia réalisé par Piak, paru en 4 épisodes sur le site des Auteurs numériques. La BD a été réalisée dans le cadre des 23 heures de la BD. Les 23 heures de la BD est un concours, qui propose aux participants de produire une BD sur un thème précis (révélé au début du concours) en moins de 23 heures En 2016 le thème était celui du western et avait pour contrainte imposée le port d'une horloge par un des personnages. L'histoire est celle d'un aventurier « justicier et curcubitacé », Enio Corrnichone.

Le turbomédia a été réalisé par Hervé Créach, l'un des créateurs des Auteurs numériques. Le turbomédia reprend les codes du format, sans user de beaucoup d'animation. Nous avons donc une BD numérique qui se sert du

turbomédia pour jouer sur l'effet de surprise qu'offre l'apparition des cases une par une.

Turbo Interactive

En 2014 a été créée l'entreprise Turbo Interactive qui a pour but de concevoir des turbomédia71. L'équipe est composée de quatre membres : Balak (président de l'entreprise) ; Malec (cofondateur et *storyboader*) ; Fred (manageur et administratif) et BatRaf (développeur, programmeur et webmaster). L'équipe est composée de grands noms du turbomédia, dont le créateur du genre, ce qui est le garant d'une grande expérience dans le domaine.

L'entreprise a pour objectif d'aider à la réalisation de turbomédia, que cela soit pour des projets lucratifs ou non lucratifs. Désireux de faire connaître le médium et d'aider les utilisateurs, l'équipe propose de prendre contact avec elle pour des questions (voir annexe 3 : questions à BatRaf).

BatRaf propose également pour un projet non lucratif son aide et son expertise technique et narrative dans le développement d'un turbomédia, voire même le créer, le livrer et le diffuser sur la plateforme de Turbo Interactive.

b. *Crowdfunding* (financement participatif)

La plus grande révolution dans le système actuel est sans aucun doute le *crowdfunding*, qui est de plus en plus utilisé par les artistes et les sociétés afin de mener à bien un projet. Nombreux sont les dessinateurs BD à faire appel aux dons de leur communauté pour publier des planches refusées par des éditeurs, des *books* (carnet de croquis), etc.

Le *crowdfunding* existe depuis de nombreuses années mais le phénomène a pris de l'ampleur depuis quelques années. Contrairement à ce que l'on

71. URL : <http://turbointeractive.fr/>

pourrait penser, le *crownfunding* n'est pas né sur internet et des formes de souscriptions et de mécénat en groupe existent depuis le XIII[e] siècle[72]. Internet a permis de favoriser ce système grâce aux plateformes qui ont simplifié les échanges et grâce à l'amélioration des services de microfinancements comme Paypal. Nous parlons bien d'échange et non de dons, le système ayant évolué : contre un don, le participant aura une récompense (parfois symbolique) pour le remercier de sa participation. Le phénomène a émergé depuis quelques années grâce aux communautés et aux réseaux sociaux. Le porteur du projet peut facilement communiquer sur celui-ci.

Les réussites sont nombreuses mais reposent bien souvent sur la capacité du porteur de projet à mobiliser sa communauté. Ainsi, une célébrité aura plus de chance de voir son projet aboutir. Cela peut même dépasser toutes les espérances. Comme pour Laurel qui en 2015 a créé la surprise en récoltant 2 860 % de la somme demandée pour imprimer sa BD *Comme convenu – L'histoire en BD d'une start-up de jeux vidéo en Californie*. Laurel espérait récolter 9 064 €… et obtiendra 259 307 € en un mois grâce à 7 962 contributeurs sur la plateforme Ulule[73]. Autre grand succès notoire, celui de Boulet qui en 2014 a illustré l'album de Zachary Weiner *Augie and the Green Kinght* inspiré du roman de chevalerie *Sire Gauvain et le Chevalier vert*. En un mois l'album attire 9 044 contributeurs pour 384 410 $ sur la plateforme Kickstarter[74].

2. De nouvelles compétences à développer

Le numérique a profondément changé le travail des éditeurs et des auteurs. Pour publier une œuvre numérique, la maison d'édition doit faire

72. Au XVIII[e] siècle des associations faisaient appel à des dons pour récolter de l'argent.
73. Campagne de *crowdfunding* pour la BD Comme convenu de Laurel.
URL : <http://fr.ulule.com/comme-convenu/>
74. Campagne de *crowdfunding* pour l'album *Augie and the Green Knight* de Zachary Weiner et Boulet.
URL : <https://www.kickstarter.com/projects/weiner/augie-and-the-green-knight-a-childrens-adventure-b>

appel à de nouvelles compétences qu'elle ne maîtrise pas toujours. Le numérique a créé de nouveaux métiers indispensables, que cela soit pour la communication (*community manager*, analyste Web, etc.), à la production (éditeur numérique, transmédia, etc.) et à la création (graphiste, développeur, etc.). Le numérique doit être investi par les maisons d'éditions.

3. Le besoin de visibilité

Peut-on vraiment se passer de l'éditeur ? Peut-être. L'autoédition existe depuis plusieurs années et a dans certains cas permis à des écrivains inconnus d'être remarqués (avec à la clef un contrat… dans une maison d'édition). Le circuit de publication d'une œuvre peut se passer de l'éditeur. Avec le numérique, n'importe qui peut en effet diffuser ses écrits, ses dessins, par un simple clic, en PDF, sur n'importe quel site. Les plateformes de diffusions numériques sont nombreuses et nous avons noté quelques réussites. Cependant, peu importe la manière dont l'auteur se fera connaître, il se tournera à un moment donné vers l'édition traditionnelle en plus de ses projets autoédités. Alors comment expliquer cela.

Le Web a permis à de jeunes auteurs de se faire connaître et de mener à bien des projets personnels qui ne trouvaient place auprès d'aucune maison d'édition. Les auteurs sont alors chargés de leur propre promotion, qui pour avoir un véritable impact doit être constante. On arrive alors à un des problèmes de l'autoédition. Un bon projet peut voir le jour, si son auteur n'arrive pas à communiquer dessus, ou si son premier réseau (qui servira à propager l'information) n'est pas efficace, il deviendra un de ses nombreux blogs BD qui cherchent encore une communauté fidèle. Bien sûr le succès peut mettre du temps à arriver et il faut être patient. Or, nombreux sont les auteurs qui aimeraient pouvoir vivre de leur passion, de leur travail. Ils se tournent alors vers l'édition traditionnelle dans le but d'obtenir un premier contrat et utiliser le réseau de communication de la maison d'édition. Grâce à cette dernière, l'auteur aura plus de temps pour se consacrer à son travail et

a, ou devrait avoir, une meilleure communication autour de son projet. On notera d'ailleurs que les jeunes auteurs ont parfois l'impression que leur projet n'est pas assez valorisé par la maison d'édition avec laquelle ils ont signé un contrat… peut-être est-ce une des raisons qui les a poussés vers l'autoédition.

On soulignera au passage que le fait d'être publié par une maison d'édition est encore aujourd'hui dans les esprits un gage de qualité et une reconnaissance du milieu.

C. Quel avenir pour la BD numérique ?

La bande dessinée est un art qui a toujours su s'adapter à son époque et à ses contraintes. Sa forme évolue constamment pour fusionner avec son support. Les tentatives de BD numérique sont nombreuses et certaines sont de véritables réussites bien qu'elles soient encore loin de leurs formes définitives. Le numérique évolue bien trop vite pour que des bases aient le temps de se construire. Nous pouvons tout de même voir certains formats se détacher du lot, comme le webtoon et le turbomédia.

J'ignore encore si le webtoon aura le même succès en France ou s'il révolutionnera le numérique. Le succès sera sans doute là, le phénomène manga n'étant pas encore essoufflé, je vois dans le webtoon un bon support à une lecture numérique. Cependant, je pense que nous sommes loin d'une révolution en ce qui concerne la lecture numérique. Après tout, le scrolling, bien qu'il facilite la lecture sur un écran, n'offre aucune interactivité avec le lecteur. Il n'y a qu'un sens de lecture. Nous passons d'une lecture papier horizontale à une lecture numérique verticale. Au lieu de tourner les pages nous faisant défiler les cases.

Le turbomédia est sans doute le format numérique le plus intéressant à l'heure actuelle.

CHAPITRE 3 – PROJET ÉDITORIAL : UN TURBOMÉDIA

Pour conclure notre réflexion, nous nous attarderons sur un format en particulier, le turbomédia et nous verrons comment ce format peut avoir sa place dans une aventure éditoriale et être au cœur même d'une maison d'édition. Ce format est actuellement celui qui se rapproche le plus de ce que devrait être la bande dessinée numérique : une BD séquentielle, dans laquelle le lecteur maîtrise le rythme de lecture et qui a pensé une interactivité endogène dès sa conception.

I. Conception du projet éditorial

A. Pourquoi une BD turbomédia ?

Le turbomédia a de quoi séduire. En effet, une bande dessinée turbomédia peut être lue à partir de n'importe quel support numérique n'importe quel support numérique, que cela soit à partir d'une page Web que l'on consulterait via un ordinateur ou un smartphone, ou par l'utilisation d'une application. Nous l'avons vu, le turbomédia a de nombreux avantages, dont celui de permettre à l'auteur de créer comme bon lui semble.

En effet, même si cela n'aurait à mon sens aucun intérêt, rien n'empêche de se servir du turbomédia comme équivalent au papier, en reproduisant les mêmes structures et les mêmes codes. Dans ce cas-là le turbomédia ne serait qu'un support de lecture, permettant à une BD d'être lue en numérique n'importe où, alors le turbomédia ne serait rien de plus qu'une forme homothétique de la BD.

Aussi, le choix du turbomédia a été fait pour les capacités du format, qui arrive à exploiter les possibilités du numérique tout en conservant l'essence même de la bande dessinée en général (un ordre séquentiel et un rythme de

lecture maîtrisé par le lecteur) et de la bande dessinée numérique (l'interactivité).

Le turbomédia est à la limite des frontières d'avec les jeux vidéo par son interactivité et de l'animation grâce aux mouvements et transitions.

B. Présentation du projet.

1. La maison d'édition

Les éditions Monsieur Jabot sont spécialisées dans la publication de BD numériques, et plus précisément de turbomédia. Elle en publie deux sortes : dès turbomédias au format court, qui sont généralement de jeunes auteurs souhaitant se faire connaître ou découvrir le turbomédia ; et des formats longs qui sont publiés par épisodes pendant quelques semaines.

Les ouvrages sont accessibles en ligne sur la plateforme ou sur l'application. Un ouvrage peut être téléchargé sur son compte en ligne (on parle alors d'achat, la lecture se faisant une fois connecté à son compte personnel) ou lu en streaming (à condition d'être un abonné mensuel).

L'abonnement mensuel a pour intérêt de faire découvrir de nouveaux auteurs qui risqueraient de n'avoir aucun achat. Les auteurs à succès attirent les gros lecteurs, qui apprécieront un abonnement au mois et illimité. Cependant, la possibilité de télécharger les bandes dessinées de son choix en les achetant permet de calculer la popularité d'un auteur et de le rémunérer en conséquence.

2. Catalogue

La maison d'édition n'édite que des BD numérique sous forme de turbomédia. Elle possède 4 collections : Franco-belge ; Comics ; Manga et Expérimentations.

L'ensemble du catalogue est disponible en ligne.

La longueur de l'histoire peut faire varier le rythme de publication : un turbomédia court sera publié en une seule fois, tandis qu'une histoire longue sera découpée en chapitre et publiée périodiquement.

3. La publication

L'œuvre publiée sera une bande dessinée exclusivement diffusée sous sa forme numérique, en turbomédia. Elle est considérée comme un format long et sera, de façon à ne pas alourdir le livre numérique avec un nombre important d'écrans, découpée en plusieurs épisodes.

II. Production du turbomédia

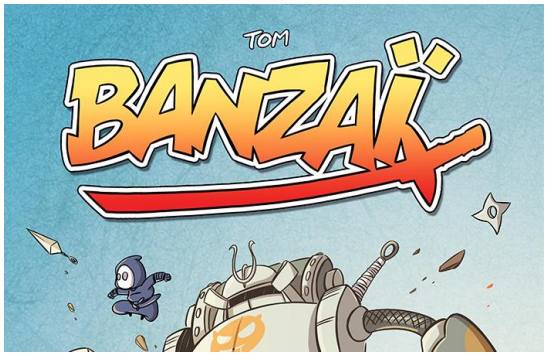
A. Contenu et apparence

1. Interactivité

Le turbomédia est un format qui permet d'intégrer du contenu animé à la bande dessinée. Ce format a été choisi pour éviter la bande dessinée numérique homothétique qui n'a d'autre intérêt que sa portabilité. Comme nous l'avons vu dans le mémoire, il est important d'utiliser les possibilités qu'offre le numérique. Le turbomédia se situe à la frontière entre bande dessinée et film. Lorsque nous parlons de la création d'un turbomédia, les mêmes termes techniques ressortent, comme le découpage, le montage, le *storyboard*. Il peut y avoir de l'animation dans un turbomédia. Le turbomédia qui a été imaginé pour ce mémoire utilise lui aussi les codes du cinéma. On retrouve d'ailleurs des bandes noires sur l'écran. Par choix, ce turbomédia est pensé sans son, même s'il est vrai que ce format permet son utilisation.

L'originalité étant déjà importante dans l'esthétique et l'animation, nous préférons garder une interactivité « commune ». Le lecteur actionnera le changement de case de manière intuitive : pour progresser dans l'histoire, le lecteur doit appuyer sur la droite de l'écran pour avancer, ou sur la gauche de l'écran pour faire demi-tour et relancer l'animation.

2. Storyboard



Page de titre du turbomédia.

Écran 1



Décors.

Écran 2



Apparition du premier personnage, par un mouvement rapide de la gauche vers la droite jusqu'à être positionné au centre de l'écran. Pour montrer le mouvement, le personnage tremblera légèrement.

Animation.

Écran 3



Apparition du second personnage et de la bulle, par le même procédé. Le premier personnage ne tremble plus, le second tremble.

Animation.

Écran 4



Apparition seconde bulle.

Écran 5



Écran 6

Case superposée.



Écran 7

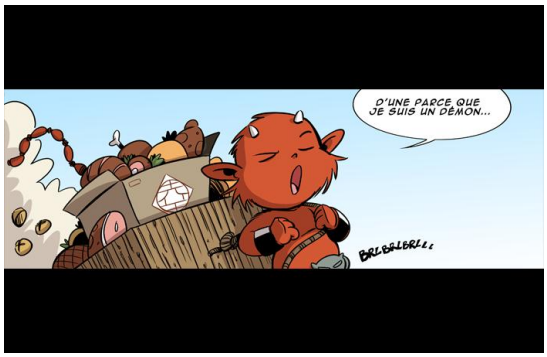
Case superposée.



Écran 8

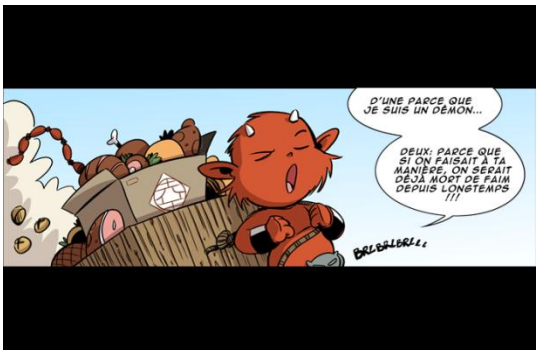
Poussière qui tremble.

Animation.



Écran 9

Retour sur les personnages.



Apparition seconde bulle.

Écran 10



Le premier personnage tire la langue : animation.

Écran 11



Apparition plein écran avec zoom.

Animation.

Écran 12



Case qui tremble.

Écran 13



Les personnages sortent de l’écran par la droite.

Écran 14



Copyright.

Écran 15

B. Coûts, rémunérations, *crowdfunding* et prix.

1. Fabrication du turbomédia

Les principaux coûts de l'œuvre sont ceux de la maison d'édition (local, hébergement site et application, salaires, etc.) et la rémunération des auteurs.

La maison d'édition est composée d'un éditeur, d'un chargé de communication et de diffusion, un chargé de production, deux développeurs et deux graphistes. La rémunération d'un *freelance* étant trop chère pour les bénéfices.

Dans le privé, le développeur est rémunéré à la journée. Son temps de travail est variable, en fonction du nombre d'écrans et du nombre d'animation. Un développeur est rémunéré aux alentours de 300 € par jour, pour un rendement de 80 écrans par demi-journée pour un turbomédia sans animation, ou 80 écrans en trois jours avec beaucoup d'animations. Dans le cas de *Banzaï*, nous pouvons imaginer facilement atteindre les 1 500 écrans, avec animations. Si nous essayons de diminuer le nombre d'animations, nous arrivons tout de même à une vingtaine de jours de travail, soit une rémunération de 6 000 € pour le développeur.

Aussi, nous avons embauché deux développeurs, pour une production d'une dizaine de turbomédia par mois (un gros projet accompagné de projets plus modestes).

2. Rémunérations

L'auteur a trois sources de revenues (voir article 13 du contrat d'édition à la fin de ce mémoire).

La première est calculée sur le nombre de consultation de l'œuvre en ligne.

La seconde est un pourcentage sur les abonnements de la plateforme, calculé au prorata (calculé sur le nombre de vue des publications de l'auteur).

La troisième correspond à l'achat à l'unité de l'œuvre.

3. Crowdfunding

Pour financer une partie de ses publications, la maison d'éditions espère avoir le soutien de sa communauté. Certains projets sont ainsi proposés au financement participatif.

Pour s'assurer une certaine réussite, seuls les projets de dessinateurs « connus » seront proposés au *crowdfunding*. Nous espérons ainsi faire fonctionner la communauté de la maison d'édition et celle de l'auteur, celle du dessinateur de l'œuvre.

Le turbomédia ne pouvant être imprimé (puisqu'il est généralement pensé dès la création), nous ne proposerons pas une version imprimée de l'ouvrage. Nous souhaitons rester une maison d'édition totalement numérique.

Le *crowdfunding* servira alors de financer un turbomédia en proposant, en contrepartie des produits dérivés, des ex-libris signés et numérotés, des dessins originaux, son nom dans les crédits de l'œuvre, etc.

4. Prix de lecture

Le lecteur a la possibilité d'acheter un turbomédia à l'unité ou s'abonner pour une durée d'un mois à la plateforme.

Sur l'application, le lecteur abonné a la possibilité de télécharger cinq BD qui seront consultables hors connexion, pendant un mois.

En cas d'achat, les BD sont disponibles hors connexion sur l'application à condition de les avoir téléchargées sur celle-ci.

Achat à l'unité.

Le prix du livre à l'unité est fixé en fonction de la longueur du turbomédia. Le lecteur ne peut acheter un épisode, lorsqu'il achète le livre il a accès à son intégralité. Le lecteur peut avoir accès à n'importe quel moment à son achat, à condition d'être connecté à la plateforme ou à l'application.

Abonnement mensuel

L'abonnement mensuel, fixé à 9,99 €, offre un accès illimité pendant une durée de 1 mois à l'ensemble des œuvres. Une fois ce délai passé, le lecteur n'a plus accès aux turbomédias.

III. Diffusion de la BD

A. Site et application

La BD est accessible sur tous les écrans, grâce au site de la maison d'édition et à son application.

Le site des éditions Monsieur Jacot est un catalogue sur lequel le lecteur peut acheter des œuvres à l'unité, ou lire en illimité grâce à un abonnement au mois. Le premier chapitre, épisode, d'un turbomédia est disponible gratuitement de manière à faire découvrir l'auteur et son style, ainsi que pour poser les bases de l'histoire. Dès lors que le lecteur souhaite poursuivre sa lecture, il doit se connecter à un compte personnel. Il lui sera alors proposé de s'abonner au site pour une durée d'un mois. S'il refuse, le lecteur aura la possibilité d'acheter les turbomédias de son choix et de les télécharger dans sa bibliothèque numérique.

L'utilisation de l'application nécessite un compte personnel. Comme sur le site, le lecteur a accès à sa bibliothèque personnelle dans laquelle il trouve la liste de ses achats. Sur l'application, le lecteur a la possibilité de télécharger 5 ouvrages, qui seront accessibles sans connexion sur l'application.

Les plateformes possèdent également une page « code », pour télécharger l'œuvre préalablement achetée en librairie.

B. Librairie

Bien que la diffusion du turbomédia se fasse essentiellement en ligne, *via* les plateformes de communication de la maison d'édition, cette dernière souhaite intégrer les librairies à son système économique. Pour cela, la méthode de diffusion se rapproche des *e-book's card* qui permettent d'acheter une carte sur laquelle se trouve un code de téléchargement.

Dans le cas de la BD *Banzaï*, une carte de téléchargement a été créée. De format A4 et plié en deux, elle contient le visuel de la couverture de la BD, un résumé et le code pour télécharger la BD (avec son compte personnel sur le

site ou l'application de la maison d'édition). Dans le meilleur des cas, la librairie possède un ordinateur disponible pour les clients sur lequel ces derniers pourront, avant achat, visionner un aperçu (de quelques écrans) du turbomédia.

L'achat est proposé en librairie surtout pour les collectionneurs. En effet, nous pouvons penser qu'un collectionneur de BD appréciera de disposer d'un support physique (ici une carte postale) pour la conserver et pour une éventuelle séance de dédicace (comme nous pouvons le voir sur l'illustration 13, seul l'extérieur de la carte est imprimé, de sorte à permettre une éventuelle dédicace à l'intérieur). Une version luxe sera également proposée, avec un tirage limité d'ex-libris numéroté.

Le libraire touchera environ 30 % du prix de vente. L'intérêt de la maison d'édition de travailler avec une librairie et de faire connaître sa BD grâce à des professionnels passionnés et d'inviter de nouveaux clients à s'inscrire sur la plateforme ou l'application de la maison d'édition.

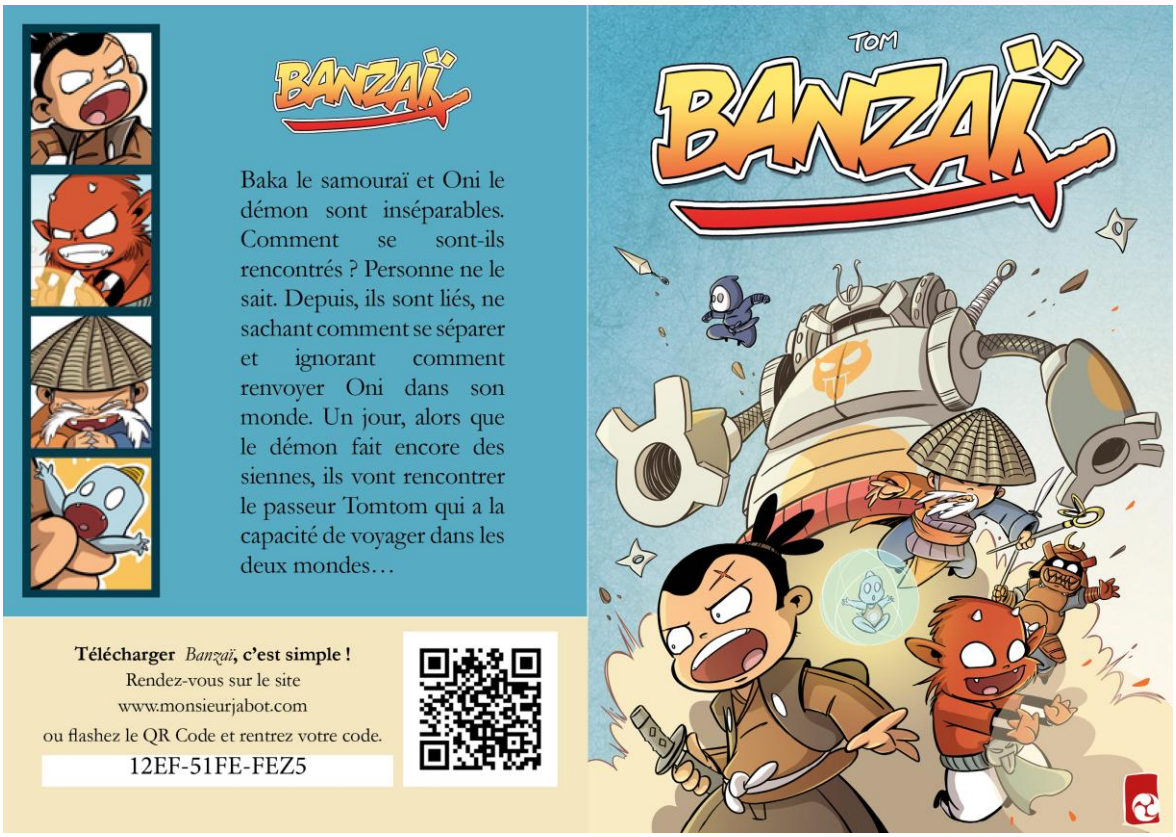


Illustration 13. Carte de téléchargement du turbomédia.

CONCLUSION

Avec le numérique, la définition de la bande dessinée est devenue encore plus complexe. Le numérique a ouvert énormément de possibilités de créations. Les auteurs sont constamment à la recherche d'une nouvelle forme. Dans cette recherche, il est cependant important de ne pas perdre de vue le point central de la création : la bande dessinée.

Nous l'avons vu, la BD repose sur deux principes : l'ordre séquentiel et la maîtrise du rythme de lecture. Les deux sont indissociables : une œuvre séquentielle qui défilerait devant nous s'apparenterait plus à du cinéma, de l'animation, qu'à de la bande dessinée. D'ailleurs, comme nous l'avons vu avec les BD en *scrolling* ou le turbomédia, le mouvement ne gêne en rien la lecture d'une bande dessinée, à partir du moment qu'il ne rentre pas en conflit avec le rythme de lecture.

La bande dessinée entretient des rapports étroits avec les autres médias, elle n'a eu de cesse de s'en rapprocher. La BD est partout : sur grand écran, dans les jeux vidéo, dans les publicités, etc. Aussi, il est normal qu'un rapprochement ait eu lieu également au niveau de la création de l'œuvre, lui permettant de se créer une autre forme.

Des œuvres hybrides ont vu le jour, nécessitant de redéfinir la BD. Dans un souci d'attractivité, la BD a commencé à s'animer et à proposer de véritable *gameplay*. La bande dessinée numérique peut avoir plusieurs formes. Lorsque l'on parle bande dessinée numérique, l'on parle de son support numérique et par conséquent des écrans. Toute œuvre pouvant être lue numériquement peut donc prendre l'appellation de BD numérique. Cependant, le support doit être au cœur de la création artistique et c'est ce rapport avec le support qui devrait justifier l'existence de la BD numérique. Elle doit apporter quelque chose de plus que la BD papier.

La bande dessinée numérique doit être à la limite des frontières. Elle doit conserver son essence tout en utilisant au mieux le numérique. Aussi la définition de la bande dessinée numérique varie de celle de la bande dessinée en général. La BD numérique doit prendre un compte un élément central, qui lui donnera toute sa dimension : l'interactivité.

Il n'y a aucun doute à avoir sur l'avenir de la BD numérique. Elle trouvera des formats qui lui permettront de conserver son essence. La question à présent est de savoir quand. En effet, pour progresser à présent la bande dessinée numérique a besoin de se créer une économie viable, qui permettra à des projets plus ambitieux de voir le jour. Jusqu'à présent les projets les plus aboutis sont ceux d'artistes passionnés souhaitant tout mettre en œuvre pour explorer toutes les possibilités de création narrative qu'offre numérique.

À ce jour seul le format turbomédia semble pouvoir répondre aux attentes du numérique mais nous avons pu voir avec la bande défilée *Phallaina* que la BD numérique à encore beaucoup de chose à explorer.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Sur le livre

AARSETH, Espen J., *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*, John Hopkins University press, Baltimore and London, 1997.

BENHAMOU, François, *Le Livre à l'heure numérique — Papiers, écrans, vers un nouveau vagabondage*, Les Éditions du Seuil, 2014, 213 p.

MALLENDER, Ariane, *Écrire pour le multimédia*, Dunod, Paris, 1999, 208 p.

PROST, Bernard, MAURIN, Xavier, LEKEHAL, Mehdi, ANATRELLA, Bruno, *Le Livre numérique*, Éditions du Cercle de la Librairie, 2013, 127 p.

ROBIN, Christian, *Les Livres dans l'univers numérique*, La Documentation française, 2011, 159 p.

SOCCAVO, Lorenzo, *Gutenberg 2.0, le futur du livre*, M21 éditions, 2008, 200 p.

WEISSBERG, Jean-Louis, *Présences à distance*, L'Harmattan, Paris, 1999, 304 p.

Sur la bande dessinée

BARON-CARVAIS, Annie, *La Bande dessinée*, collection « Que sais-je ? », Presses Universitaires de France, 2007, 127 p.

BERNIÈRE, Vincent, *Qu'est-ce que la bande dessinée aujourd'hui ?*, BeauxArts éditions, 2008, 196 p.

BERTHOU, Benoît, *Éditer la bande dessinée*, Éditions du Cercle de la Librairie, 2016, 127 p.

BOILLAT, Alain (dir.), *Les Cases à l'écran — Bande dessinée et cinéma en dialogue*, collection « L'Équinoxe », Georg, 2010, 356 p.

DACHEUX, Éric (dir.), *Bande dessinée et lien social*, « Les Essentiels d'Hermès », CNRS éditions, 2014, 226 p.

DÜRRENMATT, Jacques, *Bande dessinée et littérature*, Classiques Garnier, 2013, 232 p.

EISNER, Will, *Les Clés de la Bande Dessinée : I — L'art séquentiel*, Delcourt, 2009, 180 p.

EISNER, Will, *Les Clés de la Bande Dessinée : II — La narration*, Delcourt, 2010, 178 p.

EISNER, Will, *Les Clés de la Bande Dessinée : III — Les personnages*, Delcourt, 2011, 181 p.

GROENSTENN, Thierry, PEETERS, Benoît, *Töpffer : l'invention de la bande dessinée*, Hermann, 1994, 320 p.

GROENSTEEN, Thierry, *La Bande dessinée mode d'emploi*, Les Impressions Nouvelles, 2007, 224 p.

GROENSTEEN, Thierry, *La Bande dessinée — son histoire et ses maîtres*, Skira-Flammarion, 1999, 456 p.

GROENSTEEN, Thierry, *Un Objet culturel non identifié : la bande dessinée*, Les Éditions de l'An 2, 2006, 206 p.

GROENSTEEN, Thierry, *Système de la bande dessinée*, Presses Universitaires de France, 1999, 205 p.

KAENEL, Philippe, LUGRIN, Gilles (dir.), *BD, ciné, pub et art — d'un média à l'autre*, InFolio, 2007, 288 p.

LAFARGUE, Jean-Noël, *Entre la plèbe et l'élite — les ambitions contraires de la bande dessinée*, Atelier Perrousseaux, 2012, 176 p.

MAIGRET, Éric, STEFANELLI, Mattep (dir.), *La Bande dessinée : une médiaculture*, Armand Colin, 2012, 272 p.

MC CLOUD, Scott, *L'Art invisible*, Delcourt, 2015, 232 p.

MC CLOUD, Scott, *Réinventer la bande dessinée*, Delcourt, 2015, 256 p.

MC CLOUD, Scott, *Faire de la bande dessinée*, Delcourt, 2014, 269 p.

MITAINE, Benoît, ROCHE, David, SCHMITT-PITIOT, Isabelle, *Bande dessinée et adaptation (littérature, cinéma, tv)*, collection « Littératures », Presses universitaires Blaise Pascal, 2015, 374 p.

MOUCHART, Benoît, *La Bande dessinée*, Le Cavalier Bleu, 2010, 192 p.

MOUCHART, Benoît, *De la bande dessinée au XXI^{e} siècle*, Les Belles lettres/Archimbaud, 2013, 96 p.

PEETERS, Benoît, *Case, Planche, Récit, lire la bande dessinée*, Casterman, 1998, 144 p.

PEETERS, Benoît, *La Bande dessinée*, collection « Dominos », Flammarion, 1993, 128 p.

POMIER, Frédéric, *Comment lire la bande dessinée*, Klincksieck, 2005, 160 p.

STRÖMBERG, Fredrik, *La Propagande dans la BD - un siècle de manipulation en images*, Eyrolles, 2011, 176 p.

TRONDHEIM, Lewis, GARCÍA, Sergio, *Bande dessinée, apprendre et comprendre*, Delcourt, 2006, 30 p.

Sur la bande dessinée numérique

NAECO, Sébastien, *La BD numérique : enjeux et perspectives*, Numeriklivres, 2011.

PEETERS, Benoît, SCHUITEN, François, *L'Aventure des images, de la bande dessinée au multimédia*, collection « Mutations », Autrement, 1996, 185 p.

ROBERT, Pascal (dir.), *Bande dessinée et numérique*, « Les Essentiels d'Hermès », CNRS éditions, 2016, 252 p.

Sur l'animation

BELDI, Ariane, *Le DVD et la transformation des séries TV en œuvres — Le cas de la réception des séries TV d'animation japonaise en Europe*, Thèse en Sciences de l'information et de la communication, Université de Strasbourg, 2013, 442 p.

ROYAL, Ségolène, *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs, Télé-massacre, l'overdose ?*, Robert Laffont, 192 p.

Écrits universitaires

Sur la bande dessinée

FARJON, Mélanie, *La Bande dessinée au-delà de la bande dessinée*, Mémoire en Métiers de l'Enseignement de l'Éducation et de la Formation, Panthéon-Sorbonne Université Paris 1, 2015, 44 p.

HAGMANN, Fabrice, *La Nouvelle bande dessinée derrière la caméra*, Mémoire en Arts du spectacle et techniques de diffusions et de communication, Institut des arts de diffusion, Louvain-la-Neuve, 2010, 86 p.

Sur la bande dessinée numérique

BESTEL, Valentine, *État des lieux et perspectives de la bande dessinée numérique en bibliothèque*, Mémoire Métiers du livre, IUT Bordeaux Montaigne, 2015, 54 p.

CHIRON, Julia, *Le Neuvième art sur internet : les blogs de bande dessinée*, Mémoire de master 2 Lettres, Arts et Pensée Contemporaine, Université Paris 7, 2008, 119 p.

FALGAS, Julien, *Raconter à l'ère numérique — Auteurs et lecteurs héritiers de la bande dessinée face aux nouveaux dispositifs de publication*, Thèse en

Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Lorraine, 2014, 669 p.

FALGAS, Julien, *Toile ludique — Vers un conte multimédia/v 1.0*, Maitrise d'Arts Plastiques, Université de Metz, 2004, 71 p.

FERNÁNDEZ, Margarita Molina, *La Bande dessinée hypermédiatique — Dessiner les contours d'une pratique numérique de la bande dessinée*, Mémoire de Master 1 Texte-image : Bande dessinée, École européenne supérieure de l'image, Université de Poitiers, 2014, 81 p.

FERNÁNDEZ, Margarita Molina, *La BD hypermédiatique comme forme de prédilection pour le développement des récits non-linéaires*, Mémoire de Master 2 Texte-image : Bande dessinée, École européenne supérieure de l'image, Université de Poitiers, 2015, 105 p.

GUILLAUMIE, Martin, *Bande dessinée numérique : la révolution aura-t-elle lieu ?*, Mémoire en design, École supérieure d'art et design de Saint-Étienne, 2014, 164 p.

RAGEUL, Anthony, *Bande dessinée interactive : comment raconter une histoire ?* Prise de tête*, une proposition entre minimalisme, interactivité et narration*, Mémoire en Arts et Technologies Numériques, Université Rennes 2, 2009, 120 p.

RAGEUL, Anthony, *La Bande dessinée saisie par le numérique : formes et enjeux du récit configuré par l'interactivité*, Thèse de doctorat en Arts Plastiques, Université Rennes 2, 2014, 433 p.

VELLIN, Clémentine, AIGRON, Guillaume, *Usages et pratiques de la BD numérique*, Mémoire de Master 2 en école supérieure de commerce, Kedge Business School, Marseille, 2014, 89 p.

Articles

« Tout savoir sur le turbomédia », 23hbd.com, 13 mars 2015, en ligne, consulté le 27 juillet 2016 :

URL : <https://www.23hbd.com/index?pg=post&pst=42>

ALLES, Julien, GABRION, Pierre-Yves, « BDNag ! L'aventure du 1er magazine BD 100 % numérique ! », lemague. net, 22 mars 2012, en ligne, consulté le 14 mai 2016 :

URL : <http://www.lemague.net/dyn/spip.php?article8111>

BAUDRY, Julien, « Histoire de la bande dessinée numérique française », *Neuvième art 2.0*, printemps 2012, en ligne, consulté le 18 octobre 2015 :

URL : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?rubrique72>

BERTHOU, Benoît (dir.), *La Bande dessinée : quelle lecture, quelle culture ?*, Open Edition Books, 2015, en ligne, consulté le 10 mai 2016 :

URL : <http://books.openedition.org/bibpompidou/1671?lang=fr>

BONACCORSI, Julia, « La bande dessinée aux prises avec la 'machinerie éditoriale' du smartphone », ***In*** : *Communication & langages*, n° 167, 2011, p. 87-105.

BOUDISSA, Magali, « La bande dessinée numérique », dans Éric DACHEUX (dir.), *Bande dessinée et lien social*, collection « Les Essentiel d'Hermès », CNRS éditions, 2014.

BOKYOUNG, Yun, « La bande dessinée numérique française et le webtoon coréen : deux modalités de la lecture sur écran », Neuvième art 2.0, 2013, en ligne, consulté le 9 mai 2016 :

URL : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article579>

COUSIN, Capucine, « La BD sort de sa bulle », Stratégies Magazine, n° 1622, février 2011.

HAQUENNE, Mélissa, « Jeux vidéo : quelles évolutions et quelles pistes pour l'édition ? », lettresnumerique.be, juin 2016, en ligne, consulté le 28 juin 2016 :

URL : <http://www.lettresnumeriques.be/2016/06/28/jeux-video-quelles-evolutions-et-quelles-pistes-pour-ledition/>

JIJI, « South Korean "webtoon" craze makes global wavez », japantimes. co. jp, 25 novembre 2015, en ligne, consulté le 22 juillet 2016 :

URL : <http://www.japantimes.co.jp/culture/2015/11/25/entertainment-news/south-korean-webtoon-craze-makes-global-waves/#.V77fUfmLTIU>

JL MAST, GEOFFO, 5 ans de turbomédia, 2014, disponible en ligne, consulté le 7 février 2015 :

URL : <http://ybrik-media.com/bon-anniversaire-le-turbomédia/>

LAMBERT, Aude, « Mariette Ren, la dessinatrice qui réinvente la BD sur smartphone », Cheekmagazine. fr, 18 février 2016, en ligne, consulté le 28 juillet 2016 :

URL : <cheekmagazine. fr/geek/marietta-ren-phallaina-bande-defilee/>

LE BARS, Stéphane, LANDRIEU, Alice, *Le Marché de l'animation*, Centre national du cinéma et de l'image animée/Syndicat des producteurs de Films d'Animation, Angoulême, 19 novembre 2015, en ligne, consulté le 5 juillet 2016 :

URL : <http://www.animation-france.fr/telechargements/Animation-RAF-18-11-2015.pdf>

LEROY, Joséphine, « Balak, auteur et créateur du turbomédia : "Il y a un marché de la BD numérique" », Actualitte.com, 3 juin 2016, en ligne, consulté le 27 juillet 2016 :

URL : <https://www.actualitte.com/article/interviews/balak-auteur-et-createur-du-turbo-media-il-y-a-un-marche-de-la-bd-numerique/64884>

MURY, Cécile, « Le triomphe de l'animation française », Telerama. fr, novembre 2012, en ligne, consulté le 5 août 2016 :

URL : <http://www.telerama.fr/cinema/le-triomphe-de-l-animation-francaise,89367.php>

PHEGLEY, Kiel, « Marvel @ SXSW : Quesada opens the all-digital "Infinite Comics" », comicbookresources. com, mars 2012, en ligne, consulté le 12 juin 2016 :

URL : <http://www.comicbookresources.com/?page=article&id=37459>

TURGEON, David, « Quelle est la forme de *La Jetée* ? », du9, octobre 2009, en ligne, consulté le 2 novembre 2015 :

URL : <http://www.du9.org/dossier/quelle-est-la-forme-de-la-jetee/>

Sitographie

NAECO, Sébastien, *Le Comptoir de la BD*, Le Monde blogs, en ligne, consulté le 10 mai 2016 :

URL : <http://lecomptoirdelabd.blog.lemonde.fr/>

FALGAS, Julien, blog/site professionnel, en ligne, consulté le 10 mai 2016 :

URL : <http://julien.falgas.fr/>

PAOLUCCI, Philippe, carnet de recherche, en ligne, consulté le 12 juillet 2016 :

URL : <https://philippepaolucci.wordpress.com/>

Conférences

SANG-JUNG, Han, MÉLIKIAN Laurent, BORG, Didier, « Webtoon, des contenus pour l'avenir », Festival International de la Bande Dessinée, Angoulême, 29 janvier 2016.

Mirion MALLE, Marietta REN, JL MAST, Mlle KARENSAC, « BD numérique, un partage d'expérience ! », Festival International de la Bande Dessinée, Angoulême, 30 janvier 2016.

SOURCES

Bandes dessinées imprimées

BALAK, SANLAVILLE et VIVÈS, *Lastman*, Casterman.

BALAK, SANLAVILLE et VIVÈS, *Lastman*, Delitoon, en ligne, consultée le 4 février 2016 :

URL : <http://www.delitoon.com/#!/serie/62/>

BORGNIET, Thomas (*alias* Tom), *Banzaï*, autoédition, 120 p.

RENNER, Benjamin, *Le Grand méchant renard*, collection « Shampooing », Delcourt, 2015.

SHIGA, Jason, *Vanille ou chocolat ?*, Cambourakis, 2012, 80 p.

Bandes dessinées numériques

CLEMKLE, *Comme le fruit*, TurboInteractive.fr, 2016, en ligne, consulté le 14 juillet 2016 :

URL : <http://turbointeractive.fr/?s=comme+le+fruit>

HUYNH, Matt, LE, Nam, *The Boat*, Special Broadcasting Service (SBS), 2015, en ligne, consulté le 9 juin 2016 :

URL : <http://www.sbs.com.au/theboat/>

RENNER, Benjamin, *Le Grand Méchant Renard*, turbomédia, Delcourt, 2015, en ligne, consulté le 12 juillet 2016 :

URL : <http://www.editions-delcourt.fr/special/grandmechantrenard/turbomédia.php>

RENNER, Benjamin, *Le Canard, le Cochon, le Lapin et le Père Noël*, reineke. canalblog. com, en ligne, consulté le 12 juillet 2016 :

URL : <http://reineke.canalblog.com/>

Plateformes d'achat ou de location d'album

Ave!Comics, plateforme de BD numérique.

URL : <http://www.avecomics.com/fr_fr/>

ComiXology, filiale d'Amazon. com, plateforme de *comics* et manga numérique.

URL : <https://www.comixology.fr/>

Izneo, plateforme de BD numérique.

URL : <http://www.izneo.com/>

Hébergements de BD en scroll-comics

Delitoon, publication en ligne de webtoon.

URL : <http://www.delitoon.com/>

Kakao, plateforme coréenne de diffusion de bande dessinée numérique.

URL : <http://page.kakao.com/main>

Naver comics, plateforme de publication en anglais de webtoon en ligne.

URL : <http://comic.naver.com/index.nhn>

Blogs BD

ROUSSEL, Gilles (*alias* BOULET), Bouletcorp. com, site du dessinateur, en ligne, consulté le 10 juillet 2016 :

URL : <http://www.bouletcorp.com/>

Bandes dessinées au format turbomédia

BIGEREL, Yves (*alias* Balak), *Boubize*, blog du dessinateur :

URL : <http://boubize.blogspot.fr/>

BIGEREL, Yves (*alias* Balak), « Réflexion sur la BD numérique by Balak (via le forum) », catsuka.com, 6 février 2009, (premier format turbomédia), en ligne, consultée le 26 juillet 2016 :

URL : <http://www.catsuka.com/news/2009-02-06/reflexion-sur-la-bd-numerique-by-balak-via-le-forum>

Les Auteurs numériques, plateforme de diffusion de bande dessinée numérique :

URL : <https://les-auteurs-numeriques.com/bd/index.php>

ULMANN, Alexandre (*alias* Malec)*, Le blog à Malec,* blog du dessinateur :

URL : <http://leblogamalec.blogspot.fr/>

Bandes dessinées numériques expérimentales

BESNIER, David (*alias* DAVEDONUT), *BD numérique : Cliquez sur la Bannière pour la lancer*, en ligne, consultée le 12 juilet 2016 :

URL : <http://houla-c-est-quoi-ce-site.blogspot.fr/>

RAGEUL, Anthony (*alias* TONY), portfolio, en ligne, consulté le 12 juillet 2016 :

<http://www.anthonyrageul.net/>

Filmographie

RENNER, Benjamin (Réal.), *Le Grand Méchant Renard – Teaser Cartoon Forum*, Folivari studio, 2015, en ligne, consulté le 22 mai 2016 :

URL : <https://vimeo. com/141786663>

MARKER, Chris (Réal.), *La Jetée*, Argos film, 1962, 28 minutes.

Jeu vidéo

Le Piège diabolique, Index +, PC et Macintosh, 1997.

TABLES DES ILLUSTRATIONS

ILLUSTRATION 1. *THE BOAT* – MATT HUYNH. 23
ILLUSTRATION 2. *THE BOAT* – MATT HUYNH. 24
ILLUSTRATION 3. *PHALLAINA* – MARIETTA REN. 25
ILLUSTRATION 4. *PHALLAINA* – MARIETTA REN. 28
ILLUSTRATION 5. *PHALLAINA* – MARIETTA REN. 28
ILLUSTRATION 6. *COMME LE FRUIT* – CLEMKLE. 37
ILLUSTRATION 7. *COMME LE FRUIT* – CLEMKLE. 38
ILLUSTRATION 8. *COMME LE FRUIT* – CLEMKLE. 38
ILLUSTRATION 9. *COMME LE FRUIT* – CLEMKLE. 39
ILLUSTRATION 10. *LE GRAND MÉCHANT RENARD* – BENJAMIN RENNER 40
ILLUSTRATION 11. *LE GRAND MÉCHANT RENARD* – BENJAMIN RENNER 40
ILLUSTRATION 12. *WESTERN SPAGHETTI* – PIAK. 60
ILLUSTRATION 13. CARTE DE TÉLÉCHARGEMENT DU TURBOMÉDIA. 78
ILLUSTRATION 14. *LE GRAND MÉCHANT RENARD* – BENJAMIN RENNER. 104
ILLUSTRATION 15. *THE BOAT* – MATT HUYNH. 110
ILLUSTRATION 16. *THE BOAT* – MATT HUYNH. 110
ILLUSTRATION 17. *BANZAÏ* – TOM. 116
ILLUSTRATION 18. *BANZAÏ* – TOM. 117
ILLUSTRATION 19. *BANZAÏ* – TOM. 118

TABLES DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS **2**

SOMMAIRE **4**

INTRODUCTION **6**

CHAPITRE 1 – LA BD PENSÉE EN NUMÉRIQUE **10**

I. LA BD : UN FORMAT DIFFICILE À DÉFINIR 10

A. Les codes de la BD *11*

1. Un récit dessiné ? 11

2. Un art séquentiel 12

3. Le lecteur maître du rythme 13

B. La BD en dehors des cases *14*

1. Des œuvres où se mêlent les genres 14

2. Des œuvres ambiguës 15

a. L'exemple de *La Jetée*, film de Chris Marker 15

b. Le roman-photo 16

C. Que signifie la BD numérique ? *18*

1. Le numérique comme outil 18

2. Le numérique comme moyen de diffusion 19

3. Le numérique comme création 20

II. L'ÉCRAN COMME NOUVELLE PLANCHE 21

A. Le phénomène de la blogosphère *21*

B. Le scrolling comme sens de lecture *22*

1. L'exemple de The Boat 23

a. Présentation de l'œuvre 23

b. Une œuvre atypique 23

2. L'exemple de Phallaina 25

a. Présentation de l'œuvre 26

b. Une œuvre hybride 27

C. Le webtoon *29*

1. Histoire du webtoon 30

2. Le modèle économique 31

3. Le webtoon français 32

III. LE TURBOMÉDIA 34

A. 2009 : La création du turbomédia 34
B. Le turbomédia, 7 ans plus tard. 35
1. La fabrication d'un turbomédia 36
2. L'exemple de Comme le fruit de ClemKle 37
3. L'exemple du Grand Méchant Renard de Benjamin Renner 39
4. L'exemple du turbomédia chez Marvel 41
C. Le turbomédia est-il de la bande dessinée ? 42

CHAPITRE 2 – UN SYSTÈME ÉDITORIAL À REDÉFINIR 44

I. UNE RECHERCHE CONSTANTE D'ATTRACTIVITÉ 44
A. L'interactivité, enjeu majeur du numérique 44
B. La BD jeu 45
1. À l'origine, le CD-ROM 45
2. La BD interactive 46
C. Le lect-acteur et l'auteur dans la BD interactive 47
II. LA PLACE GRANDISSANTE DU TRANSMÉDIA 49
A. La BD comme adaptation 49
1. Dessin animé et film d'animation 50
2. Le cinéma 51
B. La BD comme outil de communication 52
C. Croisement des médias 53
1. Lanfeust de Troy, les éditions Soleil. 54
2. Wakfu, Ankama éditions. 56
III. VERS UNE DISPARITION DES ÉDITEURS ? 57
A. Le modèle économique actuel de la BD numérique 57
B. L'édition sans éditeur 58
1. Auto-publication et crowdfunding 58
a. Les Auteurs Numériques et Turbo interactive 59
Les Auteurs Numériques 59
Turbo Interactive 61
b. *Crowdfunding* (financement participatif) 61
2. De nouvelles compétences à développer 62
3. Le besoin de visibilité 63
C. Quel avenir pour la BD numérique ? 64

CHAPITRE 3 – PROJET ÉDITORIAL : UN TURBOMÉDIA 66

I. CONCEPTION DU PROJET ÉDITORIAL 66
A. Pourquoi une BD turbomédia ? 66

B. Présentation du projet *67*
1. La maison d'édition 67
2. Catalogue 67
3. La publication 68
II. PRODUCTION DU TURBOMÉDIA 69
A. Contenu et apparence *69*
1. Interactivité 69
2. Storyboard 69
B. Coûts, rémunérations, crowdfunding et prix. *74*
1. Fabrication du turbomédia 74
2. Rémunérations 74
3. Crowdfunding 75
4. Prix de lecture 75
Achat à l'unité 76
Abonnement mensuel 76
III. DIFFUSION DE LA BD 77
A. Site et application *77*
B. Librairie *77*

CONCLUSION 80

BIBLIOGRAPHIE 82

Ouvrages *82*
Sur le livre 82
Sur la bande dessinée 82
Sur la bande dessinée numérique 84
Sur l'animation 85
Écrits universitaires *85*
Sur la bande dessinée 85
Sur la bande dessinée numérique 85
Articles *87*
Sitographie *89*
Conférences *89*

SOURCES 92

Bandes dessinées imprimées *92*
Bandes dessinées numériques *92*
Plateformes d'achat ou de location d'album *93*
Hébergements de BD en scroll-comics *93*

Blogs BD *93*
Bandes dessinées au format turbomédia *94*
Bandes dessinées numériques expérimentales *94*
Filmographie *94*
Jeu vidéo *95*

TABLES DES ILLUSTRATIONS **96**

TABLES DES MATIÈRES **98**

ANNEXES **102**

Annexe 1, post de Balak sur Catsuka. com, février 2009. ..... *102*
Annexe 2, une planche du roman graphique Le Grand méchant renard de Benjamin Renner *104*
Annexe 3, entretien avec BatRaf au sujet du turbomédia *105*
Annexe 4 : Captures d'écran de The Boat *110*
Annexe 5 : Demandes de droits de reproductions des illustrations du mémoire *111*
Demande d'autorisation : Western Spaghetti de Piak. 111
Demande d'autorisation : Grand Méchant Renard de Benjamin Renner. 112
Demande d'autorisation : Phallaina de Marietta Ren. 112
Demande d'autorisation : Comme un prénom de ClemKle. 113
Demande d'autorisation : The Boat de Matt Huynh. 114
Demande d'autorisation : Banzaï de Tom. 114

ANNEXES DU PROJET ÉDITORIAL **116**

BD Banzaï de Tom. *116*
Contrat d'édition *119*

ANNEXES

Annexe 1, post de Balak sur Catsuka. com, février 2009.

Post sur le forum de discussion Catsuka. com, débutée par Balak, sur l'envie d'une autre forme de BD numérique, qui deviendra le turbomédia.

« J'en avais parlé ailleurs, je vais donc me copier-coller comme un porc.

Aaaah la bande dessinée numérique, sujet qui me passionne.

Je ne peux m'empêcher d'être déçu quand je vois des initiatives comme celles d'*Ave ! Comics* (louables dans le fond, quand elles ne se limitent pas au simple fait de se faire du pognon).

Qu'est ce qu'on a quand on voit ce qu'ils proposent :

Une espèce de succédané de bande dessinée, on *slide* les cases, on zoome, et, je ne sais pas si c'est le cas chez eux en particulier mais ça s'est vu, on te propose de profiter des outils "multimédia" en tombant dans les écueils des BD sur DVD (vous vous souvenez, y'a des gens qui en ont fait), en rajoutant mouvement de caméra, sons et musiques, et autres gadgets, qui faisait qu'on se retrouvait avec une forme bâtarde qui pour le coup, tenait plus du dessin animé du pauvre.

Le point commun des deux initiatives étant un inconfort de lecture assez effrayant, où l'on fait *slider* les images (le très glamour triffouillage d'iPod) et où des simples réflexes de lectures antédiluviens se retrouvent pris à l'étroit (voire annihilés) par des fausses bonnes idées technologiques (et je pèse mes mots).

Alors pourquoi, comment, c'est quoi le problème, t'as une idée gros malin allez vous me dire (ou pas).

Je pense que le plus gros travers de ces adaptations numériques est de penser en termes de narration papier, avec l'inévitable volonté de faire qu'une BD numérique et classique puissent passer de l'une à l'autre, on fait

d'une pierre deux coups, la première pouvant servir d'outil de promotion à la deuxième, au mieux.

Alors que je pense que la nouveauté qu'apporte le format numérique impose une refonte totale de la façon de concevoir la narration, non pas en une adaptation bâtarde, où des cases se suivent comme sur une page, et que l'ont fait rentrer par la suite dans un format numérique comme l'on tenterait de faire rentrer un cube dans un trou en forme d'étoile à grands coups de marteau.

Le numérique apporte un nouveau format qui n'est plus une page mais un écran. Et en laissant de côté les gadgeteries du zoom et du son (parce qu'introduire des mouvements et des sons, c'est aller à l'encontre même du médium BD, qui est un médium d'espace, de suggestion de temporalité bla-bla etc.), en laissant ces trucs de côté, donc, on a des choses très simples et narrativement très intéressantes qui surgissent. Très simplement : on peut faire apparaître des cases, faire des superpositions, jouer avec le rythme de la lecture, avec le rythme des dialogues, on enlève toute possibilité d'*auto-spoil* dans la BD (vous savez bien, quand votre regard balaie presque inconsciemment la double page que vous vous apprêtez à lire), bref, il y a énormément de belles choses à faire avec le format numérique, mais quant à savoir si *Ave ! Comics* va dans la bonne direction, je me permets de douter.

En fronçant un peu les sourcils et en faisant la moue comme ça :

"mmmggnonf". »

BALAK, La BD numérique, forum Catsuka.com, post du 4 février 2009 à 19h56, en ligne, consulté le 26 juillet 2016 :

<http://www.catsuka.com/interf/forum/viewtopic.php?t=6145>

Annexe 2, une planche du roman graphique *Le Grand méchant* renard de Benjamin Renner



Illustration 14. *Le Grand Méchant Renard* – Benjamin RENNER.
©Éditions Delcourt, 2015

Annexe 3, entretien avec BatRaf au sujet du turbomédia

Je remercie BatRaf d'avoir accepté de répondre à quelques questions, qui m'ont permis de mieux comprendre le turbomédia.

BatRaf est développeur de turbomédia sur le site Turbo Interactive. Il propose ses services pour aider à créer des turbomédias, et pour les coder.

Le turbomédia est-il compatible avec une application ?

Je pense que la question est mal formulée, je pense qu'elle devait être : Un turbomédia peut-il être sous la forme d'une application ?

Oui, le turbomédia tel que je le crée utilise un navigateur Web pour se lancer, donc il utilise une application pour se lancer.

Mais il est possible de le créer pour qu'il soit une application à part entière.

Après, j'aimerai savoir comment fonctionne exactement le turbomédia. Le dessinateur te donne-t-il des calques ou des images ?

Le dessinateur me donne les images dans un format utilisant les calques (ClemKle et d'autres auteurs me les envoient en format PSD). Mais il existe d'autres logiciels comme GIMP, Paint. net qui sont gratuits et qui gèrent les calques.

Qu'utilises-tu pour le montage ?

J'utilise… du code. J'utilise un logiciel de dessin pour avoir les coordonnées X et Y des bouts de dessin dans un écran. Puis j'utilise une libraire JavaScript qui exploite la fonction « Canvas » de l'HTML5 pour afficher ce que je veux.

Par exemple prenons le cas du turbomédia que tu as fait pour ClemKle, « Comme un fruit », il y a des effets de transition, pour toi est-ce nécessaire au turbomédia ?

Pour moi les effets de transition et les animations sont importants uniquement si ça apporte quelque chose à la narration.

Par exemple :

- si un personnage crie, la bulle aura une apparence avec des « pics » (propre au langage de la BD) mais ajouter un effet de tremblement à cette bulle permet d'ajouter de l'impact au texte contenu dans celle-ci.

- Lorsqu'il y a une scène où il y a une explosion, faire vibrer tout l'écran, permet de faire ressentir l'explosion au lecteur

Je trouve que cela se rapproche un peu du film…

Oui, et c'est normal, on utilise les « codes » de la BD mais aussi de l'animation/cinéma et du jeu vidéo. C'est ce qui fait la toute force du turbomédia.

Je fais un mémoire sur la frontière entre la BD et les autres formats du coup ça m'intéresse de connaître ta vision de l'évolution du turbomédia sur les effets. Pour ou contre le son ?

Pour et contre, c'est comme ajouter de l'animation/transition, il faut de la pertinence.

Par exemple, l'adaptation en turbomédia des *Kassos*, m'a fait réaliser que la web-série était appréciée par son humour mais également pour ses répliques et donc les voix données aux personnages. Donc le fait qu'il n'y ait pas les répliques audio des personnages dans les turbomédias fait perdre une partie du charme de l'histoire racontée dans le turbomédia.

J'imagine que toutes les BD peuvent être transposées en turbomédia.

Oui, toutes les BD (et même d'autres médias) sont transposables en turbomédia au même titre qu'une BD est transposable en film, jeux vidéo.

Après comment choisis-tu les effets de transition ? D'apparition ? Est-ce un peu une réécriture ?

Les effets de manière générale sont choisis en fonction de ce que je veux faire ressentir au lecteur ou sur un point de l'histoire/narration que je veux faire ressortir.

Après, beaucoup des effets que je mets en place dans les turbomédias viennent de ma culture cinématographique, des animés japonais et du jeu vidéo.

On pourrait dire que c'est une réécriture, il faut adapter un contenu à un média.

C'est simple (quoi que…) de reprendre les cases d'une BD pour les ré-agencer pour que ce soit lisible en numérique mais je pense que faire cela est une erreur, une BD a été pensée pour être lue sous format papier. Pour la changer de format, il faut la repenser pour qu'elle exploite au mieux ce nouveau format.

Exemples :

- BD vers film avec de vrais acteurs
- BD vers film d'animation
- BD vers jeux vidéo

Je t'ai demandé si toutes les BD étaient adaptables en turbomédia, je voulais savoir si 48 planches de BD sont transposables, car cela ferait beaucoup d'écrans…

J'en déduis que Planche = page.

Donc en prenant ça en compte, oui largement.

Sur certaines planches d'une BD, une suite de cases (voir une planche entière) est consacrée à décrire ou à mettre en place une action que l'on pourrait transposer en une animation donc en 1 écran. (L'unité de mesure d'un turbomédia est l'écran ou le clic. 1 clic = 1 écran)

Une BD papier de 48 planches pourrait aussi bien être transposée en un turbomédia de 48 écrans (peu probable) qu'un turbomédia de 120 écrans. Tout dépend de « comment sont gérer les cases dans la BD papier »

Après, je ne sais pas si je suis très clair.

Dans le cas d'une application, cela n'alourdit pas le fichier ?

Oui ça alourdit la taille des fichiers car un turbomédia « format Web » est composé à 2-3 % de code et le reste en images. Quand on parle de taille, on parle de taille en espace disque (Mo).

Après pour être plus précis dans la différence entre le format « Web » et « application » :

- Le format « Web » est lisible partout mais a ses limites (plus gourmand en ressources/puissances, moins de possibilités à cause des restrictions de sécurités des navigateurs Web,…)
- Le format « application » est lisible que sur les appareils pour lesquels elle a été développée (exemple : une application iOS, n'est pas lisible sur Android et inversement). Mais une application est plus performante et on peut faire beaucoup plus de choses.

C'est pour cette raison que *Phallaina* est sortie sous le format d'une application.

J'ai aussi une question à laquelle je n'avais pas pensé, si tu travailles en freelance, combien demanderais-tu à être payé pour un turbomédia de 80 écrans par exemple ?

J'avoue que je ne me suis pas posé la question, mais un développeur c'est minimum 250 € - 350 €jour.

En fonction du turbomédia, je prends plus ou moins de temps.

Donc pour donner des chiffres :

Un turbomédia de 80 écrans sans animations : ½ journée

Un turbomédia de 80 écrans avec beaucoup d'animations : 3 jours

Donc pour résumer c'est variable et dépend énormément du travail demandé.

Et enfin, il y a des "codes" du turbomédia, pour les effets ?

Oui il y a des codes spécifiques au turbomédia. Mais ce sont plutôt des règles pour éviter que le lecteur se lasse pendant la lecture.

Par exemple, décomposer un mouvement en plusieurs écrans au lieu d'en faire une animation : un personnage part d'un point A vers un point B sans que celui-ci ait d'interactions (paroles, gestes,…). Décomposer ce

mouvement en plusieurs écrans va ennuyer le lecteur, tandis que de l'animer ou faire un « *cut* » va éviter cela.

Je n'ai pas plus d'exemples et je ne sais pas si mon exemple est très parlant mais, généralement, ça se constate pendant la lecture.

Annexe 4 : Captures d'écran de *The Boat*



Illustration 15. *The Boat* – Matt HUYNH.

© Matt Huynh/Nam Le/SBS Interactive

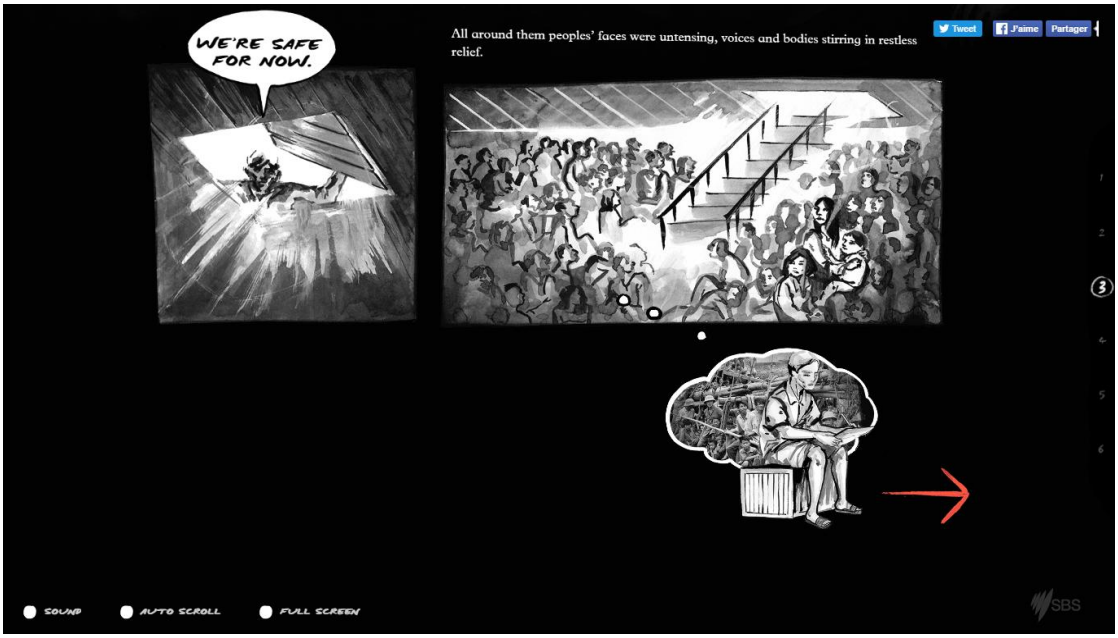


Illustration 16. *The Boat* – Matt HUYNH.

© Matt Huynh/Nam Le/SBS Interactive

Annexe 5 : Demandes de droits de reproductions des illustrations du mémoire

Demande d'autorisation :* Western Spaghetti *de Piak.

Demande du 28 juillet 2016 par messagerie Facebook :

Bonjour Piak,

je suis actuellement en train de rédiger un mémoire sur la BD numérique et ses frontières avec les autres formats. Je m'intéresse particulièrement au turbomédia et j'aimerai utiliser votre turbomédia *Western Spaghetti* pour illustrer mon mémoire. Puis-je faire des captures d'écran de cette BD ? Bien sûr un lien de redirection sera mis, ainsi que le crédit.

Bien cordialement,

Dorine Godard.

Master édition, Université Toulouse 2 Jean Jaurès.

Réponse de Piak le 9 août 2016 :

Bonjour Dorine, tout d'abord désolé pour le retard de ma réponse. Ensuite oui je serai honoré de pouvoir illustrer votre mémoire avec ma BD *Western Spaghetti* ! Je suis ravi qu'elle vous plaise ! Pour la petite histoire, c'est une BD que j'ai faite dans le cadre des 23 heures de la bande dessinée (www.23hbd.com) et que mon ami Hervé Créach a transformée en turbomédia, pour les "Auteurs Numériques" donc naturellement je lui ai aussi demandé son avis pour l'apparition de la BD dans votre mémoire, et il est tout à fait d'accord ! Bon courage pour la rédaction du mémoire. Piak

Demande d'autorisation :* Grand Méchant Renard *de Benjamin Renner.

Demande effectuée le 29 juillet 2016 *via* le formulaire de contact de site des éditions Delcourt.

Réponse des éditions Delcourt le 29 juillet 2016 :

Bonjour Dorine,

Nous vous donnons l'autorisation gracieuse de reproduire les visuels du *Grand Méchant Renard* dans votre mémoire de master 2 « La BD numérique à la limite des frontières ». Il faudra ajouter ce copyright à proximité des visuels :

Le Grand Méchant Renard – Benjamin Renner

©Éditions Delcourt, 2015

Merci de nous envoyer si possible le PDF terminé du mémoire ou des pages concernées pour nos archives.

Bonne journée,

Anne Dufour

Cession de droits

Éditions Delcourt & Soleil

Demande d'autorisation :* Phallaina *de Marietta Ren.

Demande du 28 juillet 2016 à Marietta Ren, par messagerie Facebook :

Bonjour, je suis actuellement en train d'écrire un mémoire sur la BD numérique et ses frontières avec les autres formats, et j'attache une importance particulière à votre BD *Phallaina*. Le mémoire doit être déposé en ligne par la suite. Comme j'évoque souvent votre œuvre avec des captures d'écrans, m'autoriseriez-vous à utiliser vos dessins ? J'aimerais également savoir quel nom vous donneriez comme format à votre BD ? J'avoue hésiter tant votre œuvre est merveilleusement atypique alors j'espère que vous aurez un peu de temps pour me répondre… Bien cordialement, Dorine Godard, master édition, université Toulouse 2 Jean Jaurès.

Réponse du 28 juillet 2016 :

Bonjour Dorine,

Merci pour votre message. J'apprécie que vous me demandiez l'autorisation pour utiliser des *screenshots* de la BD. Ce sera donc avec plaisir que je vous donne mon autorisation à condition de mettre un Copyright Marietta REN/Smallbang/France télévisions. Légalement, il est important que cela soit indiqué.

Actuellement, *Phallaina* est appelée bande défilée mais vous pouvez aussi appeler ça bande dessinée numérique.

Cordialement, Marietta REN.

Demande d'autorisation :* Comme un prénom *de ClemKle.

Demande du 29 juillet 2016 via la messagerie Facebook :

Bonjour ! J'écris actuellement un mémoire sur la bande dessinée numérique avec une partie sur le turbomédia. J'aimerai illustrer certains de mes propos avec votre turbomédia sur votre prénom. Me donneriez-vous l'autorisation de le faire ? Le mémoire doit normalement être mis en ligne.

Bien sûr je n'oublierai pas ni un lien ni le copyright.

Bien cordialement, Dorine Godard Master 2 éditions imprimée et électronique Université Toulouse 2 Jean Jaurès

Réponse de ClemKle le 29 juillet 2016 :

Hello ! Avec plaisir :) je veux bien un lien vers ce mémoire lorsqu'il sera disponible !

Demande d'autorisation :* The Boat *de Matt Huynh.

Demande du 29 juillet 2016 à Matt Huynh par messagerie Facebook :

Hello, i'm a French student, and i am writing a dissertation on digital comics. I wish to use 2 or 3 screenshots of your artwork The Boat. Can I use these pictures for my dissertation ? It would be available on the university website, but it is not for publication. Best regards, Dorine Godard Toulouse university, student in Publishing, France.

Réponse du 29 juillet 2016 :

Ho Dorine, that would be fine ! Thank you for your interest in my work and reaxhingbout. Good luck !

Demande d'autorisation :* Banzaï *de Tom.

Demande du 7 août 2016 :

Bonjour Tom,

Je t'écris pour te demander ton aide. Voilà, comme tu le sais je travaille sur la BD numérique, et je dois mettre en pratique les conclusions de mon mémoire. J'aimerai savoir si je pouvais « turbomédiatiser » ta BD *Banzaï*, enfin du moins faire croire que je le fais en utilisant quelques planches que je vais redécouper pour faire comme si c'était du turbomédia sur Photoshop.

Bises, Dorine

Réponse du 7 août 2016 :

Salut Dorine,

Pas des soucis pour moi. Je peux t'envoyer *Banzaï* ou bien *Walter* (voir dans mes albums Facebook). Sinon, pour *Banzaï*, sélectionne les 2 pages que tu veux et je te les envoie ;)

ANNEXES DU PROJET ÉDITORIAL

BD *Banzaï* de Tom.

Couverture et planches de la bande dessinée Banzaï *de Tom, qui ont servi à la création du storyboard. Je remercie à nouveau Thomas Borgniet,* alias *Tom, de m'avoir autorisé à utiliser son travail.*

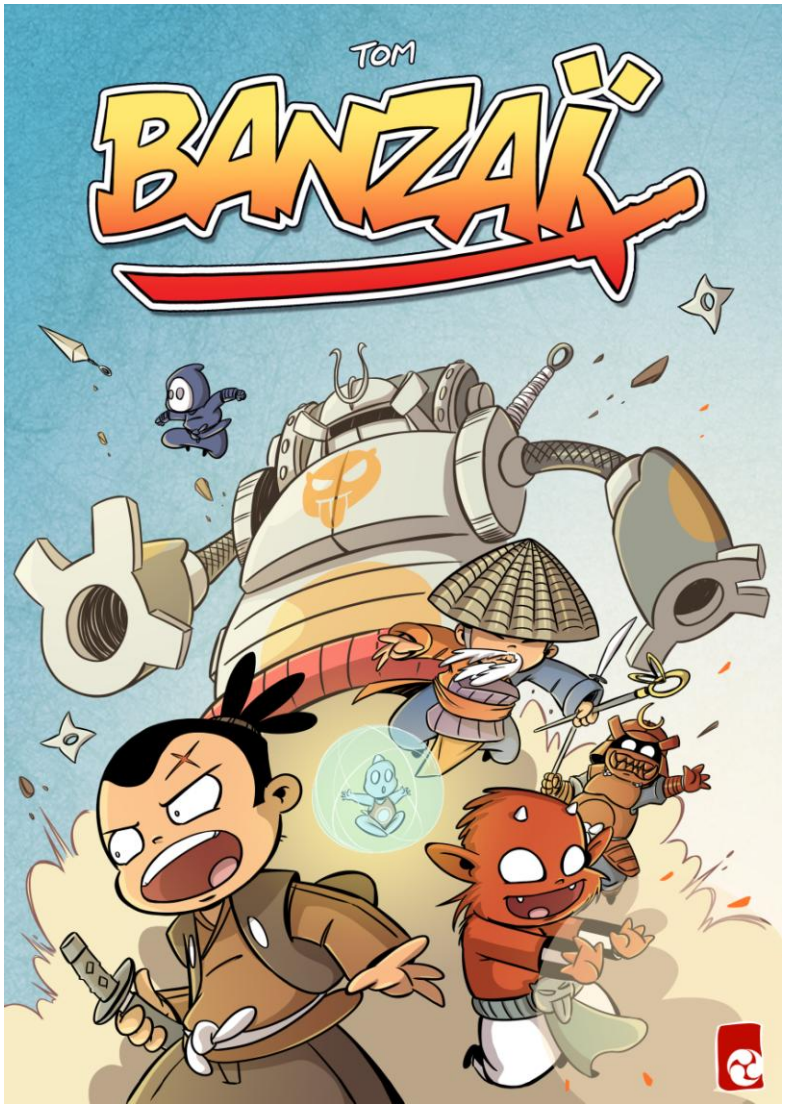


Illustration 17. *Banzaï* – TOM.

© Tom, 2015



Illustration 18. *Banzaï* – TOM.

© Tom, 2015



Illustration 19. *Banzaï* – TOM.

© Tom, 2015

Contrat d'édition

Entre les soussignés :

Thomas Borgniet

Ci-après dénommé « l'Auteur »

D'une part

Et

Les Éditions Monsieur Jabot

Ci-après dénommé « l'Éditeur »

D'autre part

Il a été convenu ce qui suit,

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Article 1 - Objet du contrat

L'auteur cède à titre exclusif à l'éditeur sur l'œuvre de sa composition qui a pour titre « *Banzaï* », ci-après dénommée « l'œuvre » :

- le droit de réaliser ou de faire réaliser l'œuvre sous une forme numérique
- les droits seconds et dérivés attachés à cette œuvre

Le cas échéant, les caractéristiques et les éléments de l'œuvre sont définis en annexe.

Tout droit non expressément cédé aux termes du présent contrat demeure la seule propriété de l'auteur et ne pourra être exploitée 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.

Le présent contrat est conforme aux dispositions du Code de la propriété intellectuelle (Article L 132-1 et suivants et articles L 132-17-1 et suivants) ainsi qu'à l'accord CPE-SNE signé le 1er décembre 2014 étendu par arrêté de la ministre de la Culture du 10 décembre 2014.

Article 2 – Obligations de l'auteur

1/Clause de garantie

L'auteur garantit à l'éditeur la jouissance entière et libre de toutes servitudes des droits cédés contre tous troubles, revendications et évictions quelconques. Il déclare notamment que son œuvre est originale, ne contenant ni emprunt à une création protégée par la propriété intellectuelle, ni propos à caractère diffamatoire qui seraient susceptibles d'engager la responsabilité de l'éditeur.

L'auteur garantit également que son œuvre ne fait l'objet ni d'un autre contrat ni d'un droit de préférence consenti dans les termes de l'article L 132-4 du Code de la propriété intellectuelle, 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.

2/Remise des éléments permettant la publication

L'auteur s'engage à remettre à l'éditeur, qui a l'obligation d'en accuser réception, l'œuvre dans la forme définitive et complète telle que définie par l'auteur. La date de remise est fixée au…….. et fait courir les délais de publication prévus aux articles 11 et 22-1 (obligation de publication) du présent contrat.

Article 3 – Obligations de l'éditeur

1/Publication

L'éditeur s'engage à assurer personnellement et à ses frais la publication numérique de cet ouvrage dans les délais prévus aux articles 11 et 22 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 :

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 l'auteur, 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 de l'auteur 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 de l'auteur, 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 l'auteur et l'éditeur lors de la résiliation du présent contrat. À défaut, l'auteur sera totalement subrogé dans les droits de l'éditeur à l'égard du cocontractant 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 à l'auteur 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……..

Les relevés de comptes sont adressés, ou sont rendus disponibles par un procédé de communication électronique dans un format archivable, le…….. de chaque année.

Le procédé de communication électronique de la reddition des comptes sur un espace dédié par l'éditeur nécessite un accord préalable de l'auteur. L'auteur 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 l'auteur de la date de disponibilité de la reddition des comptes sur cet espace et éventuellement, si l'accès est limité, d'informer l'auteur de la période pendant laquelle il pourra accéder à ces informations.

Dans tous les cas, l'éditeur est tenu de fournir à l'auteur, sur simple demande, un état des comptes des années antérieures, dans la limite des délais légaux de conservation des documents comptables.

L'état des comptes adressé par l'éditeur à l'auteur doit mentionner :

- le nombre d'exemplaires vendus à l'unité par l'éditeur,
- le nombre d'abonnés mensuels à la plateforme de lecture,
- la liste des cessions de droits réalisées au cours de l'exercice,
- le montant des redevances correspondantes dues et versées à l'auteur,
- 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…).

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 l'auteur chez l'éditeur.

5/Clause d'audit

Une fois par an et par une personne de son choix, l'auteur pourra vérifier les comptes de l'éditeur et les accords de cession relatifs au présent contrat, sous réserve d'un délai de prévenance de quinze (15) jours.

L'éditeur mettra à la disposition de l'auteur ou de son mandataire les livres comptables, le double des relevés de ventes avec les différents diffuseurs, ainsi qu'un état des stocks vérifiable chez le distributeur, toutes les pièces comptables et tous justificatifs, contrats, accords de distribution ou de cession, etc. permettant de mener à bien cette vérification.

S'il s'avère que la vérification des comptes révèle des erreurs dans les redditions et/ou dans le montant des droits d'auteur qui avait été versé à l'auteur, le coût de cet audit sera intégralement à la charge de l'éditeur qui devra rembourser l'auteur de ses débours.

6/Droit moral

Conformément à l'article L 132-11 du CPI, l'éditeur doit exercer les droits qui lui ont été cédés par l'auteur 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 de l'auteur.

L'accord préalable de l'auteur est également obligatoire en cas de cession d'une partie de l'œuvre ou en cas d'adaptation.

Article 4 - 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.

L'auteur déclare être membre d'une ou plusieurs sociétés d'auteurs qui est habilitée à le représenter dans le cadre de la gestion collective de ses droits.

Droit de reprographie

L'auteur percevra la rémunération à lui revenir du fait de la reprographie de ses œuvres selon les modalités résultant de l'article L 122-10 du Code de la propriété intellectuelle.

Droit de copie privée

L'auteur percevra la rémunération à lui revenir au titre du droit de copie privée, selon les modalités résultant des articles L 311-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Droit de prêt

L’auteur percevra la rémunération à lui revenir au titre du droit de prêt public en bibliothèque, selon les modalités résultant de l’article L.133-1 du Code de la propriété intellectuelle.

Article 5 – Cas de résiliation de plein droit de l’intégralité du présent contrat

1/Publication

La résiliation du contrat d’édition a lieu de plein droit lorsque, sur mise en demeure de l’auteur lui impartissant un délai convenable, l’éditeur n’a pas procédé à la publication de l’œuvre, dans les délais prévus au présent contrat.

2/Manquement à l’obligation de reddition des comptes

Si l'éditeur n'a pas effectué une reddition des comptes conforme aux dispositions légales, l'auteur dispose d'un délai de six 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 trois 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 de l'auteur, le contrat est résilié de plein droit dans les six mois qui suivent la seconde mise en demeure. Cette résiliation intervient par lettre recommandée avec demande d’accusé de réception adressée à l'éditeur.

L'absence de mise en demeure par l’auteur 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 de l'auteur 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 trois mois ou lorsque la liquidation judiciaire est prononcée, l'auteur peut demander la résiliation du contrat.

4/Clause de fin d’exploitation

Le présent contrat est résilié lorsque quatre (4) ans après la publication de l’œuvre, et pendant deux (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 trois (3) mois après l’envoi par l’éditeur ou l’auteur d’une lettre recommandée avec accusé de réception, dans les douze (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 du même auteur, ou d'auteurs différents, si l'auteur 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 6 – Loi applicable

Le présent contrat est soumis à la loi française.

Tout différend entre l'auteur 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.

DISPOSITIONS RELATIVES A L'EXPLOITATION DE L'ŒUVRE SOUS FORME NUMÉRIQUE

Article 7 – Étendue de la cession

1/Durée

La présente cession est consentie pour une durée de 4 années.

À l'expiration de cette durée, le contrat sera tacitement reconduit pour une durée de 4 année(s), sauf envoi par l'une des parties d'une lettre recommandée avec accusé de réception au plus tard trois mois avant l'échéance du contrat. Dans cette dernière hypothèse le contrat prendra fin sans formalité supplémentaire à l'échéance du terme.

La présente cession engage tant l'auteur que ses héritiers et ayants droit.

2/Territoire

La présente cession prendra effet en tous lieux, à l'exclusion des pays, territoires et zones linguistiques suivants :…….

3/ Droits cédés

Droits principaux

L'auteur cède à l'éditeur le droit de reproduire et représenter l'œuvre en édition numérique.

a) Droit de reproduction et d'adaptation

Le droit de reproduire ou de faire reproduire tout ou partie de l'œuvre par tous procédés et sur tous supports d'enregistrement numérique actuel ou futur, notamment sous forme de CD-ROM, d'e-book (livre électronique), cartes Sim, clés USB, cartouches ou tous supports permettant de stocker de manière transitoire ou permanente des informations numérisées, permettant la consultation ou le téléchargement de l'œuvre hors ligne ou en ligne.

Le droit de reproduire les adaptations de tout ou partie de l'œuvre pour toute exploitation par tous procédés, sur tout support d'enregistrement numérique.

b) Droits seconds et dérivés

Sous réserve du respect du droit moral de l'auteur, ce dernier cède également à l'éditeur les droits dérivés suivants :

Droit de reproduction et d'adaptation graphique

- 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 ;

- Le droit d'adapter tout ou partie de l'œuvre pour tous publics, et notamment édition condensée ou destinée à un public particulier et de reproduire ces adaptations sur tout support graphique physique.

Droit de représentation

Le droit de représenter ou faire représenter tout ou partie de l'œuvre ainsi que ces adaptations et traductions par tous procédés actuels ou futurs de communication au public, par réseau numérique et notamment par Internet, par Intranet, ou tout autre système destiné aux téléphones mobiles et aux assistants personnels, aux consoles de jeux, ou par tous procédés analogues existant ou à venir. Ce droit couvre en particulier la diffusion dans les réseaux internes à des entreprises, des bibliothèques, des établissements d'enseignement ou de formation, ainsi que toute autre personne morale de droit public ou privé.

c) Droit de traduction

L'auteur cède également à l'éditeur le droit de traduire en toutes langues tout ou partie de l'œuvre, et de reproduire ces traductions sur tous supports d'enregistrement numérique.

Article 8 – Remises des éléments permettant la publication et bon à diffuser numérique

L'éditeur s'engage à envoyer ou à mettre à disposition au format numérique les épreuves de l'ouvrage à l'auteur, qui devra les lire, les corriger et les retourner dans un délai maximum de 1 semaine, revêtues de son « bon à diffuser numérique ».

Dans le cas où l'auteur n'aurait pas fait parvenir à l'éditeur son « bon à diffuser numérique » dans le délai fixé ci-dessus, l'éditeur, après mise en demeure, pourra confier les fichiers à un correcteur de son choix, sans conséquences financières pour l'auteur.

Article 9 – Prérogatives de l'éditeur

L'éditeur détermine, sous réserve du droit moral de l'auteur :

- Le format numérique de l'ouvrage
- La présentation de l'ouvrage
- Le prix de vente de l'ouvrage

Les textes promotionnels relatifs à l'ouvrage sont de la responsabilité de l'éditeur et doivent être soumis à l'auteur pour approbation.

La date de mise en vente sera déterminée par l'éditeur dans la limite du délai prévu à l'article 22 du présent contrat.

Article 10 – Publication de l'œuvre sous forme numérique

1/Obligation de publication

L'éditeur est tenu de publier le livre numérique six (6) mois à compter de la remise des éléments permettant la publication.

2/Sanction du défaut de publication

À défaut de publication de l'œuvre en version numérique dans les délais mentionnés ci-dessus, l'auteur peut obtenir la résiliation de plein droit du présent contrat sur simple notification, par lettre recommandée avec accusé de réception.

3/Droit moral

L'éditeur s'engage à n'apporter à l'œuvre aucune modification sans l'autorisation écrite de l'auteur. Il s'engage en outre à faire figurer sur la couverture de l'ouvrage et dans les métadonnées du fichier numérique ainsi que sur les documents promotionnels de l'œuvre le nom de l'auteur ou le pseudonyme que ce dernier lui indiquera ainsi que dans la rubrique « crédits », si elle existe.

Le nom ou le pseudonyme devra figurer systématiquement auprès du titre de l'œuvre et du nom de l'éditeur.

Article 11 – Exploitation permanente et suivie de l'œuvre sous forme numérique

1/Définition de l'obligation

À compter de la publication de l'œuvre, l'éditeur est tenu :

- d'exploiter l'œuvre dans sa totalité dans sa version numérique,

- de présenter l'œuvre à son catalogue numérique,

- de rendre l'œuvre accessible au public dans un format technique exploitable, en tenant compte des formats usuels du marché et de leur évolution,

- de rendre l'œuvre accessible au public.

2/Sanction du non-respect de l'obligation

La résiliation du présent contrat a lieu de plein droit lorsque, sur mise en demeure de l'auteur lui impartissant un délai de six mois, l'éditeur n'a pas exécuté l'une des obligations lui incombant au titre de l'exploitation numérique.

Article 12 – Mesures techniques de protection et/ou d'information

L'éditeur peut recourir à des mesures techniques de protection et d'information, le recours à ces mesures pouvant résulter de choix commerciaux ou de nécessités techniques et pouvant notamment avoir pour finalité la gestion des autorisations accordées, la protection de l'œuvre contre les actes non autorisés par l'éditeur ou par la loi, ainsi que l'identification de l'œuvre et le suivi de son utilisation.

L'auteur pourra obtenir de l'éditeur toutes les informations relatives aux caractéristiques essentielles des mesures techniques effectivement employées dans le cadre des exploitations numériques de l'œuvre visée par le présent contrat.

Article 13 – Rémunération de l'auteur

L'auteur doit percevoir une rémunération sur l'ensemble des recettes provenant de la commercialisation et de la diffusion numérique de son œuvre.

1/À-valoir

Au titre de l'exploitation de l'œuvre sous forme numérique, l'auteur percevra un à-valoir d'un montant de….. €. Cet à-valoir sera versé à l'auteur à la signature du contrat et lui restera définitivement acquis.

2/Au titre de l'exploitation principale

En cas de consultation payante de l'œuvre en ligne, l'auteur percevra :

- 9 % du prix de vente public hors taxes (PPHT) de la 1er à la 500e consultation.
- 10 % du prix de vente public hors taxes (PPHT) de la 500e à la 2 000e consultation.
- 11 % du prix de vente public hors taxes (PPHT) au-delà de la 2 000e consultation.

Dans le cadre de l'abonnement mensuel à la plateforme de la maison d'édition, qui regroupe l'ensemble du catalogue, l'auteur percevra une partie des recettes perçues par l'éditeur et réparties au prorata entre les différents auteurs. Dans ce cas, l'auteur percevra….% de la part des recettes H.T perçues par l'éditeur correspondant à la consultation de l'œuvre.

Dans le cas où le prix public à l'unité ne peut être déterminé, l'auteur percevra une rémunération au prorata des consultations et téléchargements de l'œuvre. Les modalités de calcul seront précisées dans le cadre d'un avenant signé entre les parties.

En cas de consultation gratuite d'extraits de l'œuvre diffusés à des fins strictement promotionnelles de l'ouvrage, aucune rémunération ne sera due à l'auteur, l'éditeur s'engageant à avertir l'auteur des différentes opérations promotionnelles qu'il envisage.

3/Au titre de l'exploitation des droits seconds et dérivés exploités directement par l'éditeur

Dans le cas où l'éditeur exploite lui-même les droits dérivés, il versera à l'auteur les rémunérations suivantes :

- Droit de reproduction et d'adaptation graphique : pour chaque exemplaire vendu, un droit correspondant à… % du prix de vente public hors taxes fixé par l'éditeur.

- Droit d'édition en version poche : pour chaque exemplaire vendu, un droit correspondant à… % du prix de vente public hors taxes.

- Droit de traduction : pour chaque exemplaire vendu, un droit correspondant à… % du prix de vente public hors taxes.

- Droit d'adaptation autre que graphique : un droit correspondant à… % des recettes perçues par l'éditeur à l'occasion de cette exploitation.

4/Au titre de l'exploitation des droits de traduction directement par l'éditeur

En contrepartie de la cession des droits de traduction, et dans le cas où l'éditeur exploiterait ces droits lui-même, ce dernier versera à l'auteur les rémunérations suivantes :

- pour chaque exemplaire vendu, un droit correspondant à… % du prix de vente public hors taxes (PPHT)

5/Au titre de l'exploitation des droits seconds et dérivés par un tiers

Dans le cas de cessions ou d'autorisations accordées à des tiers sur les droits mentionnés à l'article 7 du présent contrat, l'éditeur versera à l'auteur… % de toutes les sommes brutes encaissées ou comptabilisées par l'éditeur ou son mandataire, y compris, par exemple, des sommes au titre de la maquette incluant l'œuvre.

L'éditeur ne peut en aucun cas déduire de l'assiette de calcul des droits versés à l'auteur, des frais ou commissions annexes.

6/Au titre de l'exploitation des droits de traduction par un tiers

Dans le cas de cessions des droits de traduction accordées à des tiers, l'éditeur devra verser à l'auteur… % des sommes brutes versées par ce tiers en contrepartie de ces cessions ou autorisations.

7/« Œuvre sous forme numérique » sans droit

L'éditeur s'engage à adresser à l'auteur un compte rendu détaillé des remises gratuites de l'œuvre sous forme numérique, que ce soit sous forme de fichier ou sous la forme d'un droit d'accès, dans les cas suivants :

- destinée au dépôt légal.

- destinées au service de presse, à la promotion et à la publicité, au nombre maximal de….

- destinées à l'envoi de justificatifs.

- destinée à l'auteur.

Article 14 – Reddition de comptes

Les dispositions relatives à la reddition des comptes sont définies à l'article 3.4/et 5.2/du présent contrat.

Article 15 – Clause de réexamen

Conformément à l'article L 132-17-7 du CPI, l'auteur ou l'éditeur peuvent chacun demander la renégociation des conditions économiques de la cession des droits d'exploitation numérique, afin de prendre en compte les évolutions du marché et des usages. Le réexamen des conditions économiques doit notamment porter sur l'adéquation de la rémunération de l'auteur à l'exploitation et aux modèles économiques.

Un tel réexamen peut se faire dans les délais et périodes suivants :

- Quatre ans après la signature du présent contrat, et pendant une durée de (deux) 2 ans, l'auteur ou l'éditeur peuvent chacun introduire une demande de réexamen
- Six ans après la signature du présent contrat, et pendant une durée de neuf (9) ans, l'auteur ou l'éditeur peuvent chacun introduire deux demandes de réexamen

Au-delà de la période de quinze (15) ans à compter de la signature du présent contrat, la demande de réexamen peut être faite à tout moment en cas de modification substantielle de l'économie entraînant un déséquilibre du contrat.

La demande de réexamen doit être notifiée à l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception. Dans chacun de ces cas, la partie à laquelle la demande de réexamen a été adressée dispose d'un délai de (trois) 3 mois pour faire droit à la demande.

En cas de refus de réexamen par l'une des parties à l'issue de la période de trois mois suivant la réception de la demande, ou en cas de désaccord suite au réexamen, l'autre partie peut notifier par lettre recommandée avec accusé de réception la résiliation de plein droit du contrat.

Fait-le……

En…… exemplaires

L'auteur L'éditeur

_____ _____