



HAL
open science

Une histoire de la bande dessinée : le manga, un genre nouveau, initiative des éditions Glénat. Le regard de la presse, 1989-2015

Anthony Thiébaud

► To cite this version:

Anthony Thiébaud. Une histoire de la bande dessinée : le manga, un genre nouveau, initiative des éditions Glénat. Le regard de la presse, 1989-2015. Histoire. 2019. dumas-02498368

HAL Id: dumas-02498368

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02498368>

Submitted on 4 Mar 2020

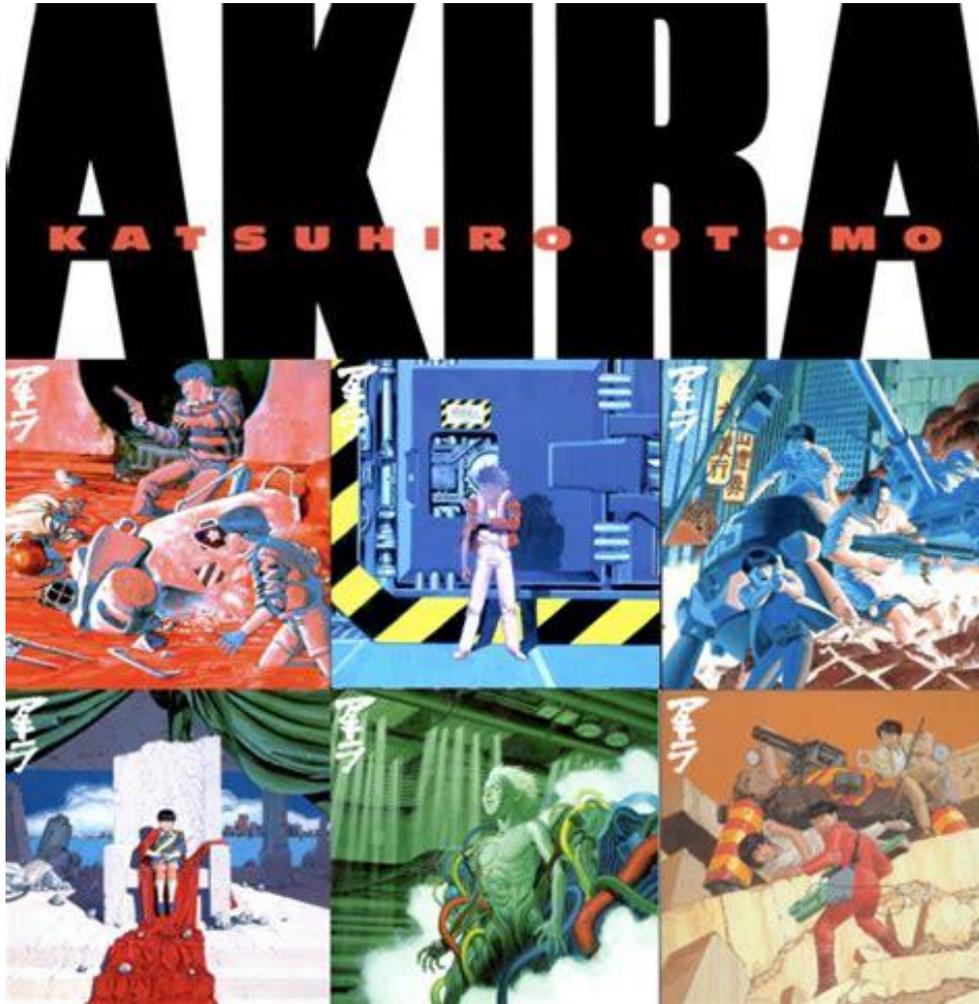
HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

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 - ShareAlike 4.0 International License

Anthony THIÉBAUT



Couvertures des six tomes d'*Akira*, édition Japonaise, 1984-93

Une histoire de la bande dessinée : Le manga, un genre nouveau, initiative des éditions Glénat.

Le regard de la presse. 1989-2015

Sous la direction de Sylvain VENAYRE

Mémoire de Master 1 Science humaines et sociales parcours Histoire culturelle, politique et des échanges internationaux du Moyen âge à nos jours.

Année universitaire : 2018-2019



Anthony THIÉBAUT

Une histoire de la bande dessinée : Le manga, un genre nouveau, initiative des éditions Glénat.

Le regard de la presse. 1989-2015

Sous la direction de Sylvain VENAYRE

Mémoire de Master 1 Science humaines et sociales parcours Histoire culturelle, politique et des échanges internationaux du Moyen âge à nos jours.

Année universitaire : 2018-2019

Introduction

En parallèle de la communication orale, l'image a été l'un des premiers moyens que l'homme a trouvé pour s'exprimer. D'abord utilitaire, son usage a ensuite évolué vers l'illustration artistique. Les images se complexifient, se chargent de symboles et de références propres à une époque et à une culture. Ses multiples significations sont en lien étroit avec la société dans laquelle elle est créée et dans laquelle elle se développe. Cela révèle une culture particulière et une manière de percevoir le monde unique. À l'époque moderne, ces images sont perçues comme plus populaires. Elles s'adressent à un public peu lettré, alors que l'ambiguïté de leurs interprétations demeure. La conséquence de cette marge d'interprétation est que bien souvent l'image doit être accompagnée d'un écrit pour être comprise. Dans notre paysage contemporain les images sont partout et se couplent avec l'écrit pour créer de nouveaux genres. C'est le cas de la bande dessinée (BD) notamment qui est l'exemple même d'une histoire que l'on raconte en s'appuyant autant sur les mots que sur les dessins. Les images gardent leurs significations et leurs références culturelles propres mais sont aussi grandement influencées par les échanges que provoque la mondialisation. Comprendre la réception de ces images et ses influences est une des tâches de l'historien. Ces échanges entre différents pays et différentes cultures entraînent des réceptions différentes selon les sociétés qui les créent et celles qui les reçoivent. C'est le cas du manga en France, cette bande dessinée venue du Japon.

Si nous voulons nous intéresser au manga dans son format papier en France, à sa réception notamment, il faut d'abord faire le constat suivant ; la culture populaire japonaise est d'abord arrivée par l'intermédiaire de la télévision et des dessins animés diffusés par le *Club Dorothee*. Le contexte de réception de ces histoires en images venues du Japon est donc particulier. Le support papier est proposé en France par les éditions Glénat, jeune maison d'édition grenobloise, à partir de mars 1990. C'est un pari audacieux que de proposer au public des œuvres étrangères qui possèdent des codes graphiques très différents de la BD franco-belge. Cependant le milieu de l'édition de la BD est en crise et on peut comprendre que Jacques Glénat, directeur de la maison d'édition du même nom, ait vu dans cette BD exotique une opportunité commerciale.

Pour analyser cette réception et son évolution dans l'opinion nous nous baserons sur la presse nationale et régionale disponible dans la banque de données Europress. Les mots clefs utilisés

pour filtrer les documents de presse sont les suivant : tout article contenant dans son titre les termes « manga » et/ou « Glénat », et dans le texte de l'article les termes « manga », ou « Bande dessinée japonaise », ou « Katsuhiro Otomo », ou « Akira Toriyama ». Les articles sélectionnés se situent entre 1989, veille de la parution du manga *Akira*, de Katsuhiro Otomo, et 2015, où le festival d'Angoulême consacre ce dernier pour son travail et entérine ainsi ce nouveau genre dans le paysage de la BD occidentale.

Pour répondre à la question, pourquoi une histoire des éditions Glénat, du point de vue de la presse. Cette maison d'édition possède un caractère particulier dans le paysage de l'édition française car elle est jeune et édite majoritairement de la BD, de plus elle a conservé son siège dans la région grenobloise, ce qui prouve un réel attachement régional. Son intérêt pour les marchés étrangers sert de laboratoire pour les autres maisons d'éditions. Ainsi il est possible de voir une tendance se dégager en observant les réactions de l'opinion dans la presse face aux actions des éditions Glénat. Le travail sur des sources de presse est un choix de circonstance, la quantité est importante, on peut donc tirer des analyses plus stables.

Le manga est par ailleurs un objet d'étude nouveau, la BD fait figure de 9ème art depuis les années 60 avec le supplément au magazine Spirou intitulé 9ème Art qui propose des articles faisant l'histoire de la BD, écrits par Morris. Mais, est ce que le manga papier intègre-t-il le 9ème art ? Par ailleurs, peu de littérature scientifique existe sur le sujet mais un certains nombres sont en cours de réalisations. L'arrivée en France du manga, un concurrent évident de la BD française, semble avoir à la fois représenté une invasion nipponne dans la culture française, un objet de curiosité et une révolution dans l'art graphique de la BD. Dans un secteur en crise, les éditions Glénat cherchent à se renouveler, à innover et à créer de nouveaux marchés pour la BD.

Comment le manga, BD exclusivement japonaise, se forge une place en France par l'intermédiaire de Glénat, une jeune maison d'édition en recherche de diversification ?

Nous essaierons tout d'abord de capter l'essence, l'origine et les spécificités du manga, produit japonais, pour mieux comprendre ce que représente la BD au Japon.

Dans un deuxième temps nous examinerons le secteur de la BD et son marché, en France au début des années 1990 ; nous présenterons la maison d'édition Glénat, en quête de nouveaux marchés, et l'arrivée du manga en France, résultat de cette tentative.

Enfin, nous analyserons les réactions de la presse face au manga, et l'influence de ce nouvel objet sur le paysage de la BD francophone.

*Première partie : Qu'est-ce que le Manga ? Histoire,
définition et processus de communication du manga
au Japon*

Ce premier chapitre a pour but de décortiquer la bande dessinée japonaise, le manga, étant alors un objet d'étude. Nous définirons ses caractéristiques, son histoire au Japon et nous chercherons à détailler les publics visés par le terme « manga » et ses dérivés au Japon.

Cela nous permettra d'obtenir quelques clefs de compréhension pour saisir la singularité de notre objet d'étude.

Le cas du Japon est intéressant car les questions de domination et de hiérarchie culturelle n'y sont pas opérantes. La plupart des pratiques culturelles émanent avant tout du peuple. La popularité du manga au Japon vient sans doute de sa capacité à retranscrire les préoccupations de la vie quotidienne ou les bouleversement sociétaux tout en se nourrissant de plusieurs influences. En effet, le manga s'appuie sur différents arts japonais, mais ne s'arrête pas là puisque, comme nous le verrons, il s'inspire aussi de cultures différentes.

I. Histoire du manga au Japon

A. De Hokusai à Tezuka, une histoire du *manga*

1. Les racines culturelles du manga

Des rouleaux peints du VIII^{ème} siècle aux romans populaires illustrés du XIX^{ème}, le Japon est coutumier des récits en images. Mais le manga tel que nous le connaissons aujourd'hui est aussi né dans le feu de Hiroshima.

Né au début du XX^{ème} siècle, le manga a profondément muté au lendemain de la défaite de 1945 pour devenir une composante essentielle de la culture du Japon contemporain. Livres et magazines confondus, chaque année, près de 1,5 milliard d'exemplaires de mangas sont publiés. La narration graphique est un art séculaire au Japon. Les rouleaux peints, dont le plus ancien raconte la vie du bouddha et remonte à l'époque de Nara (710-794), sont souvent considérés comme les ancêtres de la bande dessinée japonaise, bien que la technique de narration graphique (images et texte se succèdent à mesure que le lecteur les déroule) soit différente. L'art du rouleau peint a prospéré pendant dix siècles jusqu'à l'époque d'Edo (1603-1867).



Scène de la vie quotidienne du peuple, hanté par les gaki (damnés dans le bouddhisme) tiré du Rouleau des fantômes affamés.

Les combats de pets dessinés au XII^{ème} siècle par l'abbé Toba, les spectres mangeurs d'excréments du *Rouleau des fantômes affamés* (XII^{ème} siècle) ou le grouillement des monstres de la *Promenade nocturne des mille démons* (XV^{ème} siècle) peuvent choquer ceux pour qui la culture japonaise se résume aux fleurs de cerisiers et aux jardins de pierre... En réalité, à côté de la culture éprise de rigueur des élites, il existe depuis longtemps une culture japonaise populaire, exubérante et frondeuse, volontairement vulgaire, burlesque, accompagné de mélodrame, de sexe et de fantômes. Comme on peut le voir ci-dessus, des fantômes hantent des habitants, probablement pauvres, la plupart sont dénudés et dans des positions dégradantes.

Cette culture populaire s'est épanouie dans les grandes villes de l'époque d'Edo et a donné naissance à l'art de l'estampe gravée sur bois et au théâtre *kabuki* ; les pièces de kabuki illustrent des événements historiques ou encore le conflit moral lié aux relations affectives.

De l'estampe, le manga héritera le dessin de visages stéréotypés et presque dépourvus de traits, où seuls les yeux et la bouche s'animent pour exprimer les sentiments. Du kabuki, les intrigues souvent guignolesques, étirées sur un grand nombre d'épisodes. Le manga doit également beaucoup aux romans populaires brochés bon marché, les *kibyoshi*, qui se diffusent durant cette période : plus de trois milles titres ont été publiés entre 1775 et 1868. Ces œuvres mêlaient mélodrame, sexe, fantastique et humour. Il y a un juste partage entre les dessins et le

texte, qui peut alors apparaître comme l'ancêtre de la case et de la bulle des bandes dessinées modernes.

Le terme « manga », signifiant littéralement « images dérisoires », aurait été inventé par le maître de l'estampe Hokusai pour désigner ses croquis et ses dessins « au fil du pinceau ». Cependant nous reviendrons plus tard sur la traduction du terme « manga » en France et de son utilisation dans la presse. Mais l'on comprend déjà assez bien que le fait de qualifier d'images dérisoires les œuvres japonaises résulte d'un parti pris anti-manga.



Grande vague de Kanagawa (1831), première des 46 estampes qui composent les 36 vues du mont Fuji.

Katsushika Hokusai (1760-1849) est un peintre, dessinateur et graveur connu sous le nom de « Vieux fou de dessin ». En 1831 il publie son « Manga » regroupant croquis et dessins. Les « Hokusai manga » sont des estampes en trois couleurs (noirs, gris et couleur chair) et représentent des paysages, la faune et la flore, la vie quotidienne, ainsi que des scènes surnaturelles. Le mot « manga » ne se réfère pas aux œuvres telles que nous les connaissons aujourd'hui, car les différents croquis et estampes de Hokusai ne forment pas une histoire, mais traitent de sujets séparés les uns des autres.

2. La naissance du manga moderne

Mais au final le manga actuel est surtout né de la rencontre du Japon avec l'Occident, après que la flotte américaine eut contraint l'archipel, en 1853, à se rouvrir au monde. Par la même occasion les estampes japonaise arrivent en occident. Le grand public les découvre réellement lors de l'exposition universelle de 1878. De nombreux peintres européens comme Claude Monet, Paul Gauguin trouveront dans ces estampes une nouvelle forme d'art, plus libre que la tradition picturale dans laquelle ils s'inscrivent, à savoir l'impressionnisme. Cet engouement des artistes, écrivains et de la bourgeoisie européenne pour les œuvres nippones donnera naissance au Japonisme, un courant artistique fortement inspiré des arts graphiques japonais dans les années 1860 aux années 1880. L'estampe, caractéristique de la culture populaire d'Edo, apparaîtra en France comme l'apanage d'une culture aristocratique et bourgeoise. La couverture de la partition de « La Mer » (1905) de Claude Debussy reproduit notamment la « Vague de Kanagawa » de Hokusai.

Le Japon découvre de son côté les techniques modernes d'imprimerie comme l'« offset », qui permettent des tirages massifs. Les premiers magazines illustrés, destinés aux expatriés occidentaux, furent bientôt copiés en grand nombre. À l'imitation des cartoons américains, les grands journaux lancèrent des suppléments illustrés du week-end. Le premier fut créé en 1900 par le grand réformateur Yukichi Fukuzawa et baptisé *Jiji Manga*.



Charles Wirgman, caricaturiste londonien, publie le premier magazine au Japon, *le Japan Punch*, un mensuel publié de 1862 à 1887.

Une part des ressorts de ladite BD japonaise n'est donc pas nippone. Cet apport extérieur était à l'époque revendiqué et constituait un motif de fierté pour les japonais. En effet nous sommes à une époque, à un tournant de l'histoire où les mouvances occidentales étaient acceptées. Les cours extraits satiriques appelés « Punch » et « Puck » sont inspirés, dans les années 1860-1870, de la culture américaine, tout juste révélée après plusieurs siècles d'isolement¹

L'ère Meiji est marquée par le développement des revues et de l'illustration de ces dernières par les peintres caricaturistes occidentaux. Suite à l'ouverture du Japon, les échanges culturels et artistiques entre les continents se développent. Les recherches historiques sur les origines du manga nous mènent à envisager le dessin humoristique dans la presse comme marqueur de la naissance du manga moderne². Il est intéressant de noter que ce sont deux peintres occidentaux qui initient le mouvement. Charles Wirgman va marquer la caricature et les débuts de la BD japonaise de l'époque par ses œuvres qui firent découvrir l'humour occidental ainsi que par sa technique de dessin qui accentue volontairement les traits du visage comme on peut le voir plus haut sur la couverture du *The Japan Punch*, de 1883. Le manga contemporain commence à se dessiner au travers de telles caractéristiques, des traits fins, figuratifs, des visages sur-expressifs pour appuyer le sentiment ou l'état d'âme d'un personnage et un humour souvent décalé et satirique.

Kitazawa Rakuten est le premier caricaturiste professionnel au Japon. Avec lui le terme manga se voit doté d'une nouvelle définition, à savoir : image dérisoire, libre, satirique et de dessin de presse. Il crée notamment le découpage en quatre ou six cases, appelé *yon-koma manga*, qui devient une caractéristique essentielle de la caricature de presse. Le premier *mangaka*, ou auteur de manga, était donc un journaliste.

Le mot manga a donc, à partir de là, était utilisé pour désigner une discipline aux caractéristiques particulières et non plus quelques dessins. La narration texto-figurative par décomposition d'actions n'est pas une création originelle japonaise. Toutefois cela la distingue de la BD occidentale qui se sert davantage de l'ellipse temporelle et devient alors une des caractéristiques principales du manga moderne. Le terreau iconographique nippon a permis la métamorphose de ce genre qu'est le manga, au Japon.

¹ Jean-Marie Bouissou, *Manga-Histoire et univers de la BD japonaise*, Picquier poche, 2010.

² Ibid.



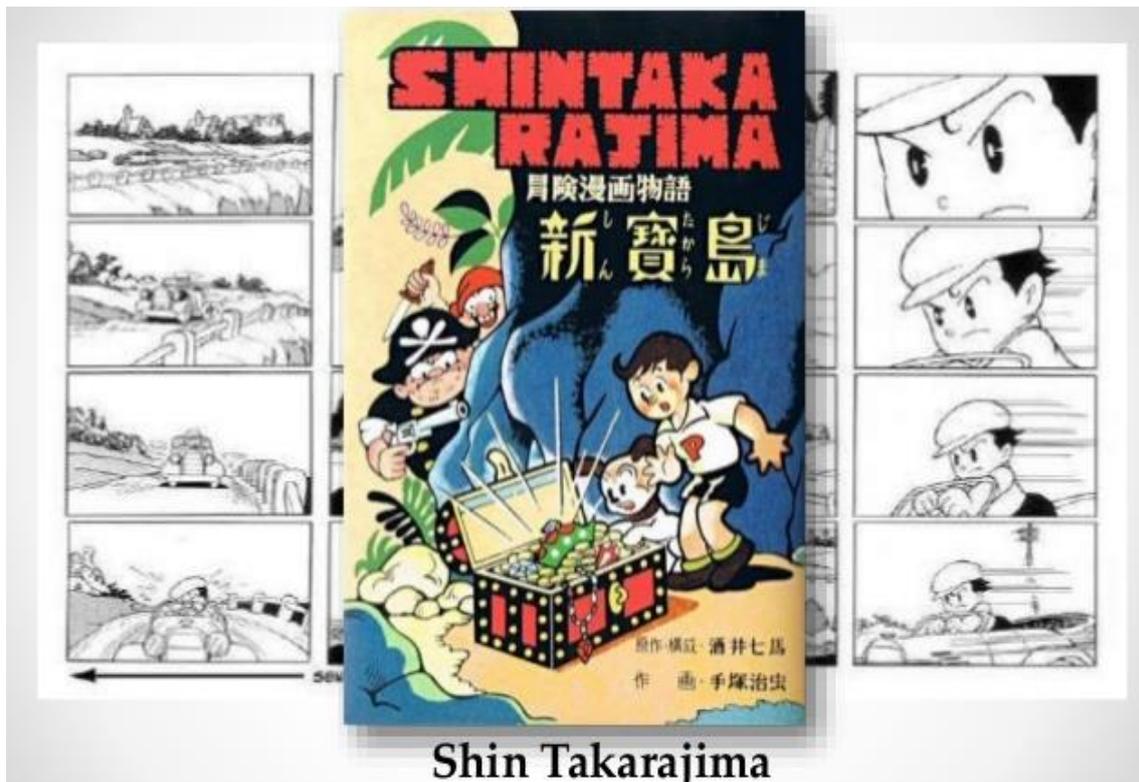
Tagosaku et Mokube visitent Tokyo, 1902, publié dans Jiji Manga; par Kitazawa Rakuten.

3. Le manga contemporain

Aujourd'hui le terme manga est repris tel quel dans les autres pays pour désigner la « BD de nature japonaise ». Cela témoigne de l'émergence d'une forme d'art à part entière, unique.

Pendant l'ère Taisho (1912-1926), la plus démocratique que le Japon ait connue avant 1945, le manga est à la fois un outil de combat politique, notamment entre les mains de la « Ligue des dessinateurs prolétariens », et un divertissement de masse destiné principalement, mais pas uniquement, aux enfants. En 1912, Kodansha, qui est encore aujourd'hui le numéro un de l'édition japonaise, fut le premier à créer de volumineux magazines mensuels (parfois plus de deux cents pages) mêlant bande dessinée, reportages, articles d'information et romans-feuilletons. Le plus important, *Shonen Club*, destiné aux petits garçons, frôlait le million d'exemplaires. Mais cette bande dessinée était encore très loin de ce que le monde connaît aujourd'hui sous le nom de « manga ». Le graphisme restait très inspiré de Disney, les cases étaient sagement rangées dans les planches, les thèmes n'étaient guère originaux (même si les samouraïs remplaçaient les cow-boys), et les écoliers du primaire constituent les principaux lecteurs.

L'acte de naissance du manga contemporain est la parution, en avril 1947, de *Shin takarajima* (« La Nouvelle Île au trésor ») de Osamu Tezuka (1928-1989). Moins de deux ans après Hiroshima, dans un Japon encore en ruines, l'ouvrage se serait vendu en quelques mois à 400 000 exemplaires. Surnommé « le dieu du manga », Tezuka a introduit dans la bande dessinée japonaise des techniques imitées du cinéma : multiplication des angles de vue, succession de plans gros, moyens et larges.



Shin Takarajima, “La nouvelle île aux trésor”, Osamu Tezuka, 1947.

Il a rompu avec la tradition des épisodes de dix ou vingt pages pour développer des scénarios longs et complexes, appelé *story-manga*, dont les plus fouillés se déroulent en fresques épiques sur cinq mille ou six mille pages. Il a aussi créé des archétypes dont les héritages irrigueront l'univers du manga jusqu'à aujourd'hui, comme *Atomu Tetsuwan* (*Astroboy* en français) le petit robot au cœur atomique, ou Princesse Saphir, première héroïne travestie en garçon du *shojo manga* (« manga pour filles »). On remarque rapidement les influences du comics américain sur le dessin de Osamu Tezuka, surtout venant des dessins de Walt Disney. La ressemblance entre les personnages de Mickey Mouse et *Astroboy* est assez frappante. La coupe de cheveux d'*Astroboy* rappelle les oreilles de Mickey par exemple.

B. Le manga moderne, plateforme d'expression d'une société en reconstruction

1. Un art naît d'un traumatisme

Quand l'arme atomique frappe Hiroshima, Tezuka a 16 ans. Comme lui, beaucoup des *mangaka*, dessinateurs, de la première génération étaient adolescents pendant la guerre, trop

jeunes pour la faire, mais assez mûrs pour ressentir le traumatisme de la défaite. Ce traumatisme lègue au manga quatre éléments qui lui confèrent la complexité et l'intensité dramatique qui le distinguent des comics américains et de notre BD de la même époque.

Le premier est un scénario fondateur qui sera celui d'innombrables séries jusqu'au XXI^{ème} siècle, dont l'archétype est celui de *Gen d'Hiroshima* de Nakazawa Keiji : la faillite des adultes, la destruction du monde et la survie d'un groupe d'enfants ou de jeunes gens soudés par l'amitié et l'optimisme.

Le deuxième est le genre *mecha* (contraction de *mechanical*), où des adolescents aux commandes de robots de combat sauvent le Japon (ou le monde) attaqué par une autre race. Le plus célèbre en France est *UFO Robot Grandizer*, alias *Goldorak*, dont l'arrivée sur Antenne 2 en 1978 fit sensation.

La troisième nouveauté est le genre *kagaku boken*, aventure scientifique, qui s'épanouit avec *Astroboy* à partir de 1951. Cet engouement pour la science et sa puissance témoigne du statut quasi sacré qu'elle a acquis, au lendemain de leur défaite, chez les japonais qu'elle a mis à genoux.

Enfin, l'occupation américaine, qui ne prend fin qu'en 1952, confronte brutalement la nation japonaise aux réformes démocratiques et aux idéaux modernes imposés par les vainqueurs. Il en résulte un mélange de regrets pour l'histoire et les valeurs passées, de contestation et de passion du progrès, qui inspirera au manga des leçons de vie plus complexes que celles dont notre BD gratifie ses lecteurs. Et une atmosphère plus dramatique : dans *Astroboy*, série pour collégiens, les morts sont monnaie courante malgré l'optimisme ambiant de l'œuvre. Cela s'explique notamment par l'origine de ce genre artistique qui est né sous les bombes, à une époque où la société japonaise se reconstruisait dans la douleur.

Au lendemain de la guerre, l'univers du manga a deux faces. D'un côté les séries par épisodes pour enfants, publiées en magazines mensuels par les grands éditeurs tokyoïtes. De l'autre des « livres rouges » bon marché (*akabon*), produits par de petits éditeurs de la région d'Ôsaka. Ils sont vendus dans les bazars et les papeteries, et diffusés par des librairies de location. La plupart sont destinés à un public adulte et traitent sans aucune censure des sujets de société les plus dramatiques ou des passions humaines les plus inavouables, y compris l'inceste et la nécrophilie. En accord avec l'époque, les fins heureuses sont rares, le dessin est noir, très

chargé d'encre, l'intrigue violente, le ton dramatique ou dépressif. Le terme de *gekiga*, images dramatiques, est inventé en 1957 pour désigner ce genre.

2. Un manga qui évolue avec les générations

Le génie de l'industrie du manga est d'avoir su marier ces deux courants pour faire mûrir son produit au même rythme que la génération des baby-boomers, le lectorat initial des magazines, afin que ces derniers continuent de lire des mangas toute leur vie. Chose intéressante, les baby-boomers sont appelés *Dankai no sedai*, surnom donné à l'ensemble des japonais nés entre 1947 et 1949. Il comporta le sens de « génération homogène et solidaire », cette expression consacrée sous-entend que ces personnes ont un profil social typique similaire, des comportements identiques et sont animées des mêmes aspirations³.

Ainsi, en 1959, l'apparition des premiers hebdomadaires de manga pour adolescents (*shonen manga*) accompagne l'entrée des petits baby-boomers au collège. Avec la croissance économique très rapide des années 1960, qui voit le Japon devenir la deuxième puissance économique du monde libre, les petits Japonais ont bientôt assez d'argent de poche pour s'acheter eux-mêmes leurs magazines. L'affaiblissement du contrôle parental fait le succès de séries où les frasques des jeunes héros déclenchent les foudres des éducateurs contre le « manga vulgaire », *geihin na manga*.

Entrés à l'université, les baby-boomers nippons traversent une violente crise de passage à l'âge adulte. Le mouvement étudiant de 1968 est long, brutal, et il dégénère en terrorisme meurtrier. Le manga se saisit de l'esprit contestataire de son lectorat. Les grands magazines récupèrent des dessinateurs du *gekiga*, qui évincent ceux formés aux séries pour écoliers.

Ces iconoclastes brisent un tabou après l'autre, à l'exemple de Gô Nagai, de 1968 à 1972, celui qui est aussi le créateur de *Goldorak* triomphe avec son *École impudique*, *Harenchi gakuen*, véritable satire du système éducatif japonais. L'auteur voulait aller à l'encontre des codes établis et renverser le respect que la société japonaise vouait à la figure du professeur. Il a donc créé un manga où les professeurs sont très critiquables du point de vue de leur comportement et de leur tenue vestimentaire. Les étudiants lisent aussi les *Vents de la colère*, de Yamagami Tatsuhiko, qui dénoncent le retour du militarisme, et *Ashita no Jo*, de Chiba

³ Karyn Poupée, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010.

Tetsuya, l'histoire d'un orphelin placé en maison de correction qui échappe à l'oppression de la société, devient champion du monde de boxe et meurt sur le ring. Le 31 mars 1970, les terroristes de l'Armée rouge japonaise qui détournent un Boeing de Japan Airlines vers Pyongyang ne se réclament ni de Marx, ni de Mao : dans le message radio qu'ils adressent à la nation, ils proclament : « *Nous sommes tous des Ashita no Jo !* ». Les baby-boomers continuant de grandir, l'industrie du manga invente, à l'usage des jeunes adultes mâles, le *seinen manga* qui mêle sentiment et sexe aux problèmes de société et d'actualité. Comme dans *Say hello to Black Jack* de Sato Syuho, édité à partir de 2002 au Japon et paru chez Glénat en France en 2012, où un jeune interne en médecine découvre les problèmes du système hospitalier japonais, l'arrogance des mandarins, les joies de la chair, les tourments de l'amour, le déchirement de voir mourir des malades et la joie d'en sauver. Le dessin est frappant de réalisme et retranscrit le plus fidèlement possible les états d'âmes du jeune médecin et les ambiances du milieu hospitalier. Comme on peut le voir ci-après, le jeune médecin déterminé et plein d'ambition qui regarde vers le haut sur la couverture du premier tome, puis, dès le huitième chapitre de l'œuvre, on retrouve notre personnage au bord du gouffre après une opération, dans un décors sombre une scène très crue, le personnage est en piteux état, l'espoir semble avoir disparu, laissant place à la douleur et à l'épuisement.



Image de gauche : couverture du tome 1, *Say helle to Black Jack*, Sato Syuho, Glénat. Image de droite : tiré du tome 2, chapitre 8.

Puis, à mesure que les baby-boomers entrent dans la vie professionnelle, on leur propose le *salaryman manga*, dont l'action se passe dans le monde des entreprises. Kosaku Shima, héros de la plus célèbre série du genre, accompagnera ses lecteurs tout au long de leur vie professionnelle : jeune cadre comme eux en 1983, il est aujourd'hui vice-président de la compagnie commerciale où il a fait toute sa carrière.

3. À Chaque public son manga

En même temps qu'ils segmentent ainsi le marché par âge, les éditeurs multiplient les genres : manga de sport ou d'arts martiaux, avatars multiples de la science-fiction et du *mecha*, séries historiques (*jidai mono*), manga traitant des problèmes sociaux (*shakai manga*), fantastique, horreur, gag-manga, séries consacrées à la cuisine ou aux hobbies les plus divers, du mah-jong à la pêche à la ligne en passant par le jeu de go, sans compter une large production pornographique. Un manga pour tous les âges, un manga pour tous les goûts. Cette stratégie a permis à la bande dessinée japonaise de devenir une industrie de masse.

La vitalité du manga se nourrit aussi de sa capacité à épouser en permanence les évolutions de la société et des mentalités. Dans les années 1970, le Japon est sûr de lui : le but est clair et l'effort est récompensé par la reconstruction du monde dévasté. Dans les années 1980 le modèle économique japonais est remis en cause par la mondialisation, l'économie spéculative et les critiques incessantes des Occidentaux. L'incertitude qui en résulte se reflète dans le genre post-apocalyptique : en 1972, le jeune héros de *Gen d'Hiroshima* savait pourquoi il luttait et le riz repoussait à la dernière image, symbole du renouveau après la destruction. Dans *Akira*, de Ôtomo Katsuhiro (série parue de 1982 à 1991), les héros se débattent confusément dans les ruines de Tôkyô et le monde n'est pas reconstruit au final. Depuis les années 1990, entre pollution et manipulations génétiques, la belle aventure scientifique rêvée par Tezuka a viré au noir, et le manga met désormais en scène la révolte de la nature contre l'humanité avec *Inugami*, de Urasawa Naoki, où l'assujettissement du monde par des sectes manipulant des virus meurtriers comme on peut le voir dans *20th Century Boys*, de Okazono Masaya, paru chez Delcourt.

Quant aux filles, elles prennent sans complexe l'initiative dans les jeux de l'amour et du sexe dans les œuvres de jeunes dessinatrices telles Okazaki Mari ou Anno Moyocco, dont les héroïnes n'hésitent plus à dire à leurs amants « *Au pied, chéri !* ». Bien que la place de la

femme soit toujours précaire dans la société japonaise cela témoigne d'un certain changement dans les mentalités.

La passion de la tolérance visible chez Osamu Tezuka fait parfois place à un néonationalisme adepte des théories révisionnistes chez de jeunes dessinateurs à succès comme Kobayashi Yoshinori. Le journaliste Philippe Pons du *Monde diplomatique* explique la popularité du révisionnisme dans la société japonaise en avançant plusieurs raisons. La première repose sur une droite nationaliste décomplexée depuis la fin de la guerre froide. Ce courant peut compter sur le soutien de politiciens, d'intellectuels, de sectes religieuses, de média (comme le journal *Sankei*) et de certains milieux d'affaires. Philippe Pons ajoute aussi que :

« Le révisionnisme profite d'un climat d'inquiétude diffus provoqué par une crise économique dont le coût social commence à peine à se faire sentir. Une partie de l'opinion, fragilisée, est réceptive à son message : une réhabilitation du passé permettant de se replier sur les valeurs traditionnelles d'un « beau Japon » et de résister du même coup à la mondialisation en affirmant une spécificité culturelle, qui fut toujours le discours refuge du Japon depuis son ouverture sur l'étranger au XIX^{ème} siècle. [...] En arrière-plan d'une réhabilitation du passé destinée à restaurer dans la jeune génération un « sens de la Nation », qu'elle aurait perdu, par une exaltation de la supériorité de la civilisation japonaise, se profilent des enjeux qui dépassent les polémiques sur l'histoire : en particulier la révision de la Constitution, et notamment de son article 9, qui interdit au Japon le recours à la guerre et entrave sa participation à un système de défense régionale collective »⁴.

Le manga moderne semble être une fenêtre sur le monde japonais, chaque œuvre permet de découvrir le quotidien d'une certaine partie de la population et on peut entrevoir les débats et problématiques qui touchent cette société. En effet, comme le manga est très souvent publié en feuilleton le *mangaka* a très peu de recul entre son travail et ce qui est en train de se passer dans la société. Les auteurs sont donc grandement influencés par l'actualité et même s'ils tentent d'en faire abstraction cela se ressent dans leurs travaux. À l'image de l'auteur de *Quartier lointain*, Jirô Taniguchi qui confie à Karyn Poupée : « J'ai failli arrêter le manga après le 11 septembre »⁵

⁴ Le Monde diplomatique, *Le négationnisme dans les mangas*, Philippe Pons, lundi 1 octobre 200, p. 16, 17.

⁵ Clément Pons, *Quelle est la place du manga dans la société japonaise ? Entretien avec Karyn Poupée*, Numérama, 24 mars 2017.

C. Perte de vitesse de l'industrie de l'édition du manga

1. Une nécessaire adaptation

Cependant, au tournant du XXI^{ème} siècle, les ventes de manga sont concurrencées par les jeux vidéo et autres médias numériques, malgré quelques tentatives (revues gratuites par exemple) le nombre de vente baisse. La vente de manga est aussi impactée par le fait que les nouvelles générations disposent de nouveaux loisirs au même prix ou moins cher que le manga, à la différence de leurs parents qui ont eu le manga comme premier médium populaire, donc à bas coût et accessible pour tous.

Les éditeurs ont du mal à trouver une parade au sein de leur propre marché. En effet ils ont développé des offres numériques mais cela ne fonctionne pas vraiment. Le smartphone a remplacé le manga dans les transports en commun, le piratage et la lecture en ligne gratuite causent de nombreuses pertes pour les maisons d'éditions japonaises. Malgré tout, il faut nuancer ces baisses ; elles sont loin d'être catastrophiques car le manga est maintenant très bien intégré dans le paysage japonais. L'industrie de l'édition a suivi la génération des baby-boomers des années 50 et s'est adaptée tout du long pour créer des contenus qui plaisent à tous. La première génération de lecteurs est maintenant minoritaire dans la part des ventes et il revient aux éditeurs de s'adapter de nouveau à la génération des années 2000, touchée par des problématiques différentes et dont le pouvoir d'achat n'est plus le même du fait des crises économiques successives au début du XXI^{ème} siècle, comme la faillite de la banque Lehman Brothers en 2008 qui a provoqué la crise des dettes souveraines vécue comme un choc économique et social⁶.

2. Un système qui épuise les ressources créatrices

Une autre problématique est l'assèchement de la création, beaucoup d'auteurs et d'éditeurs mettent en avant les conditions de travail. Aujourd'hui, pour qu'un *mangaka* puisse vraiment débiter comme auteur, il lui faut passer par de multiples épreuves et notamment faire partie d'énormes groupes de production de mangas. Il s'agit alors d'un travail collectif harassant, qui n'est plus du tout individuel. Ce qui a pour effet de plonger l'ensemble de la production dans un mode de fonctionnement similaire au monde ouvrier. L'attention se focalise sur

⁶ Clément Pons, *Quelle est la place du manga dans la société japonaise ? Entretien avec Karyn Poupée*, Numérama, 24 mars 2017.

quelques grands noms, mais derrière, il y a des usines entières de *mangakas* très mal payés, et ce ne sont pas des circonstances très favorables à l'émergence de nouveaux talents. Le tout dans un contexte de saturation du marché japonais, c'est à dire une surproduction du manga. Pendant les années 90, les éditeurs japonais étant aveuglés par l'idée de combler chaque public possible. Les trames et histoires ont donc été produites de manière démesurée à mesure que le nombre de lecteurs diminuait.

Le nouveau ressort économique est l'exportation. Cette conquête des marchés internationaux est spectaculaire au regard de sa rapidité. Elle s'inscrit dans une histoire longue de séduction opérée, en Occident et en Amérique, par les images en provenance de l'Extrême-Orient, des courants artistiques et culturels tels que le japonisme. En dix ans le manga s'est intégré dans le paysage européen. Dans les pays où la production de BD n'est pas très importante, comme en Allemagne, le manga représente aujourd'hui près de 75 % des ventes de BD dans le pays⁷.

La France est également le deuxième marché de lecture du manga japonais ; après le Japon mais devant le marché américain ou asiatique. On entend ici parler de chiffres de tirage. Mais le risque immédiat est celui de la saturation. Aujourd'hui, la plupart des mangas très importants ont été traduits, voire re-traduits. D'autre part, certains estiment qu'il y a aujourd'hui moins d'auteurs remarquables au Japon ; le secteur a besoin de se renouveler.

II. Un genre qui s'adapte à toutes les attentes

A. Un « mass-média » japonais

1. Toute une culture concentré dans un objet

Le « mass-média » est une technique de diffusion qui cherche à toucher le plus de monde possible. Dans ce contexte-ci le manga est donc un support « mass-média » puisqu'il véhicule une culture de masse.

Bien que la qualité artistique soit souvent pointée du doigt, en raison d'un dessin qui peut paraître soit simpliste soit extrêmement brouillon dû à l'effet d'entassement que produit les décors et effets de mouvements dans un dessin en noir et blanc (cf. image ci-contre *BLAME* !), la principale force du manga réside dans sa multitude.

⁷ Le Monde de l'éducation, *Sous le signe d'Hokusai, la déferlante manga*, Nicolas Neniri, 1 janvier 2007, p. 50.



Image tiré du manga *Blame !* de Tsutomu Nihei. Le dessin de cette artiste n'est pas à généraliser à tous les autres mangas, mais il est l'un de ceux avec l'ambiance artistique la plus sombre.

En effet, même si pour nous, occidentaux, le terme *manga* désigne toute la bande dessinée japonaise moderne, il n'en est pas ainsi. Le manga se décline en autant de genre qu'il est possible d'imaginer, on retrouve ainsi des histoires de fantaisie jusqu'à des BD de cuisine en passant par des œuvres qui ont pour thème un sport, un état d'âme, un métier particulier, etc. Tout cela étant découpé par âges, classe sociale et genre.

On peut prendre comme exemple le manga pour jeune fille. À la différence de notre BD, qui a toujours laissé ce public en déshérence, le manga a su répondre à la demande de la clientèle des grandes adolescentes, puis à celle des femmes adultes. Au tournant des années 1970, une génération de dessinatrices d'à peine 20 ans se réunit pour former les *Fleurs de 1947* et travailler de manière collective dans un atelier. Elles font du manga pour jeunes filles, le *shojo manga*, un genre à part entière, avec une esthétique spécifique, une vision féminine de la vie amoureuse et une attention à des problèmes comme la grossesse ou le viol. Dans une société très machiste, il n'est pas aisé pour des adolescentes de s'imaginer dans une relation

amoureuse d'égale à égal avec un garçon. Pour permettre aux lectrices de surmonter les craintes, les dessinatrices usent de subterfuges.

Elles mettent en scène des héroïnes travesties aimées à la fois par d'autres filles et par des garçons, à l'instar de Lady Oscar dans *La Rose de Versailles*, ou des amours entre éphèbes dont la lectrice peut préférer, selon son goût, l'efféminé ou le plus viril. Pendant les années où elles travaillent avant le mariage, les jeunes femmes pourront s'identifier dans le genre *OL-manga* (*office lady* : employée de bureau). Puis elles se consacrent à leur foyer, où là encore les dessinatrices de manga les accompagneront en inventant les *ladies comics*, qui proposent des avatars adultes avec des histoires d'amour entre éphèbes ; histoires qui les avaient fait rêver à leurs 18 ans.

2. Un genre qui se veut le plus proche de son public

Karine Poupée qualifie le manga d' « irrationnel phénomène japonais »⁸, une incommensurable production. Jean Giraud, alias Moebius, auteur de BD en France, a effectué un voyage à Tokyo en 2009, il ne connaissait par l'engouement dont le manga est l'objet depuis les années 2000 en France. Il confie lors d'un entretien :

« J'ai été secoué par quelque chose que j'ai du mal à assimiler et à nommer, qui est la finesse de ciblage du public, entretenu, nourri, respecté comme ayant une biodiversité. »⁹

Le lectorat est composé de groupes catégoriels de plus en plus nombreux et cernés. Mais cela n'a de mesure que lorsque le lecteur a conscience de son rôle précurseur. Moebius souligne le fait que ces ensembles ne se forme pas autour de la transgression sociale comme en Europe où, pour se distinguer, soit on se réfugie dans une tradition disparue, soit on se marginalise. Il décrit le travail des dessinateurs japonais comme fin, précis et avec un regard fasciné sur le quotidien. Un souci du détail portant sur les objets les plus banals. En Europe tout en étant ni puérile ni simpliste, la représentation des éléments était très stylisée, le minimum nécessaire à la compréhension.

⁸ Karyn Poupée, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010.

⁹ Ibid, p.6.

« Brutalement, j'ai découvert avec le manga des dessinateurs qui, eux, se lançaient dans des tentatives extrêmes de reproduire la réalité dans sa crudité absolue, dans sa rigueur, dans son étendue. »¹⁰

Cela traduit une capacité d'émerveillement qui induit un perfectionnement inouï. Il ne s'agit toutefois pas d'une méticulosité stérile mais d'un mode de perception, d'expression et de transmission du réel qui nous est étranger. En ce sens c'est un genre nouveau pour nous européen.

B. Une production « tsunami »

1. L'épreuve de la presse

Un élément frappant du point de vue de la presse française est la quantité de production de manga au Japon. L'argument commercial prend souvent le premier plan dans les articles de journaux. Certes les chiffres sont impressionnants mais les ventes ne sont en rien transposables au modèle économique de l'édition de BD en occident. Cela témoigne d'une profonde méconnaissance du Japon et d'un manque de recherche pour comprendre comment autant de BD sont vendues au Japon même.

La principale fracture avec le monde de la BD occidentale est la quantité de production. Au Japon les éditeurs qui portent les plus grandes licences tirent des séries de l'ordre du million d'exemplaire minimum. A l'image d'*Akira* de Katsuhiro Otomo diffusé à plus de quatre millions d'exemplaires au Japon¹¹.

Dans le numéro du Monde du 13 juillet 1990, Thierry Groensteen écrit que la production japonaise de BD est « la première du monde pour le nombres de titres et les tirages »¹².

Ce phénomène résulte de la pression établie par la presse. En effet, la majorité des mangas sont publiés dans des quotidiens ou des hebdomadaires, chapitre après chapitre. La demande est donc très forte sur les *mangakas* et le rythme de production est phénoménal. C'est une véritable épreuve, qui n'est réussie que si les ventes de ces papiers sont assez élevées, sinon la production est aussitôt arrêtée par les maisons d'éditions. Par la suite les chapitres sont réunis

¹⁰ Karyn Poupée, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010.

¹¹ Le Monde, 4 avril 1990, *Le salon européen de la bande dessinée Le Japon et Jacobs en vedette à Grenoble*, Labe Yves Marie; p.26.

¹² Le Monde, 13 juillet 1990, *Questions de ressemblance*, Thierry Groensteen, p 24.

en recueil et re-publiés dans le format *tankobon*. C'est ce format qui est ensuite traduit et publié en France.

2. Des ateliers de *mangaka* dynamiques

Les ateliers sont à l'image de ce que crée le précurseur : Osamu Tezuka. C'est à dire des ateliers capable de produire des planches dans des temps records, en grandes quantité. Il y a une personne spécialisée dans les décors, une autre dans les vêtements, etc. Bien que tous les *mangakas* ne travaillent pas ainsi mais la plupart du temps en petite équipe ou bien seul, la quasi-totalité des artistes sont passés dans un de ces ateliers en tant qu'assistant dans un premier temps. C'est un lieu de formation extraordinaire pour les nouvelles générations mais où la pression est énorme. Les dates de rendus sont très courtes et la production monstrueuse. De plus l'éditeur est en dialogue constant avec les *mangakas* et conseille les artistes sur tous les points pour que l'œuvre plaise et se vende mieux. Ainsi ces ateliers sont chargés d'inventer des nouvelles œuvres semaines après semaines pour trouver celle qui sera le plus appréciée dans les magazines de prépublication, ensuite le scénario est approfondi. Tout en continuant de produire les œuvres déjà existantes. C'est une réelle industrie, mais comme dit précédemment, cela nuit, à la longue, à la créativité et au renouvellement des intrigues proposées.

3. Les risques et défauts d'une telle production

Le principal risque d'une telle production, est la profusion de scénario et de BD de très mauvaise qualité, avec des ambitions artistiques très basses. Il est donc difficile pour qui n'est pas guidé de se repérer dans une telle production.

Un autre problème majeur, sont les trames à rallonge qui font vivre des aventures toujours plus longues à des héros, simplement parce qu'elles se vendent bien, dans le but d'augmenter les profits. À titre d'exemple la série qui a grandement contribué à faire connaître le manga chez les jeunes français : *Dragon Ball*, s'étire sur plus de cinquante volumes et possède des séries dérivées qui représentent une trentaine de volumes également. Cette quantité pour une même histoire peut avoir pour conséquence de décourager à la lecture voire même à l'achat.

*Deuxième partie : Les éditions Glénat, pionnières dans
un milieu en crise ?*

I. Une crise de la BD en Europe ?

Après l'euphorie des années 70 et le déclin des années 80, les éditeurs de bande dessinée tablent sur une stabilisation du marché pour les années 90. Point de départ de notre analyse, le marché de la BD franco-belge est en nette ralentissement par rapport aux années 70, les quelques tentatives à l'étranger ne sont pas très fructueuses en dehors des marchés italiens et espagnole où la BD semble bien s'être installée car il y avait déjà une BD nationale propre au pays, donc un terreau fertile pour la BD franco-belge (code similaire, dessin etc.)

A. Une BD qui a connu une mutation fin XX^{ème} siècle

1. Une crise : une non adéquation production / public

Pendant dix ans, de 1973 à 1983, le marché a suivi une courbe d'expansion continue avec deux années records en 1984 et 1985. Même s'il faut les considérer avec prudence notamment parce qu'elles ne prennent pas en compte des maisons francophones telles que Dupuis (Belgique) ou Les Humanoïdes associés (Suisse), les statistiques du Syndicat National de l'Édition (SNE) reflètent cette tendance. Entre 1974 et 1986, le nombre d'exemplaires produits a presque doublé, passant de 7,6 à 14,7 millions, suivant en cela le nombre de titres mis sur le marché (741 en 1986 contre 360 en 1974). Le chiffre d'affaire de la bande dessinée progressait, quant à lui, de façon exponentielle : de 49 millions de francs en 1974 à 275 millions en 1986, son poids relatif ne cessant de s'accroître dans le chiffre d'affaire total de l'édition¹³.

Jean Deneumostier, directeur général de Dupuis, souligne que pendant ces années :

« L'offre de bandes dessinées a littéralement explosé. C'était l'époque où, le succès appelant la production, les éditeurs multipliaient les titres, où des maisons nouvelles se créaient et où les auteurs, sur le modèle des grands maîtres - Franquin, Morris, Goscinny, Uderzo..., - étaient eux aussi de plus en plus nombreux. Bref, c'est la période où la bande dessinée, devenue très visible, a acquis ses lettres de noblesse. »¹⁴

Cette décennie voit l'éclosion des grands magazines de BD pour adultes : *Pilote*, *l'Echo des savanes*, *Circus*, *Fluide glacial*, *Métal hurlant* et *À Suivre*. Tous ces titres rappellent que la bande dessinée est, à l'origine, un phénomène de presse. Ce n'est que plus tard, dans les

¹³ Voir l'enquête de Livres Hebdo, *La BD à la recherche d'un second souffle*, dans le n° 56 du 22 janvier 1993.

¹⁴ Le Monde, 29 janvier 1993, *Angoulême an 20 L'âge de raison*, p.26.

années 80, que la demande bascule vers un support plus « noble » et plus durable, l'album. Didier Vrac, directeur général des éditions Glénat indique notamment :

« Ce déplacement de la presse vers l'album a eu trois conséquences. Les mentalités ont changé, les coûts de création sont devenus énormes, et la presse, petit à petit, a disparu »

Ainsi, ne subsistent aujourd'hui que *Fluide glacial*, *l'Echo des savanes* et *À Suivre*, auxquels s'ajoutent *Vécu* et *USA Magazine*, qui totalisent ensemble une diffusion de 280 000 à 300 000 exemplaires, c'est-à-dire à peu près autant que *Pilote* à son heure de gloire.

Mais 1986 marque un coup d'arrêt à la croissance de l'album lui-même. En 1993, sur une vingtaine d'éditeurs de bandes dessinées, trois seulement, Dupuis, Dargaud et Casterman se partagent 55 % du marché. Et si l'on y ajoute Glénat et Les Humanoïdes associés, ainsi que leurs filiales, ce sont cinq éditeurs qui détiendraient environ les trois quarts du marché. Mais celui-ci est en régression : avec un chiffre d'affaires de 291 millions de francs en 1991, la bande dessinée ne représente en 1993 que 2,27% du chiffre d'affaires total de l'édition, contre 3,7 % en 1985¹⁵. Quant aux mises en place des ouvrages en librairie, on estime qu'elles se sont réduites dans la même période de 20 % à 30 %. Faut-il voir là un signe de prudence des éditeurs, dans un contexte économique difficile ? Ou bien simplement l'ajustement inéluctable de l'offre à une moindre demande ? Pour Claude de Saint-Vincent, PDG de Dargaud, l'air du temps n'est simplement plus le même :

« Il y a vingt ans, la bande dessinée était un moyen de communication branché où s'exprimaient les créateurs en vue, Bretécher, Bilal, Reiser... *Pilote* était le Canal Plus d'aujourd'hui. Peu à peu sont apparus de nouveaux concurrents, les jeux vidéo, les consoles électroniques, les disques compacts, les parcs de loisirs... qui ont déplacé le phénomène de mode : la bande dessinée est devenue peu à peu un moyen d'expression comme un autre. »¹⁶

Banalisée, la BD a perdu de son pouvoir de séduction, en particulier auprès des jeunes. Alors que dans les années 70 les lecteurs de bande dessinée avaient entre douze et dix-huit ans, la majorité des 200 000 à 300 000 acheteurs réguliers se situent en 1993 entre vingt-cinq et trente-cinq ans. Nul doute que, comme l'indique Thierry Groensteen :

« La bande dessinée a perdu son côté contestataire et clandestin : n'est-ce pas dans la bibliothèque des parents que les jeunes vont aujourd'hui chercher les albums ? »
17

¹⁵ L'Édition de livres en France, Syndicat national de l'édition (SNE), statistiques 1989, 1990 et 1991.

¹⁶ Le Monde, 29 janvier 1993, *Angoulême an 20 L'âge de raison*, p.26.

¹⁷ Ibid, p.26.

Mais le vieillissement du lectorat peut aussi s'analyser comme la conséquence d'une politique éditoriale qui, pendant des années, a privilégié la création pour adultes. D'après les statistiques du SNE, la réduction des titres mis sur le marché entre 1986 et 1991 a particulièrement touché les albums destinés à la jeunesse (- 61 %), tandis que l'offre pour adultes demeurait en progression (+ 23 %)¹⁸.

Reconquérir ce public perdu n'est pas une tâche facile. À la difficulté de trouver des héros modernes susceptibles de faire vivre de nouvelles grandes séries s'ajoute celle de convaincre des auteurs qui trouvent souvent plus valorisant de travailler pour les adultes. Cela n'empêche pas un certain nombre d'éditeurs d'estimer le renouvellement de leur lectorat comme un objectif prioritaire. Les Humanoïdes associés, par exemple, ont créé, en 1988, le label *Alpen Publishers*, dont la cible privilégiée est celle des dix-seize ans; Glénat constate avec satisfaction le grand succès de la série japonaise *Akira* auprès des douze-treize ans; et Dupuis a re-ciblé *Spirou* sur les dix-quatorze ans.

« Avec 250 000 à 300 000 lecteurs par semaine, notre stratégie est double, explique Jean Deneumostier : offrir à des préadolescents une vitrine de notre fonds, mais aussi attirer de jeunes auteurs. Pour les uns comme pour les autres, Spirou fonctionne un peu comme un laboratoire. »¹⁹

Faire exister la bande dessinée auprès des jeunes et du grand public, c'est aussi rechercher des synergies avec d'autres supports, notamment avec l'audiovisuel.

« Grâce à la série télévisée, les ventes de Tintin ont augmenté de 30 % à 35 % en 1992, constate Claude de Saint-Vincent. C'est la preuve que l'audiovisuel peut servir la BD. »²⁰

Entre les années 1990 et 1993 le monde de l'édition est en crise, le secteur de la bande dessinée n'échappe pas à ce phénomène. Le chiffre d'affaire baisse de 17 % en trois ans, il y a notamment un ralentissement de l'offre avec un nombre de nouveautés qui chute de 21 % en 1992, ce qui entraîne une baisse du tirage moyen par série avec 16 000 exemplaires en 1991 contre 19 000, cinq ans plus tôt²¹. Ces signes montrent bien l'essoufflement du neuvième art. Mais les éditeurs insistent davantage sur les mutations du marché. Didier Vrac rappelle :

¹⁸ L'Édition de livres en France, Syndicat national de l'édition (SNE), statistiques 1989, 1990 et 1991.

¹⁹ Le Monde, 29 janvier 1993, *Angoulême an 20 L'âge de raison*, p.26.

²⁰ Voir l'enquête de Livres Hebdo, « La BD à la recherche d'un second souffle », dans le n° 56 du 22 janvier 1993.

²¹ Le Monde, 29 janvier 1993, op.cit, p.26.

« En vingt ans la bande dessinée a connu trois périodes, la naissance, l'apogée et, aujourd'hui, la stabilisation. Or toute stabilisation, surtout après une longue phase de croissance, entraîne inévitablement des difficultés d'ajustement. »²²

2. Le problème du prix de l'album

Si, pour tous les maillons de la chaîne, auteurs, éditeurs, libraires, le marché est devenu plus difficile, chacun s'accorde toutefois à relativiser la situation. Bien que les chiffres ne soient pas fantastiques, cela ne veut pas dire que la BD n'intéresse plus, qu'on ne vend plus de bandes dessinées. C'est ce que montre cette enquête de 1993 :

« 20 à 25 millions d'albums en langue française vendus chaque année, c'est une quantité plus que raisonnable. Un nouvel Astérix ne se vend-il pas instantanément à 2 millions d'exemplaires ? »²³

Il y a cependant un important défi à relever : le problème du prix. C'est une barrière importante pour s'ouvrir à un nouveau public, fidéliser les plus jeunes, ou faire découvrir cet art. Un prix trop élevé découragera tous ceux qui ne sont pas familiers de l'univers. Pour Thierry Groensteen :

« La bande dessinée est devenue trop chère. Un album qui valait entre 49 F et 55 F il y a trois ans vaut souvent de 69 F à 75 F. Aujourd'hui [en 1992]. Les éditeurs ont compensé par le prix une diminution des ventes. Or le salut viendra le jour où l'un d'entre eux aura l'audace d'inonder le marché avec un support à grand tirage capable de rallier un public populaire massif. Voyez ce qui se passe aux États-Unis avec les comic books ou au Japon avec les Manga : ce sont deux supports que vous vous procurez pour le prix d'une tasse de café. En France, on s'est enfermé dans une spirale de produits de plus en plus luxueux pour un public de plus en plus restreint. »²⁴

Les éditeurs ont bien conscience de ce problème puisqu'ils voient leurs chiffres de vente diminuer. Il apparaît donc clairement que la BD doit s'adapter, en définissant ses publics, certes, mais aussi en ajustant son prix pour pouvoir se démocratiser. Les éditeurs répondent donc en écho :

« La mode de la bande dessinée n'est pas morte, mais il nous revient de la faire évoluer, en sortant des carcans préétablis de prix, de formats ou de marchés. »²⁵

²² Le Monde, 29 janvier 1993, *Angoulême au 20 L'âge de raison*, p.26.

²³ Ibid.

²⁴ Thierry Groensteen, *Toute la bande dessinée 92*, Paris : Dargaud, 1993, p. 184.

²⁵ Le Monde, 29 janvier 1993, *op.cit.*, p.26.

Ainsi sans être l'annonce de la fin de l'intérêt du public pour les BD cette période montre qu'il y a un ajustement qui se fait sur ce marché. Étape qui, on l'espère, mènera à une forme de stabilisation.

B. La « stabilisation » d'un marché

1. La fin de la frénésie des années 70

Se référant aux « années d'euphorie exceptionnelles qu'avait connues la BD entre 1978 et 1983 », Thierry Groensteen écrit :

« Nul ne pouvait raisonnablement espérer que le marché suive longtemps cette courbe de croissance. Par rapport à la situation qui prévalait il y a une quinzaine d'années, celle que nous connaissons aujourd'hui est sans doute beaucoup plus enviable. »²⁶

Plus enviable car plus saine. À la réduction du nombre de titres semble répondre, un peu partout, un plus grand souci d'exigence et de rigueur. Dans le but de faire mûrir la BD occidentale, avec des scénarios et un dessin plus abouti. Finie la désinvolture des années 70.

« On s'est trop longtemps polarisés sur le graphisme, en oubliant l'importance du scénario, insiste Jean Deneumostier. Une bande dessinée, c'est avant tout une excellente histoire mise en pages et en images. »²⁷

« La nouveauté empêche le fonds de vivre, renchérit Claude de Saint-Vincent. La période actuelle nous permet au contraire de retravailler notre fonds et de ressortir, sous une forme nouvelle - une compilation de Barbe rouge, un grand format pour Philémon..., - les valeurs sûres que recherche le public en période de crise. »²⁸

En contrepartie, les éditeurs prennent moins de risques avec les jeunes auteurs, la production se limite d'abord à un ou deux tomes ; avant de prolonger la série il faut que les ventes suivent. Il est donc également plus difficile d'apporter un réel renouveau parmi les auteurs au début des années 90.

²⁶ Thierry Groensteen, *Toute la bande dessinée* 92, Paris : Dargaud, 1993, p. 184.

²⁷ Le Monde, 29 janvier 1993, *Angoulême an 20 L'âge de raison*, p.26.

²⁸ Le Monde, 29 janvier 1993, *op-cit*, p.26.

2. Un marché toujours viable ?

GfK (*Growth From Knowledge*) est une société d'étude de marché allemande, existante depuis 1934. Une de leurs études a été publiée par Le Figaro, et elle donne une image beaucoup moins optimiste de l'état du marché de la BD :

« Malgré des nouveautés retentissantes en fin d'année, le marché de la BD n'a pas réussi à se différencier de la tendance générale du marché du livre, en recul de 1,3 % »²⁹

C'est ce que souligne l'institut d'études qui annonce 40 millions d'unités vendues, soit une baisse de 1,3 % en volume et de 2,5 % en valeur par rapport à 2004.

Cette contre-performance s'explique selon le GfK par le fait que les éléments porteurs du marché, à savoir les mangas et Astérix, sont vendus moins chers que la bande dessinée traditionnelle.

« La bande dessinée franco-belge commence à payer les effets de la surproduction. »³⁰

C'est ce qu'analyse Claude de Saint-Vincent, directeur général de Média Participations, éditeur de Dargaud et Dupuis. En 1995, le marché accueillait 600 nouveautés (mangas compris), dix ans plus tard, les libraires doivent recenser près de 2 701 nouveautés, dont 1 000 mangas. La durée d'exposition des albums inédits n'a jamais été aussi courte ce qui a pour effet de faire baisser les ventes globales.

Les fonds de catalogues pâtissent aussi de ce contexte. Il y a dix ans, la vente de fonds représentait 60 % du chiffre d'affaires total de la bande dessinée. Aujourd'hui, le phénomène est inversé : les nouveautés dominent. Comme l'indique Jacques Glénat :

« C'est un vrai souci. C'est la raison pour laquelle nous avons réduit de 20 % notre production depuis deux ans pour réserver une meilleure visibilité à nos albums »³¹

Le journal économique L'Expansion titre : *Le manga dope la BD française*³², en 2005, l'effet de surproduction et la masse que représente les mangas ne sont pas adaptés à la taille du marché et des libraires. Le système ne permet pas découler autant de volumes pour autant

²⁹ Le Figaro Économie, vendredi 27 janvier 2006 p. 28 Le manga, planche de salut de la bande dessinée, Thiébault DROMARD

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

³² L'Expansion, *Le manga dope la BD française*, Géraldine Meignan, mardi 1 février 2005, p. 16.

d'œuvres différentes. Une des solutions est donc de réduire le nombre de nouveautés le temps que le marché et les infrastructures s'adapte à cette croissance.

II. Les éditions Glénat et le manga : Une jeune maison éditoriale pionnière au Japon

A. Histoire des éditions Glénat : Éditeur bédéphile « patrimonial »

1. Une passion depuis l'enfance

Dans les années 60, la BD était délaissée à cause de son image peu valorisante et de son importance commerciale secondaire. À la différence de Casterman qui tombe sur la BD par hasard après-guerre avec Tintin, Jacques Glénat fonde son entreprise dans l'objectif d'éditer de la BD. En effet le jeune éditeur était passionné de BD depuis son plus jeune âge et il a même créé lui même un fanzine, un magazine réalisé par des amateurs passionnés à destination de passionnés, intitulé *Schtroumfs !*, à l'âge de 16 ans.

Si on pousse la comparaison avec la maison Casterman plus loin on s'aperçoit que les stratégies d'éditions de BD sont différentes. Casterman a les moyens et la diffusion adaptée pour recruter de grand auteurs (Hugo Pratt et Jacques Tardi). Alors que Glénat commence par des rééditions des titres déjà parus puis édite de jeunes auteurs qui sont passés par des magazines de prépublication ou des fanzines.

L'édition à proprement parler représente plus de 85 % de l'activité : outre les bandes dessinées, la société gère un département consacré à la littérature générale (romans et nouvelles) et aux beaux livres. La presse représente le solde de l'activité, avec la publication de plusieurs magazines dévolus à la montagne, à l'escalade et au ski.

« Quand j'ai fondé Glénat, il y a trente-cinq ans, la bande dessinée franco-belge comme on la pratiquait chez Dargaud, Casterman, Dupuis avec les Franquin, Roba et compagnie, occupait tout l'espace francophone. Je devais me différencier »³³

³³ La Tribune, *Jacques Glénat Une potion magique appelée bande dessinée*, SARFATI Sonia, samedi 27 mai 2006, p. 15.

Il a, le premier, publié Claire Bretécher mais aussi, en français, l'Italien Hugo Pratt (Corto Maltese) et l'Argentin Quino (Mafalda).

« Dans les années 80, avec *Les Passagers du vent* de Bourgeon, nous avons également lancé la première grande série adulte. »³⁴

C'est ce que précise Jacques Glénat, qui édite plusieurs illustrateurs québécois (Voro, Delaf...) et qui, voulant toujours élargir ses horizons et ceux du 9^{ème} art, se tourne vers le Japon en 1989, pour trouver un nouveau marché à la BD franco-belge. Au vue de l'état du marché de la BD en Europe, la stratégie commerciale de J. Glénat semble cohérente, surtout que les quelques chiffres de ventes qui parviennent en France sur la quantité de BD japonaises écoulées sur le marché nippon sont attractif : un milliard d'exemplaires vendu par an au Japon.

Les éditions Glénat organisent également un salon de la BD à Grenoble, concurrent celui d'Angoulême, en 1998. L'ambition est claire, J.Glénat cherche à créer une alternative pour contrebalancer la toute-puissance d'Angoulême et donner une chance à des artistes moins connus de le devenir. Cependant, cela n'est que d'apparence car Le festival d'Angoulême conserve son côté haut de gamme, avec des expositions de qualités et des débats animés sur le rôle et la maturité du neuvième art. Le festival de Grenoble semble davantage être au service des éditions Glénat, en faisant de la publicité sur leur production. À l'image du festival du 29 mars au 1 avril 1990 les nouveautés Glénat sont placées au premier ordre : *Akira* et le second tome des *Trois formules du professeur Sato*. C'est un « festival commercial ». Les expositions étaient présentes pour décorer les murs, sans réel enjeu. Le but est clairement affiché, permettre au nouveau média qu'est le manga d'avoir le maximum de support publicitaire possible (associé à Europe 1 et en partenariat avec des maisons d'édition espagnoles et italiennes) pour créer un élan de curiosité chez les consommateurs de BD et les amateurs de culture japonaise et ne pas laisser tomber cette nouveauté dans l'anonymat.

2. Jacques Glénat figure de l'auto-entrepreneur moderne

La trajectoire de *self made-man* de J. Glénat l'ancre dans une tradition entrepreneuriale héritée du XIX^{ème} (cf Pierre Larousse et Arthème Fayard). Il apparaît comme une figure qui bouscule les hiérarchies établies à la différence de Casterman. J.Glénat est la figure type de

³⁴ La Tribune, *Jacques Glénat Une potion magique appelée bande dessinée*, SARFATI Sonia, samedi 27 mai 2006, p. 15.

l'éditeur entrepreneur ; construction sociale autour de récits, d'interviews et de livre-hommages. Elle passe par le lexique-type de l'entrepreneur ambitieux qui loue son audace, sa passion et sa qualité de gestionnaire, en témoigne l'article « Schtroumpf patron » du Monde consacré à Jacques Glénat à l'été 1979, qui détaille le parcours de l'éditeur comme une success-story depuis sa plus tendre enfance jusqu'à ses premières réussites éditoriales. Cette tendance est alimentée par l'auto-représentation de l'éditeur qui allie dans sa communication « passion » et « entreprise dynamique ». La même logique préside au « livre d'or » publié pour les 30 ans de la maison où se glisse, en regard du premier chapitre, une photographie de J. Glénat enfant³⁵.

Ce mouvement touche particulièrement les éditeurs intermédiaires, suffisamment important pour attirer l'attention des grandes maisons mais qui disposent de moyens réduits. Ce phénomène de concentration touche la BD à travers le rachat de Dupuis par Hachette en 85 et la formation du groupe Média-participation qui acquiert successivement Le Lombard puis Dargaud. Cela génère des inquiétudes chez les maisons d'éditions. Des rumeurs de rachat de Glénat et de Casterman courent fin 80, mais Glénat publie un démenti :

« Glénat appartient toujours à Glénat. Et toutes les rumeurs qui peuvent courir à ce sujet sont strictement infondées »³⁶

Pour continuer à exister ces maisons sont obligées de croître pour garder leur force d'attraction et leur libre arbitre face aux géants de l'édition, c'est à ce moment-là que Glénat développe sa stratégie de croissance externe.

Pour cela, pendant la seconde moitié des années 80, les éditions Glénat font l'acquisition de Vent d'Ouest qui permet d'étoffer son catalogue avec des publications populaires (Jo Bar Team) et des auteurs reconnus (Loisel). D'autres acquisitions suivent : Zenda (comics USA) et l'Echo des Savanes. Cela permet à Glénat de conserver son indépendance en augmentant, grâce à l'achat de ces petites maisons, sa place sur le marché de la BD. Au contraire de Casterman qui est rachetée par Flammarion en 1999.

³⁵ B.Frappat, *Schtroumpf patron*, Le Monde, 6 août 1979.

³⁶ Pour Glénat, voir P.Herman, Glénat. 30 ans d'édition. Le livre d'or, 1969-1999, Glénat, Grenoble, 2000., p.83, où est cité un démenti publié par Glénat en 1986.

B. Une première approche avant tout commerciale

1. Vendre de la BD franco-belge à l'étranger

Dans ce contexte où le marché s'essouffle en France, et peine à se renouveler du côté jeunesse, les États Unis commencent à importer des BD Japonaises (*Akira* est d'abord publié en Amérique en 1989), Jacques Glénat cherche à prendre de l'avance face à ses concurrents franco-belges et part conquérir les potentiels marchés étrangers. Son choix se porte sur le Japon car c'est le pays qui possède la population la plus consommatrice de BD et que l'Amérique est déjà sollicitée par d'autres maisons d'édition.

Ce qu'il ignore c'est que les BD japonaises n'ont rien à voir avec nos BD occidentales. Et pour cause le manga japonais est totalement inconnu du public français, malgré les tentatives du *Cri qui Tue*³⁷, qui, créée en 1978 par Atoss Takemoto, jeune japonais immigré en Suisse, souhaite faire découvrir la BD japonaise au public francophone. Cependant, le public n'accroche pas et le périodique cesse en 1981. Les éditions Glénat tentent donc de vendre la BD occidentale au Japon pour ouvrir le marché de la BD à d'autres horizons. À ce moment il ne part donc pas avec l'idée d'acheter la BD japonaise pour la vendre en France.

Le directeur de la maison grenobloise se heurte rapidement à la réalité du marché japonais, les éditeurs qu'il rencontre refusent poliment son offre car elle ne correspond pas à la demande très spécifique des consommateurs japonais et la transposition du format occidental au format japonais ne permet pas de satisfaire le besoin de grande quantité du public nippon. En effet la production des auteurs les plus reconnus en France ne suffirait pas à remplir une dizaine de volumes une fois adaptée au format manga. Les éditeurs japonais ne veulent pas se risquer à investir dans un projet qui, de leur point de vue, ne fonctionnera pas, ou très peu. De plus, fin des années 1980 le marché du manga est en restructuration, après une escalade des ventes vertigineuse des années 70 à 80 la tendance s'inverse et le monde de l'édition japonaise peine à trouver des moyens pour se renouveler auprès de leur public.

Mais en échange ils proposent à Jacques Glénat de prendre le temps de regarder quelques-unes de leurs séries à succès. Bien qu'il juge certains dessins très « simpliste » le caractère sériel de ces BD le séduit et il achète les droits de vente de la série *Akira* de Katsuhiro Otomo pour une somme modeste. Les japonais ne voient pas d'un mauvais œil l'exportation de leurs produits dans une perspective de pur produit de consommation.

³⁷ Sud-Ouest, *BLOC-NÔTES*, PASCAL Pierre, 5 novembre 1989, p. 48.

2. Des complications avec les éditeurs japonais mais un succès qui en vaut la peine

Jacques Glénat travaille en dehors des cadres japonais au début, ce qui lui permet de proposer une adaptation très occidentale des premiers mangas. Ainsi les premiers tomes paraissent en grand format, en couleur et dans le sens de lecture européen, c'est à dire de gauche à droite. Cela demande paradoxalement beaucoup de travail de mise en page et d'adaptation des onomatopées pour conserver le rendu originel.

Mais dans un second temps lors de la publication des premiers volumes de la série *Dragon Ball*, avec le même format que précédemment cité, les éditeurs japonais lancent un premier avertissement, ils souhaitent que les volumes publiés en France suivent exactement les mêmes codes, structures et découpages que ceux publiés au Japon. Jacques Glénat tente de résister, arguant que le public occidental n'est pas prêt pour une BD dans un format si différent de ses habitudes. Cependant, il doit se plier aux exigences pour conserver les droits d'exploitation de ces séries.



Image de gauche, tiré du volume 1 d'*Akira* dans sa version occidentale. Image de droite, même planche mais dans sa version japonaise.

Comme on peut le remarquer sur les images ci-dessus, la première version, celle de gauche, publiée en France est colorisée, les onomatopées d'ambiances sont traduites et arrangées et le sens de lecture est adapté au nôtre c'est-à-dire de gauche à droite. Tout cela dans le but de ne pas trop déstabiliser le lecteur occidental pour qui les codes japonais sont inconnus. Alors que sur la troisième édition de l'œuvre par Glénat, seuls les dialogues sont traduits, tout le reste apparaît exactement comme dans l'œuvre originale.

Les séries *Akira* et *Dragon Ball* trouvent leur public, bien que le second dépasse largement le premier chez les jeunes. Cela pousse également les éditions Glénat à accepter les prérequis des japonais.

Comment comprendre un tel engouement qui voit enfants et adolescents adopter des livres en noir et blanc, à sens de lecture inversé ? L'argument du prix, 7 euros pour un manga de 300 pages contre 12 à 18 euros pour un album de 46 pages, y est sans doute pour quelque chose.

C. Une tentative d'exportation qui se transforme en importation

1. Un pont culturel réalisable

Ces relations entre éditeurs de pays et de cultures différentes engagent la plupart des formes d'échanges interculturels : la popularité de la culture japonaise en France, ses multiples formes présentes dans le paysage culturel français, ainsi que l'appropriation de certains de ses éléments. Tout cela forme un ensemble multipolaire. Cette relation culturelle qui se crée est un bon exemple de l'influence que peut avoir une culture sur une autre.

En France, l'ancrage anthropologique se réalise via l'arrivée de la culture médiatique japonaise sur les écrans à la fin des années 70 et le développement par la suite d'un véritable univers de l'esthétique manga (BD, films et séries d'animation, figurines, conventions). Soutenue par une diplomatie culturelle nippophile sous la présidence de Jacques Chirac. L'appropriation de cette culture et son influence se font ressentir dans les arts, les médias ou encore les pratiques (langue, arts martiaux...). Le fait notable est que les médiations culturelles sont plurielles dans le cas du Japon : elles sont autant le fait d'institutions culturelles ou politiques que de personnes.

Qu'est-ce que la finalité du « Japon » en France ? Quelles formes prend l'image du « Japon » en France ? On désigne par là les formes générales renvoyant aux représentations et à l'imaginaire de l'archipel.

En prenant du recul sur la réalité des faits, la particularité d'un transfert culturel est qu'il doit être compris moins comme une exportation voulue par une aire culturelle étrangère que comme une importation dans le contexte d'accueil. Les échecs de certains transferts nous renseignent sur la nature profondément conjoncturelle du processus interculturel. Ainsi les premiers manga artistiques sont publiés dès 1970 par Atos Takemoto dans la revue *Le cri qui tue*, et vise un lectorat adulte mais il ne trouve pas son public en France. Ce n'est qu'au début 2000, avec le vieillissement du premier public de dessins animés et de production commerciale, que cette forme particulière a pu s'implanter et qu'elle est aujourd'hui reconnue à part entière comme une expression artistique japonaise.

Cette anecdote signifie deux choses : la vision du manga comme support médiatique destiné aux jeunes est le fruit d'un malentendu culturel et d'une oblitération de la plus grande partie de la production nipponne au moment de la réussite de son implantation commerciale en France. D'autre part, la réception culturelle procède d'une reconstruction temporelle de l'objet transféré : l'histoire du manga en France n'est pas celle du manga au Japon. Là où les genres cohabitent depuis toujours dans l'aire d'origine, ils se succèdent dans une perspective anthropomorphique dans l'aire d'accueil, passant de la consommation d'un produit juvénile à la reconnaissance d'œuvres destinées à un public adulte de manière chronologique.

Cette action de la culture de réception sur la culture transférée relève d'une finalité qui est l'instrumentalisation de la référence étrangère dans des débats internes au contexte de réception. Ces « débats » peuvent relever de l'expression de l'opinion publique comme de la vraie querelle ou préoccupation sociétale, ou le prennent comme prétexte à la réactualisation de problématiques nationales plus anciennes (impérialisme culturel, culture de masse peut être amalgamé à une mauvaise culture)³⁸. Ainsi, début 90, les dessins animés et jeux vidéos servent-ils à la fois d'illustration et de prétexte au débat sur les méfaits physiques (épilepsie, obésité) et psychologique (violence, autisme avec le phénomène *otaku*, pornographie) de la culture médiatique, ou sur la supposée volonté des japonais d'utiliser leur culture comme cheval de Troie pour leur économie.

³⁸DULPHY Anne, FRANK Robert, MATARD-BONUCCI Marie-Anne, ORY Pascal (dir.), *Les relations culturelles internationales au XXe siècle. De la diplomatie culturelle à l'acculturation*, Bruxelles, P.I.E. Peter Lang, coll. Enjeux internationaux, février 2011.

La réception positive du manga et son succès est donc conjoncturelle. Les relations culturelles entre la France et le Japon depuis 1970 sont caractérisées par une alternance de phases de nippophobie et de nippophilie.

En recoupant les informations, que ce soit les échanges politiques, culturels ou économique, on peut distinguer trois périodes dans les relations Franco-japonaise, que l'on pourrait résumer comme cela :

- 1980 à 1986, intérêt pour le Japon, pays de curiosité se révélant sous le nouveau jour de la pleine réussite économique.

- à partir de 1986, le déséquilibre des échanges financiers tourne à l'avantage des japonais, créant un mouvement conflictuel en France, sur le terrain économique d'abord, qui déborde ensuite sur le Japon et sa culture.

- Début 90, s'amorce un mouvement de reconsidération du Japon qui va réévaluer son image à la hausse, la fin de la période d'expansion économique et la crise asiatique de 1997 gomme progressivement son image agressive de conquérant commercial.

Par ailleurs au tournant des années 80 et 90 on observe un changement dans la doxa des perceptions du Japon, de l'économique et financier à des représentations fondées sur les biens culturels.

L'interprétation du transfert culturel et son explication est surtout centrée sur le contexte de réception plutôt que sur l'origine du transfert.

Du point de vue de la France, le Japon est un paradoxe : il y a une forte opposition entre matérialisme et spiritualité. Si l'on observe ce paradoxe plus en détail, c'est une société de loisir, de consommation d'un côté opposée à une société réconciliée avec son milieu. Pour le dire autrement le Japon est, du point de vue français, une société marchande qui concilie tradition animiste et techno-capitalisme avancé.

Un grand nombre de stéréotypes se créent sur le Japon à la fin du XIX^{ème} siècle avec l'apparition du japonisme, que l'on peut décrire comme un goût fort pour le Japon, ses courants esthétiques, il s'agit d'un mouvement de mode. Cette fascination se fonde sur la capacité du Japon à allier modernité et tradition. C'est alors, dans l'imaginaire français, un

alter ego à l'occident qui eux aussi sont capable de conserver leurs traditions, ce qui apparaît comme un antidote à la mondialisation.

Cet imaginaire fait du Japon une alternative aux États-Unis. On peut y voir une opposition sushi versus McDo, culture militaire contre une culture paisible, baignée de cerisiers en fleurs. Si les États-Unis se définissent par une surexploitation et un épuisement des ressources, le Japon est, dans l'imaginaire français, un pays en connexion avec son environnement. Ainsi le mythe japonais empiète sur l'American Way of Life.

2. Jacques Glénat : mécène du manga en France

D'après Thierry Groensteen, dans le monde de l'édition en général, il existe deux moyens pour une œuvre d'accéder au statut « d'événement » :

- Surpasser le reste par sa qualité propre : cette option possède un caractère aléatoire.

- Être entouré d'un grand tapage médiatique : cette option fonctionne la plupart du temps.³⁹

Akira, de Katsuhiro Otomo, est le premier manga que publie Glénat, distribué de mars 1990 à février 1992 en kiosque sous la forme de 31 fascicules couleurs de 64 pages reprenant la version colorisée aux États-Unis par Steve Oliff. Le premier volume bénéficie donc du second moyen, d'une part car c'est une œuvre étrangère et d'autre part car elle est également traduite en Amérique, en Espagne et en Italie, en partenariat avec les éditeurs Editions B et Rizzoli. Glénat crée pour l'occasion un festival de la BD à Grenoble⁴⁰ même, dans le but de rendre au maximum visible le projet qu'il porte.

Ce premier tirage est suivi avec grand intérêt par l'ensemble de la profession ; c'est une sorte de test pour le manga en France. « Graphiquement irréprochable »⁴¹, *Akira* est une histoire post-cataclysmique, située en 2030 dans un Tokyo qui a survécu à une troisième guerre nucléaire. Menée tambour battant et enchaînant sans répit des scènes spectaculaires.

³⁹ Le Monde, *Questions de ressemblance*, GROENSTEEN Thierry, 13 juillet 90, p.26.

⁴⁰ Le Monde *Le Salon européen de la bande dessinée Le Japon et Jacobs en vedette à Grenoble*, LABE YVES MARIE, mercredi 4 avril 1990 p. 26

⁴¹ Le Monde, *Questions de ressemblance*, GROENSTEEN THIERRY, vendredi 13 juillet 1990 p. 24.

« *Akira* fonctionne à l'énergie et ne devrait pas avoir de mal à séduire un public d'adolescents. »⁴²

L'œuvre est ainsi décrite comme visuellement aboutie, à l'opposé du cliché hérité de l'animation japonaise distribuée par les chaînes de TV dans les années 70-80. Malgré que le manga soit catégorisé *Seinen* au Japon, c'est à dire pour jeunes adultes, l'âge de lecture est abaissé, peut-être qu'à cause des dessins animés publiés en France les limites d'âges sont vues à la baisse pour les mangas papiers.

Les éditions Glénat occupent à elles seules la quasi-totalité du marché hexagonal avec un fonds éditorial de 15 séries et 75 volumes en 1995, elles surfent sur ce qu'elles qualifient elles-mêmes de véritable phénomène. Entre 1993 et 1995, 4 millions de mangas ont été vendus et le chiffre d'affaires de la collection a été multiplié par huit (de 7,6 à 60 millions de francs en prix public). Le catalogue de 1996 s'enrichit de 70 nouveautés avec une prévision de vente de l'ordre de 1,5 million d'exemplaires⁴³. La progression est fulgurante, les éditions Glénat ont rapidement compris qu'un nouveau marché avec une demande importante venait de naître sous son impulsion. Elles misent donc dessus et cela fonctionne à en juger par l'augmentation du chiffre d'affaires. Glénat attire l'attention car elle gagne en puissance, ainsi le journal *La Tribune* titre : *Le succès de Glénat illustré par les « Manga »* dans la section *Entreprise Autres*, le jeudi 21 novembre 1996. Ou encore dans *Le Monde* du 24 janvier 1997 : *Le « phénomène manga » fait rêver les éditeurs français*, p. 25. On peut lire dans ces articles que la part du manga représente 25 % du chiffre d'affaire de l'entreprise en l'espace de trois ans. c'est beaucoup pour un nouvel élément mais cela témoigne aussi du fait que le manga n'est pas devenu l'unique ressource de la maison grenobloise. Les autres activités sont toujours en développement, le pôle manga est simplement une nouvelle branche de la maison d'édition, elle n'a en rien supplanté une autre activité.

Les journalistes s'accordent à dire que le « coup de maître »⁴⁴ de Jacques Glénat est d'avoir apporté un élément qui donne un nouveau souffle sur le marché jeunesse. Avec une dizaine d'éditeurs qui ont rejoint le mouvement en France, les manga dominant désormais le paysage de la BD en France. Les points forts du manga sont sa variété, son prix peu élevé (un manga coûte de 5,25 à 12 euros pour 200 pages)⁴⁵, la qualité des scénarii et le rythme élevé de

⁴² *Le Monde*, LABE YVES MARIE, *ibid*, 4 avril 1990, p. 26.

⁴³ *Libération*, *Smooch, ungh, augghhh: les mangas en VF Introduite en France par Glénat en 1993, la bande dessinée japonaise représente un gros chiffre d'affaires*. 25 janvier 1996, p. 12.

⁴⁴ *Le Progrès*, *La folie manga*, David Tapissier, Lyon lundi 19 septembre 2005, p. 30

⁴⁵ *Le Progrès*, *ibid*.

parution. Le Figaro Économie, du vendredi 27 janvier 2006, titre ; *Le manga, planche de salut de la bande dessinée, Etat des lieux d'un secteur marqué par le recul de la BD traditionnelle*⁴⁶. Dans un contexte économique qui semble être compliqué pour le monde de l'édition, le marché des mangas permet aux maisons d'éditions qui en importe de garder le cap. Louis Delas, président de Casterman et président du groupe bande dessinée au Syndicat national de l'édition résume la situation :

« 2005 est sans aucun doute une année de transition pour la bande dessinée qui reste néanmoins le secteur le plus porteur du livre, devant la jeunesse. La BD franco-belge a marqué un net ralentissement compensé en partie par le dynamisme du manga »⁴⁷.

D'après Livres hebdo, le marché a encore enregistré en 2005 une progression de 2,5 %, avec 33,8 millions d'albums vendus (enquête déclarative auprès de 300 libraires). Un chiffre tiré par l'essor du manga qui représente 30 % de l'activité et par quelques albums phares comme le dernier Astérix vendu à 1,7 million d'exemplaires⁴⁸. Les nouvelles œuvres que les éditions Glénat contribuent à faire connaître en France sont passé du statut de nouveauté exotique à celui de nouveau ressort économique puis ont atteint en l'espace de dix ans une place relativement importante au sein du marché de la BD occidentale.

⁴⁶ Le Figaro Économie, *Le manga, planche de salut de la bande dessinée Etat des lieux d'un secteur marqué par le recul de la BD traditionnelle*. Thiébault DROMARD, vendredi 27 janvier 2006, p. 28.

⁴⁷ Le Figaro Économie, *Le manga, planche de salut de la bande dessinée Etat des lieux d'un secteur marqué par le recul de la BD traditionnelle*. Thiébault DROMARD, vendredi 27 janvier 2006, p. 28.

⁴⁸ Le Figaro Économie, Ibid.

*Troisième Partie : Une analyse de l'évolution de
l'opinion au travers de la presse*

Après avoir fait état du contexte culturel et économique autour du marché de la BD franco-belge, nous allons nous intéresser à la réception du manga dans la presse et son évolution. Dans un premier temps les réactions sont majoritairement opposées à ce nouvel objet. Puis, les points de vue évoluent en même temps que les ventes et la popularité des événements qui entourent le manga augmentent.

I. La Vague Anti-Manga

A. Sékolène Royal, *Le ras-le-bol des bébés zappeurs*, 1989

1. Des programmes TV japonais accusés et fortement critiqués

Avant que les éditions Glénat ne publie *Akira* en 1993, de nombreux débats agitent l'opinion publique à propos des dessins animés d'origine japonaise diffusés par le *Club Dorothee* et Antenne 2. Une ligue d'enseignants, de parents, de psychologue et de personnalité se forme autour des arguments qu'énonce Sékolène Royal dans son livre intitulé, *Le ras-le-bol des bébés zappeurs*, en 1989. Ces œuvres sont jugées trop violentes, elles véhiculent des valeurs malsaines, les représentations féminines sont trop sexuées ou encore que le visionnage prolongé de ces dessins animés rendrait les enfants violents et stupides. Les erreurs de programmation des chaînes sont flagrantes. En France on pense que les dessins animés sont forcément destinés à des enfants, alors qu'au Japon il y a toute une production réservée aux adultes. Ainsi, des créations comme *Ken Le survivant*, sont réservées à un public adulte au Japon et non pas à des enfants. Cependant, les productions françaises n'ont pas cherché à comprendre ni même à adapter l'offre à la demande française.

On retrouve dans les articles de presse un lien dessin animé/manga par amalgame :

« La mangamania est-elle en passe de devenir le nouveau phénomène de mode d'une génération nourrie dès le biberon à grandes doses de Goldorak, accro aux jeux vidéo et branchée sur Internet ? »⁴⁹

« Dans cet univers impitoyable et interchangeable, ce ne sont que vaillants chevaliers luttant contre les forces du mal, combats intergalactiques et démonstrations d'arts martiaux. »⁵⁰

« [...] gaga balliens, qui ne s'intéressent qu'à la série *Dragon Ball*. »⁵¹

⁴⁹ Le Monde, *La planète manga*, lundi 17 juin 1996, p. 25.

⁵⁰ Le Monde, *Ibid.*

⁵¹ Le Monde, *Le « phénomène manga » fait rêver les éditeurs français*, vendredi 24 janvier 1997, p. 25.

Comme les dessins animés japonais sont d'abord des adaptations de manga au Japon il est normal que dans un pays étranger où les deux formes sont importées la nuance est floue voire parfois inexistante. C'est à dire que le manga et le dessin animé sont considérés sur le même plan. Le manga subit donc les mêmes attaques. Pour la série *Akira*, dans une moindre mesure car la publicité est assez bien faite, l'accent est mis sur le fait que le contenu est mature et vise un public de jeune adulte. Cependant la série *Dragon Ball*, à destination d'un jeune public, est rapidement prise pour cible, la catégorie *Shonen* qui regroupe des œuvres du même genre est qui est majoritairement importé au début des années 90 est donc prise pour cible.

2. Les *Shonen* pris pour cible dès leur sortie

Les mangas subissent la même critique que la BD occidentale vingt ans avant. D'un part car l'amalgame est fait entre dessin animé et manga, ce qui rappelle les programmes violents et autres débats, et d'autre part car l'inquiétude des parents face à un nouveau média dont raffolent leurs enfants est source de méfiance face à ce qu'ils ne comprennent pas.

Les *shonen* destinés au 11 à 16 ans font donc écho aux peurs des parents, trop de violence, des dialogues peu développés, de la violence sexuelle. *Dragon Ball* est pointé du doigt. Les détracteurs du manga se plaignent de sa répétitivité. Les intrigues seraient toutes les mêmes et les personnages tous semblables. On ajoute, en général, que, dans un but inavoué d'exportation ou une formidable haine de soi, les nippons ont fait des yeux ronds à leurs personnages au lieu de bridés. Ces caractères sont proches de la xénophobie mais reflètent une peur bien présente, la peur d'un envahisseur. A l'instar des États-Unis et de leur *soft power* très présent en Europe, on voit apparaître entre les lignes une peur de se retrouver pris en étau entre la culture américaine et la culture japonaise qui est de plus en plus importante.

B. Le « péril jaune » sur le monde de la BD occidentale

1. Le manga peut-il supplanter la BD sur son propre territoire ?

« Cette vogue du manga. Depuis deux ans, les BD aux yeux bridés ont envahi les librairies spécialisées et les chambres des adolescents. »⁵²

Le terme est présent : « envahi ». La peur est présente du côté des artistes de BD, au vu de l'augmentation sur le marché, de son côté multi support, et de la masse énorme déjà produite

⁵² Le Monde, *La planète manga*, lundi 17 juin 1996, p. 25.

au Japon qui n'attend qu'à être traduite. Mais le manga ne plaît pas à tout le monde non plus. Son processus de communication en France est bien différent par rapport au Japon, ce qui impacte moins les lecteurs ou potentiel lecteur. Ainsi on voit davantage se créer une nouvelle niche de fan, *otaku*, très attaché à leur héros japonais, en témoigne les événements comme la Japan expo et autre exposition autour du manga et des dessins animés japonais.

Le Figaro titre *Faut-il brûler les mangas ?*⁵³. le journal questionne sur la place que prend le manga dans notre société, et s'il est nécessaire ou non de prendre des mesures face à cette objet. Cependant, en moins de dix ans il est devenu un facteur essentiel de croissance pour la bande dessinée, le manga va-t-il absorber l'ensemble du marché ? « Le manga n'est plus un phénomène de mode, c'est un élément structurant du marché »⁵⁴, reconnaît Claude de Saint Vincent, directeur général du groupe Média Participations. Pour autant, certains affirment que ces ventes se sont faites au détriment des autres genres. D'après GfK, sur les vingt premiers best-sellers, quinze sont des BD franco-belges et cinq seulement des mangas⁵⁵. Il convient donc de relativiser l'importance des mangas dans la part global du marché de la BD en France. Certes, les ventes sont impressionnantes car elles augmentent rapidement, mais elle ne supplante pas le marché de la BD franco-belge déjà existant. C'est plutôt un nouveau marché qui voit le jour, avec ses propres consommateurs.

2. Une peur éditoriale : l'arrivée des japonais sur le marché européen

Les maisons d'éditions japonaises ont très vite acquis une certaine renommée en Europe. Elles apparaissent comme des géants de l'édition qui tiennent dans leur mains une puissante industrie. Pour des maisons d'éditions de bandes dessinées ou spécialisées manga en France, une certaine angoisse se manifeste face à ces géants : la peur de se faire racheter et de ne plus avoir de garde fous sur le marché européen de la BD.

L'explosion du manga en dehors de ses frontières traditionnelles ravit les éditeurs japonais. Le leader sur le marché japonais, Shueisha, rachète en 2009, la société d'édition et de distribution Kazé. L'appréhension est donc bien présente dans le milieu de l'édition française, car un géant vient de poser un pied sur leur territoire. Il serait sans doute intéressant à l'avenir

⁵³ Le Figaro, *Faut-il brûler les mangas ?*, mardi 3 mars 1998, p. 29.

⁵⁴ Le Figaro Économie, *Le manga, planche de salut de la bande dessinée*, Thiébault DROMARD, vendredi 27 janvier 2006, p. 28.

⁵⁵ Ibid.

de chercher ce que cet événement modifie dans les échanges avec le Japon dans le domaine de l'édition.

C. Entre idées reçues et approximations

1. De nombreuses idées reçues entourent le phénomène *manga*.

Un certain nombre de clichés ou d'aprioris se forgent une place tenace dans la pensée française. Au regard de la traduction littérale du mot « manga », « image dérisoire », on comprend rapidement que la définition soit biaisée dans nos esprits car le mot « dérisoire » est péjoratif. Le manga désigne aussi bien les bandes dessinées japonaises que les dessins animés diffusés à la télévision ou au cinéma. Ce sont, certes, des œuvres d'origines japonaises mais elles ne sont pas semblables. Même si le dessin animé est inspiré du manga papier il est souvent différent car les réalisateurs modifient certains éléments, le travail d'animation permet aussi de s'appuyer davantage sur l'image que sur le texte à la différence du manga. L'amalgame qui se produit en France est le résultat d'une simplification qui peut avoir pour but de diminuer la diversité des produits culturels japonais en regroupant trois entités sous la même appellation.

Autre préjugé qui mérite une sérieuse remise en question : celui de la violence des dessins animés japonais destinés aux enfants. Comme l'analyse le sociologue Nourit Masson Sékiné :

« Le manga de science-fiction, robotisé à outrance, exprime l'omnipotence de la haute technologie et le dépassement des limites de l'humain. Les superpouvoirs des héros de mangas sont destinés à accentuer la puissance de la volonté et de la pensée créatrice. Au Japon, des chercheurs ont récemment écrit que la violence exprimée dans les mangas ne semble pas avoir d'incidences directes sur les comportements des enfants, étant toutefois entendu que les mangas plus violents destinés aux adultes ne passent à la télévision japonaise qu'après deux heures du matin. Dans ces conditions, pourquoi les diffuseurs français les servent-ils à des enfants à l'heure du goûter ? »⁵⁶

La question mérite réflexion et il est important de contextualiser les erreurs des productions de télévision française vis à vis des dessins animés qu'ils ont diffusés sans vérifier à quels publics ils étaient destinés.

Pour autant, on connaît mieux le panorama des œuvres *shônen* et *shôjo* destinées aux adolescents car plus largement traduites. D'un autre côté, l'industrie japonaise du manga

⁵⁶ Le Figaro, « Manga, Mangaka », Arte, 21 h 45. Faut-il brûler les mangas ? mardi 3 mars 1998, p. 29.

continue d'être entourée d'une aura mi-fascinante, mi-inquiétante. Bons nombres d'idées reçues, tel de mythes modernes, circulent dans la presse :

- les *mangashi* sont imprimés sur du mauvais papier, lus souvent debout ou dans le train et abandonnés sur place, jetés après avoir été consommé;
- une industrie sans pitié, extrêmement segmentée, où aucune série n'est à l'abri de l'annulation en cas de mauvaise performance dans les enquêtes de lecteurs;
- des auteurs condamnés à une productivité surhumaine au point de devoir s'appuyer sur l'aide de nombreux assistants, et soigneusement coachés par des responsables éditoriaux mi-babysitters aux petits soins, mi-tyrans inflexibles, mais aussi véritables décideurs du déroulement du récit.

Voici pour exemple quelques morceaux choisis autour de ces trois thèmes :

« une fois lu, le *mangashi* est souvent laissé sur le siège du métro ou sur un banc, ce qui permet au passant de se servir et de lire. »⁵⁷

« [...] les rames de métro tokyoïtes accueillent encore de nombreux lecteurs de manga, de l'employé de bureau en cravate à la lycéenne en jupette. »⁵⁸

« Ces *mangashi* sont lus partout : dans le métro, dans la rue, dans les parcs, à la maison, etc., et bien souvent les Japonais les donnent à leurs amis ou les jettent. Il n'est pas rare d'en trouver posés à proximité des poubelles, ou sur un siège dans le métro. »⁵⁹

« Dans les trains, les adultes les lisent et les déposent sur le porte-bagages pour que les voyageurs suivants puissent en profiter. »⁶⁰

« Les « salarymen » ou les lycéens, qui ne pouvaient autrefois concevoir de traverser la ville sans feuilleter un manga qu'ils abandonnaient sur place. »⁶¹

En réalité, l'ensemble de ce portrait relève de l'image d'Épinal, mélangeant généralisations rapides et dramatisation excessive. On pourrait même détecter du romantisme dans cette idée des lecteurs de manga japonais réunis dans une sorte de fraternité bienveillante, se partageant les magazines par banc ou siège de métro interposé. En réalité, et contrairement à ce que ces descriptions pourraient laisser entendre, l'industrie japonaise du manga n'est pas une machine de guerre marketing impitoyable, prête à broyer ses auteurs à la productivité vacillante, ou tout du moins, pas plus que ce dont nous disposons nous-mêmes dans nos contrées. Ainsi, les

⁵⁷ Animeland, *le petit monde de la japanim et du manga*, p. 240.

⁵⁸ L'Humanité, *L'or des mangas*, Jeudi 25 janvier 2001.

⁵⁹ Collectif Asuka, *Guide Phénix du Manga*, Asuka, 2006, p. 51

⁶⁰ Brigitte Koyama-Richard, *Mille ans de Manga*, Flammarion, 2007, p. 160

⁶¹ Les Echos FEUILLETON, *LA BD DE L'ÉTÉ*, vendredi 23 août 2002, p. 20

longues listes de genres et de sous-genres classés par âge et par sexe n'existent généralement que sur le papier des ouvrages spécialisés, les librairies nipponnes optant pour un classement sommaire se résumant souvent à livres pour garçons / pour filles / pour adultes / pornographiques, organisé ensuite par revue⁶². On pourrait avancer que c'est dans ce classement par revue que l'on retrouve le ciblage marketing d'une efficacité redoutable qui caractérise l'industrie japonaise. Cependant, l'examen des profils de lecteurs publiés sur le site de la Japan Magazine Publishers Association révèle seulement un clivage net par sexe la répartition par âge se montrant beaucoup plus dispersée⁶³.

2. Une incompréhension culturelle.

D'autre part, le pouvoir des enquêtes de lecteur est tout relatif, comme le confirmait en conférence Takase Mikito (responsable éditorial au sein du magazine *Afternoon* publié par Kôdansha) durant le Festival d'Angoulême 2010. Le véritable juge de paix était, toujours selon Takase Mikito, la performance commerciale des séries. C'est une situation absolument équivalente à ce que l'on trouve sur le marché franco-belge. Ensuite, l'exigence de productivité qui est souvent évoquée ne touche que les auteurs publiés dans les hebdomadaires. Or, les hebdomadaires ne représentent qu'un tiers environ des supports de prépublication, la majorité des titres étant des mensuels. En fonction de leur capacité de production, les auteurs se retrouvent ainsi aiguillés vers le support qui leur correspond le mieux. Enfin, non seulement le système des assistants n'est pas généralisé (des auteurs comme Kaneko Atsushi ou Mizuno Junko travaillent seul), mais l'organisation en grand studio structuré est exceptionnelle, et finalement très similaire à ce qui pouvait exister autour d'Hergé par exemple⁶⁴.

On voit ici à l'œuvre un phénomène récurrent dans l'appréhension de l'industrie du manga en particulier, et du Japon en général : aux idées reçues vient se mêler une fascination profonde pour l'étranger, rendant « là-bas » merveilleuses des pratiques que l'on retrouve pourtant aussi « ici », l'exotisme prenant souvent le pas sur le simple sens des réalités. Finalement, il ressort que l'image de l'industrie du manga au Japon vue de France se fonde très largement

⁶² Karyn Poupée, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010.

⁶³ Karyn Poupée, *Ibid.*

⁶⁴ Karyn Poupée, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010. Et Xavier Guilbert, *Le manga et son histoire vus de France : entre idées reçues et approximations, Comicalités* [En ligne], mis en ligne le 10 février 2012.

sur les descriptions qui entourent le *Shônen Jump*, érigé comme son représentant le plus emblématique. Emblématique du fait de son tirage record, atteignant six millions d'exemplaires en 1994,⁶⁵ un chiffre que l'on retrouve mentionné quasi-systématiquement, comme s'il suffisait à lui seul à entériner cette vision d'une industrie sans commune mesure avec la nôtre. Mais *Shônen Jump* est également emblématique de par la publication dans ses pages de *Dragon Ball*, l'œuvre de Toriyama Akira qui incarne et concentre la plupart des idées qui ont pu entourer le manga : la violence bien sûr, mais aussi le succès commercial, ainsi que la pression exercée par l'éditeur pour prolonger la série, qui finira par causer l'écoeurement créatif de l'auteur. Plus encore, cette seule série (et son arrêt) a parfois été considérée comme responsable du déclin que l'industrie du manga connut durant la décennie qui suivit, renforçant encore l'aura de magazine d'exception entourant le *Shônen Jump*.⁶⁶

II. Processus de légitimation poussé par la nostalgie, un concours de circonstances ?

A. Une génération « Goldorak »

1. Le Japon en France : un exemple de transfert culturel

Tout passage d'un objet culturel d'un contexte dans un autre a pour conséquence une transformation de son sens, qu'on ne peut pleinement reconnaître qu'en tenant compte des vecteurs historiques du passage. Transférer, ce n'est pas transporter, mais plutôt métamorphoser. C'est moins la circulation des biens culturels que leur réinterprétation qui est en jeu. La notion de transfert culturel s'est développée dans le cadre d'études de l'Allemagne du XIX^e siècle dans ses liens avec la France. La référence à l'Allemagne tient alors une place structurelle dans le développement des sciences de l'homme. De Victor Cousin, qui établit durablement le cadre de la philosophie française en se réclamant de ses liens avec Hegel ou Schelling, jusqu'à Jacques Offenbach, dont la musique accompagne la fête du Second Empire, l'Allemagne devient un élément constitutif de la vie intellectuelle française.⁶⁷

⁶⁵ Karyn Poupée, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010.

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Michel Espagne, *La notion de transfert culturel*, *Revue Sciences/Lettres* [En ligne], 1 | 2013, mis en ligne le 01 mai 2012.

Dans le cadre de notre étude, le transfert culturel se base sur l'observation de la réception de la culture nipponne en France, comment se construisent les images et les représentations du Japon pour le public français ? Le transfert culturel se base notamment sur des mécanismes anthropologiques, tel que l'acculturation, mais aussi grâce à un processus médiatique important. En effet cela permet la circulation d'images, qui participent à la création de représentations. Cette méthode démontre l'importance de l'imaginaire dans la relation culturelle qui se crée entre deux nations. Elle permet de relativiser l'idée d'un échange purement commercial, ou le fantasme d'un certain impérialisme culturel. La présence de la culture nipponne en France montre, à travers ses évolutions, la dynamique de transformation et d'instrumentalisation de l'apport culturel étranger en France. En effet le japonisme, depuis le XIX^{ème} siècle, se définit par une curiosité de l'Occident pour l'Asie. Elle transmet des valeurs qui sont chères aux occidentaux, telle que l'honneur avec la figure du samouraï, une culture traditionnelle retransmise par des arts raffinés tels que l'estampe, la couture ou le théâtre. Alors pourquoi pas le manga ?

Par exemple, *Icare*, est le fruit d'une rencontre avec Moebius et Taniguchi, ainsi qu'un nouvel album intitulé *Le Gourmet solitaire* et une collaboration avec le scénariste français à la mode, Morvan, sont des résultats de ce transfert. Le manga, tel qu'il est perçu en France, pousse des artistes à créer des œuvres en s'inspirant ou en collaborant avec le pays d'origine.

Il reste que l'appellation « manga d'auteur », de Frédéric Boilet, apparaît mal adaptée à la réalité japonaise. Car, au pays du Soleil-Levant, même les mangakas les plus audacieux travaillent pour de gros éditeurs et des magazines à forts tirages où ils doivent respecter un cahier des charges très précis. De même, soumis à des impératifs alimentaires ou pour se changer les idées, les meilleurs dessinateurs japonais ne font pas que dans le chef-d'œuvre. Le divin Taniguchi, « auteur » par excellence sous nos latitudes, n'avoue-t-il pas « quelques séries érotiques ou d'action simpliste » et de bons vieux westerns, très influencés, paraît-il, par Blueberry. « C'est une typologie « à la française », affirme Benoît Maurer, fondateur des éditions IMHO. « BD d'auteur », ça veut dire difficile d'accès, alors que par essence le manga s'adresse au grand public. Chez nous, les mangas dont le graphisme sort de l'ordinaire ont tôt fait d'être étiquetés « alternatifs » ou « underground », alors qu'il n'y a pas plus accessible. »⁶⁸

« Ventes d'albums qui explosent, succès du Salon Japan Expo, jeux vidéo et déguisements délirants. Impossible d'en douter : la France est devenue la

⁶⁸ Télérama Ouverture, *Le manga se lève à l'ouest*, Stéphane Jarno, samedi 19 février 2005, p. 9

deuxième patrie de la « culture manga ». Au point de se mettre à en produire elle-même ! Pour sa septième édition, Japan Expo a quitté le CNIT pour le Parc des expositions : 29 000 visiteurs en 2003, 41 000 en 2004 et 60 000 en 2006, après un an de pause ! La vague manga a recouvert la BD en France, dont elle représente 42 % des ventes, selon l'Association des critiques et journalistes de bande dessinée (ACBD). Manga, animation, vêtements, jeux vidéo, « J-pop » (la musique pop nipponne), magazines... De plus en plus nombreux sont les 10-25 ans qui lisent, s'habillent, vivent comme des ados japonais ! »⁶⁹

On remarque dans cet extrait que le manga et tout ce qui l'entoure se développe en France et devient en quelques années un élément constitutif de la culture jeune populaire. A l'instar de l'Allemagne du XIX^e siècle, la référence japonaise tient une place importante dans le décor culturel français.

2. Une relecture moins alarmiste des premières œuvres japonaises importées

Dans l'acception, péjorative, la plus répandue, il y a, pour résumer, deux grandes attitudes face à ces livres. La première, qu'on trouve chez beaucoup de parents et autres béotiens, est une référence aisément repérable du péril jaune. On accuse les mangas d'être trop nombreux, tous pareils, violents, pornographiques ou dénués de psychologie, pour cause de robots. La seconde, typiquement frondeuse, consiste à réhabiliter de force les mangas sous le prétexte que la culture « légitime » les refoule à ses marges. Par exemple, on peut s'entraîner à trouver du biopolitique dans *Capitaine Flam* et l'attirance de l'inorganique chez *Gon le bébé tyrannosaure*. On devrait premièrement balayer l'inculpation de violence et de pornographie en renvoyant les censeurs à l'Internet. La sexualité dans les manga est même plutôt sublimée ou tournée en dérision comme dans *Katsuo*, l'arme humaine chez Glénat. La violence, elle, était déjà omniprésente dans *Guy l'Eclair* et dans *Tom et Jerry*: on ne s'en inquiétait pas plus que ça on n'a jamais vu une fiction rendre psychopathe quelqu'un qui ne l'était pas déjà⁷⁰.

Une des caractéristiques des mangas est la distance et l'ironie : le lecteur s'identifie à l'auteur plutôt qu'aux personnages. Les mangas « pour filles » (shôjo) abondent ainsi de petits radotages amicaux dans les marges, où la *mangaka* raconte son quotidien de créatrice. Takaya Natsuki (Fruits Basket, Delcourt) commente ses capacités de joueuse en réseau, tandis que dans *Hana Yori Dango* (Glénat), Kamio Yoko ironise sur ses émois sexuels face à l'acteur chargé de

⁶⁹ Le Point Littérature, *Les cinglés du manga*, Claire Meynial, jeudi 20 juillet 2006, p. 68

⁷⁰ Ibid.

doubler un de ses personnages dans un anime⁷¹. Même dans les rassemblements de cosplay (« costume play ») où les participants se déguisent en personnages de manga, il s'agit de s'approprier des rôles et non d'abandonner son libre arbitre. Témoins aussi de cette distance, les nombreux manuels pour apprendre à dessiner les personnages, ainsi que la vogue du fanfic et du fanart. Le « fanfic » est une fiction écrite par un fan à partir de ses héros favoris, le « fan art » un dessin inspiré de sa série fétiche. Il n'est donc pas du tout sûr que les mangas, en termes de gestion de la violence, de l'identité et de la place dans la société soient moins progressistes et constructifs que le Journal de Mickey ou Tchô !

« Il y a chez Tezuka Osamu [le Hergé japonais] une interrogation constante sur la nature humaine. Dans *Metropolis*, un humanoïde androgyne se posait déjà des questions sur son identité et, dans le *Chevalier au ruban*, Tezuka décrit l'esprit ambivalent d'une princesse habillée en homme. J'ai tendance à penser qu'il tient ce regard sur le corps et l'esprit humain de ses études de médecine. Pour *Lady Oscar*, Tezuka s'est inspiré des belles actrices travesties de la fameuse revue musicale Takarazuka. Quant à la réversibilité sexuelle de Ranma, ce n'est à mon avis qu'une des nombreuses combinaisons utilisées par Takahashi Rumiko dans ses farces amoureuses. »⁷²

Aux Etats-Unis, en revanche, des chercheurs en *cultural studies* comme Sharon Kinsella⁷³ s'intéressent de près à ces questions de rôle sexuel et font remarquer que la domination masculine est assez malmenée à travers les garçons en fleur de la *shôjo manga* et aussi dans les mangas parodiques (Katsuo ou le célèbre *Dr Slump*, qui se rabougrit quand il est en proie au désir). L'œil surdimensionné est une marque qu'on trouve déjà chez Disney et qui imite le regard écarquillé du bébé pour sa mère, métaphore spontanée de l'œil du lecteur-spectateur. Que les intrigues soient ensuite similaires, c'est le principe même de la série. Et pour ce qui est du manque d'originalité stylistique, la plupart des *marvels* américains ou des ouvrages franco-belges spiroïdes n'ont certainement rien à envier à *Dragon Ball*. Serge Tisseron a montré, dans *Psychanalyse de la bande dessinée*, que la répétition est vraisemblablement l'intérêt de ces lectures : « Que le psychisme soit soutenu, cadré et encadré, tel serait alors l'essentiel », et ce « rituel » aurait pour fonction de « contenir l'inquiétude ».

« L'animatrice de « Récré A2 » fut, dès 1978, le cheval de Troie de la vague manga avec « Goldorak ». Le jeune public s'habitua à une esthétique nouvelle. Avec parfois des saveurs épicées. Lionel Panafit, directeur pédagogique d'Eurasiam, à Paris, la seule école en Europe de manga et de

⁷¹ Libération, *Le Japon et ses mangas sont les invités du Salon du livre de jeunesse de Montreuil. Examen d'un phénomène qui mélange eau de rose et vitriol*, jeudi 27 novembre 2003, p. 1, 2, 3 .

⁷² Ibid.

⁷³ Sharon Kinsella, *Adult Manga: Culture and power in contemporary Japanese society*, Curzon, 2000.

management pour les futurs expatriés au Japon, se souvient : « AB, qui produisait ces émissions, ne visionnait pas les épisodes. « Ken le survivant » était programmé à 14 heures le mercredi alors qu'au Japon cette série pour adultes, très violente, passe après 22 heures ! »⁷⁴

Dans une majorité des articles de presse, au tournant des années 2000, le discours sur les manga et les dessins animés change. Comme on peut le voir dans la citation précédente, on commence à voir apparaître une relecture des œuvres qui ont fait débats dans les années 80. La faute n'étant pas celle de l'œuvre elle-même mais plutôt celle des maisons de production qui n'ont pas cherché à remettre en question leur vision du dessin animé avant d'acheter les droits de diffusion de séries qui n'étaient pas à destination des enfants.

Cependant les mangas ont su attirer l'attention des jeunes spectateurs et lecteurs et c'est de leur impulsion que naît une certaine reconnaissance. Car si les ventes n'avaient pas été aussi importantes le manga ne se serait pas installé aussi profondément dans le marché français.

B. Les mangas tremplins

1. Un fort pouvoir d'attraction même chez les non adeptes de la BD

Les éditions Jacques Glénat sont présentes dans le secteur depuis 1989 et font figure de pionniers depuis *Akira*, grand récit de science-fiction à teneur apocalyptique dû à Katsuhiro Otomo. Les motifs sont clairs d'après Dominique Burdot, responsable des achats de droits chez Glénat :

« la France est un pays de bande dessinée adulte de qualité. Mais les jeunes désertent les librairies. Les mangas fournissent l'occasion d'attirer à nouveau les jeunes en librairie, et lors d'une deuxième étape, de les inciter à lire autre chose. »⁷⁵

Le ressort qui permet l'attraction de nouveau public et notamment d'un public jeune est la variété des sujets : La nature, la cuisine, l'aventure, la technologie, l'érotisme, et même les problèmes sociaux. Une diversité de public comme n'en a jamais connu la bande dessinée, puisqu'il touche toutes les classes d'âge, tous les milieux, les garçons comme les filles. En témoigne les impressions de lecteurs qui transparaissent dans certains articles :

⁷⁴ Le Point, Littérature, *Les cinglés du manga*, Claire Meynial, jeudi 20 juillet 2006, p. 68.

⁷⁵ Le Monde, *La planète manga*, lundi 17 juin 1996, p. 25

- « Moi, la BD, je n'ai jamais vraiment aimé ça, parce qu'elle ne nous parle pas du monde dans lequel on vit », explique Julie, 13 ans, rencontrée à la librairie spécialisée Tonkam, à Paris. « Alors qu'un manga comme *Marmelade Boy*, qui raconte comment une petite fille, dont les parents ont divorcé, doit apprendre à vivre dans une famille recomposée, ça peut même nous aider à passer le cap, quand on vit ces choses-là », ajoute-t-elle.⁷⁶
- « Les sujets évoqués me font réfléchir sur l'époque », lance de son côté un quadra encravaté, « Je suis en train de découvrir *Rookies*, dans lequel un prof endigue la violence et l'échec scolaire de ses élèves par le sport et l'ouverture d'esprit : épatant ! »⁷⁷
- « Le très tendance manga d'auteur représenté par Jiro Taniguchi. Auteur du magnifique *Quartier lointain* (Casterman) (dont une grande partie de lecteur n'avait même jamais lu de bande dessinée), ce dernier a montré que le manga pouvait susciter autant d'émotion que le plus beau des romans. Au point de faire prophétiser à Frédéric Beigbeder que le prix Goncourt irait un jour à une BD ! »⁷⁸

Par ces aspects décrits dans notre premier chapitre, le manga moderne est un médium populaire, qui s'attache à décrire dans une simplicité stricte les relations humaines. Ce genre trouve donc naturellement son public et attire également de nombreux nouveaux lecteurs qui cherchent un média plus proche d'eux et des préoccupations de leur temps. Le manga a également vocation à dénoncer les travers de la société, rejoignant ainsi la BD franco-belge contestataire des premiers temps. Glénat tente une nouvelle fois sa chance en éditant une œuvre de cette veine : *Say hello to Black Jack* (Cf chapitre 1). Véritable phénomène de société au Japon. « Bien sûr, on aimerait que ça provoque une prise de conscience comme au Japon, explique Laurent Müller, directeur éditorial de Glénat. *La question, c'est de savoir si la France en est capable.* »⁷⁹ Les libraires ont rejoint le mouvement et reconnaissent dans ces œuvres un réel intérêt. Avec une mise en place doublée par rapport aux autres titres de la maison et un lancement effectué en partenariat avec la presse médicale, cette sortie risque bien d'accélérer encore en France la montée en puissance du manga. Son étiquette « Club Dorothée » semble bel et bien périmée. Glénat s'est attaché les services d'un médecin urgentiste pour la traduction. En faisant usage de statistiques et de témoignages brûlants, ce manga s'apparente en effet davantage à un document-choc qu'à un gentil divertissement.

Pour les éditeurs, cet engouement a valeur de signal. La preuve que le manga adulte est enfin viable et mieux encore qu'il attire un nouveau public. À côté des fans de manga des premières années à la recherche d'ouvrages plus matures et des amateurs de BD franco-belge tentés par

⁷⁶ Le Point Culture, *Manga attaque !* jeudi 27 janvier 2005, p. 110

⁷⁷ Ibid

⁷⁸ Ibid

⁷⁹ Le Point, Société, *Le manga qui fait mal à l'hôpital*, jeudi 3 juin 2004, p. 72

l'exotisme, les librairies spécialisées voient affluer des lecteurs d'un nouveau genre. « Ce ne sont pas des habitués de la BD, affirme Laurent Muller, directeur éditorial chez Glénat. Ce sont des gens qui lisent des auteurs comme Joann Sfar ou Marjane Satrapi, s'intéressent au « roman graphique »⁸⁰ et plus largement aux nouvelles façons de raconter des histoires. Des amateurs de littérature et de cinéma, plutôt urbains, entre 30 et 40 ans, que le dessin en noir et blanc, l'épaisseur des albums, 200 pages en moyenne, et le sens de lecture japonais ne rebutent pas. Beaucoup de femmes, aussi. Une population d'ordinaire peu portée sur les bulles, mais qui trouve dans ce type de manga un ton et des préoccupations proches d'elle. « Dans Quartier lointain, L'Orme du Caucase ou L'Homme qui marche, il n'est question que du quotidien, explique Frédéric Boilet, traducteur et adaptateur de Taniguchi. De petites situations, des instants fugaces, des moments forts ou intimes qu'il a su saisir avec finesse et rendre universels. Sans doute le public féminin y a-t-il été plus réceptif. »⁸¹

2. Des chiffres de ventes en constante hausse

A titre d'exemple, l'édition française de *Dragon Ball* a atteint un tirage moyen de 130 000 exemplaires, et il s'en publie un tous les deux mois. Pour l'année 1996, les éditions Glénat ont vendu près de trois millions de mangas. De fait, dès 1997 le manga représente 25 %⁸² des parutions de bande dessinée en France et ce chiffre est en constante augmentation jusqu'en 2005 où il atteint les 40% des parutions de bandes dessinées.

« Au Japon, le manga *Dragon Ball* est le titre numéro un et se vend à des millions d'exemplaires, explique Jacques Glénat. Par comparaison, les tirages de cette série, rien qu'au Japon, sont supérieurs aux ventes de tous les albums de Tintin dans le monde entier. D'ailleurs au Japon, le chiffre d'affaires des mangas représente 30 % du chiffre d'affaire total de l'édition. En France, le chiffre d'affaire de la bande dessinée n'est que de 3 % [en 1997]. »⁸³

Ce phénomène éditorial a donné un second souffle au marché de la bande dessinée française véritable mine d'or dont le filon ne semble pas vouloir s'épuiser. En 2001, Glénat réalise environ la moitié de son chiffre d'affaire grâce aux mangas⁸⁴. Avec environ 200 titres publiés en 2001, dont près de 80 chez Glénat, leader du marché devant Tonkam, Kana (Dargaud-

⁸⁰ Télérama Ouverture, *Le manga se lève à l'ouest*, Stéphane Jarnore, samedi 19 février 2005, p. 9

⁸¹ Ibid

⁸² Le Figaro, *Manga, mode d'emploi*, mercredi 12 mars 1997, p. 29.

⁸³ Ibid

⁸⁴ L'Humanité, *L'or des mangas*, jeudi 25 janvier 2001.

Lombard) et Casterman, très bientôt rejoints par Delcourt, le manga représente 10 à 15 % du chiffre d'affaires total de l'édition française⁸⁵. On peut également lire chez Ouest-France :

« Les éditions Glénat, Kana (Dargaud-Lombard), Pika, jeune maison indépendante, et J'aime Lire (Bayard Presse) apparaissent comme les « leaders historiques » sur ce marché spectaculaire « En 2000, quand on a lancé le label Kana, 300 000 exemplaires. Là, 3 millions ! », indique François Pernot, directeur général de Dargaud-Lombard. Le manga c'est un quart du marché de la BD en France. Mais dans le reste de l'Europe, les éditeurs font 90 % de leur chiffre avec... »⁸⁶

Les ventes et leurs augmentations sont les premiers indicateurs qui bousculent le changement de pensées à l'égard de ce nouveau média. C'est avant tout aux éditeurs que revient le mérite, car c'est un travail complexe que de choisir et de traduire les œuvres qui peuvent plaire en France. La qualité artistique n'est donc pas reconnue au même titre que la capacité de vente du manga. Ce qui a pour conséquence de retarder l'appréciation du manga en tant qu'œuvre artistique et non simplement comme un produit de consommation.

C. Angoulême, une reconnaissance artistique et politique

1. Le bastion de la BD franco-belge

Le festival international de la bande dessinée d'Angoulême, plus communément appelé festival d'Angoulême, est le principal festival de bande dessinée francophone et le deuxième plus important d'Europe en termes de notoriété et de taux de participation après le Lucca Comics & Games de Lucques, en Italie.

Il a lieu tous les ans en janvier depuis 1974 et associe expositions, débats, rencontres et nombreuses séances de dédicace, les principaux auteurs francophones étant présents. De nombreux prix sont décernés, dont le grand prix de la ville d'Angoulême, qui récompense un auteur pour l'ensemble de son œuvre.

⁸⁵ Les Echos, *LA BD DE L'ÉTÉ*, vendredi 23 août 2002, p. 20

⁸⁶ Ouest-France, *La BD asiatique prend sa place au festival d'Angoulême*, samedi 29 janvier 2005, p. 1

Le festival international de la bande dessinée d'Angoulême ouvre pour la première fois un espace dédié à ces publications japonaises en 2005⁸⁷. L'appétit pour ces romans en images publiés en format de poche bon marché ne se dément pas et dépasse le public des adolescents pour toucher les adeptes de la bande dessinée traditionnelle franco-belge : c'est aujourd'hui la plus traduite sur le territoire francophone.

Ce festival a beaucoup évolué depuis sa création, sous la critique le plus souvent car depuis ses débuts la vocation internationale du festival n'était pas, ou très peu, mise en avant lors des remises de prix et on a longtemps reproché un franco-centrisme aux organisateurs. Ces prix maintiennent un équilibre en distinguant à la fois des œuvres élitistes, plus expérimentales et bandes dessinées plus accessibles au grand public. Si ces changements permanents ont pu limiter leur lisibilité et diminuer leur impact, notamment sur les ventes, ce procédé d'attribution de prix, à l'imitation des grandes manifestations cinématographiques, a participé à la légitimation de la bande dessinée. C'est pourquoi si le manga arrive à se faire une place dans ce festival, il sera reconnu par les pairs de la BD franco-belge comme une BD à part entière, au même niveau que la BD occidentale.

2. De nombreuses nominations de manga mais une impossible victoire

Grâce à des auteurs inventifs et des récits soignés, le manga a conquis ses lettres de noblesse. Quartier lointain a reçu plusieurs prix, dont celui du meilleur scénario au festival d'Angoulême, en 2003, le plus grand mérite est surtout d'avoir jeté un autre éclairage sur la BD japonaise. Écrit et dessiné par Jirô Taniguchi, Quartier lointain est en effet un authentique manga. Autrement dit, dans sa traduction littérale, une de ces « images dérisoires ».

À partir de 1989, le prix Grand prix de la ville d'Angoulême est remis durant le festival par l'ensemble des anciens lauréats présents lors du festival et désirant participer aux délibérations réunis en « Académie des grands prix ». Ceux-ci continuent à élire des auteurs français issus de *Pilote* et des mensuels adultes des années 1970 (Pétillon, Cabanes, Gotlib, Margerin, Lauzier et Mandryka). De 1997 à 1999, le grand prix n'est plus désigné par l'Académie mais par les auteurs présents sur le festival dans le cadre d'un système à deux tours avec annonce du vainqueur en mars lors du salon du livre de Paris les deux premières années, et à un tour avec annonce du vainqueur lors du festival en 1997. Ce système permet l'élection de trois auteurs respectés de la profession mais moins connus du grand public : Daniel Goossens,

⁸⁷ Ouest-France Toutes éditions, *La BD asiatique prend sa place au festival d'Angoulême*, samedi 29 janvier 2005, p. 1

François Boucq et l'Américain installé en France Robert Crumb. Le festival redonne le choix du grand prix à l'Académie à partir de 2000, année où est élue Florence Cestac, première femme élue grand prix lors du festival et à siéger à l'Académie. L'Académie continue à élire des auteurs issus des revues françaises, principalement comme À suivre, tout en orientant ses choix vers des auteurs populaires plus jeunes (Loisel et le Suisse Zep). Puis à partir de 2006 à des auteurs issus de la scène alternative des années 1990 (Trondheim, Dupuy-Berberian, Blutch). Tout au long des années 2000, le système de l'Académie est cependant critiqué comme favorisant le franco-centrisme (malgré l'élection en 2011 de l'Américain Art Spiegelman), et, dans une certaine mesure, le copinage au détriment d'auteurs qui seraient plus importants. En 2013, le festival soumet une liste de seize noms aux auteurs accrédités présents durant le festival, l'Académie devant élire le grand prix parmi les cinq arrivés en tête à savoir Alan Moore, Katsuhiko Otomo, Akira Toriyama, Chris Ware et Willem. Ce dernier, seul auteur publiant en français parmi les cinq finalistes, est choisi par l'Académie alors qu'Akira Toriyama était arrivé en tête du vote des accrédités, ce qui conduit à de nouvelles critiques, notamment de la part de certains grands prix comme Lewis Trondheim. L'organisation du festival décerne en conséquent un prix symbolique du 40e anniversaire à Toriyama, mais qui ne débouche pas sur une exposition l'année suivante. En 2014, le système indirect est encore complexifié. Tout auteur publié chez un éditeur francophone (traductions comprises) peut voter par Internet pour trois noms d'une liste de vingt-cinq auteurs, dont vingt choisis par l'organisation et cinq par l'Académie. Au deuxième tour, les accrédités et l'Académie votent pour l'un des trois auteurs arrivés en tête, chacun des deux groupes d'électeurs pesant 50 % des votes. Ce système, qui acte la disparition de l'Académie des grands prix, permet enfin l'élection d'artiste de la scène internationale.

3. 2015, de la consécration à la reconnaissance d'un genre

Le festival d'Angoulême décerne en janvier 2015, après plusieurs nominations, le Grand Prix à Katsuhiko Otomo, créateur de la série culte Akira, qui a été préféré dans la liste finale au scénariste britannique Alan Moore et au dessinateur et scénariste belge Hermann. Otomo se voit consacré pour l'ensemble de son œuvre par la communauté réunie à Angoulême, il est le premier auteur japonais ainsi distingué.

Jamais en 42 ans d'existence le festival international de la bande dessinée n'avait décerné sa plus haute distinction à un auteur nippon. Sa désignation ne fait pas que « rectifier »⁸⁸ un palmarès qui a oublié de sacrer, du temps de son vivant, Osamu Tezuka, le « *Dieu du manga* », et qui s'est contenté d'offrir à Akira Toriyama (*Dragon Ball*) un lot de consolation en 2013 (baptisé « *prix du 40e anniversaire* »). Elle consacre aussi « artistiquement » la place qu'occupe déjà la bande dessinée japonaise sur le marché hexagonal. Environ 1 500 mangas japonais sont traduits chaque année en français, soit 37 % de l'ensemble des sorties du secteur. C'est considérable, et Katsuhiro Otomo n'y est pas pour rien.

Dessinateur, scénariste, cinéaste, affichiste, le natif de la préfecture de Miyagi est souvent présenté, à tort, comme l'auteur d'une œuvre unique, *Akira*, adapté par Otomo lui-même en film d'animation. Son succès a largement favorisé l'implantation dans notre pays de la pop culture japonaise, incarnée depuis par *Dragon Ball*, *Naruto*, *One Piece*, *Super Mario*, *Zelda* et *Pokemon*. En consacrant pour la première fois un auteur japonais, le festival d'Angoulême donne aussi une respectabilité à une culture manga qui s'est vue accusée par des personnalités politiques de crétiniser des générations d'enfants, ou encore quand les attaques ne venaient pas de la BD elle-même, comme lorsque Astérix, dans *Le ciel lui tombe sur la tête*, repoussait les invasions de Nagmas, qui désigne sans trop se cacher le terme de mangas⁸⁹.

Preuve de ce changement, le festival décerne également le Grand prix 2019 à une mangaka, Rumiko Takahashi, notamment connu en France pour son œuvre *Ranma ½*. Ainsi, le manga semble bel et bien être accepté dans le paysage du 9ème art.

⁸⁸ Le Monde, *Le manga d'Otomo enfin sacré à Angoulême*, jeudi 29 janvier 2015.

⁸⁹ Libération, *Otomo sacré à Angoulême, le manga consacré*, vendredi 30 janvier 2015

Conclusion

Le facteur « crise » est le déclencheur. Confrontés à la crise de la presse, de la bande dessinée et à la stagnation de la vente d'albums, Glénat mène des stratégies de diversification de sa production. Dans un premier temps en rachetant des maisons d'éditions de plus petite échelle, puis, il se tourne vers l'international et cherche de nouveaux marchés pour la BD franco-belge. Ses ambitions le porte au Japon car c'est le pays le plus consommateur de récits en image. Cependant, la BD qu'il cherche à vendre ne trouve pas sa place dans un pays où la BD se fait de manière totalement différente. Par ailleurs, il trouve dans le manga, la BD japonaise, une véritable bouée de sauvetage. Henri Filippini soutient que « Dragon Ball nous a sauvés, car on était en train de couler »⁹⁰. Si l'affirmation peut paraître excessive, elle n'en recèle pas moins un certain degré de vérité. Ainsi l'édition jeunesse devient une niche pour Glénat et ce succès est durable puisqu'en 2007, Dragon Ball Z représente encore 20 % de l'ensemble des ventes de Glénat.

Dans *La bande dessinée, son histoire et ses maîtres*⁹¹, Thierry Groensteen, dans un court passage consacré à l'ascension de Glénat, affirme que « dire que la qualité n'a pas toujours été au rendez-vous relève de la litote. La maison grenobloise est, dans l'ensemble, restée étrangère aux ambitions modernes du Neuvième Art, concevant la bande dessinée comme un divertissement populaire, une littérature d'évasion ». Est-ce que la recherche d'une nouvelle terre d'évasion a pu motiver Glénat dans son entreprise au Japon. L'Asie ayant toujours eu une place particulière dans l'imaginaire français, cela ne serait pas étonnant. Ainsi le manga serait un nouveau biais d'évasion, en se plongeant dans une culture narrative en tout point différente des codes Franco-belge. Mais il faut également préciser qu'à l'origine le manga s'inspire des codes européens. Ce n'est qu'à partir des années 60, avec Osamu Tezuka que la narration japonaise se rapproche du rythme cinématographique. La France découvre par le biais de Glénat de nouvelles possibilités en matière de narration en bande dessinées crayonnées.

Bien sûr les points de vue divergent et la presse est loin d'être unanime quant aux mérites de cette BD japonaise, cependant elles s'accordent à dire qu'au regard de la popularité de ce nouveau genre, le lectorat francophone attendait du renouveau. Ce renouveau s'incarne aussi

⁹⁰ Le Figaro Économie, Le manga, planche de salut de la bande dessinée, DROMARD Thiébault, vendredi 27 janvier 2006 p. 28

⁹¹ GROENSTEEN Thierry, *La bande dessinée, son histoire et ses maîtres*, Paris, Skira Flammarion, 2009.

dans le fait que l'édition japonaise est hyper productive et cherche à combler toutes les attentes du public. Ainsi on retrouve une hyper-catégorisation des genres, en fonction de l'âge, du genre et du milieu socioprofessionnel. Cela permet aux éditeurs de tester, et de chercher quels genres fonctionnent le mieux en France. Bien entendu le secteur jeunesse est le premier à être touché, avec la série *Dragon Ball*, dans la catégorie *Shonen*, manga d'action pour adolescent. Le succès est immédiat ce qui provoque l'étonnement et la curiosité bien que les grandes instances critiques voient cette BD du même œil que les productions polémiques du *Club Dorothée*.

Il est important de noter que la renommée du manga va de pair avec l'animation japonaise, qui est très souvent le fruit d'adaptation de manga ou inversement, des mangas qui sont une adaptation d'animation japonaise. En effet, des succès tels que le studio japonais *Ghibli*, ou encore le succès même de l'adaptation d'*Akira* par son auteur au cinéma, ont encouragé le public à se pencher sur les œuvres papiers. Et cela à également drainé un nouveau public plus jeune, étranger au *Club Dorothée* et aux polémiques qui l'entourent.

Le manga parvient, en France, à se faire une place de choix, jusqu'à la reconnaissance en 2015, lorsque Katsuhiko Otomo est récompensé par le Grand prix du festival d'Angoulême, reconnaissance du bastion de la BD franco-belge, faisant ainsi pleinement entrer le manga dans le paysage de la BD occidentale. Comme si la France reconnaissait les mérites de la culture japonaise et son influence sur la culture française elle-même.

Il reste de nombreuses pistes à explorer sur le sujet. En étudiant, par exemple, le catalogue des éditions Glénat il serait possible de mettre en valeur les démarches et les genres qui sont privilégiés. Ainsi Glénat peut être vu comme le laboratoire expérimental de la réussite du manga à l'étranger, au point de vue des choix de traductions, de l'élaboration des contrats et de la réception des différents projets. On pourrait également bâtir une étude comparative des différentes maisons d'éditions qui, à la suite de Glénat, se sont lancées dans le mangas. En comparant les différents choix éditoriaux on pourrait dégager des types d'approches différentes et des caractéristiques propres à ces mouvements dans une perspective de transfert culturel. On pourrait également s'intéresser aux influences réciproques au niveau des artistes de BD et de mangas, aux jeunes dessinateurs européens qui sont influencés par cette iconographie japonaise et aux auteurs japonais qui puisent dans les mythes européens pour créer leur scénarii.

Lexique

Les principales catégories de manga :

Geihin na manga : le manga vulgaire

Gekiga : littéralement « image dramatique ». Désigne une catégorie de BD qui utilise des codes graphiques proches de ceux du manga, mais s'appuie sur les drames de la vie, les mettant en scène de façon crue, dans une optique réaliste, pessimiste, nihiliste ou révolutionnaire.

Jidai mono : le manga historique

OL-manga : le manga pour les employées de bureau

Salaryman manga : le manga pour les cadres d'entreprise.

Shakai manga : le manga traitant de problèmes sociaux

Shojo manga : type de BD s'adressant plus particulièrement aux filles de 10 à 18 ans.

Shonen manga : type de BD s'adressant plus particulièrement aux garçon de 10 à 18 ans.

Seinen manga : désigne la catégorie de manga qui s'adressent plus particulièrement à un public de jeunes adultes de sexe masculin. Dans la pratique, la partition est assez floue.

Yankee manga : manga dont les personnages principaux sont des voyous.

Vocabulaire japonais :

Akaban ou *Akahon* : petits livres de BD, à dominante rougeâtre, publié durant quelques années après la Deuxième Guerre mondiale.

Anime : animation japonaise.

Boys-Love : manga ou nouvelles pour filles dont la trame s'appuie sur des amours homosexuelles masculines.

Cosplayer : individu qui s'habille à la façon d'un personnage de manga ou d'animation, afin de participer à des rassemblements spécialement organisés dans certains quartiers japonais ou alors de manifestations liées à l'univers du manga et de l'anime.

Dankai no sedai : surnom donné à l'ensemble des japonais nés entre 1947 et 1949. Appelé aussi Baby-boomers. Comportant le sens de « génération homogène et solidaire », cette expression consacrée sous-entend que ces personnes ont un profil social typique similaire, des comportements identiques et sont animées des mêmes aspirations.

Dojinshi ; fanzines et livrets de manga ou nouvelles auto-produits par des cercles d'amateurs, lesquels se comptent par dizaines de milliers. Peut être traduit par « publication communautaire ».

Fushiga : Caricature.

Jidaigeki : Désigne le drame d'époque (avant l'ère Meiji débutée en 1868). Est utilisé aussi bien pour les mangas que pour les films, séries TV ou les animations.

Gekkan : publication mensuelle.

Kashihon : livres et magazines publiés durant les années 1950-1965 pour être loués par divers types de boutiques, spécialisées ou non.

Mangaka : dessinateur de manga.

Otaku : désigne un type particulier d'adolescents et jeunes adultes, obnubilés par les manga ou l'animation. Le terme est très péjoratif, ces individus ayant généralement un profil asocial et s'enfermant dans un cercle relationnel étroit de personnes du même genre.

Shinbun : journal.

Yaoi : Acronyme qui désigne une catégorie de manga et nouvelles érotiques ou pornographiques, apparues dans les années 1980, dont l'histoire importe peu. Les récits sont généralement écrits par des filles pour des filles.

Yon-Koma : chronique en manga sur quatre vignettes, généralement centrée sur un personnage récurrent, publiée dans les quotidiens et magazines généralistes. Presque tous les

journaux japonais accueillent une mascotte en manga dont les mésaventures durent des années voire des décennies.

Table des matières

<i>Première partie : Qu'est-ce que le Manga ? Histoire, définition et processus de communication du manga au Japon</i>	Page 6
<u>I / Histoire du manga au Japon</u>	Page 7
<u>A. De Hokusai à Tezuka ; Histoire du <i>manga</i></u>	Page 7
1. Les racines culturelles du manga.....	Page 7
2. La naissance du manga moderne.....	Page 10
3. Le manga contemporain.....	Page 13
<u>B. Le manga moderne, plateforme d'expression d'une société en reconstruction</u>	Page 14
1. Un art naît d'un traumatisme.....	Page 14
2. Un manga qui évolue avec les générations.....	Page 16
3. À Chaque public son manga.....	Page 18
<u>C. Perte de vitesse de l'industrie de l'édition du manga</u>	Page 20
1. Une nécessaire adaptation.....	Page 20
2. Un système qui épuise les ressources créatrices.....	Page 20
<u>II / Un genre qui s'adapte à toutes les attentes</u>	Page 21
<u>A. Un « mass-média » japonais</u>	Page 21
1. Toute une culture concentrée dans un objet.....	Page 21
2. Un genre qui se veut le plus proche de son public.....	Page 23

<u>B. Une production « tsunami »</u>	Page 24
1. L'épreuve de la presse.....	Page 24
2. Des ateliers de mangaka dynamiques.....	Page 25
3. Les risques et défauts d'une telle production.....	Page 25
<i>Deuxième partie : Les éditions Glénat, pionnières dans un milieu en crise ?</i>	Page 26
<u>I. Une crise de la BD en Europe ?</u>	Page 27
<u>A. Une BD qui a connu une mutation fin XX^{ème} siècle</u>	Page 27
1. Une crise : une non adéquation production / public.....	Page 27
2. Le problème du prix de l'album.....	Page 30
<u>B. La « stabilisation » d'un marché</u>	Page 31
1. La fin de la frénésie des années 70.....	Page 31
2. Un marché toujours viable ?.....	Page 32
<u>II. Les éditions Glénat et le manga : Une jeune maison éditoriale pionnière au Japon</u>	Page 33
<u>A. Histoire des éditions Glénat : Éditeur bédéphile « patrimonial »</u>	Page 33
1. Une passion depuis l'enfance.....	Page 33
2. Jacques Glénat figure de l'auto-entrepreneur moderne.....	Page 34
<u>B. Une première approche avant tout commerciale</u>	Page 36

1. Vendre de la BD franco-belge à l'étranger.....	Page 36
2. Des accros avec les éditeurs japonais mais un succès qui en vaut la peine.....	Page 37
<u>C. Une tentative d'exportation qui se transforme en importation.....</u>	Page 38
1. Un pont culturel réalisable.....	Page 38
2. Jacques Glénat : mécène du manga en France.....	Page 41
<i>Troisième partie : Une analyse de l'évolution de l'opinion au travers de la presse</i>	Page 44
<u>I. La Vague Anti-Manga</u>	Page 45
<u>A. Ségolène Royal, <i>Le ras-le bol des bébés zappeurs</i>, 1989.....</u>	Page 45
1. Des programmes TV japonais accusés et fortement critiqués.....	Page 45
2. Les <i>Shonen</i> pris pour cible dès leur sortie.....	Page 46
<u>B. Le « péril jaune », une menace pour la BD occidentale.....</u>	Page 46
1. Le manga peut-il supplanter la BD sur son propre territoire ?.....	Page 46
2. Une peur éditoriale : l'arrivée des japonais sur le marché européen.....	Page 47
<u>C. Entre idées reçues et approximations.....</u>	Page 48
1. De nombreuses idées reçues entourent le phénomène <i>manga</i>	Page 48
2. Une incompréhension culturelle.....	Page 50
<u>II. Processus de légitimation poussé par la nostalgie, un concours de circonstances ?</u>	Page 51

<u>A. Une génération « Goldorak »</u>	Page 51
1. Le japon en France ; un exemple de transfert culturel.....	Page 51
2. Une relecture moins alarmiste des premières œuvres japonaises importées.....	Page 53
<u>B. Les mangas tremplins</u>	Page 55
1. Un fort pouvoir d'attraction même chez les non adeptes de la BD.....	Page 55
2. Des chiffres de ventes en constante hausse.....	Page 57
<u>C. Angoulême, une reconnaissance artistique et politique</u>	Page 58
1. Le bastion de la BD franco-belge.....	Page 58
2. De nombreuses nominations de manga, mais une impossible victoire...	Page 59
3. 2015, de la consécration à la reconnaissance d'un genre.....	Page 60
Conclusion	Page 62
Lexique.....	Page 65
Bibliographie.....	Page 72
Sources.....	Page 74

BIBLIOGRAPHIE

I. Histoire de la BD

1. Généralités

BARON-CARVAIS Annie, *La Bande dessinée*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 2007.

GAUMER Patrick, *Dictionnaire mondial de la BD*, Paris, Larousse, 2010.

GROENSTEEN Thierry, *La bande dessinée, son histoire et ses maîtres*, Paris, Skira Flammarion, 2009.

MAIGRET Eric et STEFANELLI Matteo, dir., *La Bande dessinée: une médiaculture*, Paris, Armand Colin, 2012.

ORY Pascal, MARTIN Laurent, MERCIER Jean-Pierre, VENAYRE Sylvain, GROENSTEEN Thierry, LAPRAY Xavier et PEETERS Benoît, *L'art de la bande dessinée*, Paris, Citadelles & Mazenod, 2012.

2. Histoire du manga

BOUISSOU Jean-Marie, *Manga-Histoire et univers de la BD japonaise*, Picquier poche, 2010.

GRAVETT Paul, *Manga-60 ans de bande dessinée japonaise*, Edition du Rocher, 2004.

GROENSTEEN Thierry, *L'Univers des mangas. Une introduction à la bande dessinée japonaise*, Casterman, 1996.

HERMAN Paul, *Europe et Japon, Regard croisés en bandes dessinées*, Glénat, 2009.

POUPEE Karyn, *Histoire du manga*, Tallandier, 2010-2016 (réédition).

II. Histoire des relations culturelles et internationales

CHAUBET François, MARTIN Laurent, *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain*, U, Armand Colin, 2011.

DULPHY Anne, FRANK Robert, MATARD-BONUCCI Marie-Anne, ORY Pascal, *Les relations culturelles internationales au XXe siècle*, Bruxelles, P.I.E Peter Lang, 2010

ORY Pascal, *L'histoire culturelle*, Paris, PUF, Que sais-je ?, 2004.

ORY Pascal. « Culture populaire », « culture de masse » : une définition ou un préalable ?". in *Dix ans d'histoire culturelle*, Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011.

III. Histoire France / Japon

1. Études Japonaises

BOUISSOU Jean-Marie, « La représentation du Japon et son évolution à travers l'iconographie des hebdomadaires français (1979-1993) » in *Mots*, n°41, p.99-115, 1994.

HONORE Jean-Paul, « De la nippophilie à la nippophobie. Les stéréotypes versatiles dans la vulgate de presse (1980-1993) », in *Mots*, n°41, p.9-55, 1994.

IV. Méthodologie

DELPORTE, Christian, GERVEREAU, Laurent, MARÉCHAL, Denis (dir.), *Quelle est la place des images en histoire ?*, Paris, Nouveau Monde, 2008.

GERVEREAU, Laurent, *Histoire du visuel au XXème siècle*, Paris, Seuil, 2000.

SOURCES

Presse nationale :

Le Monde, mercredi 4 avril 1990, 521 mots, p. 26

Le Salon européen de la bande dessinée Le Japon et Jacobs en vedette à Grenoble, LABE Yves Marie.

Le Monde, vendredi 13 juillet 1990, 652 mots, p. 24

Questions de ressemblance, GROENSTEEN Thierry.

Le Monde, vendredi 29 janvier 1993, 1455 mots, p. 26

ANGOULÊME 20 ANS L'âge de raison, NOIVILLE Florence.

Libération, LIVRES, jeudi 25 janvier 1996, 390 mots, p. 12

Smooch, ungh, aughhhh: les mangas en VF Introduite en France par Glénat en 1993, la bande dessinée japonaise représente un gros chiffre d'affaires, BONNET Philippe

Le Monde, vendredi 26 janvier 1996, 320 mots, p. 25

Le 23 Festival de la BD, à Angoulême, sacralise ses stars ; Les "mangas" font la fortune de Jacques Glénat, SUBTIL Marie Pierre.

Le Monde, lundi 17 juin 1996, 662 mots, p. 25

La planète manga, MAURASIN Olivier.

Le Monde, vendredi 24 janvier 1997, 904 mots, p. 25

Le "phénomène manga" fait rêver les éditeurs français, LABE Yves Marie.

(Dossier d'une page consacré au 24^{ème} festival de la bande dessinée du 23 au 26 janvier 1997 à Angoulême)

Le Figaro, no. 16351, mercredi 12 mars 1997, 422 mots, p. 29

Ouverture du 17^e Salon du livre, Manga, mode d'emploi, DELCROIX Olivier.

Le Figaro, no. 16656, mardi 3 mars 1998, 531 mots, p. 29

SOIRÉE THÉMATIQUE « Manga, Mangaka », Arte, 21 h 45, *Faut-il brûler les mangas ?*
DELCROIX Olivier.

L'Humanité, Jeudi 25 janvier 2001

L'or des mangas.

Le Monde diplomatique, lundi 1 octobre 200, p. 16, 17.

Le négationnisme dans les mangas, PONS Philippe.

Libération, no. 7011, jeudi 27 novembre 2003, 1289 mots, p. 1, 2, 3

Le Japon et ses mangas sont les invités du Salon du livre de jeunesse de Montreuil. Examen d'un phénomène qui mélange eau de rose et vitriol. Vas-y manga, LORET Eric.

Le Point, no. 1637, jeudi 29 janvier 2004, 181 mots, p. 20

Jacques Glénat : Le pape de la bulle, QUINDROIT Anthony

Le Point, no. 1655, jeudi 3 juin 2004, 305 mots, p. 72

Le manga qui fait mal à l'hôpital, ONO Christophe

Le Point, no. 1689, jeudi 27 janvier 2005, 635 mots, p. 110

Manga attaque ! ONO Christophe

Le Figaro, no. 18961, jeudi 21 juillet 2005, 794 mots, p. 2

EN VUE De passage à Paris, le créateur de manga nippon a reçu les insignes de chevalier des Arts et Lettres. Otomo : Akira ou la colère des hommes, DELCROIX Olivier.

Le Figaro, no. 19124, vendredi 27 janvier 2006, 415 mots, p. 28

Le manga, planche de salut de la bande dessinée, DROMARD Thiébault.

Aujourd'hui en France, lundi 8 mai 2006, 161 mots, p. 27

« *Best of Golgo 13* », de Saito Takao, Éd. Glénat, 1 328 p., 20.

Le Point, no. 1760, jeudi 8 juin 2006, 205 mots, p. 108

Le vin a son Manga ! ONO Christophe -dit-Biot; DUPONT Jacques.

Le Point, no. 1766, jeudi 20 juillet 2006, 934 mots, p. 68

Les cinglés du manga, MEYNIAL Claire

AFP Infos Françaises, mardi 26 septembre, 286 mots, 2006

Handibasket, gastronomie ou rock'n'roll: aucun sujet n'échappe au manga.

AFP Infos Françaises, mercredi 22 novembre, 725 mots, 2006

Le courrier du manga.

Aujourd'hui en France, vendredi 8 juin 2007, 107 mots, p. 28

3 : le nombre d'éditeurs (Glénat, Kana et Pika) qui se partagent les trois quarts du marché national.

Libération, no. 8675, samedi 28 mars 2009, 462 mots, p. 19

Dans manga y a du vin, GROS Marie-Joëlle et MALLAVAL Catherine.

Le Soir, mardi 4 août 2009, 716 mots, p. 21

Entretien Jacques Glénat est entré dans l'histoire comme l'homme par qui le manga a débarqué en Europe, COUVREUR Daniel.

AFP Doc, vendredi 11 septembre 2009, 439 mots

"Les gouttes de Dieu", le manga qui fait découvrir le vin, CHABROL Dominique.

Le Figaro Magazine, no. 20272, samedi 3 octobre 2009, 523 mots, p. 100

Jacques Glénat ; Quarante ans dans ses bulles, DARY Thibault.

La Croix, no. 38586, jeudi 11 février 2010, 327 mots, p. 26

Jacques Glénat, principal éditeur indépendant de bandes dessinées. Il a érigé un temple de la BD à Grenoble, TOSSERI Bénévent.

LeSoir, mardi 17 août 2010, 97 mots, p. 31

One-Piece détrône Astérix.

La Croix, no. 38880, jeudi 27 janvier 2011, 721 mots, p. 14

Voyage au pays du manga, DREYFUS Stéphane.

La Croix, no. 38991, mercredi 8 juin 2011, 348 mots

« One Piece », manga de la marine Numéro un des ventes en France et au Japon, cette série de mangas retrace les aventures d'un équipage de pirates, AUFFRET-PERICONE Marie.

Le Figaro.fr, publié le 14/03/2012

Les mangas contre-attaquent, Françoise DARGENT.

Le Figaro, no. 21032, jeudi 15 mars 2012, 198 mots, p. 4

L'origine du mot : le nom manga.

Le Monde, mardi 20 mars 2012, 404 mots, p. 17

Le manga s'est enraciné en France, où il représente une BD vendue sur trois, Beuve-Méry Alain.

Le Point, no. 2082, jeudi 9 août 2012, 510 mots, p. 79

Peur sur le manga, BRETHES Romain.

Le Figaro.fr, mardi 28 août 2012, 778 mots

Le Club Dorothee, berceau de l'industrie du manga en France, WOITIER Chloé.

Le Monde.fr, 03 novembre 2012, 857 mots

A quand un manga Prix d'Angoulême ?, POTET Frédéric.

Courrier international, no. 1160, France, jeudi 24 janvier 2013, 1299 mots, p. 26

Une révolution nommée manga, SHINJI Inada.

Le Monde.fr, vendredi 9 août 2013, 1856 mots

Goldorak, héraut du manga.

Le Monde, samedi 10 août 2013, 529 mots, p. 5

Bientôt un studio manga français ?

Lemonde.fr, 10 juillet 2014, 2015 mots

Comment « Drangon Ball » a traversé les générations ? AUDUREAU Willian.

AFP Infos Françaises, lundi 26 janvier 2015, 299 mots

La BD et le manga en chiffres.

Le Monde.fr, jeudi 29 janvier 2015, 1055 mots

Le manga d'Otomo enfin sacré à Angoulême.

Libération.fr, vendredi 30 janvier 2015, 1203 mots

Otomo sacré à Angoulême, le manga consacré.

Presse régionale :

Sud Ouest, Bordeaux, dimanche 5 novembre 1989, 439 mots, p. 48

48 BLOC-NÔTES PIERRE PASCAL a preuve est...

Sud Ouest, Gironde, dimanche 21 avril 1996, 317 mots, p. 32

Planète Manga, PASCAL Pierre.

Ouest-France, Toutes éditions, samedi 29 janvier 2005, 296 mots, p. 1

La BD asiatique prend sa place au festival d'Angoulême. La positive attitude du manga, ALEXANDRE Xavier.

Le Progrès, Lyon, lundi 19 septembre 2005, 347 mots, p. 30

La folie manga, TAPISSIER David.

Le Parisien, lundi 8 mai 2006, 161 mots, p. 27

Un pavé manga très attendu, SAINT-CRICQ Renaud.

Ouest-France, dimanche 11 mars 2007, 229 mots, p. 11

Osamu Tezuka, le « Hergé » du manga, publié en France.

Ouest-France, lundi 4 juin 2007, 496 mots

En BD, Glénat rime aussi avec manga et Akira.

Sud Ouest, lundi 28 avril 2008 129 mots, p. 6

FANA'MANGA. Les mangas ont toujours la cote.

Ouest-France, Bretagne, vendredi 10 octobre 2008, 457 mots, p. 11

Du Levant au Ponant, les amateurs de manga à la fête.

Le Progrès, Lyon, dimanche 2 novembre 2008, 587 mots, p. 26

Et Katsuhiko Otomo créa Akira ! Les grands rendez-vous à la loupe, MAURIN Nadine.

Le Progrès, Lyon, jeudi 6 novembre 2008, 324 mots, p. 34

Mangamania, MAURIN Nadine.

Ouest-France, samedi 27 décembre 2008, 145 mots, p. 1

Otomo, le Moebius du manga, GUIBERT Christelle.

Ouest-France, lundi 2 février 2009, 250 mots, p. 4

Jacques Glénat, quarante ans de BD, BESSEC Alain.

Ouest-France, dimanche 18 octobre 2009, 535 mots, p. 7

Jacques Glénat, 40 ans de passion pour la BD, BESSEC Alain.

Sud Ouest, Charente, vendredi 29 janvier 2010, 257 mots, p.5

Le manga décrypté dans le texte.

Ouest-France, mardi 26 octobre 2010 345 mots, p. 1 Livres

Du manga dans le biberon, Christelle GUIBERT

Le Progrès, Lyon, lundi 15 novembre 2010, 272 mots, p. 18

Le mois du manga à la médiathèque intercommunale.

Ouest-France, dimanche 18 mars 2012, 252 mots

Le manga rajeunit les allées du Salon du livre, GUIBERT Christelle.

Le Progrès, Lyon, dimanche 22 avril 2012, 160 mots, p. 323

Part-Dieu Un défilé de héros de manga inédit a été organisé par la librairie Glénat.

Paris-Normandie, dimanche 23 septembre 2012, 125 mots

Romans manga.

Nord Éclair, lundi 8 octobre 2012, 369 mots, p11

La bibliothèque ne tire pas un trait sur le manga, loin de là !

Paris-Normandie, dimanche 25 août 2013, 137 mots, p. 22

Manga philosophique.

Courrier picard, vendredi 30 janvier 2015, 213 mots, p.3

Le Grand Prix 2015 à un grand nom du manga.

Presse spécialisée :

Presse économique et financière

La Tribune, jeudi 21 novembre 1996, 419 mots

Le succès de Glénat illustré par les « Manga ».

Les Echos, no. 18724, vendredi 23 août 2002, 522 mots, p. 20

Sorti de l'âge d'or, le manga japonais rêve de conquête internationale Confrontés à un vieillissement de la population japonaise et au développement de nouvelles formes de loisirs, les éditeurs de mangas cherchent à se développer hors du Japon, BARROUX David.

L'Expansion, no. 0694, mardi 1 février 2005, 180 mots, p. 16

Le manga dope la BD française, MEIGNAN Géraldine.

La Tribune, vendredi 31 mars 2006, 506 mots, p. 20

Le groupe Glénat reste bien ancré à Grenoble, GOYET Hélène.

La Tribune, samedi 27 mai 2006, 489 mots, p. S15

Jacques Glénat Une potion magique appelée bande dessinée, SARFATI Sonia.

Les Echos, no. 20096, vendredi 25 janvier 2008, 1131 mots, p. 13

Le festival de la bande dessinée d'Angoulême met le genre à l'honneur : La France, l'autre pays du manga, PHILIPPE Guillaume.

Les Echos, mercredi 22 octobre 2008, 321 mots

EuropaCorp s'associe avec les Editions Glénat.

LSA, jeudi 10 septembre 2009, 1204 mots

Le manga fait vibrer les ados.

Capital, 22 octobre 2010

Jacques Glénat, PDG des éditions Glénat, a toujours une case d'avance, LECOMTE Francis.

Les Echos, no. 21146, vendredi 16 mars 2012, 1242 mots, p. 9

Le manga à l'âge adulte, BARROUX David.

Presse culturelle

Télérama, no. 2875, samedi 19 février 2005, 1267 mots, p. 9

Le manga se lève à l'ouest, JARNO Stéphane.

Le Monde de l'Éducation, lundi 1 janvier 2007, 1095 mots, p. 50

Sous le signe d'Hokusai, la déferlante manga.

Le Spectacle du Monde, no. 562, mardi 1 décembre 2009, 916 mots, p. 68

Glénat Le couvent des 40 printemps, PASAMONIK Didier.

Presse scientifique

L'Histoire, no. 333, mardi 1 juillet 2008, 2141 mots

Naissance d'une puissance. Le manga, enfant de la Bombe ? BOUISSOU Jean-Marie.

Le Magazine Littéraire, no. 517, jeudi 1 mars 2012, 1005 mots, p. 8

L'empire du manga, BOUISSOU Jean-Marie.

Site web spécialisé BD/Manga

Entretien avec POUPÉE Karyn, auteure de *L'histoire du manga* :

<https://www.actuabd.com/Karyn-Poupee-1-2-J-ai-envie-que>

Entretien avec FERRAND Stéphane, directeur éditorial pour « Glénat Manga » jusqu'en 2015 :

<https://www.actuabd.com/Stephane-Ferrand-1-2-Gerer>

<https://www.actuabd.com/Stephane-Ferrand-2-2-Ne-confondons>

Entretien avec HERMAN Paul, directeur éditorial de la société belge des éditions Glénat :

<https://www.actuabd.com/Paul-Herman-Des-qu-un-projet-est-signé-tout-Glenat-doit-l-accompagner-du-mieux-que-l-on-peut>,

Article d'Actuabd sur *Akira* et ses rééditions :

<https://www.actuabd.com/Akira-version-Ultime>

MangaNews, bilan annuel sur le Manga en France de 2010 à aujourd'hui :

<https://www.manga-news.com/index.php/report/Bilan-Manga-news-2010/5>

Chronique critique mensuel sur le Manga de 2010 à aujourd'hui :

<http://www.bodoi.info/le-monde-du-manga-3/>

Article de *Monde du livre*, Le marché du manga en France, 2014 :

<https://mondedulivre.hypotheses.org/192>