

- Les droits dérivés au cœur des stratégies éditoriales **PAGE 64**
- Entretien avec Eléonore de Prunelé (Europa Glénat) **PAGE 66**
- Six auteurs en vue en 2009 **PAGE 68**
- Le marché reste bien orienté **PAGE 70**
- Le fonds en petit format **PAGE 70**
- Les chiffres du secteur **PAGE 72**

PAR ANNE-LAURE WALTER ET FABRICE PIAULT

- Bibliographies : 747 nouveautés BD **PAGE 75**
414 nouveautés mangas **PAGE 86**

PAR NICOLAS VERRY, AVEC CLÉMENT TRAPON (ELECTRE BIBLIO)

"GARFIELD TV SERIES" © 2008 DARGAUD MEDIA © PAWS "GARFIELD" & GARFIELD CHARACTERS TM & © PAWS INC.

BANDE DESSINÉE

Quel salut hors de la case ?

Alors que le 36^e Festival d'Angoulême soulignera, du 29 janvier au 1^{er} février, la maturité d'un marché en croissance continue depuis quatorze ans, les éditeurs de BD consolident leur activité droits dérivés pour s'imposer comme gestionnaires de droits multisupports. Un axe conforté par le succès du film *Largo Winch*, des jeux à gratter *XIII*, des menus *Titeuf* de McDonald's et de multiples initiatives jusque dans la téléphonie mobile.

L'évolution des marchés et les passerelles toujours plus nombreuses jetées entre les différents arts visuels ont fait aujourd'hui des droits dérivés une source de revenus supplémentaires et un axe majeurs pour la solidité de l'édition de bande dessinée. En interne, les éditeurs s'attachent à mieux structurer la vente des personnages ou des scénarios sous des formes déclinées en licences ou droits audiovisuels. « *Les droits dérivés deviennent plus que jamais fondamentaux dans ce métier* », souligne Fabrice Giger, aux Humanoïdes associés.

Faire sortir les personnages de leur case demeure une tradition de la branche. Mafalda, Tintin ou Lucky Luke se déclinent depuis longtemps en dessins animés, figurines ou paires de chaussettes. « *Depuis trente ans, Amora décore ses verres avec les héros de bandes dessinées* », s'enorgueillit la marque de moutarde sur une plaquette de communication. Et nombreux sont les produits banalisés comme les confiseries, le linge ou la papeterie à avoir besoin de s'accrocher à un nom plus connu pour sortir de l'anonymat. Par essence, la licence ne concerne qu'une poignée de personnages stars, et la marge de progression de cette activité est extrêmement limitée par de nouvelles



Tout concourt au rapprochement entre le 7^e et le 9^e art : la proximité d'univers visuels, la popularité des personnages, l'arrivée à l'âge adulte des lecteurs nourris de BD dont certains sont devenus réalisateurs ou producteurs, les progrès techniques des effets spéciaux qui permettent toutes les fantaisies.

Création des feuillets *Garfield* chez Ellipsanime, propriété de Média Participations, à Paris.

concurrences. « *Le monde entier est une marque, et le héros de BD est non seulement confronté à la concurrence traditionnelle des héros de dessins animés, mais aussi désormais à celle de "marques" comme Zidane, Coca Cola ou Chanel*, analyse Claude de Saint-Vincent, le directeur général délégué de MédiaParticipations. *Tout est aujourd'hui support à licence.* »

Sur grand écran. Les adaptations audiovisuelles sont en revanche en plein développement. Les bulles explosent sur grand écran et, phénomène plus récent encore, avec succès ! *Largo Winch* a attiré 1,4 million de Français dans les salles obscures pendant les fêtes, *Batman* avec *The Dark Knight* a réalisé 3,4 millions d'entrées l'an passé. Sans parler des 14 millions de spectateurs pour *Astérix et Cléopâtre* réalisé par Alain Chabat. Les projets se bousculent. L'adaptation de *Quartier lointain* de Jiro Taniguchi (Casterman) est en cours de tournage. Casterman a cédé les droits audiovisuels du *Tueur* de Jacamon et Matz à la société de production de Brad Pitt, et ceux d'*Adèle Blanc-Sec* de Tardi à Luc Besson. Prochainement, le public pourra découvrir sur grand écran *Lucky Luke* avec Jean Dujardin et, peut-être, si Hollywood trouve enfin un

acteur pour l'incarner, *Tintin* par Spielberg, qui fera du héros d'Hergé un des premiers héros de la BD franco-belge à séduire les studios outre-Atlantique.

Tout concourt au rapprochement entre le 7^e et le 9^e art : la proximité d'univers visuels, la popularité des personnages, l'arrivée à l'âge adulte des lecteurs nourris de BD dont certains sont devenus réalisateurs ou producteurs, les progrès techniques des effets spéciaux qui permettent toutes les fantaisies. Le mariage entre cinéma et bande dessinée est consommé, ce qui fait dire à Louis Delas, le P-DG de Casterman et Fluide glacial, que « *leurs rapports sont arrivés à maturité. Les producteurs sont conscients que la BD n'est pas pour eux la panacée, mais aussi qu'elle est porteuse d'univers graphiquement forts* ». Les producteurs piochent allègrement dans les catalogues des éditeurs. « *La BD est un réservoir d'images extraordinaires* », affirmait Luc Besson lorsqu'il a présenté la société qu'il vient de créer avec Jacques Glénat pour gérer les droits audiovisuels de l'éditeur (voir encadré p. 66).

Les ponts entre les deux mondes existent déjà. Des gens de cinéma acquièrent des parts de maison d'édition : MK2 possède 49 % du capital d'Emmanuel Proust, et le >>>

« LA BD FRANÇAISE EST RECONNUE POUR SES SCÉNARIOS »

Pour la nouvelle responsable d'Europa Glénat, Eléonore de Prunelé, il faut éduquer les interlocuteurs étrangers qui connaissent mal la BD franco-belge.

Pour partir à l'assaut des studios américains, le groupe Glénat s'est associé en novembre dernier à EuropaCorp, la société de production et de distribution de films de Luc Besson. Et pour trouver des débouchés audiovisuels aux albums, Eléonore de Prunelé a pris la tête du navire. Après avoir vogué dans le monde du cinéma comme agente à Los Angeles puis responsable brièvement des acquisitions à TF1 International et trois ans à Londres au sein de Focus Features (Universal), elle est arri-

vée il y a un an et demi chez EuropaCorp.

Vous vous occupez déjà du service des acquisitions.

Qu'est ce qui vous a attirée dans le projet de Glénat ?

Quand j'en ai entendu parler, j'ai sauté sur l'occasion. Je viens des Etats-Unis, j'ai la culture du comics et, pour moi, c'est tout à fait naturel de faire le pont entre BD et cinéma. Au sein du service des acquisitions, je suis une tête chercheuse qui débusque à l'étranger les projets de films intéressants pour les diffuser en France. J'étends simplement



mon terrain d'investigation à un catalogue d'éditeurs, riche de 8 000 titres.

Qu'allez-vous faire dans les prochains mois ?

Je gère tous les types de droits audiovisuels (télé, DVD...) et fais le tour des chaînes de télévision en France, des producteurs en Europe. En matière de cinéma, mon premier gros rendez-vous se fera dès ce mois-ci. Je vais avec Luc Besson aux

Etats-Unis à la rencontre d'une quinzaine de scénaristes, producteurs et réalisateurs.

Hollywood est toujours en panne d'idées et sa grande force est de savoir puiser les idées chez les autres, attirant des talents du monde entier. Pour nous, il s'agit d'une opération de séduction car le marché de la BD en France est peu connu à l'étranger. Il faut éduquer nos interlocuteurs sur le potentiel de ces albums qui ont une grande liberté créative.

Les Américains sont déjà servis en matière de BD, et

les comics de Marvel, par exemple, sont adaptés depuis longtemps. Quels sont les atouts de la BD franco-belge ?

Les auteurs de comics américains sont très bons quand il s'agit de fabriquer des « franchises », c'est-à-dire des personnages que l'on peut décliner sous plusieurs formes. Par opposition, la bande dessinée franco-belge propose des concepts, des histoires fortes. Elle est reconnue et recherchée à l'étranger pour la qualité de ses scénarios.

PROPOS RECUEILLIS PAR A.-L. W.

>>> producteur Pierre Spengler reste depuis 2004 l'actionnaire principal des Humanos. De plus, nombreux sont les auteurs à s'essayer au métier de scénariste. « On vient chercher les auteurs de BD, car aujourd'hui la BD c'est très branché », constate Emmanuel Proust, P-DG des éditions éponymes. D'ailleurs Bruno Pradelle et Olivier Thomas, qu'il édite, participent à l'adaptation pour le grand écran de *Sans pitié*.

Les auteurs derrière la caméra. Maintenant, à l'instar des romanciers Philippe Claudel ou Eric-Emmanuel Schmitt, et dans la foulée de Marjane Satrapi avec *Persepolis*, les dessinateurs de BD passent de l'autre côté de la caméra. « La tendance est que les auteurs fassent eux-mêmes leur adaptation. Les sociétés de production jouent un rôle d'accompagnateur », remarque Sébastien Gnaedig, le directeur éditorial de Futuropolis qui a publié *Les petits ruisseaux* de Pascal Rabaté. L'auteur l'a adapté et commence le tournage avec Pierre Richard, Macha Méril et Mylène Demongeot. De même Zep travaille sur *Titeuf* pour le cinéma d'ici à la fin 2009, Riad Sattouf tourne *Une histoire de puceau*, adapté de *Retour au collège*, prévu pour le 3^e trimestre et Joann Sfar tourne l'adaptation du *Chat du rabbin*. Marguerite Abouet et Clément Oubrerie planchent sur *Aya de Yopougon* (Gallimard Jeunesse) qui entre en production pour une sortie en 2010 ou 2011.

Le petit écran aussi affectionne les bulles. Média Participations a investi 7 millions d'euros pour concevoir les 52 épisodes de la première saison de *Garfield* diffusée sur France 3 depuis décembre. « En France, il y a depuis des années un intérêt permanent pour les animations télévisées », note Guy Delcourt. Le P-DG de Delcourt proposera à la rentrée 2009, sur M6, *Les blagues de Toto* avec Alphanim (filiale de Gaumont). « C'est un projet très important étant donné le succès de la série BD, explique-t-il. Nous voulons aussi lancer des jeux, des jouets, des fournitures scolaires, etc. »



OLIVIER DION

Car outre l'aspect financier sur lequel les éditeurs sont assez peu diserts, tous ces produits dérivés renforcent la notoriété du personnage. « La licence est aussi un outil important de promotion, explique Claude de Saint-Vincent. Pour nous, quand la Française des jeux vend des millions de tickets à gratter XIII, c'est une merveilleuse campagne de publicité. » C'est un cercle

« La tendance est que les auteurs fassent eux-mêmes leur adaptation. Les sociétés de production jouent un rôle d'accompagnateur. » Sébastien Gnaedig, Futuropolis

vertueux. « Plus nous développons l'audiovisuel, plus cela génère des droits dérivés et plus ça fait vendre des livres », résume Jacques Glénat. Même si la notoriété d'une licence

n'est pas automatiquement proportionnelle aux ventes en librairie, à l'image de Cubitus ou d'Achille Talon, plus populaires comme licences qu'en albums.

Les éditeurs reprennent la main. Face à cette montée en puissance des ventes de droits, les éditeurs qui disposaient déjà de services dédiés à cette activité les renforcent. Delcourt a embauché une quatrième personne aux droits. Sophie Lévy a rejoint il y a deux ans Casterman pour prendre en charge les négociations audiovisuelles, et Bamboo a recruté Catherine Loiselet (ex-Soleil) pour gérer tous les dérivés.

C'est aujourd'hui une nécessité de proposer toute la panoplie de services pour rassurer les auteurs mais aussi pour attirer les éditeurs étrangers. Pour Média Participations qui dispose de studios de production et d'une société, Média Toon Licencing pour gérer les licences, la professionnalisation a payé puisque les Japonais les ont laissés pour la première fois gérer une licence sur le >>>

Six auteurs en vue en 2009

Roba

DUPUIS



Le 50^e anniversaire de *Boule et Bill*.

La célébration du 50^e anniversaire de *Boule et Bill*, paru pour la première fois le 24 décembre 1959 dans *Spiro*, commencera avec l'exposition présentée du 29 janvier au 1^{er} février à Angoulême (place de l'Hôtel-de-Ville) avant de tourner à Bruxelles et dans d'autres villes, en partenariat avec la Société protectrice des animaux. En mai, le fonds de la série fera l'objet d'une nouvelle édition en petit format, avant le lancement en novembre du premier titre de *Boule et Bill* signé Laurent Verron d'après Roba, *Le lac aux requins*, et d'un album-

hommage, *Roba illustrateur* (Dargaud).

Bilal

Deux ans seulement après la fin de sa quadrilogie *Le sommeil du monstre*, Enki Bilal revient le 11 mars avec un récit complet de près de 100 pages en couleur, *Animal'z*, une sorte de « western fantastique, aquatique et futuriste, plus aérien que ses précédents albums, mais toujours réalisé case à case », indique-t-on chez son éditeur, Casterman.

Pratt

Dans la foulée de l'édition d'un recueil d'illustrations, *Périple secrets* (Casterman, 11 mars), deux expositions, à Cherbourg sur son travail graphique (avril-septembre) et au musée des Invalides, à Paris, sur la guerre à travers son œuvre (juin-octobre) jalonneront une nouvelle « année Hugo Pratt ». En

vrac : les tomes 2 (mars) et 3 (fin d'année) de *Sergent Kirk*, chez Futuropolis ; la fin de l'édition poche de *Corto Maltese* et l'inauguration d'un format « intermédiaire » ; une aventure militaire jamais publiée en France, située pendant la Seconde Guerre mondiale (Casterman, juin) ; un album inédit en noir et blanc réalisé juste avant le

CASTERMAN



Corto Maltese.

lancement de *Corto Maltese* (Casterman, fin août) ; un guide sur Venise avec Hugo Pratt (Casterman/Lonely Planet, à la rentrée) ; un livre de textes de musicologues, avec trois CD de musiques qui auraient pu accompagner Corto dans ses pérégrinations (Casterman, automne).

Sfar

Tout en travaillant activement sur son adaptation en long-métrage d'animation du *Chat du rabbin* et sur son film sur la vie de Serge Gainsbourg, tous deux annoncés pour 2010, Joann Sfar lancera cette année le premier tome



OLIVIER DION

Joann Sfar.

de plus de 100 pages en couleur d'une nouvelle série, *L'ancien temps*, une aventure d'« heroic fantasy niçoise », où l'« on suit un jeune héros d'une quinzaine d'années, avec plein de créatures fantastiques », indique son éditeur, qui précise que ce projet d'abord envisagé sous la forme d'un roman a mûri pendant quatre ans (Gallimard, mai ou juin).



FABRICE PAULT/11H

Albert Uderzo.

Uderzo

A l'occasion du cinquantenaire d'*Astérix*, créé par René Goscinny et Albert Uderzo le 29 octobre 1959 dans le magazine *Pilote*, Uderzo publiera le 22 octobre chez Albert-René un nouvel album de la série composé d'histoires courtes inédites. Une exposition est également prévue (voir LH 759, du 9.1.2009, p. 56).

F. P.

OLIVIER DION



Enki Bilal.

>>> marché français, et pas des moindres, celle de *Naruto* (hors jeu vidéo et jouets). « Pour faire un succès, on ne peut se cantonner à un seul domaine, clame Claude de Saint-Vincent. Dans un monde multimédia il faut faire sortir le personnage de sa case. »

Les éditeurs reprennent donc la main pour séduire leurs partenaires mais aussi pour ne pas se faire imposer les règles du jeu par le monde du cinéma. Olivier Sulpice, à la tête de Bamboo, reste méfiant : « Je freine. Je ne vends pas

une licence dès le tome 1 afin de parler d'égal à égal avec les producteurs qui essaient souvent d'acheter les droits au tout début pour les payer moins cher. »

Des stratégies multisupports. Cette mutation des structures d'édition marque surtout une redéfinition du métier. « D'entreprise qui ne faisait que du livre, nous devenons une société qui gère des propriétés intellectuelles », résume Fabrice Giger. De jeunes maisons comme



Maquette du musée Hergé à Louvain-la-Neuve (Belgique).

ATELIER CHRISTIAN DE PORTZAMPARC

Ankama, venant du DVD et du jeu, jonglent d'ailleurs entre tous les supports sans faire de distinctions. L'éditeur se fait gestionnaire multimédia avec l'émergence, il y a un mois, d'une nouvelle forme d'exploitation : la BD numérique. Relay.fr et lekiosque.fr se partagent pour le moment le marché de la diffusion de ces albums dématérialisés vendus 4,90 euros. Une différence cependant, l'un propose la BD à télécharger en PDF, l'autre à lire en « streaming », c'est à dire directement en ligne. Lekiosque.fr qui existe depuis deux ans a lancé son offre le 15 décembre dernier avec Lanfeust qui a recueilli 7 000 cyber-lecteurs. 500 titres seront disponibles au moment d'Angoulême provenant des catalogues de Soleil, Paquet, Ça et là... Relay.fr débute avec 75 titres des Humano et ceux de Soleil.

« On ne peut pas proposer une offre de BD destinée aux 15-25 ans sans faire de BD numérique, affirme Hervé Langlois, le directeur marketing et commercial de Soleil, qui propose donc son offre numérique aux deux diffuseurs. La première chose que fait notre cible en se réveillant, c'est allumer un ordinateur ! » Pour l'instant la BD est juste une transposition du papier sur l'écran, « mais à l'avenir nous ne pourrions pas commercialiser deux produits identiques, poursuit-il. La BD numérique telle qu'elle est aujourd'hui ne peut être qu'un cadeau gratuit que l'on fait à un acheteur de l'album papier. Nous n'en sommes qu'aux prémices. Un nouveau média est né, à nous de trouver une forme adaptée. Quoi de plus stimulant ! » La plupart des éditeurs restent cependant prudents à l'instar de Guy Delcourt qui « regrette une profusion de propositions extrêmement anarchique pour l'instant. Ce serait une erreur de se précipiter, ce serait un très mauvais signal. Dans une période où il est nécessaire de retrouver des modèles économiques viables, il faut réfléchir, discuter entre éditeurs et nous concerter avec les auteurs. »

Des BD sur les mobiles. D'autant qu'un autre type de support arrive, le téléphone portable. Les annonces de lancement de BD pour mobiles pourraient bien rythmer le prochain Festival d'Angoulême, dont la sélection officielle est d'ailleurs visible sur iPhone grâce à un procédé commercialisé par Ave ! Comics. Fluide glacial proposera une offre pour iPhone fin janvier avec *Les péchés mignons*, d'Arthur des Pins. Chez Média-Participations, François Pernot annonce le développement par les studios du groupe « de plus en plus de formats courts, jusqu'à quelques minutes (comme pour la Coccinelle ou Kid Pad-dle), qui sont adaptés à un maximum d'écrans ». Le dernier album des aventures de *Lucky Luke* a fait à son tour son apparition le 5 décembre dans le catalogue de l'Apple Store.

Yannick Lacoste, P-DG de Mobilire, une société qui adapte les BD aux portables, prévoit « du mouvement pour 2009. En effet, les opérateurs de téléphonie sont sur un marché stagnant voire diminuant, ce qui est inédit après des années de croissance à deux chiffres. Ils vont être demandeurs de contenus. Or la BD est un produit à forte valeur ajoutée et la parution d'un album d'une série à succès est un événement national ». Une carte à jouer pour les éditeurs à condition de trouver un modèle économique et de ne pas perdre le contrôle de leurs droits.

ANNE-LAURE WALTER, AVEC F. P.

« Pour faire un succès, on ne peut se cantonner à un seul domaine. Dans un monde multimédia il faut faire sortir le personnage de sa case. »
Claude de Saint-Vincent
(Média Participations)



OLIVIER DION

EYROLLES

Les manuels de la BD, la collection pour apprendre à créer sa BD !



NOUVEAU
Tome 6
96 pages - 22 €
978-2-212-12298-5



Tome 1 - 96 pages - 20 €
ISBN : 978-2-212-12076-9



Tome 2 - 96 pages - 20 €
ISBN : 978-2-212-12118-6



Tome 3 - 96 pages - 20 €
ISBN : 978-2-212-12191-9



Tome 4 - 96 pages - 20 €
ISBN : 978-2-212-12193-3



Tome 5 - 96 pages - 22 €
ISBN : 978-2-212-12297-8

« On ne peut pas proposer une offre de BD destinée aux 15-25 ans sans faire de BD numérique. La première chose que fait notre cible en se réveillant, c'est allumer un ordinateur ! »
Hervé Langlois
(Soleil)

RENDEZ-VOUS
AU FESTIVAL
D'ANGOULÊME 2009 !



DIFFUSION GEODIF

DISTRIBUTION SODIS

MARCHÉ. La BD est moins affectée que d'autres secteurs par le ralentissement des ventes de livres mais, alors que la production progresse toujours fortement, les éditeurs enregistrent plus de turbulences.

Jusqu'ici, tout va (presque) bien...

Chaque année, c'est une nouvelle surprise. Mais oui : globalement, le marché de la bande dessinée reste orienté à la hausse, en 2008 pour la quatorzième année consécutive. Sur les neuf premiers mois de l'année, d'après nos données *Livres Hebdo*/I + C, les ventes de BD au détail ont augmenté de plus de 3 % en euros courants, soit sur le même rythme qu'en 2007, et deux fois plus que la moyenne du marché du livre. Même si le bilan définitif 2008, qui sera connu à la fin janvier, sera peut-être un peu moins favorable du fait de l'accentuation du ralentissement économique en fin d'année, il s'annonce encore relativement positif (1). « Dans un contexte où le marché n'est pas extraordinaire, nous nous en sortons pas si mal, et 2008 a été une bonne année comparée à 2007 », observe le P-DG de Glénat, Jacques Glénat.

Dans le détail, c'est autre chose. « Tandis que le contexte économique est défavorable, le marché de la BD est arrivé

Le secteur connaît une « totale surproduction », s'efface le directeur éditorial de Dargaud, Philippe Ostermann

à la fin d'un cycle ; il a atteint un palier il y a deux ans », estime le P-DG de Delcourt, Guy Delcourt. « Le marché connaît de fortes turbulences », remarque le P-DG de Casterman et de Fluide glacial, Louis Delas, qui revendique « une belle année, en légère progression » en notant qu'au regard du programme « exceptionnel » de la maison en 2008 celle-ci aurait été « extraordinaire en d'autres temps ». Las, « le manga est l'un des seuls secteurs qui reste en progression », assure le président de Pika, Alain Kahn, qui a vu ses parts de marché progresser sensiblement l'an dernier. D'après Ipsos, la part du manga dans les ventes de BD a gagné en 2008 deux points en nombres d'exemplaires, à 37 %, et un point en valeur, à 26 %. Surtout, le secteur connaît une « totale surproduction », s'efface le directeur éditorial de Dargaud, Philippe Ostermann. « Je ne comprends même pas comment on peut sortir autant de livres. »

>>>

LA BD BIENTÔT DANS LA POCHE ?

Les éditeurs profitent de la diversification des formats des bandes dessinées pour proposer certains titres de leur fonds en dimensions réduites.

La BD est-elle soluble dans le poche ? Les tentatives menées il y a vingt ans par J'ai lu avaient laissé un souvenir mitigé. Mais la démultiplication des formats de la bande dessinée induite par le développement parallèle du manga et du roman graphiques rebat les cartes. De Vents d'ouest, dès 2006 avec une compilation des premiers titres de Chabouté, à Soleil, la plupart des éditeurs ont lancé au cours des trois dernières années des expériences toujours plus nombreuses de réédition de titres du fonds en petit format.

Chez Dargaud, qui reprend en petit format chaque cycle terminé de *La compagnie des glaces*, a produit l'été dernier six « petits » *Sylvain et Sylvette* et conçu de même une édition « collector » pour les 50 ans de *Boule et Bill*, le directeur

éditorial Philippe Ostermann demeure très prudent. « Ce sont des tirages limités, ponctuels, qui se situent dans une logique d'animation du fonds », explique-t-il, soulignant aussi la dimension « cadeau » de certaines éditions à format réduit comme celle du *Retour à la terre* ou du *Chat du rabbin*. « Chaque cas est un cas particulier », observe le P-DG de Casterman et de Fluide glacial, Louis Delas, qui plaide pour une stratégie pragmatique tenant compte du fait qu'« il n'y a plus un mais des publics de la bande dessinée ». Les séries *Tintin*, *Les Bidochon* ou encore *Le Chat* en petit format cartonné ? « Ce sont des vagues ponctuelles, sans intention de conservation du fonds sous cette forme. » En revanche, l'intégrale *Alack Sinner* de

OLIVIER DION



Louis Delas (Casterman, Fluide glacial) plaide pour une stratégie pragmatique tenant compte du fait qu'« il n'y a plus un mais des publics de la bande dessinée ».

Muñoz et Sampayo, en deux volumes brochés, constitue bien une nouvelle version du fonds. Et Casterman a lancé il y a un an la collection « Haute densité », 6 titres par an à 16 euros pour donner, de manière très sélective, « une seconde vie poche » à certains cycles de plusieurs albums comme *Le tueur*. Delcourt entend aussi « former du fonds » en petit format en lançant en octobre, avec des tirages de 4 000 à 5 000 exemplaires, la collection de rééditions « Long métrage », qui

reprendra des cycles comme *Légendes des contrées oubliées* ou *Ring circus*. « Les versions initiales resteront en vente, mais leur vraie vie se poursuivra désormais sous cette nouvelle forme », estime le P-DG, Guy Delcourt. Dupuis, qui a déjà tâté le terrain avec de petites éditions du *Choucas*, de *Marzi* ou encore de *Jérôme K. Jérôme*, ne sera pas en reste. La maison lance au début du printemps, avec de nouvelles éditions de *Chute de vélo* de Davodeau et de *Sur la route de Selma* de Tome et Berthet, une collection en format réduit, « Romans Air Libre », qui reprendra au rythme de 6 à 8 titres par an certains titres d'« Aire libre ». Pour le directeur éditorial de Dupuis, Sergio Honorez, « les deux formats coexisteront en librairie ».

F. P.

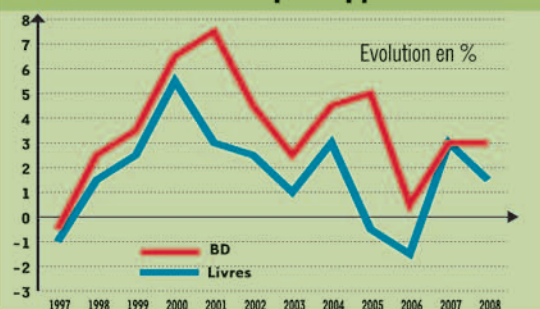
La BD en chiffres

La production de 1997 à 2008



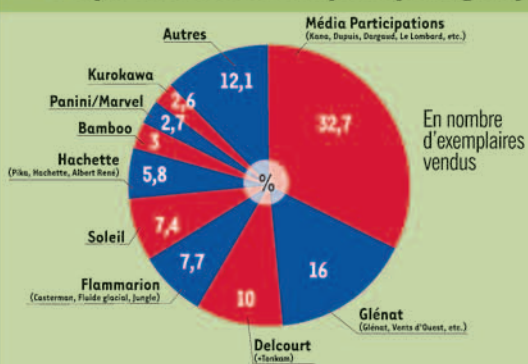
Encore en hausse de 9 % en 2008, la production de bandes dessinées a plus que doublé en cinq ans.

Les ventes de BD par rapport au livre



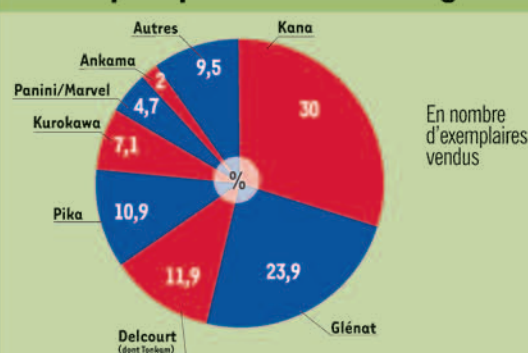
Depuis douze ans, la croissance des ventes de BD est systématiquement supérieure à celle du marché du livre dans son ensemble.

La part des ventes des principaux groupes



Un tiers des 33,6 millions de BD vendues en France en 2008, d'après Ipsos, relève des éditeurs du groupe Média Participations.

Les principaux éditeurs de mangas



Les mangas ont représenté en 2008, d'après Ipsos, 37 % des ventes de BD en nombre d'exemplaires, et 26 % en valeur, contre respectivement 35 % et 25 % en 2007.



OLIVIER DION

« J'ai plutôt tendance à me concentrer sur ce que je sais faire, le contexte n'incite pas à sortir de son domaine. »
Guy Delcourt

» D'après nos données provisoires *Livres Hebdo* Electre (les chiffres définitifs seront connus début février), 4 318 nouveautés et nouvelles éditions en bande dessinée ont été lancées en France en 2008, soit 9 % de plus qu'en 2007. La hausse, deux fois plus importante que celle de la production de livres dans son ensemble (+ 4,5 % sur la même période), est aussi nettement plus marquée que celle du marché. Dès lors, les ventes moyennes au titre baissent, et les écarts se creusent entre les bonnes ventes et les autres.

« Beaucoup de "tome I" n'auront pas de suite. »

Le best-seller marche, nous avons cartonné sur le fonds mais, pour les jeunes auteurs, c'est dur », constate Philippe Ostermann. Convaincu que, chez certains confrères, « beaucoup de "tome I" n'auront pas de suite », il juge « consternante » une stratégie « qui casse le rapport de confiance du lecteur à l'éditeur ». Directeur éditorial de Futuropolis, Sébastien Gnaedig se félicite cependant qu'« il se crée en librairie générale comme spécialisée un pôle de récits complets de BD adulte, qui identifie la BD d'auteur, quel que soit son format ». « En opérant un tri entre les bonnes et les mauvaises stratégies, la période ne manque pas d'intérêt », s'amuse en tout cas Guy Delcourt.

Pour 2009, chez Dargaud, Philippe Ostermann a choisi de mettre l'accent sur trois ou quatre axes prioritaires. Il compte sur le retour d'auteurs prestigieux, avec non seulement un Bretécher en mars, mais aussi en octobre un nouveau Jack Palmer de Pétilon, et en novembre un Martin Veyron, deux auteurs issus d'Albin Michel BD. Au plan des valeurs sûres, le 50^e anniversaire de *Boule et Bill* donnera lieu à diverses initiatives (voir p. 70), un *XIII Mystery* est prévu en fin d'année, et peut-être aussi un *Blake et Mortimer*. Enfin Dargaud se lance dans le « docu-fiction », avec trois titres en janvier : une biographie du dessinateur Charlie Schlingo par Jean Teulé et Florence Cestac (2), un retour de Denis Robert sur *L'affaire des affaires* et un ouvrage sur le génocide arménien.

Les locomotives du premier trimestre. Chez Casterman, Louis Delas s'efforce de rééquilibrer l'activité de l'année en prévoyant des locomotives dès le premier semestre. Un nouveau Bilal, *Animal'z*, est annoncé pour le 10 mars, après l'adaptation en BD du long-métrage d'animation *Valse avec Bachir*, très remarqué à Cannes, dès janvier. La maison lancera par ailleurs à la rentrée une collection « Casterman/Lonely Planet », coéditée avec l'éditeur de guides, où l'on verra Taniguchi, Tardi, Pratt, Schuiten ou encore Miles Hyman visiter Tokyo, Paris, Venise, Bruxelles ou New York. Et *Fluides glaciaux* produira de son côté des « guides coquins ».

Une chose est sûre, prévient Guy Delcourt, « 2009 nous demandera beaucoup d'énergie et de vigilance ». « J'ai plutôt tendance à me concentrer sur ce que je sais faire, le contexte n'incite pas à sortir de son domaine », précise l'éditeur, qui annonce cependant pour le deuxième semestre une collection « Erotix ». De son côté, Gallimard lancera en septembre des séries pour la jeunesse, à partir de sept ans, dans un petit format souple. « Le marché de la bande dessinée reste plein de promesses en continuant à conquérir un public plus vaste et plus diversifié », assure Thierry Laroche, éditeur chargé de la BD chez Gallimard Jeunesse. Il faut en revanche faire attention de maîtriser la production et de publier des titres innovants, forts, bien identifiants.

FABRICE PIAULT, AVEC A.-L. W.

(1) Voir aussi le palmarès des 50 meilleures ventes de bandes dessinées en 2008 dans LH 760, du 16.1.2009, p. 16.

(2) Voir LH 760, du 16.1.2009, p. 47.