



n°0 décembre 2019

**SUPER GUEST** une interview exclusive  
avec Claire Czajkowski

**MINI-JEUX** Comment vaincre  
la procrastination avec Pol ?

**BANDE DESSINÉE** Retrouvez le fameux  
Rick Canyon pour une nouvelle aventure !

# **DOSSIER** Le journal de Mickey est-il tout droit sorti des enfers?

*LE SEUL MAG' QUI S'INTERROGE SUR SA CONDITION DE MAG'*



## ÉDITO

Une « littérature de toilette », c'est souvent comme ça que nous les entendons être qualifiés, plus ou moins avec des sous-entendus. Ils servent d'ailleurs en tant que tel dans de nombreuses salles d'attentes, dont celle de mon médecin traitant ; traînant dans un coin de la pièce, empilés les uns sur les autres, ou bien à même le sol. Ce sont les magazines de bandes dessinées qui ont bercé mon enfance ; ceux-là même qui ont forgé mon envie d'en faire à mon tour. Des années après, que sont-ils devenus ? Au festival de la bande dessinée d'Angoulême, je n'en ai pas croisé beaucoup, à peine un Spirou mag' sous forme de prospectus. Est-ce que les magazines de bandes dessinées sont en train de disparaître ? Non, bien sûr, il en existe toujours des tas, il n'y a qu'à entrer dans un bar tabac pour le voir, les piliers sont toujours debout : Fluide glacial, Picsou, Le Journal de Mickey ; et autour d'eux, une multitude de magazines qui vont et qui viennent. Ce que j'ai surtout découvert au festival d'Angoulême, c'est que ces magazines de bandes dessinées avaient aussi évolué sous d'autres formes, d'autres formats ; sortant, dans la continuité de cette dynamique, des lieux de diffusion habituels. J'ai alors déniché sur les

stands des éditeurs indépendants ainsi que les stands consacrés à la microédition (le Spin Off) nombre d'essais de périodiques qui sont en marge de la presse dessinée dite mainstream (Bien Monsieur<sup>1</sup>, Biscoto<sup>2</sup>, la revue Lagon<sup>3</sup>).

Pour comprendre cette économie, il m'a fallu revenir au tout début de ce qu'était la bande dessinée : des strips dans des journaux. L'évolution de l'imprimerie a permis au fur et à mesure que l'image se développe et par la même occasion, permet l'émergence des magazines ; ils sont issus d'une « maîtrise nouvelle du traitement de la photographie, de la couleur, de l'impression et de la qualité du papier »<sup>4</sup> selon Jean-Marie Charon.

L'apparition des magazines a permis une grande diversification, ainsi qu'une spécification des contenus comme le proposent les magazines de bandes dessinées. En Europe, dans les années 1970, se développent donc des magazines aux personnages mythiques, qui ne laissent que peu de place aux auteurs. Le dessin est uniformisé, sans signature, les magazines vendent des marques. Ce sont les Pif gadget et Journal de Mickey que tous les enfants de cette époque lisaient sans se rendre compte de la guerre

idéologique qui prenait place dans ces lignes éditoriales.<sup>5</sup> Politiques éditoriales et engagements politiques sont alors intrinsèquement liés et se reflètent dans la manière d'éditer les périodiques.

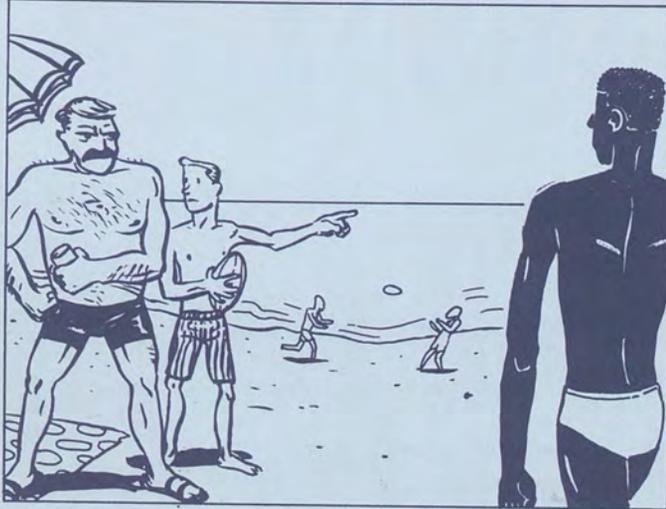
Des personnalités telles que Art Spiegelman et sa femme Françoise Mouly combattent ce manque de diversification graphique et de reconnaissance des auteurs au travers de leur revue Raw démarrée en 1980. D'autres éditeurs suivront par la suite leur exemple en éditant leur propre magazine et en proposant des publications qui sortent de la norme comme le périodique AAARG!. De toute évidence, la bande dessinée a changé de statut et je pense que les magazines y sont pour quelque chose.

*Silène Clarté*





L'INSULTE QUI FIT DE MOÏSE  
UN ÊTRE HUMAIN



# Out of the Trash and into a Treasury

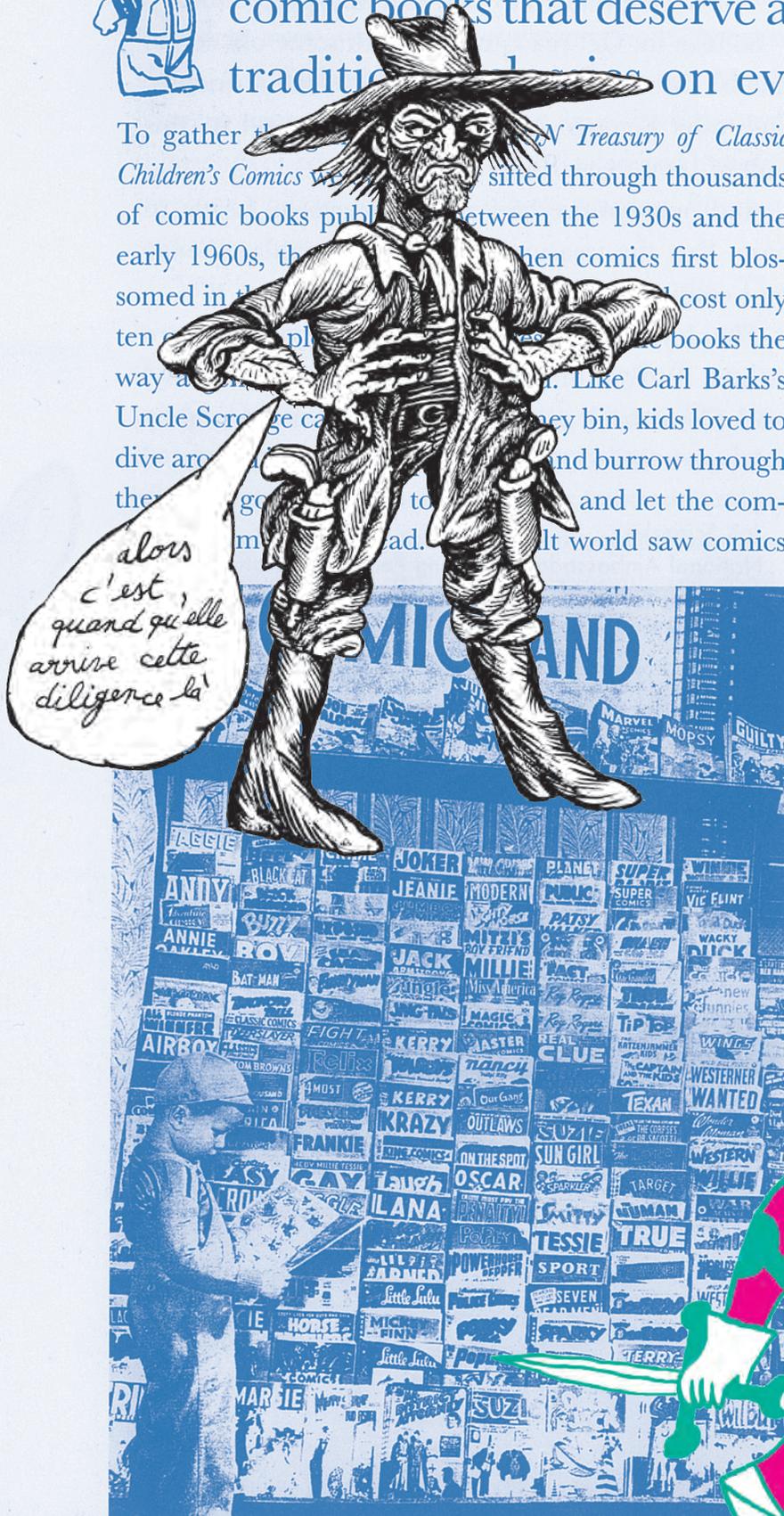
A WORD (AND SOME PICTURES) FOR GROWN-UPS



At last it's possible to test our idea that some of the twentieth-century literature for kids appeared in comic books that deserve an honored place next to the traditional classics on every well-read child's bookshelf.

To gather the material for *A Treasury of Classic Children's Comics*, we sifted through thousands of comic books published between the 1930s and the early 1960s, the time when comics first blossomed in the United States. At a time when they cost only ten cents a pop, comic books were the way a lot of kids got their reading. Like Carl Barks's Uncle Scrooge cartoons, they were fun to read and burrow through. They were also a way to get into the world of the comic book. The world saw comics

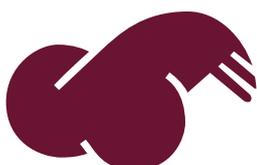
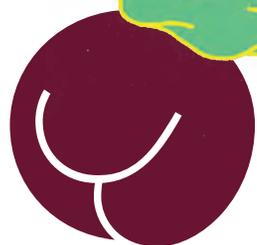
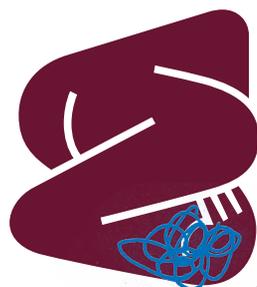
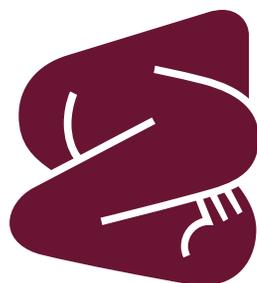
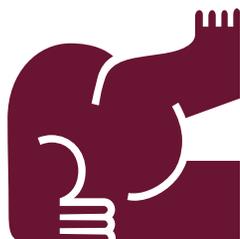
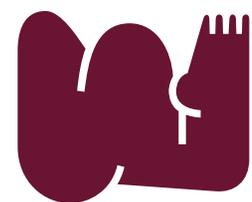
as junk culture—toxic, or at best, harmful. In hipster clothing and Clark Kent glasses, the disreputable comic book confidently straggled into stores, museums, and universities cleverly rebranded as the upwardly mobile “graphic novel.” Long no longer fearful that comics will blunt children's ability to appreciate more traditional kid books, publishers among the greatest champions of the form are now young readers skip past the computer terminal and pick up with objects that look a lot like books.



The first comic books were born in the 1930s. They gathered together popular newspaper strips in family-friendly collections that sold for a Depression-era dime. Reprints like *Famous Funnies* and *Popular Comics* achieved a wide appeal. Soon, having run out of space to reprint at low page rates, publishers turned to original illustrators and writers, down-at-the-heels failed comic strip artists, and even greenhorn writers. They filled their magazines with cheap new material. The medium's kinship to pulp fiction, generally like *Detective Comics* and *Western Picture Stories*, sprang from a rejection of the teenaged science fiction hero who had been rejected by publishers. The comic book became a home for the underdog. Superman introduced the superhero to the masses, but many, to define the word, were not. When the super-hero fad crashed after World War II, the comic book turned to book-reading GIs, not caped crusaders. The jungle, crime, romance, war, and sports genres no longer dominated the newsstand. The immensely popular “funny animal” comic had started appearing in 1940 to appeal to young readers and continued to flourish after the

Newsstand, summer 1948





n°0 décembre 2019

6-8 **AVANT-PROPOS** *État de la presse dessinée en France*

10-20 **DOSSIER** *Bourre-Pif dans le Mickey*

24-29 **INTERVIEW** *Sammy Stein*

30-31 **MÉTHODES D'IMPRESSIONS** *La risographie*

32-37 **MICRO-ÉDITION** *Le spin-Off, le fanzine de BD entre horizontalité et élitisme*

42-43 **INTERVIEW** *Claire Czajkowski*

44-45 **MÉTHODES D'IMPRESSIONS** *La sérigraphie*

46-49 **WEB** *La publication périodique sur internet*

50-61 **INTERVIEW** *Pierrick Starski*

66-67 **MÉTHODES D'IMPRESSIONS** *L'offset*

68-71 **INTERLUDE** *Pendant ce temps là, chez les artistes plasticiens*

74-79 **INTERNATIONAL** *La presse BD à travers le monde*

81-82 *Contre-édito*

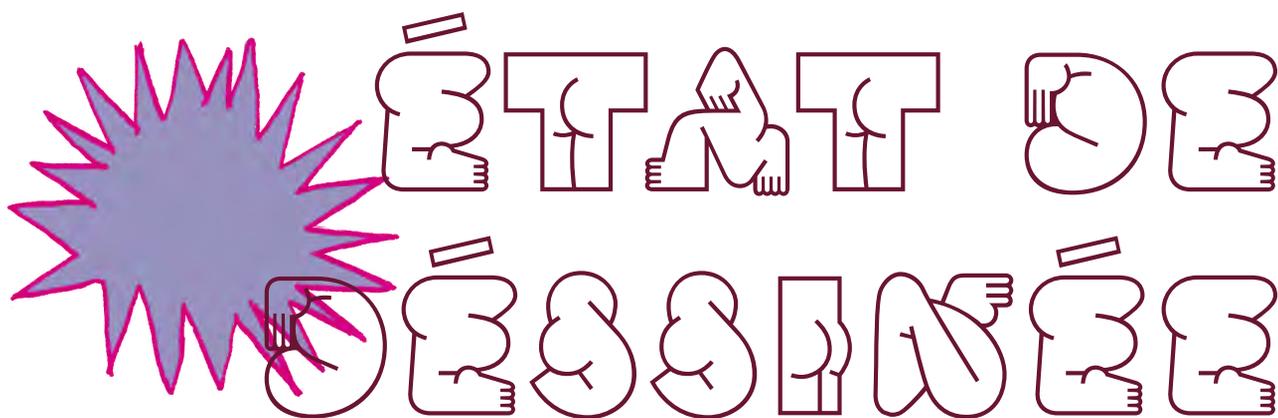
85 *Références des images*

86 *Notes*

88-89 *Bibliographie*

92 *Remerciements*





*Quand nous parlons de magazine, nous pensons d'abord à ceux que nous pouvons trouver dans un kiosque ou dans le Relay d'une gare. Un truc qu'on achète pour passer le temps dans le train, pour tenir les enfants dans la voiture et qu'on jettera à l'arrivée.*

C'est une édition souvent de pauvre qualité, le format est standardisé en A4, la couverture est à peine plus épaisse que les pages, et le papier utilisé pour l'impression est glacé ou « couché brillant » comme on le dit dans le jargon. C'est ce qui donne son aspect « prospectus » à la revue. Les premiers magazines ont vu le jour grâce à la presse rotative (offset) qui a permis dès les années 1900 une reproduction de bonne qualité pour les photos<sup>6</sup> ainsi qu'une vitesse de fabrication épatante.

De prime abord, le magazine semble n'être qu'une « publication périodique généralement illustrée, traitant le plus souvent dans un but de vulgarisation de sujets divers ou d'un domaine précis », pour reprendre la définition du CNRTL (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales). Mais lorsque nous creusons l'étymologie, nous remarquons que magazine vient du mot « magasin » qui avait pris, au Moyen Âge, le sens de « dépôt, recueil d'informations ». La dimension commerciale est sémantiquement liée au magazine.

**-30%**



On peut le voir par le fait que de nombreux magazines sont des « vitrines » pour leurs maisons d'édition. Les bandes dessinées publiées dans ces périodiques sont des teasers pour des publications « album ». Pour prendre un exemple concret, Christophe Cointault s'est vu publier dans Tchô! – magazine géré par la maison d'édition Glénat – un extrait de son manga Tinta Run édité par Glénat lui-même. Il existe même un magazine de bandes dessinées gratuit (que l'on peut recevoir chez soi ou bien lire sur le net), qui contient de maigres extraits d'albums ainsi que des petits articles qui résument des éditions de bandes dessinées fraîchement sorties, sans oublier de référencer leur éditeur et leur prix à chaque fin d'article. Ce magazine qui s'appelle Zoo le mag est publié par une société du nom de Culturebd SAS dont l'activité est enregistrée comme « agence de publicité »<sup>7</sup>. Pour ces magazines, un des objectifs majeur est de faire vendre les albums de leurs propres maisons d'édition.



# LA PRESSE EN FRANCE

Ce ne sont pas les seuls, de nombreuses maisons d'édition (surtout les structures d'éditions importantes) ont leur propre magazine qui leur sert de support promotionnel pour leur catalogue éditorial : Lanfeust Mag est édité par Soleil, Spirou magazine est édité par les éditions Dupuis, etc.

Les magazines de bandes dessinées ne se résument cependant pas à cette caractéristique, de nombreux autres magazines, connus ou pas, se réservent d'autres objectifs. À l'âge d'or des magazines de bandes dessinées, que je situe entre les années 1960 et 1980, des revues comme (À suivre) ou Métal Hurlant tentent des nouvelles approches du format éphémère. Le magazine se transforme en lieu d'expérimentations, en lieu de rencontres, en lieu d'introspection de la bande dessinée. C'est dans ce contexte que les auteurs créent de nouvelles manières de s'exprimer en bande dessinée. C'est une démarche qui s'apparente peut-être plus à celle des fanzines, qui eux font souvent partie d'un « cheminement personnel ».<sup>8</sup> Certains fanzines peuvent d'ailleurs être considérés comme des publications périodiques.

L'éprouvette autre revue plus contemporaine de la bande dessinée, aujourd'hui arrêtée, était une petite bibliothèque d'articles essayistes sur la bande dessinée. Cependant, ces magazines sont plus instables économiquement, le lectorat est plus faible que sur les revues largement diffusées par les grandes maisons

d'éditions. Ce sont des périodiques très spécifiques qui appellent des lecteurs curieux de bande dessinée et de nouvelles formes ou encore de réflexions sur la bande dessinée.

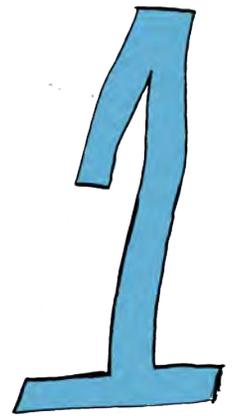
Pour finir nous pourrions parler d'une troisième catégorie qui serait celle des périodiques de bandes dessinées qui ne font la promotion de personne et qui ne sont pas non plus là pour expérimenter quoi que ce soit. Le journal de Mickey en est un très bon exemple, il ne dépend directement d'aucune maison d'édition de bandes dessinées et s'applique depuis des dizaines d'années à reproduire les mêmes personnages et les mêmes histoires. Nous pouvons, par exemple, très régulièrement retrouver des aventures de Picsou dessinées par Carl Barks alors même que ce dessinateur est décédé depuis une vingtaine d'années.

Le journal de Mickey est détenu par les éditions Hachette, elles-mêmes gérées depuis de nombreuses années par le groupe Lagardère.



# CHEAP

# PROMO



Ce groupe est un géant des médias (mais pas que) qui détient de nombreux médias différents, pour n'en citer que quelques-uns : Elle, Paris Match, Europe 1, Virgin radio, Gulli, Canal J, etc. Lagardère, c'est du trafic de propriété, de l'achat et de la vente d'actions sur le marché des médias et c'est tout ce qu'on peut en déduire d'après leur page Wikipédia.

La préoccupation pécuniaire est primordiale chez Lagardère et pourrait être une des raisons de la négligence quant à la qualité du contenu du journal. Nous pourrions alors penser que le journal de Mickey n'a pas d'autres ambitions que de vendre et de faire du profit. Ce qui fait du journal de Mickey et autres dérivations comme Picsou magazine, Mickey Parade..., des exceptions dans le paysage de la presse de bande dessinée.

C'est un défaut que nous retrouvons plus largement dans le domaine des périodiques.

Nous pourrions prendre l'exemple des magazines féminins. Ceux-ci édités, pour la plupart, dans des buts lucratifs et commerciaux, ne se soucient guère de la qualité des informations, si tant est que le divertissement fût au rendez-vous. Pourrait-on, dans ce cas précis, trouver un réel intérêt à lire de tels magazines ?

L'autre danger de la concentration des médias au sein des multinationales serait bien sûr, la pensée unique et la « perte du pluralisme de l'information ».<sup>9</sup> Mais malgré le fait que Lagardère s'applique à concentrer le plus de médias possibles, la presse de bande dessinée reste quand même une niche où la majorité des périodiques ont gardé leur liberté rédactionnelle.

Souhaitons-leur que ça dure ! •



# -70%

# SUPER GNOCCCHI ★



MIAMAMIA!



le héros de nos assiettes ;)

el



## SUPER COUPON!

GAGNE UN ABOONNEMENT DE 1 AN AU  
\* SUPER GNOCCCHI \* À COMPTER DE 10 PAQUETS  
PAR MOIS + UN VOYAGE LINGUISTIQUE EN ITALIE \*\*

\*\* OFFRE UNIQUEMENT DISPONIBLE AU PARTICIPANTS DONT LES INITIALES SONT "S.G.", RÉSIDANTS EN FRANCE MÉTROPOLITAINE, ABOONNÉS À LA REVUE DEPUIS AU MINIMUM 6 ANS. JOINDRE UN CHÈQUE DE 100€ À L'ORDRE DE SUPER GNOCCCHI CORPORATION AFIN DE VALIDER VOTRE COUPON. TIRAGE AU SORT LE 20/12/2019.



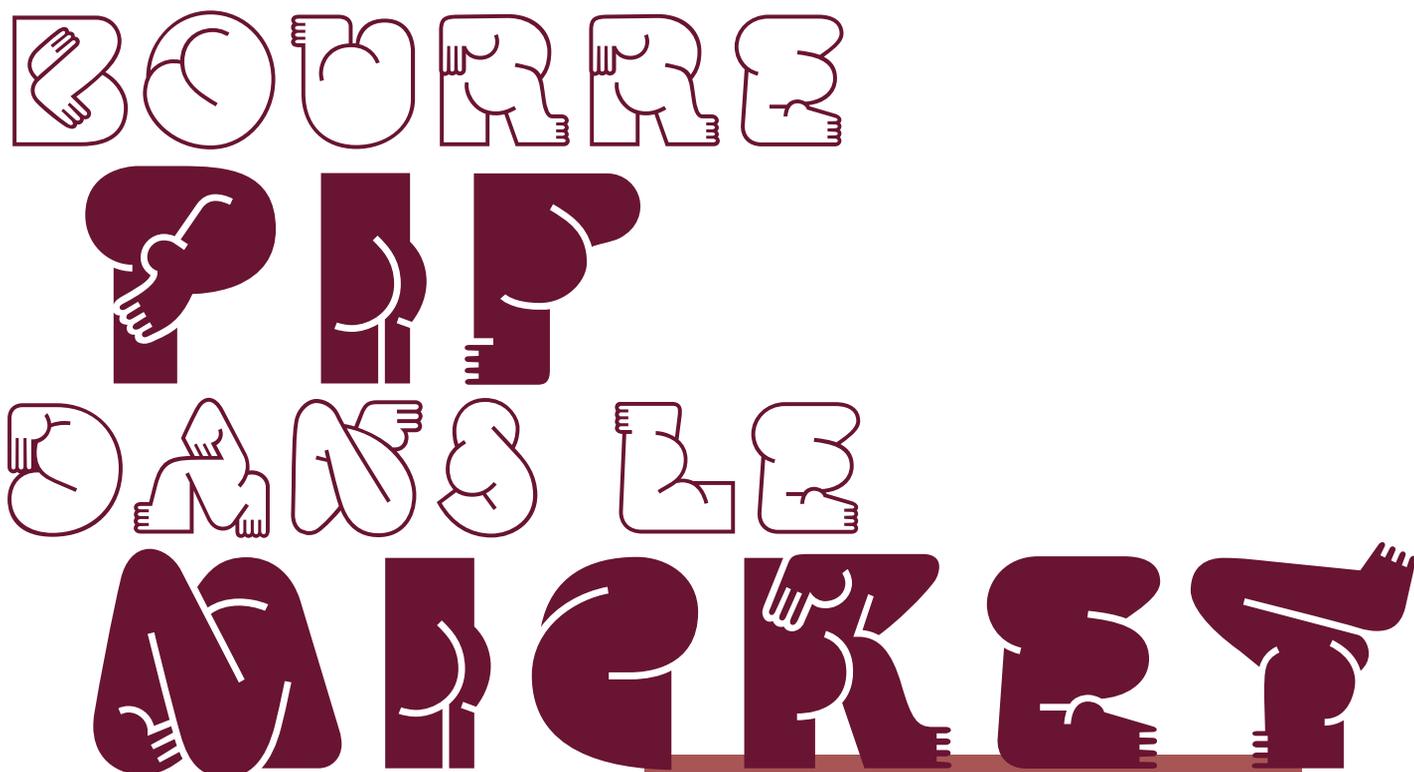


WE TRALLA LALL  
HAVE NEVER KN  
GREED! FRIEND  
IS THE 'THING  
VALUE MOS

ALORS HERCULE  
COMMENT TU VAS  
DEPUIS TOUT CE  
TEMPS ?

PAS TROP MAL,  
ET TOI ?

UNDED UP ALL OF OUR  
RETURNED THEM TO US!



*Si nous trouvons au cours de l'histoire énormément de magazines de bande dessinée pour enfants, c'est d'abord parce que la bande dessinée a été, pendant longtemps considérée comme enfantine (même combat que pour les films d'animation), mais aussi parce qu'avant la télévision, les magazines illustrés étaient massivement consommés par les jeunes enfants.<sup>10</sup>*

*Dans les années 1970-1980, Pif gadget était le magazine de bande dessinée le plus vendu en France, devant le journal de Mickey. Pif doit son succès auprès des enfants à l'introduction des gadgets dans ses numéros. Ils proposent des gadgets inventifs réfléchis par des maîtres de la magie et leurs « investigateurs de gadgets » seraient même allés jusqu'au Mexique pour trouver les fameux « pois sauteurs » qui avaient fait fureur à l'époque. Plus tard, ayant compris le potentiel commercial des gadgets, le journal de Mickey les imitera.*



Le journal de Mickey est un magazine français né en 1934. Il est le magazine jeunesse le plus ancien encore en activité. Il est l'œuvre de Paul Winkler, détenteur des droits des bandes dessinées Disney en France. C'est un magazine qui a tout de suite bien marché auprès des enfants et se tirait en moyenne à 400 000 exemplaires par numéro. Picsou, un des personnages fétiches du journal, se voit même développer son propre magazine en 1972. Suivront le Super Picsou géant, Mickey Parade géant, et une ribambelle d'autres magazines qui pour la plupart ne sont plus édités.

**« Quel est le statut du travail dans les bandes dessinées de Walt Disney? Je crois que ces bandes dessinées sont inspirées par une idée de loisir, et que le travail est absent de Disney [...] le seul travail qu'accomplissent ces héros, c'est l'aventure »**

**Armand Mattelart, Dialogues - Les bandes dessinées et le dessin animé : Donald l'imposteur (1ère diffusion : 04/10/1977), les nuits de France culture par Philippe Garbit, sur France Culture 29'30''**

Tous ces magazines sont édités par Disney Hachette presse (DHP), une entreprise dotée de deux actionnaires majeurs : The Walt Disney Company (actionnaire à 51%) et l'entreprise Lagardère (actionnaire à 49%). DHP est une entreprise qui vend plus de 12 millions de magazines par an en France, avec un chiffre d'affaire conséquent, rien que 35 469 300€ pour l'année 2017.<sup>11</sup> Lagardère publishing qui était actionnaire de Disney Hachette Presse depuis les années 1981 après le rachat du groupe Hachette Livre, a entamé en 2019 des négociations pour revendre leurs actions de DHP à Unique Héritage Média, lui aussi un géant de la presse pour enfant.<sup>12</sup>

La stratégie commerciale du journal de Mickey et de ses cousins est par déduction d'inonder le marché afin d'être omniprésents dans le paysage des magazines de bandes dessinées pour enfants. Ce qu'ils réussissent à faire depuis quelques années grâce aux magasins Relay qui appartiennent à Lagardère Travel Retail ; chaîne que l'on retrouve dans de nombreuses gares de France (dans un monopole commercial, fruit d'un long héritage historique), ainsi que dans les aéroports et centres commerciaux. Pour l'anecdote, Hachette est l'inventeur du livre de poche, format économique comme peuvent l'être les magazines. Il est le premier éditeur à distribuer des livres en dehors des réseaux de libraires classiques (supermarchés, station services, kiosques de presse...).

Ce sont pour toutes ces raisons de gestion économique qui se veulent purement capitalistes, que l'essayiste et sociologue Armand Mattelart



symbolisé avec son fameux « sous fétiche » que Miss Tick ne cesse de vouloir voler. Malgré l'apparente ingénuité des bandes dessinées de Picsou et compagnie, nous pouvons nous demander comme Armand Mattelart et Ariel Dorfman dans *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants* si ces bandes dessinées se veulent réellement innocentes. L'univers de Picsou se situe dans un faux état d'Amérique appelé le *Calisota* (contraction de Californie et Minnesota), et dans leurs nombreuses aventures en pays étranger, nous nous rendons compte que ces derniers sont invariablement des pays du Tiers-monde, ils ne sont jamais aussi développés techniquement que le *Calisota*.

parle des bandes dessinées Disney en qualifiant l'entreprise de « multinationale culturelle ». <sup>13</sup>

Une entreprise capitaliste avec un personnage principal tout aussi capitaliste, Picsou le multi-milliardaire de Donaldville. Picsou est un personnage inventé par Carl Barks en 1947, c'est l'image même du parvenu



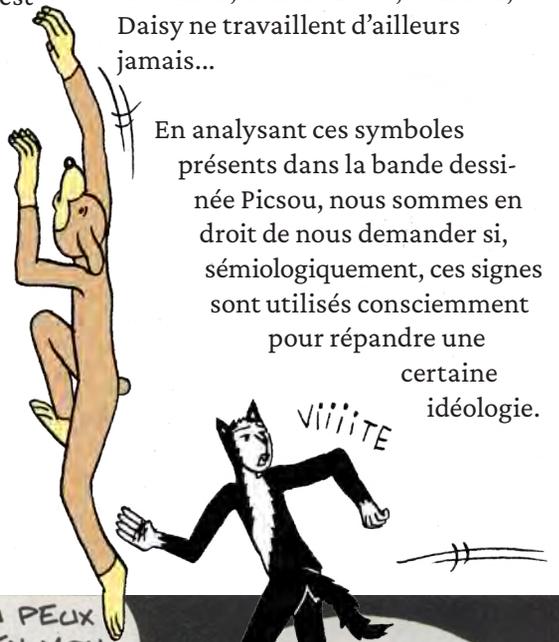
« - Eh bah merde alors vous m'écœurez là !  
 - Non mais attention qu'est-ce que  
 tu cherches le maximum d'auditeurs, oui ?  
 - Ben oui, mais pour les désintoxiquer, pour  
 leur ouvrir les yeux ! Pas pour les abrutir ! »

Jean Yanne, Tout le monde il est beau, tout le monde  
 il est gentil, co-produit par Belstar production/  
 Ciné Qua Non, 1972

Le Mythe du « bon sauvage » est  
 omniprésent dans leurs  
 aventures, et l'histoire avec  
 un grand H n'existe pas, les  
 histoires racontées sont  
 dénuées de message. Je dirais  
 qu'il n'existe d'ailleurs que  
 deux types de scénarios dans  
 Picsou, le scénario qui va  
 rapporter de l'argent à Picsou  
 (découverte de trésors inesti-  
 mables dans de contrées  
 lointaines), et le scénario où  
 Picsou manque de se faire  
 dérober son argent (Les  
 Rapetou, Miss Tick). Dans

le même ordre d'idée, l'univers de  
 Disney est un univers où les person-  
 nages ne se soucient aucunement de  
 travailler ; Donald Duck, Gontran,  
 Daisy ne travaillent d'ailleurs  
 jamais...

En analysant ces symboles  
 présents dans la bande dessi-  
 née Picsou, nous sommes en  
 droit de nous demander si,  
 sémiologiquement, ces signes  
 sont utilisés consciemment  
 pour répandre une  
 certaine  
 idéologie.



Armand Mattelart affirme fermement : « C'est une littérature entièrement importée, et qui n'est pas une littérature innocente, du tout, il faut bien s'en rendre compte. Et qui véhicule toute une idéologie, et cela, de manière délibérée ». Selon ses dires, Walt Disney Company userait de la culture pour répandre un soft power Américain dans le monde pour asseoir une domination culturelle et idéologique. Mais comme Fredrik Strömberg, nous pouvons aussi nuancer les arguments avancés à l'époque dans *Para Leer al Pato Donald (Donald Duck l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants)* de Armand Mattelart et Ariel Dorfman.

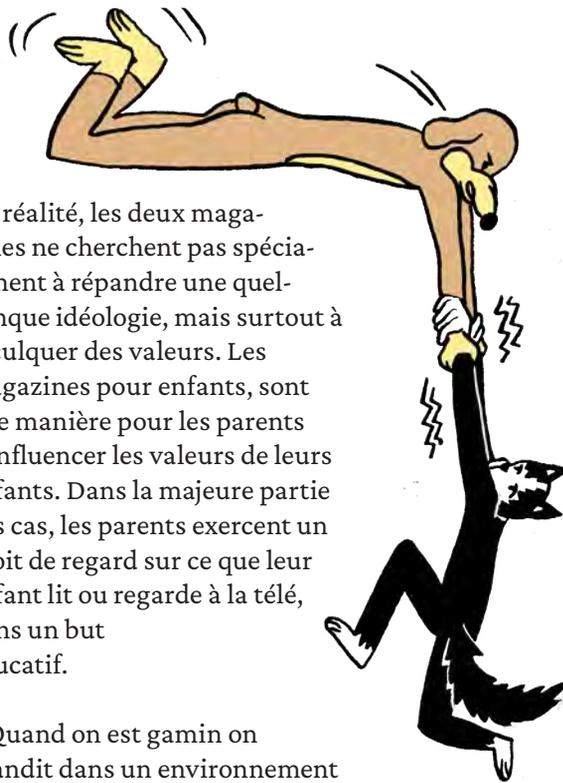
« Bien que Carl Barks, le principal auteur de bandes dessinées consacrées à Donald et Picsou, ait été un homme aux convictions plutôt conservatrices, la lecture de ses interviews ne laisse pas de doutes sur ses intentions, qui se limitaient certainement à divertir son public le plus efficacement possible. »  
*Fredrik Strömberg, La propagande dans la BD, un siècle de manipulation en image, édition Eyrolles, 2010, p.69*

Ce qui est sûr en revanche c'est que, sans se focaliser sur les symboles des bandes dessinées présentes dans Le journal de Mickey, ce magazine a une politique très

« commerciale » concernant la rédaction. Le périodique n'est pas spécialement éducatif, il est là dans le but de créer un besoin de loisir chez l'enfant et d'y répondre. Si nous comparons les gadgets de Pif et de Mickey, nous nous rendons compte que les gadgets du journal de Mickey ne sont pas spécialement inventifs. Ce sont des jouets en plastique tels que des pistolets à eau, frisbees, ou lance-pierres ; mais qui fonctionnent bien auprès des enfants car ils réussissent à susciter leur désir. Mickey créé des fantômes de récréation primaire chez les enfants.

En termes de structure, c'est le journal de Mickey lui-même qui a inventé la forme des magazines de bandes dessinées qu'on connaît aujourd'hui. Pif Gadget avait ainsi repris cette forme, les gadgets en plus. Le rythme de parution est le même, nous y retrouvons un ou des personnages mascottes comme Pif et Mickey, des bandes dessinées feuilleton comme *Rahan* dans Pif gadget ou *L'étalon noir* dans le journal de Mickey, ainsi que des mini-jeux sous différentes formes, et puis des articles à caractère éducatif. Parfois, nous retrouvons des pages laissées aux lecteurs pour leurs appréciations ou leurs dessins et des pages d'évaluations de livres ou de nouveaux films.





En réalité, les deux magazines ne cherchent pas spécialement à répandre une quelconque idéologie, mais surtout à inculquer des valeurs. Les magazines pour enfants, sont une manière pour les parents d'influencer les valeurs de leurs enfants. Dans la majeure partie des cas, les parents exercent un droit de regard sur ce que leur enfant lit ou regarde à la télé, dans un but éducatif.

« Quand on est gamin on grandit dans un environnement qui nous impose des valeurs qu'on choisit pas forcément » *Les valeurs, Et tout le monde s'en fout #23, Mia production/Christophe Baudoin, mai 2018, 0'50''*

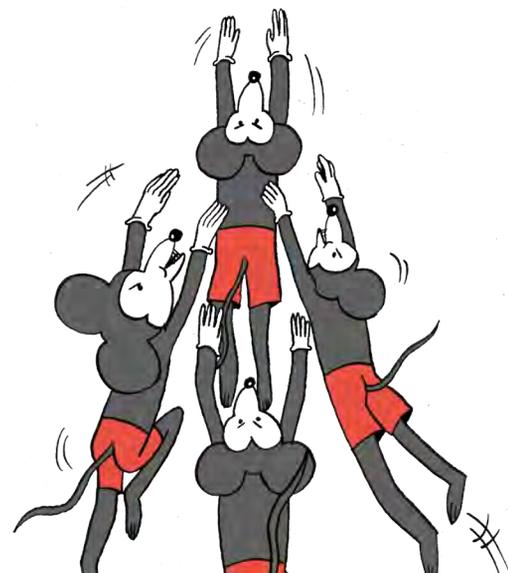
« Dans les âges féroces des années 70, certains ignoraient que Pif Gadget et sa galaxie de personnages étaient édités par le Parti communiste, mais dans d'autres familles on choisissait son camp : – un jour mon père a feuilleté Pif, et s'est exclamé d'un ton sans aucune équivoque : « Merde, mais c'est les communistes ! », et il m'a totalement interdit de racheter Pif. »

*Guillaume Podrovnic, Pif l'envers du gadget, film documentaire, coproduction Arte France/Flash Film Production, 2014, 1'05''*

Les choix éditoriaux ne sont pas les mêmes, suivant les convictions politiques qui elles-mêmes influencent l'éducation d'un enfant. Le fait que d'un côté le magazine Pif soit proche du Parti communiste et de l'autre, que le journal de Mickey soit proche des idées conservatrices, influence considérablement les valeurs de ces périodiques. Pif Gadget qui, de son vivant, tenait tous les ans un stand à la Fête de l'Humanité, se revendiquait comme un magazine aux valeurs humanistes. Nous n'y avons, par contre, jamais aperçu les oreilles de Mickey... si ce n'est dans les affiches de Grapus.

Est-ce un hasard si depuis des dizaines d'années, le Quartier Général de Disney Hachette Presse se situe à Levallois-Perret tandis que Pif Gadget fut toujours localisé en Seine-Saint-Denis ?

Pif Gadget est le magazine successeur de Vaillant, un journal résistant né lors de l'occupation allemande de la Seconde Guerre mondiale, initialement supporté par le Parti communiste, actionnaire unique et majoritaire. Vaillant, c'est d'abord un journal à contenu textuel avant d'être un support de bandes dessinées, mais cela change dès 1945 avec l'arrivée de *Placid et Muzo* (célèbre duo qui paraîtra ensuite dans Pif). Le chien Pif, lui, fait son arrivée en 1952. Progressivement, le journal intègre de plus en plus



de bandes dessinées, et le chien Pif devient tellement populaire qu'en 1969, le journal se transforme pour devenir Pif Gadget.

Pour la petite anecdote, l'idée d'insérer des gadgets dans leur magazine leur vient d'une marque de lessive qui était la seule à faire ça à l'époque. C'est un concept qui a tout de suite fait fureur, l'idée étant « d'appâter » l'enfant en le rendant curieux de l'objet puis de le fidéliser ensuite avec le contenu du magazine. Grâce aux gadgets, Pif est un succès commercial qui se vend en moyenne à 500 000 exemplaires par semaine.

Mais les gadgets de Pif n'étaient pas de simples gadgets, Pif maîtrisait «L'art du gadget». Le gadget se devait d'être amusant tout en étant créatif et ludique. Pour ne parler par exemple que des Pifises (Artémia Salina pour leur nom scientifique), cette poudre magique qui, réhydratée, prend vie, ou encore des pois sauteurs du Mexique, ces petits insectes emprisonnés dans des cosses qui gigotaient lorsqu'ils se tenaient à côté d'une source de chaleur, et de nombreux autres gadgets inventifs pour éveiller la curiosité des enfants tout en prouvant aux parents leur valeur éducative. Ils y sont parvenus, où Pif a fait naître des vocations chez certains enfants comme le souligne le fondateur du magazine Yps : « Il y a aussi un bon nombre d'enfants qui se sont découverts une vocation scientifique parce que leurs intérêts pour ces questions-là avaient été éveillées très tôt ». <sup>14</sup>

**« Avril 1970, le numéro avec les pifises sera vendu à un million d'exemplaires, le plus fort tirage jamais connu en Europe pour une revue destinée à la jeunesse. Même score en septembre 1971 avec les pois sauteurs ! La concurrence est laminée... »**

***Erwan Tancé, Pif Gadget, le retour d'un mythe, lanouvellerépublique.fr, 24/06/2015 (consulté le 17/09/2019)***

D'autres vocations ont été, elles, provoquées par des bandes dessinées. Serge Rosenzweig, rédacteur en chef adjoint de Pif Gadget raconte : « J'ai bossé pour Médecins Sans Frontières où j'ai d'ailleurs mis au point leur journal [...] et j'en ai rencontré plein qui m'ont dit qu'ils avaient eu envie de faire ça (des infirmières, des intervenants, des médecins) parce qu'ils avaient lu docteur Justice ». <sup>15</sup> En opposition, il serait presque surprenant d'entendre quelqu'un dire que sa vocation lui ait été inspirée par un personnage comme Picsou ou Donald.





Ce qui est sans doute dû à l'absence de réel corps de métier dans les bandes dessinées de Disney et du type de valeurs communiqué.

Les bandes dessinées dans Pif sont méticuleusement choisies pour leur sous-texte. Rahan est un personnage adopté auquel on inculque la tolérance, il apprend à vivre avec sa différence : « Quelle que soit la couleur de leurs peaux, tous les chasseurs sont frères, que leurs cheveux soient couleur de la nuit ou comme les tiens Rahan couleur de feu »<sup>16</sup> lui dit son père adoptif. Dans Pif Gadget (réédition des années 2000), il y a de nombreuses femmes héroïnes : Lili la rouge, Assia, la Féé Kaca et son mal cuit-cuit, Mona, etc. Il y a même une rubrique Profession'elle (« *Réservé au filles mais pas interdit aux garçons !* ») qui interviewe des femmes sur leurs travaux. De vrais articles informatifs s'y trouvent comme l'explication du conflit politique du Népal, ou une page sur comment des collégiens aident d'autres écoliers victimes du tsunami de 2004. Nous y trouvons d'ailleurs beaucoup d'informations sur les conditions des enfants dans le monde, ainsi que leurs droits. C'est un travail de sensibilisation à la fois à la politique et à la solidarité.

Comment un périodique aussi révolutionnaire, aussi novateur et avec un si bon chiffre d'affaire a-t-il pu prendre la porte de sortie au début des années 1990 ?

Le problème vient d'un dysfonctionnement interne, d'un problème idéologique qui lance la guerre entre le service marketing et la rédaction du journal. André Limansky, directeur du marketing, veut changer de politique concernant le magazine. Il veut que le contenu du magazine, ne soit plus un contenu réfléchi pour les enfants, mais un contenu qui satisfasse leurs fantasmes. Il veut faire des enfants les seuls décideurs du contenu du journal comme le fait déjà Mickey. La rédaction s'y oppose fortement car l'idée menace la destruction des valeurs du périodique.

L'équipe de rédaction du journal a résisté quelque temps, puis voyant qu'elle ne pouvait gagner la guerre, elle a décidé de quitter le journal. Suite à la division de la rédaction, les ventes de Pif Gadget ont commencé à baisser, jusqu'à la mort complète du magazine en 1993. Quelques nostalgiques ont essayé de relancer le journal plusieurs fois. Une fois en 2004, relance qui dure 4 ans avant de sombrer en partie à cause de la crise économique.



Puis une deuxième fois en 2015, avec une fréquence de publication trimestrielle. La parution dure une année, puis un projet de relance mensuel est annoncé en 2018 avec l'ouverture d'un financement participatif. Malgré la réussite de cette récolte de fond, Pif Gadget ne donne pas de nouvelles pendant de nombreux mois, jusqu'à ce que les contributeurs réceptionnent une lettre annonçant l'échec de la relance de Pif Gadget.

Au fil des années, Le journal de Mickey et consorts se sont imposés comme unique choix de lecture en termes de magazine de bandes dessinées pour enfants. D'autres magazines tels que Witch mag' ou Magazine Winx club jeux ou le magazine Lego® life coexistent dans les points Relay, mais n'ont pas d'autres objectifs que celui de faire de la publicité en attirant les enfants avec leur dernier gloss à la framboise offert à l'achat du mag'. Force est de constater que les valeurs transmises dans la presse pour enfant sont de moins en moins variées à mesure que le temps passe. Ces périodiques brouillent les pistes entre divertissement et communication commerciale. Il existe bien des alternatives intéressantes comme Biscoto, ou Topo, mais ces périodiques sont trop peu connus des kiosques. Ils se vendent dans les librairies, parfois les Fnac, car leur format périodique excède souvent le bi-mestriel. Ce format appelé « mook » (magazine-book) est ainsi devenu, au fil du temps, le format privilégié face à d'autre

périodicité car plus viable économiquement, pour des petites et moyennes structures, que des périodiques à l'allure plus soutenue. Nonobstant, le mook est un format vendu plus cher dans des endroits fréquentés par une clientèle plus aisée. Ce format se coupe, malgré lui, d'un public plus large qui ne rentre pour la plupart jamais dans ses lieux vente, n'atteignant jamais la notoriété dont faisait preuve le magazine de Pif dans ses années fastes.

**« Ces quatre titres [Topo, la Revue dessinée, XXI, 6 mois] formeront le premier groupe indépendant de mooks (magazine-books) en France. Ensemble, ils occuperont une place prédominante sur le marché des revues d'information en librairie, avec 300 000 exemplaires vendus par an. »**

*Extrait du site internet de la revue XXI  
(consulté le 17.10.19)*







**Pendant ce temps là...**

Qui a éteint  
la lumière ?

Mince, je ne vois  
vraiment rien...

Qu'est-ce qui se  
passe ici ?

Je ne sais pas,  
la lumière a  
disparu.

Peut-être que  
les plombs ont  
sauté ?

Il faut sortir et  
aller voir dehors.

Par ici, descen-  
dons, faites atten-  
tion à vous.

Je ne suis vraiment  
pas rassuré...



# INTERVIEW

## SAMMY STEIN



*La revue Lagon est une effusion d'essais graphiques originaux qui s'intéressent à la plasticité – jargon pour parler des qualités esthétiques – du dessin et à son expérimentation, notamment du côté de la narration. La revue Lagon, ce sont déjà cinq volumes depuis 2014, plus d'une centaine d'artistes et 1102 pages de bande dessinée expérimentale. Je rencontre Sammy Stein, auteur et éditeur de la revue Lagon pour explorer aujourd'hui ce sujet.*

---

**Silène Clarté** | De quelle envie/manque est née cette revue ? Quelles sont les personnes à l'origine du projet ?

**Sammy Stein** | Au départ, le projet de la revue c'était Alexis Beauclair et moi, nous nous étions rencontrés à Angoulême et j'étais en compagnie de Séverine Bascouert, la sérigraphe du projet. On connaissait déjà le travail de l'un et l'autre. On s'est croisé assez rapidement et on s'est échangé nos mails parce que lui habitait dans le sud et moi à Paris. Et après le festival, en quelques mails échangés on a décidé de faire une revue de bande dessinée parce qu'il n'y avait rien qui nous plaisait sur ce qu'on voyait autour de nous, en tout cas en France. Après on aimait bien les revues anglo-saxonnes comme Mould Map en Angleterre et Kramers Ergot aux États-Unis.

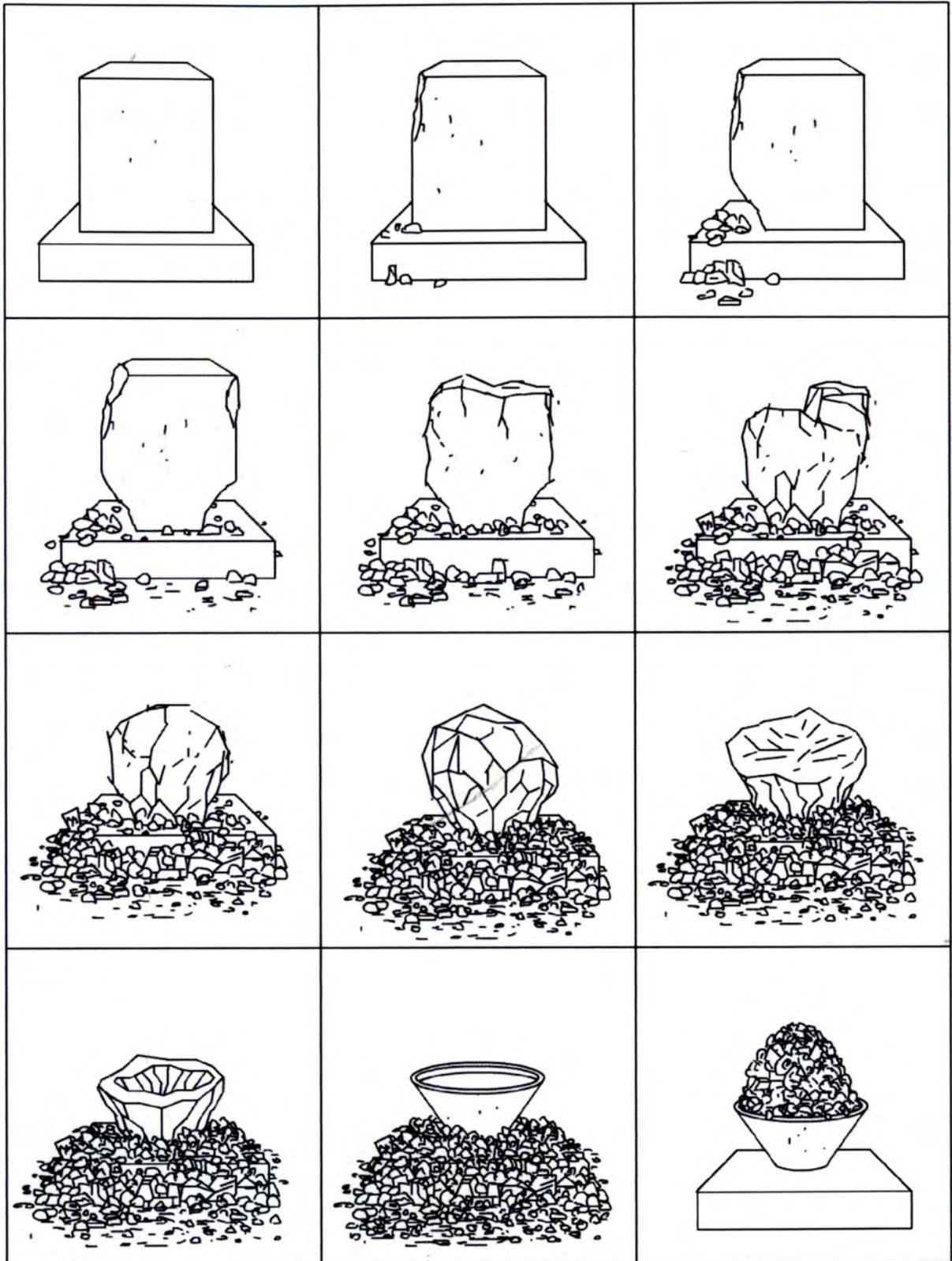
Puis on a foncé pour le premier numéro car on avait un timing très serré. On avait 6 mois pour tout faire, de l'appel à projet à l'impression et la reliure. Ça a été assez vite à partir de là, puisqu'on avait l'envie commune et qu'on sentait qu'on avait des choses à partager dans nos choix artistiques et nos choix d'impression.

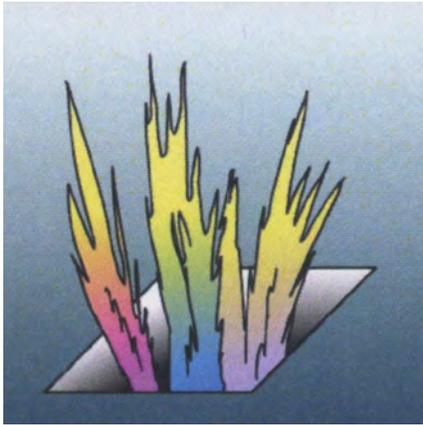
**S.C.** | Vous avez donc décidé de tout imprimer vous-même. Mais pourquoi vous ne vous êtes pas tournés vers un éditeur par exemple ?

**S.S.** | Alexis Beauclair et moi on faisait déjà des éditions par nous-mêmes et je crois qu'il y a quand même un plaisir de faire tout de A à Z, de penser le format, le papier, l'impression... C'est quelque chose qui nous plaît de ne rien demander à personne, de ne pas rendre de comptes, et de pouvoir proposer nos créations directement au public. Et là, en l'occurrence, nous avons tous les moyens de production nécessaires avec l'atelier de sérigraphie de Séverine et l'atelier de risographie d'Alexis et Bettina, donc dans un premier temps nous avons une autonomie totale même si les choses ont changé depuis.

Et puis j'ai déjà travaillé avec des éditeurs, j'ai plusieurs projets en cours notamment avec les éditions Matières. Même si j'aime bien et que je trouve ça intéressant de créer une économie en créant soi-même les choses, ça ne m'empêche pas de travailler avec des éditeurs. Donc c'est pas l'un contre l'autre, c'est pas l'auto-édition contre l'édition, pour moi ce sont des manières complémentaires de travailler.







**S.C.** | Les fanzines/essais graphiques pullulent de toutes parts (au spin off), est-ce que la revue est une tentative de cataloguer tous ces essais, comme le mot revue le laisse penser ? Ou bien est-ce que la démarche va plus loin ?

**S.S.** | Cataloguer les expérimentations c'est pas trop ce qu'on voulait faire effectivement. Ce qu'on veut c'est montrer les travaux d'artistes qu'on aime, qu'on juge passionnants et intéressants. Puis voir ce que tout ça mis ensemble peut créer. Et ça crée une ambiance, ça crée un livre œuvre d'art. Le livre c'est l'œuvre, comme une exposition transportable, un de mes thèmes fétiches. Donc à long terme c'est surtout de montrer des choses qu'on ne verrait pas ailleurs, associer des choses qui normalement ne le sont pas. Par exemple, dans le dernier numéro (« Marécage ») on aime assez ces grands écarts entre une personne jeune par exemple Acacio Ortas et trois pages plus loin Thomas Bayrle, qui est un artiste contemporain allemand de 82 ans et qui n'est pas du tout dans la bande dessinée à la base.

**S.C.** | Est-ce qu'il y a une volonté de déranger les codes de la bande dessinée dans votre revue ?

**S.S.** | Dans un sens oui car on a envie d'accueillir des choses très novatrices. Je pense qu'on se place dans la génération d'après, celle des éditeurs indépendants des années 1990 comme l'Association, Cornélius... Mais contrairement à eux, qui se qualifient de littéraires, on se revendique de l'image. On vient du graphisme et de l'art

contemporain. On aime défendre des gens qui ne vont pas raconter des histoires mais peut-être juste des sensations. Il peut ne pas y avoir de texte, même pas d'histoire, juste des associations d'images qui créent une ambiance, mais ça reste de la bande dessinée pour nous.<sup>17</sup>

Et nos choix nous mènent vers des artistes qui ont fait un pas de côté par rapport à ce qu'on peut voir dans des revues ou des livres plus classiques.

C'est la lecture des images qui nous intéresse plus particulièrement. C'est un terme qui est très important pour nous. Il ne s'agit pas de regarder des images comme on les regarderait dans une galerie, un musée, un espace d'exposition : il s'agit de les lire. Car lorsqu'on ouvre un livre, qu'on est dans une page, on est dans un processus de lecture.

Après, je vais me contredire, mais on aime bien aussi la bande dessinée hyper traditionnelle dans la structure. Je peux lire des choses très classiques, j'adore *Les Schtroumpfs*, je les lis plus mais bon voilà, c'est une référence pour moi.

**S.C.** | Est-ce que toute expérimentation est bonne à prendre ? Comment procédez-vous à la sélection des auteurs/artistes ?

**S.S.** | Bien sûr que non, toutes les expérimentations ne sont pas bonnes à prendre, bien au contraire, en fait on choisit exactement ce qu'on veut. D'ailleurs on ne fait pas d'appel à projet, on cherche directement les artistes qui nous intéressent. À partir de là, ils font à peu près ce qu'ils veulent. On a quelques discussions avec eux pour savoir quand même ce qu'il vont faire à peu près

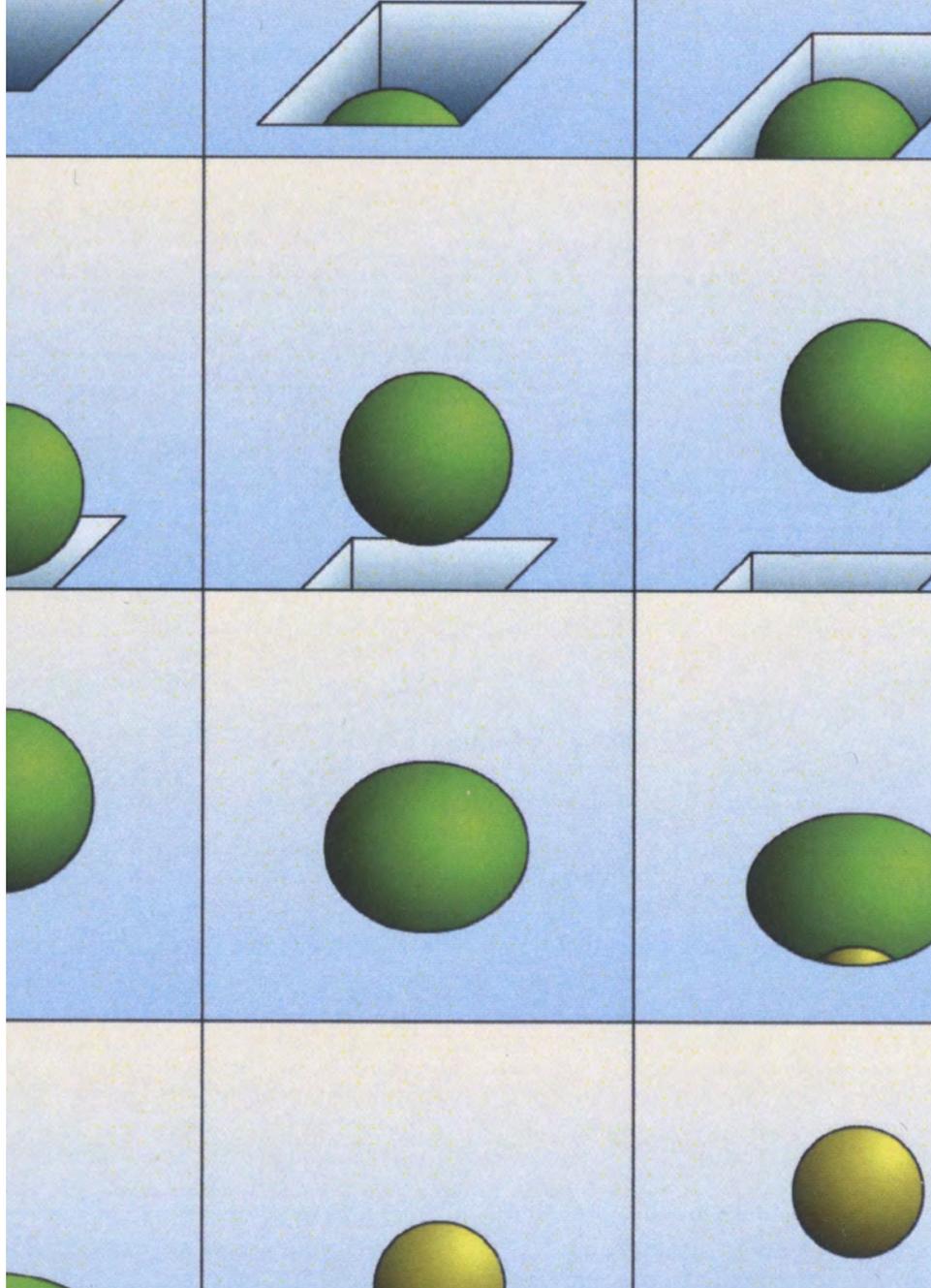


mais c'est tout. Mais c'est clair qu'on n'aime pas toutes les expérimentations. C'est beaucoup trop vaste. Et je ne peux pas toutes les nommer car il y en a plein, mais par exemple on aime bien la bande dessinée sans texte. De fait, il y a beaucoup d'expérimentations ratées et ennuyeuses, donc on procède à un tri qui se fait surtout en amont dans la sélection des artistes.

**S.C. | Comment éditez-vous la revue après avoir collecté toutes les créations? Procédez-vous à une quelconque mise en page?**

**S.S.** | Pour les trois premiers numéros, on a fait quelque chose d'assez drôle. Pour les participations des artistes on demande qu'elles commencent sur une page de droite et finisse sur une page de gauche de sorte que la contribution de l'artiste soit un petit bloc déplaçable sans contrainte pour le chemin de fer. À partir de là, on imprimait toutes ces contributions en sérigraphie, risographie et même en offset, puis on étalait toutes les feuilles par terre et on faisait le chemin de fer de cette manière. On choisissait qui était en premier, qui était à la fin, qui était au milieu. Et plutôt que de mettre à côté les bandes dessinées qui s'enchaînent bien avec des thèmes communs, on cherchait à créer des frictions entre chaque page, chaque bloc, chaque personne.

Dans le dernier numéro ça a un peu changé parce que nous n'avons pas relié la revue nous-même, on a du faire le chemin de fer en amont, sans pouvoir essayer différentes versions. Sinon pour tout ce qui est de la mise en page, et des images à retravailler, c'est Jean-Philippe



Bretin, le graphiste qui travaille avec nous, qui fait ça. Mais globalement on essaye le plus possible de ne pas intervenir sur les créations que les artistes nous proposent.

Avec la bande dessinée ce qu'il y a de particulier c'est que la planche elle-même est déjà une mise en page et parfois, c'est mauvais ! Mais la plupart du temps on n'a pas besoin retoucher.



**S.C.** | De ce que j'ai pu constater pendant mes recherches, nombreux sont les auteurs provenant des écoles d'art parisiennes, et de la HEAR à Strasbourg, ainsi que des maisons d'édition indépendantes telles que les requins marteaux, les éditions 2024, Solo ma non troppo. Il y a-t-il une raison à cela ? Toutes ces personnes se connaissent-elles ? Évoluent-elles dans un même milieu culturel ?

**S.S** | Il n'y a pas vraiment de raison, on est guidés dans nos choix par des esthétiques qui nous attirent et des travaux qui nous semblent intéressants dans le graphisme, la narration, le dessin, etc. Après il se trouve qu'Alexis et Bettina ont fait les Arts-déco de Strasbourg et ils étaient dans une classe où il y avait beaucoup de gens talentueux, donc ça nous a amenés à travailler avec des gens qui venaient de là. Mais on a aussi essayé dès le début de ne pas trop être dans le copinage, on voulait surtout travailler avec les artistes qui nous intéressaient et qui nous parlaient. Il n'y a pas de choix volontaires de prendre des gens en écoles d'art...

Après, on a quand même toute une partie internationale, de gens qu'on a contacté à l'étranger : des américains, des anglais, quelques japonais. Des gens qu'on suit dont on a pu acheter les livres.

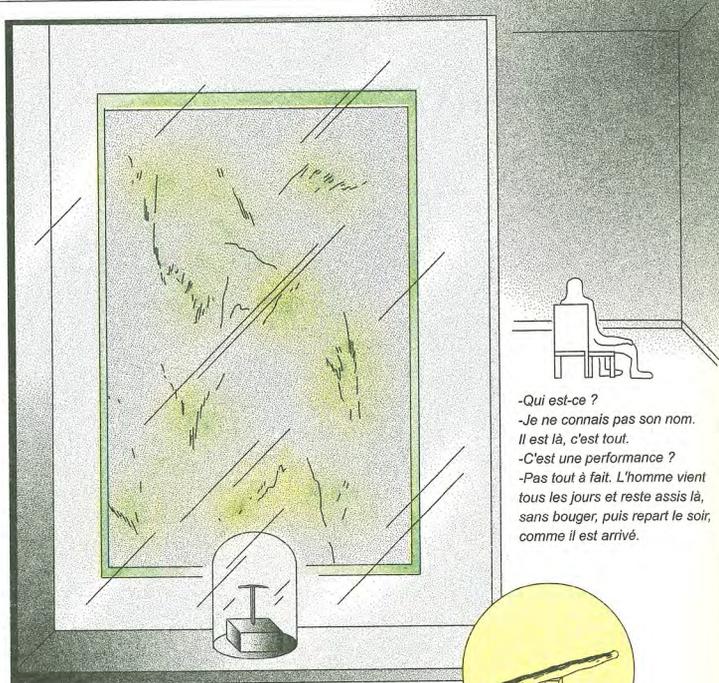
Mais on essaye de pas trop s'enfermer dans un milieu, moi j'ai pas l'impression de faire parti d'un « milieu ». J'essaye de rencontrer plein de gens. On va dans des salons, des expositions, des vernissages...

**S.C.** | Lagon est un objet d'art précieux de par son impression – 15 couleurs en risographie rien que pour le premier numéro avec une couverture sérigraphiée à 5 passages, il y a 300 exemplaires – ce qui me donne l'impression que le but premier n'est pas la diffusion grand public. Assumez-vous un genre d'élitisme ? À quel public destinez-vous ces publications ?

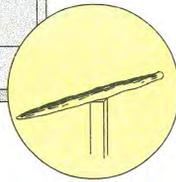
**S.S** | Non, on ne se veut pas élitistes. Le dernier numéro coûte 48€ et c'est vrai que c'est assez cher. Mais c'est un objet hyper luxueux qu'on vend au prix le plus bas possible. On a une économie compliquée où on paye tout le monde. C'est d'ailleurs un choix politique qu'on fait de payer tout le monde, alors que la majeure partie des revues de bande dessinée auto-éditées ne payent que les imprimeurs. Nous sommes assez fières de ça — ce qui ne nous empêche pas de faire des projets bénévoles à côté. Différentes économies peuvent coexister. Et on augmente le salaire des artistes à chaque numéro. En salon d'édition, il coûte 48€ mais en réalité il nous a coûté 45€ d'impression, de façonnage et de salaires d'artistes, de graphistes, de traducteurs... Les 3€ qui restent on les dépense dans les transports pour aller sur des salons.

On sait bien qu'on aura jamais le grand public mais peu importe, nous ce qu'on veut c'est que le plus de gens possible qui s'intéressent à la bande dessinée puissent avoir notre revue, puissent l'acheter. À chaque numéro on a augmenté le tirage parce qu'on

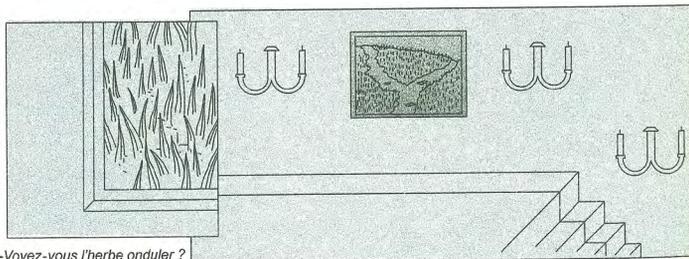




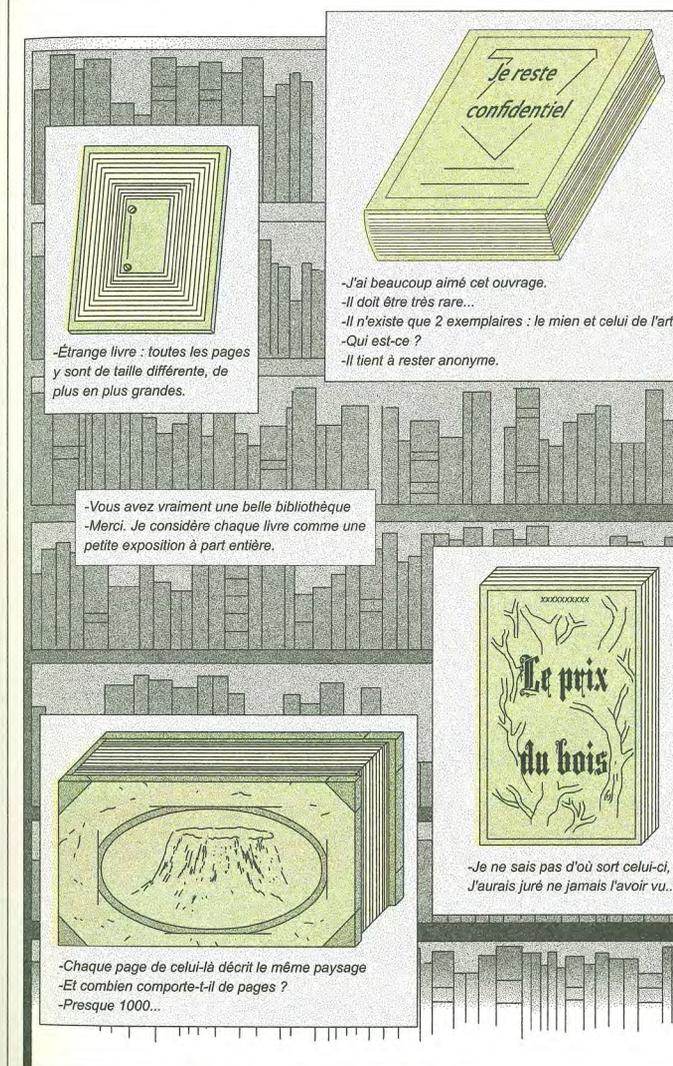
-Qui est-ce ?  
-Je ne connais pas son nom. Il est là, c'est tout.  
-C'est une performance ?  
-Pas tout à fait. L'homme vient tous les jours et reste assis là, sans bouger, puis repart le soir, comme il est arrivé.



-Et cette vitrine ?  
-Il s'agit simplement d'une arête de poisson que l'artiste eu coincé dans la gorge une semaine durant, lors d'un voyage. Il l'a associé à l'une de ses premières peintures.



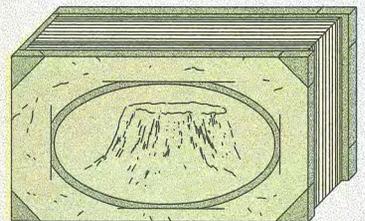
-Voyez-vous l'herbe onduler ?



-Étrange livre : toutes les pages y sont de taille différente, de plus en plus grandes.

-J'ai beaucoup aimé cet ouvrage.  
-Il doit être très rare...  
-Il n'existe que 2 exemplaires : le mien et celui de l'artiste.  
-Qui est-ce ?  
-Il tient à rester anonyme.

-Vous avez vraiment une belle bibliothèque  
-Merci. Je considère chaque livre comme une petite exposition à part entière.



-Chaque page de celui-là décrit le même paysage  
-Et combien comporte-t-il de pages ?  
-Presque 1000...



-Je ne sais pas d'où sort celui-ci, j'aurais juré ne jamais l'avoir vu...

a envie de diffuser. Passer dans un circuit classique demanderait qu'on vende la revue à 150€ ! Mais vendre aussi cher ne nous intéresse pas.

**S.C. | Je comprends votre point de vue, mais si la diffusion est importante pour vous pourquoi ne mettez-vous pas la revue en ligne de manière plus accessible ?**

**S.S** | Pour la simple raison que les deux mamelles de Lagon sont les choix des artistes et l'impression. Et tu as pu voir qu'il y a dans la revue différents types d'impression, plusieurs papiers, des encres fluorescentes, argentées, tout ça c'est

la sensualité du livre. Et si on mettait en ligne le PDF ça ne serait pas très beau. Tout ce qui est argenté devient gris sur l'écran. On perdrait complètement un des buts de la revue. La matérialité et la diffusion de l'objet vont ensemble, on ne va pas choisir l'un au dépend de l'autre. Et puis qui a envie de lire des bandes dessinées en PDF ? [personnellement je serais contente de pouvoir lire en PDF puisqu'il n'y a pas énormément d'exemplaires en circulation, on n'a pas forcément accès au contenu par exemple Kibлинд met tout son contenu sur internet même s'il n'y a pas la même question de matérialité] Ce n'est pas le même

projet, pas la même économie du tout. Kibлинд est une revue gratuite avec des articles, du contenu journalistique, critique.

**S.C. | Allez-vous continuer la revue pendant longtemps ?**

**S.S** | À chaque revue nous remettons le projet en question. Pour nous, l'enjeu de ce projet c'est que nous soyons toujours excités par de nouvelles formes et de nouveaux contenus. On pense déjà au prochain numéro, à des nouveaux artistes, même si on ne se projette pas sur plusieurs années. On réfléchit numéro par numéro et puis on verra pour la suite !



# LA RISOGRAPHIE

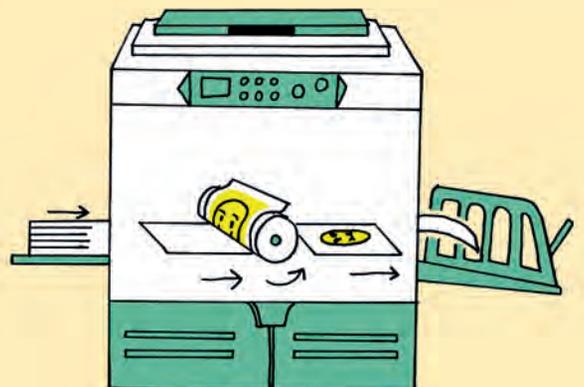
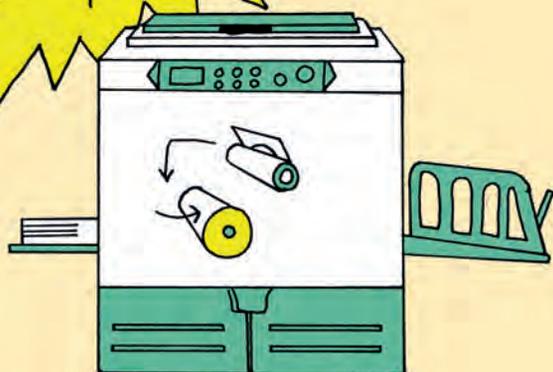
LE RISOGRAPE (OU DUPLICOPIEUR) EST UNE MACHINE INVENTÉE PAR L'ENTREPRISE RISO EN 1946. À L'ORIGINE, ELLE A ÉTÉ IMAGINÉE POUR SERVIR DES STRUCTURES AYANT BESOIN D'UN GRAND NOMBRE DE PHOTOCOPIES (ÉCOLES, ADMINISTRATIONS). GRÂCE À SA VITESSE DE REPRODUCTION QUI S'ÉLÈVE À 150 PAGES/MINUTE, L'ENGIN A ÉTÉ, PAR EXEMPLE, TRÈS UTILISÉ POUR PHOTOCOPIER DES TRACTS.



CETTE IMPRIMANTE UTILISE UN SYSTÈME DE POCHOIR, CE QUI FAIT DE LA RISOGRAPHIE LA COUSINE DE LA SÉRIGRAPHIE. ON ENVOIE DES FICHIERS NUMÉRIQUES VERS L'IMPRIMANTE QUI LES TRADUIT SUR DES "MASTERS" (DES POCHOIRS) QUI VIENNENT SE COLLER SUR LES TAMBOURS. ALORS, LES TAMBOURS DÉVERSENT L'ENCRE À TRAVERS LE POCHOIR SUR LA FEUILLE DANS UN MOUVEMENT DE ROTATION.

SI LA RISOGRAPHIE EST BEAUCOUP UTILISÉE PAR LE MILIEU DU FANZINAT (CÔTÉ BEAUX-ARTS) C'EST D'UNE PART POUR LE CÔTÉ ESTHÉTIQUE, CAR L'ÉQUIPEMENT COÛTE TRÈS CHER, ET D'AUTRE PART, LES ÉTUDIANTS SONT FORMÉS SUR CES MACHINES ET PRENNENT L'HABITUDE DE CONCEVOIR LEURS PROJETS AVEC. LA MACHINE EN ELLE-MÊME EST UN GROS INVESTISSEMENT MÊME SI LES COPIES SONT EN PRATIQUE PLUS ABORDABLES QUE LES IMPRIMANTES JET D'ENCRE OU LASER. LES TAMBOURS SONT ÉGALEMENT ONÉREUX SI ON COMPTE QU'IL EN FAUT UN PAR COULEUR. LE PRIX D'UN DUPLICOPIEUR NEUF SE SITUE À PLUS D'UNE DIZAINE DE MILLIERS D'EUROS.

150p/min





*Le Spin Off est un petit endroit imbriqué entre deux immeubles dans le centre-ville d'Angoulême. Il a lieu tous les ans lors du Festival International de Bande Dessinée (FIBD). Il est le lieu de réunion pour tous les férus d'expérimentation, tous ceux qui demandent autre chose que des bandes dessinées professionnellement éditées par des grandes et moins grandes maisons d'éditions.*

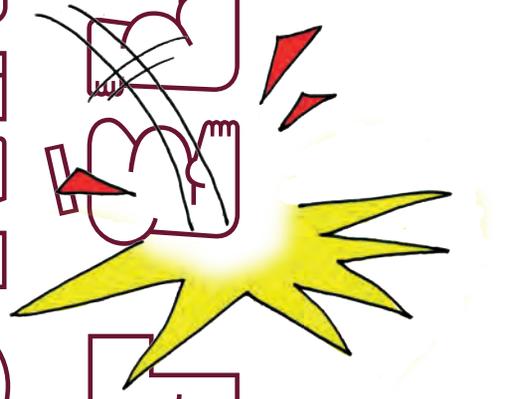
LE SPIN OFF

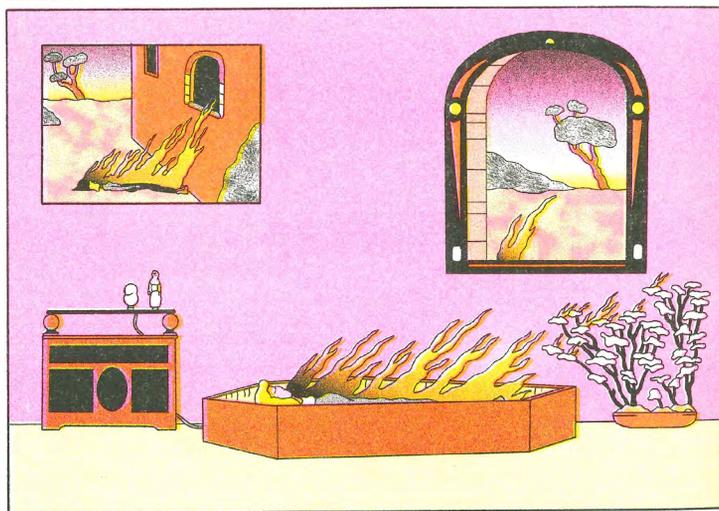
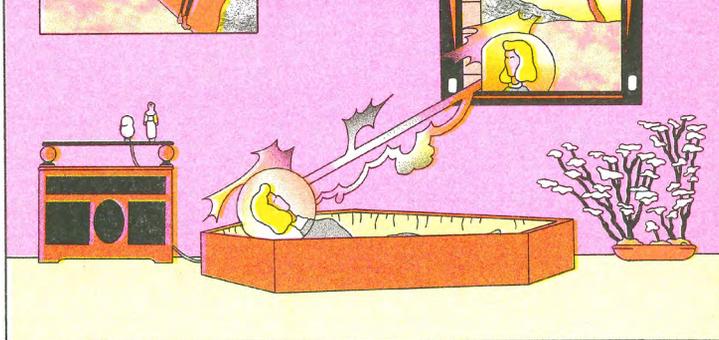
PREZINÉE

ESTRE

COZOCOTTE

ESTRESAE



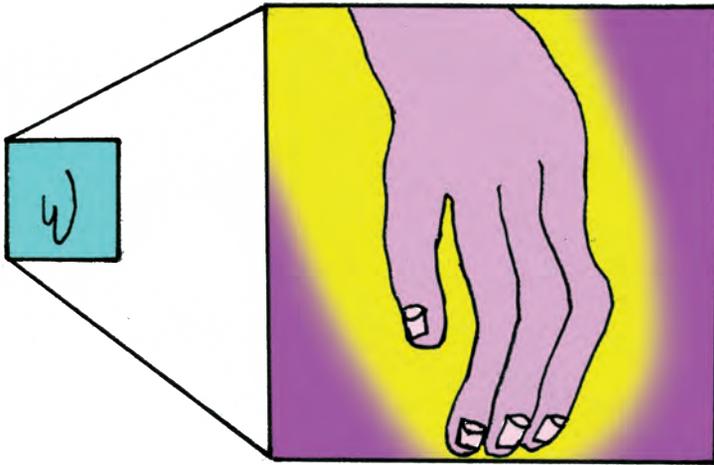


Le Spin Off est ce qu'on pourrait qualifier de milieu « underground » de la bande dessinée. Il a pris la relève du FOFF qui s'est arrêté en 2017 car les membres de l'association qui le gérait n'étaient plus disponibles pour l'organiser. Le Spin Off a été fondé à sa suite par le collectif des Hiboux pour faire perdurer ce milieu, c'est lui qui accueille actuellement le plus d'auteurs et musiciens indépendants. Il est intéressant de signaler que le Spin Off n'est en réalité qu'une partie du *off* et que de nombreux autres événements existent dans le *off* du FIBD. Cet endroit, c'est le lieu de la micro-édition et du fanzinat, c'est aussi le lieu de rencontre des étudiants en école d'art qui s'intéressent à ces univers, beaucoup de stands sont d'ailleurs tenus par ces étudiants. C'est un espace ouvert à la candidature, n'importe qui est susceptible d'y obtenir un stand s'il répond aux critères de sélection. Malgré tout, nous pouvons y observer beaucoup de micro-éditions professionnelles en prenant comme exemple les éditions Matières ou la revue Lagon.

Les techniques de production sont très représentatives de ce milieu, et même inhérentes. Une majorité de ce qui est présenté à la vente est risographiée ou sérigraphiée (ou les deux).

Ce sont des techniques simples et moins chères que l'impression laser, avec un rendu fini et une texture « nouveau rétro »<sup>18</sup>. Le grain rappelle les photographies argentiques, et le léger décalage, constant, rend chaque tirage unique. La risographie est conséquemment revenue en force il y a une dizaine d'années pour les raisons que je viens d'évoquer. Pour ce qui est de la sérigraphie, elle a commencé à être instaurée dans les écoles d'art en mai 68 pour faire des affiches politiques contestataires<sup>19</sup>. La sérigraphie est restée très populaire grâce à sa facilité d'utilisation et son coût réduit. Elle est le principe de base qui sert à la risographie : l'impression en tons directs, une couleur c'est un passage, deux couleurs, deux passages et ainsi de suite...

Ces méthodes d'impression rappellent le bricolage, le fait-main/DIY les décalages entre les passages de couleurs sont inévitables et ça va de pair avec la culture du fanzine. La priorité c'est de produire vite avec des matériaux simples, sans trop se préoccuper des finitions et de l'aspect qu'il peut avoir. Parfois, l'esthétique de cette maladresse est même recherchée. Sans « chichi », le fanzine permet la désacralisation de la chaîne du livre.



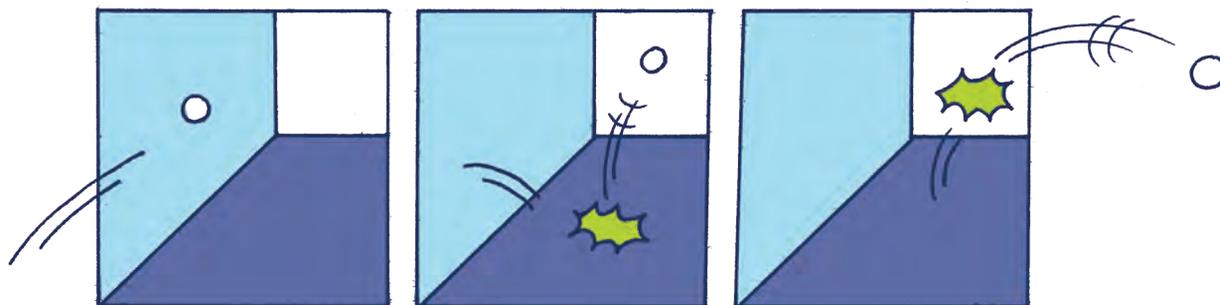
à la culture dominante. C'est même rendre hommage à ces personnages avec lesquels nous avons grandi.

Cette pratique permet également de proposer une alternative à cette chaîne du livre afin que chacun puisse s'exprimer sans être censuré ou exclu comme ont pu l'être les dessinateurs de Picsou. La seule censure, c'est l'autocensure. Chacun se sent libre de créer ses histoires, voire de se réapproprier certains codes de la culture de masse, comme le prouve la couverture du fanzine Peltex n°2 de 1982 ou plus récemment les histoires réécrites de *Mimi Cracra* dans le fanzine du collectif très très bien (@tres.tres.bien). Ce sont des manières de résister

« La passion fanatique serait un moyen pour les classes dominées de détourner les produits et symboles que lui imposerait le capitalisme culturel de masse [...]. Ne pouvant y échapper, elles se les réapproprient, les détournent et, ce faisant, elles créent un espace d'émancipation (empowerment) » *Samuel Étienne, Bricolage Radical #1, éditions Strandflat, Saint-Malo, distribué par les presses du réel, 2018, p.24*

Faire des fanzines, c'est aussi faire partie d'une certaine communauté, c'est un milieu restreint, où tout le monde se croise, et se reconnaît.





Les périodiques regroupant plusieurs artistes installent des dynamiques créatives riches dès lors que chaque artiste s'intéresse au travail de l'autre, comme c'était le cas dans le magazine Métal Hurlant : « On savait ce que faisait l'autre. On était dans cette espèce d'échange, on se parlait par dessin interposé. Il y avait ça aussi. Je dirai presque qu'il y avait une forme d'émulation, de compétition »<sup>20</sup> déclarait Enki Bilal.

Les fanzines étant très imprégnés d'une philosophie horizontale et sans hiérarchies, il est très facile de rentrer en contact avec ceux qui les produisent. Les échanges de lecteur à éditeur/auteur/distributeur sont facilités car les rôles sont aisément inversables, dans la mesure où quiconque muni d'une imprimante peut produire son propre fanzine. Ce qui n'est pas le cas des magazines qu'on trouve dans la grande distribution.

Tous les coups sont permis. Il n'y a pas de limites. On imprime tant qu'on a de l'argent. On réussit un peu et on rate le reste. C'est un vrai terrain de jeu. La revue Lagon le prouve en mixant les techniques d'impression et en choisissant les univers des artistes qui ont fait « un pas de côté »<sup>21</sup> pour reprendre les mots de Sammy Stein. Chacun s'inspire librement les uns des autres, même si parfois nous pouvons retrouver une certaine homogénéité dans les dessins à cause du formatage esthétique de certaines écoles (le syndrome « Arts décors de Strasbourg »<sup>22</sup>) assez facilement identifiable.

Le Spin Off est très loin de l'esthétique punk des fanzines des années 1970 si bien qu'on pourrait se demander si les fanzines présents au festival ne font qu'emprunter une forme à cette culture punk. Sammy Stein de la revue Lagon précise que l'objectif de diffusion est aussi important que la plasticité du livre. Et c'est pour cette raison qu'ils ne publient pas leur revue sur internet. Finalement, comme la revue reste matérielle c'est la plasticité qui, selon moi, prend le dessus sur la diffusion. Cela fait sens au vue de la diversité des techniques d'impressions qu'ils utilisent, mais cela conduit inévitablement à un fossé entre les lecteurs initiés et ceux qui le sont moins (ou carrément pas). Même si le mot « élitisme » est un concept tabou chez les gens de la micro-édition et des fanzines de bande dessinée car non désiré, il est cependant présent puisque intrinsèquement lié à l'action de faire des fanzines. Il s'agit souvent d'objets

**« On approche ici les marges floues du fanzinat, espace médiatique tirillé en permanence entre volonté altruiste de diffuser l'information au plus grand nombre [...] et celle de l'autosatisfaction d'un individu ou d'un petit groupe »**

*Samuel Étienne, -Fanzine- Bricolage Radical, édition Strandflat, Saint-Malo, distribué par les presses du réel, 2018, p.69*

qui se diffusent d'abord dans des cercles d'amis ou de connaissances, et qui s'adressent à eux sans pour autant qu'ils soient nécessairement des « private jokes ». C'est le principe du bouche à oreille.





Les fanzines paraissent, dans les faits, servir davantage une émancipation personnelle qu'une émancipation des masses. Le fanzine libère celui qui crée, car « faire » est le seul moyen de se rendre compte des possibilités qui s'offrent à nous. C'est une expérience avant tout personnelle, voire intime. Nombre de gens qui pratiquent le fanzine ne multiplient pas facilement et ne diffusent que très peu (voire pas du tout) leurs exemplaires parce que « faire » leur suffit.



Le fanzine est une presse dite « locale » à cause de la diffusion non maîtrisée, et non professionnelle de celui-ci. Ce qui conduit à une propagation limitée du travail, le fanzineur étant seul à porter le poids de créateur, éditeur et diffuseur.

Des fanzines tentent de se frayer un chemin vers une meilleure visibilité en devenant non des fanzines et des « prozines » comme les appelle Samuel Étienne. Les « prozines » sont des « fanzines ayant surmonté des handicaps structurels » en professionnalisant une partie du processus de création. Par exemple, nous pourrions qualifier Lagon de « prozine » si nous prenons en compte le fait qu'ils ont payé des imprimeurs pour certaines de leurs impressions et la reliure de leur dernier numéro, et qu'ils ont un tirage conséquent pour un fanzine (~1000 ex. par livre).

Mais 1000 exemplaires ne suffisent pas pour autant à rivaliser avec les tirages des éditeurs grand public et leur popularité. Le flux de l'industrie du livre est inondé par les tirages des grands éditeurs, écrasant ainsi toute concurrence potentielle. Pour cause, l'industrie du livre n'est, en réalité, pas du tout adaptée aux petites structures comme le dit Alexandre Balcaen (fondateur de la maison d'édition Adverse) dans une interview : « les systèmes de travail très techniques de grandes chaînes de ce type-là [Fnac, Cultura] sont extrêmement violents avec des petits catalogues fragiles et des tirages pas très conséquents. En fait, cela peut quasiment nous mettre en danger de mort économique d'aller dans ce type de réseau ». <sup>23</sup> Ce qui peut expliquer en partie l'accès difficile à l'information et le manque de publicité fait pour ce genre de production.

Peut-être que pour palier à ce manque de visibilité, les fanzines de bandes dessinées ont développé une stratégie de production (pas forcément consciente) qui consiste à produire des périodiques non-ancrés dans le présent, de manière à les rendre plus intemporels. Ces fanzines difficilement qualifiables de périodiques ont un rythme de parution très lent car ils sont faits pour durer et être précieux. Une attention toute particulière est portée sur l'édition : choix du papier, choix de la méthode





d'impression, et parfois même le choix de la reliure. Ces fanzines atteignent un niveau de sophistication qui dépasse le simple magazine et ils deviennent pour la plupart, des objets à part entière, des œuvres d'art ou des objets de bibliophilie. Certaines personnes entretiennent un rapport de collectionneur avec ces objets, et ce public considère dans un premier temps le statut du fanzine (l'objet) plutôt que son contenu. Mais ces œuvres d'art ou objets bibliophiliques contribuent, d'abord à un embourgeoisement du fanzine qui devient plus précieux et plus inaccessible encore dans une sorte de « boucle de rétroaction positive ». <sup>24</sup>

Tout semble fait pour que le milieu du fanzine de bande dessinée ait un accès laborieux à un public plus large à cause des difficultés de diffusion et aussi à cause de la dimension bourgeoise qu'elle est en train de prendre mécaniquement et pas tout à fait volontairement.

Ces problèmes ne semblent pas intentionnels, néanmoins nous pourrions nous demander si les individus de ce milieu constatent cette dimension du fanzine. Et si oui, cherchent-ils à y remédier ?

Certains collectifs comme La fabrique de fanzine sont conscients des lacunes du milieu et ne cherchent pas à professionnaliser leur proces-

sus de création, ils ont une vision différente de ce que sont les fanzines. Pour les ouvriers de la fabrique c'est avant tout, un moyen de sociabiliser. Ils ont défini la fabrique de fanzine comme le « 4ème protocole » <sup>25</sup> destiné à faire des rencontres et même parfois à se faire des amis. Professionnaliser le fanzine pour eux n'a pas de sens, l'essentiel reste dans le temps imparti où la fabrique de fanzine existe. Le fanzine est pour eux un geste spontané qui perd (presque) son sens une fois terminé. Et dans leur logique, le fanzine n'est pas à but lucratif, les leurs sont donc gratuits dans la limite des stocks disponibles.

D'autres solutions sont organisées comme la maison d'édition Adverse qui proposent un fanzine (VS) à lire sur le web ou à imprimer gratuitement chez soi. Cette dernière initiative, laisse penser que la numérisation pourrait permettre une meilleure accessibilité à défaut d'une meilleure visibilité. Et peut-être serait-ce la suite logique que pourrait prendre le fanzine de bandes dessinées, il existe déjà des sites comme mangadraft, amilova et d'autres qui proposent un service d'auto-édition web. Ainsi, de nombreux apprentis mangaka s'auto-éditent sur ces plateformes, et sont lus par de nombreux lecteurs. À quand le tour des apprentis auteurs de BD ?



# RICK CANYON



## RÉSUMÉ:

RICK LE DESPERADO DE L'OUEST A RÉCUPÉRÉ SA RÉCOMPENSE DE 5000 \$ POUR LE CORPS DE CARLOS CABANOS. IL ATTEND LA DILIGENCE POUR PACSON CITY POUR RENDRE LA MONNAIE DE SA PIÈCE À TEDDY SANTIAGO PAR RAPPORT À UNE AUTRE HISTOIRE QUI LUI A CAUSÉ BIEN DU SOUCIS.

alors c'est quand qu'elle arrive cette diligence là!



Ouais ils sont rebou à la fin non d'un coyote



sans de là



ouais bon

on sait jamais y'a peut-être un bouchon



un bouchon mon cul ouais

mon cul un bouchon



m a jamais un bouchon dans le coin

a se aurait



nan mais quel bouffon ce cow-boy

qu'est-ce que je fous à attendre la diligence avec un cow-boy pareil



ouais bon je disais ça comme ça c'est bon

C'EST UNE HUMILIATION POUR RICK CANYON

PAUVRE COW-BOY MDR



Woooooo

ah la voilà il arrive

LE REGARD DU CHAUFFEUR A QUELQUE CHOSE DE PAS NET DANS LE REGARD...



Cactus Town 30 minutes d'arrêt



RICK CANYON REMARQUE SON AIR ANTIPATHIQUE.

il a l'air louche ce mec

C'EST VRAI ÇA



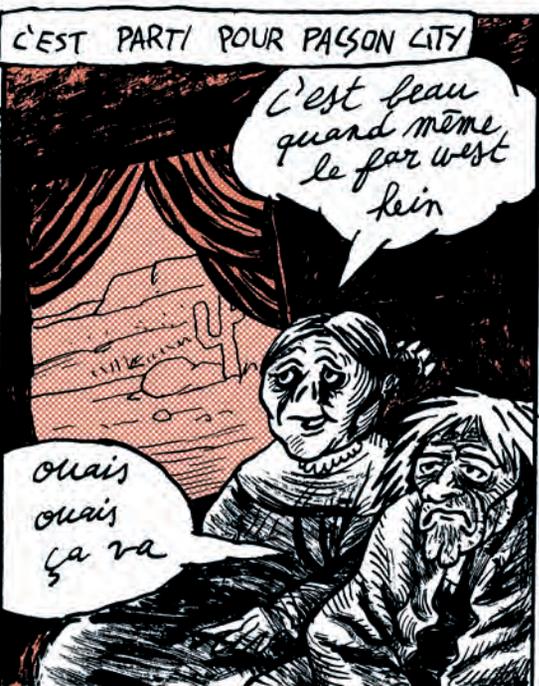
BIEN DIT RICK

CE SOMBRERO N'INSPIRE PAS CONFIANCE



bah ça arrive à tout le monde d'être antipathique

allez hop



C'EST PARTI POUR PALSON CITY

C'est beau quand même le far west hein

ouais ouais ça va



perso je préfère la bretagne mais bon après chacun ses goûts.



bah alors qu'est-ce qu'il se passe on s'arrête?

c'est quoi ce bing?





# INTERVIEW

## CLAIRE CZAJKOWSKI



*Les fanzines sont initiés, le plus souvent, par de jeunes personnes encore étudiantes. Claire en a initié un avec des amis à elle. Le Chaudron est un fanzine en noir et blanc, couverture sérigraphiée. J'ai eu l'occasion de participer au premier numéro et je reviens vers Claire pour lui demander quelques précisions sur les intentions de sa démarche.*

**Silène Clarté | Comment vous est venu l'idée de faire un fanzine ensemble ?**

**Claire Czajkowski |** Ce fanzine s'est monté avec deux amis du lycée avec qui j'étais en arts appliqués à Marseille. Nous avons tous les trois poursuivi nos études dans des villes différentes (moi j'étais aux Beaux-Arts d'Épinal et eux en Design Graphique) et ce projet était surtout l'occasion pour nous de se retrouver et expérimenter des choses ensemble.

**S. C. | Est-ce que votre fanzine a un but en particulier ou bien s'agit-il d'un endroit où les artistes peuvent expérimenter ?**

**C. C. |** On a fait le choix de laisser assez de liberté aux participant.e.s en proposant simplement un thème et une limite de pages. Il n'y pas de ligne éditoriale à proprement parler. Pour l'instant, Le Chaudron s'apparente à un graphzine avec majoritairement des illustrations et des bandes dessinées. Pour explorer davantage la mise en page, on réfléchit à faire évoluer la forme en intégrant plus de texte ; poèmes, interviews, etc...

**S. C. | Est-ce que vous procédez à une sélection des artistes ? Est-ce**

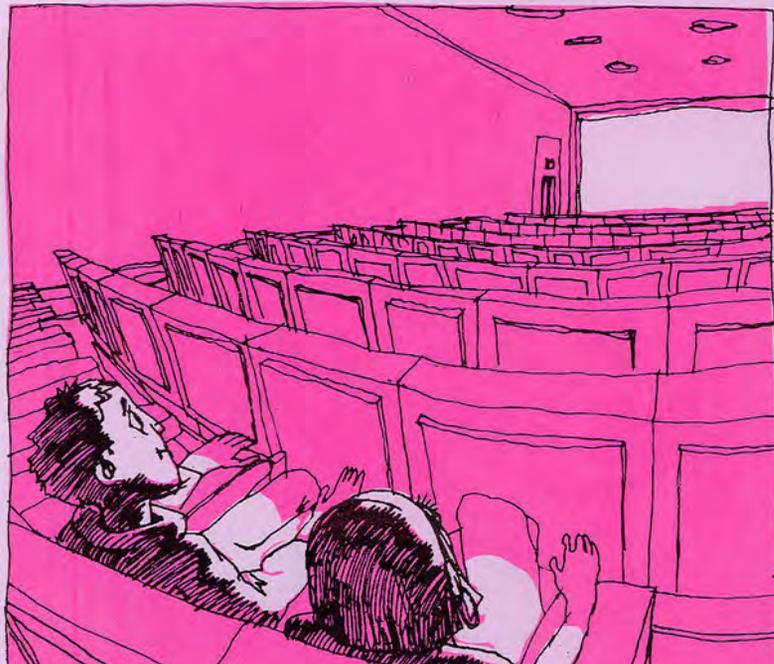
**que tu estimes que toutes les expérimentations sont bonnes à prendre ?**

**C. C. |** Nous proposons directement aux personnes avec qui on aimerait collaborer. Jusqu'ici c'était surtout des ami.e.s, mais on a aussi des gens qui nous contactent avec l'envie de participer et on étudie leurs propositions au cas par cas. Au final on s'en tient à 13 participant.e.s qui s'engagent à mener à bien le projet (et de fait on ne jugera pas la qualité de leur production, c'est le jeu).

**S. C. | Est-ce que tu penses que ce projet t'as permis d'acquérir une compréhension du métier d'éditeur ? Est-ce pour cette raison que tu as eu l'idée du fanzine ?**

**C. C. |** Ce n'est pas le Chaudron qui m'a aidée à acquérir des connaissances éditoriales mais plutôt l'intégration de l'équipe d'organisation du fanzine de notre école à Épinal l'ESAL (Ecole Supérieure d'Art de Lorraine). C'était un fanzine que nous organisions avec toute l'école avec un rythme trimestriel plus ou moins respecté. Nous étions une grosse équipe, on avait des réunions et ça demandait pas mal d'organisation. Avec Le Chaudron c'est un peu





différent puisque nous sommes en équipe réduite, que l'on est pas dans le cadre d'une école d'art, qu'en plus on est amenés travailler à distance et qu'on a un budget serré.

**S. C. | Quel intérêt trouvez-vous à ce genre de production ? Les fanzines sont-ils un moyen de se mettre en avant en tant que jeune artiste ?**

**C. C. |** À titre personnel, j'adore fabriquer des livres. Ensuite mener des projets de fanzines ça occasionne plein de rencontres, d'échanges et c'est super nourrissant ! Ça permet « d'exister » sur la scène locale et aussi rassembler des artistes qu'on apprécie dans des publications faites avec amour. Ça n'a pas de prix. Enfin, on ne fait pas de bénéfices, mais tous les petits sous vont dans les consommables, ça aide à augmenter la qualité de notre zine !

**S. C. | Comment gérez-vous la diffusion de votre fanzine ?**

**C. C. |** On a fait une soirée de lancement pour le numéro 2 à l'atelier La Cinégraphie, il est disponible dans la fanzinerie Agent Troublant et on participe occasionnellement à des salons (Rebel Rebel), tout ça à Marseille. Et en plus de ça on travaille sur un site internet !

**S. C. | Est-ce que tu vois le fanzinat comme un moyen d'expression à long terme ? Par exemple est-ce que tu vas continuer le Chaudron avec tes amis sur la durée ? Est-ce que tu penses que faire des fanzines est une fin en soi ?**

**C. C. |** C'est vrai que le fanzine est solidement ancré dans un milieu underground. Et dans l'idée, tout le monde pourrait faire de la micro édition et du DIY (Do It Yourself)... Mais les étudiant.e.s en art ont peut-être des connaissances plus pointues dans tout ce qui est graphisme et édition, et ça en fait effectivement un chouette terrain de jeu.

Ces productions font partie d'un cheminement personnel donc je ne trouve pas que ça soit une fin en soi... Après, tout le monde peut faire des fanzines, mais je pense qu'il faut mettre en place les conditions adéquates. Je trouve ça super précieux les zines qui contiennent des voix de personnes extérieures au milieu ! Les ateliers de création de fanzines ont un sacré potentiel et c'est super intéressant comme expérience.

Tout ça, on le fait avant tout pour le plaisir de travailler ensemble. On continuera tant que ce sera stimulant et que nos envies concorderont. En tout cas, ce qui est sûr, c'est qu'on est motivés ! que l'on veut tester plein de choses et poursuivre ce projet en continuant de le faire évoluer !

# LA SÉRIGRAPHIE

FEAT. GUTENBERG



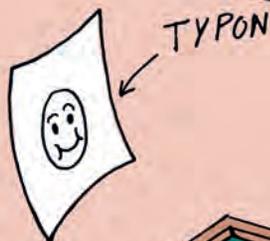
LA SÉRIGRAPHIE EST UNE MÉTHODE D'IMPRESSION DÉCOUVERTE PAR LES CHINOIS AVANT LE MOYEN-ÂGE, MAIS SON UTILISATION MASSIVE PAR LES ARTISTES EST ASSEZ RÉCENTE. POUR L'ANECDOTE C'EST UN MONSIEUR NOMMÉ ROUGEMONT QUI A INSTITUTIONNALISÉ L'ATELIER DE SÉRIGRAPHIE DANS LES ÉCOLES D'ART PENDANT MAI 68! LE PROCÉDÉ N'ÉTAIT ALORS QUE PEU RÉPANDU ET S'EST POPULARISÉ À LA SUITE DE CET ÉVÈNEMENT. LES NOMBREUSES AFFICHES CONTESTATAIRES IMPRIMÉES PENDANT LE MOUVEMENT ÉTANT DEVENUES EMBLÉMATIQUES.

DE MANIÈRE SIMPLIFIÉE, LA SÉRIGRAPHIE PERMET LA CRÉATION D'UN POCHOIR TRÈS PRÉCIS.

POUR CELA, LA SÉRIGRAPHIE PEUT ÊTRE UTILISÉE SUR TOUS TYPES DE SUPPORTS : TEXTILE, BOIS, MÉTAL ...

GRÂCE À UN PROCÉDÉ CHIMIQUE ET UNE ÉMULSION PHOTOSENSIBLE ON TRANSFÈRE L'IMAGE À IMPRIMER SUR UNE MAILLE TRÈS FINE ET TENDUE.

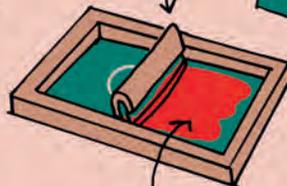
ON PEUT MÊME SÉRIGRAPHIER UN MUR!



CADRE



RACLE





C'EST TOI QUI A FAIT CE LIVRE?

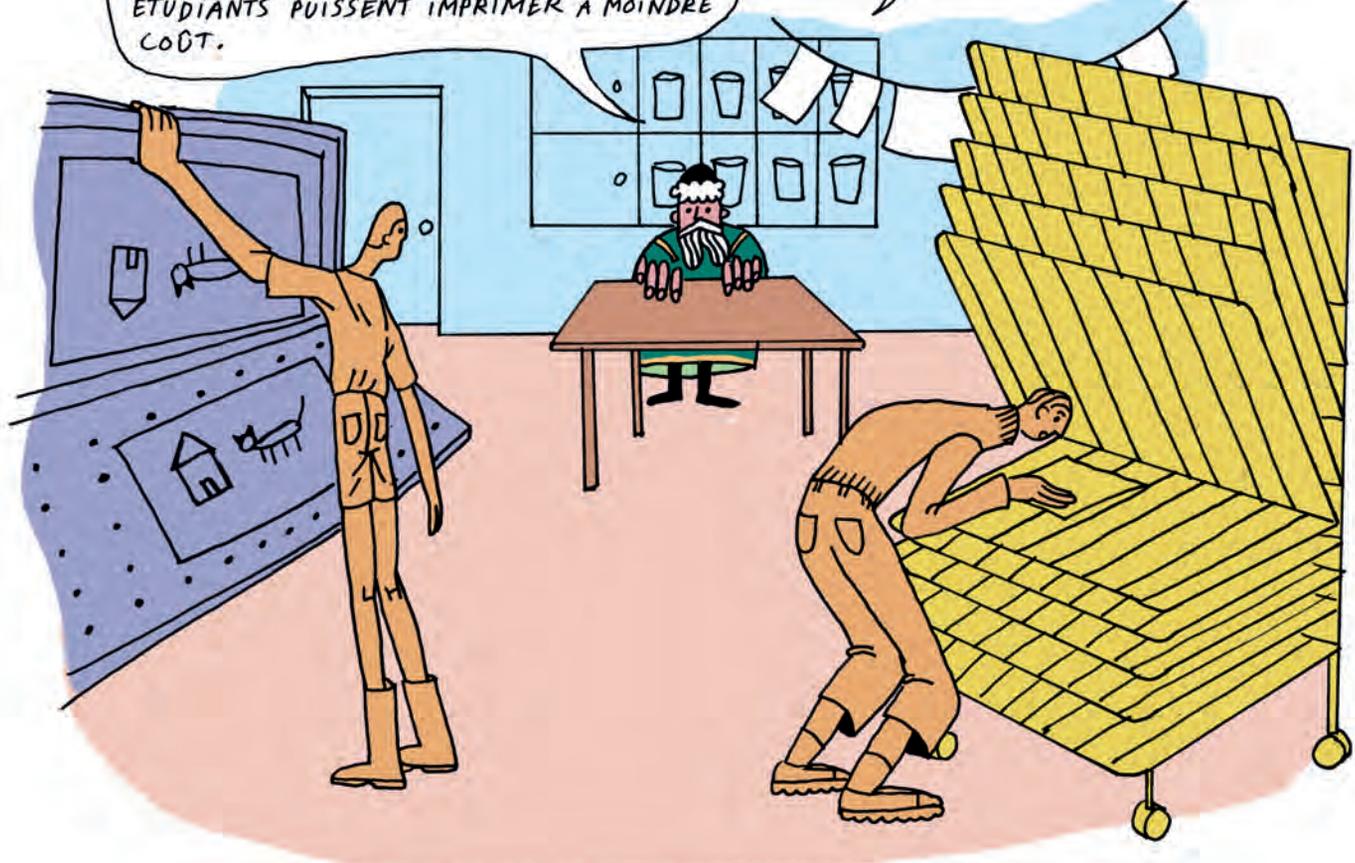
IL EST EN SÉRI?

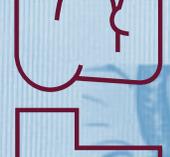
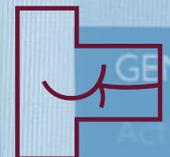
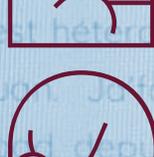
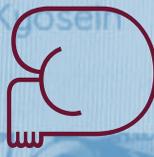
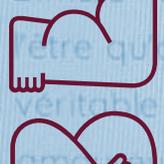
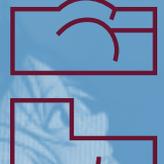
LA COUVERTURE OUI MAIS SINON C'EST EN RISOGRAPHIE !

SI LA SÉRIGRAPHIE EST UN PROCÉDÉ D'IMPRESSION TRÈS UTILISÉ PAR LES MILIEUX AMATEURS ET UNDERGROUND, C'EST PARCE QUE LE MATÉRIEL DEMANDÉ N'EST PAS COÛTEUX COMPARÉ AUX AUTRES MÉTHODES D'IMPRESSION. ON PEUT MÊME BRICOLER SON PROPRE ATELIER CHEZ SOI, SEULS LES CONSOMMABLES SONT À ACHETER (ENCRES ET ÉMULSION).

DU RESTE, LA QUASI-TOTALITÉ DES ÉCOLES D'ART EN FRANCE EN SONT ÉQUIPÉES, ET L'ACCESSIBILITÉ AUX ATELIERS A ÉTÉ FACILITÉ DEPUIS MAI 68 POUR QUE LES ÉTUDIANTS PUISSENT IMPRIMER À MOINDRE COÛT.

C'EST POUR CELA QUE DE NOMBREUX FANZINES D'ÉTUDIANTS SONT IMPRIMÉS DE CETTE MANIÈRE OU DU MOINS LEUR COUVERTURE.





le ynggentant en un...

Réalisé par Kjoesein

jeune grietter travail...



Réalisé par jellybliss

EMSER INDIRECT

Réalisé par Yael

GENERATION Y

Action, Psychologique

Difficile de se décider quand être qu'on aime est hétéro et un véritable Dom Juan. Jafar est amoureux de Sintia et depuis des années n'espère plus...

Réalisé par Elge

Victime de brimades lors de son enfance, démunie par l'inaction des adultes, Yamato fait le serment de protéger les plus vulnérables de ce monde pa...



Réalisé par Ayaluna

***Publier sur internet est une activité qui semble encore nouvelle et les éditeurs traditionnels français sont encore frileux quant à ce nouvel espace de diffusion. Pourtant, la publication de bande dessinée en ligne est presque aussi vieille qu'internet lui-même. Il y a 3 grands « groupes » de sites de publications.***

### ***Les sites de scans***

Ce sont des sites qui publient des versions numérisées de bandes dessinées (très majoritairement des mangas et des manhwas). Leur objectif initial est de rendre disponible des œuvres qui sont difficiles à trouver voire non publiées dans certains pays (ce qui concernait la majorité des titres japonais avant la popularisation de ceux-ci début 2000). Pour alimenter leur catalogue, ces sites ont besoin de deux choses : que des amateurs récupèrent des scans de contacts au Japon ou en Corée et qu'ils traduisent ces pages dans leurs langues ; le plus souvent en anglais, mais de plus en plus en chinois et en portugais. Bien que servant à la base à répondre à une pénurie de titres étrangers, les sites de scans sont désormais davantage d'immenses répertoires de bandes dessinées rendus illégalement gratuites par la *scanlation* (le scan et la traduction). En d'autres termes, c'est l'équivalent BD du streaming gratuit, les services de vidéos calqués sur Youtube mais ayant des répertoires pleins de séries et de films piratés : une bibliothèque géante qui couvre la quasi totalité des titres existants, avec tous leurs épisodes, et cela gratuitement. Le phénomène ayant bien plus touché les mangas

que les bandes dessinées d'autres origines, la culture manga en a bénéficié. C'est cette diffusion massive (et peut-être même plus sa gratuité) qui a permis à la culture « manga » de se répandre de façon globale.

### ***Les sites d'auto-publication***

Les sites communautaires sont plutôt des sites où l'on partage ses propres créations. En France, de sites de tailles plutôt importantes se sont créés tel que Amilova et Mangadraft. Les deux ont un fonctionnement plutôt similaires : les auteurs soumettent leur travail par mail ou à travers un formulaire de contact et s'ils sont acceptés par les administrateurs des sites, leurs œuvres sont publiées comme sur un site de scan ; une application « liseuse » affichant la bande dessinée page par page. Il y a dans ces sites communautaires la possibilité d'interagir directement avec l'auteur en commentant une page, un chapitre, ou l'ensemble de son travail. Cette interaction peut tout autant prendre la forme de compliments que de conseils pour progresser. Ces échanges sont similaires à ceux entre fanzineurs.





En effet, ces sites sont surtout fréquentés par des amateurs qui cherchent à avoir une première expérience d'écriture/conception d'une œuvre et donc forcément des retours sur

leur travail. La plupart des inscrits actifs sont d'ailleurs plutôt les auteurs eux-mêmes. Les sites communautaires sont des endroits où l'on peut lire des œuvres que nous voyons peu dans le circuit traditionnel de l'édition, avec beaucoup d'amateurs qui se cherchent, d'histoires fétichistes et de scénarios copiées-collées de bandes dessinées célèbres. Malgré le caractère « niche » et communautaire de ces sites, leur visibilité est conséquente ; une bande dessinée sur Mangadraft peut atteindre aisément le million de vues.

### **Les sites de publications professionnels**

Ceux-ci sont étonnamment peu nombreux dans les pays traditionnellement producteurs de bandes dessinées. Nous pouvons nommer le site du célèbre Shōnen Jump ainsi que le site francophone Délittoon. Ce sont des sites d'éditeurs ou qui ont des accords de diffusion avec ceux-ci. Ils sont similaires dans leur utilisation aux sites de scans, la différence étant que le contenu est légalement affiché. Ces sites ayant typiquement du contenu périodique,

ils ont pour modèle de publier les derniers épisodes d'une série et de faire payer pour consulter les plus anciens. En Corée cependant, les webtoons se sont développés à un point tel que la production de ceux-ci égale celle des BD papiers. La pénétration d'Internet dans la société coréenne et le très fort taux de possession de smartphone dans le pays<sup>26</sup> a permis l'émergence d'un circuit de distribution neuf, ainsi que d'une forme de bande dessinée formellement très différente de ce qui se fait communément. Ainsi, la plupart de ces webtoons sont fondés sur le principe de l'infinite canvas (toile infinie) : un chapitre est typiquement chargé en une seule fois sur une page internet très « longue » et l'on progresse dans la lecture en la faisant défiler. Ce mode d'affichage est particulièrement approprié au format portrait des smartphones et permet de représenter une action continue sans interruption de page.

Dans tous ces exemples de publication web, les problématiques sont récurrentes. Les sites de scans permettent une meilleure visibilité, une meilleure diffusion et « démocratisation » de la bande dessinée car lisible sur un téléphone portable. Et le caractère gratuit (ou quasi-gratuit) de ces productions permet de s'émanciper de la problématique financière du format papier.

Néanmoins, malgré la popularité de ces formes, le faible coût, voire la gratuité du contenu fait qu'une bonne partie de ce qui est produit l'est par des amateurs ou, en tout cas, par de professionnels avec très peu de temps et de moyens.



Cela induit souvent des productions insuffisantes voire pauvres par manque de ressources, la consommation primant encore une fois sur la qualité.

Mais peut-on réellement parler de périodiques ? En réalité seule la publication de ces bande dessinée est périodique. Au-delà de ces sites il n'existe presque pas de magazines web à proprement parler, à quelques exceptions près. Saison mag' a existé une année pour six numéros, cependant ce périodique se rapproche plus du catalogue que du magazine. Le site 8 pages comics (<http://8p.cx>) propose des fanzines à imprimer soi-même, il est alimenté par des anonymes. Et ce sont les deux seules propositions trouvables sur le net qui rentrent à peu près dans une définition du magazine. Si le magazine n'est pas viable sur internet, c'est à cause la structuration même d'internet. Le web est un espace ouvert, nous naviguons d'un lien à l'autre sans contrainte, sans nous focaliser sur un domaine en particulier. Comment rendre visible un objet éditorial dans une mer d'information discontinue ? Dans un kiosque, l'information et le choix des magazine sont limités et quantifiables contrairement à la toile.

En plus de ce problème, les dernières générations portées sur la nouvelle technologie mobile et sur les applications ne semble pas intéressée à lire. Si bien qu'on peut se poser la question : la bande dessinée est-elle un phénomène générationnel, comme l'ont été les mangas dans les années 1980-1990 ?

**« Les mangas ont fourni de nouvelles armes dans une lutte des âges et des générations que la banalisation de l'écran et du papier avait tendance à gommer. »** **Éric Maigret, chapitre « Le jeu de l'âge et des générations : culture BD et esprit Manga »**

*Les jeunes et l'écran, édité par CNET/Hermès Science Publication, 1999, p.243*

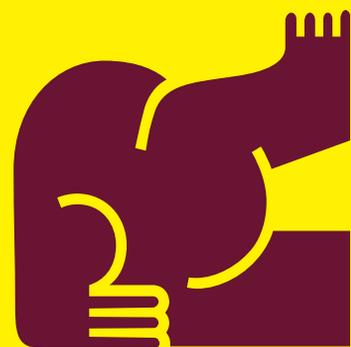
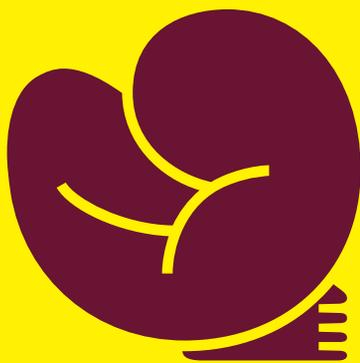


# LISEZ

# Aaarg!



LA REVUE QU'ELLE EST BIEN



*La bande dessinée dans les magazines, il y en a pour les enfants, mais il y en a aussi pour les adultes. Plusieurs magazines BD de légendes sont des magazines pour adultes comme, *Pilote*, (à suivre), *Métal Hurlant* pour nommer les plus connus. Ce qui est intrigant, c'est que ces périodiques légendaires ont tous eu leur heure de gloire dans les années 70-80; et depuis, les magazines de bande dessinés n'ont jamais reconnu une telle notoriété. Nous pouvons remarquer le même schéma pour la presse dessinée enfantine, l'apogée de ces magazines, c'était dans les années 1970-1980.*

Ces immenses magazines à succès en inspirent encore aujourd'hui, nous retrouvons des influences dans AAARG! et dans d'autres comme dans le prozine Ortolan. Pourquoi ces magazines en particulier ? Ils sont à l'époque le tremplin d'énormes changements dans la bande dessinée. Ils innovent de nouveaux styles graphiques, tout en déclarant que la bande dessinée peut aussi être littéraire. De nombreux auteurs ayant participé aux magazines *Métal Hurlant* et *(À suivre)* affirment le caractère avant-gardiste des revues ainsi que leur liberté de créer.

« *Métal* incarne une porte, une fenêtre qui s'ouvre. On a l'impression que tout est possible. On peut oser, tandis qu'avant, on avait le sentiment – par rapport à *Spirou* et *Tintin* – qu'on était toujours culpabilisés de se faire plaisir » *François Schuitten, Michel-Edouard Leclerc et Jean Baptiste Barbier, 1975-1997 : la bande dessinée fait sa révolution... Métal Hurlant, (A suivre), édité par les fonds Hélène et Édouard Leclerc pour la culture, novembre 2013*

C'est une période d'expérimentation dense qui a formé des auteurs de bande dessinée reconnus à l'internationale. Nous y retrouvons Hugo Pratt, Enki Bilal, Moebius pour n'en citer que trois. Cette époque révolue fait encore rêver des auteurs de bande dessinée pour ces deux raisons ; une liberté totale (ou presque) et une renommée de légende.

Seulement l'économie n'est plus la même que dans les années 1970. « À l'époque dans les années 70, il faut 20 000 francs de capital pour faire une revue » précise Jean-Pierre Dionnet cofondateur de *Métal Hurlant*. Maintenant, les 60 000 € que AAARG! avait récolté pour lancer le premier numéro de leur formule mensuelle, ne leur ont pas suffi pour survivre. Ce qui reste des magazines pour adulte actuellement c'est surtout *Fluide Glacial* voire l'*Echo des Savanes*, même si nous pouvons trouver, en cherchant bien, (*Franky et Nicole*, revue éditée par les requins martaux et si nous creusons encore plus loin en direction des fanzines, nous pouvons trouver *DIG* ou *Ortolan*. Ces périodiques sont, d'autant plus



**Hugo Pratt**  
Les Scorpions du désert  
Conversation mondaine à Moululhe  
**(A SUIVRE) No. 66**  
juillet 1983  
strips de 45 x 33 cm  
encre de Chine sur papier  
collection particulière

**Hugo Pratt**  
Corto Maltese / La Morte  
couverture de l'édition  
**Casterman**  
1986  
50 x 36 cm  
aquarelle et encre de  
collection particulière

et leur combat contre le sida. Il y a en fin de numéro quelques pages réservées à des infos et caricatures sur l'actualité. Le périodique propose aussi de quoi se divertir avec des bandes dessinées diverses, qui sont d'ailleurs presque toujours des bandes dessinées entières, mais toujours dans une recherche d'audace et de non-conformisme. Par exemple la bande dessinée *Merry Tragedies* de A. Ducoudray et Tomz CHKP qui raconte l'histoire de Milton – qui ressemble fortement à Donald Duck – qui veut devenir scénariste de film d'amour mais qui fini malgré lui scénariste de film X.

AAARG! c'était l'aventure qui faisait revivre les magazines de bandes dessinées.

difficiles d'accès car nous ne les trouvons que dans des librairies spécialisées. Leur publication n'est pas régulière et DIG n'a sorti que trois revues depuis 2013.

Si *Fluide Glacial* reste un magazine libre (bien qu'appartenant dorénavant aux éditions Bamboo), c'est une revue qui se focalise uniquement sur la bande dessinée humoristique. Un périodique avec une ligne éditoriale précise qui tient de la satire et qui ne permettrait pas d'éditer n'importe quel projet.

AAARG!, c'est un magazine complet. L'objet contient à la fois de l'information à travers des interviews et des articles documentaires originaux. Le premier numéro propose par exemple un petit dossier sur les frikis



# INTERVIEW

## PIERRICK STARSKY



« Nous on avait envie d'être dans un truc indépendant, il y a des gens *mainstream* qui nous trouvaient trop indé et des indés qui nous trouvaient trop *mainstream*. »

**Silène Clarté | Quel était ton rôle dans la rédaction ?**

**Pierrick Starsky** | Moi, j'étais rédacteur en chef. C'est un peu pompeux dit comme ça, mais pour préciser en quoi ça consiste, c'est un peu comme une partie du boulot d'éditeur. Je travaillais directement avec les auteur.rice.s pour définir le contenu. C'est-à-dire qu'il m'arrivait de contacter moi-même des gens pour leur proposer de bosser, même si en général je recevais déjà des propositions parmi les habitué.e.s du magazine. Ensuite, je travaillais avec les auteur.trice.s concerné.e.s sur leurs textes et leurs bandes dessinées pour les perfectionner, si c'était perfectible. Tout ça prend déjà beaucoup d'espace et puis derrière, je dois donner une direction à chacun.e sur ce qu'on attend d'eux dans ce magazine. Et pour moi, c'était assez facile de savoir ce que je voulais car j'ai nourri le journal pendant trois ans dans ma tête avant de commencer à le lancer. J'ai eu le temps de mûrir ce projet et d'en avoir une idée précise, même si après, il y a eu des changements permanents car on ne s'interdisait pas d'essayer des choses.

Au final je pense que les trois derniers numéros sont les plus aboutis grâce à l'expérience acquise.

**S. C. | Comment AAARG! a-t-il commencé ?**

**P. S.** | À la base, je ne viens pas de ce corps de métier. Je n'ai pas fait d'études dans l'édition, et je n'ai pas fait d'études du tout d'ailleurs, puisque j'ai arrêté (peut-être bêtement) le matin du bac. J'ai fait beaucoup de boulots pourris, mais j'ai continué à me former avec mes passions. Je viens du rock'n'roll, j'ai monté des groupes, tourné, enregistré et sorti des disques, toujours en auto-gestion. J'ai également fait de la radio, des fanzines, et un premier livre qui accompagnait une sortie d'album. Je suis devenu éditeur un peu par hasard en 2009 lorsque j'ai cofondé avec ma compagne de l'époque les éditions même pas mal. Le tout premier bouquin qu'on a sorti c'était une production collective qui s'appelait *Aaarg, Je meurs*, et à l'époque, on s'imaginait que ça allait devenir une revue. C'était un faux départ, et tant mieux, car c'était beaucoup moins pro que ce que AAARG! est devenu. C'est grâce à la maison d'édition que j'ai acquis une vraie expérience du métier.

L'envie de créer un périodique, c'est une chose à laquelle je pensais régulièrement. Et quand on s'est séparés, avec ma compagne, j'ai pas

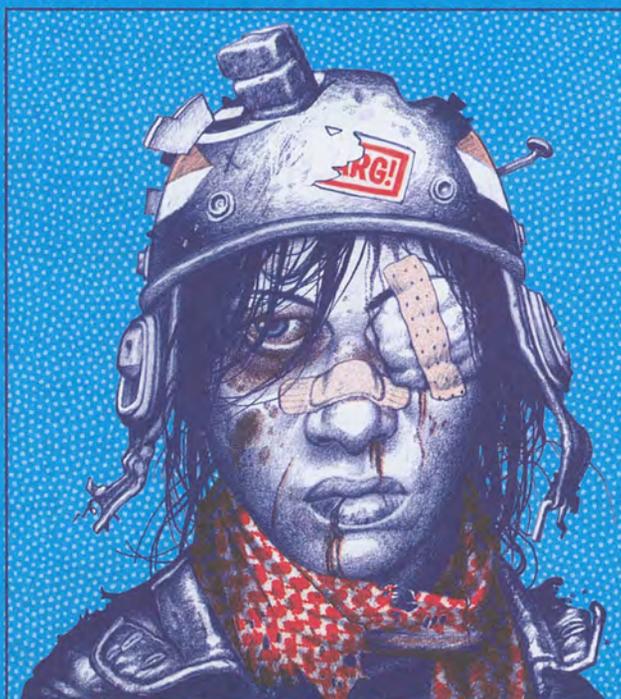
eu envie de rester dans la même boîte, ça aurait été un peu étrange. Je me suis dit que c'était du coup peut-être le bon moment pour me lancer dans cet invraisemblable projet. L'objectif de départ étant de faire un canard indépendant dans lequel les auteurs soient payés. Ce qui est compliqué dans l'édition/la presse indépendante ; car pour payer des gens, il faut qu'il y ait des revenus suffisants. Et pour qu'il y ait des revenus suffisants, il faut qu'il y ait des ventes. Et pour ça et il faut avoir les épaules, une certaine force de frappe qui demande des moyens, du personnel, de la visibilité, de l'argent, bref, tout ce que je n'avais pas. Et la grosse réflexion qu'il y a eu au-delà de la question éditoriale c'était : « Comment gérer ça ? Comment y arriver économiquement ? ». Il a fallu qu'on soit un petit peu audacieux et qu'on prenne des risques. On a réussi à avoir des subventions, on a fait des prêts, dont deux personnels. Sans tout ça, on aurait pas pu démarrer. On a aussi lancé un crowdfunding qui, en plus de nous apporter des fonds, nous a donné un peu de visibilité. Aujourd'hui, maintenant que le canard est mort, on est encore deux à rembourser les dettes qui nous restent.

## JEU DES 49,3 DIFFÉRENCES :

Avec ses petits camarades, Julie s'est fait nasser et copieusement défoncer par nos amis les CRS et leurs copains de la BAC. Trouve les 49,3 jolis souvenirs qu'elle ramène de cette manifestation.



AVANT



APRÈS

En fait Julie fait de la figuration sur le tournage du prochain film de Pierrick Starsky « Pas de pitié pour les premiers ministres » (sortie prévue en 2017).  
SOLUTIONS : Rébus / Pluto - Rouge - Queue - Mort - Différences / Il n'y a pas 49,3 différences, c'était pour déconner !

Dans le milieu professionnel, on nous donnait un ou deux numéros de survie, pas plus. Personne n'y croyait et on a prouvé que ça pouvait marcher, même si le magazine a fini par périlcliter.

### S. C. | Comment fonctionnait votre économie ?

**P. S.** | Pour que notre économie marche, il nous fallait, ce qu'on appelle un fonds de roulement élevé. Il fallait qu'on ait des sous d'avance, car quand un numéro sort, il faut attendre à peu près quatre mois avant que l'argent commence à rentrer. Un numéro nous coûtait entre 40 et 50 000€, donc il nous fallait au moins 120 000€ de fond de roulement. C'est pareil avec un bouquin dans le réseau du livre. Dans l'édition en général, il faut un fond de roulement conséquent.

Ce qui est énorme, comme somme, quand on est pauvres et au chômage. Ça donne le vertige. Nous, on a commencé dans le réseau du livre puisqu'on a fait 11 numéros sous forme de revue/mook, et après on est passés en magazine. On a changé de réseau en passant dans celui de la presse, encore plus tordu. Et pour les imprimeurs, on a négocié. On leur disait que s'ils voulaient bosser avec nous, il fallait qu'ils acceptent qu'on les paye à trois mois de la sortie. En contrepartie, on leur promettait d'être des clients fidèles à la condition que leurs tarifs soient stables.

Et puis au niveau des auteur.rice.s, je me souviens plus mais je crois qu'on les payait moitié à réception des planches, moitié à la sortie du canard. On avait la réputation d'être bons payeurs, parmi les plus carrés de la profession.

54

**S. C. | Aviez-vous déjà des problèmes d'argent avant de lancer le mensuel ?**

**P. S.** | Dès le départ, il y a ce problème de fond de roulement. Au moment du lancement de AAARG!, le mook, on avait un dossier de subvention conséquent qui avait été accepté en plus de deux prêts personnels de deux membres de l'équipe. On avait aussi lancé, pour l'occasion, un crowdfunding qui nous a ramené 15 000€ en plus. Avec tout cet argent, on avait tout juste de quoi commencer. On est partis avec deux numéros d'avance à peu près, on devait avoir sur le compte entre 100 et 120 000€. Voir des grosses sommes passer comme ça, c'est effarant, sachant que nous on bouffait des pâtes tous les jours, mais on finit par s'y faire.

Dans l'histoire de AAARG!, il y a eu deux moments un peu compliqués niveau trésorerie. Le premier, c'était au moment où on voulait passer au magazine. On a refait un crowdfunding pour tenter le tout pour le tout. Il a super bien fonctionné et on a réussi à avoir 60 000€ d'un coup, ce qui nous a permis de repartir à zéro financièrement.

Mais quelques mois après, notre diffuseur (Volumen), un très gros poisson, s'est fait racheter par un plus gros encore (Interforum). Ils ont refait leurs équipes, restructuré, ça a duré quelques mois. C'était un peu le bordel chez eux, et, pendant cette période, ils ont mal « travaillé »<sup>27</sup> nos titres, voire pas du tout. Je pense qu'ils n'ont pas fait ça avec leurs gros clients, mais nous on était un petit, donc on n'était pas prioritaires.



Par rapport aux prévisions qu'on avait faites avec Volumen pour cette période, on a fait moins de 50 % de nos attentes en termes de placements. Ça nous a fait un trou immense de trésorerie et on n'a jamais pu s'en relever. On en est morts, sacrifiés sur l'autel du système capitaliste.

Je pense que notre plus grosse erreur, c'était d'aller chez un gros distributeur, nous disant que qu'ainsi, nous serions disponibles dans les gares, dans les Relay. Et pour de la bande dessinée, surtout en presse, être dans les Relay, c'est très important, car il y a beaucoup de gens qui ne lisent de la bande dessinée ou de la presse que pendant leurs trajets. Sauf que le périodique ne s'y est jamais retrouvé et on a fini « petit » chez un gros distributeur. Alors que si on était allés chez un distributeur indépendant tel que Makassar, avec qui j'ai déjà travaillé et qui travaille bien, finalement, on aurait été un « gros » chez eux donc ils nous auraient super bien « travaillés ». On y aurait été beaucoup mieux, ça aurait peut-être changé beaucoup de choses. Et ça on ne pouvait pas le savoir avant.



### **S. C. | Pourquoi faire le choix de passer du bimestriel au mensuel ?**

**P. S. |** On a voulu passer de bimensuel en librairie (mook) à magazine mensuel (reseau presse), tout d'abord parce qu'en librairie on avait atteint notre quota max de lecteurs avec le mook. On ne pouvait pas en avoir plus. Et il y a beaucoup de gens qui achètent de la presse, mais qui ne rentrent pas dans les librairies. En plus de ça, notre mook était vendu plus de 15 € et on sait que notre lectorat était en grande part composé de gens qui n'ont pas de pognon. Il fallait qu'on fasse un magazine, donc on a fait le mensuel. On a coulé à cause de notre volet maison d'édition (j'en parlais avant), ce qui a entraîné le magazine aussi. Puis il y a un repreneur qui nous a racheté la « dette abonnés », au n°4. Le repreneur (la Financière des Loisirs) a donc récupéré les abonnés, il nous donnait une enveloppe tous les mois pour payer les auteurs tandis que lui s'occupait de l'impression et de la vente. À ce moment-là, on a changé de formule, le mensuel est devenu un bimestriel avec un contenu de 132 pages à moins de 10€. Le bimestriel nous permettait d'avoir un bon rapport qualité/quantité/prix, c'était, à mes yeux, la meilleure recette. C'est d'ailleurs, exactement la formule qu'on voulait faire au début de ce projet, mais le distributeur nous avait convaincu de faire un mook trimestriel à 15€ car c'était le prix et la forme classique.

Le problème qu'on a eu avec la Financière des Loisirs, c'était qu'ils nous demandaient d'être plus politisés, ce qui ne me dérange pas. Mais de ce fait, ils n'arrivaient pas à vendre de pub et ce sont les pubs qui font

vivre un magazine. Alors au bout de 3-4 numéros La financière des loisirs s'est dit qu'elle n'allait pas gagner d'argent avec nous, et du jour au lendemain elle a dit « j'arrête ».

### **S. C. | Combien aviez-vous d'abonnés ? Quels étaient vos chiffres de vente ?**

**P. S. |** Sur la fin de la version mook, on devait être à 2 000 abonnés, et si on fait une moyenne des ventes sur tous les numéros on est à 4 ou 5 000 ventes par numéro.

Et version mag' c'est à peu près pareil au niveau des abonnements et pour les ventes, je dirais entre 6 et 10 000. Et quand on a été repris par la Financière des loisirs, je n'avais plus aucune visibilité. Mais j'avoue que c'est un peu loin, donc je ne suis pas certain de ces chiffres.

### **S. C. | Comment gériez-vous la publicité au sein de votre magazine ?**

**P. S. |** En presse de bande dessinée c'est simple, il n'y a que Psikopat (qui n'existe plus) et Fluide Glacial qui n'ont pas de pub. En magazine de bande dessinée, si on ne fait pas de l'humour, il n'existe rien. On ne voulait pas faire de pub en tant que tel, mais nous étions faibles économiquement. On avait donc des pages de réclames. Je fais une pirouette sémantique, là, mais vous allez comprendre. On choisissait avec qui on bossait, principalement des éditeurs indépendants. Et pour pas leur prendre de pognon (il n'en ont pas), on faisait des échanges. Ils nous filaient des bandes dessinées de leur catalogue et on les vendait dans notre local,

# LA SAISON CHASSE !



QUE. IL EST POSSIBLE DE RIRE ET T'AMUSER TOUTE L'ANNÉE

EX AUTRES !

IR :  
N'EN ONT PAS !



BRAS ARMÉ DES RICHES ET DES PUISSANTS,  
PEUPLE QUI VEUT FAIRE ENTENDRE SA VOIX,  
GAGE-TOI !

AVEC NOS PARTENAIRES



LABORATOIRES  
Merchurocrom®

ce qui nous permettait de payer notre loyer. C'était du troc, très DIY.

Seulement, avec le mensuel, on n'a pas pu éviter la publicité car on s'est retrouvé dans un milieu de diffusion très commercial. Même si notre volonté a toujours été de rester les plus indépendants possibles, on s'est retrouvés alternatifs tout en étant sur un gros circuit.

Malgré tout, on n'a jamais fait de pubs dissimulées, ce qui est par contre un vrai problème dans la presse d'information. Comme les journaux gagnent leur pain avec les pubs, pour pouvoir attirer les sponsors, il faut être politiquement correct et ne froisser personne. Ils acceptent même parfois de déguiser des publicités sous forme d'articles. Au final, les journalistes n'exercent plus leur métier librement. Et là c'est vraiment grave. Pour la bande dessinée, ça l'est un peu moins sincèrement.

**S. C. | Définiriez-vous votre magazine comme un lieu de rencontre et d'expérimentation ?**

**P. S. |** Le magazine a été un lieu de rencontre déjà avec le lectorat. Puis, on a permis à certains auteurs et autrices d'être lu.e.s et il y en a aujourd'hui qui ont bien avancé dans leur carrière. Entre nous on est pas mal à s'être rencontrés sur le canard, et humainement y a des choses qui se sont créées. Mais le magazine n'a pas été tellement un terrain d'expérimentation, même si c'est vrai que dans un sens le format court ça permet de tester des choses. Mais, on n'a jamais été comme Féraïlle ou même Métal Hurlant qui étaient vraiment des laboratoires.



Nous, notre démarche, c'était de vouloir raconter des histoires. Avant tout, on voulait aider les auteurs.trice.s à vivre, et pouvoir proposer du récit court qui ne soit pas forcément de l'humour. Qu'on puisse avoir des polars, du fantastique, de l'intimiste etc... Croiser les genres, pas faire un truc de puriste. Nous avons par contre une vraie démarche qualitative, et politique. Sans que ce soit ostentatoire, on faisait très attention à ce qui était raconté, on refusait (heureusement) tout ce qui était sexiste, raciste, homophobe, etc. On peut, par contre, aller très loin en tapant sur la bêtise et sur l'opresseur.

On avait la même politique de croisements de genres en ce qui concerne les médiums, en mélangeant de la littérature, de la photo, du cinéma. C'était ça notre volonté éditoriale. On voulait créer du divertissement intelligent. Raconter des histoires. Et même dans les articles on avait cet objectif-là. Par exemple, dans chaque numéro on faisait une rencontre avec un auteur (plutôt une « peinture » de la bande dessinée) et on racontait son parcours. On faisait une interview, et à la fin on enlevait les questions. Ça faisait un monologue, une histoire.

### **S. C. | Les magazines légendaires (Métal, (A suivre)) : pourquoi ont-ils si bien marché ?**

**P. S. |** Si les magazines de l'époque ont aussi bien fonctionné, c'est déjà qu'il y avait beaucoup moins de production en bande dessinée, car moins d'auteurs. Il y avait beaucoup moins d'offres. Et puis, jusque dans

les années 1970, la bande dessinée était un médium réservé aux enfants et on commençait à se rendre compte que ça pouvait aussi être pour les adultes. Tout a commencé lors de cette prise de conscience là, par exemple Pilote qui était un magazine pour gamin s'est transformé en mag' pour adulte. Dans la foulée, ont émergé l'Écho des savanes, Fluide Glacial et Cie. D'un seul coup on a commencé à proposer de la bande dessinée pour adulte. Tout ça, avec des formats différents, (À suivre) c'était les prémices du roman graphique.

Peut être aussi qu'à l'époque, on n'avait pas internet, pas de portables et qu'il fallait aller fouiner pour découvrir les choses. Pour moi, c'est déjà deux vecteurs et puis je pense que la troisième raison majoritaire, c'est le pouvoir d'achat. À l'époque, si on compare l'argent gagné et le coût de la vie en général, on se rend compte qu'on avait plus de pouvoir d'achat qu'aujourd'hui. L'immobilier et l'essence ont augmenté, et ça prend pas mal de place dans le budget actuellement. Après, je suis pas sociologue, c'est une supposition.

### **S. C. | La diffusion était-elle plus simple à l'époque ?**

**P. S. |** Au niveau de la diffusion sincèrement, je ne sais pas vraiment comment ça marchait à l'époque. Mais j'imagine que dans les années 1970, beaucoup de choses étaient plus faciles. Trouver du boulot était plus facile. C'était un permanent boum économique. Je crois que la vie était plus facile d'un point de vue matériel. Et puis ça a commencé à se déliter petit à petit.

# REVUE DES LUTTES DES CLASSES



PLUS QUE PAR N'IMPORTE QUOI D'AUTRE, FRANCE, A ÉTÉ MARQUÉ PAR LE MOUVEMENT LA LOI EL KHOMRI. TRÈS VITE, LA POLITIQUE LA FORCE ET LA RÉPRESSION, ET LA GROGNARDISE REVENDEUR DU MOUVEMENT UNE DIMENSION SPECTRE DE LA LOI : C'EST DE L'ENSEMBLE AU SERVICE DE LA FINANCE ET NON DU PEUPLE. VRAI CHANGEMENT, C'EST QUAND ? NOTRE TÉMOIN DE L'ENSEMBLE DU MOUVEMENT. REVENDEUR DE VIOLENCE ET DE SOL...

## S. C. | Y-a-t-il moins de lecteurs ?

**P. S. |** Je pense qu'il y en a moins mais pour une raison simple, s'il y avait plus de magazines, il y aurait plus de lecteurs et par conséquent plus de magazines de qualité. Je crois que ça a commencé à changer fin des années 80 jusqu'aux années 2000 mais je pense que c'est pareil dans tous les milieux. Ça va dans le sens du monde, avec l'apogée du capitalisme. Les riches sont de plus en plus riches, les pauvres de plus en plus pauvres. On trouve moins de magazines de qualité, parce que les gens ont moins les moyens de s'acheter des magazines (entre autres). Je crois qu'il s'agit vraiment d'une problématique financière. Le prix d'un album de bande dessinée était proportionnellement moins élevé qu'aujourd'hui :

le livre devient un objet de luxe. Ce n'est pas que la bande dessinée, les livres de poche aussi. Maintenant, un livre de poche c'est entre huit et dix euros. Quand tu donnes dix balles tu t'attends à ce qu'on t'en rende cinq et maintenant on te rend quelques centimes. C'est ce qui fait que petit à petit, la culture littéraire devient un objet de privilégié.e.s. C'est une des raisons pour lesquelles on voulait faire un format mag', pour être plus accessibles. Il me semble aussi qu'il y a énormément d'éditeurs qui ne veulent pas de magazines car c'est compliqué de faire de l'argent avec la presse. Après il y a des exceptions comme la Revue dessinée, qui a cartonné et ils ont même pu racheter XXI quand ils étaient en train de couler. Je pense aussi que la Revue dessinée s'adresse

à un lectorat de classe « moyenne plus », cultivée et qui ont les moyens de s'abonner et d'acheter ce genre de bouquins.

Un autre problème aujourd'hui, c'est que tout fonctionne en termes de niche. Beaucoup de revues de presse sont spécialisées (dans le polar, dans l'humour, etc...) et tout doit être catalogué, pré-mâché d'une certaine façon. Alors que dans les années 70-80 il y avait encore beaucoup de mélange de genres. C'est ce qui nous intéressait. Nous étions peut-être dans une forme de brèche de la culture populaire (et de genre) et on n'était pas, éditorialement, un canard de niche.



En tout cas, je suis pas sûr qu'il y ait moins de lecteurs par manque de curiosité car les gens qui ont les moyens continuent à « consommer » de la culture. Le marché du livre est assez énorme en France. C'est le serpent qui se mord la queue : moins d'argent dans le portefeuille donc on achète moins de presse, de livres et donc l'offre est moins diversifiée car il n'y a pas assez de lecteurs... C'est peut-être quelque chose qui s'inversera un jour, je le souhaite de façon générale.

**S. C. | De nos jours, le format magazine est-il toujours un format pertinent pour de la bande dessinée ?**

**P. S. |** Peut-être pas économiquement, mais je ne raisonne pas économiquement sinon je n'aurais pas fait AAARG!. Je trouve ça super pertinent parce que ça permet de découvrir des gens qui ont du talent, de leur laisser une chance. C'est plus facile de dire oui à quelqu'un qui n'a jamais rien fait sur cinq pages que sur un album complet. Ça a permis à des auteurs.trice.s de se perfectionner et d'apprendre bien leur métier.

**S. C. | Est-ce que tu aimerais refaire un magazine ?**

**P. S. |** En fait j'avais dit plus jamais car quand on a coulé, on était exsangues à la fin. On rembourse encore les prêts, autant dire qu'on n'est pas riches. Et puis on gérait toute l'économie, la promotion en étant entre trois et quatre dans l'équipe selon les périodes. Là où il aurait fallu en temps normal, une dizaine de personne. On a mis deux ans à s'en remettre. On avait des problèmes de santé, ça nous a flingué.

Je me disais plus jamais, mais en voyant que le magazine MAD (États-Unis) est mort cet été, j'ai recommencé à ravoier des envies. Ça m'a fait râler et ça titille. Donc ça ne me déplairait pas de retravailler pour un journal, mais seulement pour faire un travail éditorial et rien d'autre. C'est-à-dire dépendre d'une structure, ou bien avoir quelqu'un avec moi qui a les épaules pour s'occuper de tout ce qui est « publishing », de la diffusion et tout ce qui me casse les pieds. Quelqu'un qui accepte un objet qui n'est pas purement commercial. Il y a peu de chances mais j'attends de voir. Ça reste de l'ordre du fantasme. Faudrait que je gagne au loto.



# HIROSHIMAN

## LE SURHOMME ATOMIQUE



RiFO-2016



À LA FIN DE LA JOURNÉE



À 6 ANS, MON UNIQUE PLAISIR ÉTAIT DE DÉVORER MES REVUES PRÉFÉRÉES...



AU MEILLEUR-ENDROIT SUR TERRE



J'Y AMENAIS MON GOÛTER, MON COUSSIN ET DE QUOI ÉCOUTER LES BEATLES À FOND...



ON NE M'EMBÊTAIT PAS POUR ALLER FAIRE LES DEVOIRS OU LA VAISSELLE.



..L'ENDROIT DE RÊVE OÙ J'POUVAIS FAIRE LA FIESTA AVEC MES HÉROS D'AMOUR, ET...



# JOUE AVEC POL!

POL ESSAI DE  
BOSSER AUJOURD'HUI  
MAIS IEL A UN TI'  
PROBLÈME:



REP: 'T'ai la plume!

◆ AIDE POL À GÉRER  
LA PROCRASTINATION! ◆

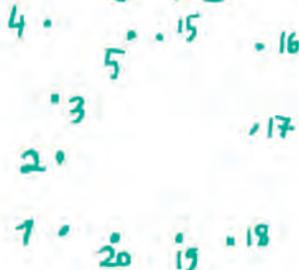


PREND TES ARMES ET  
AIDE POL À COMBATTRE  
LES OBSTACLES DE  
LA PRODUCTIVITÉ:

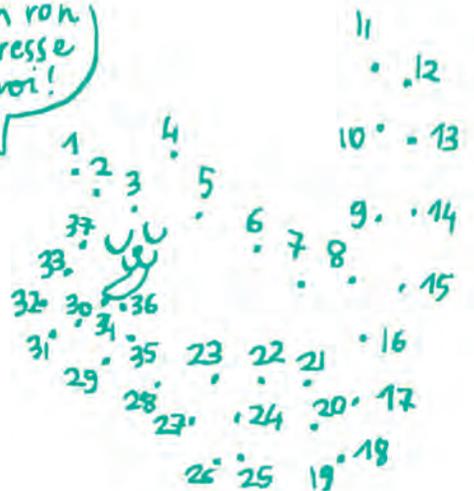
lave  
moi!

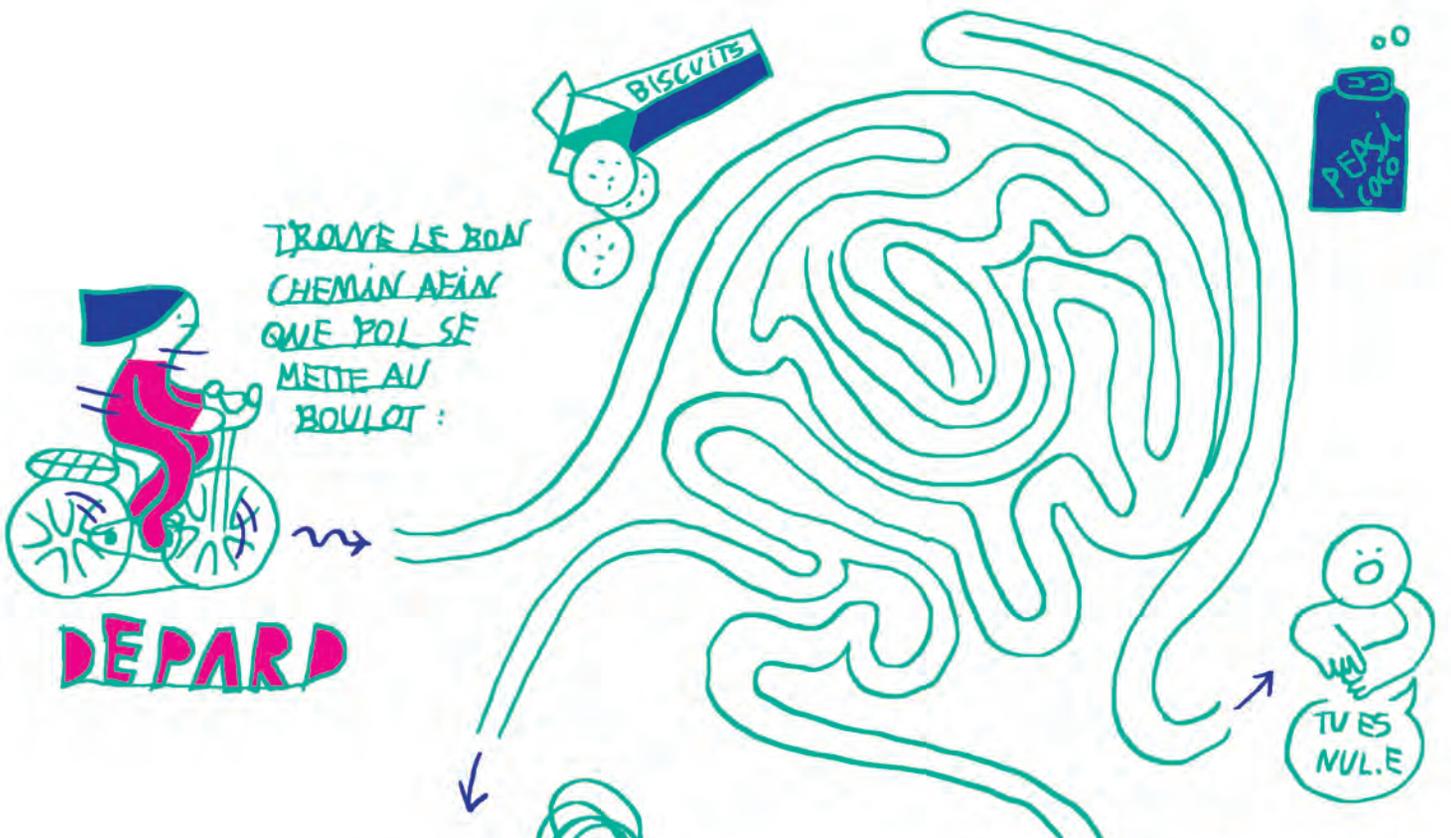


j'ai soif!  
vite!



ron ron  
caresse  
moi!





TROUVE LE BON  
CHEMIN AFIN  
QUE POL SE  
METTE AU  
BOULOT :

DEPART

BISCUITS

PEAK  
900

TU ES  
NUL.E



RETOUR À LA CASE  
DEPART



OUPS ÇA FAIT  
47 MIN QU'IEL  
EST SUR YOUTOUB

BON... IL  
FAIT DÉJÀ NUIT



ET POL N'A  
RIEN FAIT...

EH BAH ON  
VERRA  
DEMAIN!



# L'OFFSET



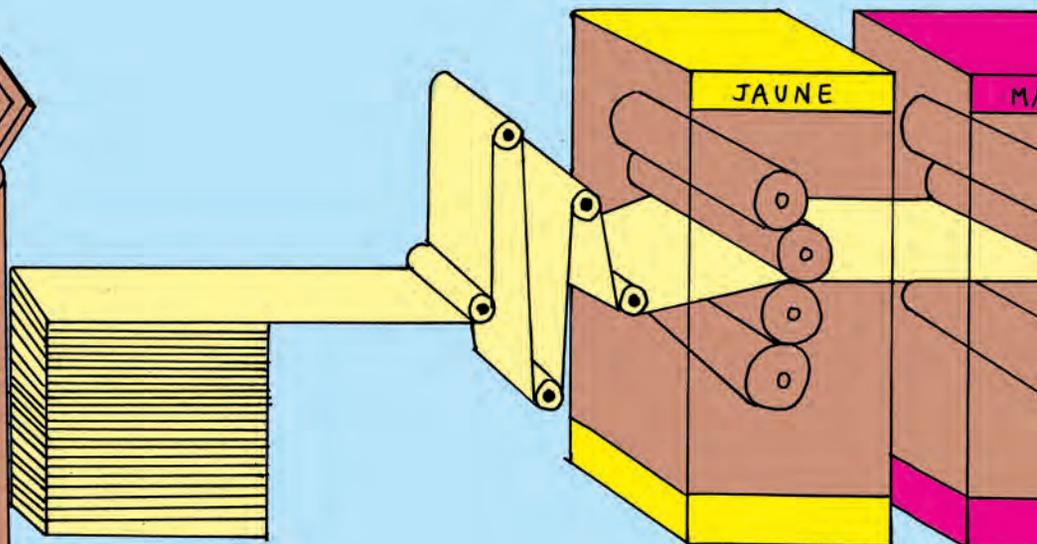
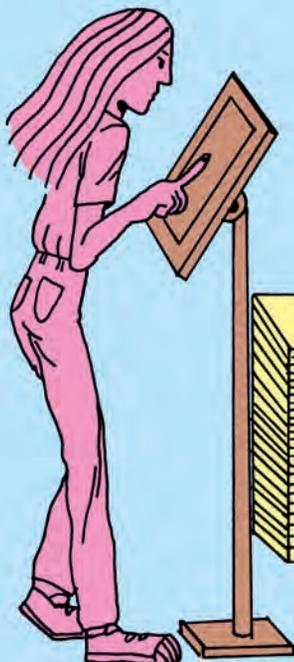
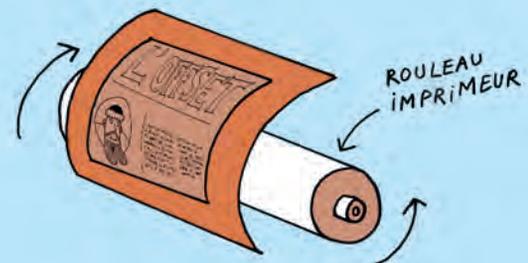
L'IMPRESSION OFFSET EST LA MÉTHODE UTILISÉE PAR LES IMPRIMEURS POUR LES JOURNAUX OU LES MAGAZINES. CETTE MÉTHODE SE BASE SUR L'HÉLIOGRAVURE QUI PERMETTAIT DÉJÀ AU XIII<sup>e</sup> SIÈCLE

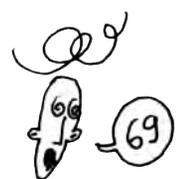
DES TIRAGES TRÈS LONGS ET SANS PERTE DE QUALITÉ. CETTE MÉTHODE A ÉVOLUÉ ET S'EST MÉCANISÉE PROGRESSIVEMENT POUR DONNER L'IMPRESSION OFFSET.



D'ABORD, LES ROULEAUX DE CUIVRE OU D'ALUMINIUM SONT GRAVÉS DE L'IMAGE QUE NOUS SOUHAITONS IMPRIMER.

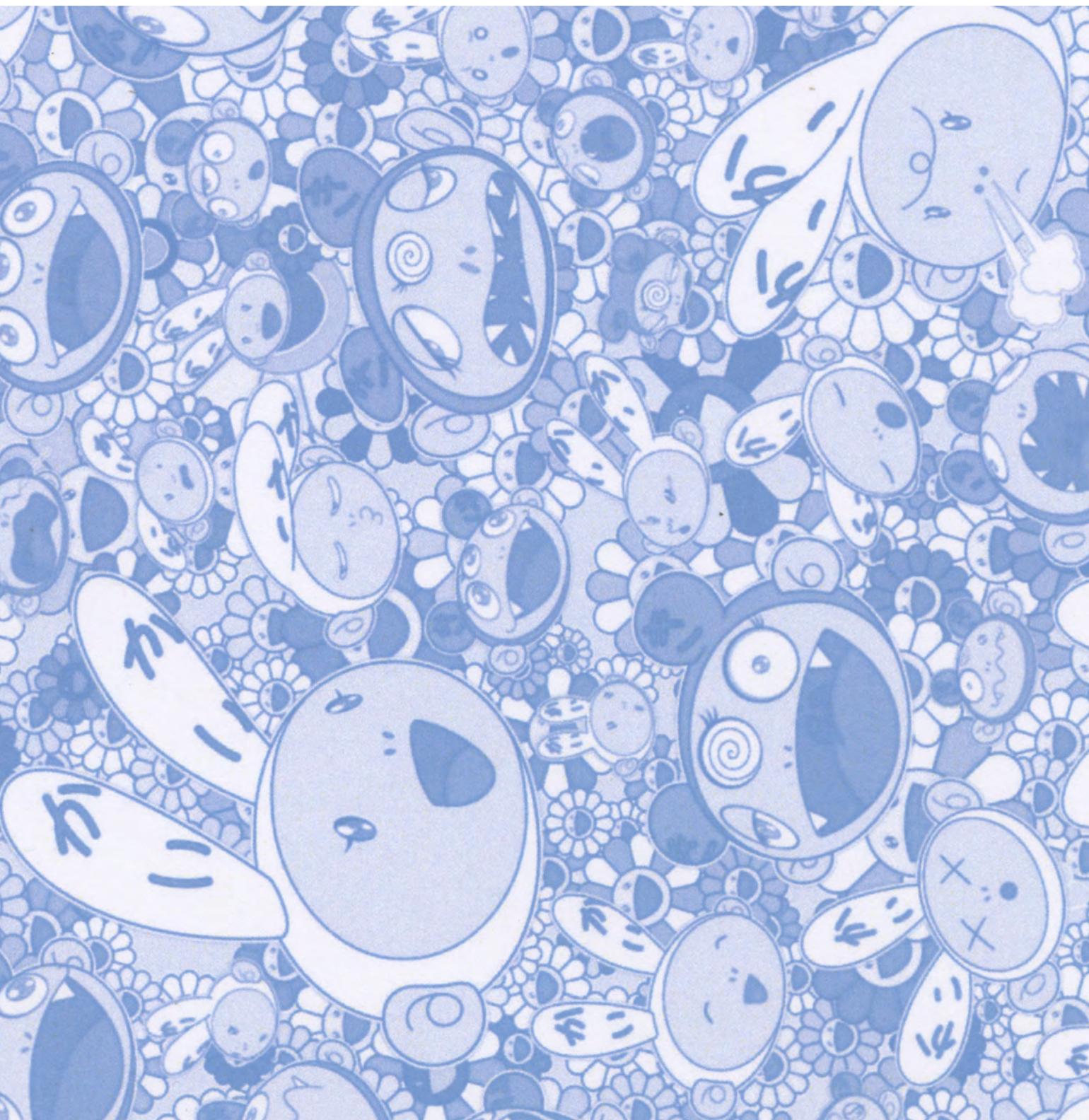
NOUS POSITIONNONS ENSUITE LES PLAQUES SUR LES ROULEAUX, DANS LA MACHINE

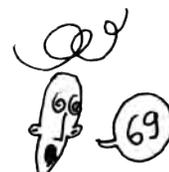




*Pendant ce temps là chez*

# LES ARTISTES PLASTIENNE





## *Takashi Murakami*

Ce plasticien japonais est un des artistes les plus réputés dans le monde actuel. En 2001, une de ses œuvres s'est vendue pour environ 420 000 euros aux enchères. Il est le leader du mouvement « superflat », mouvement qui est fondé sur une conception strictement bidimensionnelle de l'art, comme dans la bande dessinée ou en l'occurrence ici, comme dans le manga. Le terme « superflat » est aussi un jeu de mot pour parler de la superficialité consumériste de cette culture « otaku »<sup>28</sup> selon Takashi Murakami. C'est ce qu'il retranscrit dans

ses expositions avec des sculptures tirées de « hentaï »<sup>29</sup> très absurdes et cartooniques, et des tableaux représentant des fleurs souriantes, presque oppressantes. Ces dessins sont toujours à la ligne claire et vectorielle, ses couleurs sont en aplats sans ombres donnant un aspect très lisse à ses créations. Le mot « flat » y prend tout son sens. En déplaçant les codes de la bande dessinée dans des espaces d'exposition d'abord dédiés à des créations d'arts plastiques et fréquentés par un public instruit – de cadres ou de professions supérieures

et/ou aisés, d'artisans ou chef d'entreprises – , Murakami contribue à donner un caractère bourgeois à la bande dessinée. Cela se ressent sur le prix de vente de ses œuvres, abordable uniquement pour des ménages aisés, sinon très aisés. Nous pouvons alors nous poser la question : S'agit-il d'une dépossession de la culture populaire par la culture bourgeoise sous couvert de la critique du « superflat » ?

## Yona Friedman

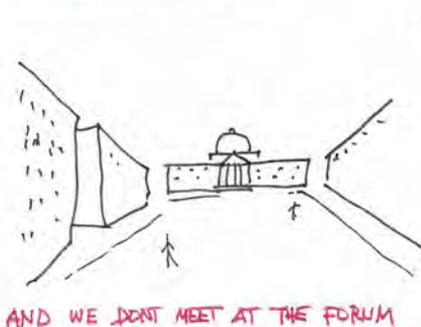
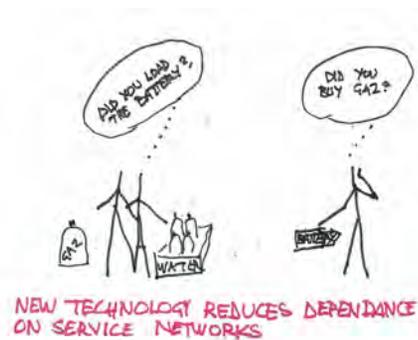
Yona Friedman est un curieux mélange d'architecte, d'artiste et de philosophe (certains le qualifient même de sociologue) qui a réfléchi tout au long de sa vie à une architecture des villes « organiques », qui serait plus en accord avec l'évolution constante des humains, qu'elle soit démographique, technologique, voire émotionnelle.

Pour faire comprendre ses concepts à la société, Yona Friedman a choisi les codes de la bande dessinée comme moyen de communication premier. Il a pu aussi beaucoup recourir à de maquettes et des collages pour schématiser sa pensée. Cela lui a valu d'être

considéré davantage comme un artiste en dépit de sa formation d'architecte. Il a ainsi développé un univers graphique qui lui est propre afin d'illustrer ses propos. Nous pourrions même parler d'alphabet, par exemple les hommes sont représentés sobrement par des « stickmen ».

Yona Friedman dit que « nous voyons mieux les choses en images ». Ses dessins schématiques sont là comme support à notre imagination, comme un professeur qui dessinerait au tableau pour ses élèves. Ses dessins sont des concepts à partager, à discuter. Ils n'imposent pas d'architectures particulières. Sa manière de

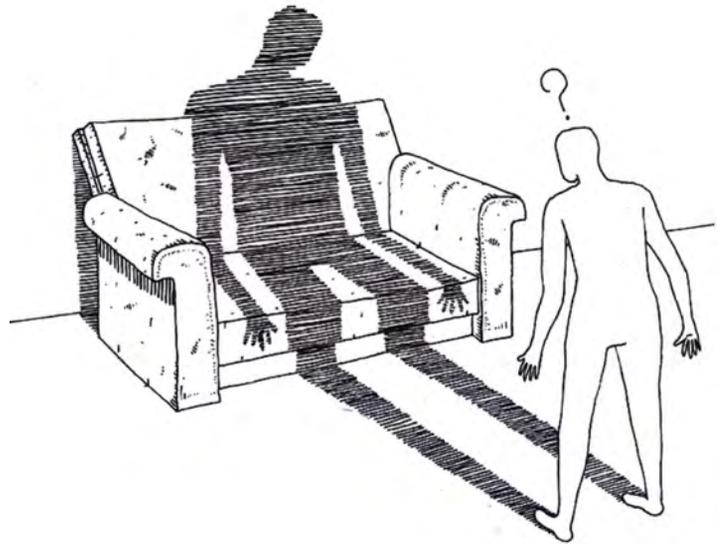
raconter l'architecture serait davantage similaire à celle de narrer une histoire, et sa ville flottante fait penser aux des décors d'un film de science-fiction. Je suppose que ce sont pour ces raisons que de nombreuses personnes le qualifient d'utopiste. Lui-même, d'ailleurs, qualifie son travail « d'utopies réalisables ».





... L'OMBRE AU REPOS ...

... LA TRAVERSÉE DU DÉSERT...  
(ALLER/RETOUR)



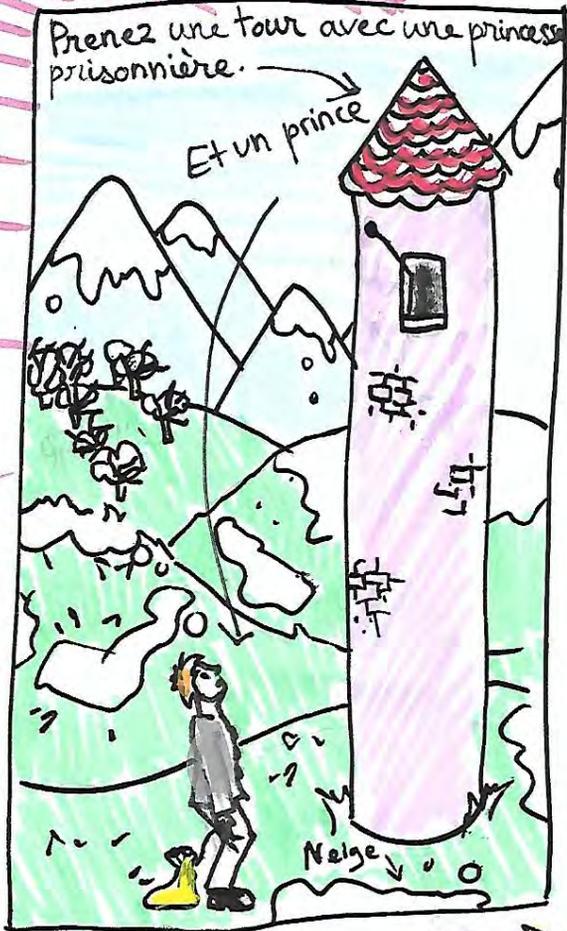
## Philippe Ramette

Décrit comme « véritable ergonome pataphysicien »<sup>30</sup> par Christian Bernard dans son introduction, « l'homme de Ramette », Philippe Ramette est un fervent défenseur de l'absurde. Ses installations et ses photos ont une gravité « relative ». Les personnages de cet artiste semblent ignorer les lois de la physique, comme dans *L'enfant penchée*<sup>31</sup> de François Schuitten et Benoît Peeters, où l'enfant en question, attirée par la gravité d'une planète voisine, se tient « insolemment » penchée.

Philippe Ramette dessine les images mentales qu'il concrétise ensuite par de la photographie ou de l'installation. S'il s'agit d'une ébauche, une étape de travail, pour moi, ces images racontent une histoire différente. Elles me rappellent l'histoire absurde de *Philémon le naufragé du A32*, un mélange entre bande dessinée et surréalisme. Le personnage principal est un type qui pourrait être n'importe qui, ou même personne, c'est une âme désincarnée qui se meut dans des espaces imaginaires (souvent

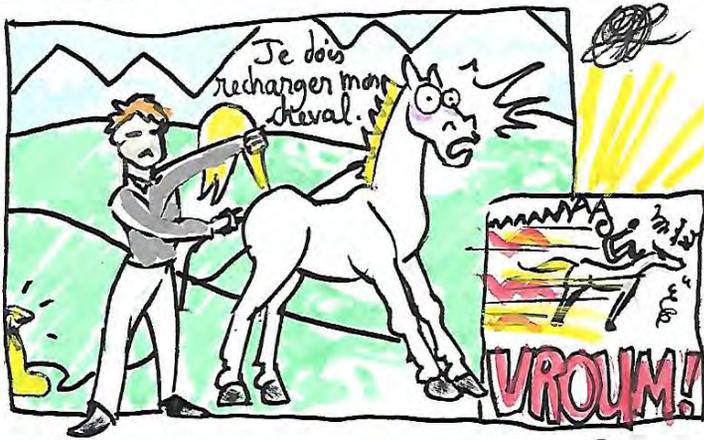
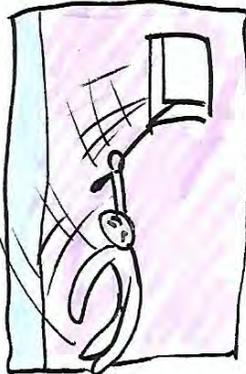
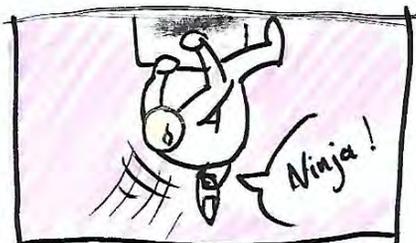
des grands espaces naturels vidés d'humains). L'image est accompagnée d'un texte à caractère humoristique ou rempli de traits d'esprit. Si Philippe Ramette accepte de montrer ses dessins dans des expositions, la bande dessinée, dans son travail, reste secondaire.

# L'art et la manière de conter une BD



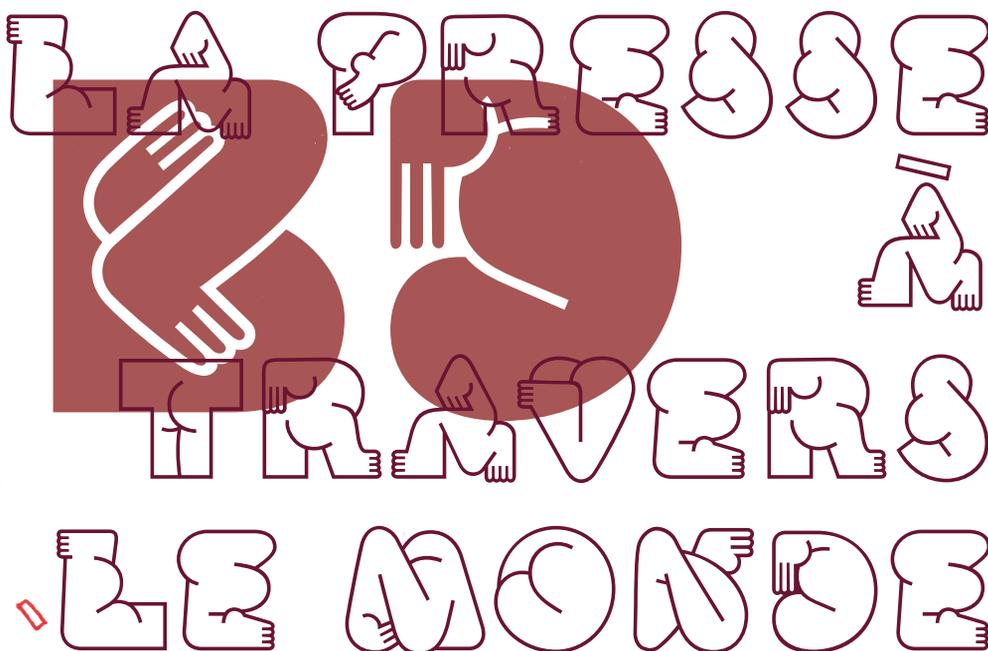
\* les ampoules n'existaient pas à l'époque... Si ?





FIN!

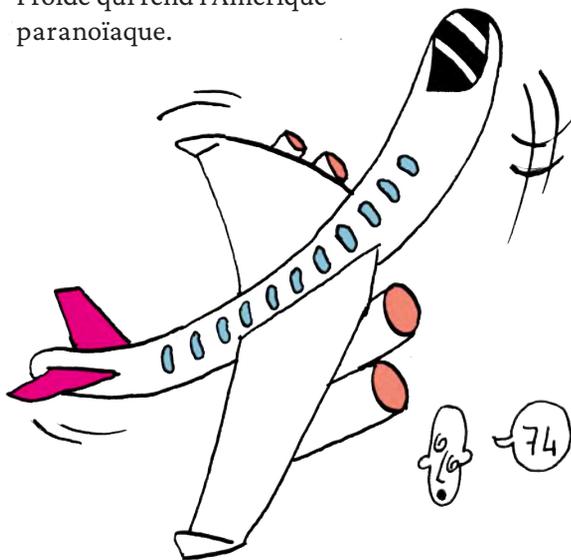
Par delà les frontières de la France, de quoi sont constitués les magazines de bande dessinée? Leur contenu est-il différent du notre? Ou au contraire nous a-t-il inspiré?



### **Mad / Raw**

Dans l'histoire des comics américains, la période allant de la fin de années 1930 jusqu'à la moitié des années 1950 est considérée comme le premier « âge d'or ». La première apparition de *Superman* dans *Action Comics #1* marque le début de cette période. Elle se termine par la grande vague de censure qui suit la création du Comics Code Authority, une organisation de producteurs et d'éditeurs de bandes dessinées qui censure les créations pour éviter des réglementations supplémentaires des autorités américaines.

Mad commence comme un comic book, écrit par Harvey Kurtzman. Dès ses premiers numéros, la publication se démarque par des parodies et un humour irrévérencieux. Ce parti pris poussera d'ailleurs Mad à devenir un magazine pour ne plus être concerné par la réglementation du Comics Code Authority et éviter la censure. Ce magazine joue un rôle très important dans le développement de la contre-culture des années 1960, dans un contexte de Guerre Froide qui rend l'Amérique paranoïaque.



# RAW

## HIGH CULTURE FOR LOWBROWS

**KRAZY KAT**  
a full-length  
adventure!

**EYESORE**  
a sketchbook by  
Gary Panter

**OUT OF AFRICA**



Extrait d'un article du New York Times sur Mad : « La génération de gamins scéptiques que [Mad] a créé dans les années 1950 est la même génération qui, dans les années 1960, s'est opposé à la guerre et ne s'est pas sentie dégoûtée de la première fois où les États-Unis ont perdu et qui dans les années 1970 a contribué à la démission d'un Président sans non plus se sentir dégoûtée. »

Mad est un magazine satirique avec des illustrations, des strips et des articles traitant de l'actualité. Ce qui fait son originalité, c'est qu'il s'adresse plutôt à un public jeune ou tout du moins adolescent ; son côté puéril et immature est totalement assumé.

Ce magazine fait aussi des émules en dehors des États-Unis. Mad est en effet une des principales inspirations des créateurs du magazine Fluide Glacial. Goscinny, lui, fonde le magazine Pilote suite à sa collaboration avec MAD.

Pour ce qui est de Raw, on retrouve dans le discours que tiennent Françoise Mouly et Art Spiegelman, des arguments similaires à ceux de Sammy Stein dans son interview. Françoise et Art conçoivent leur maquette de revue une fois toutes les participations reçus<sup>33</sup>. Leur désir est, en premier lieu, de montrer que la bande dessinée va plus loin que les comics, qu'il existe d'autres manières de faire de la bande dessinée. Ils cherchent à valoriser le médium face à des personnes comme Robert Crumb qui ne prennent pas spécialement la bande dessinée au sérieux. « There was an aesthetic, which is perfectly valid, that was certainly Robert Crumb's aesthetic, of, like, "Aw, shucks, it's only lines on paper, and don't take yourself too seriously, and this is all, like, disposable." »<sup>34</sup>.

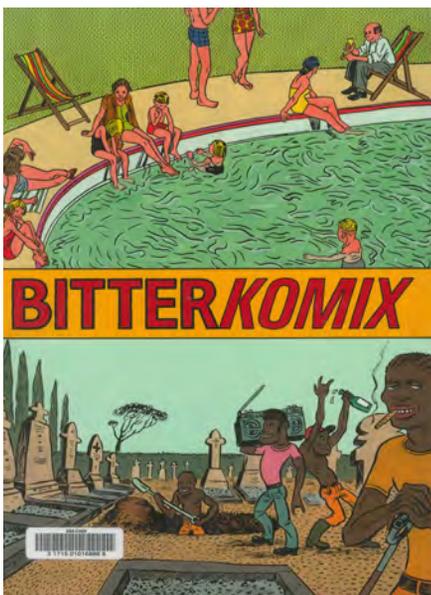


## ***Bitterkomix***

Bitterkomix est une publication Sud-Africaine démarrée en 1992 par Anton Kannemeyer (alias Joe Dog). Revue underground, elle est révélée au monde par un passage dans Comix 2000, anthologie de l'Association qui avait pour objectif de montrer les auteurs de BD du monde entier au début des années 2000 dans toute leur diversité. Bitterkomix est, comme son nom peut le laisser supposer, imprégné d'une très forte amertume. Les principaux thèmes abordés dans ses pages sont la persistance du racisme et des inégalités dans la société post-apartheid, la violence omniprésente dans la vie en Afrique du Sud et dans son histoire, les rapports de la culture des Afrikaaner avec les concepts de race, de sexualité et même de langue ; en effet, les travaux sont d'abord en langue Afrikaans, ce qui est un choix et un tacle à la bien-pensance perçue des Sud-Africains d'origine anglaise. La plupart des œuvres de la revue sont soit pornographiques, soit d'une très forte violence graphique, soit des pamphlets en strips. Ces formes peuvent paraître gratuites mais leur choix est on ne peut plus conscient et voulu, et particulièrement pertinent. Le style de dessin est très changeant, allant de l'imitation de Tintin au Congo jusqu'au strip épuré avec tout ce qu'il peut y avoir entre les deux.

est confronté à ses fantasmes sur le Noir. Cette manière frontale d'attaquer le problème de la représentation et aussi abordée dans un strip sur la langue Afrikaans, plus précisément les insultes racistes et leurs origines dans l'esclavage.

Bitterkomix est un magazine particulier qui se sert de la forme du magazine uniquement pour unir les travaux des différents contributeurs. Il s'agirait d'ailleurs plus d'un fanzine que d'un périodique car ils ne sont édités par aucune structure. Ce qui est étonnant, c'est que leur journal n'a pas de fonction divertissante, c'est même le contraire.



L'une des trouvailles les plus connues de Bitterkomix est justement cette manie d'imiter Hergé et tout particulièrement sa façon caricaturalement raciste de dessiner les Africains. Ainsi, sur les couvertures et dans plusieurs histoires, nous voyons le Blanc (un sosie de Tintin chauve) qui



## Le weekly shonen jump

Et à l'autre bout du monde, au Japon, on retrouve le Jump, périodique publié (comme son nom l'indique) de manière hebdomadaire. C'est un magazine de prépublication avec des bandes dessinées pour garçons adolescents. Ce journal, publié par Shūeisha Inc. connaît plusieurs autres magazines dérivés avec les mêmes contraintes éditoriales, le Monthly Shōnen Jump, l'Ultra Jump, Ribon et You. Tous ces magazines sont constitués de la même structure, seuls les thèmes des mangas pré-publiés changent car ils ne s'adressent pas aux mêmes lectorats. Le magazine Ribon est adressé aux jeunes femmes adolescentes tandis que le magazine You est un magazine pour jeunes femmes adultes. En effet, la bande dessinée japonaise est très fortement segmentée par genres (ou cibles éditoriales).

Par ailleurs, le Jump est un des périodiques les plus vendus au Japon avec plus de deux millions d'exemplaires écoulés chaque semaine. Dans les années 1980-1990, ce magazine pouvait se vendre à plus de 6 millions d'exemplaires par semaines !<sup>35</sup> C'est loin devant Pif Gadget, qui était pourtant le magazine de bande dessinée le plus vendu en France à cette période. Encore aujourd'hui, le Journal de Mickey se vend en moyenne à 1,5 millions d'exemplaires par semaines.

La grande particularité du journal, c'est qu'il fait partie intégrante du cycle de l'édition des albums. Les mangas sont pour la très grande majorité pré-publiés avant

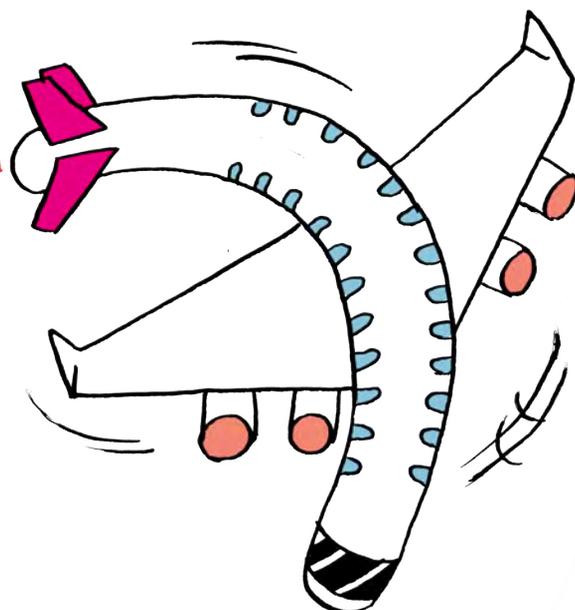




d'être imprimés en livres. Cela pour une raison simple, les éditeurs tâtent le terrain en faisant paraître des extraits des mangas, en voie de publication, dans le Jump. Les lecteurs sont invités à donner leurs avis, chaque semaine, sur ces extraits, par un système de vote. Plus le manga est populaire, plus il est dorloté : apparition en début de magazine, certaines pages en couleurs. Au contraire, si le manga n'est pas assez populaire, la publication de celui-ci peut être interrompue brutalement, sans autre forme de procès.

Contrairement au marché de la bande dessinée française, le marché du manga est dicté par ses consommateurs. Chaque consommateur détient ainsi le pouvoir de décider ce qui va être publié ou non.

Le Jump est un paradoxe. Sa raison d'être c'est le profit, et tout son système de publication est construit pour maximiser celui-ci en s'assurant de la satisfaction mais aussi de la fidélité des lecteurs, par le vote de popularité. Pourtant, ce système protège tellement les éditeurs du flop qu'ils en viennent à être relativement permissif sur le contenu, ce qui crée une certaine diversité de thèmes et d'univers. Ce système se passe beaucoup de censure, en témoigne le fait que *The Promised Neverland*, série qui met en scène des enfants élevés pour leur viande, puisse y paraître. Au final, beaucoup de libertés sont accordées aux auteurs, sauf pour les délais et la quantité de page à produire.



JOUR 94



# CONTRE-BÔTE

**« La bande dessinée s'est embourgeoisée. Maintenant, on parle de roman graphique – une invention d'un département de marketing quelconque. La raison pour laquelle j'aimais les bandes dessinées est qu'elles parlaient à tout le monde, par-delà les classes sociales. Elles ne remplissent plus cette fonction désormais. »**

***Alan Moore interviewé par Romain Brethes pour Lepoint.fr le 24/08/2017***

Les magazines sont des moyens de diffusion de la bande dessinée. Ils diffusent, par conséquent, une image de ce qu'est la bande dessinée. Chaque magazine a une ligne éditoriale qui lui est propre et qui transmet une certaine image du neuvième art. On pourrait penser que dans cette optique, les magazines ont une influence sur le statut de la bande dessinée. Mais ce qui influence réellement le statut de la bande dessinée ce sont plutôt des livres tels que *Maoüs* ou *Persépolis* qui, par leur succès critique et populaire, ont élevé le prestige de la bande dessinée. Les magazines ne changent pas le statut de la bande dessinée, ils reflètent les tendances du marché. *Métal Hurlant* et (*À suivre*), bien que désormais révéérés par une grande partie des critiques, n'ont pas engendré de changements fondamentaux de ce statut. Ils étaient des magazines de contre-culture comme l'a été *AAARG!* durant son existence. C'est a posteriori que ces magazines sont devenus des icônes d'une haute culture de la bande dessinée, qui n'existait pas à l'époque.

D'autre part, dans le paysage de la presse, les périodiques de bande dessinée n'ont pas tous la même présence les uns vis-à-vis des autres. La diffusion étant compliquée financièrement pour les moyennes structures, les plus grandes maisons éditoriales en sont avantagées. Elles promeuvent leurs catalogues, qui, depuis les années 1990 ne changent guère. *Astérix et Obélix* sont toujours en tête des ventes à chaque sortie d'album. 18 % des ventes de bande dessinées (comprenant manga et comics) en 2016<sup>36</sup> étaient des albums patrimoniaux.<sup>37</sup>

**« Nous baignons depuis une quinzaine d'années dans une construction mythologique nationale écrasante : se serait opérée dans le courant des années 1990 une véritable révolution culturelle, éditoriale et artistique. Relatée et entérinée par une myriade d'auteurs, de lecteurs, d'éditeurs et de journalistes, cette fable trouva bien vite sa nécessaire appellation publicitaire et une liste d'auteurs comme autant d'incarnations exemplaires grâce au livre *La Nouvelle Bande dessinée*.**

**Ce phénomène érigea en modèles historiques une poignée de jeunes artistes contemporains aptes à susciter l'intérêt rapide et convenu autant de la part d'un nouveau public de lecteurs au sens large que de l'aficionado de bande dessinée. »**

***Alexandre Balcaen, Manifeste, éditions Adverse, janvier 2016, p.12***



La bande dessinée peine à se renouveler car il y a un désir commercial de la part des grands éditeurs, qui étouffe la diversité réelle du médium. C'est un fait qui se ressent aussi dans les magazines, à défaut de savoir s'ils en sont fondamentalement la cause.

C'est un problème d'ordre politique. Parce que le capitalisme avantage les grandes entreprises d'édition, il dilue inévitablement la visibilité des moyennes et petites maisons d'édition. Cela contribue à l'impression que tous les magazines (visibles) se ressemblent, me donnant le sentiment d'une disparition progressive de la presse dessinée. Des situations comparables se retrouvent dans d'autres formes d'expressions comme le spectacle vivant ou la musique populaire. Pour prendre l'exemple de la chanteuse Billie Eilish, personnalité remplaçable à l'infini, qui a pris la suite de la non moins remplaçable, conformiste, Avril Lavigne... Les bandes dessinées les plus vendues telles que *Les profs*, *Les blondes*, *Les gendarmes*

et consorts se ressemblent toutes et pas moyen de se souvenir de l'auteur de l'album.

C'est dans ce contexte d'hyperconformisation que des personnes et des collectifs se tournent vers l'auto-édition, refoulés par les embruns de la machinerie qu'est le marché du livre. Le milieu du fanzinet est un lieu plein de belles intentions ; un milieu confortable, en somme, pour les rejetés du système, et pour se libérer des contraintes du marché. Quand bien même cela signifie aussi ne plus se battre contre le statu quo. D'ailleurs, comment lutter contre des *Journal de Mickey* qui font plus de 1,5 millions de ventes par numéros ?

« Ça va dans le sens du monde » m'a dit Pierrick Starsky. Le monde nous donne un sens, et si c'était nous qui donnions son sens au monde ?

*Silène Clarté*

*Avec des SI on mettrait Paris en bouteille  
SI Paris est dans une bouteille...  
On pourrait l'assiger  
SI Paris est assiégée :  
On fait la révolution !?  
Si on fait la révolution, on aura le temps de rêvasser !  
SI on rêve, on se laisse aller à imaginer  
Imaginer quoi ?  
Imagine Paris dans une bouteille (pour faire la révolution)  
Paris dans une bouteille ?  
Non tout de même, c'est exabusé !*

*Sans titre, Flora Gérardin-Baude, 2017*



SI VOUS NE DEVIEZ EMPORTER QU'UNE SEULE CHOSE  
SUR UNE ÎLE DÉSÈRTE?

ALORS LÀ, MOI, DIRECT  
J'AI DIS: MON COUPON DE  
RÉABONNEMENT À FLUIDE!  
MALIN!

POUR SÛRE,  
JE M'ENNUIE JAMAIS,  
A MOI LA RIGOLADE  
ÉTERNELLE!

HU HU HU HU!

C'EST BIEN, SI LE CHOIX  
ÉTAIT À REFAIRE...  
DE QUOI FAIRE DES SANDWICHS,  
C'EST PAS CON NON PLUS...

HA HA HA!

OU UN  
CASSE NOIX  
...

WARF WARF!

TOUT ÇA PARCE QUE J'AI CONÇU UNE  
FRUSTRATION DANS MON ENFANCE, TOUS  
LES NUMÉROS ÉTAIENT RANGÉS TOUT EN HAUT  
DE L'ÉTAGÈRE. POUR PAS QUE JE LES ATTRAPE,  
VOYEZ OÙ ÇA NOUS MÈNE LE CONTRÔLE  
PARENTAL!

# Patatas voyages

Faites le tour du monde  
avec Patatas voyages!  
Rêves, authenticité...  
tout se passera au mieux  
au sein de notre agence!  
Voyages à partir de  
5600€/ntc.



Patatas Voyages  
3 allée de  
1000 P



DUPONT  
717 NEW YORK JFK  
PAR IS CDG  
-3A-  
LAI R FR  
SEAT 10F  
BOARDING PASS  
S.T.

# Références des images

**p.3** Joe Dog, Lorcan White, Conrad Botes, *Bittercomix*, édité par l'Association, février 2009

**p.4** Jon Scieszka, « Out of trash and into treasury », *The TOON treasury of Classic Childrens' Comics*, sélection et édition par Art Spiegelman et Françoise Mouly, publié par Harry N. Abrams, septembre 2009 ; détails voir **p.38** et **p.64**

**p.9** Claire Czajkowski, *Super Gnocchi*, fausse publicité, 2019

**p.10** Carl Barks, *Uncle Scrooge* « TRALLA LA », *The TOON treasury of Classic Childrens' Comics*, sélection et édition par Art Spiegelman et Françoise Mouly, publié par Harry N. Abrams, septembre 2009

**p.13** Carl Barks, *Uncle Scrooge* « TRALLA LA », *The TOON treasury of Classic Childrens' Comics*, sélection et édition par Art Spiegelman et Françoise Mouly, publié par Harry N. Abrams, septembre 2009

**p.14** artiste inconnu, *Pif ou double*, Pif gadget n°31, 31 janvier 2007, p.5

**p.17** Ronan Tésorière, *Relance de Pif Gadget : où est passé l'argent de la cagnotte ?* leparisien.fr, 27 juin 2019

**p.25** Sammy Stein, *Sculpture*, édité par les éditions Matières, octobre 2016

**p.26** Sammy Stein, *TRAPPE / HATCH*, imprimé par papier Machine, auto-édition, 2018

**p.27** Sammy Stein, *TRAPPE / HATCH*, auto-édition, 2018

**p.29** Sammy Stein, *Volcan*, Revue Lagon n°2, juin 2015

**p.30-31** Manon Demarles, *Sans titre*, 2019

**p.33** Roxane Lumeret, *Requiem*, *Volcan* (Revue Lagon n°2), juin 2015

**p.34** Jirô Ishikawa, *C'est comme ça*, édité par les éditions Matières, mai 2017

**p.38-41** Pierre Caroff, *Rick Canyon*, 2019

**p.42** Le chaudron n°1, édité par Claire Czajkowski, Adrien chazal et Clément Mehouas, 2018

**p.43** Armand Goxe, Le chaudron n°2, édité par Claire Czajkowski, Adrien chazal et Clément mehouas, 2019

**p.46** capture d'écran de la page d'accueil de Mangadraft.com

**p.50** Julien Lois, *réclame AAARG!*, AAARG n°5, septembre/octobre 2016

**p.52** Hugo Pratt, Michel-Edouard Leclerc et Jean Baptiste Barbier, *1975-1997 : la bande dessinée fait sa révolution... Métal Hurlant, (A suivre)*, édité par les fonds Hélène et Édouard Leclerc pour la culture, novembre 2013

**p.54** Julien Lois, *Ouikid! Parade n°3*, AAARG! n°5, septembre/octobre 2016

**p.55** Chariospirale, *CRISTOSTAR*, AAARG! n°8, avril/mai 2017

**p.56-57** Pierrick Starsky et Pierre Place, *Engagez-vous*, AAARG! n°7, janvier/février 2017

**p.59** Yann Levy, *Rentrée des luttes des classes*, AAARG! n°5, septembre/octobre 2016

**p.60** Mandrill Johnson, *Glory Owl*, AAARG! n°7, janvier/février 2017

**p.61** Rifo, *Hiroshiman, le surhomme atomique*, AAARG! n°8, avril/mai 2017

**p.63** Emilie Gleason, *Sans titre*, Le journal de Spirou n°4253, 16 octobre 2019

**p.64-65** Bianca Dal'Osso, *Joue avec Pol*, 2019

**p.68** Takashi Murakami, *Flower-Ball*, 2002 ; Takashi Murakami, *And Then, When That's Done... I change. What I Was Yesterday Is Cast Aside, Like An Insect Shedding Its Skin* (2009), *Zoucho-kun* (2003), *Superflat Jellyfish Eyes 1* (2003), *Tamon-kun* (2003), photo de l'exposition « Au diapason du monde », fondation Louis Vuitton, 11 avril au 27 août 2018

**p.70** Yona Friedman, dessin, 1959 ; Yona Friedman, *Cités virtuelles - It is not only the city-scape that changes*, 2016

**p.71** Philippe Ramette, *La traversée du désert, (allé/retour)*, 2010 ; Philippe Ramette, *L'ombre au repos*, 2009

**p.72-73** Océane Hamet, *L'art et la manière de conter une BD*, 2019

**p.75** artiste inconnu, couverture de RAW n°3, juin 1991 ; Kaz, couverture de RAW n°8, 1986 (détails)

**p.76-77** Joe Dog, Lorcan White, Conrad Botes, *Bittercomix*, édité par l'Association, février 2009

**p.78-79** couverture du Weekly Shonen Jump n°51, 18 novembre 2018 ; couverture du Weekly Shonen Jump n°14, 2019 ; couverture du Weekly Shonen Jump n°18, 2008

**p.83** Flora Gérardin-Baude, *Sans titre*, 2019

**p.84** Sophie Thoreux, *Patatas Voyages*, fausse publicité, 2019

**p.88** Marie Bloyet, *Sans titre*, 2019

**p.90** *Glory Owl*, AAARG! n°7, janvier/février 2017

**p.91** Aurore Pino E Silva, *Périoda*, fausse publicité, 2019

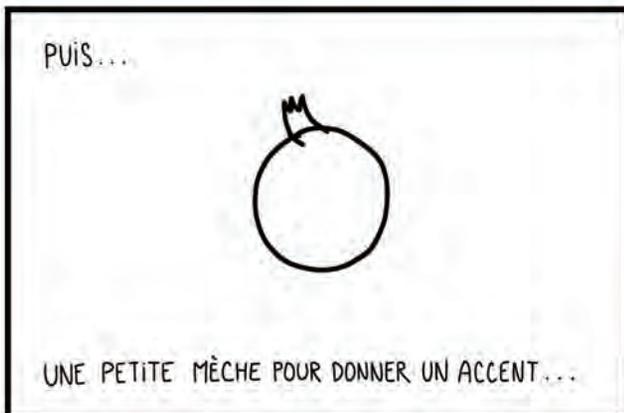
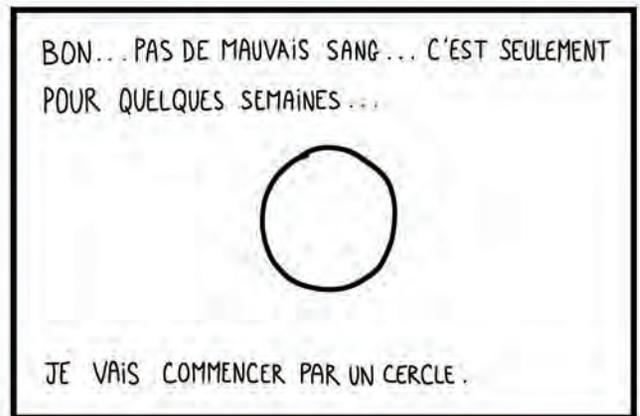
Les illustrations non référencées sont des réalisations personnelles.



# Notes

- 1.** *Bien Monsieur* est une revue de bande dessinée engagée et expérimentale commencée en automne 2015 par Elsa Abderhamani et Juliette Mancini. avec un rythme de parution trimestrielle.
- 2.** *Biscoto* est un journal indépendant de bande dessinée pour enfant démarré en 2013 qui montre des graphismes contemporain et explore des sujets différents des autres périodiques pour enfants. « *Biscoto fait des farces sans prendre les enfants pour des dindes* » [biscotojournal.com/bisco-quoi](http://biscotojournal.com/bisco-quoi)
- 3.** *La revue Lagon* est une initiative d'Alexis Beauclair et Sammy Stein qui a commencée en 2014 et est à l'instar de *Bien Monsieur* une revue expérimentale de bande dessinée.
- 4.** Jean-Marie Charon, *La presse magazine*, édition La Découverte, collection Repères, 2008, p. 4
- 5.** Guillaume Podrovnic, *Pif l'envers du gadget*, film documentaire, coproduction Arte France/Flash Film Production, 2014
- 6.** Article Wikipédia sur les magazines, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Magazine> (consulté le 11/09/2019)
- 7.** Zoo le Mag, références des entreprises <https://zoolemag.com/contact> (consulté le 11/09/2019); Culturebd SAS <https://www.societe.com/societe/culturebd-794108621.html> (consulté le 11/09/2019)
- 8.** Voir Interview de Claire Czajkowski
- 9.** Article Wikipédia sur la concentration des médias [https://fr.wikipedia.org/wiki/Concentration\\_des\\_m%C3%A9dias](https://fr.wikipedia.org/wiki/Concentration_des_m%C3%A9dias) (consulté le 11/09/2019)
- 10.** Dans l'envers du gadget, Guillaume Podrovnic explique que comme il n'y avait pas beaucoup de chaînes de télévision à l'époque, les enfants avaient plus tendance à lire des magazines; Guillaume Podrovnic, *Pif l'envers du gadget*, film documentaire, coproduction Arte France/Flash Film Production, 2014
- 11.** Le chiffre 2017 n'apparaît désormais plus sur le site [societe.com](http://societe.com) mais le chiffre d'affaire 2018 est quasiment similaire 34 483 500.00 € <https://www.societe.com/societe/unique-heritage-entertainment-380254763.html> (consulté le 2/11/2019)
- 12.** DHP a finalement été racheté le 1er octobre 2019 par Unique Heritage Media et se nomme désormais Unique Heritage Entertainment comme décrit dans leur communiqué de presse [https://issuu.com/fleurspresse.com/docs/retombees\\_presse\\_rachat\\_dhp\\_-\\_02102019](https://issuu.com/fleurspresse.com/docs/retombees_presse_rachat_dhp_-_02102019)
- 13.** Armand Mattelart, *Dialogues - Les bandes dessinées et le dessin animé : Donald l'impoteur* (1ère diffusion : 04/10/1977), les nuits de France Culture par Philippe Garbit, sur France Culture
- 14.** Guillaume Podrovnic, *Pif l'envers du gadget*, film documentaire, coproduction Arte France/Flash Film Production, 2014
- 15.** Guillaume Podrovnic, *Pif l'envers du gadget*, film documentaire, coproduction Arte France/Flash Film Production, 2014
- 16.** Pascal Morelli, *Rahan*, série télévisée épisode 1, sur une idée originale de Roger Lécureux, produit par Xilam, décembre 2008
- 17.** La bande dessinée peut être défini traditionnellement comme un art séquentiel qui mélange image et texte généralement sur un support en deux dimensions.
- 18.** E.R., Découvrez la risographie, l'impression tendance, sur iStockphoto.com, rubrique inspiration visuelle, 6 décembre 2016 (consulté le 15.04.2019 - 21h)
- 19.** Laurent Gervereau, La sérigraphie à l'école des beaux-arts entretient avec Rougemont, Matériaux pour l'Histoire de notre temps, n°11-13, 1988
- 20.** Michel-Edouard Leclerc et Jean Baptiste Barbier, 1975-1997 : la bande dessinée fait sa révolution... Métal Hurlant, (A suivre), édité par les fonds Hélène et Édouard Leclerc pour la culture, novembre 2013, p.52
- 21.** Interview de Sammy Stein par moi-même le 5 avril 2019 (voir interview)
- 22.** Alexandre Balcaen, Manifeste, éditions Adverse, janvier 2016, p.20
- 23.** Alexandre Balcaen interviewé le 28 janvier 2016 par Xavier Guilbert, dans le cadre du Festival d'Angoulême
- 24.** Il s'agit d'un terme biologique qui désigne un événement qui se répète en boucle tout en s'amplifiant. <https://www.futura-sciences.com/planete/definitions/climatologie-retroaction-13071/> (consulté le 26.07.2019 - 20h)
- 25.** Ibn Al, Rabin Baladi, Andréas Kündig, Yves Levasseur, Benjamin Novello, La fabrique de fanzine par ses ouvriers même, édition Atrabile, septembre 2011
- 26.** Un taux record de 88 % en 2016 selon le Pew Research Center.
- 27.** « être travaillé » par une structure de distribution, signifie dans le jargon d'avoir une bonne mise en place et une bonne distribution de son catalogue.
- 28.** Culture « Otaku » : Qui se rapporte aux mangas, jeux vidéos, dessins animés japonais
- 29.** « Hentai » : Dessin animé japonais pornographique
- 30.** Christian Bernard, introduction : l'homme de Ramette, Philippe Ramette catalogue rationnel, édité par la galerie Xippas, 2004, p.13-14
- 31.** François Schuitten, Benoît Peeters, *L'enfant Penchée*, édité par Casterman, 1987
- 32.** Fred, *le Naufragé du A*, édité par Dargaud, 1972
- 33.** Interview des acteurs de Raw, A raw history, par Bill Kartalopoulos, Indy Magazine, Hiver 2005
- 34.** traduction : « Il existait une certaine esthétique, qui est parfaitement acceptable, qui était sûrement celle de Robert Crumb, de dire « Bah merde, c'est juste des lignes sur du papier, et ne te prend pas trop au sérieux, tout ça est jetable »
- 35.** Christophe Levent, Au Japon dans les rouages de l'industrie du manga, site web leparisien.fr, 8 septembre 2019
- 36.** La Bande dessinée, une pratique culturelle de premier plan : qui en lit, qui en achète?, étude réalisée par Panel Consommateurs & Panel Distributeurs GfK, commandée par le Syndicat National de l'Édition, le groupe bande dessinée et SOFIA, octobre 2017
- 37.** Les bandes dessinées patrimoniales sont les séries dessinées publiées depuis plus de 35 ans (Tintin, Astérix, Lucky Luke, Boule et Bill, Blake et Mortimer...)





JANVIER 1979

IL Y A CINQUANTE ANS, PARAÎSSAIT POUR LA PREMIÈRE FOIS, « LES AVENTURES DE TINTIN ».



EN JANVIER DIX-NEUF CENT VINGT-NEUF, AVEZ-VOUS EU CONSCIENCE DU SUCCÈS FOR...

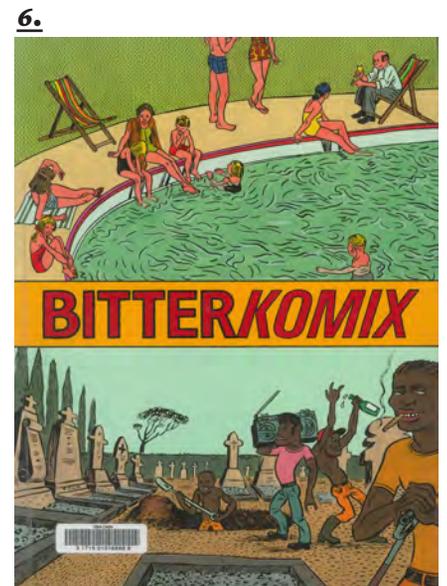
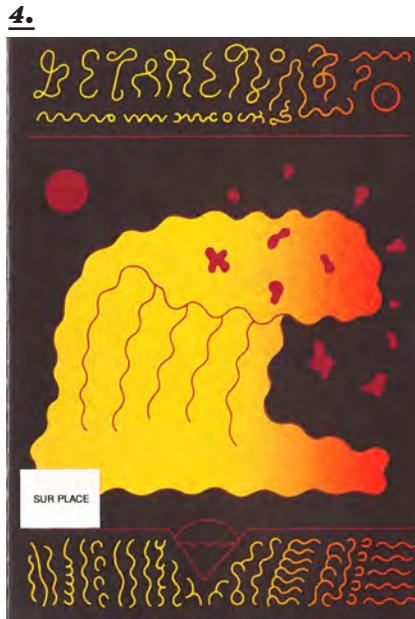
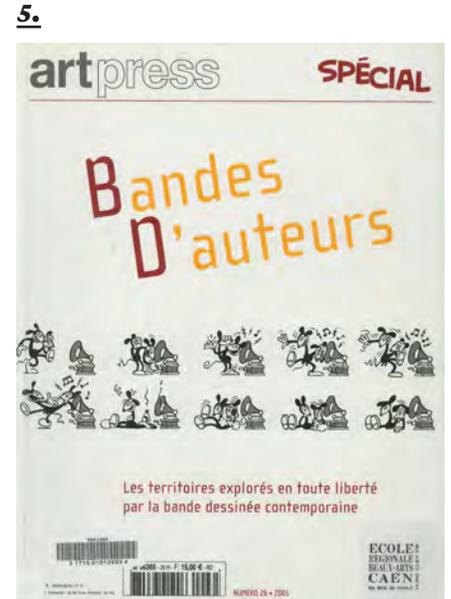
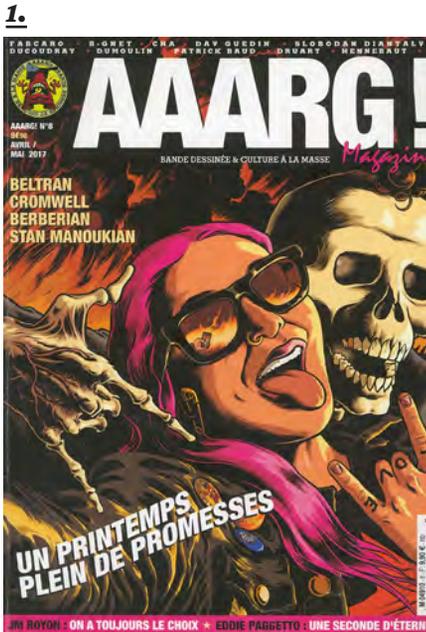
2019

OH NON, PAS DU TOUT! DU TOUT! JE CONSIDÉRERAI ÇA COMME UNE PETITE FARCE, UNE PETITE CHOSE SANS LENDEMAIN, POUR AMUSER DES AMIS.



CE N'ÉTAIS PAS PLUS QUE ÇA...

# Bibliographie



**1.** AAARG! n°8, avril/mai 2017

**2.** Samuel Etienne, *Bricolage Radical #1*, édité par Strandflat, 2016

**3.** Pif Gadget n°8, 25 février 2005

**4.** Volcan, Revue Lagon #2, juin 2015

**5.** Art-Press n°26, Hors-série, 2005

**6.** Joe Dog, Lorcan White, Conrad Botes, *Bitterkomix*, édité par l'Association, février 2009

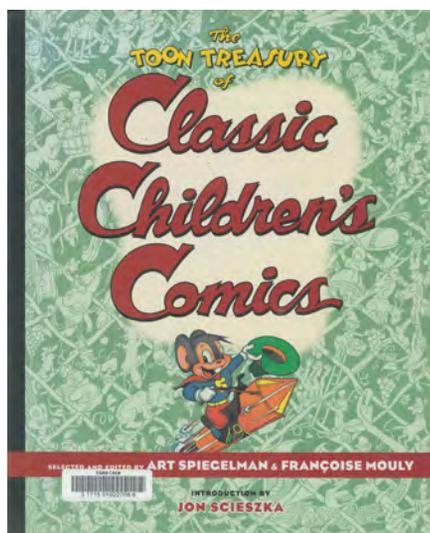
**7.** Michel-Edouard Leclerc et Jean Baptiste Barbier, *1975-1997 : la bande dessinée fait sa révolution... Métal Hurlant, (A suivre)*, édité par les fonds Hélène et Édouard Leclerc pour la culture, novembre 2013



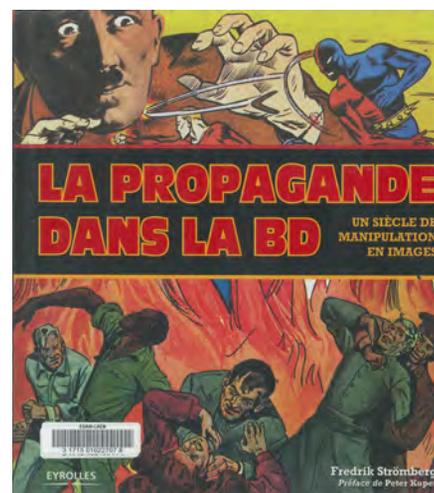
7.



9.



11.



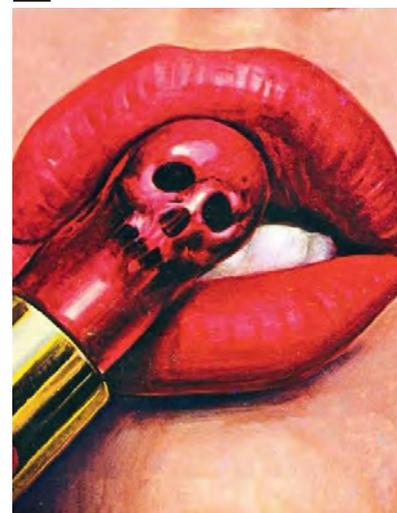
8.



10.



12.



8. Baladi, Ibn Al Rabin, Andréas Kündig, Yves Levasseur, Benjamin Novello, *La fabrique de fanzine par ses ouvriers mêmes*, édité par Atrabile, septembre 2011

9. *The TOON treasury of Classic Childrens' Comics*, sélection et édition par Art Spiegelman et Françoise Mouly, publié par Harry N. Abrams, septembre 2009

10. Alexandre Balcaen, *Manifeste*, éditions Adverse, janvier 2016, p.20

11. Fredrik Strömberg, *La propagande dans la BD*, édité par Eyrolles, septembre 2010

12. Christophe Bier, *Pulsions graphiques - ElviFrance 1970-1992*, édité par Cernunnos, octobre 2018

# GLORY OWL



MANDRILL JOHNSON



BATHROOM QUEST



© GLORY OWL



CHARIOSPIRALE



J.J. CHAROGNE & GAD/



Pour la réalisation de ce mémoire  
j'aimerais grand remercier SARAH FOUQUET  
qui m'a suivie du début à la fin  
ainsi que Lina Hentgen pour les  
balbutiements du projet.

Pour les participations sous  
forme d'illustration un très beau merci  
à Aurore, Pierre, Manon, Bianca, Sophie  
Océane, Claire et Marie !

Pour s'être laissé interviewer, merci  
à Sammy Stein, Claire et Pierrick Starsky.

Pour finir, un merci tout particulier  
et profond à mes relecteurs Mamounette,  
Brian, Julie, Pierre (Aubert), Bérénice et  
Juanma.

Merci à vous tous,



Silène

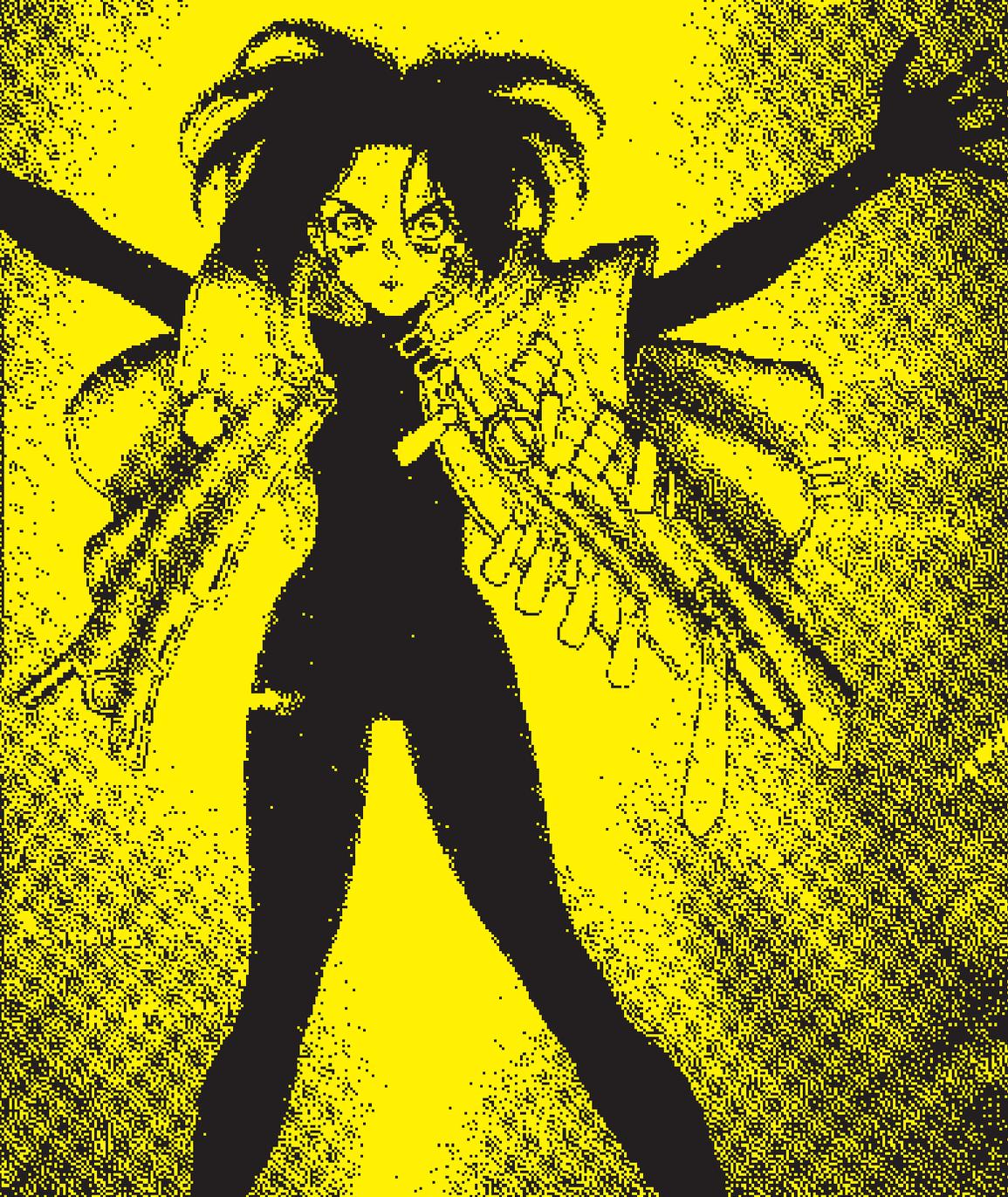
**Papier**

\_couverture **Vivaldi 250g/m<sup>2</sup>**  
\_intérieur **Cocoon 135g/m<sup>2</sup>**

**Typos**

\_TYPE FESSE par Océane Juvin chez Velvetyne  
\_CRIMSON PRO par Jacques Le Bailly  
\_NEUTRA par Christian Schwarz

# Branche-toi sur GUNNM Haute-tension assurée!



Retrouve GUNNM par YUKITO KISHIRO  
tous les mois en kiosque pour seulement 18 F

KISHIRO YUKITO / GUNNM / ANIME