

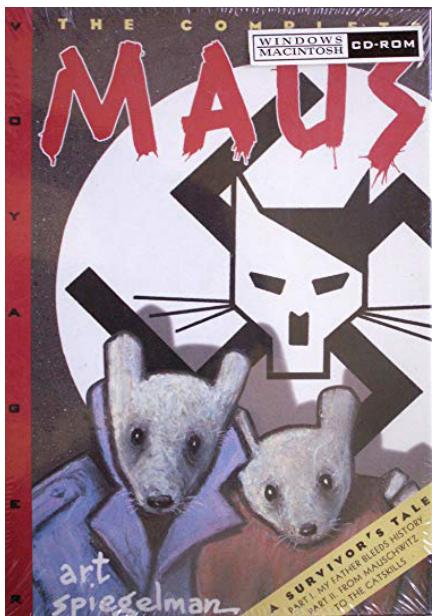
LA BANDE DESSINÉE NUMÉRIQUE
PANORAMA DES PRINCIPALES LOGIQUES DE PUBLICATION
DANS L'ESPACE FRANCOPHONE

OLIVIER STUCKY – Doctorant FNS – olivier.stucky@unil.ch

Le présent document tient lieu d'équivalent à la leçon prévue dans le cadre d'un cours organisé pour le semestre de Printemps 2020 à la Faculté des Lettres de l'Université de Lausanne et annulé pour causes sanitaires. Dans cette mesure, il convient de le concevoir et de l'employer comme un support introductif et panoramique permettant d'approcher le vaste sujet dont il traite. Les pages qui suivent ont été conçues pour une lecture confortable sur écran, en profitant d'un certain nombre de liens hypertextes, tout en convenant également, aux étudiant·e·s qui préfèreront l'imprimer. Ce document a grandement bénéficié d'un travail de collaboration avec Gaëlle Kovaliv (doctorante FNS), notamment au sujet des blogs, du webtoon et de la création contemporaine.

1. La bande dessinée sur CD-ROM	p. 2
– L'émergence de l'informatique de loisirs	
– Expérimenter de nouvelles formes	
– Publier des albums sur CD-ROM	
– Le CD-ROM et les horizons du multimédia	
– La bande dessinée à l'ère du multimédia	
– Picturalisation et animation de la case	
– Sonorisation du récit	
– Augmentation documentaire	
– Interactivité ludique	
2. Le phénomène des blogs	p. 6
– L'explosion des blogs	
– L'intérêt des éditeurs	
– Auteurs et contenus	
– Les blogs autobiographiques	
– Les blogs « bonus »	
– Les blogs de presse	
– Féminisation de la profession	
– Émergence d'une bande dessinée féministe	
3. Les plateformes de diffusion en ligne	p. 9
– Fonctionnement d'une plateforme	
– Logiques de diffusion	
– La lecture de bande dessinée selon Izneo	
– Le webtoon	
– Les plateformes de webtoon francophones	
4. Explosion du genre	p.11
– Une bande dessinée numérique de création	
– Principales tendances	
– Bludzee	
– Les Autres gens	
– Professeur Cyclope	
– MediaEntity	
– Phallaina	
– Sylvie pour la caisse 5	
– Matières noires	
– Été	

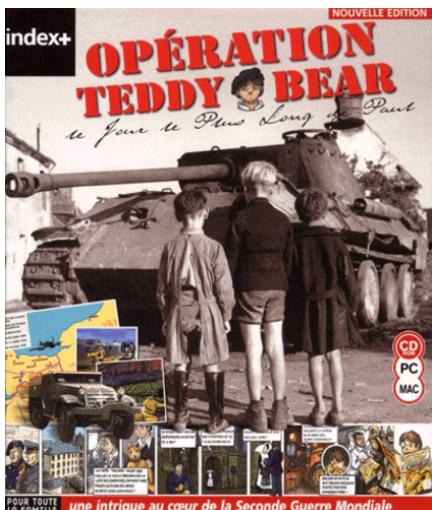
1. LA BANDE DESSINÉE SUR CD-ROM



The Complete Maus, Voyager Company, 1994.

L'EMERGENCE DE L'INFORMATIQUE DE LOISIRS

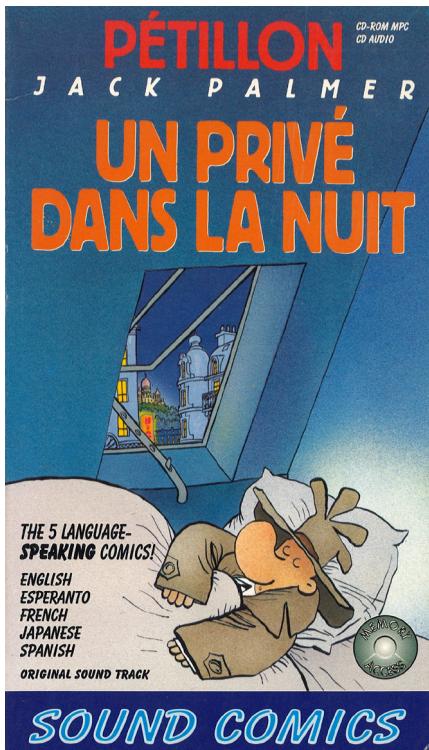
Dans les années 1990, le marché français de l'informatique de loisirs connaît une forte croissance liée à la baisse généralisée des coûts d'équipement et à un intérêt croissant des instances publiques pour le soutien à la production de logiciels d'origine nationale. En effet, avant cette période, la plupart des logiciels proviennent majoritairement des États-Unis dans des versions rarement traduites en français, ce qui rend leur accès difficile pour le grand public. Ainsi, la première tentative connue d'adaptation d'un album pour une lecture sur ordinateur est une version intégrale du roman graphique *Maus* d'Art Spiegelman, développée et éditée aux États-Unis en 1994 par la société Voyager Company. Cette publication s'inscrit dans une dynamique plus générale d'édition de livres sur support CD-ROM. Comme d'autres, Voyager Company entend investir le marché émergent de l'informatique de loisirs avec des logiciels renouvelant les pratiques de lecture à la faveur des possibilités techniques que propose l'ordinateur personnel. En France, dès le milieu de la décennie 1990, l'industrie du livre cherche également à tisser des liens avec celle de l'informatique. C'est dans ce mouvement de convergence que se voit par exemple mis en place le Marché international du livre illustré et des nouveaux médias (Milia), une manifestation annuelle dont la première édition se tient à Cannes en 1994. Ce salon vise en effet à solidifier les relations entre éditeurs traditionnels et sociétés de production et développement de logiciels. Dans ce contexte, l'informatique de loisirs représente un enjeu important pour le secteur de l'édition française, qui cherche à investir un marché émergent et dominé par des productions importées des États-Unis.



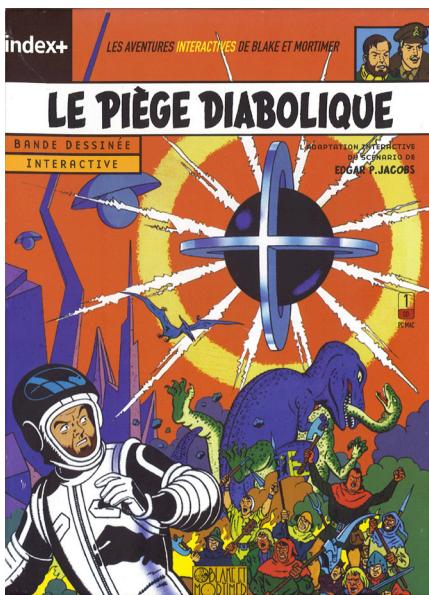
Opération Teddy Bear, Index +, 1996.

EXPÉRIMENTER DE NOUVELLES FORMES

Depuis les années 1980, loisir et informatique se conjuguent principalement autour des consoles de jeux vidéo. L'arrivée de l'ordinateur personnel dans les foyers français au tournant des années 1990 ouvre de nouvelles possibilités et surtout de nouveaux enjeux culturels. Le développement des interfaces graphiques embarquées sur les principaux systèmes d'exploitation simplifie l'usage quotidien de l'ordinateur et ne le réserve plus uniquement à une frange initiée de la population ; il s'ouvre désormais à toute la famille. Par ailleurs, si les consoles de jeu font depuis quelques années l'objet de suspicitions morales au sein de l'opinion publique, l'ordinateur domestique se voit, quant à lui, investi d'une mission pédagogique et culturelle. Soutenu par divers programmes de financement public, l'investissement des éditeurs de livres dans le développement de CD-ROMS culturels donne corps à un important catalogue de titres à buts instructifs destinés à toutes les classes d'âge. Le CD-ROM *Opération Teddy Bear* est un exemple marquant de ce type de démarche. Financé par les éditions Flammarion et développé par la jeune société Index + en 1996, lauréat du Milia d'Or la même année, le titre se présente comme un support ludo-éducatif traitant de la Seconde Guerre Mondiale. Principalement destiné à un public juvénile, il emprunte les codes de la bande dessinée et en élargit les frontières en ajoutant à l'expérience de lecture, animations, musiques, effets sonores et mécanismes interactifs. *Opération Teddy Bear* constitue la première tentative française de bande dessinée originale créée pour une lecture sur machine informatique.



Jack Palmer, *un privé dans la nuit*, Memory Access, 1995.



Le Piège diabolique, Index +, 1997.



Publicité pour SVM Multimédia
(parue dans SVM, n° 132, novembre 1995, p. 12.)

PUBLIER DES ALBUMS SUR CD-ROM

Le CD-ROM est également envisagé comme support pour des adaptations de bandes dessinées précédemment parues sous la forme traditionnelle de l'album imprimé. La société Voyager Company a ouvert la voie en se lançant dans l'édition d'*expanded books*, dont *The Complete Maus* a constitué l'une des tentatives marquantes. La première expérience française dans ce domaine est à attribuer à la collaboration entre la société Memory Access et les éditions Albin Michel pour la publication d'un version CD-ROM de *Jack Palmer, un privé dans la nuit* de René Pétillon, en 1995. La société Index +, forte du succès que lui a valu la publication d'*Opération Teddy Bear*, collabore quant à elle avec Dargaud pour faire paraître une version interactive du *Piège diabolique* d'Edgar P. Jacobs en 1997. L'investissement le plus significatif dans une telle entreprise éditoriale revient néanmoins à la société Métal Hurlant Productions qui lance en 1996 une collection de CD-ROMS sous le nom de « Digital Comics ». Métal Hurlant Productions est une filiale de la société de *holding* Convoy Company qui regroupe également la maison d'édition Les Humanoïdes associés ainsi que la société de développement de solutions multimédia Little Big One (LBO). La collection des « Digital Comics » vise ainsi à exploiter le fond des Humanoïdes associés sous la forme d'un logiciel développé par LBO. Quatre titres sont ainsi lancés en 1996 : les trois volumes de *La Trilogie Nikopol* d'Enki Bilal et *Gulliveriana* de Milo Manara. Les sources attestent par ailleurs que six autres titres étaient initialement prévus pour le courant de l'année 1997 ; faute de succès sans doute, ils ne paraîtront pas, du moins sous cette forme.



La Foire aux immortels, Métal Hurlant Productions, « Digital Comics » 1996.

LE CD-ROM ET LES HORIZONS DU MULTIMÉDIA

Présentant des capacités de stockage et de transfert de données plus importants que les supports en usage dans les années 1990, le CD-ROM accompagne et catalyse le développement des capacités graphiques et sonores des ordinateurs domestiques et participe non seulement à l'émergence de l'informatique de loisirs mais encore et surtout à la vogue culturelle du « multimédia ». En effet, la notion apparaît dans le langage courant durant la décennie 1990 en désignant le plus souvent la synthèse potentielle, au sein d'un même objet technique, du texte, de l'image, du son et de la vidéo. D'une certaine manière, le CD-ROM se fait le symbole d'un tel imaginaire en tant qu'il sert de support permettant d'accéder, depuis son ordinateur, à une variété de contenus.



Enki Bilal, *La Femme piége*,
Les Humanoides associés, 1992.



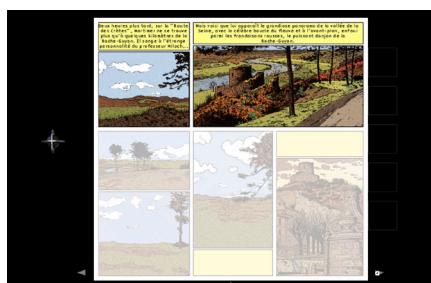
La Femme piége, Métal Hurlant Productions,
«Digital Comics», 1996.

LA BANDE DESSINÉE À L'ÈRE DU MULTIMÉDIA

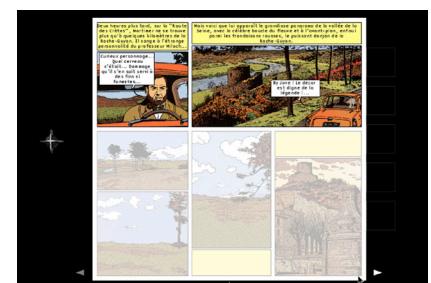
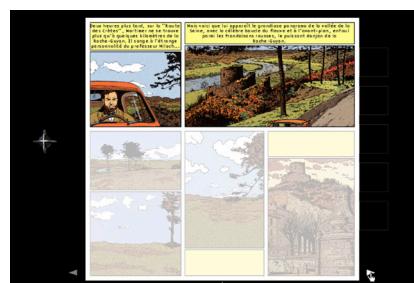
Pour une meilleure compréhension de la publication de la bande dessinée à l'ère du multimédia, nous proposons d'identifier les principaux aspects de l'édition sur CD-ROM : la picturalisation et l'animation de la case, la sonorisation du récit, l'augmentation documentaire et l'interaction ludique. Chacun de ces aspects répond aux enjeux de la tendance multimédia qui rythme les démarches éditoriales sur CD-ROM et se voient mobilisées à différents niveaux dans la diversité des bandes dessinées publiées sur ce support durant la seconde moitié des années 1990. Il s'agit, en effet, de tabler sur un potentiel d'innovation permettant de légitimer le choix du support informatique au détriment de la forme traditionnelle du livre pour «réinventer» la bande dessinée sur ce support de publication émergeant.

PICTURALISATION ET ANIMATION DE LA CASE

La picturalisation de la case consiste en sa valorisation comme unité picturale au détriment de son inscription, dans le régime traditionnel, au sein du spatiotope de la planche. La collection des «Digital Comics» en constituent un exemple manifeste. Dans les différents titres de la collection, les cases de l'album sont dissociées de leur planche originale et présentées les unes après les autres, à la manière d'un diaporama. En outre, l'ensemble des écritures présentes dans les cases (bulles, cartouches, onomatopées) en sont extraites et reproduites en légende au-dessous de l'image. Le lecteur progresse ainsi dans le récit de cases en cases en cliquant successivement sur les flèches de l'interface. Dans ce cas, la version numérique de la bande dessinée met l'accent sur l'image individuelle, en dépouillant la case de toute écriture et en l'isolant dans le processus de lecture. Dans certains cas, les cases peuvent également être animées, ajoutant un effet spectaculaire à la fixité traditionnelle du médium. Dans *Le Piège diabolique*, personnages et objets sont ainsi animés de manière rudimentaire, dans le but notamment de donner «vie» aux scènes figées représentées dans les cases.



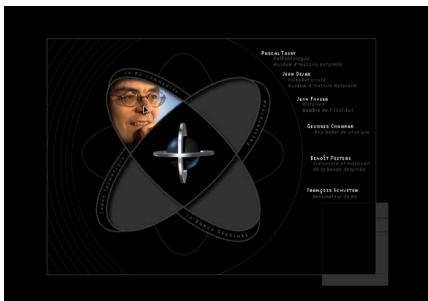
Succession de cases animées dans *Le Piège diabolique*, Index +, 1997.



Jack Palmer, *un privé dans la nuit*, Memory Access, 1995.

SONORISATION DU RÉCIT

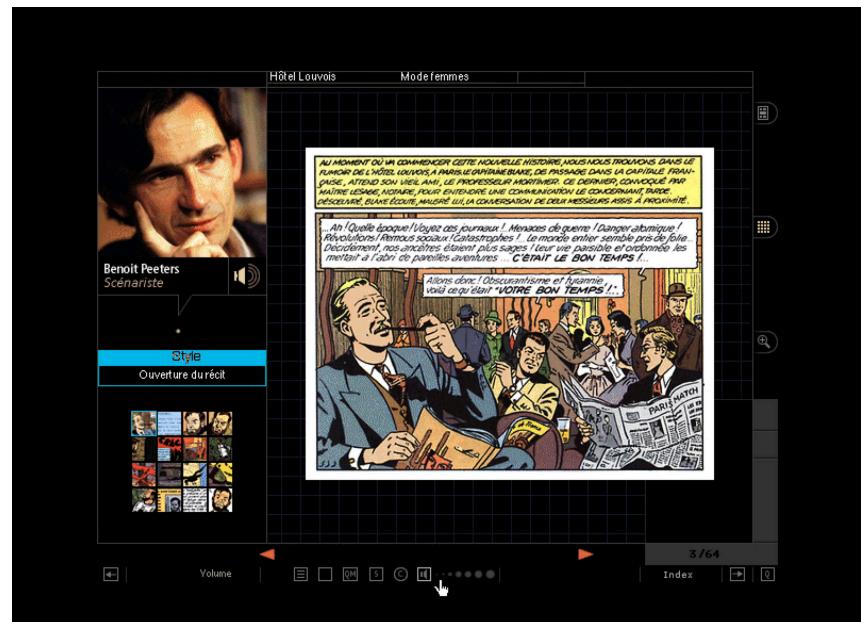
La sonorisation du récit implique l'ajout d'une bande son dans le but d'augmenter l'expérience de lecture. La bande son peut être constituée de musiques, de bruitages et/ou de voix enregistrées. Il s'agit ici de valoriser un mode de lecture innovant en tirant profit des possibilités techniques de l'ordinateur domestique, de plus en plus fréquemment équipé d'un système audio permettant la reproduction fidèle d'enregistrements. La lecture d'une bande dessinée agrémentée de voix, musiques et bruitages représente une argument d'innovation de l'expérience de lecture que ne permettait pas le livre imprimé. Aussi, dans *Jack Palmer*, on retrouve non seulement une bande musicale inédite qui accompagne le défilement des cases de l'album, mais également quelques bruitages ainsi qu'un enregistrement complet, joué par des acteurs, de l'ensemble des dialogues disponibles en plusieurs langues.



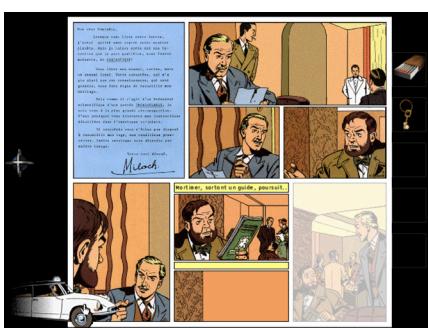
Menu principal du *Piège diabolique*,
«La BD commentée», Index +, 1997.

AUGMENTATION DOCUMENTAIRE

L'augmentation documentaire répond à un enjeu central des titres culturels publiés sur CD-ROM, en lien avec le développement des techniques de relations hypertexte et hypermédia. Ces deux principes consistent dans la construction de relations dynamiques entre différents contenus par interconnexion, sous forme de liens : cliquer sur une image en fait apparaître une autre ou lance une animation ; un mot renvoie à un autre texte, permet de jouer un son... Ce type d'accès dynamique, croisé à la taille importante de l'espace de stockage du CD-ROM (~ 600 Mo) motive la mise à disposition de contenus documentaires variés, en annexe du contenu principal. Les CD-ROMS de bande dessinée présentent ainsi souvent, outre le récit, un certain nombre de contenus documentaires annexes. *Le Piège diabolique* en constitue un cas d'école. En effet, une version spécifique du titre a été distribuée avec un second disque présentant les planches numérisées de l'album, accompagnées de nombreux contenus informatifs. L'interface du logiciel permet de consulter l'album sur son ordinateur, planche après planche, en accompagnant sa lecture des commentaires, accessibles en cliquant sur des cases prédéfinies, fournis par plusieurs experts de différents domaines (histoire et théorie de la bande dessinée, sciences humaines et naturelles...)



Interface de lecture du *Piège diabolique*,
«La BD commentée», Index +, 1997.

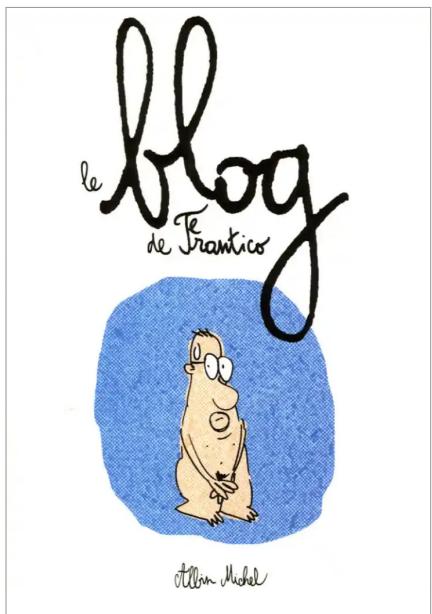


Le Piège diabolique, Index +, 1997.

INTERACTIVITÉ LUDIQUE

L'interactivité est un aspect fondamental de l'utilisation d'un ordinateur, pouvant se résumer au mécanisme basique d'entrée/sortie (input/output). L'utilisateur effectue une requête (input) que l'ordinateur exécute et dont le résultat est renvoyé (output) de manière interprétable par l'utilisateur. Il va donc de soi que tous les logiciels de lecture de bandes dessinées sur CD-ROM sont interactifs par définition. Néanmoins, il convient de spécifier un type particulier d'interactivité mobilisé dans certaines de ces productions, visant à placer l'utilisateur dans une posture ludique. Dans ce cas, l'enjeu n'est pas seulement de lire une bande dessinée mais d'y participer sous la forme du jeu. Ce type de mécanisme se trouve notamment mobilisé dans *Le Piège diabolique*. Dans cette production, le joueur participe au déroulement du récit en faisant apparaître les cases et les bulles à la condition de cliquer à l'endroit approprié de la planche, en déplaçant objets et personnages d'une case à l'autre, en déclenchant des animations par un clique sur des éléments spécifiques du dessin ou en prélevant des objets des cases pour s'en servir plus loin dans l'intrigue. En outre, de mini-jeux facultatifs apparaissent ponctuellement pour pimenter le déroulement du récit.

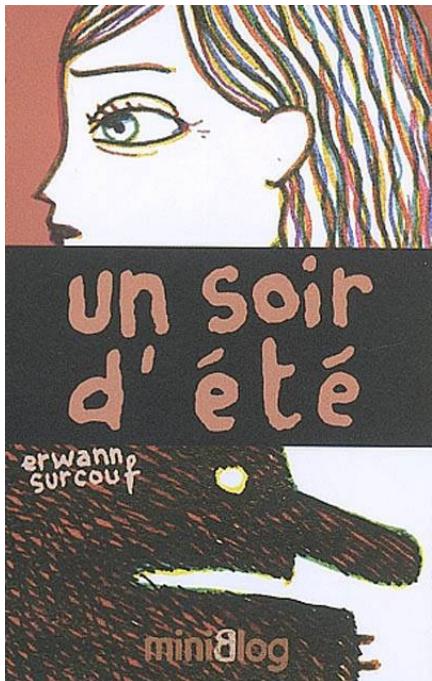
2. LE PHÉNOMÈNE DES BLOGS



Frantico, *Le blog de Frantico*, Albin Michel, 2005.

L'EXPLOSION DES BLOGS BD

Au début des années 2000, on assiste à une véritable explosion du blog. Le domaine de la bande dessinée se voit directement impacté par le phénomène, situé au croisement de tendances structurant les pratiques de la bande dessinée au sortir des années 1990 : l'expérimentation de publications sur le Web et l'engouement émergent pour les récits autobiographiques. D'abord réservé à une frange d'auteurs et d'amateurs d'une culture dite « geek », on assiste néanmoins à une véritable explosion du nombre de blogs de bande dessinée au milieu des années 2000. La presse généraliste se fait ainsi le relais d'une telle vogue (des articles paraissent dans *Chronic'art*, *Les Inrockuptibles* ou encore *Libération*), bien qu'à l'inverse, la presse spécialisée met quant à elle plus de temps à y accorder un intérêt. On constate par ailleurs l'apparition de dizaines de blogs visant à recenser les blogs de bande dessinée existants, à l'image de [BlogsBD](#) ou [La Chaine des blogs](#). L'apparition de festivals dès la seconde moitié de la décennie 2000 souligne l'importance qu'a pris le phénomène. C'est d'abord la création en 2005 du Festival des Blogs BD qui dure jusqu'en 2015. Dès 2007, apparaît également un festival off, le « fesse ton blog », en marge du festival officiel de la collection « Miniblog » lancée par les éditions Danger Public. Enfin, la création en 2008 du prix « Révélation blog de l'année » au Festival International de la BD d'Angoulême envoie un signal fort pour la reconnaissance du phénomène par la profession.



Erwann Surcouf, *Un soir d'été*, Danger Public, «Miniblog», 2007.

L'INTÉRÊT DES ÉDITEURS

La reconnaissance symbolique la plus marquante de l'importance prise par les blogs dans le paysage de la bande dessinée provient des éditeurs d'albums qui s'intéressent progressivement à leur prolifération. En 2005 paraît ainsi chez Albin Michel le premier album issu d'un blog à succès : [Le blog de Frantico](#). Par la suite, de nombreux autres titres issus d'une publication préalable sous la forme d'un blog sont publiés en album dans des maisons de différentes envergures. Pour les éditeurs, les blogs présentent l'avantage de porter à leur connaissance le travail d'artistes émergents dont ils peuvent évaluer la popularité en amont. Par ailleurs, en éditant des travaux ayant déjà fait preuve d'un certain succès auprès du public, ils limitent les risques économiques associés en temps normal à la publication d'un auteur « débutant ». Enfin, l'édition imprimée de telles productions permet d'élargir l'audience habituelle des éditeurs. Si les pages du blog de Boulet ou de Frantico ont, par exemple, été consultées jusqu'à 20'000 fois par jour, c'est aussi parce que ces blogs drainent une communauté plus large que le lectorat de bandes dessinées publiées traditionnellement au format de l'album. Du côté de la promotion, les éditeurs peuvent espérer une campagne numérique à moindre frais, en comptant sur une publicité gratuite provenant de la communauté soutenue que constituent les différents auteurs de blogs, relayant par leurs propres moyens les annonces de publications de leurs collègues. Enfin, les travaux issus de blogs présentent l'intérêt de constituer des bandes dessinées « clés en main » pour les éditeurs d'albums. En effet, à mesure que le phénomène s'amplifie, on remarque que le contenu publié sur les blogs adopte fréquemment des proportions conformes aux standards du livre. De leur côté, les éditeurs lancent des collections spécifiquement associées à la publication de travaux issus de blogs comme la collection « Shampoing » chez Delcourt ou « MiniBlog » chez Danger public.



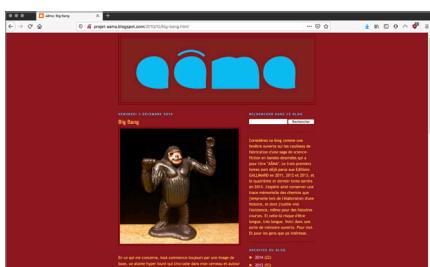
«Scrabble», Le Blog de Chicou-Chicou, <https://www.chicou-chicou.com/index.php?post=28>



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

QUELQUES LIENS:

[Boulet](#)
[Lewis Trondheim](#)
[Leslie Plée](#)
[Mélaka](#)



Projet Aâma: <https://projet-aama.blogspot.com/>

AUTEURS ET CONTENUS

Le phénomène du blog BD fait émerger une génération d'artistes publant leurs travaux sur le Web comme en librairie, à l'exemple de Lisa Mendel, Laurel, Marion Montaigne, Wandrille ou Melaka. Ce modèle éditorial a également été emprunté par des auteurs ayant déjà bâti une carrière dans l'édition imprimée comme Boulet ou Lewis Trondheim. S'ils sont souvent associés à un seul auteur, il existe également des blogs collectifs à l'instar de *Chicou-Chicou* qui rassemble Boulet, Aude Picault, Domitille Collardey, Lisa Mandel et Erwann Surcouf, racontant à plusieurs mains le quotidien fictif de cinq personnages. La plateforme *Lapin* animée par Phiip se présente, quant à elle, comme un entre-deux. Prenant la forme d'un blog individuel elle accueille ponctuellement les productions d'autres auteurs. Outre les planches de bande dessinée, les types de contenus publiés sur les blogs BD peuvent être assez divers. On trouve ainsi des prépublications, des annonces pour les ouvrages à paraître, des jeux-concours, des croquis, des travaux étape par étape ou des recherches préliminaires, des photographies, des vidéos de dessin en direct, du fan-art ou encore des systèmes de boutiques en ligne. Néanmoins, malgré la grande variété de démarches et de contenus, quelques grands types peuvent être identifiés.

LES BLOGS AUTOBIOGRAPHIQUES

Ce genre rassemble la majorité de la production dont le *blog de Boulet* constitue l'exemple le plus influent. Répondant aux fonctions basiques du blog, qui impliquent la publication chronologique de billets datés, la démarche autobiographique met principalement l'accent sur des récits relatant la quotidienneté de leur auteur avec plus ou moins d'humour et d'autodérision. Dans ce sens, le dessin témoigne souvent d'une forme de spontanéité: exhibant des marques de fabrication ou arborant l'aspect d'un croquis, le style inspire souvent l'immédiateté et marque la présence auctoriale. L'expression d'un sentiment de communauté entre dessinateurs y tient également une place importante par la représentation d'autres auteurs dans les billets ainsi que par d'éventuels renvois à leurs blogs sous forme de liens hypertextes. La proximité avec le lectorat est également thématisée dans les planches et s'actualise plus effectivement dans les espaces réservés aux commentaires où l'auteur communique directement avec son lectorat. Les modalités du blog donnent lieu à une interface particulière qui ancre temporellement les billets et donne accès direct aux archives soulignant ainsi la forme du journal.

LES BLOGS «BONUS»

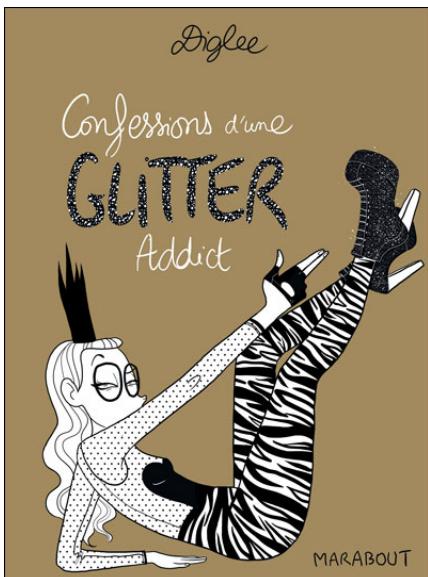
Les blogs que l'on qualifiera de « bonus » sont principalement tenus par des dessinateurs confirmés, actifs depuis de nombreuses années et qui ont déjà publié un nombre appréciable d'ouvrages à l'instar de *Manu Larcenet*, *Gipi* ou *Frederik Peeters*. Il s'agit moins ici de présenter d'authentiques créations – qui, elles, paraîtront d'abord sur papier – que d'en montrer les « à côtés » : dessins isolés, esquisses préparatoires, humeurs diverses sur le travail ou sur la profession, annonces de la parution prochaine d'un album, informations quant à l'état d'avancement de tel ou tel projet, photographies de l'atelier, essais en tous genres... Ici, le blog devient une manière d'entrer dans les « cuisines » du créateur, une valeur ajoutée par rapport à la publication traditionnelle.



L'actu en patates
<https://www.lemonde.fr/blog/vidberg/>

LES BLOGS DE PRESSE

A partir de 2008 émerge un renouveau du dessin de presse en ligne sous la forme de « blogs invités » sur les sites web de certains titres de presse. Le site du journal *Le Monde* est le principal acteur de ce mouvement avec, en 2018, la diffusion d'une vingtaine de bandes dessinées en ligne couvrant diverses thématiques journalistiques (politique, sport, gastronomie, éducation, sport...) que les éditions Glénat publient sous forme d'albums au sein d'une collection dédiée. D'autres journaux comme *Libération* ou *Le Nouvel Observateur* font de même, mais de manière plus ponctuelle. Parmi les plus connus, on mentionnera les blogs de Guillaume Long, *À boire et à manger*, abordant des sujets gastronomiques, *L'actu en patate* de Martin Vidberg, Les chroniques socio-culturelles de Micaël dans *L'air du temps* ou encore les billets féministes de Pénélope Bagieu sur *Les Culottées*.



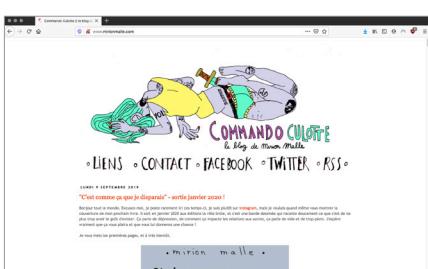
Diglee, *Confessions d'une glitter addict*, Paris:
 Marabout, 2012.

FÉMINISATION DE LA PROFESSION

Ce dernier exemple permet d'aborder une autre caractéristique liée à l'émergence des blogs : la féminisation de la profession. La création de bande dessinée s'est majoritairement construite autour de personnalités masculines. À quelques rares exceptions, tant les autrices que les éditrices de bande dessinées ont été assez rares dans le paysage traditionnel, de même, le ciblage éditorial a rarement visé le public féminin. La publication de bande dessinée sur le Web via le blog, par sa facilité d'accès, permet aux autrices de contourner un contexte éditorial fortement standardisé autour de ce modèle traditionnellement masculin. Ce nouveau contexte de publication a ainsi permis de mettre en évidence tant un ensemble d'autrices qu'une réelle audience féminine. Ce mouvement s'est majoritairement traduit dans un premier temps par l'apparition d'une bande dessinée dite « girly », une version du blog autobiographique poussant les codes de la féminité à outrance (recherche obsessionnelle de l'homme idéal, passion compulsive pour les modes vestimentaires et cosmétiques...) tout en montrant des personnages en prise avec ces codes. La formule rencontre un certain succès et, à la suite de [Pénélope Bagieu](#), [Diglee](#) ou [Margaux Motin](#), de nombreux blogs identiques fleurissent sur le Web et attisent les intérêts d'éditeurs qui capitalisent rapidement sur ce marché émergent.

ÉMERGENCE D'UNE BANDE DESSINÉE FÉMINISTE

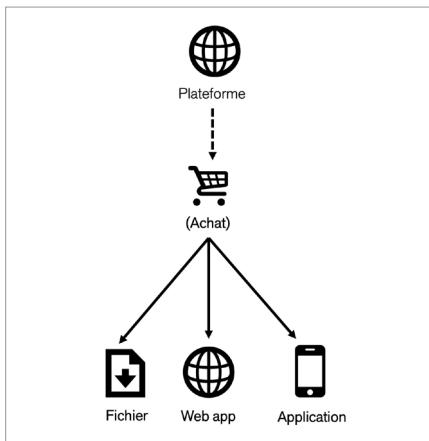
D'un autre côté, on assiste à l'apparition d'une bande dessinée dont les thématiques s'ancrent plus directement dans le mouvement féministe. Aux marges et en réaction à une première vague de publications « girly », prolifère une production politiquement engagée. Significativement, une autrice comme Pénélope Bagieu, qui avait rencontré le succès dans le courant de la bande dessinée « girly », s'engage dans un second temps dans une voie plus nettement militante en faveur de la lutte féministe via son blog *Les Culottées*. D'autres démarches similaires émergent comme le blog de Mirion Malle, [Commando culotte](#), ou encore [le site d'Emma](#) pour ne mentionner que certaines des plus célèbres. Si la vogue d'une bande dessinée « girly » a permis de faire émerger une frange négligée de créatrices comme de lectrices, ce nouveau modèle économique s'est rapidement figé autour d'une représentation stéréotypée des horizons d'attente du lectorat féminin. À la manière de cette première forme d'incursion dans l'édition traditionnelle par la voie du Web, la bande dessinée féministe va également opter pour le détournement du blog afin de mettre en évidence les attentes négligées d'un public.



Commando Culotte
<http://www.mirionmalle.com/>

QUELQUES LIENS :
[Emma](#)
[Commando culotte](#)
[Diglee](#)
[My Little IVG](#)
[Pénélope Bagieu](#)

3. LES PLATEFORMES DE DIFFUSION EN LIGNE



FONCTIONNEMENT D'UNE PLATEFORME

On peut décrire le fonctionnement d'une plateforme de diffusion en ligne comme une société mettant à disposition du public la consultation de bandes dessinées par le biais d'un système en ligne. Les bandes dessinées constituent des données stockées sur un serveur et sont rendues accessibles via une interface. L'accès à ces données peut être médiatisé ou non par un système d'achat/vente. L'essentiel d'une plateforme de diffusion est d'ouvrir l'accès aux données à un utilisateur. Cet accès peut se concrétiser de différentes manières : par le biais d'une application de lecture encodée sur une page Web (accès via un navigateur Web) ou sous la forme d'une application dédiée, installée sur un système d'exploitation (iOS, Android, macOS, Windows ...) ou encore, dans de rares cas, par la mise à disposition d'un fichier en téléchargement, de format compatible avec plusieurs appareils (PDF, epub) ou propriétaire et limité à un appareil spécifique (Kindle).



Le catalogue patrimonial de la plateforme Coconino Classics.

QUELQUES LIENS :

[Izneo](#)
[ComiXology](#)
[Sequency](#)
[BD Buzz](#)
[AllSkreen](#)
[DigiBidi](#)
[GrandPapier](#)

LOGIQUES DE DIFFUSION

Les plateformes peuvent répondre à différentes logiques de diffusion. À un niveau général, une plateforme peut mettre à disposition soit ce que nous appellerons de la bande dessinée *numérique*, au sens où celle-ci a été conçue spécifiquement pour être lue sur un support informatique, soit de la bande dessinée *numérisée*, au sens où il s'agit pour la plateforme d'exploiter un fond conçu initialement pour l'imprimé avant d'être numérisé pour être consulté sur un support informatique. Au niveau des modèles de diffusion, les plateformes peuvent adopter un modèle commercial, en monnayant l'accès au contenu, ou en l'offrant gratuitement aux utilisateurs. Dans la logique commerciale, l'achat peut se concrétiser selon deux modèles. Le premier est celui de la *librairie*, dans lequel le client acquiert l'accès à du contenu par achat à l'unité (comme dans une librairie traditionnelle). C'est le cas, par exemple, de la plateforme [Izneo](#). Le second modèle commercial fonctionne dans une logique de service où le client accède à l'entier d'un catalogue au prix d'un abonnement (à la manière d'autres grandes plateformes de diffusion de contenu récréatif comme Netflix ou Spotify). Une plateforme comme [AllSkreen](#) fonctionne de cette manière. Dans la logique de diffusion gratuite de contenu on identifiera également deux démarches distinctes. Premièrement, ce qu'on pourrait appeler une logique *promotionnelle* vise à mettre le pied à l'étrier de jeunes auteurs cherchant à percer dans le domaine. C'est ce que pratique une plateforme comme [GrandPapier](#). Deuxièmement une logique que nous dirons *patrimoniale* dont le but est d'offrir un accès à des bandes dessinées anciennes ou rares qui ne seraient pas protégées par le droit d'auteur, à la manière du site Coconino Classics, malheureusement disparu.



Interface de lecture de la plateforme de diffusion en ligne Izneo avec ses différentes options d'affichage et de navigation.



Le défilement case par case du logiciel de lecture d'Izneo pour le smartphone.

LA LECTURE DE BANDE DESSINÉE SELON IZNEO

L'application de lecture mise en place par la plateforme [Izneo](#) rassemble un certain nombre d'options offrant à l'utilisateur une multiplicité de modalités de lecture. Parce qu'elle vise à mettre à disposition du public des bandes dessinées numérisées, et donc initialement conçues pour la forme de l'album, la multiplicité des modes vise en premier lieu à répondre aux enjeux de la diversité des formats d'écrans (ordinateur, téléphone ou tablette tactile) sur lesquels il est possible de consulter une bande dessinée pensée pour être imprimée au format unique du livre. Ainsi, l'interface du logiciel propose diverses options d'affichage, d'agrandissement et de défilement (vertical ou horizontal) des planches. Par le biais de cette interface, il est dès lors rendu possible de modifier considérablement l'expérience de lecture en regard du mode conventionnel et unique du livre. Le lecteur pourra ainsi choisir, en fonction de la taille de son écran, de visualiser deux planches à la fois – à la manière de l'album traditionnel – ou une seule planche, voire même de suivre le fil du récit case après case à la manière d'un diaporama.

Calendrier des sorties quotidiennes sur la plateforme [Naver](#).

LE WEBTOON

Les plateformes de webtoon ont fait leur apparition en Corée du Sud au début des années 2000 et connaissent aujourd'hui une popularité importante. On estime en effet qu'un Coréen sur trois consomme ce type de contenu. Si initialement il s'agissait majoritairement de bandes dessinées numérisées, le mouvement a progressivement laissé place à des productions nativement numériques conçues spécifiquement pour la lecture sur machines informatiques. Le webtoon se conçoit comme une bande que l'on fait défiler verticalement, spécifiquement calibrée pour la lecture sur smartphone ou tablette via des applications dédiées. Une série se voit généralement publiée au rythme de nombreux épisodes très courts. Les webtoons s'achètent à l'épisode dans une logique de fidélisation; les quelques premiers sont généralement gratuits puis les épisodes s'aquieren selon un barème de tarifs variable. La publication de nouveaux épisodes s'opère à un rythme hebdomadaire. Néanmoins, une série peut-être interrompue en fonction d'un éventuel manque de succès.

La série française *Lastman*, initialement publiée sur Delitoon.

LES PLATEFORMES DE WEBTOON FRANCOPHONES

La première plateforme ayant proposé des webtoons en français est [Delitoon](#). La société a été fondée en 2011 par Didier Borg, ancien employé de la maison d'édition Casterman, avec le concours de la société coréenne Kidari Entertainment. L'essentiel des parutions proposées par la plateforme est d'origine coréenne ou chinoise et traduites en langue française. En moyenne, trois nouvelles séries sont lancées chaque mois. Les publications d'origine francophone sont marginales. Notons toutefois que la série à succès *Lastman* de Bastien Vivès, Balak et Sainlanville a été prépubliée sur Delitoon avant d'être adaptée pour l'album. La plateforme revendique une communauté d'environ 500'000 membres pour une moyenne de 600'000 visiteurs mensuels. Une autre tentative de positionnement sur le marché francophone du webtoon provient des éditions Dupuis via sa plateforme [Webtoon factory](#), destinée à produire et vendre des contenus spécifiques et originaux. Dans un premier temps, Dupuis a lancé une vingtaine de séries pour la plupart inédites. Cinq d'entre-elles sont toutefois des adaptations de bandes dessinées déjà parues au préalable, dont celle du Youtuber Cyprien, *Roger et ses humains*. Le modèle commercial qu'empruntent ces plateformes semble par ailleurs s'inspirer des offres de vidéo en streaming. Delitoon adopte ainsi une interface graphique familière des utilisateurs du service Netflix et opte pour un lexique héritant de celui de la série télévisée par l'emploi de termes comme « épisodes » ou « saisons ».

4. EXPLOSION DU GENRE

UNE BANDE DESSINÉE NUMÉRIQUE DE CRÉATION

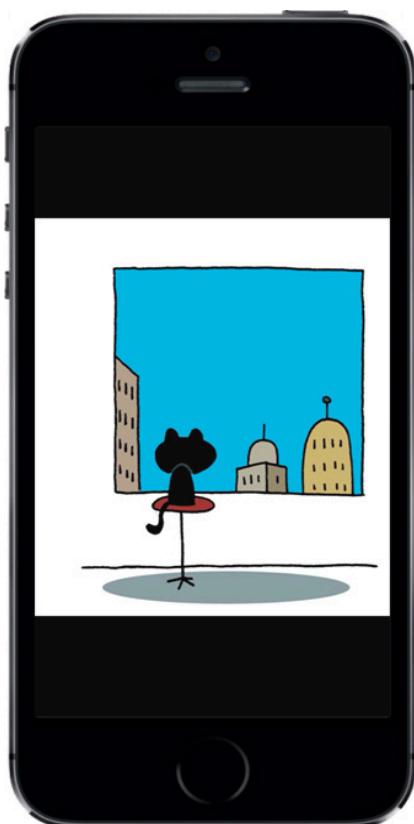
Depuis quelques années la production est marquée par l'explosion des catégories et l'émergence d'une grande diversité formelle. Du côté des grands éditeurs, ceux-ci semblent, pour l'heure, se contenter d'une position attentiste, se limitant à la publication de bandes dessinées numérisées sur les grandes plateformes de diffusion en ligne. Le développement d'une création numérique originale et professionnelle émerge plutôt d'initiatives extérieures à l'édition traditionnelle, provenant souvent d'auteurs. D'un point de vue économique, les expérimentations les plus onéreuses sont fréquemment financées par des sociétés de production audiovisuelles (France télévision, Arte ...) ou, de manière plus générale, par le public via des plateformes de *crowdfunding* ou des systèmes d'abonnement.

PRINCIPALES TENDANCES

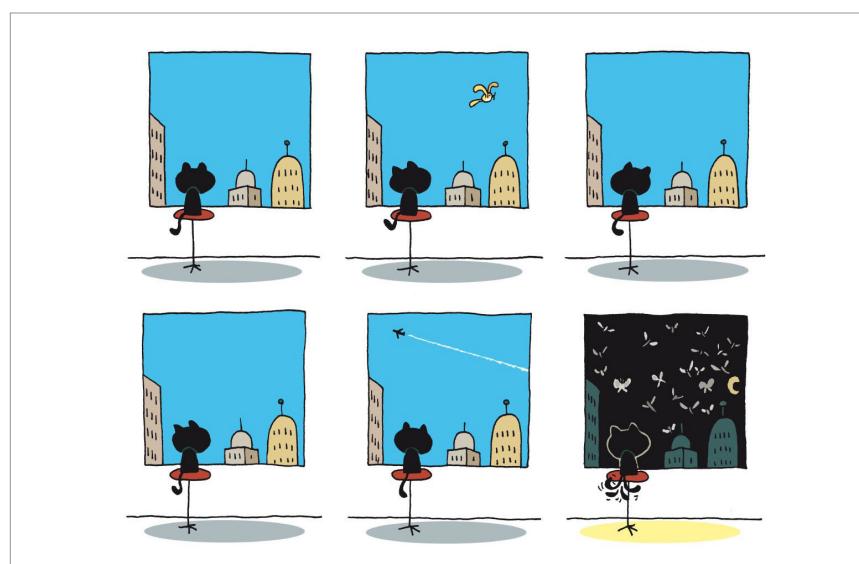
Deux grandes tendances se dégagent de la diversité des productions. D'un côté, celle du diaporama se caractérise par la recherche d'une forme simple, lisible et accessible visant à toucher un maximum de lecteurs. On cherche à proposer ce qui, dans les contraintes d'une lecture sur écran, se rapproche le plus des principes traditionnels de la bande dessinée. De l'autre côté, la tendance de l'interactivité réflexive et formelle travaille les limites du médium. En investissant les possibilités offertes par les systèmes informatiques en termes d'interactivité, cette frange de la création s'éloigne de la bande dessinée traditionnelle et tend en direction d'un « récit numérique » aux ambitions plus larges. Dans ce type de démarches, l'expérimentation formelle prend parfois le pas sur la narration. Elle concerne principalement une frange alternative d'auteurs privilégiant l'expérimentation, quitte à sacrifier la rentabilité financière de leur production.

BLUDZEE

Publié entre août 2007 et juillet 2008 par Lewis Trondheim, *Bludzee* met en scène les mésaventures quotidiennes d'un chat d'appartement. Développée par Ave!Comics, il s'agit de la première application de bande dessinée numérique payante sur *smartphone* des années 2000. Le modèle de publication implique la parution d'un épisode quotidien de six cases, présenté sous la forme d'un diaporama adapté à la taille de l'écran du téléphone. En 2010, l'ensemble des épisodes est édité chez Delcourt, qui supprime toute référence à sa première publication numérique. Chaque pages de l'album présente une planche articulant les six cases d'un épisode, annulant les effets initiaux du diaporama.



Bludzee de Lewis Trondheim dans sa version application pour *smartphone*.



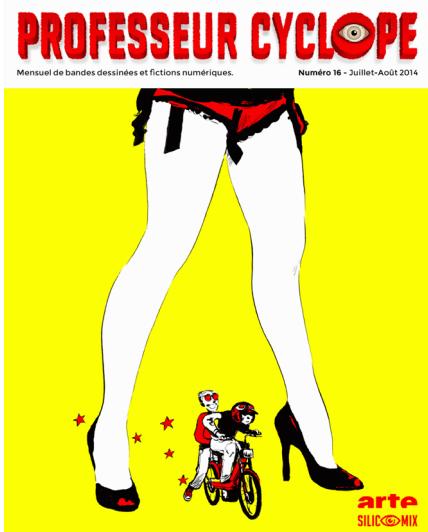
Lewis Trondheim, *Bludzee*, Delcourt, 2010.



Les Autres gens: <http://www.lesautresgens.com/>

LES AUTRES GENS

Publiée entre mars 2010 et mars 2012, cette «bédénovela» a été initiée et scénarisée par Thomas Cadène, accompagné de quinze autres dessinateurs dont un certain nombre issus du monde du blog. Par la suite, d'autres scénaristes ont également participé à l'écriture d'épisodes et une centaines de dessinateurs au total ont été amené à travailler pour la série. On y suit les aventures de Mathilde, une étudiante qui gagne une somme colossale au loto. La bande dessinée est publiée sur un [site web](#) et rendue accessible par le biais d'un abonnement. L'ensemble des épisodes sont aujourd'hui disponibles gratuitement. Le terme de «bédénovela» est suggéré par Thomas Cadène, en référence au genre feuilletonesque dans lequel il inscrit la publication de la série : un épisode par jour comprenant, par ailleurs, un résumé des épisodes précédents. Deux modes de lecture sont disponibles : soit sous la forme du diaporama, dans laquelle se succèdent les cases à l'écran, soit sous la forme d'une planche à faire défiler. Comptabilisant plus d'un millier d'abonnés au cours de sa parution, *Les Autres Gens* sont également édités en albums chez Dupuis entre 2011 et 2014.



Professeur Cyclope, n°16, juillet-août 2016.

PROFESSEUR CYCLOPE

Professeur Cyclope est un webzine mensuel publié entre octobre 2012 et décembre 2014, fondé par Gwen de Bonneval, Brûno, Cyril Pedrosa, Fabien Vehlmann et Hervé Tanquerelle. Une quarantaine d'auteurs y ont publié des séries qui s'étendent généralement sur quelques numéros. La lecture du webzine nécessite de contracter un abonnement. Le contenu est ensuite accessible soit via une application dédiée, soit sur un navigateur web. *Professeur Cyclope* publie des bandes dessinées de formes assez variées. Si la plupart des productions se présentent sous la forme d'une planche de format paysage, on y trouve toutefois des formes plus adaptées à la lecture sur écran, à la manière de la bande verticale de Philippe Dupuy dans *Une Histoire de l'art*. De fait, le comité éditorial n'impose aucune limite *a priori*, qu'il s'agisse du format, des thèmes ou de la longueur des séries publiées. *Professeur Cyclope* n'est à l'heure actuelle plus accessible. Néanmoins, certaines des séries parues ont été par la suite publiées sous la forme d'albums imprimés, comme *Les Experts* d'Anouk Ricard chez Casterman, dans la collection directement associée aux publications tirées du webzine, ou *Une Histoire de l'art* de Philippe Dupuy chez Dupuis.



MediaEntity: <http://www.mediaentity.net/>

MEDIAENTITY

Lancée en octobre 2012 par Simon Kansara et Emilie Tarascou, la série *MediaEntity* met en scène une société hyperconnectée où chaque acteur présente une identité numérique complexe recoupant tous ses profils sur les réseaux sociaux et sur les plateformes institutionnelles. La forme de cette bande dessinée numérique adopte celle du turbomédia. Élaboré par Balak en 2009, le turbomédia consiste en un récit en images publié sur le Web dont la vitesse de lecture est contrôlée par l'utilisateur à l'aide de flèches permettant de passer d'une image à l'autre. Chaque diapositive ne présente qu'une seule case qui peut éventuellement se diviser. Adaptée au format de l'écran, le contenu de la case se modifie par l'intervention de l'utilisateur (clics ou mouvement du doigt). *MediaEntity* est accessible gratuitement soit via son site web ou son application dédiée, soit sur une plateforme de turbomédia. La série est en outre publiée en album imprimé chez Delcourt en 2014. Sous cette forme, elle intègre des liens pour prolonger la lecture sur un appareil informatique. *MediaEntity* fait également partie d'un projet transmédia plus vaste, son univers s'étendant dans des jeux vidéo (*Les jeux de Wilhem*), mais également dans un spin-off en PDF mettant en scène le «sans-abri mystique» évoqué dans la série. Enfin, les auteurs mobilisent certains réseaux sociaux comme Twitter ou Facebook, pour faire s'exprimer les personnages en adresse directe aux lecteurs.



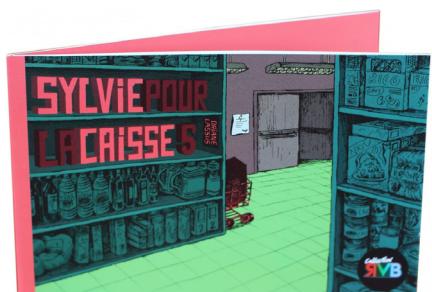
Démonstration du fonctionnement de l'application *Phallaina* de Marietta Ren.

PHALLAINA

Phallaina est publié en janvier 2016 et réalisé par Marietta Ren, avec le soutien financier de France Télévision. Cette bande dessinée pour smartphone et tablette raconte l'histoire d'Audrey, une jeune fille qui souffre de crises hallucinatoires au cours desquelles elle voit des baleines. En lui faisant passer des examens, un neurologue découvre que ses hallucinations sont liées à sa capacité à rester longtemps en apnée. D'un point de vue formel, *Phallaina* se présente comme une longue image horizontale ininterrompue, sans cases, que le lecteur fait défiler à son propre rythme, le tout accompagné d'une bande sonore. L'œuvre est accessible par le biais d'une application gratuite, disponible sur les plateformes de distribution Google Play et Apple AppStore. *Phallaina* a par ailleurs été montrée en public sous la forme d'une fresque de 150 mètres de long. Sous cette forme, les spectateurs suivent à pied le parcours de l'image en consultant la bande son qui, à l'aide d'équipements connectés, s'activent de manière dynamique selon la position occupée.



Fresque parcourable à pied de *Phallaina* présentée au Festival International de la BD d'Angoulême en 2016.



Oriane Lassus, *Sylvie pour la caisse 5*, Hécatombe, «Collection RVB», 2018

SYLVIE POUR LA CAISSE 5 ET LA COLLECTION RVB

Sylvie pour la caisse 5 d'Oriane Lassus paraît en janvier 2018 dans la «Collection RVB» des éditions Hécatombe et raconte le quotidien de Sylvie qui travaille comme caissière dans un supermarché. Actif dans l'édition *underground* depuis la seconde moitié des années 2000, Hécatombe lance sa collection de bandes dessinées numériques «Collection RVB» en 2018. Les publications parues dans cette collection se présentent sous la forme d'un folio vendu en librairie contenant un code à saisir sur le site web de l'éditeur pour accéder à la bande dessinée. La lecture de *Sylvie pour la caisse 5* implique différentes modalités d'interaction. Le lecteur fait défiler horizontalement un grand panorama du supermarché contenant également des éléments sur lesquels il peut cliquer pour activer un épisode caché. Ces récits enchâssés se consultent, eux, de manière verticale.



Sylvain Monney, *Matières noires*, Fleurs bleues, 2018.

MATIÈRES NOIRES

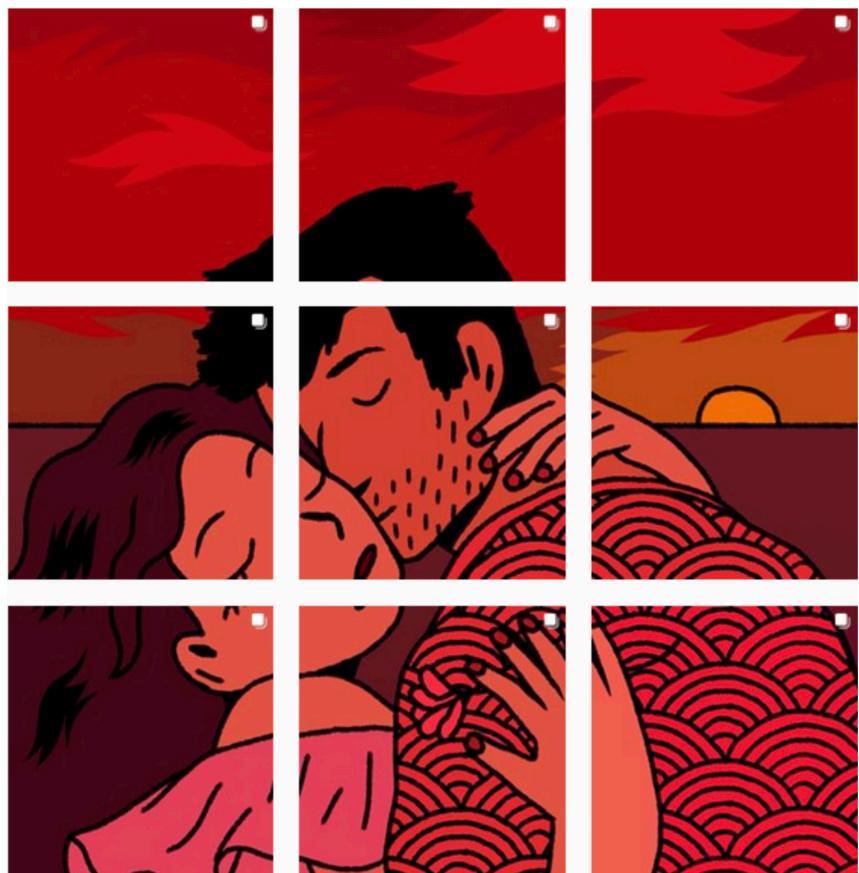
Paru en novembre 2018 aux éditions Fleurs bleues, *Matières noires* de Sylvain Monney raconte le destin de trois personnages amenés à se rencontrer : un homme d'affaire, collectionneur passionné d'aspirateurs, une serveuse accro aux réseaux sociaux et un vieux chasseur désabusé. La bande dessinée est éditée sous forme d'un album imprimé accompagné d'une application de réalité augmentée pour smartphone et tablettes permettant d'accéder aux pensées des personnages et de découvrir leur monde intérieur grâce à des images qui se développent, s'animent, se colorisent et s'observent ; le tout est accompagné d'une bande sonore. Il est à noter que la bande dessinée peut être lue sans utiliser l'application, mais au risque de passer à côté d'une partie de l'histoire.



Page du [profil Instagram](#) de Été

ÉTÉ

Été est une œuvre saisonnière [publiée sur Instagram](#) durant l'été 2017, 2018 et 2019 ainsi que durant la période de Noël 2018. Si les deux premières saisons ont été financées par Arte, la troisième a, quant à elle, fait l'objet d'une campagne de *crowdfunding*. Elle est scénarisée par Thomas Cadène et Joseph Safieddine. Les dessins ont été assurés successivement par Erwan Surcouf, Cécile Bidaut et Marie Spénale. Été raconte les aventures estivales d'un jeune couple urbain, Abel et Olivia. La série est publiée sur le réseau social Instagram, au rythme d'un épisode de neuf images par jour pendant les périodes mentionnées. Les cases, de format carré, parfois animées, sont présentées à la lecture sous forme de diaporama et sont éventuellement agrémentées d'accompagnements sonores. Les contraintes liées à l'interface du réseau social sont en outre mobilisée par les auteurs qui travaillent en fonction de celles-ci. Dans cette démarche l'affichage antéchronologique de la galerie des comptes Instagram donnent ainsi lieu à un récit en palindrome. En effet, celui-ci peut se lire dans un premier sens au fil des publications, tout en formant un récit alternatif, en sens inverse, lorsqu'il est consulté depuis l'interface de la galerie. L'interactivité des abonnés est également mise à profit en proposant sondages, quizz ou encore *blind tests* en lien avec les événements de la diégèses.



Exemple de jeu avec l'interface de la galerie