

ANNÉE ACADÉMIQUE : 2019-2020

SESSION : Septembre

NOM : Dekimpe

PRÉNOM : Arthuria

TITRE DU MÉMOIRE : *L'épidémie de mangavirus en Belgique : attrapez-le tous !**La diffusion de la culture populaire japonaise en Belgique francophone, des origines à nos jours*

PROMOTEUR : Laurence Van Ypersele

COPROMOTEUR : Olivier Servais

**Résumé du mémoire :**

La culture populaire japonaise est aujourd'hui largement présente en Belgique : la convention spécialisée la plus importante, Made In Asia, rassemble chaque année des dizaines de milliers de visiteurs. Comment en est-on arrivés là ? La question de la diffusion de cette subculture, longtemps considérée comme une « sous-culture » n'avait jamais été abordée sous l'angle historique pour notre territoire. Ce mémoire se penche sur la question en retraçant l'apparition et le développement en Belgique jusqu'à nos jours des trois vecteurs principaux de la pop culture japonaise : les mangas, l'animation, les jeux vidéo, mettant en lumière le rôle de personnalités-clef en utilisant l'approche des transferts culturels ; il aborde aussi le développement de sa communauté et son traitement dans les médias belges. Les principales sources utilisées sont des entretiens et la presse (écrite et audiovisuelle). Il en ressort que la pop culture japonaise est arrivée par vagues successives, à un rythme variable selon les supports pour finalement toucher toute la société ; d'autre part, que le rôle joué par quelques individus ouverts d'esprit a été non négligeable.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN  
FACULTÉ DE PHILOSOPHIE, ARTS ET LETTRES  
HISTOIRE

MÉMOIRE DE MASTER EN HISTOIRE  
FINALITÉ APPROFONDIE

# L'ÉPIDÉMIE DE MANGAVIRUS EN BELGIQUE ATTRAPEZ-LE TOUS!

*La diffusion de la culture populaire japonaise en  
Belgique francophone, des origines à nos jours*

Laurence Van Ypersele (promotrice)  
Olivier Servais (copromoteur)



Pikachu surfant sur une vague de hype (Illustr. C. Dekimpe, 2020)

Août 2020  
Année Académique 2019-2020

- ARTHURIA DEKIMPE -

## INTRODUCTION

Qui n'a jamais entendu parler des films de Hayao Miyazaki, des Pokémon ou de Dragon Ball ? Aujourd'hui, ces icônes japonaises font partie intégrante de la pop culture mondiale, et depuis quelques années, des conventions spécialisées dans le manga et le jeu vidéo nippon rassemblent des dizaines de milliers de visiteurs (dont le salon *Made in Asia*, se tenant à Bruxelles depuis 10 ans, est la plus importante en Belgique). Mais il n'en a pas toujours été ainsi : sa diffusion hors de l'archipel nippon et plus spécifiquement en Europe est un phénomène récent.

L'objectif de ce mémoire sera d'étudier comment et pourquoi, des origines à nos jours, cette culture s'est diffusée en Belgique francophone au point que certaines de ses icônes sont rentrées dans la culture générale, mais surtout que se soit développée une subculture manga à même de fédérer une large communauté ; en résumé, comment une culture qu'on pourrait qualifier d'*otaku*<sup>1</sup> a émergé en Belgique francophone.

Je m'intéresserai à trois média, vecteurs de transmission de cette culture virale et étroitement liés : le manga (la bande dessinée japonaise), l'animation (incluant séries et longs métrages) et le jeu vidéo japonais. Ceux-ci ne sont pas les seuls, mais ce sont les plus importants : la diffusion du cinéma japonais en Europe est beaucoup plus restreinte, se cantonnant à quelques films d'auteur touchant un public totalement différent (à l'exception notable de quelques films plus « pop », souvent des adaptations *live* de mangas diffusés dans le cadre du BIFFF, le festival du film fantastique de Bruxelles) ; je n'aborderai pas non plus d'autres aspects plus marginaux comme la musique (largement éclipsée par la K-Pop, la pop coréenne) ou la mode. Enfin un aspect important que je ne ferai que mentionner mais n'aborderai pas en profondeur, bien qu'étroitement lié aux mangas et à l'animation (voire aux jeux vidéo) est celui du *hentai*, c'est-à-dire de leur déclinaison pornographique. Le sujet est pourtant digne d'intérêt, car largement connu dans la communauté, mais sa nature souterraine fait que son étude aurait nécessité des méthodes très différentes de celles que j'ai utilisées.

Les enjeux de ce mémoire sont les suivants :

---

<sup>1</sup> Le mot *otaku* signifie « maison » en japonais. Un peu équivalent au terme occidental *geek*, il est utilisé au Japon de façon péjorative pour désigner des « nerds », des personnes tellement passionnées par quelque chose (les mangas sont un exemple parmi d'autres) qu'elles n'ont presque pas de vie sociale en dehors de cette passion. Cependant le terme a été revendiqué par les amateurs de manga en Occident, bien souvent simplement pour marquer leur appartenance à la communauté des fans, sans forcément d'aspect péjoratif.

D'abord, la variable causale : pourquoi la Belgique francophone découvre-t-elle la pop culture nipponne ? Quelles sont les raisons d'un tel succès ?

Ensuite, la variable temporelle : quelles sont les grandes phases par lesquelles passe la diffusion ? Sont-elles les mêmes pour chaque médium ? À quel rythme s'opère la diffusion : croissance linéaire, exponentielle, va-et-vient, vagues ?

Enfin, la variable modale : dans quelles conditions s'opère la diffusion ?

- Quelles sont les œuvres majeures diffusées ? De quel genre ressortent-elles ?
- À quelle échelle a lieu la diffusion des œuvres ?
- Quelle part de la production japonaise parvient jusqu'à la Belgique ? Est-ce que les œuvres populaires au Japon le sont aussi ici et vice-versa ? Cette question est d'autant plus intéressante que l'histoire du manga a généralement été abordée par les Français à l'aune de ce qui est sorti en France, éclipsant des œuvres majeures restées inédites au Japon<sup>2</sup>. Les œuvres passent-elles parfois par un pays tiers (ex. : États-Unis) avant d'arriver jusqu'en Europe ?
- Dans quelle mesure la situation de la Belgique se confond ou se distingue-t-elle à celle de la France ?
- Quelles adaptations ont été effectuées pour plaire au public ou gommer l'origine de ces œuvres ? Y a-t-il parfois des malentendus ? Quel nouveau sens donne le public francophone à ces œuvres ?
- Quelles sont les interactions qui existent entre manga, jeu vidéo et animation ? Le public est-il le même ?
- Enfin un dernier aspect intéressant à explorer est celui de l'impact sur la société : d'une part, quand commence à apparaître cette culture *otaku*, et d'autre part, quel est le regard de l'*establishment* culturel et des médias sur cette culture populaire ? La BD et les dessins animés japonais sont-ils perçus comme une menace pour la production locale ou l'éducation des jeunes ?

---

<sup>2</sup> GUILBERT Xavier, « Le manga et son histoire vus de France : entre idées reçues et approximations », dans *Comicalités. Études de culture graphique*, 10 février 2012, [En ligne], <<http://journals.openedition.org/comicalites/733>>, (Consulté le 6 juin 2019).

Je commencerai par un état de la question sur les recherches effectuées sur la pop culture japonaise, principalement en français et/ou en Belgique. Il comprendra une synthèse de 4 articles scientifiques sur l'utilisation de la pop culture comme *soft power* par le Japon. Ensuite je présenterai les sources utilisées et ma démarche de recherche ; j'en profiterai pour faire le point sur les différents concepts auxquels je recours, et présenter le profil des témoins que j'ai interrogés. Puis, en prologue, je contextualiserai rapidement la naissance de la pop culture japonaise, avant d'entrer dans le vif du sujet. Mon développement comprendra 4 chapitres, une division chronologique : avant 1990, 1990-99, 2000-2008, 2009-2020. L'organisation interne des chapitres est thématique et/ou chronologique, en abordant pour chaque période les différents aspects étudiés (manga, animation, jeu vidéo, communauté, presse). Cela nous amènera à la conclusion suivie bien sûr de la bibliographie et des remerciements.

## ÉTAT DE LA QUESTION

Le domaine de la culture populaire japonaise en Occident n'est certainement pas le plus en vogue parmi les historiens ; cependant le sujet a déjà été défriché par une poignée d'auteurs pour d'autres territoires que la Belgique. Le plus important en France est Jean-Marie Bouissou, historien spécialiste du Japon qui s'intéresse au manga (papier principalement) depuis les années 2000. Celui-ci est notamment auteur de *Manga — Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*<sup>3</sup> et de l'article *Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais*<sup>4</sup>, et a fondé un réseau de recherche intitulé *Manga Network* avec SciencePo Paris en 2006<sup>5</sup>. Malheureusement, le réseau semble ne plus être actif, car la page internet sur le site de SciencePo n'est plus disponible, et aucune version archivée n'existe...

Julien Bouvard est un autre historien français, plus jeune qui s'intéresse à la question du manga et a rédigé son mémoire de maîtrise, sa thèse de doctorat ainsi que de nombreux articles sur le sujet. Il a notamment rédigé une « Bibliographie introductive à l'étude du manga » dans le *Bulletin N° 25 (2015) de la société Française des Études Japonaises*<sup>6</sup>. Il a également rédigé la préface de l'ouvrage collectif *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*<sup>7</sup>, un livre qui aborde de nombreux aspects (notamment historiques) et s'est avéré être une bible pour la rédaction de ce mémoire. À noter au passage que la plupart des auteurs ayant contribué à l'ouvrage sont soit des doctorants, soit des chercheurs dans d'autres domaines que l'histoire (médias, cinéma...), preuve s'il en est que les *manga & anime studies* sont en pleine phase de développement en France.

---

<sup>3</sup> BOUISSOU Jean-Marie, *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, 3e édition revue et augmentée, Arles, Éditions Philippe Picquier, 13 novembre 2013.

<sup>4</sup> BOUISSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », dans *Cités*, vol. 27, n° 3, 2006, p. 71-84.

<sup>5</sup> *Manga Network* / SHIMA UTA, [En ligne], <<https://shimautajapon.wordpress.com/tag/manga-network/>>, (Consulté le 16 décembre 2018).

<sup>6</sup> BOUVARD Julien, « Bibliographie introductive à l'étude du manga — Société française des études japonaises », dans *Bulletin de la société Française des Études Japonaises*, n° 25, 2015, [En ligne], <<http://www.sfej.asso.fr/spip.php?article285>>, (Consulté le 15 juin 2019).

<sup>7</sup> PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinémas d'animations).

Parmi les auteurs étrangers on peut citer Sharon Kinsella, britannique qui aborde la culture manga sous un angle sociologique. Elle a notamment publié *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*<sup>8</sup>, une référence très souvent citée. Du côté de l'Italie, on peut aussi citer Marco Pellitteri qui s'est intéressé à la diffusion de la pop culture japonaise dans son pays et la compare avec celle en France dans un chapitre<sup>9</sup> de *L'animation japonaise en France*, un regard transnational intéressant.

On peut noter que si un certain nombre de recherches ont déjà été faites sur le marché français du manga et de l'animation, d'une part, beaucoup ne s'intéressent qu'à une seule dimension de cette pop culture, faisant parfois dialoguer manga et animation, mais ne faisant que très rarement (sinon jamais) entrer le jeu vidéo dans l'équation. D'autre part, aucun chercheur établi ne s'est intéressé spécifiquement à la Belgique. La Flandre, malgré un succès bien moindre de la culture manga, semble pourtant avoir une longueur d'avance en termes de recherche, notamment grâce à l'important département d'études japonaises de la KULeuven. Un mémoire de Master en cultures visuelles a ainsi été réalisé à la KUL<sup>10</sup> en 2015 (le seul que j'ai consulté), qui comprend un volet historique (beaucoup moins développé que dans le présent mémoire), sur le développement de la pop culture japonaise en Flandre, ainsi qu'un volet plus sociologique s'inscrivant dans la veine des *fan studies*, les études de communautés de fans, un domaine qui a quelques années maintenant et qui est souvent privilégié pour aborder les subcultures comme celle qui nous intéresse. Un mémoire de la KUL en traduction s'intéresse quant à lui aux pratiques de localisation des jeux vidéo de la série *Fire Emblem*, entre traductions officielles et amateurs<sup>11</sup>. Un autre mémoire<sup>12</sup> au sujet similaire, mais en japonologie s'intéresse à la traduction des jeux du genre *visual novel*<sup>13</sup>.

---

<sup>8</sup> KINSELLA Sharon, *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*, University of Hawaii Press, 2000.

<sup>9</sup> PELLITTERI Marco, « Le boom des anime en Italie, 1974-1984 : L'exceptionnel succès de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinémas d'animations), p. 59-76.

<sup>10</sup> VANNIEUWENHUYSEN Lora-Elly et PYLYSER Charlotte (Promotrice), *The rise of the Belgian manga culture: A research on subculture*, Master's thesis - Master in Cultural Studies, Louvain, KU Leuven, 2015.

<sup>11</sup> KAPITEIJN Derek et DECLERCQ Christophe (Promoteur), *Video Game Localization and Fan Translation - A case study comparing localization practices between official and unofficial translations of Fire Emblem*, Mémoire de Master en traduction, Leuven, KU Leuven, Faculteit Letteren, 2018.

<sup>12</sup> JACOB Jarl et VANOVERBEKE Dimitri (Promoteur), *Lokalisatie van Japanse populaire cultuur : De Visual Novel als gevalstudie*, Mémoire de Master en japonologie, Leuven, KULeuven, Faculteit Letteren, 2013.

<sup>13</sup> Genre de jeu typiquement japonais consistant en récit un textuel interactif, avec des choix à faire et des embranchements narratifs.

Du côté francophone, même si les circonstances ne m'ont pas permis de les consulter, une poignée de mémoires sur le sujet ont été réalisés, la plupart à l'ULB, mais aucun à ma connaissance dans la discipline historique. Dès 1997, par exemple, un mémoire en sociologie qui titrait déjà « Génération manga »<sup>14</sup> s'intéressait au phénomène *Dragon Ball* qui battait alors son plein. Un autre qui s'intitule *Le phénomène manga : analyse d'un succès auprès de la jeunesse occidentale francophone*<sup>15</sup> a également été rédigé à l'ULB en 2006 mais il s'agissait d'un mémoire en sociologie, sans la dimension historique. Un étudiant en psychologie s'est également intéressé à l'interprétation du manga selon le cadre culturel<sup>16</sup>. Du côté de l'UCL, on trouve le mémoire en anthropologie de Claire Delhove sous la direction d'Oliver Servais qui s'est intéressée à la communauté Belgotaku<sup>17</sup> (rapidement abordée dans ce mémoire). Enfin, toujours à l'UCL et dans le domaine du jeu vidéo, un mémoire en communication s'est intéressé au succès de la Sony PlayStation<sup>18</sup>.

#### LES TRADUCTIONS FRANÇAISES DE MANGA ENTRE « DOMESTICATION » ET « EXOTISATION »

Autre contributrice à *L'animation japonaise en France*, Bounthavy Suvilay est chercheuse dans le domaine du manga depuis les années 2000. Ayant publié plusieurs recherches académiques, elle a également une longue expérience dans la presse spécialisée en pop culture japonaise et jeux vidéo. Elle a ainsi mené des recherches qui concernent directement le sujet de ce mémoire sur le marché de la VHS d'anime en France<sup>19</sup> ainsi que sur les adaptations et traductions, « entre domestication et exotisation »<sup>20</sup>. Elle plonge ainsi directement dans les sources en consultant les traductions de l'époque et en réalisant des entretiens avec des éditeurs de manga papier et de programmes dans la télévision.

---

<sup>14</sup> ROELOFS Isabelle, *Génération Manga. Analyse du phénomène manga à travers une étude de cas : Dragon Ball*, Mémoire de Master en sociologie, Université Libre de Bruxelles, 1997.

<sup>15</sup> LARRIBEAU Saskia, *Le phénomène manga. Analyse d'un succès auprès de la jeunesse occidentale francophone.*, Mémoire de Master, Université Libre de Bruxelles, 2006.

<sup>16</sup> HAAS Dirk, *L'interprétation du manga selon le cadre culturel.*, Mémoire en psychologie, Université Libre de Bruxelles, 2008.

<sup>17</sup> DELHOVE Claire et SERVAIS Olivier (Promoteur), *L'ASBL « Belgotaku » ou le rassemblement des cultures populaires et des passions : un univers de geeks à la japonaise. analyse d'une communauté imaginée à l'ère de la postmodernité*, Mémoire de Master 120 en Anthropologie, Louvain-la-Neuve, UCL, 2015.

<sup>18</sup> AKRAPOVIC Andy et SEPULCHRE Sarah (Promotrice), *L'influence digitale dans le secteur du jeu vidéo : pourquoi Sony PlayStation rencontre un tel succès auprès du public ?*, Mémoire de Master 60 en information et communication, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2016.

<sup>19</sup> SUVILAY Bounthavy, « The Anime VHS Home Video Market in France », dans *Mutual Images*, vol. 2, février 2017, p. 82-109.

<sup>20</sup> SUVILAY Bounthavy, « Traduire les best-sellers du manga : entre “domestication” et “exotisation” », dans *Revue critique de fiction française contemporaine*, n° 15, 29 mai 2017, [En ligne], <<http://www.revue-critique-de-fiction-francaise-contemporaine.org/rcffc/article/view/fx15.15>>, (Consulté le 9 juin 2019).

Dans son article sur la traduction des mangas, elle distingue 3 phases depuis leur arrivée en France : « domestication » d'abord, « exotisation » à partir de la fin des années 90 et à partir de 2005 une phase de domestication réfléchie cohabitant avec une offre illégale de traductions « exotisées ».

La première phase est celle de la domestication, c'est-à-dire l'adaptation au marché local en gommant les différences culturelles avec le contexte d'origine, avec une absence de coordination et de cohérence dans les adaptations : des personnages peuvent avoir des noms français différents dans le manga ou dans l'anime.

À partir de la fin des années 90, des anciens spectateurs et lecteurs de la première vague de pop culture japonaise deviennent traducteurs. Ceux-ci ont alors la volonté de trancher avec les méthodes en vigueur en collant au plus près de l'œuvre originale, inaugurant une phase d'exotisation. Au contraire de la première phase où l'origine étrangère des œuvres devait être gommée, ces traducteurs s'attachent à mettre en valeur les aspects culturels typiquement japonais : les noms ne sont plus traduits, on laisse les particules honorifiques —*san* (monsieur/madame) ou —*sensei* (professeur) accolées aux noms des personnages, et les notes de bas de page ou de fin de volume abondent pour expliquer les termes japonais laissés tels quels, parfois jusqu'à l'absurde. Le sens de lecture japonais (page de droite avant celle de gauche) s'impose alors que les planches devaient jusque-là être retournées en miroir pour être lues dans le sens occidental. L'usage de jargon et de termes japonais rend le manga moins accessible au grand public, repoussant les adultes habitués à la BD traditionnelle ; cet aspect en fait un élément de distinction et de ralliement pour les lecteurs adolescents.

Enfin, vers 2005 s'ouvre une troisième phase avec l'arrivée de nouveaux acteurs issus des éditeurs traditionnels comme la maison d'édition Kurokawa, filiale du groupe Editis. Celle-ci est marquée par une domestication que Suvilay qualifie de réfléchie, désireuse de respecter l'œuvre originale tout en s'ouvrant au grand public non initié, proposant des traductions « mainstream » sur le modèle de ce qui se fait dans le domaine de la localisation de jeux vidéo. Casterman vise quant à lui un public adulte habitué à la bande dessinée franco-belge en faisant la promotion du concept de « roman graphique »<sup>21</sup>, conférant au manga un vernis de respectabilité littéraire. En parallèle du marché officiel, avec le développement d'internet, des fans se sont mis à proposer des traductions non officielles des mangas sortis au Japon, souvent en passant par des

---

<sup>21</sup> SUVILAY Bounthavy, « *Ceci n'est pas un manga* », ou comment Casterman a construit la réputation de *Jirô Taniguchi*, Paris, 20 mai 2016, [En ligne], <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01700038>>, (Consulté le 8 juin 2019).

traductions anglaises (on parle de *fansub*, pour *fan subtitles* et de *scantrad*, traduction de planches scannées). Ces traductions bénévoles de qualité variable réalisées par des réseaux très structurés mettent en avant l'exotisation de la même façon que les éditeurs de la période précédente, voire pire (par exemple des notes signalées par un astérisque après des termes japonais dans des sous-titres, impossible à lire sans mettre la lecture vidéo en pause...). Leur principal intérêt réside dans le fait que ces traductions donnent souvent accès à des séries dont aucun éditeur français ne détient les droits d'adaptation, voire traduisent plus vite que les traducteurs officiels ; ainsi, certaines *teams* de fansub scrupuleuses retirent l'accès à des œuvres une fois qu'elles sont licenciées en France. En réaction à cette instantanéité permise par internet, les éditeurs tendent aujourd'hui à proposer des diffusions en « simulcast », c'est-à-dire simultanément à la diffusion japonaise, ce qui n'est pas sans défi quand il s'agit de proposer une traduction de qualité dans un temps très court.

#### MANGA ET PROTECTIONNISME

Dans l'idée de savoir si le manga était perçu comme une menace économique ou culturelle pour la production locale par les politiques, j'ai mené des recherches sur l'exception culturelle en lien avec le Japon (voir les différents travaux sur le sujet dans la bibliographie). Cependant cela ne semble être une préoccupation que dans le domaine audiovisuel (pas pour la bande dessinée donc) d'une part, et d'autre part seule la production américaine est mentionnée comme une menace dans ces travaux. La production japonaise ne semble donc pas perçue comme une menace sérieuse, mais ce mémoire montrera que cette politique protectionniste n'a pas été sans influence sur la diffusion de l'animation japonaise en télévision.

SYNTHÈSE DE 4 ARTICLES SUR L'UTILISATION DE LA CULTURE POPULAIRE JAPONAISE COMME SOFT POWER

Contrairement à celle de l'exception culturelle, la question de l'influence du manga en tant que soft power a déjà été posée par quelques spécialistes ; j'ai réalisé ici la synthèse de 4 articles sur le sujet. Ceux-ci traitent chacun la question sous un angle différent. Le plus ancien est daté de 2003, le plus récent de 2015 ; un caractère récent indispensable pour traiter un phénomène très ancré dans le Temps présent. Ces articles sont *Globalization of Japanese culture : Economic power vs cultural power, 1989-2002* de Dal Yong Jin<sup>22</sup>, *Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais* de Jean-Marie Bouissou<sup>23</sup>, *Japan's Quest for « Soft Power » : Attraction and Limitation* de Peng Er Lam<sup>24</sup>, et enfin *L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan* de Julien Bouvard<sup>25</sup>.

Tout d'abord, intéressons-nous aux problématiques de ces articles. Le premier, *Globalization of Japanese culture : Economic power vs cultural power, 1989-2002* entend montrer la dissonance qui existe entre la puissance économique du Japon et sa faiblesse en matière d'influence culturelle, malgré une première partie du titre qui parle tout de même de globalisation de la culture japonaise.... Le second article, *Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais* explique au contraire quelle est la force de cette culture populaire japonaise qui lui permet de s'imposer particulièrement en France (cadre géographique non précisé dans le titre). La deuxième partie du titre précise la méthode utilisée, à savoir une approche économique ; cependant l'auteur fait aussi appel à la psychologie dans son analyse. Le troisième article, *Japan's Quest for « Soft Power » : Attraction and Limitation*, s'intéresse quant à lui à la façon dont le pouvoir japonais tente d'utiliser le succès de sa pop culture à des fins de politique étrangère, sans que cela soit forcément concluant. Enfin, le dernier article, *L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan* s'intéresse lui aussi à la question du soft power, en soulignant les contradictions d'une culture pas aussi purement japonaise que les Japonais le prétendent.

---

<sup>22</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture: Economic power vs. cultural power, 1989-2002 », dans *Prometheus*, vol. 21, n° 3, 1<sup>er</sup> septembre 2003, p. 335-345.

<sup>23</sup> BOUISSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », dans *Cités*, vol. 27, n° 3, 2006, p. 71-84.

<sup>24</sup> LAM Peng Er, « Japan's Quest for "Soft Power": Attraction and Limitation », dans *East Asia*, vol. 24, n° 4, 1 décembre 2007, p. 349-363.

<sup>25</sup> BOUVARD Julien, « L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan », dans *Monde chinois*, n° 42, 9 octobre 2015, p. 84-91.

Depuis la fin de la guerre, le Japon importe énormément de produits culturels des États-Unis, mais en exporte très peu. Cependant, le Japon réalise un véritable décollage économique au cours des années 70 grâce à l'exportation de produits électroniques : *walkman*, télévisions, hi-fi...<sup>26</sup> À cette époque, le Japon acquiert, notamment en France, une image de réussite économique, mais ne suscite pas pour autant un intérêt culturel<sup>27</sup>. Il faut attendre le début des années 90 pour que la culture populaire commence à sortir des frontières de l'archipel nippon, notamment grâce à une vague de libéralisation des télévisions en Asie de l'Est, qui lui permet de s'infiltrer sur des marchés jusque-là très protectionnistes<sup>28</sup>. C'est également à cette époque que le manga, la bande dessinée japonaise, parvient pour la première fois en France avec la publication d'*Akira* à partir de 1990<sup>29</sup>. Le milieu des années 90 voit cette tendance s'accroître avec le succès planétaire du dessin animé *Sailor Moon* diffusé aux États-Unis en 1995<sup>30</sup> et en 1996-97 de *Pokémon*, projet *cross-média* alliant jeux vidéo, dessins animés et cartes à jouer et collectionner<sup>31</sup>. C'est à partir de là que les diffuseurs japonais commencent à se lancer activement dans la recherche de débouchés à l'exportation pour leurs contenus créés jusqu'alors uniquement pour le marché domestique<sup>32</sup>.

Il faut attendre le début des années 2000 pour que les Japonais commencent à tirer une fierté de cette internationalisation, avec la publication de la version américaine du *Weekly Shōnen Jump*, le magazine de prépublication de manga le plus important<sup>33</sup>. En 2002, Douglas McGray publie l'article *Japan's Gross National Cool* dans *Foreign Policy*<sup>34</sup>, constatant que le développement de la pop culture japonaise constituait un réservoir encore inexploité de *soft power* pour le Japon. C'est à ce moment-là que les autorités japonaises prennent conscience de ce potentiel et s'emparent de leur pop culture comme fer de lance de leur politique étrangère culturelle, alors qu'elles l'avaient dénigrée jusqu'alors<sup>35</sup>.

---

<sup>26</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture », *art. cit.*, p. 336.

<sup>27</sup> BOUSSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *art. cit.*, p. 82.

<sup>28</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture », *art. cit.*, p. 338.

<sup>29</sup> BOUSSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *art. cit.*, p. 71.

<sup>30</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture », *art. cit.*, p. 337.

<sup>31</sup> BOUSSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *art. cit.*, p. 75.

<sup>32</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture », *art. cit.*, p. 337.

<sup>33</sup> BOUVARD Julien, « L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan », *art. cit.*, p. 86.

<sup>34</sup> MCGRAY Douglas, « Japan's Gross National Cool », dans *Foreign Policy*, n° 130, 1 mai 2002, p. 44-54.

<sup>35</sup> BOUVARD Julien, « L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan », *art. cit.*, p. 86.

Voilà pour les faits. Cependant, les analyses de leur impact sont divergentes selon les auteurs. Dal Yong Jin, auteur de l'article le moins récent (2002) est très dubitatif sur la montée en puissance de cette influence, qui demeure selon lui anecdotique. En effet, selon lui, hormis quelques succès importants (*Sailor Moon* et *Pokémon*), peu d'œuvres japonaises ont réellement eu un retentissement mondial, et le montant des exportations de films et émissions de télévision vers États-Unis est 41 fois plus faible que les importations depuis ce même pays, et encore, à l'époque du succès de *Sailor Moon*<sup>36</sup>. On peut cependant arguer que Yong Jin restreint là son analyse à la télévision et au cinéma, qui est effectivement le marché largement dominé par les États-Unis ; or s'il a bien conscience de la puissance du Japon en matière de *hardware* technologique, et même s'il cite les tentatives d'investissements des grosses entreprises du secteur à Hollywood dans les années 80 dans le but de proposer du contenu (*software*)<sup>37</sup>, il oublie de s'intéresser au marché de la bande dessinée et surtout du jeu vidéo où le Japon se trouve nettement plus en position de force (autant sur le plan du *hardware* que du *software*) et qui sont liés dans l'esprit des consommateurs. Nous verrons que le succès de la franchise *Pokémon* est en grande partie liée à la combinaison des jeux vidéo (produits originaux) avec la série animée et les cartes (les produits dérivés). C'est ainsi qu'il en arrive à la conclusion, qui fait sourire avec le recul, que le rôle du Japon sur le plan culturel ne sera pas significatif en comparaison à d'autres pays d'Asie de l'Est et d'Amérique latine... Ses conclusions vont à contre-courant de l'article de McGray publié quelques mois plus tôt, et de son influence, bien qu'il ait lu l'article et le cite sur une donnée chiffrée (nombre de traduction de *Pokémon*...).

D'après Yong Jin, le gouvernement japonais avait d'autres priorités que d'augmenter son influence culturelle, à commencer par sortir de la récession économique<sup>38</sup>. Cependant, l'article de McGray va avoir l'effet d'un regain d'égo pour les Japonais plongés dans la crise, et dans un contexte de rivalité avec la Chine qui monte de plus en plus en puissance, le *soft power* va être vu comme une extension de la politique par d'autres moyens<sup>39</sup>. Un *soft power* sur lequel le Japon va mettre l'accent, car le *hard power* lui est interdit par la constitution pacifiste de 1945. Ainsi, en 2006, le futur premier ministre Asô Tarô, amateur de manga, le voit comme un moyen de redorer l'image du Japon en Chine et ailleurs en Asie<sup>40</sup>. En effet, comme souligne d'ailleurs Yong Jin<sup>41</sup>, le

---

<sup>36</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture », *art. cit.*, p. 338.

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 343.

<sup>39</sup> LAM Peng Er, « Japan's Quest for "Soft Power" », *art. cit.*, p. 352.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 350.

<sup>41</sup> YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture », *art. cit.*, p. 340.

Japon a un lourd passif colonialiste en Corée, à Taïwan et bien sûr en Chine qui suscite la méfiance de ces peuples vis-à-vis de la culture japonaise. Dès 2002, le Japon avait lancé une politique de soutien à l'exportation de jeux vidéo, mangas, dessins animés, de lutte contre le piratage et d'archivage. Des personnages du manga de football *Captain Tsubasa* (*Olive et Tom* dans la version française) ont été utilisés sur des camions d'eau en Irak occupé par les forces américaines pour adoucir le sentiment d'occupation et promouvoir un mode de vie<sup>42</sup>. Cependant, Lam et Bouvard s'accordent pour dire que le succès de la pop culture japonaise n'est pas dû à des mesures politiques, mais bien à la créativité des artistes, et qu'elle ne suffit pas à elle seule à apaiser les tensions politiques en Asie.

Bouvard soulève également que le succès de cette pop culture a fait naître d'une part une espèce de chauvinisme affiché et irréfléchi chez les jeunes, et d'autre part une niche éditoriale du manga nationaliste d'extrême-droite<sup>43</sup>. Il souligne ainsi le paradoxe entre ce nationalisme et la volonté de faire du manga un ambassadeur de la paix dans le monde, et questionne même la nature nationale de cette pop-culture dont la production est largement sous-traitée à l'étranger en ce qui concerne les séries d'animations. La question du contrepois au soft power américain est à relativiser dans la mesure où ces productions passent par une phase de traduction (ou localisation dans le domaine du jeu vidéo) où les références culturelles non occidentales sont souvent gommées (les exemples les plus flagrants étant la série *Pokémon* dont c'est la version américaine qui est parvenue en Europe, de même avec la série *Power Rangers* dont seules les scènes d'actions ont été conservées de la version d'origine, les scènes de vie quotidienne ayant été retournées avec de vrais acteurs américains...). Enfin il fait remarquer que le manga est un produit culturel difficile à promouvoir pour un gouvernement tant il est indépendant du pouvoir et subversif<sup>44</sup>.

Et si cette subversion était l'une des raisons du succès du manga ? En effet, contrairement aux valeurs culturelles traditionnelles exportées par le Japon d'équilibre, de raffinement et de spiritualité, le manga n'hésite pas à verser dans l'excès, la confrontation et le plaisir sensuel. Et ce sont justement ces éléments qui, selon Bouissou, répondent aux attentes des jeunes lecteurs occidentaux qui ne se retrouvent pas dans les *comics* américains et la bande dessinée franco-belge, tous deux édulcorant la violence et

---

<sup>42</sup> BOUVARD Julien, « L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan », *art. cit.*, p. 87.

<sup>43</sup> *Ibid.*, p. 88-89.

<sup>44</sup> *Ibid.*, p. 90.

exempt de sexualité<sup>45</sup>. Les mangas, du fait de leur méthode de production basée sur la concurrence et la segmentation du marché, ont beaucoup plus le souci de répondre aux attentes de publics bien ciblés plutôt que de brasser un large public « de 7 à 77 ans ». Les Japonais, face au succès inattendu de séries comme *Pokémon* ou *Yu-gi-oh* (série animée qui doit également son succès à des cartes à collectionner), ont bradé les droits en Occident de séries déjà amorties depuis longtemps, rendant également celles-ci économiquement très attractives pour les diffuseurs<sup>46</sup>. Face à la récession et la délocalisation de la production industrielle, la production culturelle, les « industries de contenu » prennent une importance croissante, et ça, le Japon l'a bien compris<sup>47</sup>.

En résumé, ces articles partagent un thème commun, mais pas toujours l'angle d'approche ni les conclusions. Le premier article manque de recul chronologique et contrairement à celui de Douglas McGray, n'a pas saisi sur le coup la tendance au rôle croissant du Japon sur le marché culturel occidental. L'article de Bouissou peut a posteriori analyser le succès de cette pop culture en s'intéressant à son contenu et surtout en ouvrant le champ à plusieurs médias dont la diffusion est très liée (manga, jeu vidéo et animation) là où Yong Jin ne s'intéresse qu'aux chiffres des exportations du seul média télévisuel (et cinématographique, mais c'est celui où le Japon a le moins d'impact). Enfin les deux derniers articles ne s'intéressent pas directement aux causes ou freins au succès de cette culture, mais plutôt à la récupération politique qui en est faite pour promouvoir un mode de vie différent de l'*american way of life* et aux paradoxes qu'elle implique. Dans ce domaine, l'influence du Japon est effectivement limitée pour les diverses raisons que nous avons citées.

---

<sup>45</sup> BOUISSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *art. cit.*, p. 77.

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 75.

<sup>47</sup> *Ibid.*, p. 83.

## SOURCES ET MÉTHODE

### TYPES DE SOURCES

L'originalité de ce mémoire par rapport à ce qui a déjà été fait sur le sujet est d'aborder la pop culture japonaise sous l'angle historique, dans ses 3 principales dimensions (manga, animation, jeu vidéo) et ce spécifiquement sur le territoire belge. Cette approche historique m'a par la force des choses poussée dans une autre voie que celle généralement choisie des *fan studies*, qui est plus indiquée dans des disciplines comme l'anthropologie, car la recherche de sources pour étudier les communautés de fans historiques et non pas seulement celles actuelles est très compliquée (et se serait sans doute cantonnée à la recherche bibliographique de travaux-sources réalisés à l'époque) ; une source intéressante aurait été celle des fanzines, mais en retrouver des spécifiquement belges eût sans doute été une gageure. De plus, ma recherche comprend certes un volet culturel et communautaire, mais également économique. Dès lors, ma quête des origines de la pop culture japonaise en Belgique et de ses transformations s'inscrit assez naturellement dans le courant de l'étude des transferts culturels, notion développée par Michel Espagne<sup>48</sup>, et axe de recherche également privilégié par *L'animation japonaise en France*<sup>49</sup>. À propos de l'étude des transferts culturels, Béatrice Joyeux-Prunel écrit :

« La notion de transfert culturel implique un mouvement d'objets, personnes, populations, mots, idées, concepts... entre deux espaces culturels [...]

Il s'agit de mettre en évidence les dynamiques des échanges interculturels, en portant l'accent sur l'étude des processus d'appropriation et de rejet qui font évoluer des cultures. [...]

Les travaux sur les transferts culturels n'insistent pas tant sur le fait d'une importation que sur les enjeux qu'elle masque, les stratégies qui la motivent et les concurrences qu'elle suscite. La méthode insiste sur deux analyses : celle des contextes d'accueil et de départ d'un transfert ; et celle de ses vecteurs. Voyageurs, traducteurs, enseignants, artisans émigrés, musiciens, commerçants..., les passeurs entre cultures ont une action productrice de variété culturelle. L'importation culturelle permet alors de justifier ou de mettre en question des relations existantes dans le pays importateur. »

L'analyse à travers les vecteurs de transferts, les passeurs de culture, est justement particulièrement adaptée à l'objet de ma recherche : il concerne un sujet d'histoire du Temps présent qui s'est principalement développé durant les quarante dernières années ;

---

<sup>48</sup> ESPAGNE Michel, « La notion de transfert culturel », dans *Revue Sciences/Lettres*, n° 1, 18 avril 2013, [En ligne], <<http://journals.openedition.org/rsl/219>>, (Consulté le 24 septembre 2018).

<sup>49</sup> PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France*, op. cit.

or, les périodes récentes posent souvent des problèmes d'accès aux archives, mais ont aussi un atout, c'est de pouvoir interroger des témoins encore vivants. Dès lors, c'est justement l'opportunité de rechercher ces fameux passeurs de culture, ceux qui par leur action individuelle ont permis l'implantation de la pop culture japonaise en Belgique.

Mais je ne m'en tiendrai pas là, et utiliserai les aussi médias pour voir à quel point cette subculture percole dans l'ensemble de la société belge, et quel est le regard des journalistes sur celle-ci. Enfin, outre la dimension qualitative des entretiens, j'ai également essayé d'adopter une approche quantitative afin de vérifier leur cohérence et contrebalancer le caractère éminemment subjectif des témoignages.

Chacun des 6 aspects étudiés (les mangas papier, l'animation où l'on distingue les séries des films, le jeu vidéo, la communauté et enfin la presse) nécessite des sources différentes, tant sur le plan des personnes à interroger que celui des types de sources :

- Tout d'abord pour le manga papier, j'ai deux témoins : le principal est Yves Schlirf, observateur de la première heure du phénomène et fondateur d'une importante maison d'édition de mangas (voir son profil dans la section suivante). Le second est Cédric de Waele, libraire et actuel responsable communication pour le groupe de librairies Slumberland-BDWorld. Comme source écrite, j'ai utilisé les rapports annuels sur le marché français de la bande dessinée<sup>50</sup>, compilés par Gilles Ratier pour l'*Association des critiques de bande Dessinée* (ACBD) entre 2000 et 2016. Pour les années postérieures, j'ai consulté les bilans annuels de l'institut d'étude de marché GfK disponibles sur le site internet *Journal du Japon*<sup>51</sup>. Une autre piste potentielle qui aurait aussi pu être développée est les catalogues des bibliothèques publiques, mais je n'ai pas eu le temps de creuser ce type de sources.
- L'animation au cinéma est le médium pour lequel j'ai le plus de sources. Mes deux témoins sont Philippe Moins et Adeline Margueron. Le premier est le fondateur du Festival du dessin animé et du film d'animation, actuellement Anima ; la seconde est responsable du distributeur indépendant de cinéma Le Parc Distribution à Liège. Comme sources écrites, j'ai pu consulter les archives des programmes du festival Anima depuis 1989, ainsi que les programmes des cinémas Grignoux à Liège (auxquels est affilié Le Parc Distribution). Pour la

---

<sup>50</sup> RATIER Gilles, *Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen*, ACBD, 2000-2016, [En ligne], <<https://www.acbd.fr/category/rapports/>>, (Consulté le 16 juin 2019).

<sup>51</sup> <https://www.journaldujapon.com/>

collecte de données sur les films (tableau en *Annexe 5.2*), j'ai utilisé le site *Cinénews*<sup>52</sup> qui comprend les dates de sortie en Belgique des films sortis à partir de 2003 ; pour les années antérieures, je n'ai pour seule ressource que les archives en ligne du journal *Le Soir*. En ce qui concerne les distributeurs belges des films, outre leur site officiel, rarement complet et souvent mal conçu pour la recherche, je ne les ai trouvés que sur le site internet de la Cinematek<sup>53</sup> en faisant une recherche dans la base de données de films. Cette information est beaucoup plus facile à trouver pour les sorties françaises, puisqu'elle figure dans la base de données AlloCiné<sup>54</sup> avec la date de sortie. Je suis aussi partie d'une liste de films d'animation sortis en France jusqu'en 2016 en annexe de *L'Animation japonaise en France* comprenant date de sortie et distributeur.

- En ce qui concerne les séries d'animation en télévision, c'est un peu le talon d'Achille de cette recherche dans la mesure où malgré tous mes efforts, je ne suis pas parvenue à entrer en contact avec une personne impliquée dans leur diffusion en Belgique. J'ai tenté de contacter sans réponse la société belge Dybex spécialisée dans l'édition DVD d'*anime*<sup>55</sup>, de contacter sans succès un programmeur ou responsable d'achat de programme à la RTBF (« ces personnes refusent de rencontrer des gens », m'a dit Pierre Parent, mon contact aux archives de la RTBF). Quant aux archives papier de la société, les plus récentes ne sont pas inventoriées donc inaccessibles, et je n'ai rien trouvé concernant les achats de programmes dans l'inventaire de celles versées aux AGR. Même porte close du côté d'RTL où j'ai bien reçu une réponse d'Olivier Pairoux, directeur artistique de Plug RTL, mais celui-ci n'était pas vraiment impliqué directement dans la diffusion d'animation japonaise et n'avait pratiquement aucun souvenir ; il m'a bien renvoyé vers Erwin Lapraille qui paraît-il était responsable à l'époque d'une émission consacrée aux anime, mais tous mes mails sont restés sans réponse (il faut dire que le personnage étant devenu Directeur général des radios d'RTL Belgique, il avait sans doute d'autres chats à fouetter...). Les seules sources dont je dispose sont donc indirectes, à savoir principalement des articles dans la rubrique *télévision* du journal *Le Soir*.

---

<sup>52</sup> <https://www.cinenews.be/fr/cinema/>

<sup>53</sup> CINEMATEK — *Bibliothèque — Catalogue*, [En ligne], <[http://www.cinematek.be/?lng=fr&node=54&event\\_id=>](http://www.cinematek.be/?lng=fr&node=54&event_id=>)>.

<sup>54</sup> AlloCiné, [En ligne], <<http://www.allocine.fr/>>.

<sup>55</sup> Terme utilisé pour désigner les séries d'animation japonaises.

- Le jeu vidéo, n'est clairement pas l'aspect que j'ai le plus creusé, car travailler sur le jeu exclusivement japonais pose quelques difficultés épistémologiques comme je vais le détailler plus bas. Tenter de contacter les éditeurs de jeu me semblait compliqué car très peu sont basés en Belgique, mais j'ai bel et bien un témoin sur cet aspect en la personne d'Arnaud de Grave, connaisseur en matière de jeu japonais et créateur d'un site internet spécialisé en jeu vidéo, qu'il gère depuis maintenant 20 ans. Du reste, je me repose principalement sur des articles du magazine *JV*, revue spécialisée de qualité qui propose régulièrement des dossiers thématiques rétrospectifs sur l'histoire du jeu vidéo, ainsi que mes connaissances personnelles pour les périodes les plus récentes (j'ai en effet pendant plusieurs années suivi et commenté l'actualité vidéoludique à travers des *podcasts*).
- Pour la dimension communautaire, j'ai interviewé Rémi Lach, responsable contenu et communauté pour le salon spécialisé Made in Asia. Il n'a pas une longue expérience à ce poste, mais m'a fait part de choses que lui avait dites le créateur du salon, Sébastien Flament (que je n'ai pas réussi à contacter). J'ai également jeté un œil sur la communauté Belgotaku à travers les archives du forum (qui n'est malheureusement plus en ligne) via *Wayback machine* d'Internet Archive <sup>56</sup>. D'une manière générale Internet Archive est une bibliothèque précieuse que j'ai utilisée à de nombreuses reprises, puisque les sites internet ayant une durée de vie très courte à l'échelle de l'Histoire, elle fait un travail de conservation de cette masse gigantesque d'information. Concernant Belgotaku, j'ai également pu obtenir un document Word faisant le compte-rendu d'un entretien avec un de ses plus vieux membres, réalisé par une membre de la communauté de mes connaissances qui souhaitait en réaliser un historique de à des fins promotionnelles.
- Enfin, la presse est une source utile pour obtenir des informations sur toutes les dimensions, mais également un objet d'étude en soi. Mon témoin pour cet aspect est Alain Lorfèvre, journaliste culturel à *la Libre Belgique* et témoin des débuts de la pop culture japonaise dans notre pays. J'ai analysé le journal *Le Soir*, dont j'ai pu consulter les archives en ligne après 1988 sur leur site, malgré une interface de recherche pas forcément optimisée et parfois quelques bugs (plusieurs liens d'articles différents publiés dans le même journal pointent vers

---

<sup>56</sup> <https://web.archive.org/>

un seul des articles, les autres n'étant pas consultables par l'utilisateur malgré leur présence dans la base de données). Les archives plus anciennes sont disponibles sur *BelgicaPress* sur le site de la KBR, mais ne sont consultables que jusqu'en 1970 pour des raisons de droit d'auteur : par conséquent je me retrouve avec un trou entre 1970 et 1989 qui est dommageable pour ma recherche (je n'avais bien entendu pas le temps d'éplucher les journaux papier...).

Outre la presse écrite, je suis également allée voir du côté de la presse audiovisuelle en faisant une recherche dans les archives des programmes radio et télévision de la RTBF en me rendant au centre IMADOC de son siège à Schaerbeek. Malheureusement les mesures de confinement ne m'ont permis de ne m'y rendre qu'une seule fois, à peine le temps d'exporter des listes et résumés de reportages au format PDF. C'est donc sur base de ces fiches que j'ai travaillées, ce qui a tout de même rendu possible une analyse quantitative des reportages, voire même qualitative pour certaines séquences en radio qui font l'objet d'une retranscription exhaustive.

Mes sources médiatiques émanent donc uniquement de la presse généraliste, qui n'est naturellement pas la plus impliquée dans ces thématiques liées à une sous-culture. C'est dû au fait que ma recherche s'intéresse de façon bien délimitée au territoire belge, et que tous les titres spécialisés sont destinés au marché français. Cependant j'ai ponctuellement utilisé comme sources des sites internet spécialisés pour obtenir certaines informations.

Outre une difficulté à atteindre certaines personnes dans le secteur de la télévision, l'autre grande difficulté à laquelle j'ai dû faire face concerne la collecte de données quantitatives. On pourrait croire que c'est toujours plus simple à l'heure du *big data*, mais je me suis souvent heurtée à un mur : le « secret commercial », qui semble particulièrement bien gardé en Belgique (Bruxelles, nid d'espion ?). Ainsi je n'ai pu obtenir de Slumberland-BD World que des pourcentages de ventes de mangas par rapport au total de la BD pour l'année 2018 et 2019 (ce qui est bien maigre mais mieux que rien). Le salon Made in Asia a également refusé de me communiquer ses chiffres de fréquentation, alors qu'ils sont totalement transparents pour la Japan Expo française ; j'ai tâché de contourner le problème en compilant des chiffres recueillis dans la presse çà et là (voire dans des publications Facebook) et montré tout cela à Rémi Lach, qui n'a pu ni les infirmer... ni les confirmer.

Enfin, en ce qui concerne le cinéma, la Belgique souffre du manque d'une base de données exhaustive comme *Imdb* à l'international (dont les informations pour la Belgique sont très limitées) ou *AlloCiné* en France. De plus, si le box-office français est facilement accessible sur internet, les chiffres belges ne sont disponibles que dans une base de données payante à destination des professionnels qui est d'ailleurs mal faite même pour eux... Heureusement, Adeline Margueron m'a gentiment communiqué les chiffres du box-office pour les films du Parc Distribution, bien que je ne les aie pas pour certains films plus anciens (il faut dire que Le Parc est géré par une ASBL, ce qui explique la transparence !). Pour les autres chiffres belges du mon tableau et ceux français manquants, le nombre d'entrées est calculé très approximativement sur base des recettes en dollars sur *Box-Office Mojo*, du cours du dollar de l'époque et du prix moyen estimé du ticket de cinéma à l'époque (je n'ai de données que pour la France, j'ai calculé le prix moyen belge sur base de 90 % du prix français). Ne parlons pas de données chiffrées pour la télévision... Bien que j'aie pu trouver un ou deux chiffres dans un article du *Soir*.

#### DÉLIMITATION DE L'OBJET DE RECHERCHE ET DÉFINITION DES CONCEPTS

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il est important de faire une mise au point sur la délimitation des concepts étudiés ici, dont la définition est parfois floue ou variable.

**Mangas** : j'étudie ici la bande dessinée créée par des auteurs japonais. J'ai ainsi laissé en général de côté dans mon analyse qualitative et quantitative le reste de la bande dessinée asiatique (les *manhwas* coréens et les *manhuas* chinois), ainsi que les *manfras* ou *eurocomics*, c'est-à-dire des bandes dessinées européennes utilisant les codes et le format du manga.

On distingue les mangas selon le public cible. Le genre roi est celui **shônen**, destiné aux jeunes adolescents, dont le sous-genre le plus populaire est le *nekketsu*<sup>57</sup> (*Dragon Ball*, *Naruto*...). La contrepartie féminine est le **shôjo**, qui met typiquement en scène des histoires au romantisme exacerbé (souvent des histoires de lycée). Les mangas pour jeunes adultes sont appelés **seinen**, aux thématiques matures qui peuvent être très variées. Ce terme est souvent utilisé également pour désigner les **jôsei**, les mangas pour jeunes femmes avec lesquels la frontière se brouille. Le **kodomo** est le manga pour enfants (le plus grand succès est *Doraemon*, phénomène de société au Japon). Ce dernier, comme d'autres genres très ciblés foisonnants au Japon (le manga pour femme au foyer, pour

---

<sup>57</sup> Littéralement « sang chaud », ce sont des récits à dimension initiatique où un jeune héros fougueux combat des ennemis à la chaîne et devient de plus en plus fort.

*salary men*, le manga didactique...) n'a jamais percé en Europe francophone, *Doraemon* ayant été un gros échec éditorial<sup>58</sup>.

**Films d'animation japonais** : longs métrages d'animation produits au Japon, dans un style typiquement japonais : j'ai en effet laissé de côté les courts métrages et les films trop expérimentaux (sauf en ce qui concerne les prémices) ou des coproductions avec un style occidental.

On distingue les films en **full animation** (12 à 24 images par seconde), production à gros budget ou avec une ambition artistique visuelle, des films en **limited animation**, employant les techniques économiques des séries animées (8 images par secondes).

**OAV** (pour Original Animation Video) : film d'animation hybride entre long métrage et série : il s'agit généralement d'une adaptation d'un manga sous forme de moyen métrage (20-50 min), parfois en plusieurs parties, qui peut être lié à une série d'animation (mais en étant distinct) ou être la seule adaptation en animation d'une œuvre (par exemple avec *Gunmm*, récemment remis au goût du jour par le film hollywoodien *Battle Angel Alita*). D'une qualité légèrement supérieure à celle des séries, ils sont produits au Japon directement pour le marché de la vidéo<sup>59</sup>. Je n'ai pas finalement pas beaucoup abordé ce format, car sa diffusion par les voies officielles reste assez difficile en Europe (sauf parfois en DVD ou au festival du dessin animé à l'époque du partenariat avec Dynamic Visions) : en effet, c'est un format auquel les médias occidentaux ne sont pas habitués et qui a donc plus de difficultés à se faire une place (y compris sur les plateformes de streaming).

**Anime** (prononcé « animé ») : série d'animation japonaise, la plupart du temps adaptée de mangas mais pas systématiquement : cela peut être une œuvre originale dont des mangas dérivent par la suite (*Neon Genesis Evangelion*, *Psycho Pass...*), ou bien des adaptations d'autres supports comme un jeu vidéo (*Pokémon*, *Steins:Gate*), un *light novel*<sup>60</sup> (*Grimgar*)... Typiquement, ils sont produits avec la technique de la *limited animation*, mais certaines séries récentes tendent à proposer une animation de qualité supérieure (*Psycho Pass...*). Je n'ai pas étudié spécifiquement les coproductions euro-japonaises, bien que je les mentionne comme étant un élément déclencheur.

---

<sup>58</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, 9 décembre 2019.

<sup>59</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas. Une introduction à la bande dessinée japonaise*, Tournai, Casterman, 1996, p. 62.

<sup>60</sup> Genre de romans destiné aux jeunes adultes, au style plus léger que les romans traditionnels, souvent illustrés par des images au style manga. C'est un support de la pop culture japonaise qui n'a pas (encore ?) percé en Europe.

**Conventions manga** : rassemblements spécifiquement dédiés à la pop culture japonaise. J'évoque cependant les conventions dédiées au jeu vidéo avant l'apparition de celles-ci.

**Cross-média** : fait d'adapter une œuvre originale sur d'autres supports dérivés (elle devient alors une **franchise**). On distingue le cross-média du **transmédia**, où un univers est conçu dès le départ pour être porté sur différents supports (cas plus rare).

**Jeux vidéo japonais** : c'est sans doute le concept le plus complexe à définir. En effet, contrairement aux mangas et anime dont le style et le mode de production sont tout à fait typiques, les jeux vidéo japonais ont eu une telle influence dans le monde que les jeux du monde entier s'en sont inspirés depuis le début. On trouve des vrais vrais jeux japonais (typiques et produits au Japon), mais aussi des vrais faux jeux japonais (style occidental produit au Japon) et faux vrais jeux japonais (des jeux occidentaux avec un style ou un contexte japonais, par exemple le français *Dofus*). Dès lors, qu'est-ce qu'un jeu japonais ? On écartera d'emblée les « faux vrais jeux japonais » comme on a écarté le manfra et les coproductions. Mais quid de la distinction pour les jeux produits au Japon ? Qu'est-ce qui fait la japonité d'un jeu ? On ne peut pas se contenter des adaptations de franchises manga/anime car ce n'est qu'une part négligeable de la production, clairement pas la plus influente en Europe.

Arnaud de Grave, tout aussi songeur face à cette question, donne sa définition très personnelle et finalement un peu floue :

*« Un jeu japonais pour moi, c'est un jeu avec des couleurs très kawaii, acidulées, un peu délirant... c'est le délire comme Parodius où tu te retrouves à tirer sur les pingouins qui font des batailles de polochon ! Ou bien alors des jeux comme Sekiro avec un contexte japonisant. Mais où est la culture japonaise dans les zombies de Resident Evil ? J'ai du mal. Ce que j'appelle un jeu typiquement japonais c'est un jeu style anime, manga... Où on entend du japonais aussi ! Dans RE, même dans la version japonaise on n'entend pas parler japonais ! Mais si on prend l'exemple de Dofus, c'est typiquement un jeu japonais fait par des Français ! Un street Fighter, oui ok, c'est pas débile mais c'est des couleurs plus vives et acidulées...<sup>61</sup> »*

On a donc à la fois le critère de la forme (esthétique, mécaniques de jeu), du contexte (géographique, culturel, linguistique) voire de l'« esprit » (le délire)... Pour simplifier les choses, outre les adaptations, j'ai décidé, par choix personnel, de m'intéresser principalement dans ce mémoire au genre du jeu de rôle japonais, le **J-RPG**. Bien qu'il s'agisse d'un genre qui puise largement dans l'imaginaire de la *fantasy* occidentale, il la combine avec des éléments locaux qui en longtemps font une curiosité

---

<sup>61</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave*, 2020.

qui ne sort que timidement de l'archipel, avant de donner naissance à des succès mondiaux. C'est aussi du J-RPG qu'est née la franchise la plus lucrative de l'Histoire, jouant un rôle majeur dans la diffusion de la pop-culture japonaise en Belgique : *Pokémon*.

#### PROFIL DES TEMOINS INTERROGES

Étant donnée l'importance des témoignages personnels comme sources pour ce travail, il est indispensable de faire une présentation du parcours de mes intervenants et de leur lien personnel avec la pop culture japonaise.

#### *Yves Schlirf*

Yves Schlirf est une personnalité importante dans le monde de la bande dessinée belge depuis bien longtemps. Créateur d'un fanzine<sup>62</sup> BD dès les années 60, il fonde en 1972 sa librairie *Schlirf Book* dans le quartier de la Bascule à Uccle, l'une des premières spécialisées en BD à Bruxelles. Il se lance dans l'édition par l'intermédiaire de sa librairie dans les années 80, et est engagé au service marketing de Dupuis en 1987. Il accède au poste de directeur éditorial de Dargaud-Benelux. En 1997, il crée la maison d'édition Kana spécialisée dans la traduction de mangas au sein du groupe Dargaud-Lombard. Il cède sa librairie au groupe Slumberland en 2002 pour se consacrer conjointement à la direction éditoriale de Dargaud-Benelux et à la direction générale de Kana. En 2009, il devient également directeur éditorial des éditions Blake et Mortimer, et directeur général adjoint pour la Belgique des éditions Dargaud en 2018<sup>63</sup>. Il ne dirige plus Kana depuis 4 ou 5 ans, mais comme il le dit lui-même : « C'est le bureau à côté, j'ai toujours l'impression que j'y suis, et je m'occupe de temps en temps de certaines choses pour m'amuser. Donc je suis chez Kana toute la journée ! »<sup>64</sup>

Son premier contact avec le manga remonte à la fin des années 80, à travers la BD. S'il a regardé de manière distraite les *anime* de l'époque du *Club Dorothee*, il était alors trop âgé pour y accrocher, et considère que ce n'est pas une de ses influences. Il s'est rendu au Japon plusieurs fois dans le cadre professionnel de Kana pour prospecter des titres à éditer et négocier des contrats, mais ne parle pas japonais<sup>65</sup>.

---

<sup>62</sup> Magazine à petit tirage rédigé par des amateurs et publié de façon artisanale hors des circuits de diffusion traditionnels.

<sup>63</sup> SOLYM Clément, *La maison de bande dessinée Dargaud annonce six nominations*, [En ligne], <<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/la-maison-de-bande-dessinee-dargaud-annonce-six-nominations/87602>>, (Consulté le 8 décembre 2019).

<sup>64</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, *op. cit.*

<sup>65</sup> *Ibid.*

### Philippe Moins

L'intérêt de Philippe Moins pour l'animation l'amène à devenir le cofondateur en 1982 des Rencontres du Cinéma d'Animation, devenues la Semaine puis le Festival du Dessin Animé. Un pari « complètement fou » « alors qu'il n'y avait à l'époque quasi aucun nouveau long métrage à montrer et que la production en France et en Belgique était moribonde ! » Celui-ci prend le nom depuis 2003 de festival Anima, se tenant à Bruxelles chaque année au mois de février. Il en était codirecteur jusqu'en 2015 ; il en est depuis le directeur artistique<sup>66</sup>.

C'est son intérêt pour l'animation de tous horizons qui l'amène à découvrir l'animation japonaise, alors qu'il assiste à la projection du film *Belladonna la sorcière*<sup>67</sup> dans les années 70 au cinéma Arenberg, un film assez expérimental qui ne relève pas vraiment de la pop culture. Il introduit l'animation japonaise dans son festival avec *Akira* au début des années 90, et on y retrouve au moins un film japonais chaque année depuis lors. Ce qui l'intéresse, ce n'est pas spécialement l'animation japonaise (il n'aime d'ailleurs pas certains classiques comme *Dragon Ball* ou *Cow-Boy Bebop*), mais l'animation sous toutes ses formes et toutes ses latitudes. Il ne s'est jamais rendu au Japon dans le cadre du festival<sup>68</sup>.

### Arnaud de Grave

Arnaud de Grave est le fondateur et encore actuellement le principal rédacteur du site internet d'actualité et de critique vidéoludique *Console-fan*. Il a commencé à publier sur des sites spécialisés en 1994 à l'âge de 19 ans. Il avait auparavant déjà contribué à un fanzine dédié à la console japonaise PC-Engine, *PC-Engine fan*, ainsi qu'au site internet *Console-France* dont il a repris la gestion pour devenir *Console-fan*<sup>69</sup>. Après avoir travaillé à la Commission européenne durant 6 ans, il a été grossiste en jeu vidéo pendant 7 ans avant que la société ne soit liquidée, faute de rentabilité. Il travaille aujourd'hui dans la vente de cuisines, mais continue néanmoins de gérer son site consacré au jeu vidéo.

Son premier contact avec le jeu vidéo et la pop culture japonaise remonte à l'année 1980, quand ses parents lui achètent à l'âge de 5 ans une console Atari 2600 et une ColecoVision, deux consoles américaines mais qui accueillait des jeux japonais comme

---

<sup>66</sup> DIDIER STIERS, « "Il fallait être fou pour créer Anima!" », dans *Le Soir*, 10 mars 2019.

<sup>67</sup> YAMAMOTO Eiichi, *Kanashimi no Belladonna*, Mushi Production, 1973. (TV : LA BELLADONE DE LA TRISTESSE sur Arte, [En ligne], <<https://animeland.fr/2013/10/11/tv-la-belladone-de-la-tristesse-sur-arte/>>, [Consulté le 7 juillet 2020].)

<sup>68</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins*, 7 novembre 2019.

<sup>69</sup> *Console-Fan*, [En ligne], <<http://www.cf-network.com/>>.

ceux de l'éditeur Sega. Il découvre parallèlement l'animation japonaise au cours de l'époque *Club Dorothée*. Le jeu vidéo ne devient véritablement une passion pour lui qu'à la toute fin des années 80 avec les consoles de Sega Master System puis Mega Drive, ainsi que la PC-Engine du constructeur japonais NEC. Il considère avoir véritablement commencé le jeu vidéo sur le tard, puisqu'il avait alors environ 18 ans. Il n'a depuis jamais décroché et a terminé des centaines sinon des milliers de jeux, surtout japonais. Il est fasciné par le Japon sous tous ses aspects, s'y est rendu récemment avec sa famille pour faire du tourisme et a bien l'intention d'y retourner. Malgré des tentatives de suivre des cours, il ne parle pas japonais ; il a abandonné ceux-ci en raison de l'insistance sur l'apprentissage du système d'écriture, qui ne l'intéressait pas. Il garde toujours un œil sur le monde de la « japanimation », mais apprécie des séries relativement pointues comme *Crayon Shin-Chan*<sup>70</sup>, ou d'autres anime humoristiques<sup>71</sup>.

### *Alain Lorfèvre*

Alain Lorfèvre est journaliste depuis le début des années 90. Il officie aujourd'hui à *La Libre Belgique* au service culture et est spécialisé en cinéma, mais il est également un peu considéré comme le spécialiste « culture geek », animation et culture japonaise au sein de sa rédaction. Il a été l'un des premiers journalistes généralistes à parler de pop-culture japonaise en Belgique, et se donne aujourd'hui encore un rôle de défrichage et de vulgarisation de cette culture à travers ses articles.

Son premier contact avec la pop culture japonaise remonte à 1978 avec l'arrivée de *Goldorak* à la télévision, ainsi que d'autres séries comme *Heidi*, *Capitaine Flam* dans l'émission *Récré A2*... Il a par la suite été très marqué par l'arrivée d'*Akira*. Fan de manga et d'animation japonaise dans son adolescence, il ne se considère pas aujourd'hui comme un « otaku » pur et dur, mais garde une certaine curiosité et ouverture pour ce domaine. Ces intérêts l'ont amené à voyager au Japon et à en découvrir la culture de façon plus large<sup>72</sup>.

---

<sup>70</sup> Série adaptée d'un manga assez peu connu en Europe, mais un grand classique au Japon.

<sup>71</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>72</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre*, 2 décembre 2019.

### Cédric de Waele

Cédric de Waele a commencé comme libraire en 2001, a travaillé au Centre belge de la Bande Dessinée puis dans diverses librairies avant de se retrouver dans les bureaux centraux du groupe de magasins Slumberland-BDWorld où il occupe actuellement le poste de responsable communication et marketing. Il est chargé notamment de mettre en avant certains titres qui semblent particulièrement intéressants afin qu'ils soient présents dans toutes les librairies dans de bonnes conditions commerciales.

Son premier contact avec la pop culture japonaise a lieu avec les *anime* de la génération *Club Dorothée*, dont il connaissait l'origine japonaise mais pas qu'il s'agissait d'adaptation de manga. La première fois qu'il entend parler de manga papier, c'est quand il commence à travailler en librairie, alors que le manga commençait à y entrer timidement<sup>73</sup>.

### Rémi Lach

Au sortir d'études de journalisme, Rami Lach comme sa carrière à *La Nouvelle Gazette* à Charleroi, puis travaille à la rédaction du journal *Le Soir* au blog *Geecko* consacré à la culture geek et numérique, ensuite à *La Capitale* pour la rubrique sports et enfin à la RTBF où il avait un statut assez précaire. Il a toujours été passionné par l'événementiel et avait organisé un petit festival de musique dans son village. Alors quand la société Easyfairs, spécialisée dans l'organisation de salons, où il avait déposé son CV après ses études, l'appelle pour prendre en charge l'organisation du salon *Made in Asia* (MIA) qu'elle venait de racheter à la société Conceptum!, il bondit sans hésiter sur l'occasion. Il porte depuis lors le titre de *Content and Community Coordinator*, mais ne s'occupe depuis peu que de la partie « contenu » du salon, laissant à d'autres la communication. Son rôle est de choisir et faire venir les invités, sélectionner les exposants, aider à l'organisation voire organiser lui-même des activités et veiller au bon déroulement de l'ensemble des conventions MIA en Belgique.

Né en 1990, il est trop jeune pour avoir connu le *Club Dorothée*. Ses premiers pas avec la pop culture japonaise viennent des dessins animés diffusés alors sur Club RTL, dont il ignorait l'origine japonaise. Ainsi, il regardait *Dragon Ball* dès la 2<sup>e</sup> primaire. Ses parents étant de gros lecteurs de BD franco-belge, il commence très tôt à en lire, et s'intéressant à ce que d'autres lisaient, il tombe de fil en aiguille dans le manga durant sa préadolescence. Lancé dans la grande aventure de la pop culture japonaise, il n'en

---

<sup>73</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele*, 31 octobre 2019.

démordra pas au point de posséder aujourd'hui une collection de près de 2500 mangas. Il est également fan de jeu vidéo japonais, comme la série *Yakuza*. Outre la pop culture, il s'intéresse au Japon à travers des documentaires, guides touristiques, vidéos sur YouTube... Son rêve de s'y rendre n'a cependant pas encore pu se réaliser, son projet de voyage étant tombé à l'eau en raison de la pandémie de coronavirus... Cependant il ne parle pas japonais et doit donc utiliser Google Traduction pour communiquer en ligne avec ses invités nippons<sup>74</sup>.

### *Adeline Margueron*

Française, après des études d'histoire, Adeline Margueron effectue un Master en cinéma documentaire à Angoulême, ayant toujours voulu travailler dans le cinéma. Elle a travaillé comme indépendante à développer des projets de film avant de déménager en Belgique, où elle est finalement engagée dans la structure distribution des Grignoux à Liège (Le Parc distribution) il y a 10 ans, dont elle est actuellement responsable. Elle a encouragé et géré la distribution en Belgique francophone de plusieurs films d'animation japonais dont *Your Name*.

Née en 1980, elle a grandi avec les images des séries d'animation japonaises diffusées au cours du *Club Dorothee*, bien que ne recevant pas la télévision chez elle et ne devenant pas une passionnée. Elle découvre les Miyazaki à l'époque de la sortie de *Princesse Mononoké* qu'elle voit au cinéma à sa sortie en 2000. Au cours de son master à Angoulême, elle profite de sa proximité avec la Cité de la Bande dessinée pour lire les mangas qui s'y trouvent ; elle découvre ainsi et lit beaucoup des auteurs japonais grand public comme Tezuka et Taniguchi. Par la suite elle a également lu des titres un peu plus pointus comme *Amer Béton* et *Lone Wolf and Club*<sup>75</sup>.

---

<sup>74</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Rémi Lach*, 1 juillet 2020.

<sup>75</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron*, 9 juillet 2020.

## PROLOGUE

### *Les origines de la pop culture au Japon*

Pour comprendre l'arrivée de la pop culture japonaise en Europe, il faut d'abord rappeler comment sont nées ses différentes formes. Je m'attarderai sur la naissance du manga et de l'animation, qui ont évolué au Japon en vase relativement clos et ont émergé dans leur forme moderne en relation étroite dans l'après-guerre. Le jeu vidéo sera abordé plus tard, dans le *Chapitre I*, car son développement au Japon dans les années 80 est depuis le départ en lien étroit avec son internationalisation.

#### NAISSANCE DU MANGA

Le Japon a une très longue tradition d'histoires illustrées. Les présentations sur l'historique du manga font généralement remonter son origine au XII<sup>e</sup> siècle, époque de l'*e-makimono*, technique de peinture sur un rouleau de papier où des scènes de contes, récits guerriers ou de vie quotidienne sont mis en séquences. Celui qui s'impose comme le jalon significatif de l'histoire du dessin d'humour au Japon est le *Chô-jûjibutsu-giga*, (« Caricatures de personnages de la faune ») qui représente des animaux accomplissant des activités humaines, satire probable d'une vie riche et décadente.



Figure 1 : Extrait du *Chô-jûjibutsu-giga* présenté au British Museum lors de l'expo « Manga » en 2019 (Photo A. Dekimpe)

Le mot « manga » lui-même a été inventé au début du XIX<sup>e</sup> siècle par Katsuhika Hokusai, le maître de l'estampe célèbre pour ses *36 vues du mont Fuji* (dont *La Grande vague de Kanagawa*, en couverture de ce mémoire). Signifiant « esquisse rapide », « image dérisoire », il l'utilise pour qualifier une série de caricatures de personnages au style grotesque<sup>76</sup>.

À la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, époque où la technique de l'imprimerie par gravure sur bois est bien implantée au Japon, les *kibyôshi*, livrets combinant texte et illustrations se

---

<sup>76</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 9.

répandent, précurseurs de la bande dessinée. Leur nature de littérature populaire en fait des ancêtres évidents du manga moderne<sup>77</sup>.

La caricature occidentale est introduite au Japon en 1862 avec la publication à Yokohama par un Anglais du *Japan Punch*, qui paraît cependant avec un tirage très limité. Ensuite, dans le magazine *Tôbaé* à partir de 1882, le français George Bigot introduit la succession de dessins dans des cases au sein d'une même page. Un premier magazine satirique japonais naît en 1905, le *Tôkyô Puck*, dans lequel le dessinateur Rakuten Kitazawa dessine des récits qu'il sera le premier à appeler « manga », se définissant lui-même comme « mangaka »<sup>78</sup>.



Figure 2 : Un *yonkoma* de *Sazae-san*

Au début du XXe siècle, les bandes dessinées se multiplient dans la presse quotidienne. Le genre phare est le *yonkoma*, le manga humoristique en 4 cases. Un genre peu connu en occident, mais qui perdure toujours dans les journaux actuels, avec des séries qui courent durant des décennies. *Sazae-san*<sup>79</sup>, l'une des plus connues du genre, a été publiée pendant 25 ans entre 1946 et 1974, et son adaptation animée est toujours à l'heure où j'écris ces lignes en cours de diffusion depuis... 1969. En 1914, le jeune éditeur Kôdansha lance un mensuel illustrés pour garçons, *Shônen Club* (*shônen* voulant dire jeune garçon), où on trouve des mangas parmi d'autres rubriques. Suivent *Shôjo Club* en 1923 pour les filles, et *Yônen Club* pour les plus petits. C'est le début de la segmentation du marché du manga prépublié dans les magazines (la norme), qui ne fera que s'accroître pour toucher des publics de plus en plus ciblés. Cependant apparaissent dès les années 20 des volumes reliés (*tankobon*), qui génèrent immédiatement l'apparition de librairies spécialisées<sup>80</sup>.

Le manga moderne naît cependant juste après la Seconde guerre mondiale sous la plume d'Osamu Tezuka. Admiratif des dessins animés de Walt Disney dans les années 30 – les fameux grands yeux de ses personnages viennent de Bambi –, il rêve de devenir

<sup>77</sup> *Cool Japan*, Museum Aan de Stroom, Anvers, 2019, [Exposition].

<sup>78</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 9.

<sup>79</sup> HASEGAWA Michiko, *Sazae-san*, Asahi Shimbun, 1946-1974, 45 vol. (environ 10 000 strips).

<sup>80</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 10.

animateur. Cependant, alors étudiant en médecine, il décide de se lancer dans le manga dans l'idée de s'en servir comme tremplin pour le monde de l'animation. Après avoir commencé dans le *yonkoma*, il s'en émancipe pour un format par planche à l'occidentale, et révolutionne la technique narrative avec *La Nouvelle île au Trésor*. Tezuka, dont les influences culturelles sont multiples et le dessin d'un dynamisme inédit, touche à tous les genres : science-fiction, aventure, western, policier, comédie ou samouraï, du shônen au seinen en passant par le shôjo, tous ces genres doivent quelque chose à Tezuka. Son œuvre restée la plus célèbre est sans conteste *Astro, le petit robot*<sup>81</sup>.

Les années 50 sont caractérisées par la multiplication des magazines mensuels de mangas pour enfants, qui prennent de plus en plus d'ampleur. Ils sont progressivement remplacés par des magazines hebdomadaires, avec la création du *Shônen Magazine* chez Kôdansha et *Shônen Sunday* chez Shogakukan. Le légendaire *Weekly Shônen Jump* de la Shûeisha (qui a vu paraître les plus grands succès mondiaux du manga : *Dragon Ball*, *Naruto*, *One Piece*, pas moins) apparaît quant à lui en 1968<sup>82</sup>. Ce sont des gros volumes qui ressemblent à des bottins (les planches sont réduites pour la parution en volumes reliés), imprimés sur du papier de mauvaise qualité afin être abordables pour les collégiens (l'équivalent d'environ 2 €). Le système de parution hebdomadaire impose aux dessinateurs des cadences infernales, ceux-ci devant publier à un rythme industriel ; c'est pourquoi ils sont entourés d'assistants pour effectuer les tâches subalternes (trames, arrière-plans...), qui espèrent un jour pouvoir publier leur propre série. Ce dans une concurrence d'autant plus exacerbée par le fait que le Jump a mis en place un système de classement hebdomadaire basé sur le vote des lecteurs : ce sont eux qui décident de la poursuite ou de l'arrêt d'une série après quelques semaines à peine<sup>83</sup> !

Outre les genres dominants influencés par Tezuka, un nouveau courant qui influencera Tezuka lui-même (mais dont il désapprouve la démarche) naît en 1957 pour se développer dans les années 60 : le *gekiga*. Inventé par Yoshihiro Tatusmi, il fait passer le manga à l'âge adulte avec un style réaliste, des techniques cinématographiques, des thèmes adultes, et un ton parfois sombre. Ce genre qui aborde souvent des thématiques sociales sera prisé par les mouvements étudiants contestataires de la fin des années 60.

---

<sup>81</sup> TEZUKA Osamu, *Tetsuwan Atomu*, Kôdansha, 1952-68, 23 vol.

<sup>82</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 13.

<sup>83</sup> CROQUET Pauline, « De "Dragon Ball" à "One Piece" : "Weekly Shonen Jump" est devenu la machine à hits du manga », dans *Le Monde.fr*, 27 août 2018, [En ligne], <[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/08/27/de-dragon-ball-a-one-piece-weekly-shonen-jump-est-devenu-la-machine-a-hits-du-manga\\_5346693\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/08/27/de-dragon-ball-a-one-piece-weekly-shonen-jump-est-devenu-la-machine-a-hits-du-manga_5346693_4408996.html)>, (Consulté le 13 août 2020).

Le mode de fonctionnement du *Jump* a été mis en lumière aux yeux du public par le manga *Bakuman*, qui en détaille les rouages, à travers le parcours de deux jeunes mangakas, raconté comme un thriller !

Outre les récits de Tatsumi, l'un des best-sellers est *Golgo 13* de Takao Saito, une histoire violente de tueur à gages. Publiant des *gekiga* mais encore plus anticonformiste, la revue d'avant-garde *Garo* née en 1964 aura une influence majeure sur le manga d'auteur. Au sommet de sa gloire dans les années 70<sup>84</sup>, elle a disparu après un long déclin en 2002.

## NAISSANCE DE L'ANIMATION

La technique de l'animation est également une invention occidentale ; cependant les Japonais s'y sont essayés très tôt : le tour premier film d'animation produit au Japon remonte à 1917 (on a même retrouvé quelques secondes de film datées de 1907<sup>85</sup>). Une production nationale ne commence à naître qu'à partir de 1928, mais est fortement éclipsée dans les années 30 par celle de Walt Disney<sup>86</sup>.



Figure 3

Image extraite de « Momotarō, le divin soldat de la Mer »

Cependant, la Seconde Guerre mondiale fait prendre un tournant à l'animation japonaise, avec la production de films d'animation de propagande, exaltant notamment à des fins nationalistes le héros folklorique Momotarō<sup>87</sup> : le plus connu d'entre eux et premier long métrage de l'histoire de l'animation japonaise est *Momotarō, le divin soldat de la mer*<sup>88</sup>. Il s'inspire de Disney pour mettre en scène la guerre en représentant les jeunes soldats japonais sous forme d'animaux mignons anthropomorphes, combattant les Occidentaux<sup>89</sup>, des humains aux cornes de démon, mais aussi, pour les scènes de flashback, du film allemand de 1926 *Les Aventures du Prince Ahmed*, animé avec des jeux d'ombres et des papiers découpés. Malgré son message nationaliste évidemment (les Japonais sont les gentils libérateurs et éducateurs des Indonésiens, les Occidentaux leur ont apporté la corruption il y a des siècles et veulent maintenant détruire le Japon, exaltation du patriotisme et de la valeur du travail), le film comprend aussi une dimension lyrique dans

---

<sup>84</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 13-14.

<sup>85</sup> *Cool Japan*, Museum Aan de Stroom, Anvers, 2019.

<sup>86</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas. Une introduction à la bande dessinée japonaise*, Tournai, Casterman, 1996, p. 53.

<sup>87</sup> Né d'une pêche et recueilli par une vieille femme qui lavait son linge dans une rivière, Momotarō se révèle être un garçon doté d'une force surhumaine. Il est alors envoyé sur l'île Onigashima, pour combattre les démons qui s'y trouvent ; en chemin, il se lie d'amitié avec des animaux.

<sup>88</sup> SEO Mitsuyo, *Momotarō Umi no Shinpei*, Shōchiku Moving Picture Laboratory, 1945, 74min.

<sup>89</sup> Théoriquement des Néerlandais puisque le film raconte la conquête de l'Indonésie et que l'arrivée de la VOC des siècles plus tôt est clairement évoquée, mais les Européens du film lors de la scène de reddition sont des caricatures de Britanniques parlant anglais (qui contrôlaient la Malaisie)...

ses scènes de vie quotidienne au village, voire un message pacifiste qui ont émerveillé les futurs maîtres de l'animation, au premier rang desquels Osamu Tezuka et Hayao Miyazaki<sup>90</sup>. En ce sens, c'est un film fondateur de l'animation japonaise.

Au début des années 50 naît un studio qui a l'ambition de devenir le Disney asiatique : la Tōei Dōga, qui deviendra rapidement Tōei Animation, filiale du studio de cinéma Tōei. Après quelques courts métrages, le studio réalise en 1958 son premier long métrage, *La Légende du Serpent Blanc*. Le film s'exporte et permet au studio de grandir, mais doit faire face à la concurrence féroce de Disney. En 1968 sort en salles *Horus, Prince du Soleil*<sup>91</sup>, premier long métrage du réalisateur Isao Takahata. Celui-ci sort après une production conflictuelle entre la direction de la Tōei et les créatifs et remporte un succès mitigé ; l'équipe quitte alors le studio, dont Takahata et un certain Hayao Miyazaki. La Tōei change alors de direction pour se tourner vers la production de séries d'animation en masse et à bas coût, en faisant notamment appel à la sous-traitance coréenne<sup>92</sup>.

En effet, Osamu Tezuka, formé à l'animation chez Tōei, révolutionne complètement l'animation japonaise en la faisant entrer à l'ère industrielle. Ayant fondé son propre studio, Mushi Productions, Tezuka importe un concept déjà employé aux États-Unis par les studios Hanna-Barbera : l'animation limitée (*limited animation*). Ce concept qui permet une forte réduction des coûts s'oppose à la *full animation*, c'est-à-dire une animation « qualité Disney », à 12 à 15 images par seconde, soit le minimum pour que l'œil humain perçoive les mouvements de façon fluide. La *limited animation* au contraire, réduit ce nombre d'images par seconde, et réutilise certains dessins ou calques (arrière-plans qui défilent à l'infini, plans fixes où seules les lèvres des personnages bougent...). Tezuka pousse le concept à son paroxysme (il descend jusqu'à 5 images par seconde), et en tire les conséquences en termes de choix esthétiques. Pour atténuer l'impression de fixité, les Japonais utilisent par exemple des



Figure 4 : Astro Boy à l'expo « Manga » du British Museum (Photo A.Dekimpe)

<sup>90</sup> MATHIS Dorothée, « Momotaro, le divin soldat de la mer : un anime de propagande en 1944 », *Journal du Japon*, 15 juillet 2017, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2017/07/15/momotaro-soldat-anime-propagande-1944/>>, (Consulté le 13 août 2020).

<sup>91</sup> TAKAHATA Isao, *Taiyō no ōji: Horusu no daibōken*, Tōei Animation, 1968, 82min.

<sup>92</sup> GAULÈNE Mathieu, « Une découverte de la culture populaire japonaise sans mode d'emploi : l'arrivée en France des dessins animés de la Tōei », dans PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinémas d'animations), p. 54.

gros plans fixes sur un personnage qui regarde le spectateur, au regard exorbité ou ardent... Une figure esthétique qui doit sans doute aussi au théâtre kabuki, où les personnages peuvent se figer face au public avec une expression grimaçante pour exprimer la force d'une émotion<sup>93</sup>.



Figure 5 : Représentation de « Ôgon batto » en kamishibai (ph. Aki Sato, source : Wikipédia)

Cette technique du nombre d'images réduit rapproche logiquement ce type d'animation de la bande dessinée (qui use dans le manga de plus de vignettes que dans la BD franco-belge pour représenter le mouvement), mais il doit aussi au *kamishibai* : il s'agit d'un genre de spectacle de rue japonais né dans les années 1930 et populaire jusqu'aux années 50, où des conteurs racontent des histoires à l'aide d'illustrations en carton placées dans un petit théâtre de bois, les retirant au fur et à mesure de l'histoire avec un rythme variable pour créer du suspense selon l'intensité du récit<sup>94</sup>. Cette forme culturelle avait ses propres dessinateurs, et ceux-ci se sont en bonne partie reconvertis dans l'industrie de l'animation alors que l'essor de la télévision faisait disparaître leur médium<sup>95</sup>.

Tezuka utilise sa technique pour adapter *Tetsuwan Atomu* en série d'animation. Le grand succès d'*Astro Boy* et de ses produits dérivés ouvre ainsi la voie des adaptations massives de mangas populaires en séries d'animation à bas coût.

De leur côté, Miyazaki et Takahata travaillent sur plusieurs séries d'animation dans divers studios (*Lupin III*, *Heidi...*). Miyazaki réalise son premier long métrage avec une adaptation de *Lupin III, Le Château de Calioastro* en 1979. Il réalise ensuite, avec le studio Topcraft (fondé par Tôru Hara qu'il avait rencontré chez Tôei et qui avait travaillé sur *La dernière Licorne*, produit par des Américains), l'adaptation de son propre manga : *Nausicaä de la vallée du vent*. Le succès du film lui permet de fonder son propre studio avec Isao Takahata, le fameux studio Ghibli.

<sup>93</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 58-60.

<sup>94</sup> Le rôle de précurseur de l'animation du *kamishibai* est mis en avant par le Kyôto International Manga Museum, qui en propose des représentations auxquelles j'ai pu assister.

<sup>95</sup> GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas*, op. cit., p. 10.

On voit alors deux courants bien distincts apparaître dans le domaine de l'animation japonaise, et particulièrement chez les réalisateurs de longs métrages : les « expressionnistes » et les « narrateurs ». Le premier groupe dont fait partie le studio Ghibli rejette l'animation limitée et privilégie d'esthétique du mouvement. Le second, l'école de Tezuka et Mushi Productions, s'approprie au contraire les contraintes de la *limited animation* pour faire surgir de nouvelles esthétiques et concentrer les moyens sur la qualité du scénario ; outre Tezuka, Rintarô (*Galaxy Express 999*, *Métropolis* adapté de Tezuka) en est l'un des représentants majeurs<sup>96</sup>.

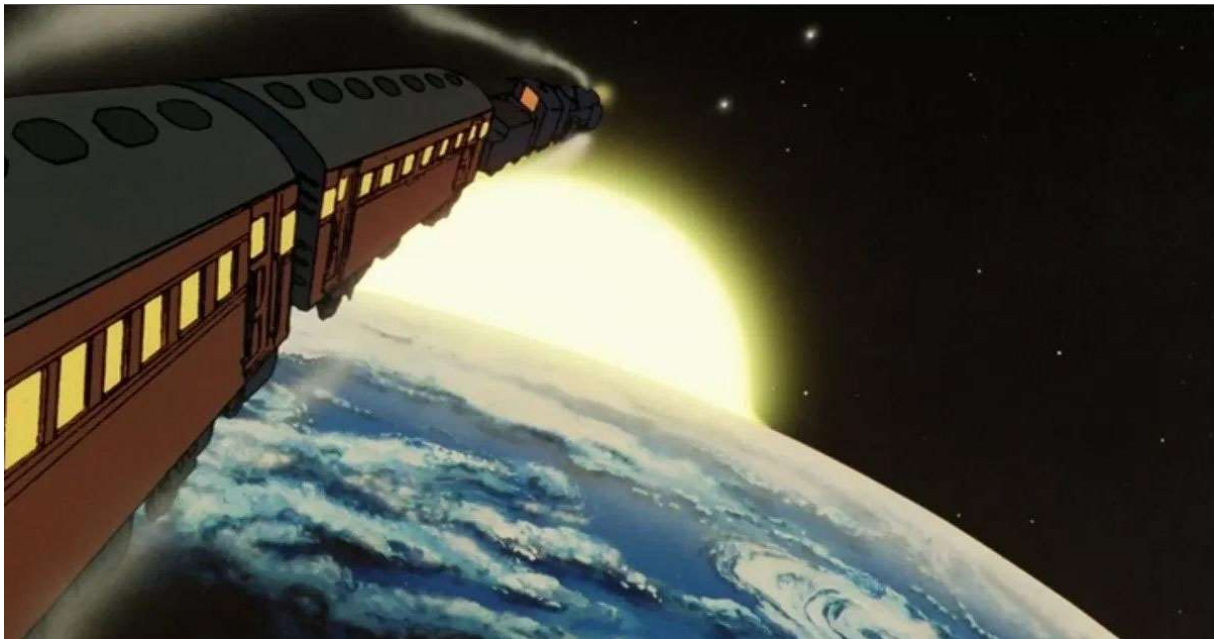


Figure 6 : Image extraite de « *Galaxy Express 999* », 1979.

---

<sup>96</sup> AZUMA Hiroki, *Génération Otaku. Les enfants de la postmodernité*, Paris, Hachette littératures, 2008, (Haute tension), p. 26-27.

## CHAPITRE I

### *La pop culture japonaise avant Akira (1990) : La Belgique sous influence française*

Si des travaux ont été effectués pour retracer les prémices du manga et de l'animation japonaise en France, les sources manquent en ce qui concerne la Belgique. Il faut donc principalement se baser sur ce qui s'est passé en France, là où tout a commencé.

L'engouement pour le Japon en France n'est pas nouveau. À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, en conséquence de l'ouverture forcée à l'Occident du Japon, des objets d'arts et estampes japonaises (surtout celles de Hokusai) vont circuler en Europe et donner naissance au courant artistique du japonisme, influençant profondément des peintres comme Monet, Van Gogh, Toulouse-Lautrec... Cette vague japonisante touche les couches supérieures de la société, et trouve également écho en Belgique, avec cependant un retard d'une dizaine d'années, lancée par une exposition d'art japonais à Bruxelles en 1889. Les *Manga* de Hokusai inspirent Félicien Rops ; en 1905 débute la construction de la Tour japonaise à Laeken sous l'impulsion de Léopold II ; l'Art nouveau est également nourri de l'influence nipponne<sup>97</sup>. Une nouvelle vague de japonisme (le néo-japonisme) survient dans les années 50, influencée notamment par la calligraphie<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup> BAWIN Julie, « Le Japonisme : naissance et prolongements », dans *Culture, le magazine culturel en ligne de l'Université de Liège*, 23 août 2013, p. 1-7, [En ligne], <[https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/154809/1/Le\\_Japonisme\\_-\\_naissance\\_et\\_prolongements.pdf](https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/154809/1/Le_Japonisme_-_naissance_et_prolongements.pdf)>.

<sup>98</sup> *Ibid.*, p. 7-8.

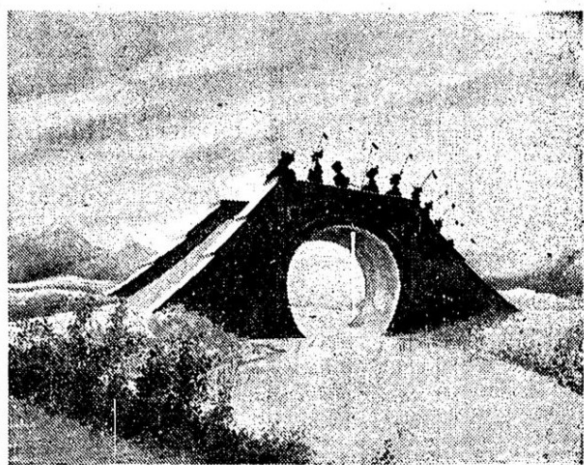
## L'ANIMATION JAPONAISE EN FRANCE ET EN BELGIQUE AVANT GOLDORAK (1962-1978)

La culture populaire japonaise quant à elle parvient pour la première fois en Europe à travers l'animation. Le premier film à franchir les frontières de l'archipel est *Le Serpent Blanc*<sup>99</sup>, premier long métrage japonais en couleur de l'histoire et jalon majeur de l'histoire de l'animation. Sorti en salles en France en 1962 sous le titre *La Légende de Madame Pai Niang*, il reste relativement confidentiel (12 000 entrées) et est fraîchement accueilli par la critique, bien que la presse jeunesse, dont le numéro 730 de l'édition française du *Journal de Tintin*, en fait un accueil plus enthousiaste<sup>100</sup>. Au total sa présence médiatique s'étale sur une année et demie et a probablement été remarquée et appréciée par plusieurs dizaines de milliers de spectateurs.



Figure 7 : Image tirée du film « Le Serpent Blanc »,

## La légende de madame SERPENT BLANC



UNE IMAGE CARACTERISTIQUE DU FILM.

Figure 8 : Extrait de l'article du Soir du 26 juillet 1963

Malgré la faible audience française, le film est bel et bien projeté en Belgique en 1963 au cinéma Galeries, en version française. Le journal *Le Soir* en publie une critique aux accents d'exotisme : face à ce qui était alors un « OVNI », il insiste sur le côté original du film, tente de trouver un point de comparaison avec les films russes ou les estampes qui sont, elles, bien connues. Il lui trouve un côté féérique et poétique, mais a l'impression que la traduction française et le contexte culturel (en particulier la spiritualité bouddhique) sont un obstacle à la compréhension du sens de l'œuvre. On sent le regard orientaliste directement hérité du japonisme, qui mélange ici les cultures asiatiques (en effet le film, inspiré d'une légende chinoise, ne se passe pas au Japon) :

<sup>99</sup> YABUSHITA Taiji et OKABE Kazuhiko, 白蛇伝, (*Hakuja den*), Tôei, 1958, 78 min.

<sup>100</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinémas d'animations), p. 33-34.

« L'œuvre est des plus intéressantes et fait penser davantage à ce que nous connaissons de l'Extrême-Orient par son œuvre céramique, graphique et décorative, c'est-à-dire ce qu'il y a de plus raffiné, que par le répertoire cinématographique japonais ».

Il conclut que c'est une œuvre finalement assez ésotérique :

« C'est par sa poésie visuelle que *La Légende de Madame Serpent Blanc*<sup>101</sup> s'impose avant tout, le commentaire français servant de guide. La poésie propre au texte est donc fortement atténuée en admettant que poésie il y a. Ce qui est probable dans cette œuvre filmée qui, comme le *No*<sup>102</sup>, s'adresse d'abord à un public initié, ou du moins habitué au genre »<sup>103</sup>.

Au cours des années 60, des courts métrages d'animation japonaise sont projetés au festival international du film d'animation d'Annecy depuis sa création en 1960, devenu la référence pour l'animation en Europe francophone. Il y en avait même déjà eu à Cannes dans les années 50. Cependant ceux-ci se cantonnent à des films expérimentaux, en particulier ceux de Yôji Kuri à l'humour cynique, qui passent inaperçu aux yeux du grand public<sup>104</sup>.

La deuxième apparition de l'animation japonaise dans les cinémas français se produit en 1967-68. Les films d'animation de Yûgô Serikawa *Cyborg 009* et *Cyborg 009 - Kaijû Sensô* sont projetés dans les salles françaises, en noir et blanc dans le cadre des actualités Gaumont-Pathé de l'*Éclair-journal*. Ceux-ci étaient découpés en 78 épisodes de 1 à 3 minutes diffusés chaque semaine, puis une version en couleur remontée en un seul long métrage est diffusée dans les salles en 1968. Les sources numérisées manquent pour cette période pour savoir si le film a aussi été diffusé en Belgique, c'est en tous cas peu probable pour la version épisodique. Il réalise en France plus d'entrées que *Le Serpent Blanc* (16 000). Il s'agit d'une des premières projections d'un film d'animation de science-fiction en France<sup>105</sup>.

L'animation japonaise fait une première incursion à la télévision française et donc aux yeux du grand public potentiellement belge<sup>106</sup> en 1967-68. Le 26 novembre 1967, le 24 mars et 20 septembre 1968 sont programmées sur les chaînes de l'ORTF trois « Soirées japonaises » d'une durée de 2h au cours desquelles sont diffusés en version sous-titrée plusieurs épisodes de séries d'animation. Elles sont présentées par Keiko Kishi, actrice japonaise mariée à Yves Ciampi, producteur et metteur en scène français. Celui-ci a

---

<sup>101</sup> On notera l'amalgame fait avec le titre entre *Le serpent blanc* et *La légende de Madame Pai Niang*...

<sup>102</sup> Il s'agit du théâtre *Nô*, l'une des formes de théâtre japonais traditionnel.

<sup>103</sup> SYNCHRO., « La légende de madame SERPENT BLANC », dans *Le Soir*, 26 juillet 1963, p. 16.

<sup>104</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », *art. cit.*, p. 42.

<sup>105</sup> *Ibid.*, p. 47-48.

<sup>106</sup> On retrouve en effet ces programmes dans la grille télé du journal *Le Soir* la veille des trois soirées.

travaillé sur plusieurs coproductions de séries avec la télévision japonaise, et alors qu'il lui vient un projet de série d'animation et que les délais pour la réaliser sont trop courts, il constate que les studios d'animation japonais sont sans commune mesure avec les studios français en termes de moyens, de nombre d'animateurs et de techniciens. Ainsi naît la première série d'animation franco-japonaise avec *Oum le dauphin blanc (Iruka no Shônen)* en 1971. Il y a à cette époque d'autres séries produites par un pays européen et animées par un studio japonais qui seront diffusées en France, comme *Caliméro* en 1972 (Italie) ou les *Barbapapa*, (Angleterre), en 1974<sup>107</sup>. Si ces collaborations (qui seront par la suite des coproductions) remportent le succès et ont pu introduire une certaine façon japonaise de faire de l'animation, les Japonais ne sont que des faiseurs qui n'y imposent pas leur patte culturelle, les histoires se passant toujours dans un contexte européen<sup>108</sup>.

Parallèlement a lieu la première publication de pages de manga traduites en français. Des rares cas de mangas en 4 cases (*yonkoma*) étaient déjà apparus bien plus tôt dans des journaux français, mais c'est trop anecdotique pour qu'on s'étale sur le sujet ici. En 1950, un des pionniers du karaté en France, Henry Plée, fonde la revue *Budo Magazine Europe*, une revue bilingue français-anglais de 50 pages, destinée aux pratiquants d'arts martiaux japonais (*budô*). Ayant découvert les mangas au Japon dans les années 60, il achète une centaine de mangas (la plupart liés aux samourais et arts martiaux) et commence à en publier des pages dans cette revue ainsi que dans une autre consacrée au judô (*JUDO KDK*) dans l'idée de leur donner un nouvel essor. Cependant ils ne remportèrent pas un grand succès, et leur publication s'arrête avec celle des revues en 1973<sup>109</sup>.

Les premières séries 100 % japonaises arrivent en 1972 sur l'ORTF par l'intermédiaire d'une version québécoise (les Québécois avaient quant à eux déjà pu découvrir des séries d'animation japonaises, restées inédites en France, à la fin des années 60). Il s'agit de deux séries issues d'œuvres d'Osamu Tezuka : *Le Roi Léo*<sup>110</sup> et *Le Prince Saphir*<sup>111</sup>. Celles-ci marquent déjà les esprits car elles se détachent des productions

---

<sup>107</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », *art. cit.*, p. 38-40.

<sup>108</sup> PELLITTERI Marco, « Le boom des anime en Italie, 1974-1984 : L'exceptionnel succès de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France », *art. cit.*, p. 71.

<sup>109</sup> YUKIO David, *Premier manga traduit en France ? 1969 — Mon amour pour le Japon et Tôkyô*, [En ligne], <<http://japon.canalblog.com/archives/2005/12/19/1128926.html>>, (Consulté le 17 juillet 2020).

<sup>110</sup> ARAKI Shingo et RINTARÔ, *Shin Janguru Taitei: Susume Reo!*, Fuji-TV, 1966-67, 26 épisodes. Il s'agit de la suite d'une première série restée inédite en France jusqu'en 1990. La ressemblance du titre avec un film d'animation américain bien connu est officiellement fortuite, mais Disney a été accusé de plagiat par les fans tant les similitudes entre les deux œuvres sont flagrantes (WILLEMS Nadine, « LE DERNIER DISNEY ARRIVE SUR NOS ÉCRANS. LE ROI LION PLAGIE-T-IL L'ŒUVRE D'UN ROI NIPPON ? », dans *Le Soir*, 17 octobre 1994.

<sup>111</sup> ARAKI Shingo et TEZUKA Osamu, *Ribbon no Kishi*, 1967-68, 52 épisodes.

pour enfants de l'époque, avec une maturité inédite : vie animale en opposition à l'homme, thème de la mort, atmosphère parfois étrange et fantastique... Ces premières séries japonaises, doublées en français (mais le générique de fin du *Roi Léo* était en japonais) sont déjà accompagnées de produits dérivés. Elles avaient connu un certain succès aux États-Unis grâce à la proximité de leur style avec Disney, mais ce pays est resté jusque dans les années 80 très fermé à la pop culture japonaise en raison du *Comics Code*, ensemble de règles très restrictives en matière de violence et de sexualité que ne respectaient pas les productions japonaises, promulgué en 1954 (abrogé seulement en 2011 de manière officielle), en partie pour contrer la concurrence internationale<sup>112</sup>.

C'est à cette époque que d'autres films d'animation japonaise sont projetés en France, avec un succès grandissant : *Bulles sous les mers*<sup>113</sup> en 1972, *Les Joyeux pirates de l'île au trésor*<sup>114</sup> (1973, 74 300 entrées), *Le Chat botté*<sup>115</sup> (1974, 41 100 entrées). Ces films sont tous les productions pour enfants du studio Tôei Animation. Encore une fois les sources manquent concernant leur éventuelle diffusion belge. Par contre, un film qui a bien été diffusé en Belgique, c'est *Belladonna la sorcière* (aussi intitulé *La Belladonna de la tristesse*)<sup>116</sup>. N'émanant pas de la Tôei, il s'agit d'un film destiné à un public adulte assez expérimental (il se compose d'alternance d'images fixes et de séquences animées dans une ambiance psychédélique), présenté au Marché du film du Festival de Cannes en 1974, sélectionné en compétition au Festival international du film fantastique d'Avoriaz en 1975 et projeté à la Berlinale. Adaptation libre de *La Sorcière* de Jules Michelet, le film comprend une forte dimension érotique et féministe ; il s'agit en fait du 3<sup>e</sup> volet du triptyque *Animerama* produit par Osamu Tezuka, les premiers films d'animation japonaise destinés à un public adulte<sup>117</sup>. En Belgique, il est projeté au Festival du film international de Bruxelles en 1975, puis sort en salles la même année. Philippe Moins, qui se souvient l'avoir vu au cinéma Arenberg à Bruxelles à cette époque, a été particulièrement marqué par ce film qui sortait des sentiers battus et a piqué au vif sa curiosité, lui qui n'avait jusque-là entendu parler que de Yôji Kuri (qu'il n'apprécie pas particulièrement)<sup>118</sup>.

---

<sup>112</sup> VANNIEUWENHUYSEN Lora-Elly, *The rise of the Belgian manga culture: A research on subculture*, Master's thesis - Master in Cultural Studies, Louvain, KU Leuven, 2015, p. 9.

<sup>113</sup> TAMIYA Taekshi, *Kaitei San-man Mile*, Tôei Animation, 1970, 60 min.

<sup>114</sup> IKEDA Hiroshi, *Dôbutsu Takarajima*, Tôei Animation, 1971, 78 min.

<sup>115</sup> YABUKI Kimio, *Nagaqutsu o haita neko*, Tôei Animation, 1969, 80 min.

<sup>116</sup> YAMAMOTO Eiichi, *Kanashimi no Belladonna*, Mushi Production, 1973, 89 min.

<sup>117</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », *art. cit.*, p. 49.

<sup>118</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins*, *op. cit.*



Figures 9 : Affiche japonaise et image tirée du film « Belladonna la sorcière »

### LA VAGUE GOLDORAK ET SES CONSEQUENCES (1978-1986)

Le 3 juillet 1978 marque le véritable début de l'engouement pour l'animation japonaise en France avec la diffusion du premier épisode de Goldorak dans l'émission jeunesse *Récré A2* sur la chaîne publique Antenne 2<sup>119</sup> et sera suivie de nombreuses autres séries. Alors comment et pourquoi cette arrivée massive de séries d'animation japonaise à la télévision française ?

C'est justement grâce aux collaborations franco-japonaises pour des séries d'animation. En effet, Jacques Canestrier, producteur qui avait travaillé sur *Oum le dauphin blanc*, a découvert le prolifique marché de l'animation au Japon, qui fonctionne véritablement sur un mode industriel<sup>120</sup>. Il achète alors les droits de plusieurs séries japonaises et parvient à convaincre Antenne 2 de diffuser *Goldorak*<sup>121</sup>, *Albator*<sup>122</sup> et *Candy Candy*<sup>123</sup>, lors de la première de l'émission pour enfants *Récré A2*, présentée par l'animatrice Dorothée. Les deux premières sont des séries *shônen* de science-fiction alors que la 3<sup>e</sup> est une série *shôjo*. L'opération est très avantageuse pour les deux parties : d'une part, les Japonais qui produisent des séries d'animation pour des prix très bas et qui les

<sup>119</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », *art. cit.*

<sup>120</sup> SUVILAY Bounthavy, « Retour sur les débuts de la vente de cassettes vidéo d'anime en France », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinéma d'animations), p. 105.

<sup>121</sup> KATSUMATA Tomoharu et AKEHI Masayuki, UFO robo Grendizer, Tôei Animation/Dynamic Planning, 1975-77, 74 épisodes.

<sup>122</sup> Rintarô, *Uchūkaizoku Kyaputen Hārokku*, Tôei Animation, 1978-79, 42 épisodes.

<sup>123</sup> IMAZAWA Tetsuo, *Kyandi Kyandi*, Tôei Animation, 1976-79, 115 épisodes (7 saisons).

ont déjà amorties sur le marché intérieur y voient une nouvelle source de recette ; d'autre part la télévision française se voit proposer des programmes pour enfants à des prix défiant toute concurrence (le yen est faible et la main d'œuvre est bon marché<sup>124</sup>), à une époque où les femmes travaillent de plus en plus en devant laisser les enfants à la maison, la télé devenant donc baby-sitter à peu de frais<sup>125</sup>.



Figure 10 : Goldorak

Un succès fulgurant est au rendez-vous car les anime japonais tranchent radicalement avec les dessins animés proposés à l'époque à la télévision française, lisses, sans conflit ni nuances. La série bat tous les records d'audience, et fait même la une de Paris Match en 1979<sup>126</sup>. Un film réalisé par les Français en montant des séquences de la série sort 10 mois plus tard, en avril 1979, réalisant plus de 900 000 entrées, une performance inédite pour un film d'animation japonaise et rare pour un film japonais tout court car seuls les films d'Akira Kurosawa et Nagisa Oshima (les deux réalisateurs japonais les plus célèbres) pouvaient rivaliser avec ces chiffres<sup>127</sup>.

Les années suivantes voient la multiplication des séries japonaises dans l'émission, diffusées sur une base pratiquement quotidienne, ce qui tranche avec leur mode de diffusion japonais original, hebdomadaire. Cela contribue à l'exposition en masse et la fidélisation du public à une époque où la VHS n'est pas encore très répandue<sup>128</sup>. Cependant, la présence de l'animation japonaise dans les cinémas français reste timide, avec seulement 5 sorties de films dans les années 80, auxquelles il faut ajouter la sortie en VHS en 1982 du doublage français du premier film de Hayao Miyazaki *Le Château de Cagliostro*<sup>129</sup> (sorti sous le titre de *Vidocq contre Cagliostro*)<sup>130</sup>.

<sup>124</sup> PELLITTERI Marco, « Le boom des anime en Italie, 1974-1984 : L'exceptionnel succès de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France », *art. cit.*, p. 68.

<sup>125</sup> *Ibid.*, p. 70.

<sup>126</sup> GAULÈNE Mathieu, « Une découverte de la culture populaire japonaise sans mode d'emploi : l'arrivée en France des dessins animés de la Tôei », *art. cit.*, p. 53-58.

<sup>127</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », *art. cit.*, p. 49.

<sup>128</sup> PELLITTERI Marco, « Le boom des anime en Italie, 1974-1984 : L'exceptionnel succès de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France », *art. cit.*, p. 63-64.

<sup>129</sup> MIYAZAKI Hayao, *Rupan sansei (Lupin III) : Kariosutoro no shiro*, TMS Entertainment, 1979, 100 min.

<sup>130</sup> ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », *art. cit.*, p. 49.

## LES PREMIERS PAS TIMIDES DU MANGA

En juin 1978, soit un mois avant l'arrivée de *Goldorak* sur les écrans, naît la première revue consacrée aux mangas en français, à une époque où les mots « manga » et « Ninja » ne disaient rien à personne. Atoss Takemoto, jeune japonais installé en Suisse voulait faire découvrir aux Européens la culture populaire japonaise, à eux qui ne connaissaient du Japon que les arts traditionnels. Il s'associe alors avec Rolf Kesselring, éditeur et libraire près de Lausanne, pour lancer *Le Cri qui tue*, où sont publiés pour la première fois en français des mangas d'Osamu Tezuka et de grands auteurs du mouvement *gekiga* (destiné aux adultes) comme Tatsumi et Takao Saito (*Golgo 13*), ainsi que des articles sur l'histoire de la bande dessinée et du cinéma d'animation japonais. Ils éditeront aussi le premier volume de manga en français<sup>131</sup> de l'histoire, un chapitre du manga *Sabu et Ichi* dans un format d'album BD traditionnel de 36 pages, peu adapté au manga. Pavé dans la marre du monde la BD franco-belge, la publication devra vite s'arrêter en 1981 après 6 numéros, à cause de problèmes de diffusion en France et d'une dévaluation du Franc français. Takemoto publie ensuite avec l'éditeur Artefact un album comprenant deux récits de Tatsumi liés à la bombe atomique<sup>132</sup>, et surtout il écrit dans la revue du festival de la BD d'Angoulême un dossier de 40 pages<sup>133</sup> pionnier dans l'étude du manga en France<sup>134</sup>.

Ces tentatives restent peu connues en Belgique puisqu'aucun de mes témoins ne les a mentionnées. Néanmoins, elles ont probablement joué un rôle clef dans l'arrivée du manga dans notre pays. En effet, elles ont été suivies par Thierry Groensteen, historien et théoricien belge de la bande dessinée qui publia en 1991 le premier livre de vulgarisation en français consacré aux mangas<sup>135</sup>. Or, celui-ci a justement été en contact avec Thierry Smolderen, scénariste de bande dessinée et essayiste, qui lui-même est en contact avec Yves Schlirf<sup>136</sup>.

Des albums d'illustrations tirées des populaires séries animées *Goldorak*, *Candy* et *Heidi* sont également publiés par Dargaud<sup>137</sup> en 1980 aux « Éditions Télé-Guide », mais il ne s'agit pas de manga.

---

<sup>131</sup> ISHIMORI, *Le vent du Nord est comme le hennissement d'un cheval noir*, Kesselring, 1979, 36 p.

<sup>132</sup> TASUMI Yoshihiro, *Hiroshima*, Artefact, 1983.

<sup>133</sup> TAKEMOTO Atoss, « La bande dessinée du bout du monde : le Japon » dans *B.d. bulle* n°9, janvier 1982, p. I-XL.

<sup>134</sup> BASTIDE Julien, *Atoss TAKEMOTO, l'ambassadeur manga*, [En ligne], <<https://animeland.fr/dossier/atoss-takemoto-l-ambassadeur-manga/>>, (Consulté le 17 juillet 2020).

<sup>135</sup> GROENSTEEN Thierry, *L'univers des mangas. Une introduction à la bande dessinée japonaise*, Tournai, Casterman, 1991.

<sup>136</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

<sup>137</sup> *Ibid.*

L'autre tentative de publication de manga en France en 1983, c'est *Gen d'Hiroshima*, manga retraçant le parcours d'une famille ayant vécu le bombardement d'Hiroshima, par les Humanoïdes associés, éditeur fondé par le critique et scénariste Jean-Pierre Dionnet et les auteurs Moebius et Philippe Druillet. L'échec est cuisant et seul le premier tome est publié, le format étant trop innovant pour trouver son public<sup>138</sup>.

À cette époque on voit donc que si les *anime* pour enfants remportent le succès dans des versions édulcorées de séries populaires, avec un minimum de références culturelles, le public adulte n'est pas encore prêt pour accueillir les mangas pointus qui atteignent le continent européen ; les choses vont changer avec *Akira*.

**JEUX VIDÉO : ATARI BEAUCOUP MOINS, SEGAGNÉ : LES JAPONAIS FONT DES NINTENDOLLARS !**

Durant les années 70, le Japon a largement fondé son essor économique sur l'exportation de produits technologiques (électroménager, matériel audio de Sony, télévisions de Panasonic...) : on surnomme le pays « la nation électrique » (dont le cœur, « la ville électrique », est le quartier d'Akihabara à Tôkyô). Les consoles de jeux, invention américaine qui se développe dans les années 70, sont donc un nouveau débouché tout naturel pour l'industrie japonaise du semi-conducteur. Le fabricant de jouets Nintendo, à l'origine producteur de cartes à jouer traditionnelles *hanafuda* qui avait connu un gros développement dans les années 60 grâce à la production de jeux de cartes Disney, se reconvertit alors dans le jeu électronique et lance les Color TV Games, des consoles à jeu unique à brancher sur la télévision. Ce ne sont pas de grands succès, mais le coup de génie de l'entreprise vient quand celle-ci trouve un nouveau débouché aux écrans de calculatrice dont les coûts de production sont en baisse : elle fabrique des appareils de jeu portatifs, les Game & Watch. La société réalise un coup d'éclat sur le marché des bornes de jeu d'arcade avec *Donkey Kong* en 1981, après les succès internationaux de *Space Invaders* de Taito en 1970 et *Pac-Man* de Namco en 1980.

Nintendo se lance alors dans la conception d'une console de salon à cartouches interchangeables : avec la NES, Nintendo inaugure un nouveau business model basé sur la vente de console au prix coûtant, et la réalisation de bénéfices sur les jeux<sup>139</sup>. Outre une innovation ergonomique (la croix directionnelle remplace le joystick, copie de ce qui se faisait sur borne d'arcade), une coïncidence va permettre à la console, lancée en 1983, de conquérir le monde : le krach du jeu vidéo.

---

<sup>138</sup> SUVILAY Bounthavy, « Manfra et prépublication : équation impossible ? », dans *Alternative Francophone*, vol. 1, n° 10, 2016, p. 26.

<sup>139</sup> KIYOSHI Tane, « Comment le Japon devint "la grande puissance du jeu vidéo" (2) », *Nippon.com*, Octobre 2011, [En ligne], <<https://www.nippon.com/fr/views/b00107/>> (Consulté le 10 août 2020).

Pour comprendre ce qui se passe, il faut revenir en arrière. La fin des années 70 et le début des années 80 est une période où le jeu vidéo connaît une croissance gigantesque : l'américain Atari a connu en 10 ans d'existence une croissance exponentielle pour devenir le géant du secteur. Cependant, cette croissance ultra rapide a causé la formation d'une bulle spéculative. De plus en plus de fabricants de consoles se lancent et inondent le marché avec des copies médiocres de jeux à succès, et en produisent des quantités astronomiques que le marché ne peut plus absorber. Atari, par exemple, avait produit deux fois plus de jeux *Pac-Man* qu'il n'y avait d'Atari 2600 sur le marché ! En résultat, le nombre d'invendus est énorme : l'anecdote la plus célèbre est qu'Atari a fait enterrer des millions de cartouches du jeu *E.T. The Extra-terrestrial*, un échec retentissant, avec d'autres jeux invendus dans une décharge du Nouveau-Mexique. De nombreuses sociétés font faillite, et Atari cesse la production de console pour se tourner vers celle de micro-ordinateurs<sup>140</sup>.

Nintendo n'est pas la seule firme japonaise à vouloir bâtir un empire sur les ruines d'Atari : dans les années 80, 4 constructeurs de consoles sur 5 sont japonais. Nintendo bien sûr et son grand rival Sega, avec la Master System puis la Mega Drive, mais aussi NEC avec la PC-Engine et SNK avec la Neo-Geo. Seul Commodore et son Amiga 500 (un ordinateur multitâche) sont américains. Mais jusqu'en 1990, c'est la NES qui domine le marché mondial : son prix défie toute concurrence, et sa ludothèque immense est marquée du « Seal of Quality », c'est-à-dire que tous les jeux sortis sur la console, même ceux d'éditeurs tiers, doivent être approuvés par Nintendo ; de plus, tout éditeur qui veut sortir un jeu sur sa console doit signer avec Nintendo un contrat d'exclusivité de deux ans<sup>141</sup>. Si la firme de Kyôto règne sans partage sur le marché japonais, Sega réussit à lui faire une concurrence sérieuse grâce des jeux de sports calibrés pour les Américains. Le marché européen est cependant plus complexe : contrairement au Japon et aux USA, celui-ci est morcelé en de nombreux pays aux normes, langues et spécificités culturelles différentes. Les consoles japonaises mettent donc plus de temps à arriver en Europe, et débarquent presque toutes en même temps, en 1987, à un rythme différent selon les pays.

---

<sup>140</sup> AUDUREAU William, « 1984, quand le jeu vidéo a évité le K.O. », dans *JV — Sortons le grand jeu*, n° 3, janvier 2014, p. 86-91.

<sup>141</sup> TASTET Sylvain, « 1988-1994 : La Super Mega guerre », dans *JV — Sortons le grand jeu*, vol. Super Nintendo-Mega Drive. La guerre des consoles, n° 10H, Spécial été 2014, p. 12.

Le marché est donc divisé, et Sega fait jeu égal avec Nintendo. Au total, 62 millions de NES sont écoulées dans le monde<sup>142</sup>. Cependant, si le matériel se vend bien, peu de jeux « japonisants » sortent des frontières de l'archipel : ceux qui arrivent chez nous et remportent le succès, comme *Super Mario Bros* (avec des personnages au nom italien...) ou *Duck Hunt*, n'ont pas de spécificité culturelle marquée.



Figure 11 : La NES

### LA GENERATION *CLUB DOROTHEE*

#### *Les « bébés zappeurs »*

La fin des années 80 marque des transformations majeures dans l'audiovisuel français. La France libéralise la télévision, tardivement par rapport aux voisins européens (RTL peut diffuser des émissions belges depuis 1983). En 1986, TF1, la première chaîne du pays, est privatisée (conséquence de la promesse électorale de François Mitterrand qui critiquait la télévision publique)<sup>143</sup>. Pour ce qui nous concerne, la conséquence principale est le recrutement par la chaîne de l'animatrice Dorothée, et donc du passage de relais de *Récré A2* vers le tout nouveau *Club Dorothée*. Parallèlement est créée la chaîne privée La Cinq (reçue également en Belgique), au capital de laquelle se trouve le magnat italien des médias Silvio Berlusconi. Or, l'Italie, depuis la libéralisation de la télévision en 1976, connaît dans les années qui suivent une profusion de petites télévisions privées qui n'ont d'autres possibilités que d'acheter des séries d'animation japonaise bon marché pour remplir leur grille. C'est donc tout naturellement que La Cinq va se fournir en anime (plutôt non violents) en diffusant souvent des versions italiennes doublées en français, augmentant encore la quantité de séries diffusées en France.

---

<sup>142</sup> TASTET Sylvain, « Le monde du jeu en 1990 », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 8-11.

<sup>143</sup> BUCHSBAUM Jonathan, « "The « Exception Culturelle » Is Dead." Long Live Diversity: French Cinema and the New Resistance », dans *Framework*, vol. 47, n° 1, 2006, p. 5-21.

L'impact est sociétal, disons même générationnel. Tous les enfants français de l'époque ont déjà vu ou entendu parler de ces séries, y compris ceux qui n'avaient pas la télévision chez eux. Adeline Margueron, par exemple, en témoigne :

« Je suis née en 1980, donc j'ai grandi avec les images des séries du *Club Dorothée*, j'ai vu des épisodes des *Chevaliers du Zodiaque*... On était quand même fort baignés là-dedans dans les années 80, donc j'ai plein d'images de la série avec les gamins qui jouaient au volley, Olive et Tom, *Dragon Ball Z* j'ai beaucoup regardé, Ken... j'ai grandi avec. Et je n'avais pas la télévision, donc je n'ai pas énormément regardé, mais c'était assez prégnant avec les copains-copines, à l'école... Donc j'ai énormément d'images malgré tout<sup>144</sup>. »

Les Belges recevant aussi la télévision française, c'est également de là que vient chez nous le début de l'engouement pour la culture populaire nipponne et de sa connaissance par le grand public. En 1988, le *Club Dorothée* n'occupait pas moins de 51,4 % des parts de marché chez les 8-14 ans belges<sup>145</sup>. Ainsi, presque tous mes témoins (ayant tous la quarante ou cinquantaine à l'exception de Rémy Lach) ont mentionné le *Club Dorothée* : Arnaud de Grave et Cédric de Waele y ont vu leurs premiers *anime* ; Alain Lorfèvre regardait quant à lui déjà Récré A2. Même Yves Schlirf, bien que plus âgé, n'y a pas non plus échappé.

Cependant on ne peut pas pour autant parler de « japonisation » de la société. En effet, si ces séries ont eu une influence non négligeable sur la jeunesse de l'époque, tout était fait pour gommer leur origine japonaise. Les contrats passés avec les Japonais donnent le droit aux Français de modifier les génériques, remonter les épisodes et les diffuser dans le désordre, voire de ne pas en diffuser certains<sup>146</sup>. La conséquence, c'est que ces séries d'animation étant considérées comme un divertissement bas de gamme destiné à un public jeune, les textes sont réécrits pour gommer les références culturelles étrangères (l'intrigue se situe parfois en France... jusqu'à être relocalisée au Japon quand cela s'avère indispensable à la logique scénario), les passages considérés comme étant choquants pour le jeune public par des psychologues sont allègrement censurés sans tenir compte de la cohérence de l'histoire (des personnages se saoulent à la limonade...), le niveau de langue est haussé, car les valeurs en vigueur dans le monde du divertissement pour la jeunesse sont d'éduquer les enfants. On veut valoriser des séries dont l'animation est bas de gamme, ce qui n'empêche pas de nombreuses erreurs de doublage rendant bien

---

<sup>144</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron, op. cit.*

<sup>145</sup> DE HESSELLE Laure, « MARKETING Club RTL : la différence a payé La petite sœur de RTL-TVi recueille près de 10 % des investissements publicitaires télévisés La famille RTL soigne ses ados », dans *Le Soir*, 25 février 2000.

<sup>146</sup> PELLITTERI Marco, « Le boom des anime en Italie, 1974-1984 : L'exceptionnel succès de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France », *art. cit.*, p. 70.

souvent l'histoire incompréhensible<sup>147</sup>. Ainsi, des épisodes de *Dragon Ball* ou *Sailor Moon* pouvaient parfois être raccourcis à 11 min au lieu de 20 car du sang apparaissait à l'écran<sup>148</sup>. La série *Ken le survivant*, particulièrement violente et l'une des plus polémiques, s'était quant à elle vue amputée d'une vingtaine d'épisodes à la fin de la série pour cause de censure.



Figure 12 : Exemple de censure dans le doublage de *Dragon Ball* (épisode 56, dans le village de *Dr. Slump*) :

« Je n'ai jamais pu supporter la vue d'une barbe à papa !  
Va-t'en ! »

Réaction pour le moins surprenante... Dans la version originale, il ne faut pas se fier à la couleur, c'est bien ce de quoi ça a l'air !

Malgré ces censures, ces séries ont fait l'objet de critiques très virulentes. Des psychologues et les médias qui s'en font les relais dénoncent la médiocrité des dessins, le manichéisme des scénarios (accusation complètement infondée), la violence, la sexualité, bref on les considère en bloc malgré leur variété comme des divertissements abrutissants et dangereux pour la jeunesse. Une critique qui restera dans les mémoires est celle de Ségolène Royal dans son livre *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs*<sup>149</sup>, qui dénonce « coups, meurtres, têtes amochées, corps électrocutés, masques répugnants, bêtes horribles, monstres rugissants »<sup>150</sup>. L'animation japonaise se taille une mauvaise réputation dont elle se débarrassera difficilement, et qui touchera aussi le manga papier. Et ce également en Belgique comme en témoigne par exemple Yves Schlirf :

« Ils ont passé des dessins animés pour adultes à des heures pour enfants, à partir de là le manga a attrapé une réputation très très mauvaise de violence et de sexe... »

---

<sup>147</sup> SUVILAY Bounthavy, « Traduire les best-sellers du manga », *art. cit.*, p. 190.

<sup>148</sup> VANNIEUWENHUYSEN Lora-Elly et PLYSER Charlotte (Promotrice), *The rise of the Belgian manga culture*, *op. cit.*, p. 37.

<sup>149</sup> ROYAL Ségolène, *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs*, Paris, Robert Laffont, 1989.

<sup>150</sup> GAULÈNE Mathieu, « Une découverte de la culture populaire japonaise sans mode d'emploi : l'arrivée en France des dessins animés de la Tôei », *art. cit.*, p. 55.

*Dans la tête des parents, dessin animé japonais = dessin animé mal fichu et inintéressant. Bon, maintenant au niveau qualité, certains on ne peut pas dire que ce soient de grands dessins animés, on peut les regarder avec nostalgie en disant c'était rigolo, mais il y en a quand même qui sont assez mal fichus aussi... Donc il y a ce manque de qualité sur certaines séries, ce côté violent, sexe aussi ou en tous cas sexy qui fait que les parents ayant peur pour leurs petits chérubins se disent, "on ne va pas acheter du manga, on ne va pas soutenir ça..." »<sup>151</sup>.*

Alain Lorfèvre donne son interprétation de cette méprise :

*« L'incompréhension Club Dorothée, je pense que c'est parce que les acheteurs achetaient par package sans très bien réaliser ce qu'ils achetaient, puis ils se sont dit "il faut bien qu'on les diffuse" et ils ont dû censurer à la sauvage en coupant des scènes et édulcorant des dialogues... ça a un peu existé aussi avec les séries américaines des années 70 comme Starsky et Hutch. Un viol devient un vol à la tire, un bordel devient un salon de massage ou de coiffure... À l'époque il y avait un parfum de libération aux USA où on acceptait plus de choses à la télé, mais en Europe le public était encore plus frileux »<sup>152</sup>.*

### *Premiers coups de machette dans la jungle du manga*

Si les anime deviennent bien connus du grand public, le manga à proprement parler reste quant à lui pratiquement inconnu. Beaucoup de gens ignorent alors que les dessins animés sont la plupart du temps des adaptations de bandes dessinées, par exemple Cédric de Waele<sup>153</sup>, qui deviendra pourtant libraire par la suite ! Il faut dire que les rares tentatives d'éditions de manga dans les années 80 n'ont pas réussi à s'imposer dans la durée et donc pu toucher un large public. Néanmoins le succès des mangas au Japon est énorme (les magazines sont au faite de leur tirage), et ceux qui voyagent dans l'archipel ne peuvent pas passer à côté. C'est pourquoi on voit apparaître des mentions du manga dans *Le Soir*, la plus vieille que j'ai retrouvée datant de 1988 :

*« Heureux directeurs japonais de théâtre : ils ne manquent jamais de public ! Les Japonais adorent les scènes. Et M. Tout-le-Monde, au Japon, même s'il passe pas mal de temps devant la T.V. ou à dévorer des "manga" (bandes dessinées ; littéralement "dix mille images"), assiste régulièrement au spectacle »<sup>154</sup>.*

Le manga est ici considéré entre les lignes comme un média populaire bas de gamme qui sert de contrepoint au théâtre, art intellectuel par excellence. Cette image du manga sera tenace dans la presse. L'année suivante, c'est un article de la rubrique sportive qui évoque le manga :

---

<sup>151</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

<sup>152</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

<sup>153</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele, op. cit.*

<sup>154</sup> BAUWENS Marcel, « Amour nippon des scènes... », dans *Le Soir*, 17 octobre 1988.

*« De multiples héros de base-ball se retrouvent également dans les “manga” (bandes dessinées) dont les Japonais sont friands. »<sup>155</sup>*

On notera encore une fois l'utilisation du mot « manga » entre guillemets, preuve qu'il s'agit alors d'une nouveauté lexicale qui ne s'est pas encore imposée dans le langage courant. C'est aussi en 1989 qu'un article entièrement consacré à la popularité du manga au Japon est publié. Celui-ci n'énonce pas des préjugés mais décrit la diversité du manga au Japon :

*« La bande dessinée japonaise, dite « manga », qui se caractérise par une énorme diffusion et par une diversité qui va d'une subtile ironie à la plus déconcertante trivialité, constitue un élément essentiel de la culture de masse de l'archipel<sup>156</sup>. »*

L'article, bien documenté, présente des chiffres qui donnent un aperçu de l'importance du manga au Japon et fait un retour sur les racines et l'historique de ce médium au Japon, se basant sur le fameux ouvrage *Manga! Manga! The world of Japanese comics* de Frederik L. Schodt<sup>157</sup>, le premier livre occidental sur le sujet qui demeure une référence. L'article met cependant l'accent sur l'importance sociétale majeure du manga au Japon qui touche toutes les couches de la société, sans commune mesure avec la BD franco-belge, en parlant de « fringale » et de « voracité ». Le choc culturel du regard occidental est palpable, et si la journaliste reconnaît qu'il y a des mangas sur tous les sujets, elle juge assez négativement une grande partie de la production :

*« Parfois véhicules de revendications politiques ou idéologiques, une proportion non négligeable de “manga” se réduit cependant à des histoires triviales où les premiers rôles reviennent au sexe, aux carnages en tous genres, à la scatologie. Machisme, brutalité et vulgarité se partagent ainsi des kilomètres de bandes dessinées fort appréciées, et à peine effleurées par la censure. L'engouement nippon pour la B.D. s'explique en partie par une certaine disposition pour la communication visuelle. Mais les “manga” ont probablement surtout une fonction d'exutoire : elles offrent une échappatoire quotidienne dans une société où le stress, la discipline de groupe, les brimades, le peu de temps laissé aux loisirs, exigent que soit trouvé un refuge, en tout cas une forme de compensation minimum. »*

---

<sup>155</sup> « Base-Ball, un sport national ! », dans *Le Soir*, 5 mai 1989.

<sup>156</sup> WILLEMS Nadine, « Ces “manga” que l'on s'arrache », dans *Le Soir*, 7 février 1989.

<sup>157</sup> SCHODT Frederik L., *Manga! Manga!: the world of Japanese comics*, Kodansha International, 1983.

Ce choc culturel est en grande partie dû au fait qu'il s'agit du premier contact en Europe avec la culture populaire japonaise, qui est de nature très différente de ce qu'on avait connu jusqu'alors : la cérémonie du thé, les objets d'art, et estampes, l'art floral de l'*ikebana* et du *bonzaï*, bref les aspects raffinés de la culture japonaise, réminiscences du japonisme, sont encore dans les esprits. On se souvient de l'article du *Soir* de 1963 sur *Le Serpent Blanc* cité plus haut qui évoquait « poésie » et spiritualité. Or, ces aspects sont en fait une culture des élites *samouraï* qui s'est répandue dans la population à partir de l'ère Meiji, où l'empire était en quête de légitimité face aux grandes nations occidentales. La vraie culture populaire japonaise, folklorique, était le reflet d'une société où avant cette époque régnait une liberté de mœurs non entravée par des interdits religieux, où la vulgarité était monnaie courante et la sexualité n'était pas taboue, comme l'explique Philippe Pons dans son ouvrage *D'Edo à Tôkyô : Mémoires et modernités*<sup>158</sup>. Ainsi, il n'est pas choquant pour les Japonais que les enfants soient exposés à des blagues grivoises, ce qui explique pourquoi les anime du Club Dorothee ont été censurés sinon très critiqués (on pense par exemple aux premiers épisodes de *Dragon Ball* où le jeune Son Goku, élevé seul dans la montagne, palpe l'entrejambe de différents personnages pour connaître leur sexe)<sup>159</sup>. Or, l'ouvrage de Philippe Pons est justement mentionné dans la bibliographie de l'article du *Soir*. La journaliste est donc au courant de cet état de fait, ce qui peut expliquer pourquoi elle parle du manga comme d'un exutoire pour les Japonais dont la société a été de plus en plus policée depuis l'ère Meiji.

Les journalistes belges ne sont pas les seuls à découvrir le manga, puisqu'une demande commence à naître chez un public d'initiés. Yves Schlirf a l'attention attirée sur les mangas de Katsuhiro Ôtomo par son ami le scénariste Thierry Smolderen, et l'auteur français Mœbius qui en avait parlé dans le magazine *Métal Hurlant*. Ce dernier avait, rappelons-le, cofondé Les Humanoïdes associés, parmi les précurseurs à traduire du manga en français. Lors du festival de la BD d'Angoulême l'année suivante, Schlirf parvient à arracher quelques exemplaires de manga à un représentant d'un éditeur japonais (sans doute Kôdansha)<sup>160</sup>.

---

<sup>158</sup> PONS Philippe, *D'Edo à Tokyo. Mémoires et modernités*, Paris, Gallimard, 1988, p. 42.

<sup>159</sup> GAULÈNE Mathieu, « Une découverte de la culture populaire japonaise sans mode d'emploi : l'arrivée en France des dessins animés de la Tôei », *art. cit.*

<sup>160</sup> ALAIN LORFÈVRE, « Comment le Japon est devenu une superpuissance culturelle », dans *La Libre Belgique*, 26 avril 2019, p. 44.

C'est ainsi qu'Yves Schlirf, et un ou deux autres libraires commencent à importer des mangas non traduits auprès de distributeurs japonais, avec un succès croissant<sup>161</sup>. Le manga était peut-être même à cette époque plus facilement accessible qu'en France :

*« On trouvait beaucoup de choses dans les années 80 en Belgique. En France on trouvait quelques trucs mais c'était à Paris ! Vous sortiez de Paris il y a plein de trucs les gens ne connaissaient pas, c'était introuvable. Ici il y avait des très bonnes librairies partout, à Charleroi, Bruxelles, Anvers... On savait même que tel ou tel libraire qui suivait tel ou tel truc, on savait où c'est, c'était facile d'accès. Cette diversité était un peu plus répandue à l'époque en Belgique.<sup>162</sup> »*

Ce succès ne manque pas d'étonner le libraire :

*« J'ai eu la surprise de voir des gamins se les arracher. Ils ne lisaient pas le japonais, mais comprenaient les histoires grâce au découpage. J'ai compris que quelque chose se passait.<sup>163</sup> »*

---

<sup>161</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

<sup>162</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

<sup>163</sup> LORFÈVRE Alain, « Comment le Japon est devenu une superpuissance culturelle », *art. cit.*, p. 44.

### *Adaptations en jeu vidéo : les racines du cross-média*

S'il est plus que probable que des développeurs japonais de jeu vidéo ont dû adapter leur série de manga ou d'anime préférée sur micro-ordinateur, il faut attendre l'année 1980 pour voir se multiplier les adaptations officielles de mangas en jeu vidéo. Ainsi, la série *Lupin III* de 1967, qui n'arrivera en France que bien plus tard sous le nom d'*Edgar de la cambriole*, est adaptée sur borne d'arcade et s'exporte sans mal comme n'importe quel jeu d'infiltration de l'époque, bien que la série soit alors parfaitement inconnue à l'étranger<sup>164</sup>.

En 1980, la commercialisation des Game & Watch de Nintendo<sup>165</sup> donne des idées à d'autres fabricants parmi lesquels Popy Electronics qui, à partir de 1981, se spécialise dans l'adaptation en jeux électroniques des franchises manga et anime les plus populaires. Le Japon se retrouve alors rapidement à intégrer le jeu vidéo dans son cycle de production des produits dérivés, ce qui contribue à la rentabilisation des franchises. Cependant, la politique de fermeture de Nintendo aux éditeurs tiers (producteurs des adaptations) est très restrictive, et aucune franchise n'a encore remporté un succès international suffisamment large pour envisager une sortie de ces jeux de l'archipel<sup>166</sup>.



Figure 13 : Publicité pour une borne d'arcade « Lupin III » reproduite dans le magazine *JV* n° 49

<sup>164</sup> TASTET Sylvain, « Des mangas, des jeux vidéo et des hommes », dans *JV — Culture jeu vidéo*, n° 49, février 2019, p. 32.

<sup>165</sup> Il s'agissait de jeux électroniques de poche comprenant un petit écran LCD et n'embarquant qu'un seul jeu.

<sup>166</sup> TASTET Sylvain, « Des mangas, des jeux vidéo et des hommes », *art. cit.*, p. 33.

## CHAPITRE II

### *L'entrée fracassante de la pop-culture japonaise en Belgique (1990-99)*

Dans la première partie, nous avons vu que l'apparition dans nos contrées de la pop culture japonaise était liée à l'influence culturelle française, principalement par la télévision. La vague *Club Dorothée* a d'ailleurs également touché la Flandre dans une moindre mesure malgré la barrière linguistique (les chaînes flamandes diffusaient alors peu de programmes pour enfants), et est aussi à l'origine de sa propagation au nord du pays<sup>167</sup>. Ce n'est qu'au cours des années 90 qu'elle va réellement pénétrer nos terres.

#### LE CHOC *AKIRA*

Si une œuvre a donné le signal de départ de la diffusion en Belgique du manga et de l'animation japonaise, c'est bien *Akira*. *Akira* est à l'origine un manga de Katsuhiro Ôtomo publié au Japon de 1982 à 1990. L'histoire se passe dans un Néo-Tôkyô cyberpunk post-3<sup>e</sup> Guerre mondiale, où le symbole de la reconstruction du pays doit être l'organisation des Jeux olympiques 2020 à Tôkyô<sup>168</sup>. Dans cet univers qui fait référence à l'après-Seconde Guerre mondiale et aux JO de Tôkyô 1964, une bande de jeunes drogués qui s'occupe en s'affrontant lors de courses de moto illégales sur la voie publique se retrouve mêlée à des expérimentations des militaires qui donnent à l'un d'eux des pouvoirs psychiques.

Ôtomo devient un auteur à l'influence majeure au Japon, mais *Akira* se vend modestement sur le marché local. Cependant, dans la seconde moitié des années 80, le manga commence à faire son trou aux États-Unis, où plusieurs titres sont colorisés et édités au format comic book américain standard, dont les séries *Akira* et *Appleseed* (de Masamune Shirow, connu principalement pour *Ghost in the Shell*), dont les couvertures sont dessinées par le jeune prodige Frank Miller, adulé par quelques milliers de fans français. Les versions américaines d'*Akira* commencent alors à circuler dans des librairies spécialisées en France<sup>169</sup>, ainsi que dans la librairie d'Yves Schlirf. L'œuvre connaît un retentissement inédit pour un manga dans le milieu de la BD, notamment grâce à la promotion qui en est faite par Mœbius. Celui-ci était devenu ami avec Ôtomo, qui

---

<sup>167</sup> VANNIEUWENHUYSEN Lora-Elly et PLYSER Charlotte (Promotrice), *The rise of the Belgian manga culture*, op. cit., p. 10.

<sup>168</sup> Drôle de coïncidence, d'autant plus qu'ils devront également être annulés dans le manga suite à une catastrophe...

<sup>169</sup> GROENSTEEN Thierry et al., *L'univers des mangas*, op. cit., p. 134.

l'admirait depuis les années 70 et a fait publier ses œuvres au Japon. Il reconnaît Mœbius comme une de ses influences pour *Akira*<sup>170</sup>.

Le style est révolutionnaire et tranche complètement avec la BD de l'époque, avec un dynamisme du dessin qui prend le pas sur le texte réduit au strict minimum, utilisant des cadrages inspirés du cinéma. Il mélange aussi les genres, à la fois une aventure de science-fiction sans les stéréotypes habituels, un voyage initiatique, un pamphlet politique voire même une méditation métaphysique... tantôt comique, tantôt effroyable, jamais manichéen, *Akira* est un OVNI qui sort complètement des carcans du *Comic Code* américain et des contraintes psychorigides de la BD franco-belge, mais est également nourri d'influences occidentales. Cependant, si Ôtomo n'hésite pas à mettre en scène la violence, son absence totale de sexualité en fait une œuvre politiquement correcte aux yeux des Occidentaux et donc un bon produit d'exportation, en particulier aux États-Unis<sup>171</sup>.

### *Un film décoiffant*

Le manga est adapté en film d'animation réalisé par Ôtomo lui-même<sup>172</sup>, et sort dans les salles japonaises en 1988. C'est là qu'entre en scène le Festival du dessin animé. Celui-ci avait été fondé par Philippe Moins, Philippe Allard et André Pint en 1982 avec l'idée d'un festival s'adressant au public et non plus aux seuls professionnels de l'animation comme c'était le cas à l'époque (il n'y avait, de toute manière, qu'une cinquantaine de professionnels dans toute la Belgique...). Celui-ci est toujours en recherche de longs métrages d'animation à présenter, à la fois pour enfants et pour adultes, et à l'époque il y avait très peu ; le festival a donc toujours été ouvert aux productions mondiales.

D'abord confidentiel et constitué principalement de cinéphiles quarantennaires, le public du festival s'est rapidement élargi grâce à des partenariats avec des médias comme *Le Soir* et la RTB qui ont permis d'atteindre un public jeune. Alors que l'animation japonaise de l'époque en *limited animation* n'était pas très bien vue, l'équipe du festival incarnait une nouvelle génération qui n'avait pas les a priori qu'avait pu avoir la précédente, et n'avait pas peur de programmer des films moins élitistes comme ça pouvait être le cas dans des festivals comme Annecy : ainsi, le festival belge avait programmé des

---

<sup>170</sup> MÉDIONI Gilles, *Otomo : les maîtres de la BD qui l'ont influencé*, [En ligne], <[https://www.l'express.fr/culture/livre/otomo-et-ses-bandes\\_820650.html](https://www.l'express.fr/culture/livre/otomo-et-ses-bandes_820650.html)>, (Consulté le 22 juillet 2020).

<sup>171</sup> BOUISSOU Jean-Marie, « Du passé faisons table rase ? Akira ou la révolution self-service », dans *Critique Internationale*, n° 7, avril 2000, p. 146.

<sup>172</sup> ÔTOMO Katsuhiko, *Akira*, Tokyo Movie Shinsha, 1988, 124 min.

vieux cartoons de Tex Avery à une époque où ceux-ci ne passaient pratiquement plus à la télévision et n'étaient pas disponibles en VHS<sup>173</sup>.

Le festival avait déjà diffusé des courts métrages d'animation japonaise plus expérimentaux (Yôji Kuri) ou des films en lien avec le Japon, par exemple en 1987 avec le film *Quand souffle le vent*<sup>174</sup>, un film d'animation britannique au style européen d'un réalisateur américain, mais avec des origines japonaises, et dont la thématique est la guerre nucléaire, évidemment non sans rapport avec l'histoire du Japon.

Une société britannique, Island Visual Entertainment (qui deviendra Manga Entertainment), acquiert un peu par hasard les droits européens du film Akira. Philippe Moins qui avait déjà travaillé avec cette société pour d'autres films le voit alors et est convaincu qu'il faut absolument le passer, malgré une petite appréhension du qu'en-dira-t-on à la Communauté française... Il décide alors de le programmer au festival 1990 en s'associant avec Yves Schlirf, avec qui il avait déjà travaillé puisqu'il vendait des tickets pour le festival dans sa librairie ; ce dernier fait alors une présentation du film avant sa projection au festival, après avoir fait une grosse publicité pour le film dans la librairie<sup>175</sup>.

À l'image du manga, le film est



Figures 14 : Affiche japonaise et image extraite du film Akira un tremblement de terre dans le paysage du cinéma d'animation de l'époque : une atmosphère cyberpunk sombre, des thèmes adultes, des scènes d'action d'un dynamisme jamais vu et une animation d'un détail sans concessions, loin des stéréotypes de l'animation japonaise bas de gamme. Le succès est fulgurant et inattendu : la salle de 1200 places du Palais des Congrès est bondée, des

<sup>173</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins*, op. cit.

<sup>174</sup> MURAKAMI Jimmy T., *When the Wind Blows*, Meltdown Productions, 1986, 80 min.

<sup>175</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins*, op. cit. DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

gens assis sur les marches, il a fallu refuser du monde !<sup>176</sup> Le jeune Alain Lorfèvre, qui avait déjà découvert le manga grâce à Yves Schlrif, fait partie des heureux élus, et en ressort fortement marqué, comme de nombreux jeunes de sa génération<sup>177</sup>. Il faut dire que le film tombe à point nommé pour assouvir la soif de nouveauté de la génération qui a grandi avec *Goldorak*. Il est reprogrammé plusieurs fois à Anima (1992, 94 aux Grignoux, 95, 2016) avec chaque fois le même succès. Cependant, contrairement à la France, il ne sortira jamais dans les cinémas belges : les distributeurs sont encore trop frileux.

Il faut dire que le film suscite également des réactions négatives épidermiques dans l'entourage de Philippe Moins, et que l'évènement passe complètement inaperçu aux yeux des médias généralistes qui ne montrent pas le moindre intérêt à cet égard. Fabienne Bradfer, journaliste culturelle au Soir (d'ailleurs encore à la tête du service cinéma du journal à l'heure actuelle), mentionne tout juste le film au programme du festival dans un article du supplément *Le Mad* qu'elle destine visiblement aux enfants :

*« SALUT les p'tits loups ! Y a du neuf, docteur, sous les tropiques bruxellois, plutôt frileux... Si, si, si. Le Festival du dessin animé et d'hahanimation est de retour. Bugs Bunny y souffle ses cinquante bougies, l'ami Babar fait son entrée dans le septième art alors que Superman et la Fusée XL-5 reviennent à triple vitesse. Zouououou... [...] Et puis, il y aura des clips, un long métrage japonais, Akira, des films d'étudiants, une expo, un concours de masques, des ateliers...<sup>178</sup> »*

Elle n'a visiblement pas pris de renseignements autres que sa nationalité sur le film qui ne s'adresse clairement pas à la même classe d'âge que son article. Mais comme le souligne Philippe Moins, l'animation a toujours souffert d'une ignorance totale voire d'un certain mépris de la part des journalistes et du grand public, qui la considère comme un divertissement pour enfants, rendant la percée du cinéma d'animation pour adulte très difficile<sup>179</sup>.

Fabienne Bradfer change d'ailleurs son fusil d'épaule à propos d'*Akira* après l'avoir vu au festival (encore que, ce n'est même pas sûr...), qu'elle mentionne en deux (mauvaises) lignes alors que par ailleurs elle s'étend longuement dans sa recension sur les révolutions amenées par l'ordinateur dans le domaine de l'animation ou l'animation britannique :

*« Et il y en a pour tous les goûts, du dessin animé japonais comme Akira de Katsuhiro Otomo où la violence est le menu principal à l'animation délirante des Britanniques. Ils sont fous ces Anglais, mais cette folie leur va si bien. Plongeant dans l'imaginaire total, servant la publicité, les courts métrages d'animation (en présence de Peter Lord) révèlent un grand souci d'innovation*

<sup>176</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins, op. cit.*

<sup>177</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

<sup>178</sup> BRADFER Fabienne, « 10 JOURS DANS UN PALAIS TRES ANIME », dans *Le Soir*, 22 février 1990.

<sup>179</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins, op. cit.*

*et de perfection dans leur conception. Que ce soit à l'aide de simples traits proches de la calligraphie chinoise, ou avec des images de pâte à modeler animée, les histoires sont un concentré de petits détails drôles, poétiques ou terrifiants qui conduisent le scénario au-delà des clichés »<sup>180</sup>.*

On relèvera d'ailleurs l'allusion orientaliste à la calligraphie *chinoise* à côté du mépris pour l'animation japonaise. Le *Club Dorothée* semble avoir transformé aux yeux de certains le Japon en repoussoir...

### *Un manga ébouriffant*

L'éditeur français Glénat flaire en tous cas un filon et lance *Akira* en prépublication dans un magazine mensuel de 68 pages tiré à 120 000 exemplaires, et édite la série sous forme de gros albums de 180 pages au format *comic book* en sens de lecture occidental, directement tirés et traduits de la version américaine. *Akira* permet de lancer pour de bon l'édition de manga en français. Sur 13 mangas parus en français en 1990-92, 12 sont d'Ôtomo, dont une nouvelle tentative des Humanoïdes associés avec une autre série en 1991-92, restée sans lendemain. Glénat renforce sa position de leader du marché en multipliant les titres, toujours dans un format *comic book* avec par exemple *Appleseed* et *Ghost in the Shell* de Masamune Shirow<sup>181</sup>.

Le monde de la BD dans son ensemble est secoué et des auteurs de BD belges plutôt avant-gardistes comme François Schuiten attirent l'attention sur ce qui se passe au Japon et l'influence que cela peut avoir sur la BD mondiale, ici au micro de la RTBF :

*« Ce qui est intéressant disons à regarder, c'est de voir la façon dont les Japonais travaillent la BD, donc d'abord le contact, l'énorme succès public qu'est le Manga - parce que c'est le nom de la bande dessinée au Japon -, la proximité que le Manga a avec le public japonais et la façon dont il reste très collé aux préoccupations des Japonais, ça, ça nous a beaucoup interrogés. Donc, nous, on est allés pendant 10 jours au Japon, effectivement à l'occasion d'une petite sortie de quelques pages et c'était pour vraiment, pour nous, une façon de regarder un peu comment la BD évolue ailleurs, parce qu'on a trop souvent un petit peu la tendance, ici, Européens, à croire que la BD est spécifiquement européenne. Et c'est pas tout à fait vrai, on voit d'ailleurs tout à fait différemment ailleurs. Et elle a d'autres formes, d'autres forces et d'autres faiblesses, aussi. Et c'était très tonique, on est revenu assez dynamisé par ce regard. Ce n'est pas pour ça qu'on va nous-mêmes se lancer à corps perdu dans l'écriture de Manga, mais en tout cas, on en revient en se disant que peut-être, on a encore de beaux jours devant nous, au fait de voir un tel dynamisme. Vous savez, dans le métro de Tokyo, c'est tout à fait habituel de voir la plupart des gens qui lisent des Mangas debout, en train de dévorer les BD. Ça, c'est une chose qu'on a un peu perdue ici en Belgique<sup>182</sup>. »*

---

<sup>180</sup> BRADFER Fabienne, « FESTIVAL DU DESSIN... DE PLUS EN PLUS "ANIME" », dans *Le Soir*, 2 mars 1990.

<sup>181</sup> GROENSTEEN Thierry et al., *L'univers des mangas*, op. cit., p. 135.

<sup>182</sup> SONET Henri, *Interview de François Schuiten et Benoît Peters à l'occasion de la parution de leur dernier album* « *L'écho des cités* » chez Casterman, RTBF, 4 novembre 1993.

Le Japon représente l'avenir de la BD et de l'animation aux yeux des initiés, mais ça, le grand public ne le sait pas encore. En 1994, Yves Schlirf qui fait partie de ce milieu sent que quelque chose est en train de se passer avec cette BD « jamais vue ». Constatant que les mangas marchent très bien dans sa librairie et ayant été engagé comme directeur éditorial chez Dargaud, il souhaite que l'éditeur se lance sur le créneau émergent du manga. Cependant il se heurte aux réticences de sa direction et ne peut pas encore concrétiser son projet :

*« D'abord je crois qu'il y avait une incompréhension totale de la BD japonaise, on ne comprenait pas l'intérêt de publier ça étant donné qu'on avait "assez avec la BD franco-belge", je crois qu'il y avait un petit peu... une pointe de racisme anti-jaune, que je n'ai pas spécialement ressentie à ce moment-là mais plutôt après, notamment chez les journalistes ou les auteurs de BD. Il y a un peu de ça, et puis aussi, ce ne sont pas des droits patrimoniaux, vous achetez des licences, donc le personnage ne vous appartient pas. Donc c'est "moins intéressant" d'investir sur quelque chose qui n'est pas à vous. Vous avez acheté pour un temps X<sup>183</sup> ».*

### LES DÉBUTS DE L'ANIMATION JAPONAISE AU FESTIVAL DU DESSIN ANIMÉ

Pendant ce temps-là, la surprise qu'a été *Akira*, a éveillé son intérêt et le festival du dessin animé se lance bientôt pour de bon dans la diffusion d'animation japonaise. En 1991, il diffuse *Little Nemo*<sup>184</sup>, film adapté de l'une des premières bandes dessinées de l'histoire de Winsor McCay, animé par un studio japonais. *Little Nemo* est une production internationale et bénéficie d'une excellente critique :

*« Dans un tout autre genre, "Little Nemo", une adaptation japonaise et américaine de la célèbre BD de Winsor Mc Cay, réalisée par William Hurtz et Yasuo Otsuka et sur laquelle ont travaillé... le romancier Ray Bradbury, le dessinateur Mœbius, et le scénariste de "Gremlins" Chris Columbus, est un long métrage au style dysnéien dont l'inventivité narrative et le soin apporté aux images l'apparentent aux classiques du genre. On espère pour vous que "Little Nemo" sortira bientôt en salle<sup>185</sup>. »*

Philippe Moins est alors contacté par la société Ucore, basée à Paris et spécialisée dans la distribution de films japonais, qui avait alors les films de Miyazaki dans son catalogue, et avait décidé de les proposer de manière systématique aux festivals européens d'animation<sup>186</sup>. L'année 1992 est donc une entrée en force du cinéma d'animation japonais puisque 5 films (dont une compilation de courts métrages classiques comprenant par exemple du Tezuka) sont programmés avec deux séances

---

<sup>183</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

<sup>184</sup> HURTZ William T. et HATA Masami, *Little Nemo: Adventures in Slumberland*, TMS Entertainment, 1989, 94 min.

<sup>185</sup> HONOREZ Luc, « LE 10E FESTIVAL DU DESSIN ANIME L'ANIMATION SE LYNCH A LA BRANCHE DU SUCCÈS », dans *Le Soir*, 12 février 1991.

<sup>186</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins*, op. cit.

chacun, pour un focus spécial Japon. On y trouve une rediffusion d'*Akira* en partenariat avec le Festival International du Film Fantastique de Bruxelles (BIFFF), et surtout pour la première fois sur grand écran en Europe, des films du studio Ghibli : *Mon voisin Totoro* et *Le Château dans le ciel* de Hayao Miyazaki ainsi que *Le Tombeau des Lucioles* d'Isao Takahata. La volonté de faire découvrir l'animation japonaise dans toute sa diversité est explicite :

« Faites un test : parlez de dessin animé japonais, vous verrez les mines se renfrogner. Le dessin animé nippon a mauvaise presse, c'est un euphémisme. Pourtant, au-delà des clichés, le film d'animation japonais de qualité existe, nous avons fait en sorte que vous puissiez enfin le rencontrer. Pour la première fois, les Festivals européens lui ouvrent toutes grandes leurs portes, puisqu'après Bruxelles, ce sera au tour de Cardiff et de Stuttgart d'accueillir des rétrospectives japonaises.

Il faut avoir vu les films en 3D de notre invité Kihashihiro Kawamoto, les courts métrages de la nouvelle génération ou les longs inspirés des "mangas" pour comprendre ce qui fait dire à Mœbius que c'est le cinéma graphique le plus fascinant du moment<sup>187</sup>. »

Cette mise en lumière, si elle a attiré l'attention d'un certain public (le succès est tout de suite au rendez-vous au festival), n'aura que peu attiré celle des médias. Si *Le Soir* consacre plusieurs articles au festival, un article mentionne rapidement l'animation japonaise :

« Abordons les contrées du cinéma d'animation japonais. Généralement le dessin animé nippon a mauvaise presse. Peut-être changerez-vous d'avis auprès d'auteurs comme Ozamu Tezuka, Renzo Kinoshita (courts métrages japonais : 28/2 et 3/3 à 20 h au Botanique) ou Kihashihiro Kawamoto<sup>188</sup> »

La journaliste ne fait référence qu'aux courts métrages notamment de Tezuka et ne mentionne pas du tout les longs de Miyazaki (qui sont pourtant appelés à devenir bien plus célèbres en Europe). Un autre court article de Fabienne Badfer s'attarde sur cette programmation spéciale :

« Le dessinateur Mœbius affirme que le cinéma d'animation japonais est le plus fascinant du moment. Ne hurlez pas au scandale. Il a mille fois raison ! Au-delà des dessins animés japonais violents et indigestes que nous servent Dorothée et compagnie, il existe des créations graphiques nippones de qualité. Avant les festivals de Cardiff et de Stuttgart, le Festival du dessin animé de Bruxelles ouvre grand ses portes à un "spécial Japon". Quatre longs métrages



<sup>187</sup> MOINS Philippe (éd.), *Festival du Dessin animé et du film d'animation. Programme 1992*, Folioscope, février 1992.

<sup>188</sup> BRADFER Fabienne, « LE XI<sup>e</sup> FESTIVAL DU DESSIN ANIME ET DU FILM D'ANIMATION. NEUF JOURS POUR SE RÉANIMER... », dans *Le Soir*, 17 février 1992.

*inédits en Belgique, une rétrospective de Kihachiro Kawamoto, ainsi qu'une rétrospective de courts métrages japonais jetant un regard pertinent sur leurs contemporains et le monde dans lequel ils vivent, sont au programme<sup>189</sup>. »*

L'article est en fait principalement consacré aux marionnettes de Kawamoto, les noms de Miyazaki et Takahata ne sont même pas mentionnés (ne parlons pas du studio Ghibli !), preuve que ces immenses références sont parfaitement inconnues en Belgique à l'époque hors des programmeurs du festival. On peut noter le retournement de veste de la journaliste qui fait référence à Mœbius alors qu'elle dénigrait complètement *Akira* 2 ans plus tôt... Mœbius qui, d'ailleurs, parlait déjà de Miyazaki l'année précédente à Annecy :

*« En Europe, on juge uniquement le d. a.<sup>190</sup> japonaise à travers les séries télé et on le juge mal. Je suis, par exemple, fasciné par Miyazaki, le réalisateur de "Nausicaä". C'est le plus grand de tous et il n'est connu en Europe que par quelques illuminés !<sup>191</sup> »*

Deux films japonais (outre une reprogrammation de *Quand souffle le vent*) sont projetés lors du festival 1993 : *Porco Rosso*<sup>192</sup>, le dernier Miyazaki sorti un an plus tôt, et *The Sensualist*<sup>193</sup>, un film à destination d'un public adulte se déroulant dans le Kyôto du XVII<sup>e</sup> siècle aux accents érotiques, d'ailleurs scénarisé par Eiichi Yamamoto qui avait réalisé *Belladonna* près de 20 ans plus tôt. À nouveau ces films ne sont mentionnés que brièvement. Il faut dire que ce n'est vraiment pas la tasse de thé de Fabienne Bradfer qui couvre à nouveau le festival :

*Le soir, les adultes découvriront quatre longs métrages inédits tels que « The Tune », du délirant Bill Plympton (les 20-24), « The Sensualist », de Yukio Abe, animation érotique inspirée par les estampes japonaises (les 19-25), ou « Porco Rosso », de Hayao Miyazaki, dessin animé d'aventures aériennes<sup>194</sup> »*

Pourtant, *Porco Rosso*, qui marche bien à Anima, fait sensation au festival d'Annecy, où il remporte un succès critique et le prix du meilleur long métrage, à la surprise générale<sup>195</sup>, inaugurant le début d'une reconnaissance intellectuelle de l'animation japonaise.

---

<sup>189</sup> BRADFER Fabienne, « LE FESTIVAL DU DESSIN ANIME ANIMATION RIME AVEC CINE NIPPON », dans *Le Soir*, 6 mars 1992.

<sup>190</sup> Direction artistique

<sup>191</sup> HONOREZ Luc, « ÇA CARTOON », dans *Le Soir*, 26 juin 1991.

<sup>192</sup> MIYAZAKI Hayao, *Kurenai no buta*, Studio Ghibli, 1992, 94 min.

<sup>193</sup> ABE Yukio, *Kôshoku ichidai otoko*, Holly Planning Production, 1991, 54 min.

<sup>194</sup> BRADFER Fabienne, « LE XII<sup>e</sup> FESTIVAL DU DESSIN ANIME ET DU FILM D'ANIMATION S'OUVRE AUJOURD'HUI DU NAVIRE DE COLOMB AUX ESTAMPES JAPONAISES », dans *Le Soir*, 18 février 1993.

<sup>195</sup> ANDERSON Mathieu, « Le cinéma d'animation japonais en France : l'évolution d'un regard, de *Akira* (1991) à *Paprika* (2006) », dans PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinemas d'animations), p. 187.

En 1994 sont projetés *Arion* de Yoshikazu Yasuhiko, *Les aventures de Panda* de Yugo Serigawa, *Les ailes d'Onnéamiss* de Hiroyuki Yamaga, le film américain *Super Mario* (avec des vrais acteurs, un des plus célèbres nanars adaptés d'un jeu vidéo) tiré du célèbre jeu de Nintendo et enfin une rediffusion de *Little Nemo*. Aucun de ces films n'est mentionné dans *Le Soir*. En 1995, *Roujin Z*, d'Ôtomo et une rétrospective de courts métrages de Tezuka sont à nouveau uniquement cités dans *Le Soir*. Philippe Moins commente ce désintérêt de la presse pour l'animation en général :

« *La presse avec le festival est très bienveillante pour faire notre promo. Mais le problème c'est que le festival n'était pas un sujet journalistique — ça a évolué. Certains se fendaient d'articles trop promotionnels, mais on n'avait presque rien comme recension du festival.*

*On n'a jamais eu de réaction négative de la presse contre la projection de films japonais, par indifférence ! On avait très peu d'articles sur le contenu du festival. Parce que les journalistes ne parlent que de ce qui sort en salles : les courts métrages ne sortent pas, donc on en parle très peu. J'ai l'impression que les journalistes de cinéma se considèrent plus comme des relais promo que des intellectuels faisant un état de l'art. À cette époque-là, les journalistes avaient une forme d'étroitesse d'esprit. L'animation, c'était pas du vrai cinéma, à part les Disney avec Raoul Servais... Mais pas de vraie curiosité pour l'animation... Jusqu'à l'apparition de journalistes comme Alain Lorfèvre et Hughes Dayez... mais ce dernier n'est pas fan du Japon. Didier Stiers au Soir aussi.<sup>196</sup> »*

Alain Lorfèvre, justement, commence à travailler à *La Libre Belgique* et commence à couvrir le festival, avec le regard de la jeune génération :

« *J'ai commencé à travailler comme journaliste vers 92-93. J'ai continué à suivre le festival du dessin animé par passion personnelle. Très vite on m'a demandé d'en parler d'un point de vue professionnel, alors que le festival prenait une ampleur importante. Les organisateurs (Philippe Moins et Doris Cleven) ont eu l'intelligence, même si c'était pas du tout leur culture, de sentir qu'il y avait un courant qui existait au sein de leur public, et ils ont proposé des films d'animation japonaise, les Miyazaki mais pas seulement. Par ce biais j'ai commencé à parler du cinéma d'animation japonais dans les pages de *La Libre*, d'autant plus qu'il commençait à être distribué en salles, et donc j'ai pu m'appuyer sur la petite culture que j'avais à l'époque pour essayer de faire une médiation vers le public, à commencer par faire une histoire de ça. Il y a eu une rétrospective Tezuka à l'époque qui a permis de parler du passé du manga et de l'animation japonaise, avec des articles de fond pour montrer que dernière les gros dessins animés et le merchandising, il y avait une vraie culture et une vaste économie au Japon<sup>197</sup>. »*

### LA « JAPONISATION » JEU VIDÉO ET LE DÉBUT D'UNE COMMUNAUTÉ DE FANS

Au début des années 90, le jeu vidéo typiquement japonais (et non pas seulement les jeux destinés à un public international), connaît un âge d'or. Un nouveau genre de jeu

---

<sup>196</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins, op. cit.*

<sup>197</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

vidéo se développe : le J-RPG<sup>198</sup>. Cette réappropriation par les Japonais du genre à l'origine occidental du jeu de rôle le pousse à un tout autre niveau : les RPG japonais, dont le premier représentant est la série *Final Fantasy* de Squaresoft, sont (comme les mangas) riches et péripéties et tragédies, souvent des quêtes initiatiques, avec une mise en scène théâtrale et des musiques entêtantes ou bouleversantes. Une profusion scénaristique inconnue alors ; mais *Final Fantasy*, est l'une des seules séries à arriver officiellement en Europe avec l'épisode IV en 1994<sup>199</sup>. En effet, ce type de jeu à l'esprit très shônen et ses mécaniques exotiques les cantonnent à rester une curiosité purement nipponne, notamment parce que l'Amérique est beaucoup plus fermée à l'exotisme. Or, cette dernière est un passage obligé pour qu'un jeu arrive en Europe, étant donné la taille de son marché et la méconnaissance des Japonais du marché français. Car contrairement à la situation des anime qui sont importés à l'initiative des télévisions françaises, traduire un jeu coûte plus cher que doubler une série (surtout un jeu très bavard comme un RPG), et ce sont les éditeurs Japonais qui prennent la décision de localiser<sup>200</sup> un jeu, agissant dans le domaine du jeu vidéo un peu comme les *majors* américaines du cinéma. Les rares jeux qui parviennent en Europe sont de type Action-RPG<sup>201</sup> comme *Secret of Mana* et *The Legend of Zelda : A Link to the Past* sur Super Nintendo<sup>202</sup>.

Cependant, on commence à trouver en France mais aussi en Belgique une petite communauté de fans avertis qui contourne le problème par l'import. Ainsi, une boutique auderghemoise de jeux vidéo fréquentée par Arnaud de Grave et ses amis, Video Game Land, importe directement des jeux du Japon, non traduits :

---

<sup>198</sup> RPG pour « Role Playing Game » et J pour Japon : ce genre de jeu est la déclinaison électronique des jeux de rôle de plateau. Prenant souvent place dans des univers de fantasy, ce sont des jeux d'aventure avec des combats qui ne se basent pas sur dextérité du joueur, mais plutôt son intelligence et son abnégation : ils se déroulent selon des mécaniques de jeu bien précises (au tour par tour dans le J-RPG classique), avec des personnages qui gagnent des points d'expérience au fil des combats et de l'argent pour acheter de l'équipement pour les renforcer, etc.

<sup>199</sup> MECHERI Damien, « Final Fantasy VI : Vers la maturité du jeu de rôle japonais », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 68-69.

<sup>200</sup> Dans le domaine du jeu vidéo, on utilise le terme « localisation » plutôt que « traduction » : en effet la traduction n'en est pas le seul aspect, il y a toute une série d'ajustements techniques (voire d'adaptation ou censure du contenu) qui entrent en ligne de compte.

<sup>201</sup> Sans la mécanique de combat au tour par tour.

<sup>202</sup> MECHERI Damien, « Les J-RPG de la SNES. Des trésors en terre étrangère », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 70-72.

« Il y avait un magasin à Auderghem, Video Game Land (qui est après devenu Smartoys). C'était le temple du jeu vidéo japonais, le gars allait au Japon, il ouvrait sa valise qui était pleine de jeux PC-Engine, je voulais tout lui acheter ! Le gars il était content, il avait déjà vendu presque tout son stock avec moi... C'est là que j'ai eu ma Mega Drive japonaise, mon Mega-CD japonais, c'est là qu'ils ont modifié ma console pour faire tourner toutes les versions de jeux possibles... ma PlayStation japonaise, ma PC-Engine... Ils y allaient niveau prix, les jeux PC-Engine c'était 4000 francs belges (100 €) ! Après j'ai commencé à aller à Paris où il y avait beaucoup de magasins japonais avec des prix plus intéressants, 2500BEF au lieu de 4000. Et le billet de train coûtait 50 € l'aller-retour pour les moins de 26 ans. J'allais à Paris le matin et je revenais le même jour, c'était très rentable... J'achetais pour des fortunes (j'étais DJ, ça gagnait pas mal)<sup>203</sup>. »

Malgré la barrière linguistique, l'originalité et le côté à la fois riche et décalé de certains jeux leur permettent de trouver un certain public en Europe. Arnaud de Grave, par exemple, était particulièrement fan du RPG *Tengai Makyô*<sup>204</sup> (un jeu qui demeure aujourd'hui très obscur en Europe) :

« Je pense à *Tengai Makyô*, avec des combats délirants de geisha robot où tu pilotes un sous-marin, un avion... puis les 3 se combinent pour faire un robot geisha avec des combats à la *Street Fighter*... il y a du casino dedans... c'était tellement riche... »



Figures 16 : *Tengai Makyô*, un jeu méconnu

Si certains se contentent des jeux non traduits, d'autres se lancent dans le bidouillage des traductions amateurs qui naissent à cette époque et rend ainsi accessible plus largement des jeux que les Européens n'auraient sinon pas connus<sup>205</sup>.

<sup>203</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave*, op. cit.

<sup>204</sup> *Tengai Makyô* : Ziria, Hudson Soft, 1989, [Jeu vidéo PC Engine CD-ROM].

<sup>205</sup> MECHERI Damien, « Quand les communautés de fans d'en mêlent », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 73-74.

Outre la qualité des scénarios, ce qui plaît aussi aux joueurs, c'est la qualité du jeu japonais, son côté perfectionniste :

*« C'est certain qu'à l'époque le jeu vidéo japonais avait une réputation largement supérieure en termes de qualité de gameplay<sup>206</sup> par rapport aux productions occidentales. Sakura Taisen 3, c'est incroyable en termes de gameplay. C'est le choc émotionnel de ma vie ce jeu vidéo là. Ce jeu SEGA était d'une force incroyable. Il tenait en 4 GD-Rom sur Dreamcast. Le jeu a 3 cinématiques qui évoluent au fil de rencontres des nouveaux personnages. Mais qui fait ça ? Je ne connais pas d'autre jeu qui l'a fait... Ils ont fait un travail de fou sur ce jeu. Et je n'ai jamais trouvé un travail aussi impressionnant sur une production européenne.<sup>207</sup> »*

Une communauté de fans de janimation de la génération *Club Dorothée*, mais aussi de jeux vidéo japonais se développe en France et en Belgique à travers les fanzines, des magazines à petit tirage publiés par les fans : c'est à cette époque que les joueurs prennent conscience des origines japonaises des principaux jeux du marché, et faisant le lien avec les séries animées, tournent leur intérêt vers le Japon. Il n'est d'ailleurs à l'époque pas difficile de se procurer à Paris le magazine de jeu vidéo japonais *Famitsu*<sup>208</sup>. Arnaud de Grave en fait partie et envoie par le poste des articles qu'il écrit pour le fanzine lyonnais *PC-Engine PowerFan*, dédié à la console PC-Engine du japonais NEC, importée en France à partir de 1990 par la Sodipeng<sup>209</sup>. Le fanzine était tiré à très peu d'exemplaires (dans les 800), mais comptait des lecteurs belges.

Le jeu vidéo en général connaît une hausse de popularité sans précédent au début des années 90. En 1992, l'émission de consommation *Autant Savoir* à la RTBF titre « Jeux Vidéo : une folie ». Sans avoir pu voir le reportage, on peut déjà deviner qu'il charrie un certain nombre de préjugés et stéréotypes. Ainsi, le résumé met clairement en avant la peur de dérives et d'addiction (un préjugé qui aura la vie dure, peut-être même plus que ceux associés aux mangas) :

*« Reportage sur le phénomène des jeux vidéo. La ferveur que le phénomène entraîne, les dérives et les addictions des jeunes, la violence<sup>210</sup> ».*

Il faut dire qu'au vu de la liste des personnes interrogées, on devine que le grand public fait les mêmes amalgames qu'avec les mangas et anime, en voyant des jeux violents, alors que le médium est considéré comme réservé aux enfants et qu'on ne le prend pas

---

<sup>206</sup> Le mot « gameplay » désigne l'ensemble des mécaniques de jeu.

<sup>207</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>208</sup> DITTMAR Jérôme, « Japan Connexion. La sortie de la Super Nintendo en France », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 22-23.

<sup>209</sup> Société importatrice de PC-Engine, société des frères Guillemots qui fonderont par la suite Ubisoft, le géant français du jeu vidéo.

<sup>210</sup> « Jeux Vidéo : une folie », *Autant savoir*, RTBF, 19 novembre 1992, 21'13".

au sérieux ; ainsi, outre des spécialistes du secteur de chez Nintendo et Sega, sont interrogés des vendeurs de jouets, un unique fan de jeu vidéo... et sa maman, un professeur de 6<sup>e</sup> primaire et un psychopédagogue ! Arnaud de Grave témoigne de ces vieux préjugés :

« J'ai eu droit aux fameuses remarques dans les années 80 que les jeux vidéo c'était pour les imbéciles, les gens qui y jouaient étaient des dégénérés, un peu comme le rock & roll dans les années 60... Sauf qu'à un moment donné ces jeunes imbéciles deviennent des universitaires ! Ma grand-mère critiquait le fait que je jouais aux jeux vidéo, je lui ai demandé si elle aurait préféré que je sois fan de moto... Elle ne me l'a plus jamais reproché ! Et puis après un passage à la commission européenne, je suis devenu grossiste en jeu vidéo, et là mes parents sont revenus en disant "ah tu vois, on t'a quand même bien aidé en t'achetant tous ces jeux vidéo !" <sup>211</sup> »

Cependant la RTBF a compris le filon, et lance une émission dédiée aux jeux vidéo, *Luna Park*, entre 1993 et 1995, où sont évoqués de nombreux jeux d'éditeurs japonais. Si aucun grand rassemblement communautaire lié à la pop culture japonaise n'existe alors en Belgique, les années 90 voient également l'apparition de salons spécialisés en multimédias et jeux vidéo. Ainsi, le salon « Games » se tient à Bruxelles de 1993 à 1995<sup>212</sup>.

### 1995, LE PHÉNOMÈNE *DRAGON BALL Z*

Le début des années 90 est également l'époque où une série bat tous les records de popularité à la télévision française : *Dragon Ball*. L'adaptation du manga éponyme d'Akira Toriyama<sup>213</sup> se divise en deux parties distinctes : la première, adaptée en anime sous le titre *Dragon Ball*<sup>214</sup> est un récit d'aventures initiatique inspiré de célèbre conte chinois *La pérégrination vers l'Ouest*. Il raconte l'histoire de Son Goku, un petit garçon qui a grandi seul dans les bois avec son grand-père et va partir à la recherche des 7 « boules du dragon » (les fameuses Dragon Ball). Le récit est ponctué de combats, mais est surtout plein d'humour qu'il doit en partie au manga précédent de Toriyama, *Docteur Slump*<sup>215</sup>, un manga comique complètement délirant, à l'humour parfois scato. Elle a été diffusée dans le Club Dorothée de mars 1988 à 1994.

La deuxième partie, adaptée en anime sous le titre de *Dragon Ball Z*<sup>216</sup>, raconte les aventures de Goku adulte qui doit sauver le monde face à de puissants ennemis. Il n'est plus trop question de quête initiatique, il s'agit presque exclusivement d'une série de

---

<sup>211</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>212</sup> VAES Eve-Marie, « L'INFORMATIQUE A L'HEURE DU COCOONING », dans *Le Soir*, 5 février 1993.

<sup>213</sup> TORIYAMA Akira, *Dragon Ball*, Shûeisha, 1984-1995, 42 vol.

<sup>214</sup> OKAZAKI Minoru et NISHIO Daisuke, *Dragon Ball*, Tôei Animation, 1986-89, 153 épisodes.

<sup>215</sup> TORIYAMA Akira, *Dr. Slump*, Shûeisha, 1980-84, 18 vol.

<sup>216</sup> NISHIO Daisuke, YAMAUCHI Shigeyasu, *Dragon Ball Z*, Tôei Animation, 1989-96, 291 épisodes

combats souvent interminables<sup>217</sup> où l'humour est nettement moins présent, avec une surenchère d'attaques toujours plus puissantes, de méchants toujours plus méchants et de muscles saillants. La série a été diffusée dans le *Club Dorothee* de 1990 à 1996, et c'est celle-ci qui a le plus marqué les esprits. C'est un succès jamais vu pour une production d'animation japonaise, qui débarque alors que les films de kung-fu sont très populaires au cinéma, qui mettent en scène des corps musclés et le dépassement de soi par l'entraînement. L'œuvre, dont le personnage n'a pas d'origine culturelle marquée et à qui on peut donc facilement s'identifier, comprend également des éléments inspirés de la psychanalyse (inconscient, quête de ses origines et d'identité...)<sup>218</sup>.



Figure 17 : Des personnages de Dragon Ball Z

Le premier jeu vidéo Dragon Ball qui débarque en France sur NES en 1990 cartonne en magasins<sup>219</sup>. Glénat se lance en 1993 dans l'édition du manga, en se basant pour la première fois sur l'édition japonaise et non plus américaine (mais en continuant de transposer les pages en sens de lecture occidentale), avec un format poche en noir et blanc afin de cibler un jeune public avec peu de moyens<sup>220</sup>. La popularité de la franchise est à son faite entre 1994 et 1996, période où la presse spécialisée en jeux vidéo guettait le moindre prétexte pour mettre Son Goku en couverture (malgré que les jeux vidéo en question étaient souvent mauvais), gage de vente à une époque où elle est la seule à en parler, la presse traditionnelle snobant complètement le phénomène<sup>221</sup>. Arnaud de Grave témoigne de cette folie avec une anecdote :

<sup>217</sup> Une phrase restée célèbre du méchant Freezer est « La planète Namek va exploser dans 5 minutes ! ». Elle explose effectivement 10 épisodes de 20 minutes plus tard...

<sup>218</sup> BITTERLIN Kevin, « Mais pourquoi sommes-nous dingues de DBZ ? », dans *JV — Culture jeu vidéo*, n° 49, février 2019, p. 44-45.

<sup>219</sup> TASTET Sylvain, « Des mangas, des jeux vidéo et des hommes », *art. cit.*, p. 34.

<sup>220</sup> SUVILAY Bounthavy, « Traduire les best-sellers du manga », *art. cit.*, p. 190.

<sup>221</sup> TASTET Sylvain, « Goku, héros de papier », dans *JV — Culture jeu vidéo*, n° 49, février 2019, p. 40.

« À l'époque j'avais rencontré à Bruxelles celui qui est devenu le rédac-chef du magazine Joypad. Un jour il m'avait contacté à propos de la censure dans le jeu vidéo, car à l'époque j'avais la PC-Engine où on trouvait des jeux un peu plus olé-olé que chez Sega ou Nintendo où la censure faisait rage. Maintenant sur Nintendo Switch c'est moins censuré que sur PlayStation... À l'époque les croix étaient censurées dans Castlevania... et je lui ai prêté des jeux, il y avait du Ranma 1/2<sup>222</sup>, quelques jeux pseudo-érotiques... Et il a mentionné notre fanzine, le PC-EnginePowerFan (en référence au magazine japonais PC-EngineFan). Et au lieu du numéro du responsable, ils avaient mis le mien. Et dans le même magazine, le test de Dragon Ball en PC-Engine... Il y a eu quelques appels, car Dragon Ball quand les gens le voyaient sur une armoire, ils voulaient acheter l'armoire !<sup>223</sup> »

Le film qui sort en France en 1995 fait certes deux fois moins d'entrées que Goldorak, mais les VHS font la fortune des éditeurs de vidéo, faisant véritablement exploser le marché<sup>224</sup>. Le film sort en décembre en Belgique, le premier film d'animation japonaise à arriver sur les écrans belges depuis *Belladonna* dans les années 70. Il fait l'objet d'une critique très virulente de Fabienne Bradfer :

« Nés au Japon en 1986 de l'imagination d'Akira Toriyama, les héros de "Dragon Ball Z" viennent de quitter le carcan du petit écran pour envahir le grand. On ne comprend pas vraiment la raison si ce n'est celle d'un mercantilisme forcené vu le succès de ce véritable phénomène de société qui hante les cours de récré et les boîtes de nuit. Cela dit, toutes les modes ne sont pas bonnes à suivre. Même si vos copains s'habillent "manga", l'héroïsme ne serait-il pas de défusionner de cette vague lobotomisante ?<sup>225</sup> »

Il devient difficile pour la presse de fermer les yeux sur ce qui est un véritable phénomène de société qui touche toute la jeune génération. Ainsi un premier article du *Soir* rédigé par Julie Huon s'y intéresse sérieusement en 1995 et tente de le décrypter :

« Du "fleur bleue" au polar, les héros s'adaptent à toutes les tranches de public. Les éditions Glénat éditent depuis quatre ans déjà le manga-culte Akira (tome 13 à paraître). Soit deux mille pages d'une BD au graphisme superbe ainsi qu'un film exceptionnel (le plus gros budget alloué à un dessin animé japonais). [...]

Face à cet univers déroutant, violent et noir, traversé plein tube par des gosses en deux-roues, on trouve un tout autre style, destiné aux plus jeunes qu'il a fidélisés devant le petit écran : Dragonball (mensuel depuis janvier) est le récit de ce petit marrant aux cheveux hirsutes et à l'énorme bouche.

Parmi les autres petits formats parus depuis le début de l'année chez Glénat, Sailormoon (pour les filles), Gunnm (Cyborgs et science-fiction), Crying Freeman. Ce superbe album plus adulte a pour héros un samouraï, beau et tatoué, plus précisément un yakusa, membre de l'organisation criminelle la

---

<sup>222</sup> Adaptation d'une série du *Club Dorothée*

<sup>223</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave*, op. cit.

<sup>224</sup> SUVILAY Bounthavy, « Retour sur les débuts de la vente de cassettes vidéo d'anime en France », art. cit., p. 110.

<sup>225</sup> BRADFER Fabienne, « À VOUS DE VOIR », dans *Le Soir*, 20 décembre 1995, [En ligne],

<<https://www.lesoir.be/art/d-19951220->

W36DZV?referer%3D%2Farchives%2F Recherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIPTC%253A01005000%26sort%3Ddate%26Basc%26word%3Dmanga>, (Consulté le 26 septembre 2019).

plus connue au Japon. À guetter dans les salles : le film. Enfin, *Dr Slump*, du même auteur que *Dragonball*, est la première BD en français qui se lit de droite à gauche, le sens de lecture japonais. Trois grands formats cartonnés sont également en vente ; *Street Fighter II*, *Orion* et *Appleseed*.

Si les auteurs japonais exportent à merveille leurs œuvres chez nous, voici une nouvelle BD made in France à l'arrière-goût de là-bas. *Nomad* a la couleur du manga, mais ce n'est pas un manga. Ses créateurs (Savoia, Buchet et Morvan) sont Français mais ont voulu travailler dans l'optique japonaise pour toucher les mêmes gens. Paru en août au même format qu'*Akira*, avec le même nombre de pages, graphisme soigné et colorisation par ordinateur, en voici la recette : un rythme soutenu, un découpage des images quasi cinématographique, moins de texte et plus d'action par page, tout en gardant un style de dessin original.

Bref, plutôt que de qualifier bêtement le manga de bédé bas de gamme, peut-être vaudrait-il mieux s'interroger sur les nouveaux modèles de pensée qu'il va nous amener : le travail en équipe (si dur, si rare chez nos auteurs), une production très pensée, très pro, avec un nombre de pages énorme (cent vingt, cent trente) tout au long desquelles rien, jamais, n'est laissé au hasard<sup>226</sup> ».

On relève qu'*Akira* qui était passé inaperçu dans le journal 5 ans plus tôt sinon pour sa violence a cette fois obtenu le statut d'œuvre culte. Ça a aussi été le cas en France, et le terme « culte » s'y applique particulièrement bien dans la mesure où on a affaire à une œuvre qui n'a pas été reconnue à sa sortie, mais qui grâce à ses qualités intrinsèques et un public de fans inconditionnels, a réussi à s'imposer sur la durée comme représentative d'une époque<sup>227</sup>.

C'est aussi en octobre 1995 que les anime débarquent à la télévision belge, avec d'une part la diffusion de *Dragon Ball* sur RTL-TVi<sup>228</sup> jusqu'en 1996, et d'autre part en novembre avec le canal belge de la chaîne française MCM lancée un an plus tôt, qui propose dans son émission *Mangazone* 5 minutes quotidiennes consacrées à l'animation, puis un magazine d'une demi-heure le week-end diffusant de la janimation et ponctuellement la *Nuit Mangazone* de minuit à 4h du matin. *Le Soir* en fait un accueil très mitigé dans un article au titre pratiquement raciste (« japonaiseries », un mot courant chez les détracteurs de l'époque qui est un détournement du mot « japonaiseries » remontant à l'époque du japonisme), entre virulence contre la violence et la bêtise de *Dragon Ball* qui captive les enfants et nuance quant au reste de la production japonaise destinée aussi aux adultes (Seinen).

---

<sup>226</sup> HUON Julie, « MANGAS ! LES DÉBORDEMENTS D'IMAGES SECOUENT LE MONDE DE LA BD », dans *Le Soir*, 8 avril 1995.

<sup>227</sup> ANDERSON Mathieu, « Le cinéma d'animation japonais en France : l'évolution d'un regard, de *Akira* (1991) à *Paprika* (2006) », *art. cit.*, p. 188.

<sup>228</sup> VAN VAERENBERGH Olivier, « DRAGONBALL A ENVAHI LA TÊTE DES PLUS PETITS SAN GOKU N'EST PLUS SUR LES PETITS ÉCRANS... POUR L'INSTANT EXPLICATIONS DU SUCCÈS », dans *Le Soir*, 15 janvier 1997.

En effet, on constate avec MCM qu'il commence à y avoir une ouverture vers un autre public et que les enfants ne sont plus considérés comme les seuls spectateurs potentiels des anime :

*« Pour votre gouverne, il faut savoir qu'un combat peut durer une douzaine d'épisodes, avec force habits déchiquetés, colères rougeoyantes, yeux injectés de sang et corps égratignés comme un petit nerf bon pour l'abattoir. Mais, miracle "Dragon Ball Z", les 6-14 retrouvent chaque fois entiers leurs funestes mais mythiques héros, grands propagateurs de la violence gratuite, du dialogue zéro, et de l'agonie cathodique après démo de karaté ! [...]*

*Heureusement pour les curieux, MCM déborde carrément de l'univers Dorothée réservé plutôt aux enfants pour montrer tout ce qui bouge dans le phénomène manga, ces petites bandes dessinées japonaises au trait rapide nées dans des hebdomadaires vendus à bas prix à des milliers d'exemplaires au pays du Soleil-Levant. [...]*

*Cette nuit, on découvre le reste de l'iceberg : tout l'univers facile et délirant des mangas, avec dossier thématique des auteurs et des genres, de "DBZ" aux érotiques.<sup>229</sup> »*

Toujours est-il que la pop culture japonaise s'impose comme un phénomène de société. L'année 1995 marque d'ailleurs un décollage du nombre d'articles mentionnant le mot « manga » dans le journal *Le Soir* (voir graphique en *Annexe 1*), avec 5 articles entièrement consacrés au sujet.

C'est également cette année-là qu'on commence à parler de mangas en télévision sur la RTBF (*Annexe 2.2*) dans l'émission de talk-show *Carlos et les Autres* ainsi que dans l'émission jeunesse *Luna Park*, émission ayant existé de 1993 à 1995 principalement consacrée aux jeux vidéo. Le manga peine cependant à s'imposer en radio puisqu'on ne recense rien depuis l'interview de François Schuiten en 1993.

### 1996, TOUT S'ACCÉLÈRE

#### *Les éditeurs belges entrent en piste*

Les années 1995-96 marquent l'arrivée de deux importants éditeurs belges de bande dessinée sur le marché du manga.

Tout d'abord Casterman, qui suite à la fin de la série Tintin consécutive à la mort d'Hergé qui faisait son fonds de commerce, s'est orientée dans les années 80 vers une bande dessinée adulte qui se légitimerait en se rapprochant le plus possible de la littérature (c'est l'essor du « roman graphique »). Dans cette logique, Casterman s'associe avec l'éditeur japonais Kodansha pour produire un « roman dessiné » par Baru,

---

<sup>229</sup> LEGRAND Dominique, « QUATRE HEURES DE JAPONAISERIES : LA PREMIÈRE NUIT MANGA SUR MCM », dans *Le Soir*, 28 novembre 1995.

un auteur français très estimé par les médias comme *Le Monde*<sup>230</sup>, mais également *Le Soir*<sup>231</sup>, qu'il sort dans une nouvelle collection intitulée « Manga », en référence au format qui s'éloigne des 48 pages cartonnées couleur standard avec un gros album en noir et blanc. La collection comprendra des auteurs français, américains, mais également Jirô Taniguchi, un auteur japonais qui ne s'inscrit pas dans le modèle industriel de la production de manga, mais développe un style tout à fait personnel, calme et méditatif, plus proche dans ses influences de la BD franco-belge que du manga. C'est un atout qui le rend beaucoup plus grand public en Europe et va contribuer à une certaine légitimation de la bande dessinée japonaise. Ainsi, la publication de *L'homme qui marche*<sup>232</sup> est l'occasion de la première véritable critique d'un manga dans les pages du *Soir* en janvier 1996 :

« Convenons qu'au niveau du suspense haletant et de l'aventure fébrile, "L'homme qui marche" est un peu léger. C'est un livre qu'on prend en main et que l'on regarde négligemment. Puis, subrepticement, une espèce de magie s'en dégage, on se sent attiré par ce marcheur solitaire, on se prend à suivre ses pas dans ces rues banales, à ressentir la respiration légère des maisons devant lesquelles il passe, le regard éveillé, l'esprit attentif.

"L'homme qui marche" de Taniguchi est un beau livre. Édité par Casterman dans sa collection Manga au format de poche, il tranche avec ce que nous connaissons généralement de la production japonaise. C'était bien l'objectif poursuivi par Taniguchi comme il l'explique dans une interview publiée par (À Suivre) : "La mise en scène de la violence ou du cul est devenue un véritable système dans la bande dessinée japonaise, une institution. Qui, selon moi, n'a aucun respect pour les facultés d'imagination du lecteur. À l'inverse, les mangas tels que 'L'homme qui marche' représentent à peine 10 % de la production... La BD japonaise courante cherche toujours à vous démontrer, à souligner ce qui est évident. Mon but, c'était de parvenir à traduire les sentiments du héros par des effets d'ambiance, à suggérer des émotions, esthétiques ou autres, sans avoir à les expliquer. Faire en sorte, finalement, que les images parlent d'elles-mêmes".<sup>233</sup> »

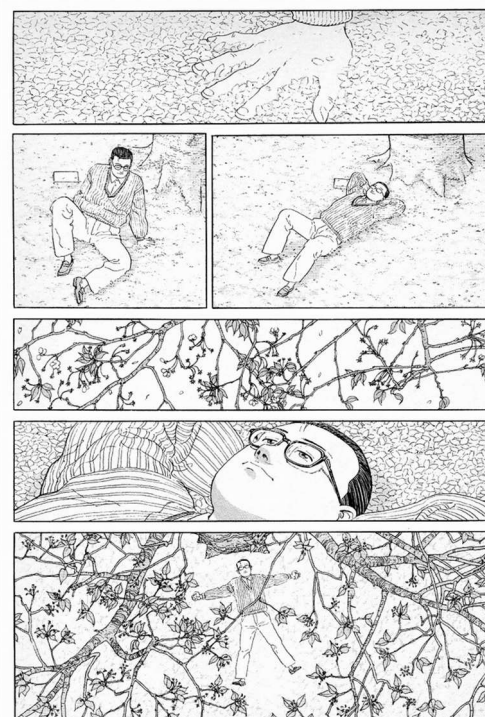


Figure 18 : Une planche de "L'homme qui marche" de Taniguchi

<sup>230</sup> SUVILAY Bounthavy, « Ceci n'est pas un manga », ou comment Casterman a construit la réputation de Jirô Taniguchi, op. cit.

<sup>231</sup> ROUYET Robert, « AUTOROUTES DU SOLEIL AUTOROUTE DES VACANCES, DOUCE FRANCE, BEAU PAYS DE MON ENFANCE... », dans *Le Soir*, 18 octobre 1995.

<sup>232</sup> TANIGUCHI Jirô, *L'homme qui marche*, Casterman, Bruxelles/Paris, 1995, 144 p (Mangas).

<sup>233</sup> ROUYET Robert, « UN HOMME DANS LA VILLE, "L'HOMME QUI MARCHE", MANGA COOL », dans *Le Soir*, 31 janvier 1996.

Le deuxième éditeur, c'est Kana. L'arrivée d'un nouveau directeur commercial chez Dargaud, François Pernot, permet à Yves Schlirf d'enfin concrétiser son projet de maison d'édition consacrée au manga. Mais l'éditeur se lance d'abord avec de la bande dessinée coréenne : le père d'Yves Schlirf qui voyageait beaucoup lui avait ramené un article en anglais sur un grand auteur de *manhwa*<sup>234</sup>, Lee Hyun-Se, et son directeur commercial se rendant justement en Corée, il achète les droits de deux séries. Le succès n'est pas à la hauteur des attentes, le public rejetant ce qui ne venait pas du Japon<sup>235</sup>. Mais Schlirf ne se dégonfle pas et se rend cette fois au Japon pour demander entre autres des licences de séries connues du *Club Dorothee*, comme *Les Chevaliers du Zodiaque*. Mais les Japonais de la Shûeisha, le plus gros éditeur du Japon ne lui montrent aucun intérêt :

*« Ils nous ont reçu très gentiment, on leur a expliqué le pouvoir de Média Participations avec Dargaud, Dupuis et Lombard. Et au bout de 2-3 h, ils nous ont dit : "Nous, Shûeisha, plus grand éditeur du monde, ne voulons pas travailler avec vous". Donc ça commençait plutôt mal<sup>236</sup>. »*

Cependant Yves Schlirf avait dans ses bagages un article sur sa librairie dans un magazine japonais, qu'il avait obtenu grâce à Carlo Lévy, qui justement cette année-là se lance dans l'édition vidéo d'anime, en cofondant la société Dynamic Vision comme représentante en Europe du studio japonais Dynamic Planning (à l'origine de *Goldorak*).

*« Il me disait "tiens j'ai une relation dans une revue d'animation, je vais faire un article sur ta librairie, compte sur moi !" Et il l'a fait ! Et donc je suis parti avec cet article, c'est un peu grâce à lui qu'on a obtenu ces licences. Les Japonais quand on est venus ils n'étaient pas intéressés par ce marché européen... alors furieux je leur ai balancé à la tête cet article en leur disant au revoir... Et là il se sont fait un signe, ils ont téléphoné à deux types qui sont descendus, qui ont lu l'article. Et puis ils ont dit "Nous, Shûeisha, plus grand éditeur du monde, nous voulons bien travailler avec vous" ! Donc ce qui les a convaincus c'était pas le grand groupe mais le fait que j'aimais le manga car j'en vendais dans ma librairie. Ça a un peu changé, ils sont devenus un peu plus commerciaux... »*

À partir de là, un certain nombre de portes s'ouvrent pour Kana :

*« Une fois que Shûeisha a dit oui, tout le monde le sait donc tout le monde vous dit oui. Shôgakukan a dit oui, à l'époque je ne savais pas que c'était la même maison (c'est comme Dargaud-Lombard et Dupuis). Shûeisha étant le plus puissant, tout le monde veut travailler avec vous, à part les concurrents comme Kôdansha avec qui on a avait plus de mal à travailler, parce qu'on était copains avec Shûeisha...*

*Moi j'ai toujours essayé d'aller voir le panorama des éditeurs, mais c'est sûr que quand vous travaillez avec Shûeisha, il y a des éditeurs concurrents qui ne sont pas très chauds de travailler avec vous. Alors on a réussi à en*

---

<sup>234</sup> Terme désignant la bande dessinée coréenne.

<sup>235</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

<sup>236</sup> FNAC, *Interview — Yves Schlirf — (1/2) — Fnac Paris Forum*, 28 juin 2010, [En ligne], <<https://www.youtube.com/watch?v=nsiUzU-AWR4>>, (Consulté le 7 décembre 2019).

*convaincre certains, mais c'est plus compliqué... Ce sont des choix pas voulus, on était prêts à travailler avec tout le monde. Avec des éditeurs plus petits, c'est plus facile puisqu'ils sont flattés qu'on travaille avec eux, ou dans le cadre de rééditions d'anciens mangas, ça posait moins de problèmes<sup>237</sup>. »*

Schlirf revient avec la licence des Chevaliers du Zodiaque de la Shûeisha et de *Détective Conan*<sup>238</sup> de Shogakukan dans ses cartons. Les ventes sont bien meilleures qu'avec la tentative coréenne, et l'éditeur commence à se lancer, non sans difficulté sur le marché franco-belge :

*« Il y avait un intérêt croissant, disons. Les Coréens ça a été très très difficile, on peut dire qu'il y avait un rejet de la part du public un peu plus marqué, il ne voulait pas du tout entendre parler de BD coréenne, c'était pas japonais, donc c'était mauvais. Alors après avec les Chevaliers du Zodiaque il y a eu un intérêt puisque c'était du Shônen, la machine se met en route. Mais il faut du temps, parce que les libraires et la presse ne sont pas prêts, il y a des boucliers de la part d'auteurs franco-belges qui se sentent un peu envahis par ces gens "de l'étranger" qui viennent leur piquer des ventes... Donc tout ça n'est pas très bien admis, il y a beaucoup de freins<sup>239</sup>. »*

La RTBF commence doucement à s'intéresser au phénomène. D'abord en radio où le manga est évoqué comme « un phénomène relativement neuf » au cours d'un débat sur les 100 ans de la BD<sup>240</sup>, puis avec un reportage<sup>241</sup> se tournant comme *Le Soir* tout d'abord vers le Japon où il est omniprésent.

### *Ghost in the Shell au BIFFF, Hayao Miyazaki enfin au cinéma*

Le festival Anima n'a plus le monopole de l'animation japonaise. Ainsi, le Festival international du film fantastique de Bruxelles (BIFFF) fondé en 1983 et qui projetait surtout des films américains à ses débuts s'ouvre au cinéma fantastique et de science-fiction mondial au cours des années 90. Après une première collaboration avec le festival Anima en 1992 pour la projection d'*Akira*, il s'empare de l'animation japonaise en projetant *Ghost in the Shell*<sup>242</sup>, autre chef-d'œuvre cyberpunk du cinéma d'animation, adapté du manga<sup>243</sup> également publié chez Glénat<sup>244</sup>. Le Festival du dessin animé diffuse quant à lui les deux films *Patlabor* du même réalisateur. Le BIFFF commence alors à diffuser un ou deux films d'animation japonaise chaque année du genre fantastique ou

<sup>237</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

<sup>238</sup> Série de Gôshô Aoyama, toujours en cours de publication chez Kana avec 98 volumes à son actif !

<sup>239</sup> SCHLIRF Yves, *Interview — Yves Schlirf — (1/2) — Fnac Paris Forum*, op. cit.

<sup>240</sup> *Débat : 100 ans de BD+Feuilleton*, RTBF, 10 janvier 1996.

<sup>241</sup> « JAPON : LES MANGAS », *JT*, RTBF, 24 octobre 1996, 2'26".

<sup>242</sup> OSHII Mamoru, *Kôkaku kidôtai*, Production I.G, 1995, 83 min.

<sup>243</sup> SHIROW Masamune, *Kôkaku kidôtai*, Kôdansha, 1989-1991, 2 vol.

<sup>244</sup> « Sélection 1996 », BIFFF, [En ligne],

<[https://web.archive.org/web/20000413174606fw\\_/http://www.cinemaniacs.be/biff/FR/films/films96.htm](https://web.archive.org/web/20000413174606fw_/http://www.cinemaniacs.be/biff/FR/films/films96.htm)>, (Consulté le 27 juillet 2020).

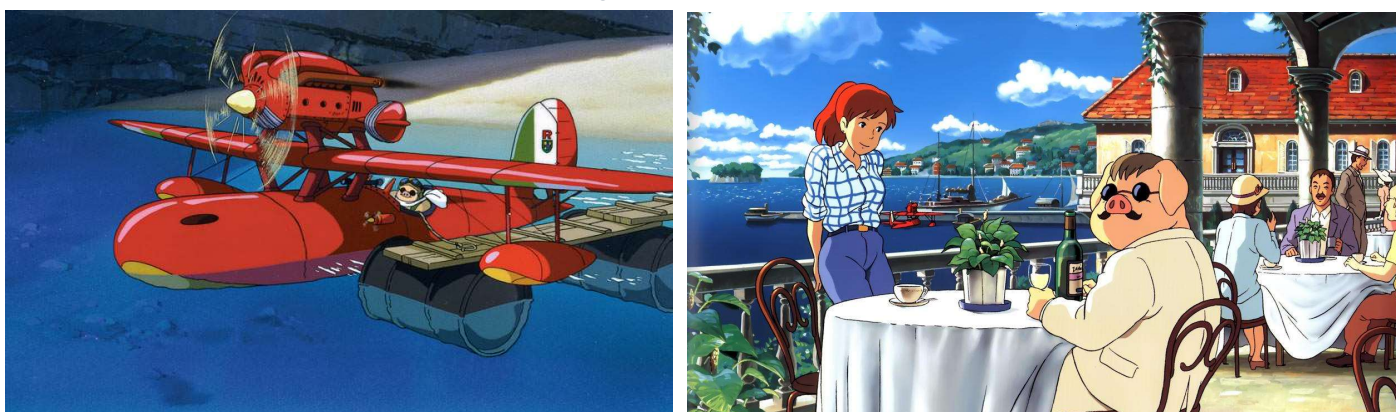
science-fiction, ce qui provoquera parfois une concurrence et quelques tensions avec Philippe Moins et son équipe, car la production de films d'animation à l'époque était suffisamment faible pour qu'on se batte pour les obtenir<sup>245</sup>.

C'est également en 1996 que sort en salle pour la première fois un film de Hayao Miyazaki. Après son succès à Annecy, le Studio Canal négocie avec Ucore les droits cinéma de *Porco Rosso*, et réalise un doublage ambitieux, avec la voix de Jean Reno dans le rôle-titre. Malgré les moyens marketing mis en œuvre, le film ne remporte pas le succès escompté. Il faut dire que la presse française n'en fait pas très grande couverture et est toujours influencée par les préjugés sur l'animation japonaise<sup>246</sup>. En Belgique, le film est à nouveau projeté au festival du dessin animé, puis sort en salles, notamment aux Grignoux à Liège, avec au moins 15 séances, ce qui reste peu comparé aux films américains. Il fait néanmoins bonne impression puisqu'il bénéficie néanmoins d'une bonne critique de Fabienne Bradfer (!) qui commence à comprendre que tout n'est pas bon à jeter dans l'animation japonaise :

*« Étrange dessin animé que ce "Porco Rosso". Inclassable, le film de Hayao Miyazaki, qui donne de belles lettres de noblesse à l'animation japonaise, ressemble à un oignon dont chaque couche parlerait à un public, réveillant l'enfant qui sommeille en l'adulte et l'adulte qui va naître dans l'enfant. Film d'aventure, d'humour, d'amour et d'aviation, ce dessin animé japonais raconte les aventures de Marco (Porco Rosso), aventurier solitaire métamorphosé en cochon, qui vole aider les personnes en difficulté à bord de son splendide hydravion rouge depuis son repaire sur l'Adriatique, dans l'entre-deux-guerres.*

*Faisant les doux yeux aux anachronismes volontaires tout en étalant un vrai sens du cinéma, "Porco Rosso" est baigné d'humour mais aussi de réflexion sur les bonheurs enfuis. Lors de sa sortie à Tokyo, "Porco Rosso" se classa devant "La Belle et la Bête", "Basic Instinct" et "JFK". Qui va-t-il devancer chez nous ?<sup>247</sup> »*

Figures 19 : *Porco Rosso*



<sup>245</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins*, op. cit.

<sup>246</sup> MICHAUT Xavier, *Porco Rosso*, [En ligne], <<http://www.butta-connection.net/index.php/longs-metrages/films-de-hayao-miyazaki/porco-rosso?start=4>>, (Consulté le 25 juillet 2020).

<sup>247</sup> BRADFER Fabienne, « À VOUS DE VOIR », dans *Le Soir*, 3 avril 1996.

Le film qui n'a pas rencontré un gros succès en salles, contrairement au festival Anima, est pourtant reprogrammé pour 6 séances aux Grignoux l'été qui suit, ainsi qu'au Vendôme à Bruxelles lors d'une programmation spéciale animation, avec notamment *Dragon Ball Z* :

« Si "*Dragon Ball Z*" est là pour contenter les amateurs de mangas violents et stéréotypés, signalons que le reste de la programmation s'aventure sur les chemins d'auteur du cinéma d'animation. [...] »

Dans un autre style, "*Porco Rosso*", de Hayao Miyazaki, fait tomber les préjugés sur l'animation nipponne et prouve qu'elle ne se réduit pas aux mangas. Ce film d'humour, d'amour et d'aviation est un film d'aventure pure où l'auteur évoque la montée du fascisme en Italie, dans l'entre-deux-guerre et, surtout, tous les petits bonheurs de la vie.<sup>248</sup> »

Si l'animation japonaise de Miyazaki commence à gagner ses lettres de noblesse, c'est pour être mise en opposition avec les « mangas », terme qui entre dans le langage courant (utilisé sans guillemets), mais qui ne sert que minoritairement à désigner la bande dessinée : sous ce terme, le grand public entend les *anime* du *Club Dorothée*, chargé d'une réputation de violence et d'une animation bas de gamme.

#### 1997-98, TRAVERSÉE DU DÉSERT

La pop culture japonaise a connu une hausse de visibilité croissante au cours des années 90, d'abord avec le jeu vidéo, puis les anime et enfin la multiplication des éditeurs de manga, le tout propulsé par le phénomène *Dragon Ball*. Cependant cela ne se fait pas sans résistances, et l'année 1997 est particulièrement riche en polémiques.

Ainsi, dès le début de l'année, les critiques et les poursuites du CSA<sup>249</sup> lancé dans une croisade contre la violence dans les émissions pour enfants ont raison du *Club Dorothée* : AB Production, qui gérait les droits des séries pour TF1 se réoriente dans la production de sitcoms ; avec *La Cinq* qui s'était éteinte en 1992, c'est la fin des anime sur les chaînes généralistes françaises<sup>250</sup>. Olivier Van Vaerenbergh publie alors dans *Le Soir* un véritable pamphlet contre *Dragon Ball*, qu'il met dans le même sac de séries « extrêmement violentes » avec *Sailor Moon*, une série pour jeunes filles qui l'est nettement moins :

---

<sup>248</sup> BRADFER Fabienne, « QUINZE DESSINS ANIMÉS POUR L'ÉTÉ CINE DES ENFANTS, PETITS PLAISIRS POUR CINÉPHILES EN HERBE », dans *Le Soir*, 3 juillet 1996.

<sup>249</sup> Conseil supérieur de l'audiovisuel

<sup>250</sup> SUVILAY Bounthavy, « Retour sur les débuts de la vente de cassettes vidéo d'anime en France », *art. cit.*, p. 112.

« *Dragonball* » est, à la base, un manga, une de ces bandes dessinées japonaises imprimées sur du papier pas cher, produites à la chaîne, et au graphisme repérable entre mille : c'est le plus moche. [...]

La recette, au pays du Soleil-Levant, n'est vraiment pas neuve. Ce mélange de héros vraiment super et de mauvais vachement hyper dans un monde ultraviolet à mi-chemin du high-tech et de l'heroic fantasy a donné naissance à nombre de clones, d'« *Albator* » à « *Sailor Moon* », de « *Ken le Survivant* » aux « *Chevaliers du Zodiaque* ». À chaque fois, le succès était de mise, et le principe le même : des centaines d'épisodes, tirés en longueur jusqu'à la rupture et extrêmement violents. La saga « *Dragonball* » sur les petits écrans ne forme en fait que le sommet d'un iceberg gigantesque, véritable machine à faire bouffer du manga aux plus petits. [...] « *AB Productions* », boîte de production française célèbre pour son « *Hélène et les Garçons* », et plus généralement, pour l'affligeante bêtise de ses sitcoms, est le propriétaire pour l'Europe francophone des droits de « *Dragonball* » et de bien d'autres mangas. C'est elle qui orchestre d'une baguette de maître le matraquage publicitaire qui entoure San Goku.

Et si la stratégie fonctionne, les amalgames sont dangereux : ainsi, on ne compte plus les mamans qui, après avoir acheté la bande dessinée pour compléter le cartoon, peuvent y lire quelques scènes d'un érotisme soft et à la limite de la pédophilie, caractéristique des mangas pour grands ados ; autre public que celui des dessins animés.

Attention donc : si le gamin réclame du *Dragonball* a tous les repas, il convient de prendre garde à la posologie. De toute façon, dans quelques mois, un autre super -hyper-méga héros mal dessiné prendra sa place.<sup>251</sup> »

RTL cesse provisoirement la diffusion de *Dragon Ball* en Belgique par manque d'épisodes, mais reprend en mars : la série est beaucoup trop juteuse. D'ailleurs, la stratégie est payante puisque TF1 dégringole à 10,5 % de parts de marché chez les 6-14 ans belges en 1999, alors qu'il en captivait plus de la moitié 11 ans plus tôt<sup>252</sup>. L'une des raisons qui ont poussé la forte restriction de la diffusion d'animation japonaise en France, c'est une politique protectionniste de quotas d'œuvres européennes à la télévision poussée par la France en réaction à l'impérialisme audiovisuel américain<sup>253</sup>, et imposée dès 1989 par la directive européenne « Télévision sans frontières » ; les états membres sont d'ailleurs pour la plupart allés plus loin que les 50 % imposés par la directive<sup>254</sup>.

C'est d'ailleurs cette même année qu'est créé le forum Cartoon, qui permet aux producteurs des pays membres du Conseil de l'Europe de créer des coproductions ; ces mesures ont permis de véritablement relancer l'industrie de l'animation en Europe, avec l'émergence de séries de très bonne qualité<sup>255</sup>. La RTBF en fait partie et, contrairement à

---

<sup>251</sup> VAN VAERENBERGH Olivier, « DRAGONBALL A ENVAHI LA TÊTE DES PLUS PETITS SAN GOKU N'EST PLUS SUR LES PETITS ÉCRANS... POUR L'INSTANT EXPLICATIONS DU SUCCÈS », *art. cit.*

<sup>252</sup> DE HESSELLE Laure, « MARKETING Club RTL », *art. cit.*

<sup>253</sup> BUCHSBAUM Jonathan, « "The « Exception Culturelle » Is Dead." Long Live Diversity », *art. cit.*, p. 7.

<sup>254</sup> *Quatrième communication pour la période 1997 et 1998*, Commission au Conseil et au Parlement européen relative à la mise en œuvre des articles 4 et 5 de la directive 89/552/CEE « Télévision sans frontières », 2000, [En ligne], <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex:52000DC0442>>, (Consulté le 27 juillet 2020).

<sup>255</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre*, *op. cit.*

son homologue française, est quant à elle restée totalement imperméable à l'animation japonaise :

« Reste la RTBF. Marianne Nihon, son responsable des programmes pour la jeunesse, est autrement catégorique : pas de ça chez nous ! C'est un choix, absolument, nous a-t-elle expliqué. C'est violent, ce n'est pas beau : je n'ai pas l'intention de diffuser des dessins animés que je n'estime pas, même s'ils fonctionnent très bien. Il ne faut bien entendu pas généraliser, il existe des dessins animés japonais tout à fait valables. Mais nous essayons à la RTBF de passer en priorité des productions européennes et non violentes. De plus, même si les mangas sont économiquement très intéressants, il faut les acheter en "package", autrement dit en groupe. Nous préférons travailler de manière plus artisanale.<sup>256</sup> »

La politique de la RTBF qui vise à rassurer les parents est d'ailleurs explicite sur les publicités pour son émission jeunesse *Ici Bla Bla* qu'elle diffuse à partir de 1996 notamment dans le programme du festival du dessin animé, qu'elle sponsorise. Le slogan « des dessins animés européens en non-violents » laisse peu de place au doute...

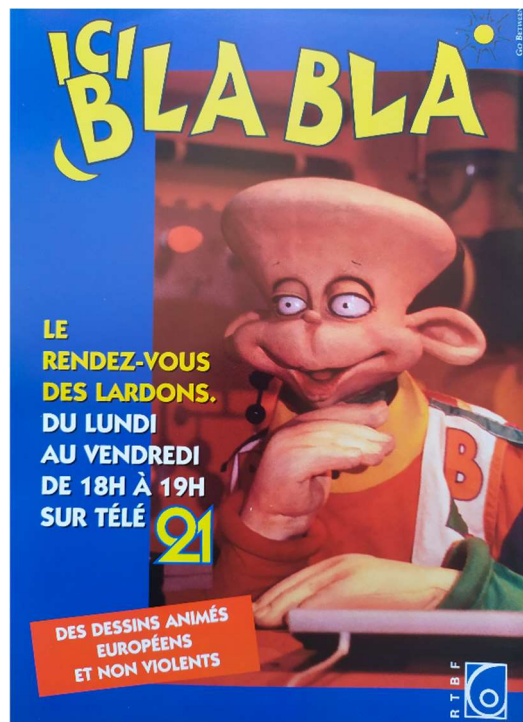


Figure 20 Publicité à l'arrière du programme du festival du dessin animé 1996 et 1997

Olivier Van Vaerenbergh mentionnait dans son article « des mangas osés à la limite de la pédophilie ». Et justement un scandale associant manga et pédophilie éclate cette année-là : un article du *Soir* en mars explique le parquet de Bruxelles multiplie les saisies de mangas et anime *hentai* mettant en scène des mineures d'âge (collégiennes en uniforme). Le grand public semble découvrir l'existence d'une production pornographique circulant de façon plus ou moins souterraine, et dont les codes sont très différents de la pornographie occidentale : si les parties génitales sont systématiquement floutées pour des raisons légales au Japon, il n'est pas interdit de mettre en scène des personnages mineurs (tant qu'il s'agit des dessins bien sûr), et les scènes de viol sont très fréquentes. L'article du *Soir* ne fait pas vraiment la distinction entre ce qui choque la morale et ce qui relève du Code pénal :

« Un exemple parmi d'autres. La cassette intitulée "Sailor guerrières" à la jaquette relativement sobre en ce qui concerne les dessins est nettement plus expressive au niveau du texte. On apprend qu'il s'agit du "Mystère du démon

<sup>256</sup> VAN VAERENBERGH Olivier, « San Goku n'est plus sur les petits écrans... pour l'instant », dans *Le Soir*, 15 janvier 1997.

*érotique” ou encore de la “version intégrale non censurée”. Quant à l’aventure proposée, il s’agit des “cinq Sailor en plein enfer du vice”. Au verso, une mise en garde relativement petite met en garde les “consommateurs” et précise que la cassette “n’est en aucun cas destinée aux enfants”... Une interprétation que ne partagent pas les autorités judiciaires : pour elles, c’est de la pédophilie.<sup>257</sup> »*

Si la boîte de la cassette ne laisse guère de doute qu’il s’agit d’une parodie pornographique de *Sailor Moon*, rien n’indique a priori qu’il s’agit de pédopornographie, et à fortiori de « pédophilie ». L’amalgame est également fait avec les séries pour grand public comme *Dragon Ball* puisque dans le même journal un autre article évoque les plaintes à l’encontre du manga :

*« Que reproche-t-on à Sangoku, Bulma et autres héros de “Dragon Ball” ? De contrevenir aux articles 383 et suivants du Code pénal relatifs aux outrages publics aux bonnes mœurs et à la pornographie infantine. Et, plus concrètement, de contenir des incitations à la pédophilie. Les plaignants incriminent particulièrement des planches où, par exemple, une héroïne exhibe son sexe ou ses seins en échange d’un cadeau de la part d’un “pépère” très pervers. C’est un vieux sénile et obsédé, ricane Lucas, huit ans et demi. Ce sont des pédophiles qui ont écrit cela, ajoute Maxime, neuf ans, manifestement bien informé par les “grands”.<sup>258</sup> »*

Néanmoins l’article se veut nuancé et se fait également l’écho des arguments des défenseurs du manga :

*Les mangas n’ont évidemment pas que des détracteurs. Leurs adeptes voient dans le procès fait aux mangas pour jeunes le signe d’un conflit de générations. Glénat, qui édite « Dragon Ball », estime que les plaintes s’inscrivent dans le courant émotionnel et réactionnaire actuel.*

*— Les pères la pudeur s’offusquent parce que Bulma montre sa petite culotte. Mais cela se fait depuis 50 ans, explique Paul Herman, ajoutant que « Dragon Ball » véhicule un message très positif. Pour Glénat, « Dragon Ball » et les mangas, c’est la littérature des jeunes de 1997 qui ne lisent plus les BD « classiques ».*

*— Une littérature rien qu’à eux dans laquelle les parents n’entrent pas. Et que ceux-ci ne comprennent pas. Pour lui, la réduction abusive de l’équation manga = sexe + violence ne colle pas à la réalité complexe du genre.*

*Les défenseurs des mangas réfutent également l’argument selon lequel la violence et le sexisme de la plupart des mangas produiraient des effets d’imitation. Le Japon, disent-ils, n’est pas le pays où le taux de criminalité est le plus élevé du monde. »*

Des articles à ce sujet sont également publiés dans les journaux *Le Peuple* et *La Wallonie*, rapidement évoqué dans la revue de presse de matin première : « assiste-t-on à un choc des cultures ou à des bandes dessinées vraiment pédophiles ? »<sup>259</sup>.

---

<sup>257</sup> DU BRULLE Christian, « DES MANGAS OSES INCITENT A LA PÉDOPHILIE », dans *Le Soir*, 26 mars 1997.

<sup>258</sup> VANDEMEULEBROUCKE Martine et DE MUELENAERE Michel, « “Dragon Ball” affronte la morale et le Code pénal », dans *Le Soir*, 26 mars 1997.

<sup>259</sup> REVUE DE LA PRESSE, *Matin Première*, RTBF, 4 août 1997.

On peut se demander comment les éditeurs ont réagi par rapport à ces problèmes de censure. En ce qui concerne Kana, Yves Schlirf est en général contre la censure, sauf bien sûr quand c'est un impératif légal, mais n'est pas pour que tout public puisse voir n'importe quoi :

*« On n'est pas à l'abri de développements violents ou très sexuels... enfin il y a des lois, qui ne sont pas tout à fait les mêmes qu'au Japon...*

*On n'a pas vraiment censuré, parce que ce qu'on choisit à la base, sauf exception, ça reste quand même assez cool. Mais on a dû changer l'âge d'une gamine. Enfin moi je l'ai imposé. Parce que c'est très clair dans la loi, vous ne pouvez pas faire des trucs avec des gens qui ne sont pas majeurs, c'est la loi... Si vous dites, comme dans la BD japonaise que la fille a 14 ans, vous allez devant un juge ! C'est pas compliqué...,*

*Moi je ne suis pas très censure, pudique... j'ai été éduqué dans une génération très rock & roll, sex & drugs, donc je ne suis pas vite effarouché comme les gens d'aujourd'hui... Mais bon il y a quand même du légal, et si vous faites du shônen c'est quand même à destination d'un certain public, donc on ne va pas commencer à leur raconter des histoires de sodomie, ou de pédophilie... Il y a des limites, à chaque âge il y a des choses qu'on peut lire ou pas. Ma fille je l'ai censurée sur des tas de choses en lui disant "tu pourras le lire plus tard..."*

*On a dû sans doute de mémoire tricher sur un ou deux trucs... Mais pas beaucoup. Et à l'époque on pouvait quand même lire un peu plus en amont, donc on avait moins ce problème de découvrir... Glénat a eu des ennuis terribles avec ça ! Oui on a dû tricher sur certains âges... Pas que le truc en soi était gênant mais ça l'était sur une gamine de 12 ans... Moi j'ai pas laissé passer. Et puis la loi c'est la loi, on peut ne pas être d'accord... Sinon oui on a dû mettre de temps en temps un truc en seinen, mais ça reste exceptionnel.<sup>260</sup> »*

Une dernière mauvaise publicité qui coïncide avec la première mention de la franchise Pokémon, alors inconnue, dans les médias belges vient clôturer l'année : la RTBF fait l'écho en télévision et en radio de l'« Affaire Porygon<sup>261</sup> » des crises d'épilepsie provoquées au Japon par la diffusion d'un épisode de Pokémon. Un reportage du JT titre « La TV qui rend fou »<sup>262</sup>, et le sujet est également traité dans le journal parlé en radio :

*« Le dessin animé en question est une série très populaire intitulée "Pocket monster", inspiré d'un célèbre jeu vidéo de Nintendo. Aujourd'hui la chaîne de télévision publique, NHK qui diffusait ce dessin animé, a décidé de suspendre jusqu'à nouvel ordre le programme dans tout le pays. Dans le dessin animé, un gentil petit rat lançait des éclairs avec les yeux pour combattre des virus dans un ordinateur. Le porte-parole de Nintendo a exclu tout lien entre le jeu et le dessin animé. 7 millions et demi de ces jeux sur console ont été vendus depuis février 96 et les recettes s'élèvent à plus de 400 milliards de yens.<sup>263</sup> »*

---

<sup>260</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

<sup>261</sup> Nom utilisé plus tard pour parler de cette affaire, du nom du Pokémon au cœur de cet épisode qui a la particularité de pouvoir entrer dans les ordinateurs.

<sup>262</sup> « Japon : La TV qui rend fou », *JT*, RTBF, 17 décembre 1997, 1'33".

<sup>263</sup> *JP FEDERAL 11H00*, RTBF, 17 décembre 1997, 2'30".

On reste perplexe devant la description pour le moins vague du contenu de l'anime et à propos de l'exclusion de « tout lien entre le jeu vidéo et le dessin animé » étant donné que l'anime est bien une adaptation du jeu vidéo... En réalité, Nintendo qui édite le jeu s'est dégagé de toute responsabilité en ce qui concerne la série animée<sup>264</sup>. Cela dit il faut bien noter que pour une fois la critique ne porte pas sur la violence et la bêtise puisqu'on parle d'un « gentil petit rat » (pour désigner Pikachu, bien évidemment).

On trouve d'ailleurs des articles moins négatifs en 1997, avec une séquence de *Matin Première* où « Thierry Bellefroid nous emmène au Japon, à la découverte des mangas<sup>265</sup> », ainsi qu'un article du *Soir*<sup>266</sup> qui évoque le grand succès de la sortie japonaise de *Princesse Mononoké* de Hayao Miyazaki, et en fait une critique assez positive. Le passage à vide n'est que temporaire. L'année 1997 est aussi marquée par la mode éphémère des tamagotchis, ces jeux électroniques en forme d'œuf qui consistent à s'occuper d'une sorte de petit animal de compagnie virtuel. Acheté, d'après une vendeuse interrogée une semaine après sa sortie, principalement par des jeunes de 12 à 30 ans, soit un public moins enfantin que ce qu'on pourrait croire (et donc probablement à l'affût de tout ce qui vient du Japon), il fait l'objet d'un reportage au JT de la RTBF<sup>267</sup> qui le voit comme une curiosité. Enfin c'est en 1997 qu'à lieu la première sortie au cinéma d'un film d'Isao Takahata, *Le Tombeau des lucioles* (1988), lors de la programmation estivale « Écran total » du cinéma Arenberg-Galleries. Un film qui « tomber radicalement tous les préjugés collant à l'animation japonaise », dixit Fabienne Bradfer<sup>268</sup>.

L'année 1998 confirme le déclin de l'animation japonaise en télévision. Ainsi Christian Davin, producteur, affirme que « le dessin animé en Europe est en pleine expansion et il y a beaucoup moins d'importations de dessins animés américains et japonais par les télévisions européennes<sup>269</sup> ». La pop culture japonaise n'est pas évoquée en radio cette année-là. *Le Soir* ne lui consacre pas d'article spécifique mais se fait cependant écho du festival de la BD de Charleroi qui pour la première fois a décerné un prix du « meilleur album manga », décerné à *Néon Genesis Evangelion*, rare adaptation en manga (d'habitude, c'est l'inverse) d'une série d'animation devenue immédiatement

---

<sup>264</sup> LASSINAT-FOUBERT Loup et HADDADÈNE Alvin, *Généralisations Pokémon. 20 ans d'évolutions*, 1<sup>re</sup> édition, Toulouse, Third éditions, 2016, p. 43.

<sup>265</sup> BELLEFROID Thierry, « A L'AFFICHE/LLN/GILAIN/BD BELLEFROID/FLUTE ENCHANTEE », *Matin Première*, RTBF, 10 novembre 1997, 1'53".

<sup>266</sup> WILLEMS Nadine, « Un film bat tous les records d'audience au Japon Hayayo : le "Mononoke" noir de monde », dans *Le Soir*, 25 octobre 1997.

<sup>267</sup> LAHBIB Hadja, « La folie des Tamagotchi », *JT*, RTBF, 27 mai 1997, [En ligne], <<https://www.sonuma.be/archive/la-folie-des-tamagotchi>>, (Consulté le 14 janvier 2020).

<sup>268</sup> BRADFER Fabienne, « Totalement inédits... et sacrément intéressants », dans *Le Soir*, 21 juin 1997.

<sup>269</sup> « SYROS : 9EME FORUM CARTOON », *JTD*, RTBF, 4 octobre 1998.

une référence<sup>270</sup> et de « meilleur auteur manga » à Osamu Tezuka à titre posthume<sup>271</sup>. Le manga papier gagne ainsi en légitimité et est en train de prendre le relais des anime.

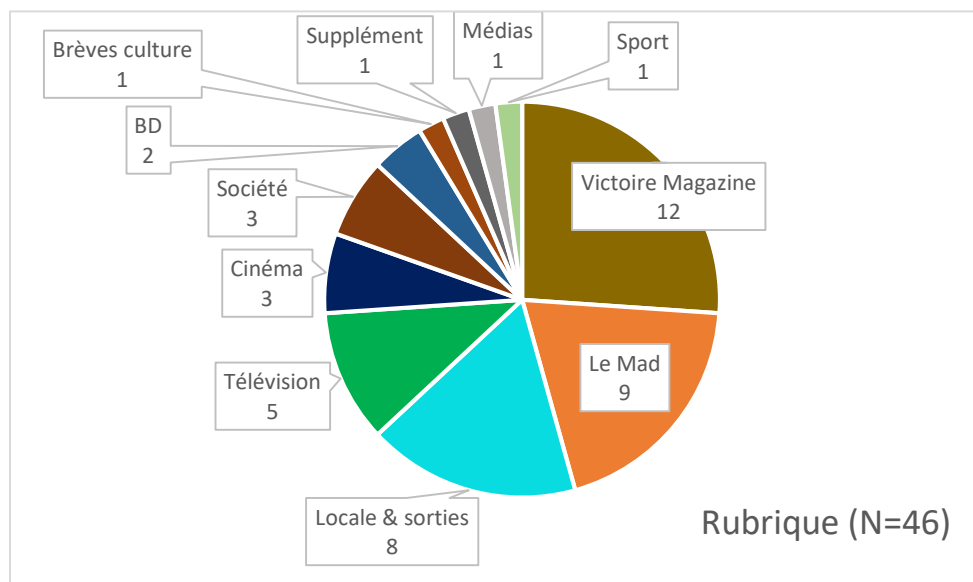
C'est aussi une période de vaches maigres au Festival du dessin animé puisque seul *Le tombeau des lucioles* de Takahata est projeté en 1997 (il l'avait déjà été en 92), et en 1998 l'unique film japonais est *Les aventures de Panda* de Yugo Serigawa.

L'année 1999 est elle aussi très calme (hormis une projection de courts et moyens métrages d'auteur au Festival du dessin animé), du moins jusqu'au 5 octobre...

#### APPROCHE QUANTITATIVE DU TRAITEMENT DU MANGA ET DE L'ANIMATION JAPONAISE DANS LES MÉDIAS AU COURS DES ANNÉES 90

##### *Le Soir (entre 1988 et 1999)*

Le graphique en *Annexe 1* nous montre que si le terme « manga » est mentionné dès 1988 (début des archives en ligne du *Soir*), son usage reste assez exceptionnel. On compte un article pour présenter le phénomène au Japon en 1991 et 1992. Comme nous l'avons vu, c'est à partir de 1995 que le terme gagne en visibilité. En 1996, il est déjà bien implanté puisqu'il est mentionné à 7 reprises dans des articles qui ne le concernent pas directement. Après une chute en 1997 qui voit pourtant un regain d'articles dédiés (les polémiques), le terme confirme son entrée dans l'usage courant en 1998 et 1999. Il devient d'ailleurs utilisé sans guillemets, même si son usage impropre pour désigner de l'animation est très répandu.

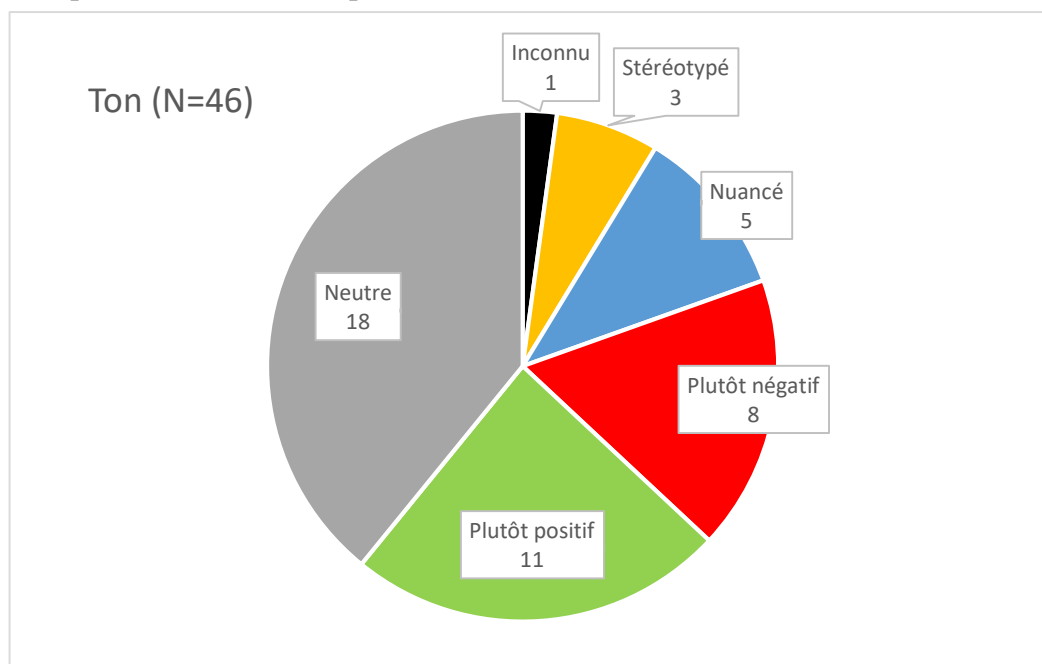


Graphique 1 : Rubrique des articles du journal *Le Soir* mentionnant le mot « manga » entre 1988 et 1999

<sup>270</sup> ANNO Hideaki, *Shin Seki Evangelion*, Gainax, 1995-96, 26 épisodes. La série éditée en VHS par Dynamic vision depuis 1996 est un des fleurons de son catalogue, mais n'a pas construit sa réputation européenne en passant à la télévision.

<sup>271</sup> BELGA, « BANDES DESSINÉES. Le palmarès du Festival de Charleroi », dans *Le Soir*, 8 décembre 1998.

Les rubriques majoritaires pour publier des articles en lien avec le manga sont les suppléments hebdomadaires *Victoire Magazine* (magazine « tendances et lifestyle ») et *Le Mad* (supplément culturel). La prédominance d'un magazine dédié aux tendances montre que le manga est une tendance émergente et ne s'est pas encore installé comme une forme d'expression culturelle reconnue, même si *Le Mad* figure en seconde place, la plupart des articles visant à expliquer ce nouveau concept. Ensuite vient la rubrique locale et concernant les sorties : il est principalement question du festival de la BD de Charleroi ayant mis les mangas en avant. 5 articles dans la rubrique télévision s'intéressent aux *anime* mais les désignent avec le terme *manga* ; c'est peu quand on sait la déferlante d'animation japonaise qu'ont connue les télévisions à cette période. Finalement très peu d'articles mentionnent le terme dans la rubrique cinéma et BD ; la critique de manga en tant que telle est quelque chose de pratiquement inexistant (seule exception avec *L'homme qui marche* de Taniguchi, un manga qui s'éloigne assez fort de la culture populaire). La critique de films d'animation est plus présente : le médium du cinéma est certainement le mieux implanté dans la presse quotidienne et le seul lié à la culture populaire qui bénéficie de critique sur le fond des œuvres.

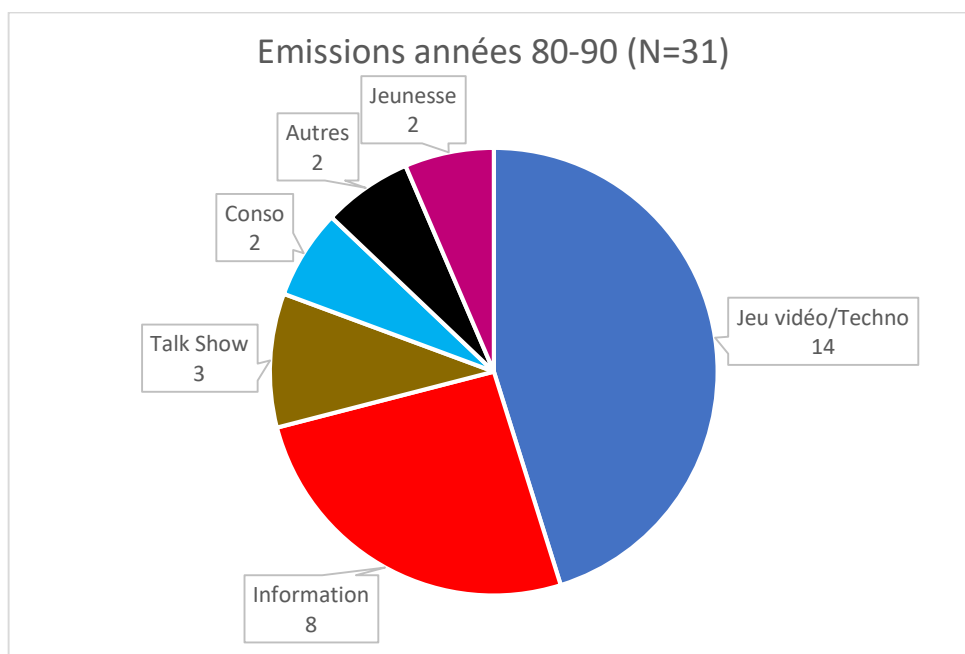


Graphique 2 : Ton des articles du Soir mentionnant le mot « manga » entre 1988 et 1999

J'ai tenté d'analyser le ton des articles pour voir s'il était donné une image positive ou négative de la pop culture japonaise. Un gros tiers des articles mentionne le terme de manière trop brève ou totalement neutre (de type dépêches d'agence de presse). Pour le reste on peut dire que c'est très partagé : 3 articles ne sont pas franchement contre mais véhiculent des stéréotypes, 8 articles sont condescendants, à charge, voire carrément racistes ; en contrepartie 11 articles sont pédagogiques ou positifs. Enfin restent 5 articles nuancés qui exposent des aspects négatifs mais sans généralisation, en mettant

l'accent sur la diversité de cette culture. On voit donc que l'hostilité envers la culture populaire japonaise est bien présente, mais qu'on trouve autant d'ouverture à son égard, bien que celle-ci ne parvienne pas à s'imposer à l'ensemble de la rédaction ; cela doit refléter sans nul doute l'opinion du grand public, bien que celui-ci soit sans doute bien plus divisé par le facteur de l'âge.

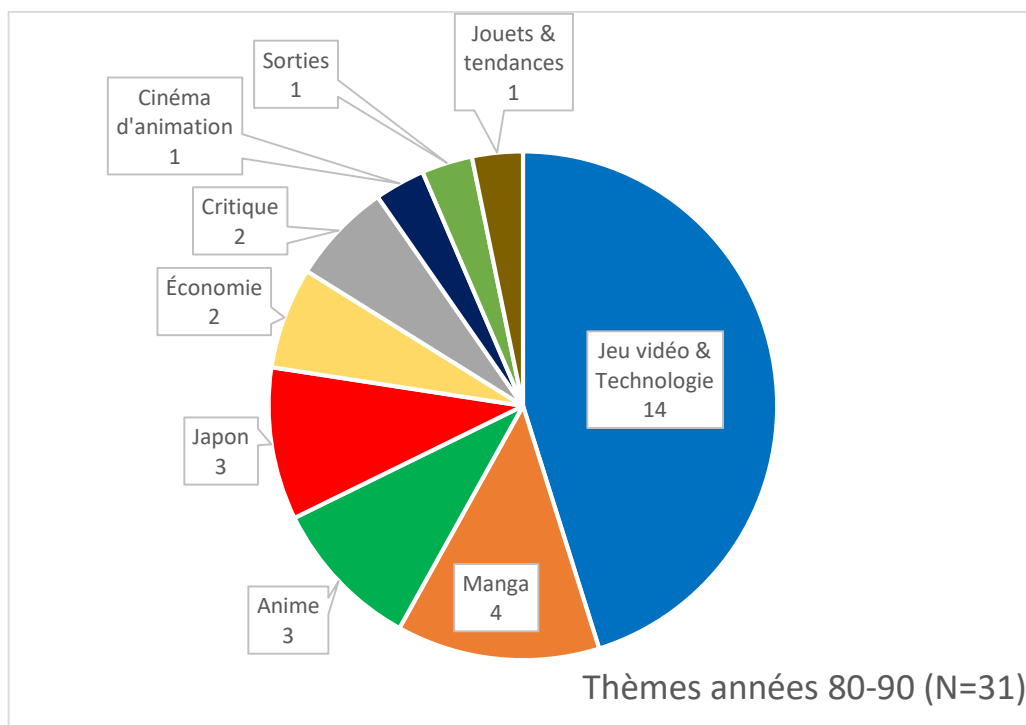
*RTBF en télévision (1982-1999)*



Graphique 3 : Émissions comprenant les séquences de télévision liées à la pop culture japonaise pour les années 80 et 90 (légende des catégories en Annexe 2.1)

La période des années 90 compte peu d'émissions ou de séquences concernant la pop culture japonaise. On en parle majoritairement à travers l'aspect du jeu vidéo, sa dimension alors la plus familière pour le grand public, à travers l'émission dédiée *Luna Park* et l'éphémère *Crash-TV*. Ensuite viennent les rares reportages du JT sur le jeu vidéo et un sur les mangas ; l'animation japonaise, les mangas et les jeux vidéos japonais sont respectivement évoqués une fois dans l'émission de talk-show de Carlos. Les jeux vidéo font l'objet de deux séquences de l'émission de consommation *Autant Savoir* ; les jeux japonais sont évoqués au moins deux fois dans l'émission *Crash-TV*, émission pour les jeunes consacrée en partie aux jeux vidéo et nouvelles technologies<sup>272</sup>.

<sup>272</sup> Programmes de rentrée 1996-1997, [En ligne], <<http://rtbf.be/1996/centres/cpb/cpbxl.html>>, (Consulté le 1 août 2020).



Graphique 4 : Thématiques des séquences en télévision avant 1999

Le graphique en *Annexe 2.2* nous montre que dès les années 80, ce qu'on appelait alors les « jeux électroniques » sont évoqués dans les médias, et associés au Japon. Ce sont d'ailleurs les jeux vidéo qui sont pour la majeure partie abordés dans les années 90, grâce à l'émission spécialisée *Luna Park*. Les mangas et les anime sont rarement évoqués, et l'animation au cinéma est complètement absente à l'exception d'une séquence du talk-show Carlos et les autres sur le festival du dessin animé. Bien sûr il est tout à fait possible que des films comme *Porco Rosso* aient pu être évoqués à la télévision, mais aurait alors fallu cibler la recherche sur le titre du film ou le nom du réalisateur, ce qu'il ne m'a pas été possible de faire ; à tout le moins on peut dire que si ces films ont été évoqués, leur origine japonaise n'a sans doute pas été mise en avant. Les deux critiques recensées pour cette période concernent des jeux vidéo japonais.

## *CHAPITRE III*

### *Massification (2000–2008)*

#### GÉNÉRATION POKÉMON : LE TRIOMPHE DU KAWAII

À la charnière du nouveau millénaire, un nouveau phénomène va définitivement implanter la culture populaire japonaise dans le monde. Après avoir touché le Japon à partir de 1996 et les États-Unis en 1998, le tsunami *Pokémon* déferle sur l'Europe à partir du 5 octobre 1999.

*Pokémon*, c'est la franchise *cross-média* la plus lucrative de l'histoire<sup>273</sup>. À l'origine, il s'agit d'un jeu vidéo du genre J-RPG créé par Satoshi Tajiri sur Game Boy, la console de portable de Nintendo. L'histoire est bien connue : le créateur qui, comme beaucoup d'enfants japonais, jouait à capturer des insectes pour les faire combattre a eu une révélation en voyant un jour une fourmi se balader sur un câble link<sup>274</sup>. Il imagine alors un jeu dont le but serait de capturer des créatures dans la nature pour les élever et les utiliser au combat, tout en pouvant les transporter facilement avec soi grâce au concept de « Pokéball ». Ainsi est développé le jeu *Pocket Monster* (rapidement abrégé en *Pokémon*) dont le slogan « *Getto da ze !* » (Attrapez-les tous) incite à attraper les 150 Pokémon qui peuplent la région de Kantô. L'une des idées géniales, c'est de sortir le jeu en deux versions complémentaires : l'aventure est identique, mais certains Pokémon n'étant disponibles que dans l'une des deux versions, il est nécessaire de trouver un ami possédant la version complémentaire pour les obtenir par échange. Il existe également un

---

<sup>273</sup> CUSSEAU Clément, *Pokémon est la franchise la plus lucrative devant Star Wars et Harry Potter*, [En ligne], <<http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18673861/>>, (Consulté le 30 juillet 2020).

<sup>274</sup> Câble reliant plusieurs Game Boy permettant de jouer en multijoueur.

151<sup>e</sup> Pokémon légendaire qu'il est impossible de capturer normalement dans le jeu<sup>275</sup>, ce qui a entretenu au Japon un mystère qui a grandement contribué à l'engouement<sup>276</sup>.



Figures 21 : Pokémon Rouge et Bleu

Le succès se construit progressivement au Japon, et finit par prendre des proportions énormes : comme c'est toujours le cas avec les franchises à succès, toute sorte de produits dérivés sont créés : des mangas, une série animée, des spin-off<sup>277</sup>, et surtout un jeu de cartes à jouer et à collectionner (JCC) inspiré de *Magic : The Gathering*, premier jeu de ce type créé en 1993 par des Américains.

Il est alors question de localiser le jeu aux États-Unis. La branche américaine de Nintendo hésite : en effet, elle craint que le jeu ne soit pas assez occidental pour fonctionner. Il faut dire que les références à la culture japonaise sont nombreuses, que ce soit dans les lieux (la région est directement inspirée du Kantô, la région de Tôkyô) ou la conception des Pokémon dont beaucoup sont inspirés du folklore japonais. Mais ce qui rebute le plus les Américains, c'est que le jeu soit considéré comme « trop mignon » et « pas assez cool »<sup>278</sup>. Il faut dire que le design du jeu s'inscrit complètement dans la culture japonaise du *kawaii* qui devient dominante au Japon. Ce mot que l'on traduit le plus souvent en français par « mignon » a un sens plus large au Japon et peut désigner ce qui est faible, adorable, enfantin qui doit être protégé. À l'origine, c'est une sorte de contre-culture née au cours des années 60 chez des jeunes qui aspiraient à plus

<sup>275</sup> Rajouté au dernier moment dans le jeu par les développeurs comme une sorte d'*easter-egg* (surprise cachée), le Pokémon *Mew* est découvert par des joueurs exploitant des bugs du jeu. Nintendo s'empare alors du *buzz* provoqué pour le distribuer aux joueurs qui lui envoient leur cartouche de jeu. Ce concept de Pokémon disponibles uniquement grâce à des événements spéciaux sera repris dans les jeux ultérieurs.

<sup>276</sup> LASSINAT-FOUBERT Loup et HADDADÈNE Alvin, *Généralisations Pokémon*, op. cit.

<sup>277</sup> Jeux vidéo dérivés au concept différent de la série principale ; par exemple à cette époque un jeu de puzzle, un simulateur de vie avec Pikachu, un jeu de safari-photo...

<sup>278</sup> LASSINAT-FOUBERT Loup et HADDADÈNE Alvin, *Généralisations Pokémon*, op. cit., p. 57.

d'individualisme en refusant le rôle d'adulte que la société japonaise leur impose<sup>279</sup> et qui, en réaction, se réfugiaient dans le monde de l'enfance, par exemple en lisant des mangas pour enfants ou par la mode ; l'icône de cette culture est le personnage d'*Hello Kitty* né en 1974. Ces valeurs ont percolé dans toute la société au cours des années 80 (un peu comme ce qui s'est passé en Occident avec le mouvement hippie), où le *kawaii* devient valorisé tant chez les hommes que les femmes<sup>280</sup>.



Figure 22 : Illustrations originales de Ken Sugimori présentées à l'expo « Manga » du British Museum (photo A. Dekimpe)

Pour en revenir à Pokémon, c'est la société partenaire de Nintendo pour la gestion américaine des produits dérivés des franchises *Mario* et *Zelda*, 4Kids, qui sent le potentiel du projet et parvient à convaincre Nintendo of America de se lancer. Nintendo se charge de la localisation du jeu, le JCC est confié à Wizzard of the Coast, la société derrière le succès de *Magic : The Gathering*, et 4Kids se charge des autres produits dérivés et surtout de l'adaptation de l'anime. S'il était question au départ de redessiner les Pokémon pour les rendre « plus cool » (par exemple Pikachu devait devenir une sorte de gros chat tigré agressif), les créateurs originaux apposent leur veto. Cependant, de nombreuses censures ou modifications sont apportées à l'anime, pourtant déjà bien plus lisse que les séries de l'époque *Club Dorothee* (pas une goutte de sang par exemple) : les rares vagues allusions sexuelles sont édulcorées, des gags sont réécrits, un épisode où apparaît une arme à feu est supprimé ainsi qu'un autre où un personnage masculin se travesti en femme, sans compter le fameux épisode de Porygon qui avait fait parler de lui dans le monde entier.

---

<sup>279</sup> En effet, la société japonaise se structure sur base des groupes et non pas des individus, et chacun se définit au sein d'un groupe par son rôle et non par son identité propre. La notion de rôle dans la société (*yaku*) est donc extrêmement importante (AZRA Jean-Luc, *Les Japonais sont-ils différents ? : 62 clefs pour comprendre le Japon ordinaire*, Paris, Connaissances et Savoirs, 2011, [Sciences humaines et sociales. Sociologie], p. 26.)

<sup>280</sup> KINSELLA Sharon, « Amateur manga subculture and the otaku panic », dans *Journal of Japanese Studies*, vol. 24, n° 2, 1998, p. 291; DUPUY Louise, *Kawaii Culture - The Origins and Meaning of Cute in Japanese*, [En ligne], <<https://taiken.co/single/kawaii-culture-the-origins-and-meaning-of-cute-in-japanese/>>, (Consulté le 30 juillet 2020).

Des éléments typiquement japonais sont aussi gommés : des *onigiri* (boules de riz) sont remplacés par des burgers, des *matsuri* (festivals folkloriques) deviennent des « fêtes Pokémon »...<sup>281</sup>

La franchise est lancée directement à grand renfort de marketing et produits dérivés, et le succès est massif et immédiat. Les mêmes recettes sont appliquées en Europe : en France, le jeu est lancé le 5 octobre 1999, puis la série débarque sur TF1 le 3 janvier 2000. La chaîne, échaudée par les polémiques du *Club Dorothée* et ayant drastiquement diminué sa programmation d'animation japonaise s'est laissée difficilement convaincre. Cependant l'accord proposé est très alléchant puisqu'il comprend les droits sur les produits dérivés, et on demande le rapport écrit d'un psychologue pour chaque épisode afin de pouvoir rétorquer à toute attaque venant des médias. Il faut dire que la série a peu de choses à se reprocher en transmettant des valeurs d'amitié, de responsabilité, de travail et de non-violence (sauf dans le cadre de combats entre Pokémon bien réglementés, bien sûr...)<sup>282</sup>.

Le carton du jeu, et de l'anime est immédiat, sans compter le jeu de cartes qui circule abondamment dans les cours de récréation, bien que l'aspect collection soit bien plus important pour les enfants que le jeu<sup>283</sup>... Le manga *Pokémon* n'a par contre pas du tout marché en Europe (Glénat a arrêté sa publication après 7 volumes). L'un des atouts du jeu est également d'être un RPG avec une dimension initiatique (classique dans la production japonaise) mais avec des mécaniques simplifiées permettant de cibler un plus jeune public, ce qui est assez inédit pour ce type de jeux<sup>284</sup>. Avec Pokémon, les enfants s'approprient tout un univers que les adultes ne comprennent pas, de la même façon qu'à l'époque de *Dragon Ball* et du *Club Dorothée*, avec une violence moins problématique.

*Le Soir*<sup>285</sup> voit le phénomène venir dès le mois d'octobre, s'appuyant sur le succès colossal que remporte le jeu et les produits dérivés outre-Atlantique. Il faut dire qu'Hasbro qui distribue les produits dérivés en Belgique a choisi d'attendre le début 2000 pour lancer sa grosse campagne marketing, alors que la série est quant à elle diffusée sur Club RTL dès le 25 octobre 1999 (soit plusieurs mois avant TF1) et le jeu de cartes lancé le 8 novembre. Le doublage français de la série est d'ailleurs réalisé en Belgique, au studio

---

<sup>281</sup> LASSINAT-FOUBERT Loup et HADDADÈNE Alvin, *Généralisations Pokémon, op. cit.*, p. 55.

<sup>282</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>283</sup> Ayant fréquenté les cours de récré dans les années 2000, je n'ai jamais vu personne jouer une partie avec les règles officielles...

<sup>284</sup> LASSINAT-FOUBERT Loup et HADDADÈNE Alvin, *Généralisations Pokémon, op. cit.*, p. 54.

<sup>285</sup> DESALLE Philippe, « Pokémon, fils du Game Boy. La vague japonaise va déferler sur l'Europe », dans *Le Soir*, 22 octobre 1999.

Dame Blanche à Etterbeek<sup>286</sup>. Assez visionnaire, l'article du *Soir* de Philippe Desalle envisage qu'il ne s'agit pas d'une simple mode passagère et que le phénomène pourrait bien tenir les 5 prochaines années. En décembre, un article évoquant les tendances en matière jouet parle d'un « ouragan nippon » :

« Attention, déferlante. Après le Japon et les États-Unis, le phénomène "Pokémon" débarque en Europe. Ces créatures, issues d'un jeu vidéo Nintendo et d'une imagination fertile, sont le plus gros succès commercial jamais enregistré sur Game Boy : 12 millions de cartouches vendues. Ils constituent un univers en soi prétexte à toutes les commercialisations : série télévisée, gamme d'accessoires et de produits dérivés, CD... L'une des incarnations les plus intéressantes du jeu est sans conteste la version proposée par Wizards of the Coast. Il s'agit de jeux de cartes à collectionner qui fonctionnent selon un principe vaguement hérité des jeux de rôles. But : rassembler le plus de Pokémon possibles et les dresser. Pas de panique, votre progéniture vous expliquera.<sup>287</sup> »

Il faut cependant attendre plusieurs mois avant que la RTBF ne réagisse ; il faut dire qu'ils arrivent à une période où la RTBF ne propose plus d'émission consacrée aux jeux vidéo depuis l'éphémère *Crash-TV*. La première mention de Pokémon survient en télévision dans un reportage du JT<sup>288</sup> fin mars, alors que le phénomène est déjà bien implanté dans les cours de récréation. Il est d'ailleurs dans ce reportage uniquement question du jeu de cartes, qui est la partie émergée de l'iceberg, celle à côté de laquelle même les personnes les moins renseignées n'ont pas pu passer. Visiblement la mode des cartes génère de l'inquiétude puisque « certains parents et instituteurs y sont opposés » et que dans certaines écoles « on interdit le Pokémon » (curieux usage du singulier). On constate encore une fois que des médias très grand public comme le JT de la RTBF n'étudient pas le phénomène en profondeur et véhicule le stéréotype qu'il ne touche que les enfants.

C'est nettement moins le cas du *Soir*, qui dans son premier article sur le sujet était bien conscient qu'il touchait toutes les catégories d'âge aux États-Unis, ainsi que dans un article du mois de février à propos de la chaîne Club RTL, où la série Pokémon est mentionnée comme le 3<sup>e</sup> programme phare chez les adolescents, après *Les Simpsons* et la série *Friends*<sup>289</sup>. La série en elle-même ne fait d'ailleurs pas polémique : Si *Le Soir* regrette que des films violents soient présents dans le classement des émissions les plus regardées par les enfants et jeunes ados, la série Pokémon est placée avec *Friends* et *Les Simpson*

---

<sup>286</sup> « ETTERBEEK — DOUBLAGE DU DESSIN ANIME POKÉMON », *Régions Soir*, RTBF, 3 novembre 2000, [TV], 1'26".

<sup>287</sup> « Ouragan nippon », dans *Le Soir*, 11 décembre 1999.

<sup>288</sup> « LE POKÉMON », *JT*, RTBF, 24 mars 2000, 1'58".

<sup>289</sup> DE HESSELLE Laure, « MARKETING Club RTL », *art. cit.*

parmi les programmes adaptés pour ce public<sup>290</sup> (d'ailleurs, *Les Simpson* est une série bien moins adaptée au jeune public !).

La sortie du premier film le 5 avril renforce la visibilité de la licence dans les médias, un film qui n'a pourtant pas convaincu le festival du dessin animé qui a choisi après l'avoir vu de ne pas diffuser<sup>291</sup>. Fabienne Bradfer (toujours elle) en fait la critique dans *Le Soir*. Ou du moins en parle dans la rubrique « critique », car son article ne dit pas grand-chose du film sinon que le film aurait « occidentalisé » la licence ; elle se contente de rappeler le phénomène autour de la licence, non sans y glisser des stéréotypes dont elle a le secret : « un véritable phénomène chez les jeunes (à tel point qu'une rumeur a accusé la vidéo de provoquer des hystéries !) », « Les juvéniles ne jurent plus que par les Pokémon, nom de nom ! Si vous voulez savoir à quoi pensent vos petiots... » On peut tout de même relever qu'il n'est pas question de violence. Il faut d'ailleurs mentionner que la version occidentale du film a fait l'objet d'un certain nombre de censures qui en ont édulcoré le propos : les dialogues de la version occidentale sont plus niais et tranchent avec l'ambiance sombre du film (le plus sombre de la franchise, à vrai dire)<sup>292</sup>. Un autre article du *Soir* est une sorte de billet d'ambiance dans une salle de cinéma le jour de la sortie du film. La journaliste n'est pour le moins pas vraiment convaincue par le film :

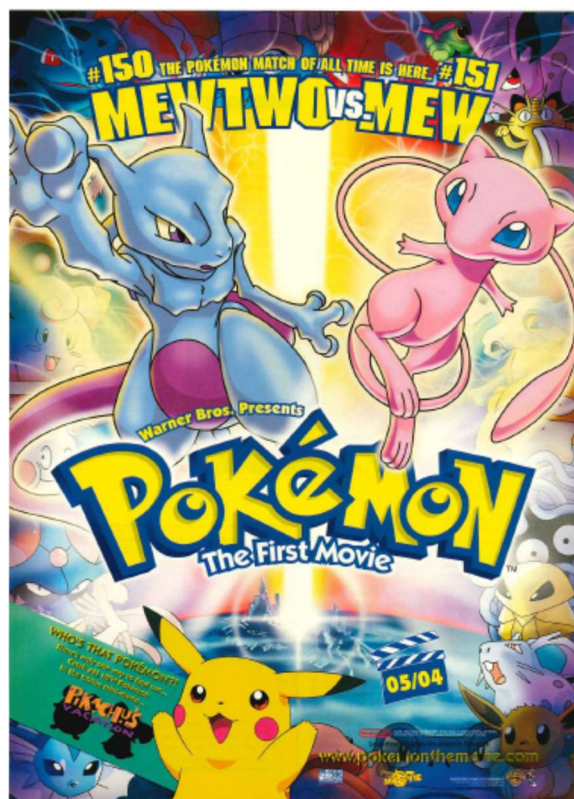


Figure 23 : Publicité pour le film dans le programme du festival du dessin animé 2000, p. 30

*« Quand les lumières s'éteignent, sifflets et applaudissements. Et c'est la déception. Il faut se farcir "Les vacances de Pokémon", un matraquage de saynètes hypertrophiées commentées d'une voix nasillarde. Je ne comprends rien à l'histoire, souffle un papa. Enfin "le" film. De moins 7 à 77 ans, la salle est complètement stone. Des bâillements adultes étouffent presque le bruit du pop corn. Sur l'écran, c'est la castagne organisée. Du spectacle, quoi. À*

<sup>290</sup> DE HESSELLE Laure, « Les enfants de la télé ne sont pas aussi sages qu'on croit. Les habitudes derrière l'écran des chiffres », dans *Le Soir*, 1 mars 2000.

<sup>291</sup> BRADFER Fabienne, « L'animation, un doux virus qui se porte bien Preuves sur les écrans et au Festival du dessin animé et du film d'animation », dans *Le Soir*, 1 mars 2000.

<sup>292</sup> PSEUDO-MEW, « Les Origines Censurées de Mewtwo », *Pokémon Trash*, 2020, [En ligne], <<https://www.pokemontrash.com/pokemon/origine-censure-mew-mewtwo>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

*prendre plein les oreilles et les yeux. Aux rares moments où la sono éprouve une faiblesse, on entend de petites voix qui énumèrent les noms des différents Pokémon. Quand les bons vont enfin prendre le pas sur les méchants, une petite fille se met à danser en bout de rangée. En fin de partie, la leçon de morale dégoulinante de bons sentiments inonde l'écran<sup>293</sup> »*

On relève la contradiction qui consiste à la fois à critiquer l'aspect violent (encore que ce n'est pas très fort ici) mais surtout la niaiserie justement, qui témoigne de tout le mépris de la part des adultes entourant les productions pour enfants : comment en effet leur raconter une histoire qui ne comprendrait à la fois ni violence, ni sexualité, qui soit exempte de toute niaiserie tout en leur transmettant des valeurs positives et à la portée de leur compréhension ? Peut-être la journaliste regrette-t-elle l'absence d'un second niveau de lecteur à destination des adultes, mais on peut douter qu'elle soit venue voir le film avec l'esprit suffisamment ouvert pour l'apprécier, quand on sait qu'elle était également auteure de l'article « Quatre heures de japonaiseries sur MCM » évoqué plus haut...

La sortie du film fait également l'objet de reportages en télé<sup>294</sup> qui le mettent en parallèle avec les cartes, mais pas le jeu vidéo qui est pourtant à l'origine de tout ! Il n'y a guère que *Les Niouzz*, l'émission d'information pour enfants, pour s'y intéresser. La radio s'empare également du sujet à l'occasion de la sortie du film et du gros succès qu'il remporte auprès des jeunes pour s'intéresser au phénomène dans *Matin Première*. Sophie Brems interroge un sociologue à propos du jeu, qui met en avant la façon dont les éléments constitutifs du RPG captivent les enfants, propres à la « postmodernité ». La journaliste demande si le jeu véhicule effectivement des valeurs saines car « beaucoup de gens se posent la question ». Le sociologue y apporte une réponse nuancée (mais en parle en disant « le Pokémon ») :

*« Ça c'est toujours une question difficile à répondre, n'est-ce pas ; est-ce qu'il est sain d'avoir ce qu'on a appelé dans le temps, ça avait beaucoup de succès dans le temps, des GIJoe, c'est-à-dire des superhéros, Rambo, traquant des ennemis indéfinis dans la jungle, tout le problème encore une fois, et je crois que je l'ai souvent dit personnellement, c'est que ce soit reçu dans un foyer, dans un ménage où les parents peuvent donner des explications, peuvent mettre en garde, peuvent maintenir une relative distance entre l'engagement de l'enfant et le jeu auquel il joue. Cela dit il est pratiquement impossible de les empêcher de le faire puisqu'il y a une chaîne de télévision d'ailleurs belge qui en fait la publicité tous les soirs et un film vient de sortir sur le Pokémon, donc il n'y a rien à faire, on n'échappera pas plus à cela qu'on n'échappe à Walt Disney, qu'on échappe à d'autres choses. Est-ce que c'est dangereux ? Oui, c'est dangereux, c'est dangereux parce que ça acclimate à des dimensions du monde moderne qui méritent d'être prises avec beaucoup de distance critique. Ce n'est peut-être pas dangereux dans la mesure où nous sommes*

<sup>293</sup> LEGRAND Dominique, « "On sera vraiment les tout premiers" », dans *Le Soir*, 6 avril 2000.

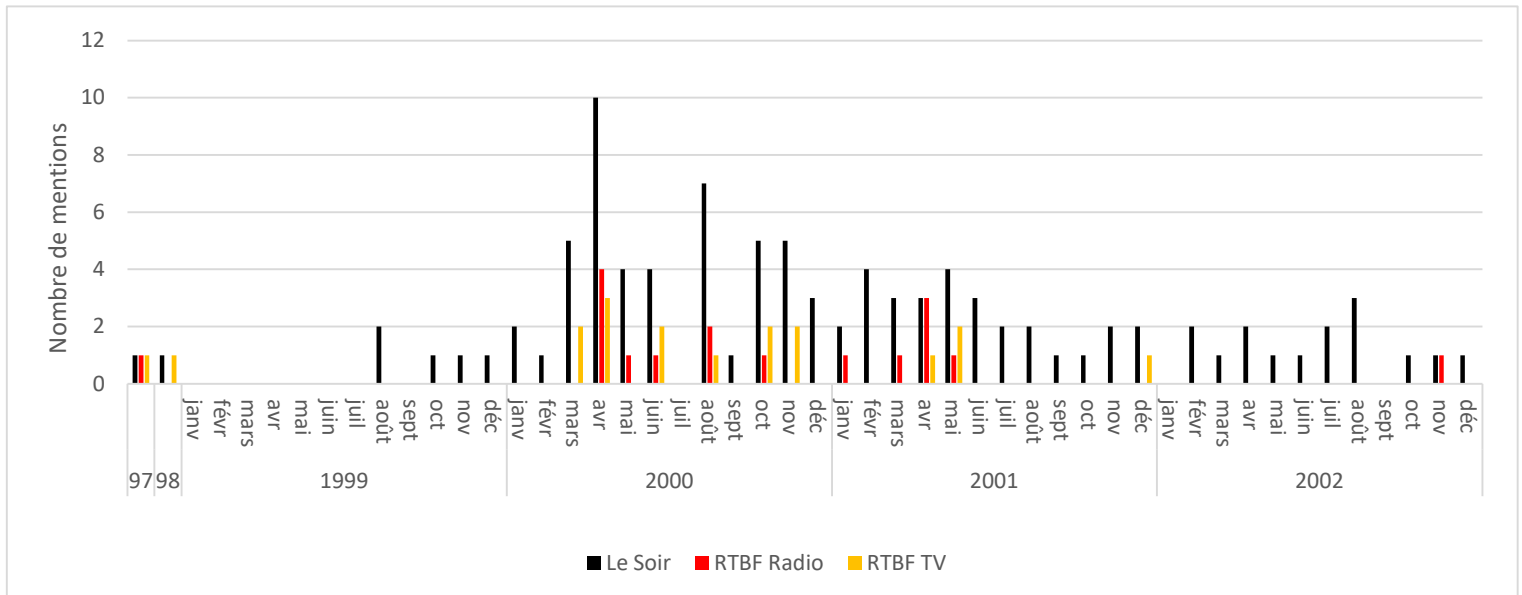
<sup>294</sup> « POKÉMON », *Régions Soir*, RTBF, 5 avril 2000.

*quand même des sociétés où il n’y a plus qu’un enfant par ménage et que cela permet quand même une relative interactivité. Personnellement j’aime mieux voir un enfant avec un livre en main, mais là c’est de la nostalgie.<sup>295</sup> »*

La réputation de la franchise doit cependant à nouveau souffrir d’un fait divers relayé dans la presse<sup>296</sup>, cette fois une affaire de racket d’enfants menacés avec un couteau par des adolescents britanniques pour leur remettre toutes leurs cartes Pokémon...

Nintendo maintient néanmoins la pression pendant toute l’année 2000 et continue d’alimenter le phénomène, en rattrapant le retard pris par rapport au Japon et aux USA : ainsi, Pokémon Jaune, une version légèrement différente des premières versions Bleu et Rouge sort le 16 juin 2000 ; Le deuxième film sort déjà le 18 octobre en salles et est mentionné dans *Les Niouzz* et l’émission *Télécinéma*, sans compter l’habituel paragraphe de Fabienne Bradfer dans *Le Soir*. Pokémon est entré dans les références communes : les mentions dans le Soir se multiplient au cours de l’année 2000 dans des articles qui n’ont a priori aucun rapport. Il semblerait que même dans les milieux culturels huppés, ce serait devenu tendance ou en tous cas incontournable de l’avoir vu :

*« Imaginez que le dernier livre de Sollers, de Jim Harrison, de P.D. James, d’Eric Kahn ou de Greivisse, s’il vivait encore, soit disponible partout sauf en Belgique. On serait, version ringarde des paysans du Danube, éliminé du discours culturel. On aurait beau avancer qu’on (c’est le cas de l’écrire) a vu “Pokémon”, on nous regarderait avec commisération.<sup>297</sup> »*



Graphique 5 : La vague Pokémon dans les médias belges de 1997 à 2002

<sup>295</sup> BREMS Sophie, « 2 MOTS — PHENOMENE POKEMON », *Matin Première*, RTBF, 5 avril 2000.

<sup>296</sup> *JP FEDERAL 15H00*, RTBF, 18 avril 2000.

<sup>297</sup> HONOREZ Luc, « Woody, les ploucs et le boudin », dans *Le Soir*, 2 juin 2000.

Alors que le phénomène commence à s'essouffler, la seconde vague Pokémon ne tarde pas : la seconde génération débarque en avril 2001 avec les jeux *Or* et *Argent*, eux aussi accompagnés également de la nouvelle saison de l'anime, les nouvelles cartes et autres spin-off, ainsi que le 3<sup>e</sup> film le 13 juin 2001. Cependant, l'intérêt des médias, s'il se maintient en 2001, est clairement en baisse après le mois de mai et ne mentionne pratiquement plus Pokémon en télévision ou en radio à partir de 2002. La mode est quelque peu chassée par le phénomène *Harry Potter* en l'absence de nouvelle sortie de jeu, et à cause de la non-sortie des films suivant au cinéma<sup>298</sup>. Mais Pokémon n'est jamais mort, et il faudra attendre 2016 pour que la franchise revienne sur le devant de la scène médiatique mondiale.

#### JEU VIDÉO : *JAPAN TOUCH GENERATION* ?

##### *La naissance de communautés en ligne*

C'est au début des années 2000 que des communautés de fans commencent à se structurer sur internet. Dans les années 90, les fans de jeu vidéo s'informaient avec des magazines spécialisés paraissant une fois par mois. Mais Arnaud de Grave, amateur de jeux japonais pointu, n'y trouve pas son compte car seule une infime portion de la production japonaise était localisée en Europe et testée dans les magazines ; d'autre part, le professionnalisme des journalistes spécialisés de cette époque laissait à désirer, et les jeux japonais trop pointus se voyaient souvent attribuer une note arbitrairement basse, servant de faire-valoir aux jeux plus connus. Ne trouvant pas son compte dans l'offre critique, il décide alors de s'y lancer lui-même en créant un site web du nom d'*Otaku-world* en 1994, alors qu'internet en est encore à ses tout débuts.

Peu intéressé par la partie technique, il délaisse rapidement le site pour rejoindre l'équipe du site Dreamcast-France, créé en 1999 et dédié à la dernière console de Sega, dont la vie fut cependant très brève puisque Sega arrêtera définitivement de fabriquer des consoles en mars 2001, seulement 2 ans après la sortie de la Dreamcast. Le site se diversifie alors et devient *Console-France*, un portail avec un site séparé pour chaque console sur le marché. Il est l'un des premiers à se lancer dans le streaming vidéo (une entreprise assez onéreuse), avant l'arrivée de YouTube et Dailymotion qui démocratisèrent la vidéo sur internet. *Console-France* arrête alors les frais en l'absence de soutien des éditeurs. En 2002, le rédacteur en chef du site baisse les bras et souhaite tout

---

<sup>298</sup> Le 4<sup>e</sup> film (*Pokémon 4Ever*) est cependant bien sorti en salles chez nous, contrairement à la France, en même temps que les jeux *Rubis* et *Saphir* fin juillet 2003. Distribué par KFD (Kinopolis Film distribution), c'est le dernier à avoir connu une sortie cinéma en Belgique (même si certains films ont pu être projetés ponctuellement avec 2 ou 3 séances, par exemple *Pokémon : Je te choisis* dans les cinémas Kinopolis en 2017.

arrêter. Arnaud de Grave, qui s'était énormément investi sur le site (il y avait publié plus de 200 tests de jeux Dreamcast), propose alors de reprendre le site. C'est ainsi qu'il débarrasse le nom du site se de son côté chauvin franchouillard pour devenir Console-Fan, un nom qui avait l'avantage de conserver les mêmes initiales, et qui faisait référence au fanzine dans lequel Arnaud de Grave avait publié des articles, *PC-EngineFan*<sup>299</sup>. Au fil des années, le site agrège une communauté de plus en plus grande, à l'époque de l'essor des forums de discussion. Un phénomène similaire se produit avec d'autres sites spécialisés consacrés aux jeux vidéo, mais aussi aux mangas et à l'animation, caractérisés par un mélange entre francophones, largement dominés par les Français.



Figure 24 : Console-fan le 5/08/2003 (Internet Archive)

### Le J-RPG à portée de main

Dans les années 2000, le jeu vidéo japonais se développe à l'étranger. Le RPG japonais, par exemple, qui s'était fait connaître grâce à l'import et aux traductions amateurs, franchit plus facilement les frontières européennes et bénéficie de plus en plus d'une traduction française officielle : le succès de *Zelda* sur Super Nintendo et surtout de *Pokémon* a familiarisé un plus grand public avec ce type de jeux et montré qu'il avait un vrai potentiel en Europe. Les séries de J-RPG les plus connues, *Final Fantasy* et *Dragon Quest*, sont arrivés sur le vieux continent pour la première fois à partir de 1994 avec le 4<sup>e</sup> épisode pour *FF* et 2006 avec le 8<sup>e</sup> pour *DQ*, et les anciens jeux ont connu des rééditions dans les années 2000. La série de tactical-RPG<sup>300</sup> *Fire Emblem* parvient pour la première fois en Europe avec son 7<sup>e</sup> épisode en 2003, alors qu'elle existe depuis 1990<sup>301</sup>. D'autres jeux parfois très pointus commencent à arriver également :

<sup>299</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave*, op. cit.

<sup>300</sup> Genre de jeu de rôle dont le *gameplay* consiste en des batailles en vue du dessus, où l'on déplace les personnages un par un comme sur un plateau de jeu d'échecs.

<sup>301</sup> *Fire Emblem — Jeu de rôles — Gamekult*, [En ligne], <<https://www.gamekult.com/jeux/fire-emblem-3050260117.html>> (Consulté le 10 août 2020).

« C'est même très étonnant. Parce que par exemple tous les "Ateliers", ils sont localisés [depuis 2006]. Mais ça intéresse qui ? Ce sont vraiment des jeux de niche ! Je ne connais personne à part moi qui joue à ça... Il doit y avoir une demande, j'imagine que traduire un jeu ça ne coûte pas un fric monstre non plus. J'imagine que si ça se vend de manière anecdotique, ça suffit pour les frais de traduction... Le fait que ça ne sorte pas en français, c'est une sacrée barrière au niveau des ventes. Un jeu qui n'arrivait pas traduit, tu pouvais oublier. Les magasins allaient commander une pièce... Traduit, ça décoince beaucoup les boutiques, parce qu'ils ont de la clientèle pour ça.<sup>302</sup> »



Figures 25 : Jaquette européenne des premiers jeux « Atelier » et « Fire Emblem » localisés en Europe. L'épisode GBA de FE est en fait le 7<sup>e</sup>.

### Controverses

Pendant, le jeu vidéo souffre d'une mauvaise réputation croissante dans les médias généralistes d'information : les progrès en matière de réalisme permettent de représenter la violence de façon de plus en plus cinématographique. Dès lors, les polémiques enflent : à chaque meurtre ou tuerie perpétrée aux États-Unis par exemple, on cherche un lien avec le fait que le tueur jouait à un jeu vidéo violent, et on ne manque pas de le mettre en avant dans les médias. Ainsi, le débat resurgit en 2003 sur l'antenne de La Première :

« Les uns vous expliquent que les jeux violents permettent d'exprimer sa violence sans faire de mal à personne. Les autres répliquent que des programmes de ce genre habituent les jeunes à l'idée de tuer sans remords et sans hésitation. Des signaux contradictoires nous arrivent à ce sujet d'Amérique.

Rappelez-vous Columbine, 1999. Deux adolescents avaient massacré à coups de feu un professeur et douze condisciples. Les proches du professeur avaient attaqué en justice plusieurs firmes (Nintendo, Sega, Sony), des firmes fabriquant des jeux ultra-violents. Car, les jeunes tueurs étaient de grands amateurs de ce genre de passe-temps. (On avait d'ailleurs fait la même constatation en Allemagne après le massacre perpétré par un jeune homme à Erfurt en avril 2002). La justice américaine a tranché, le juge a estimé que les deux jeunes tueurs de Columbine étaient pleinement responsables de leurs actes, et que les firmes attaquées n'avaient aucune responsabilité dans le drame.<sup>303</sup> »

<sup>302</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>303</sup> GOLDSCHMIDT Tom, « CYBERMATIN », *Matin Première*, RTBF, 22 avril 2003, 1'46".

Les trois fabricants de consoles japonais sont les seules sociétés citées ; or, il faut savoir que les jeux « ultra-violents » dont il est question sont très majoritairement des jeux occidentaux, Nintendo citée en tête s'étant d'ailleurs fait une spécialité dans le jeu familial ! Le lien entre violence et jeu vidéo est un préjugé récurrent qu'il est très facile de faire ressortir à chaque fait violent : le jeu vidéo n'a fait que se répandre dans la population jeune au fil des années, et c'est d'autant plus facile que le jeu de tir à la première personne (FPS) *Call of Duty*, dont le premier épisode est sorti en 2003, est chaque année en tête des ventes de jeux vidéo. Dès lors la probabilité qu'un criminel y ait joué est très grande ; il faut aussi remarquer le lien n'est jamais fait avec les films d'action tout aussi violents.

Cependant, au-delà de la question de la violence, il faut avouer qu'avec la mondialisation du marché du jeu vidéo, les Japonais ont de plus en plus tendance à effacer les particularités culturelles de leurs jeux afin de les vendre plus facilement dans le monde entier<sup>304</sup>.

« *Jouez comme vous bougez* »

Le milieu des années 2000 marque une révolution dans le public du jeu vidéo. La PS2, lancée en 2000, explose tous les records pour devenir la console la plus vendue de l'histoire du jeu vidéo avec 158 millions de ventes dans le monde<sup>305</sup>, devant la Game Boy (119M) qui avait été un phénomène de société (grâce au jeu *Tetris* et plus tard à *Pokémon*). Mais les consoles qui ouvrent véritablement le jeu vidéo à un nouveau public viennent de chez Nintendo. Après le relatif échec des consoles Game Cube et Game Boy Advance destinées aux joueurs habitués, le constructeur change complètement de stratégie et lance le concept de *casual gaming*, c'est-à-dire le jeu occasionnel. D'abord avec la Nintendo DS et son écran tactile en 2005 puis la Wii en 2006 et sa manette à détection de mouvements, Nintendo propose des consoles blanches à la maniabilité intuitive et donc simples d'utilisation, avec une campagne marketing épurée au diapason : le public familial est le cœur de cible. Les joueurs de la « *touch generation* » vont de la petite fille caressant ses chiots virtuels aux gamins s'affrontant sur *Mario Kart* ou *Pokémon*, en passant par la mère de famille faisant sa gymnastique quotidienne avec *Wii fit* (voire *Gym des yeux*) ou le cinquantenaire qui stimule son cerveau avec *Le Programme d'entraînement cérébral du Docteur Kawashima*... Les deux consoles font des ventes gigantesques : 155M pour la DS, 102 M pour la Wii. Cependant, relativement peu d'éléments rappellent le Japon dans les

---

<sup>304</sup> " CYBERMATIN", *Matin Première*, RTBF, 10 janvier 2003, 2'04".

<sup>305</sup> *Platform Totals*, [En ligne], <<https://www.vgchartz.com>>, (Consulté le 10 août 2020).

jeux les plus grand public, sinon le nom et l'apparence du « docteur Kawashima », l'esthétique *kawaii* des « Mii » (les avatars personnalisables de la Wii), et peut-être le jeu de combat au sabre dans *Wii Sports Resort* (un jeu beaucoup moins vendu que *Wii Sports*, fourni avec la console)... néanmoins, le large succès de ces consoles a été aussi une porte ouverte pour des joueurs en devenir de découvrir des jeux japonais plus pointus avec par exemple les *Dragon Quest* sur DS (grâce au populaire *Dragon Quest IX* et aux remakes).



Figure 26 : Le jeu de sabre, le plus japonais de *Wii Sports Resort* (2009)

En effet, si des éditeurs japonais comme Nintendo vendent beaucoup de jeux, seule une poignée de jeux à succès laisse clairement transparaître leur origine japonaise :

« Les jeux typiques [très pointus] ne représentent pas grand-chose. Chaque magasin prenait 1 jeu, s'il le prenait. Dès que c'était un magasin pas trop spécialisé, il avait un peu peur. Beaucoup de vendeurs rêvaient de vendre les gros blockbusters. Et là on avait quoi... il y avait PES<sup>306</sup>, mais je n'appelle pas ça un jeu japonais... Les classiques de Nintendo, clairement, ce sont toujours des "long sellers", ils ne baissent jamais leur prix. Un jeu vidéo au bout de 3 jours il est mort, alors que *Mario Kart 64* il s'est vendu toute la vie de la console. *GTA* c'est un long seller. *Test Drive*. Tu avais les *Mario& Sonic* aux JO. Les petits jeux japonais confidentiels pas vraiment. *Metal Gear*<sup>307</sup> oui, un jeu japonais. *Grand Turismo*<sup>308</sup>... Dans les jeux récents c'est difficile à trouver.

Mais même à l'époque dans les années 90 : tu prends *Gardian Heroes* en *Mega Drive* qui est un jeu génial, je ne pense pas que tu vendais 20 000 pièces. Même *Street Fighter II Turbo*<sup>309</sup>, les magasins n'ont dû vendre que 2-300 pièces. Mais *Call Of*, certains grands magasins vendent 3 000 pièces ! Même les vidéo club faisaient 200 pièces de *Call of*. »

---

<sup>306</sup> Simulation de football éditée par le japonais Konami, éternel concurrent de la série *FIFA* chez l'américain Electronic Arts.

<sup>307</sup> Série de jeux vidéo d'infiltration et d'action créée par Hideo Kojima, qui est néanmoins nourrie d'influences cinématographiques occidentales.

<sup>308</sup> Série de jeu de simulation automobile de Sony.

<sup>309</sup> Classique du jeu de baston japonais, édité par Capcom en 1992.

## NARUTO ET LE BOOM DU MANGA

En 1999 a lieu la première grande convention spécialisée en pop culture asiatique : La Japan Expo de Paris. Celle qui deviendra le plus grand évènement du genre ne draine pourtant la première année que 3200 visiteurs<sup>310</sup>. C'est qu'au début des années 2000, le manga papier reste confidentiel en termes de ventes. Quand Cédric de Waele commence à travailler comme libraire, il ne propose pas grand-chose d'autre que *Dragon Ball*, qui fonctionnait très bien (chaque volume était tiré à 120 000 exemplaires pour la France, la Belgique et la Suisse<sup>311</sup>, voir en *Annexe 4.2* le tableau reprenant le tirage le plus élevé pour un manga par an), et dominait d'ailleurs le marché jusqu'en 2001. L'introduction des mangas est progressive, et évolue avec l'offre : ainsi le libraire commande alors tout ce qui sort en 4 ou 5 exemplaires pour tester le marché<sup>312</sup>.

L'édition française de *Dragon Ball* se termine en septembre 2000, et l'année 2001 signe donc une diversification du marché : la série avec le plus gros tirage par tome devient *Kenshin le Vagabond* chez Glénat (avec un tirage bien inférieur de 20 000 exemplaires), suivi par le manga de basket *Slam Dunk* chez Kana, *Hunter x Hunter* également chez Kana et *Card Captor Sakura* chez Pika, nouvel éditeur français spécialisé qui vient de se lancer. En 2002 et 2003, c'est *Yu-Gi-Oh*<sup>313</sup> chez Kana qui prend la tête, tiré à 30 000 puis 60 000 exemplaires. Une série qui a pour point commun avec Pokémon d'être une franchise *cross-média*, avec à l'origine un manga dérivé en anime et en JCC, avec pour particularité que le manga inclut directement les cartes à jouer dans son intrigue<sup>314</sup>. Les cartes vont d'ailleurs opposer une solide concurrence aux cartes Pokémon dans les cours de récré, jouée bien plus dans les règles que ces dernières ; de nouvelles extensions sortent d'ailleurs toujours bien après la fin du manga.

Celui-ci prend un gros coup d'accélérateur en 2004 avec l'arrivée de *Naruto*<sup>315</sup> édité par Kana. Publié à partir de 2002, tiré à 30 000 exemplaires en 2003, le nouveau shônen à succès dans un univers de ninjas maîtrisant des techniques magiques prend la tête du marché dès 2004 et gagne fortement en popularité en 2005 en passant à 110 000

<sup>310</sup> ALLAMAND Clémence et MORAND Eva, « Distribution et promotion des films du studio Ghibli en France. Stratégie marketing et logique sérielle, éléments d'analyse », dans PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinémas d'animations), p. 115-139.

<sup>311</sup> RATIER Gilles, *Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2000 : L'année des confirmations*, ACBD, 2000, [En ligne], <<https://www.acbd.fr/969/rapports/2000-lannee-des-confirmations/>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

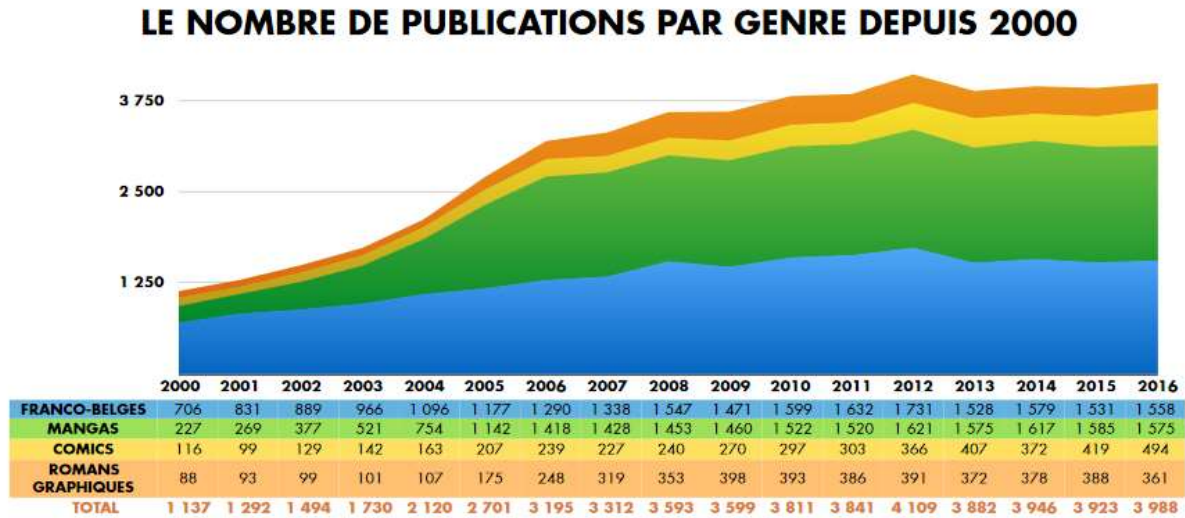
<sup>312</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele*, *op. cit.*

<sup>313</sup> TAKAHASHI Kazuki, *Yu-Gi-Oh!*, Shûeisha, 1996-2004, 38 vol.

<sup>314</sup> Contrairement à Pokémon où les cartes étaient clairement un produit dérivé, bien que deux jeux vidéo spin-off basés eux-mêmes sur le jeu de cartes sont également sortis : *Trading Card Game* sorti en Europe en décembre 2000, et *Trading Card Game 2*, exclusif au Japon.

<sup>315</sup> KISHIMOTO Masashi, *Naruto*, Shûeisha, 1999-2014, 72 vol.

exemplaires. La diffusion de l'anime dès 2006 en France et 2007 en Belgique lui permet d'encore doubler son tirage : il est alors tiré à pas moins de 220 000 exemplaires, ce qui en fait un blockbuster à l'échelle du marché de la BD ! À son apogée, il s'en vend un volume toutes les 16 secondes<sup>316</sup>. Il soutiendra Kana durant 15 ans et lui permettra de devenir l'un des deux principaux éditeurs du marché avec Glénat.



Graphique 6 : Graphique issu du rapport ACBD 2016\*

Comme le montre le graphique en *Annexe 4.1*, l'offre de mangas traduits se diversifie fortement au cours des années 2000. Si le marché de la BD est en croissance constante pendant la décennie, celle du manga est encore plus forte, et la part de marché du manga ne fait qu'augmenter entre 2002 et 2006, atteignant rapidement les 30 %. Le succès croissant de *Naruto* appâte de nouveaux éditeurs français, qu'ils soient déjà présents sur le marché de la BD (Soleil, Kurokawa pour Fleuve Noir, Doki-Doki pour les éditions Bamboo, Panini avec les comics) ou nouveaux éditeurs indépendants spécialisés (Taïfu, Ki-Oon), parfois rachetés ensuite par des poids lourds de l'édition (Akata et Tonkam par Delcourt, Pika par Hachette, Asuka par Kazé, lui-même racheté par VIZ Média, filiale des géants japonais Shûeisha et Shogakukan). La forte croissance du marché incite de plus en plus d'acteurs à tenter leur chance, au risque parfois de se casser les dents. Ainsi, l'éditeur SEEBD principalement spécialisé en manhwa, fait faillite en 2008 entraînant un fort recul de la bande dessinée coréenne en pleine expansion ; Kami et Kankô, labels manga des éditeurs Tournon et Milan créés lors du grand boom en 2005, abandonnent à la fin de la décennie. La niche du *hentai* (avec BD Erogène puis Iku comics) ne décolle pas non plus, du moins en version papier...

<sup>316</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

Le public du manga dans les années 2000 est adolescent. Ce sont en effet les *shônen* qui remportent le plus de succès. Si Kana, grâce à *Naruto*, détient 33 % des ventes du marché en 2007 (suivi par Glénat avec 25 %) <sup>317</sup>, d'autres grands succès du genre viennent le concurrencer : *Fullmetal Alchemist* chez Kurokawa à partir de 2005, *One Piece* chez Glénat à partir de 2007 et *Fairy Tail* chez Pika dès 2008. Le *seinen* connaît aussi un essor, son principal représentant étant *Death Note* chez Kana. Yves Schlirf décrit la diversification que sa maison d'édition a opérée :

*« Au début on a commencé surtout avec du Shônen, il fallait trouver une spécificité, et ça me semblait plus correspondre au marché franco-belge car on ciblait des jeunes garçons, les premiers lecteurs de BD franco-belge et surtout les premiers lecteurs oubliés de la BD. Après on a étendu au shôjo, même si on ne l'a pas fait de manière industrielle (même si avec les années on a quand même publié pas mal), ça n'a pas été notre grande spécialité. Puis on a commencé avec du Seinen, assez tôt, qui a été un succès. Et puis on a essayé de faire autre chose que de la BD commerciale, avec des grands auteurs japonais. Essayer de mettre des auteurs historiques... Et puis faire des collections de BD One-shot, pour élargir le champ d'action. Et puis aussi ne pas faire que du japonais mais aussi du chinois, on a été les premiers à avoir fait du coréen, et parmi les premiers pour les Chinois. "Une fille chinoise" a été un très gros succès. <sup>318</sup> »*

De son côté, Casterman continue la traduction d'un nombre relativement faible (une trentaine par an) de mangas « d'auteur » dans sa collection « Sakka » (« auteur » en japonais), toujours avec une volonté de légitimation intellectuelle du médium. D'autres petits éditeurs comme Le Léopard Noir ou Cornélius se spécialisent dans les mangas « d'auteur », patrimoniaux ou expérimentaux. Cependant, si au Japon la diversité du manga est énorme et touche absolument tous les publics possibles, le marché franco-belge se structure de façon fondamentalement différente :

*« La BD japonaise, à la différence de la BD Franco-belge, elle s'adresse à un lectorat bien précis. Tous les sujets sont bons : les handicapés, les pêcheurs... Une BD sur les handicapés comme avec Inoue c'est impensable ici de faire ça. Maintenant ça a changé, mais à l'époque aucune chance. Ça c'est la principale différence : Nous en Europe on fait la BD d'abord et on cherche le public ensuite. Le dessinateur ne travaille pas pour un public ciblé : il fait la BD et l'éditeur se démerde ensuite pour la vendre. C'est fondamentalement différent. Le dessinateur japonais ne se considère pas tellement comme un artiste. "Chez vous oui ; nous on est des faiseurs, des dessinateurs... pas tellement des artistes". Donc il y a une différence sur la manière de travailler ; il y a une relation avec l'éditeur beaucoup plus proche, plus soudée. <sup>319</sup> »*

---

<sup>317</sup> RATIER Gilles, *Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2007 : Vitalité et diversité*, ACBD, 2007, (Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen), [En ligne], <<https://www.acbd.fr/1038/rapports/2007-vitalite-et-diversite/>>, (Consulté le 2 août 2020).

<sup>318</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

<sup>319</sup> *Ibid.*

La croissance du manga ne se fait pas au détriment de celui de la BD, car il permet de toucher un public différent qui ne lisait pas (ou plus) de BD. Ces deux publics sont assez cloisonnés comme l'attestent Yves Schlirf et Cédric de Waele :

« C'est difficile à savoir, parce qu'on ne sait pas ce que serait devenue la BD... Moi j'ai tendance à croire que ce ne sont pas des publics concurrentiels, c'est-à-dire que les gens qui achètent les 2 ne sont pas une majorité... Moi en tant que libraire j'ai essayé de faire des passerelles. On ne peut pas dire que ça ait bien fonctionné dans les librairies, les uns disant "les mangas c'est de la merde", les autres "la BD franco-belge, ça ne m'intéresse pas".<sup>320</sup> »

« Les publics sont très différents, on a vraiment le public pour les BD et celui pour le manga, les comics... Ils se mélangent rarement. C'est plutôt une question de goût et d'habitude.<sup>321</sup> »

Le succès du manga secoue le monde de la BD et lui fait l'effet d'un électrochoc. En effet, au cours des dernières décennies, il en était venu à se désintéresser du jeune public :

« Je trouvais que [se lancer dans le manga,] c'était important à faire pour un groupe d'édition, je sentais que le marché allait vers là, et les gens qui ont loupé le manga ça leur a posé problème. Des gens comme Dupuis qui ont complètement loupé le manga, ça leur a posé des problèmes de public aussi, parce que c'est important d'être en contact avec une génération jeune. Et le manga a beaucoup aidé à ce que la BD franco-belge se réintéresse au jeune. C'est une des forces du manga que de s'intéresser à un public spécifique, et la BD franco-belge avait tout à fait perdu le contact avec les jeunes. Je ne dis pas qu'il n'y avait pas de BD pour jeunes, mais c'était assez méprisé, la BD était devenue adulte avec L'Écho des savanes, Métal hurlant, d'abord Pilote qui a fait ados puis adultes... Cette BD est devenue de plus en plus méprisante vis-à-vis des BD pour jeunes, humoristique et tout ça, et donc on avait oublié qu'il y avait des jeunes lecteurs de BD. Et le manga leur a durement rappelé que si on s'intéresse à un public en lui parlant son langage, bah on pouvait avoir des lecteurs. Et ça a été un gros choc<sup>322</sup>. »



Figure 27 : Le premier volume de « Naruto » chez Kana

Le public jeune avait été oublié, mais plus encore le jeune public féminin que le manga va réussir à capter avec le *shôjo* (mais pas seulement car les filles lisent aussi du *shônen*), en témoigne le succès de *Fruit Basket* :

« Une des qualités de l'arrivée du manga, c'est dire "bah oui, les filles c'est la même chose", si vous donnez des histoires pour elles, elles lisent de la BD. On s'est rendu compte qu'il y avait un public féminin, chose que la BD traditionnelle avait tout à fait oubliée, il y a eu quelques BD à destination d'un public féminin mais c'est très léger. Et tout d'un coup arrive cette BD *Shôjo*, et on se dit "ah, il y a un public féminin". Et donc ça a complètement

<sup>320</sup> *Ibid.*

<sup>321</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele, op. cit.*

<sup>322</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

*chamboulé le champ de l'édition franco-belge, ça a été une grosse baffé. Et donc moi je croyais que c'était important pour un groupe d'édition d'avoir une maison d'édition de manga. C'est pour ça que j'ai insisté lourdement, parce que ceux qui n'ont pas pris ce train en marche, ça leur a coûté des millions. Ça a écrasé tout sur son passage pendant un petit temps...<sup>323</sup> »*

Comment expliquer ce succès soudain du manga chez les jeunes ? Outre la révolution en termes de style, c'est en grande partie lié aux thématiques abordées qui parlent à la jeune génération :

*« Il y a des thématiques abordées dans la BD japonaise beaucoup moins abordées chez nous qui ont donné un coup de pied dans la fourmilière. Pour la BD il a fallu attendre À suivre dans les années 80 pour qu'ils fassent quelque chose, mais ça restait assez sage, pour la BD actuelle ils ont moins froid aux yeux.<sup>324</sup> »*

*« Je crois que le côté fan du Japon, c'est venu avec les premiers éditeurs de manga, et les kids qui n'avaient plus rien à se mettre sous la dent depuis 10 ans — en caricaturant — ont vu débarquer des histoires qui sont leur vie. C'est la force du manga, "ouais c'est ma vie, j'ai du mal à parler à une fille, je suis un peu mis à l'écart dans la classe, j'ai des problèmes avec mes parents..." Donc ils ont eu des histoires qui leur parlaient, qui étaient leur vie quotidienne, et ils ont eu envie de lire ça. C'est un peu comme Zep avec Titeuf, il a raconté la vraie vie dans les cours d'école, en tous cas à l'époque. C'est la même chose avec les feuilletons pour jeunes qui marchent aujourd'hui, c'est comme moi qui aime regarder un film avec des gens de mon âge... C'est normal. Je crois que cette force du manga, c'est d'avoir communiqué avec une génération.*

*Quand on débarquait avec Christelle<sup>325</sup> dans des salons, on avait l'impression d'être des dieux, les gens demandaient s'ils pouvaient nous toucher ! C'est pas une blague mégalomanie, c'est vraiment le prophète qui a ramené le manga... À l'époque où il n'y avait pas de mail, au tout début de Kana je recevais des lettres : "Maintenant que vous éditez les Chevaliers du Zodiaque, je sais que Dieu existe". C'est incroyable ! On faisait 30 m, on avait 50 personnes qui venaient nous dire merci c'est génial d'avoir publié ça... c'est une époque assez incroyable, on était comme des rockstars après un concert ! On n'en revenait pas. On ouvrait les yeux à la première Japan Expo, on se disait "c'est de la Science-fiction". »*

Une autre raison, c'est le système de production du manga au Japon : les œuvres sont conçues avant tout pour être des succès commerciaux, ce qui explique la prédominance de la bande dessinée japonaise par rapport à celle coréenne, par exemple :

*« Les Japonais étaient beaucoup plus construits pour faire du tube, pour marcher, si pas dans un moule, il y a une structure. Il y a une recette, pas la potion magique sinon tout le monde la ferait, mais enfin ils ont quand même une manière de travailler... Ils connaissent leurs trucs, savent comment le faire fonctionner... On est loin de dire que tous les shônen fonctionnent, mais enfin il y a quand même une bonne proportion de trucs qui marchent. Alors tous ne font pas des millions d'exemplaires comme Naruto, mais quand même.*

---

<sup>323</sup> *Ibid.*

<sup>324</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele, op. cit.*

<sup>325</sup> Christelle Hoolans, ancienne n°2 de Kana et actuelle directrice éditoriale.

*Ils ont un truc pour calibrer ça. Et puis c'est un grand pays, le plus gros producteur de BD au monde, donc ils ont beaucoup de dessinateurs. Donc forcément sur le nombre il y en a beaucoup qui sont bons. Et moi ça a toujours été ma défense quand on attaquait le manga c'était de dire « écoutez, vous ne pouvez pas dire que le plus grand producteur de BD au monde ne fait que des choses mauvaises ! C'est mathématiquement im-po-ssible, il y doit forcément y avoir des trucs qui sont bien...<sup>326</sup> »*

Cette place croissante prise par le manga en quelques années n'est pourtant pas sans susciter des résistances de certains auteurs franco-belges : se sentant « envahis », caricaturent le manga :

*« C'est toujours la même chose : mal dessiné, des grands yeux, pas d'expression, toujours la même chose, impossible de différencier une BD de l'autre, violence, sexe... D'ailleurs les gens disaient ça sans même en avoir ouvert un... La plupart des gens qui critiquaient n'ont jamais lu un manga. Donc ce sont des idées reçues qui leur ont été soufflées, ou parce qu'ils ont vu 10 min d'un dessin animé Dorothee, ou feuilleté en vitesse dans une librairie un manga. Mais c'est pas basé sur une analyse sérieuse du phénomène.<sup>327</sup> »*

*« Chez l'ancienne génération il y a clairement eu par exemple l'album d'Astérix "Le ciel lui tombe sur la tête" qui était clairement une critique des mangas. Il a d'ailleurs choqué beaucoup de gens qui disaient qu'Uderzo avait viré réac', et sciait la branche sur laquelle il est assis en se coupant du public acquis au manga. Mais c'est plus au niveau des créateurs, car les éditeurs ont très bien compris le marché à prendre. Et d'ailleurs ils disent que sans le manga, ils seraient en faillite, et le manga permet d'éditer des jeunes auteurs franco-belges à perte pour les lancer. Je pense qu'aujourd'hui ça s'est un peu inversé car la nouvelle génération d'auteurs a aussi grandi avec le manga et en a intégré les codes.<sup>328</sup> »*

D'ailleurs, le manga souffre de moins en moins de préjugés auprès du grand public, du moins celui qui fréquente les librairies<sup>329</sup>. Mais la Belgique, forte de sa tradition BD très ancrée, n'est d'ailleurs pas le marché où le manga pénètre le plus facilement :

*« En Belgique le manga comme le comics n'ont jamais été des grosses ventes. Le public belge est très conservateur Hergé-Tintin, et c'est pas ici qu'on a fait les plus gros cartons avec Kana. Maintenant Kana se porte bien, depuis quelques années on fait des ventes qui sont pas mal, mais pendant tout un temps ça n'a jamais été la folie en Belgique.<sup>330</sup> »*

Je n'ai pas de chiffres qui permettent de confirmer cet état de fait pour les années 2000. Cependant, les chiffres de 2018 dont je dispose montrent que le manga se vend sensiblement moins en Belgique par rapport à la BD franco-belge : en France, le

---

<sup>326</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

<sup>327</sup> *Ibid.*

<sup>328</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

<sup>329</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele, op. cit.*

<sup>330</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

manga représentait 38 % des ventes en volume<sup>331</sup> et 25 % en chiffre d'affaires<sup>332</sup> (la différence s'explique par la différence de prix : il faut deux mangas pour gagner autant qu'avec une BD) alors qu'en Belgique, le manga représentait 24 % en volume et seulement 16 % de chiffre d'affaires chez Slumberland-BD World<sup>333</sup>.

Yves Schlirf n'est d'ailleurs pas convaincu qu'on puisse élargir le public du manga à des adultes qui ne lisent pas de BD en temps normal, par exemple les fonctionnaires qui ont des mangas dédiés au Japon :

*« Je crois que c'est peine perdue, je ne sais pas si les fonctionnaires ont envie de lire des BD... Il y a quelques tentatives qui ont été faites comme ça pour des publics très spécifiques, ça n'a pas été des très grands succès. Des BD sur le Kendô... J'ai pas dit que c'était pas intéressant mais je ne crois pas que ça ait trouvé un public fabuleux. Alors Slam Dunk oui, parce que le basket c'est quand même très populaire, et Inoue est quand même un grand dessinateur... Mais c'est plus compliqué, on ne fonctionne pas de la même manière.<sup>334</sup> »*

Le style de dessin manga donne des idées aux dessinateurs européens qui s'en inspirent pour la BD traditionnelle, mais donnant également naissance au genre du « manfra » (ou plus largement « eurocomic »), c'est-à-dire du manga dessiné par des auteurs européens. Cependant c'est un genre qui n'a jamais vraiment percé, à l'exception de rares succès comme *Dofus* et *Wakfu* chez Ankama qui sont un véritable univers transmédia, avec jeu en ligne, mangas et anime, un atout certain pour la médiatisation de la franchise dont les autres tentatives manfra n'ont pas bénéficié<sup>335</sup>. La raison n'est pas forcément un rejet du public de tout ce qui n'est pas japonais (bien que cela joue certainement), mais plutôt des raisons d'ordre économique :

*« C'est une question concurrence et de temps. Les auteurs il faut les payer et il faut suivre dans la publication. Quand on publie un manga en France, il faut une licence, mais ça revient beaucoup moins cher que payer un auteur à l'année. Un auteur (très) bien payé pour 46 pages, c'est 15 000€. Une licence pour un comic US, c'est 2000 € pour en imprimer 3000. Les éditeurs ne sont donc pas très très chauds.<sup>336</sup> »*

---

<sup>331</sup> OZOUF Paul, « [Bilan Manga 2018] Ventes en France : toujours plus haut ! », *Journal du Japon* [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2019/06/26/bilan-manga-2018-ventes-en-france-toujours-plus-haut/>>, (Consulté le 2 août 2020).

<sup>332</sup> LANDES Alexandra et GfK, *Bande dessinée : Quels profils ? Quelles opportunités ?*, Les rencontres nationales de la Librairie Marseille 2019, Syndicat national de l'édition, Données à fin 2018.

<sup>333</sup> Qui représente 50 % du marché belge, dont l'ancienne librairie Schlirf Books. Chiffres fournis par Cédric De Waele.

<sup>334</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, op. cit.

<sup>335</sup> SUVILAY Bounthavy, « Manfra et prépublication », art. cit., p. 35.

<sup>336</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele*, op. cit.

CROSS-MÉDIA : UN DÉVELOPPEMENT PLUS DIFFICILE

Avec le boom du manga et de nouvelles franchises qui se font connaître d'abord par la BD (contrairement à l'époque de *Dragon Ball*), l'opportunité est là de développer le *média mix* qui avait si bien fonctionné avec *Pokémon*. Kana est d'ailleurs la première à acheter les droits télévisuels de *Naruto*. L'anime est diffusé dans une version censurée adaptée au jeune public sur France 3 et Canal+, la version diffusée sur Club RTL est la version originale doublée en français pour la chaîne française Game One<sup>337</sup> (une chaîne thématique jeux vidéo/manga très peu diffusée en Belgique). Cependant, convaincre les télévisions ne fut pas une mince affaire :

« Il n'a pas eu beaucoup de succès, on a eu du mal à l'imposer en télévision, il est passé sur les télévisions plutôt secondaires, La Une -Deux-Trois n'en voulaient pas, ça a été compliqué. Mais on a pu le mettre en DVD, sur les plateformes... Après on a continué à acheter des droits, on a fait Kana Home Vidéo. Maintenant le DVD est pratiquement inexistant alors qu'il y a une grande richesse sur les plateformes, mais ça a été solide pendant tout un temps.<sup>338</sup> »

Le succès de *Naruto* dans l'espace francophone se traduit aussi dans la vente de jeux vidéo adaptés. Cependant, les adaptations en jeux vidéo de franchises manga/anime connues restent des jeux de niche en Europe, et ce pour plusieurs raisons : d'abord, un grand nombre de ces jeux, conçus avant tout pour le marché japonais, capitalisent sur le succès d'une licence et n'ont pas besoin d'être de bonne qualité pour se vendre au Japon. Ensuite, la durée de la localisation de ces jeux et la vitesse des progrès technologiques font qu'un jeu sorti il y a deux ans au Japon peut souvent paraître daté techniquement (surtout s'il a été produit avec un faible budget). Enfin, les particularités nationales font que ce ne sont pas les mêmes franchises qui fonctionnent partout (par exemple *Fairy Tail* est très connue en France mais peu populaire ailleurs. Or, comme je l'ai dit plus tôt, dans le domaine du jeu vidéo, les décisions se prennent par les éditeurs japonais au niveau européen, ceux-ci sont donc plus difficilement convaincus de financer des traductions en anglais de jeux peu connus sur certains territoires importants<sup>339</sup>.

La conséquence logique de ce dernier point est que quand un jeu sort, les ventes peuvent grandement différer selon l'implantation d'une franchise sur le territoire : ainsi,

---

<sup>337</sup> « *Naruto TV* », *Mangakana.com*, [En ligne], <<http://archive.wikiwix.com/cache/index2.php?url=http%3A%2F%2Fwww.mangakana.com%2Fpage.cfm%3Fcontentid%3D2148>>, (Consulté le 1 août 2020).

\* RATIER Gilles, *Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2016 : L'Année de la stabilisation*, ACBD, 2016, (Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen), [En ligne], <<https://www.acbd.fr/2825/rapports/2016-lannee-de-la-stabilisation/>>, (Consulté le 2 août 2020).

<sup>338</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, *op. cit.*

<sup>339</sup> BITTERLIN Kevin, « Les adaptations de manga sont-elles condamnées à la niche ? », dans *JV — Culture jeu vidéo*, n° 49, février 2019, p. 38-39.

80 % des jeux *Naruto* vendus en Belgique le sont dans l'espace francophone, ce qui est également le cas pour les jeux adaptés d'autres mangas connus comme *One Piece*. Cette différence nord-sud ne se traduit dans aussi une bien moindre mesure avec les autres types de jeux japonais : par exemple un RPG comme *Final Fantasy* se vendra pour le Benelux à 50 % aux Pays-Bas, ce qui est relativement peu. Par contre, un *Kingdom Heart* se vend à 60/40, ce qui est beaucoup plus normal, et c'est lié au fait que la série est un *cross-over*<sup>340</sup> entre *Final Fantasy* et l'univers Disney <sup>341</sup>.

#### ASIANIM, PREMIÈRE CONVENTION MANGA

Des conventions spécialisées en technologies attirant les fans de jeux vidéo existaient déjà depuis les années 90 (j'en ai parlé plus haut), le dernier en date étant Média Planet, ayant existé de 1994 à 2004. Un salon qui connaît son heure de gloire en 2000 avec une centaine de milliers de visiteurs, mais n'a fait que décliner au fil des années : de 3 palais du Heyzel en 1998, il n'en occupe plus que deux 2001 avec 60 000 visiteurs, et un seul en 2003 pour 30 000 visiteurs attendus<sup>342</sup>. Arnaud de Grave s'en souvient :

*« La dernière année était assez pathétique. Mais c'était un salon avec plusieurs plateaux, avec de tout : téléphonie avec les gros GSM, télévision (les premiers écrans plats), consoles... Chaque truc était séparé. Ce salon a complètement disparu, je pense qu'ils ont vraiment mal géré, parce que c'était grand (4 ou 5 palais du Heyzel). Mais est-ce qu'on peut leur en vouloir ? En Belgique les salons de jeu vidéo ont rarement tenu plus d'un an. Il y en a eu un qui s'appelait Next à un moment. Puis le PowerGames, tous des noms différents...<sup>343</sup>. »*

Cependant, aucun salon dédié spécifiquement à la pop culture japonaise n'existe, et le boom du manga dans les années 2000 mène à l'apparition d'une véritable communauté. Des jeunes qui ont découvert le manga dans les années 90 et début 2000 arrivent en âge de créer des événements en Belgique, à l'image de la Japan Expo qui connaît une croissance exponentielle : de ses débuts avec 3200 visiteurs, elle en rassemble 50 000 en 2006 et 83 000 en 2007 sur 3 jours.

---

<sup>340</sup> Une œuvre mélangeant des personnages de plusieurs univers normalement distincts (l'exemple le plus connu du grand public, dans l'univers des superhéros américains, est celui des *Avengers*)

<sup>341</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>342</sup> V.B., « Média Planet revient en mode « light », dans *La Libre Belgique*, 15 octobre 2003, [En ligne], <<https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/media-planet-revient-en-mode-light-51b8809ee4b0de6db9a95cce>>, (Consulté le 10 août 2020).

<sup>343</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

Le premier de ce genre à naître est Asianim à Liège, créé par des étudiants de HEC-ULg, qui se tient le 29 octobre 2006, avec les différents éditeurs comme partenaires et les librairies Slumberland. On y trouve des mangas bien sûr, mais aussi des projections d'anime sur écran et des activités culturelles traditionnelles comme la calligraphie, des origamis ou le jeu de go. C'est aussi l'occasion de découvrir en Belgique le *cosplay* (contraction de *costume* et *play*), activité apparue au Japon consistant à se déguiser en un personnage de fiction de manière la plus fidèle et réaliste possible. Pas de comptage des visiteurs pour la première édition, mais le succès est visiblement au rendez-vous<sup>344</sup>, l'évènement ayant d'ailleurs été relayé dans *Le Soir*, dans un article<sup>345</sup> qui explique encore une fois aux néophytes ce que sont les mangas et les raisons de leur succès.



Figure 28 : Première affiche d'Asianim\*

L'évènement se poursuit en 2007 où il a droit à un reportage sur RTC Télé Liège<sup>346</sup>. Une exposition consacrée à Jirô Taniguchi permet de mettre en avant « le manga sous toutes ses facettes » et ainsi de renvoyer une image positive du manga dans les médias, par exemple *Le Soir*. Cette seconde édition rassemble près de 3500 visiteurs<sup>347</sup>. La troisième édition, en 2008, fait l'objet d'un article<sup>348</sup> du *Soir* qui résume brièvement le contenu de l'évènement mais surtout qui en profite pour présenter les mangakas présentes et le contenu de leur manga. L'une d'elles est d'ailleurs l'objet d'un article en novembre qui fait la critique de son manga, *Les Japonais aussi pètent parfois les plombs*. Le manga commence donc à être considéré dans les médias en tant que bande dessinée comme une autre.

\* Source : Site web d'Asianim, [Archive], <<http://web.archive.org/web/20070307091415/http://www.espace-9eme-art.com/asianim/>>

<sup>344</sup> : : : Asianim :: La premiere convention manga belge! : : Accueil : : Dimanche 29/10/06 à Liège, [En ligne], <<http://web.archive.org/web/20070307091415/http://www.espace-9eme-art.com/asianim/>>, 2006 (Consulté le 3 août 2020).

<sup>345</sup> LAMBERT Eddy, « Liège Première convention de BD japonaise, ce dimanche, à HEC : Du manga à gogo », dans *Le Soir*, 27 octobre 2006.

<sup>346</sup> BONIVERT Françoise et MARZIALE Jean-Pierre, « Asianim, convention Manga », *JT*, RTC Télé Liège, Berloz,, 27 octobre 2007, 2'29", [En ligne], <[https://www.rtc.be/video/culture/asianim-convention-manga\\_3161\\_325.html](https://www.rtc.be/video/culture/asianim-convention-manga_3161_325.html)>, (Consulté le 25 septembre 2019).

<sup>347</sup> : : : Asianim 2 :: La premiere convention manga belge! : : Accueil : : 27 et 28 Octobre 2007? Liège, [En ligne], <<http://web.archive.org/web/20071228013002/http://www.espace-9eme-art.com/asianim/>>, 31 octobre 2007 (Consulté le 3 août 2020).

<sup>348</sup> COUVREUR Daniel, « Bande dessinée Troisième festival Asianim à Liège : Avec les héros de mangas », dans *Le Soir*, 30 octobre 2008.

## L'ANIMATION JAPONAISE EN SALLE : LE CHÂTEAU DE GHIBLI

Les années 2000 sont la période qui voit l'animation japonaise s'installer dans les salles de cinéma belges, après l'expérience timide de *Porco Rosso*. L'année 2000 reste toujours comme la plus faste pour l'animation japonaise, avec pas moins de 4 sorties de film. Le premier à ouvrir le bal est *Jin-Roh, la brigade des loups* de Hiroyuki Okiura le 2 avril 2000, après avoir été projeté au Festival du dessin animé. Il avait bénéficié d'une excellente critique dans la presse spécialisée française<sup>349</sup>, et sort en Belgique grâce au petit distributeur indépendant Sensuum Mania. Il est rapidement suivi le 5 avril par le premier film Pokémon, et le 2<sup>e</sup> en octobre, sur lesquels on s'est suffisamment étalé plus haut.

Mais le film qui marque le plus l'année 2000 d'un point de vue critique, c'est sans conteste *Princesse Mononoké*<sup>350</sup>. Après le succès critique international de *Porco Rosso*, qu'on a tôt fait de qualifier de « Disney nippon », le géant du dessin animé américain achète dès juillet 1996 les droits de distribution mondiale des films du Studio Ghibli par l'intermédiaire de sa filiale Buena Vista international, afin de conserver son hégémonie sur le marché mondial du cinéma d'animation. *Princesse Mononoké*, qui a battu tous les records au Japon en 1997, met cependant 3 ans pour arriver en Europe. Après un passage par le festival du dessin animé, il sort le 14 juin 2000 en Belgique, distribué donc par Buena Vista. Les moyens mis en œuvre par Disney (qui assume l'origine japonaise du film dans sa communication, contrairement à *Porco Rosso*, et le positionne comme un film d'animation pour adultes<sup>351</sup>) font véritablement connaître Hayao Miyazaki : le film est un succès en France avec plus de 700 000<sup>352</sup> entrées, loin devant les 167 000 de *Porco Rosso*. Il est mieux distribué que ce dernier en Belgique puisqu'il comptabilise 22 séances le premier mois aux Grignoux, alors que *Porco Rosso* avait bénéficié d'un total de 21 séances (en comptant les 6 séances reprogrammées en été) ; cependant sa sortie a quelque peu tardé puisque le Festival du dessin animé a dû batailler avec le distributeur pour le présenter en mars, alors qu'il cartonnait déjà en France.

---

<sup>349</sup> « La véritable identité esthétique du film d'animation japonais », dans *Le Monde.fr*, 15 novembre 1999, [En ligne], <[https://www.lemonde.fr/archives/article/1999/11/15/la-veritable-identite-esthetique-du-film-d-animation-japonais\\_30973\\_1819218.html](https://www.lemonde.fr/archives/article/1999/11/15/la-veritable-identite-esthetique-du-film-d-animation-japonais_30973_1819218.html)>, (Consulté le 4 août 2020).

<sup>350</sup> MIYAZAKI Hayao, *Mononoke hime*, Studio Ghibli, 1997, 134 min.

<sup>351</sup> ALLAMAND Clémence et MORAND Eva, « Distribution et promotion des films du studio Ghibli en France. Stratégie marketing et logique sérielle, éléments d'analyse », *art. cit.*, p. 125.

<sup>352</sup> Voir tableau avec le box-office de chaque film en *Annexe 5.2*.

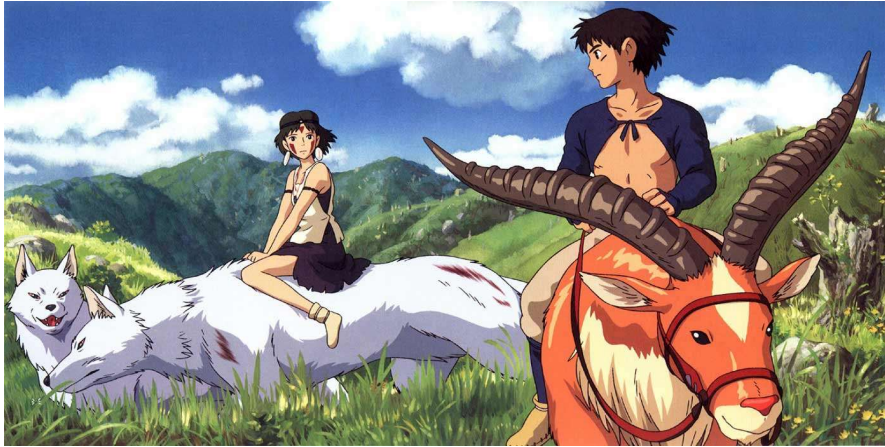


Figure 29 : Image extraite du film « Princesse Mononoké »

Le film joue un rôle crucial dans la légitimation de l'animation japonaise : Fabienne Bradfer le qualifie de « chef d'œuvre nippon », rien de moins<sup>353</sup>. Le film semble d'ailleurs avoir définitivement changé le regard de la journaliste sur la culture populaire japonaise, puisque dans le même journal elle rédige un article qui démonte les préjugés ; comble de l'érudition, elle explique même le bon usage du terme « manga » :

*« Les mangas ne méritent pas toujours leur mauvaise réputation. Il y a autre chose que "Goldorak", "Dragonball Z" et autres "Chevaliers du Zodiaque" dans ce pays imaginaire. La preuve, au Festival du dessin animé et du film d'animation, avec deux belles réussites : "Jin Roh, la brigade des loups", de Hiroyuki Okiura, adaptation ciné de l'histoire d'un homme-loup dans un Japon imaginaire, et "Princesse Mononoke", de Hayao Miyazaki, qui s'inspire de l'esthétique propre aux mangas.*

*Même si chaque dessinateur a une technique spécifique, que chaque auteur apporte ses nuances et subtilités, on retrouve des traits communs inhérents au genre "manga" : personnages aux yeux gigantesques si peu nippons, méchants, superhéros, pouvoirs surnaturels, références constantes à un passé mythique et à un avenir technologique, créatures mi-hommes mi-enfants, parcours initiatique. Les histoires se développent à partir des personnages qui ont leurs propres rêves, leurs propres espoirs et leurs raisons d'agir. Elles sont conçues pour fasciner ou émouvoir. Les obstacles sont difficiles à surmonter mais les efforts sont toujours récompensés.*

*Précisons un point : le terme "manga" désigne généralement la bande dessinée japonaise alors que le terme "anime" détermine leur version en dessins animés. Le manga, littéralement "image dérisoire", doit son nom à Katsuhika Hokusai, célèbre peintre du début du XIXe siècle, qui intitula ainsi les 15 volumes d'un ensemble de caricatures. Nés peu après la Seconde Guerre mondiale, les mangas sont d'inspiration "heroic fantasy" ou puisent leur source dans la vie quotidienne. Ces recueils de l'immédiateté — chaque page se lit en quelques secondes —, mis au monde par les enfants d'Hiroshima, ont généré bon nombre de produits dérivés et, surtout, des films d'animation ("anime") qui savent servir et honorer leurs héros, traduire le réel, ses angoisses, ses rêves, ses fantasmes et être le reflet d'une société à la violence réelle ou refoulée.*

---

<sup>353</sup> BRADFER Fabienne, « Un chef-d'œuvre nippon... ni en salles ! », dans *Le Soir*, 11 mars 2000.

L'année 2001 est plus calme, avec seulement une nouvelle projection de Princesse Mononoké au Festival du dessin animé et la sortie du 3<sup>e</sup> film Pokémon en salles qui ne réalise que 160 000 entrées en France, score ridicule en comparaison du 2<sup>e</sup> film (730 000) et surtout du 1<sup>er</sup>, le plus gros succès de l'histoire pour un film d'animation japonaise en France avec le chiffre colossal de 2 200 000 entrées.

L'année 2002 est par contre riche en animation japonaise : un partenariat avec Dynamic Vision permet de programmer une soirée d'OAV : *Blood : The Last Vampire, The Big O, Furi Kuri, Trigun* et *Boogiepop Phantom*. En ce qui concerne *Boogiepop Phantom*, la série d'animation a été diffusée plus tard sur Plug RTL en 2005, dans une émission nommée *Mangaddiction*<sup>354</sup> le mercredi soir, dans laquelle on pouvait également retrouver les séries *Hellsing, Jojo's bizarre adventure* et *Gunslinger girl*, des séries destinées à un public adolescent<sup>355</sup>.

Outre ces OAV, le film de Takahata *Gôshu le violoncelliste*<sup>356</sup> est également projeté ; il sortira en salles grâce à Le Parc distribution, la branche de distribution des cinémas Grignoux. Ceux-ci fonctionnant en ASBL, il s'agit d'un distributeur spécialisé dans les films pour enfants sans but lucratif qui peut donc se permettre de proposer des films pointus (mais avec généralement des sorties plutôt confidentielles, et uniquement sur le territoire francophone). Le film a néanmoins bien été mis en avant dans les cinémas des Grignoux à Liège puisque le film a bénéficié d'une quarantaine de séances.

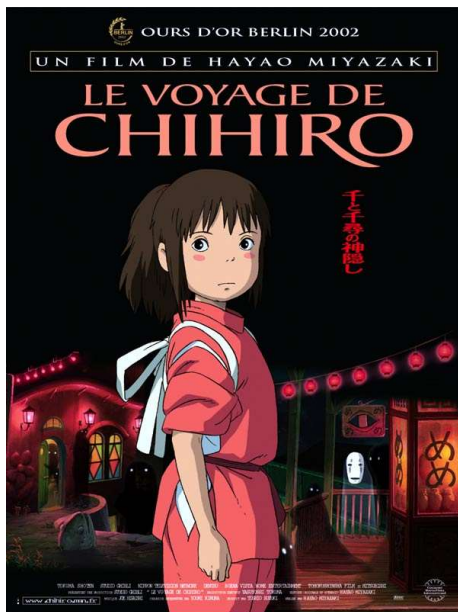


Figure 30 : Affiche du "Voyage de Chihiro"

C'est à peu près en même temps (le 25 septembre 2002) que sort *Le voyage de Chihiro*<sup>357</sup>, le nouveau film de Hayao Miyazaki qui sonne l'avènement définitif de Miyazaki et le reconnaissance critique internationale en remportant l'Ours d'or du meilleur film du festival de Berlin en 2002, et plus tard en 2003 l'Oscar du meilleur film d'animation. À partir de Chihiro, Disney ne distribue plus directement les films Ghibli en Belgique (contrairement à la France), mais vend les droits à un distributeur belge. Ainsi, c'est Paradiso Films qui distribue tous les nouveaux Ghibli en Belgique jusqu'en 2007, à l'exception des ressorties d'anciens Miyazaki : en effet, outre

<sup>354</sup> Email d'Olivier PAIROUX (Directeur artistique de Plug RTL), 14 novembre 2019.

<sup>355</sup> PLECK Catherine, « Rentrée des classes animée pour Plug », dans *Le Soir*, 2 septembre 2005.

<sup>356</sup> TAKAHATA Isao, *Serohiki no Gôshu*, Oh! Production, 1981, 63 min.

<sup>357</sup> MIYAZAKI Hayao, *Sen to Chihiro no kamikakushi*, Studio Ghibli, 2001, 124 min.

les nouveaux films des studios Ghibli (*Le Royaume des chats* [sortie belge en 2004], *Le Château ambulant* [2005], *Pompoko* [2006], *Les contes de Terremar* [2007]), Disney profite de l'aura du réalisateur pour sortir en France dans les années 2000 *Nausicaä de la vallée du vent*, *Kiki la petite sorcière* et *Le château dans le ciel*<sup>358</sup>. Le Festival du dessin animé doit quant à lui attendre 2003 pour montrer *Chihiro*.

L'année 2003 est d'ailleurs également riche en animation japonaise au Festival du dessin animé puisqu'outre le partenariat avec Dynamic Vision qui se poursuit, il propose une rétrospective du réalisateur Rintarô, grand nom de l'animation japonaise mais d'une tout autre école que Miyazaki puisqu'il est adepte de la *limited animation*, avec des films comme *Metropolis* (2001), sorti l'année précédente en Belgique grâce à Columbia Tristar, filiale de Sony Pictures, ou *Galaxy Express 999* (1978). Cette année-là sort au cinéma le film *Cow-Boy Bebop*, western spatial adapté de la série d'animation culte de Shinichirô Watanabe, et *Interstella 5555*<sup>359</sup> (distribué par Paradiso, BAC Films en France), un film assez original puisqu'il s'agit d'une sorte de long clip pour un album complet du groupe français Daft Punk (*Discovery*), racontant de façon muette l'histoire d'un groupe de musique extraterrestre dans un monde de science-fiction, le tout animé par des Japonais dans le style graphique de Leiji Matsumoto, créateur d'Albator. Le film est projeté en 2004 au Festival du dessin animé, une année également riche avec notamment *Millenium actress* de Satoshi Kon, réalisateur au style très personnel qui fait partie de la poignée d'animateurs japonais reconnus en France depuis *Perfect Blue*. En 2004 sort en salles le film *Yu-gi-Oh!*, surfant sur le succès de la franchise cross-média.

L'année 2005 voit la sortie en salles du *Château ambulant* de Miyazaki (gros succès en France et environ 20 000 entrées en Belgique) peu après son passage à Anima, ainsi qu'*Innocence*, la suite du culte *Ghost in the Shell* qui n'était jamais sorti dans les salles belges. Le festival Anima projette également *Tokyo Godfathers* de Satoshi Kon.

Outre *Pompoko* sort en 2006 *Applesseed* de Shinji Aramaki, projeté au BIFFF l'année précédente. Le festival du dessin animé propose quant à lui une rétrospective Isao Takahata, avec pas moins de 6 films du maître et compagnon de Miyazaki.

---

<sup>358</sup> En ce qui concerne ce dernier, Paradiso en a bien acheté les droits (le film est repris sur leur site et Paradiso est mentionné comme distributeur sur le site de la Cinématek), mais il semble ne pas être sorti en salles de façon habituelle. En effet il n'est pas repris dans la base de données de *Cinénews* contrairement aux autres, et je ne trouve rien dans le programme des Grignoux à l'année de sortie indiquée, ni la trace d'une sortie dans *Le Soir*. Peut-être est-il sorti uniquement en DVD ; les dates données sur le site de Paradiso ne sont d'ailleurs pas fiables puisqu'il indique la sortie de *Chihiro* le 30 avril 2003, alors que le film est sorti dans les salles belges le 25 septembre 2002.

<sup>359</sup> TANENÔCHI Kazuhisa, *Intâsutera fô faibu*, Toei Animation, 2003, 68min.

En 2007 ne sortent dans les salles belges que *Les Contes de Terremer*, mais le Festival Anima propose à nouveau une grosse programmation d'animation japonaise avec notamment le film *Fullmetal Alchemist*, épilogue de la série animée, éditée en DVD par la société belge Dybex (ex-Dynamic Vision, après que les actionnaires japonais se soient retirés) et diffusée sur MCM, et des OAV toujours avec Dybex. Le festival n'a donc pas peur de programmer tant des films issus des univers *shōnen* populaires que des films considérés par la presse comme des "d'auteur".



Figures 31 : La pop-culture japonaise s'affiche désormais sans complexe dans les pages du programme d'Anima 2007. On est loin de la publicité de 97-98 avec Blabla et ses "Dessins animés européens et non-violents" !

Enfin, en 2008, le seul film sorti en salle et *La Traversée du temps* de Mamoru Hosoda, l'étoile montante de l'animation japonaise repérée par le distributeur français indépendant Eurozoom qui s'est spécialisé dans l'animation japonaise. Le film, mêlant vie quotidienne japonaise et voyage temporel n'a réalisé que 50 000 entrées en France, ce qui est très faible, mais il a pu arriver chez nous grâce au Parc Distribution. Il réalise en Belgique entre 1 000 et 2 000 entrées, un très faible nombre mais dans la logique de ce qu'on pouvait attendre ; en effet, Adeline Margueron considère que le potentiel d'un film en Belgique dans cette catégorie est de l'ordre de 4 % du nombre d'entrées français (ce qui reste moins que prévu en rapportant à la différence de population entre France et Belgique francophone : en effet on pourrait s'attendre par calcul à 6 % des entrées françaises). Il avait été présenté au festival Anima la même année avec deux autres films d'animation japonaise, ainsi qu'un épisode de la série *Death Note* et *Le Chevalier d'Éon*.

Les années 2000 dénotent clairement une scission manichéenne du point de vue de la critique dans le monde de l'animation japonaise entre les œuvres respectables et reconnues dans la veine de Miyazaki, et de l'autre côté les films d'animation liés à des franchises cross-médias à succès qui suscitent le mépris de la critique : un article de Jean-François Lauwens dans *Le Soir* en 2005 l'illustre parfaitement :

*“Il est décidément bien loin le temps où le dessin animé japonais se résumait pour le public occidental à ‘Heidi’ ou ‘Goldorak’ ou celui où l'image de la production nipponne était avant tout marquée par la violence. Comme dans le cas des mangas dont les ventes explosent littéralement, le Japon est capable de produire les pires comme les meilleurs dessins animés du monde. On pourra même juger sur pièce de la différence ce week-end. D'un côté, le pire : Club RTL diffuse cette semaine les trois longs métrages des ‘Pokémon’ et celui des ‘Digimon’. De l'autre, le meilleur avec ce ‘Voyage de Chihiro’ qui constitue le sommet de l'œuvre du fondateur des studios Ghibli et auteur entre autres réussites de ‘Princesse Mononoké’, ‘Porco Rosso’, ‘Mon voisin Totoro’, ‘Le château dans le ciel’, ‘Nausicaä’ ou, aujourd'hui, ‘Le château ambulante’ qui sortira le 30 mars et est présenté au festival Anima cette semaine.”<sup>360</sup> »*

Un constat qui s'applique également au manga papier, en atteste un article du même auteur :

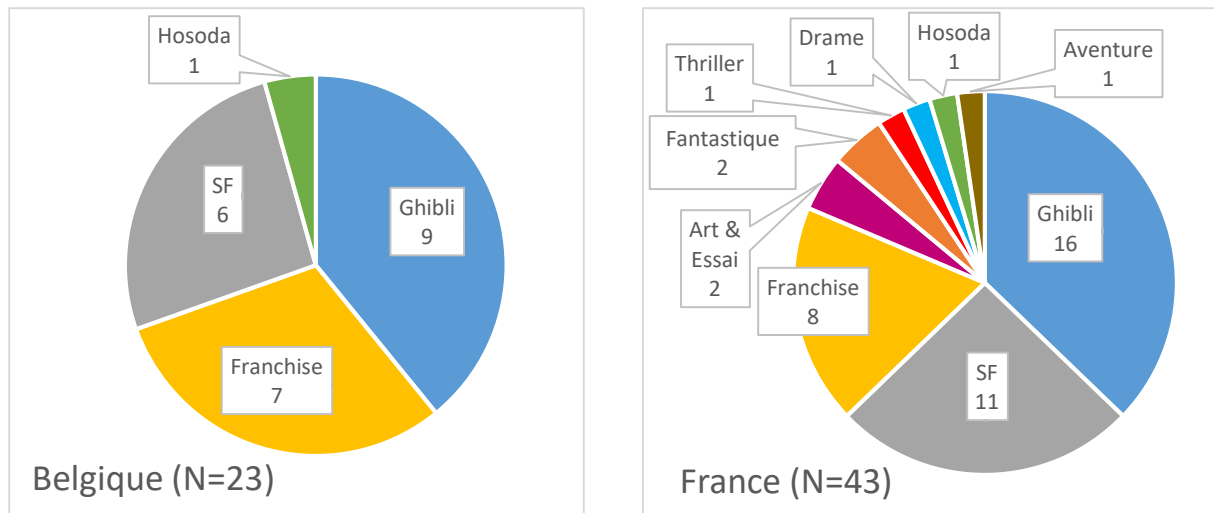
*« En quelques années, la culture manga a déferlé sur notre marché adepte de la bonne vieille BD franco-belge. Lancée à la fin des années 70 avec la découverte des dessins animés japonais, étendue dans les années 80-90 grâce à l'arrivée de séries comme Akira et Dragon Ball, la mode du manga a pris des proportions hallucinantes, tant auprès d'un jeune public qui se régale de ces intrigues à la chaîne que d'un public adulte qui a découvert une BD d'auteur, en particulier Taniguchi, qui n'avait rien à envier aux géants de la BD européenne.”<sup>361</sup> »*

Dans l'ensemble, entre 1995 et 2008, 22 films d'animation japonaise sont arrivés dans les salles belges. C'est à la fois beaucoup et peu : beaucoup en comparaison des années 80 où aucun film n'était sorti, et à l'unique sortie des années 60 et 70 ; peu en comparaison avec la France où presque deux fois plus de films sont sortis sur la période. Les films sortis en France sont aussi plus variés : si dans les deux cas un gros tiers des films sont du studio Ghibli ou d'Isao Takahata et environ un quart qui ressort du genre de la science-fiction, la Belgique a eu proportionnellement plus de films issus d'une grosse franchise (Pokémon, Dragon Ball, Yu-Gi-Oh !), et n'a reçu aucun film ressortant d'un autre genre hormis *La Traversée du Temps* de Mamoru Hosoda (grâce à Le Parc Distribution), alors que la France vu sortir en salles 7 autres films de genres plus variés.

---

<sup>360</sup> LAUWENS Jean-François, « La Deux — “Le voyage de Chihiro” est le chef-d'œuvre du maître japonais Hayao Miyazaki », dans *Le Soir*, 5 février 2005.

<sup>361</sup> LAUWENS Jean-François, « RTL-TVI Les séries japonaises ont conquis en quelques années le tiers du marché franco-belge : Le manga, soleil levant de la BD », dans *Le Soir*, 13 septembre 2006.



Graphiques 7 : Genre des films sortis en salles en France et en Belgique entre 1995 et 2008

Comment expliquer cette différence ? Outre que la Belgique francophone est un peu moins acquise à la pop culture japonaise que la France, c'est également lié à la structure du marché belge du cinéma. D'abord, la distribution du cinéma d'animation non hollywoodien en général est difficile en Belgique. En effet, pour qu'un film étranger sorte en Belgique, il doit passer par un grand nombre d'intermédiaires. Il y a plusieurs cas de figure possibles :

- Cas le plus simple : pour le cinéma hollywoodien, les grandes *majors* américaines (Disney, Warner Bros, 20th Century Fox, Columbia Tristar/Sony Pictures...) maîtrisent toute la chaîne de bout en bout car elles ont les moyens à la fois de produire le film mais aussi de les distribuer (c'est-à-dire les vendre aux salles de cinéma et le marketer) dans le monde entier avec des filiales nationales. Quand elles ne produisent pas un film, elles peuvent aussi acheter les droits d'un film étranger afin de le distribuer dans le monde entier (sauf le pays d'origine) : c'est ce qui s'est passé avec *Princesse Mononoké* (Disney/Buena Vista qui a signé un accord avec Ghibli), *Innocence* (United Pictures International), les 3 premiers films *Pokémon*, *Yu-Gi-Oh!* (Warner Bros) ainsi que *Métropolis* et *Cow-boy bebop* (Columbia Tristar).
- Cas intermédiaire : le film est vendu à une *major* qui sort le film en France, mais celui-ci ne veut pas le distribuer sur le marché belge. Elle vend alors la version française à un distributeur local. C'est ce qui s'est produit avec les films Ghibli après *Princesse Mononoké*, qui ont été vendus dans les années 2000 à Paradiso films, qui opère sur le Benelux. Celui-ci n'a pas pris la peine d'acheter les droits pour les anciens films ressortis (comme *Totoro*) qui ne sont donc jamais sortis dans les salles belges. Dans le cas de *Laputa (Le Château dans le ciel)*, Paradiso a bien acheté les droits mais n'a pas sorti le film en salles.

- Enfin cas le plus complexe : si le film n'est pas acheté par une *major* pour le monde entier, de nombreux intermédiaires entrent en jeu : le producteur japonais va vendre son film à un distributeur international pour le monde ou l'Europe ; ensuite ce distributeur européen va vendre les droits pour chaque marché linguistique, en l'occurrence un distributeur français comme Kazé qui va réaliser la traduction. Kazé n'est pas intéressé par les droits cinéma (il édite les DVD), il vend alors ceux-ci à un distributeur spécialisé comme Eurozoom. Eurozoom qui n'opère qu'en France et ne connaît pas les subtilités du marché belge revend ensuite son film à un distributeur pour la Belgique qui opère soit pour le Bénélux (Paradiso par exemple), soit uniquement sur le territoire belge francophone pour les plus petits comme Le Parc. Celui-ci se charge enfin de la promotion du film en Belgique et de la vente aux salles de cinéma<sup>362</sup>.

Tout cela a pour conséquence de rendre l'arrivée des films plus pointus complètement tributaire de la France : d'abord en termes de délai : la négociation avec les Français prend du temps et retarde la sortie des films. Et puis parce cela peut créer des imbroglios dont la Belgique a le secret :

*« C'est très compliqué au niveau des droits, parce que les gens qui ne sont pas belges ne savent pas forcément, donc parfois on achète les droits pour la Belgique francophone, puis ils sont vendus à quelqu'un d'autre pour la Belgique entière parce que le vendeur n'avait pas compris qu'on allait occuper le territoire francophone... C'est un vrai casse-tête, et je pense que l'anime doit aussi en souffrir.<sup>363</sup> »*

Ensuite parce que le marché belge étant trop petit, créer une version française coûte cher et n'est pas rentable si le film est distribué seulement sur le marché belge :

*« Nous pour ce type de films on ne peut s'intéresser qu'à ceux qui sont achetés par la France et où la VF pourra être créée et remboursée par le succès du film. La Belgique francophone est petite, donc si tu as un film dont le potentiel est 100 ou 200 000 entrées, tu peux te dire que tu vas investir dans une version. Parce que ta marge va être suffisante. Avec 20-25 000 entrées, tu n'as pas assez parce qu'une version, ça coûte 30 000€. Donc c'est très très cher, il fait vraiment avoir un gros potentiel pour avoir une marge suffisante. Donc la Belgique ne va avoir accès qu'à ce qui arrive en France. Ça réduit vachement par rapport à ce qui sort au Japon.*

*Moi je ne regarde pas ce qui sort au Japon. Le Japon il n'a pas intérêt à vendre à la Belgique francophone en direct parce que du coup il peut plus vendre pour tout le Benelux, le distributeur français ne peut plus vendre sa version... Donc cette solution c'est uniquement une fois que personne n'a voulu le film. Mais un film que personne ne veut... Il n'y a aucune raison de le*

---

<sup>362</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron, op. cit.*

<sup>363</sup> *Ibid.*

*distribuer en Belgique francophone en termes de potentiel économique. Ça ne veut pas dire qu'il n'y aurait pas des gens qui voudraient le voir...<sup>364</sup> »*

La Belgique est également un terrain plus difficile pour distribuer des films pointus :

*« La France a un réseau de salles très dense avec beaucoup de petites salles art & essai en centre-ville et dans des petites villes. La Belgique a proportionnellement plus de multiplexes, très peu de salles Art & essai, pas beaucoup de centres culturels... Donc pour le cinéma art & essai, il ne faut pas les mêmes budgets, les potentiels du film sont différents...*

*La France a une spécificité sur l'impôt car le CNC étant une émanation du ministère de la Culture, il peut lever l'impôt. Donc il y a une taxe sur chaque ticket de cinéma qui est réinjecté dans le cinéma français. En Belgique la Fédération Wallonie-Bruxelles ne lève pas l'impôt puisqu'elle est dotée par le fédéral. Donc en fait elle a des budgets sur lesquels elle ne sait pas agir, donc ça fait moins de possibilité de soutenir le cinéma belge et art & essai, ça c'est les grosses différences. Ce qui fait que le cinéma art & essai a beaucoup plus de mal à se développer en Belgique.*

*Au Japon la seule chose que je sais c'est qu'il y a un public animation adulte hyper important, et que c'est pas du tout le cas en Belgique, et un tout petit peu le cas en France.<sup>365</sup> »*

*« En France il y a des réseaux de cinéma à côté de la grande distribution, créés à l'époque mitterrandienne surtout, qui ont aujourd'hui plus de difficultés, mais qui ont éduqué une sorte de public. Les cinémas Utopia par exemple dans le Sud, dans le Nord aussi... ce sont un peu l'équivalent des cinémas Le Parc/Les Grignoux. Au départ très alternatifs, ils sont devenus plus classiques en gardant cette curiosité et cette envie de voir des films exister.<sup>366</sup> »*

Or les distributeurs belges plus commerciaux que Le Parc les salles sont très frileux sur les films qui ne sont pas les blockbusters, et des salles art & essai considèrent parfois que ces films n'intéressent pas leur public et ont épuisé leur public avec les projections en festival ; un argument que réfute toutefois Philippe Moins, pour qui les festivals sont au contraire une vitrine pour ces films qui sont appelés à rencontrer un plus large public en cas de succès lors de leur projection... toutefois cela reste un risque pour les petits distributeurs : Anima a tenté une expérience de distribution qui n'a pas été concluante, et n'a pas réessayé depuis...<sup>367</sup>

---

<sup>364</sup> *Ibid.*

<sup>365</sup> *Ibid.*

<sup>366</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins, op. cit.*

<sup>367</sup> *Ibid.*

Enfin, face à la profusion dans la production de films, les places sont chères pour rester à l'affiche suffisamment longtemps pour exister :

*« Les distributeurs ont encore une autre difficulté, c'est que la production dans le monde entier a explosé. Fin des années 90 sortaient 5-6 films/semaine ; aujourd'hui on est à 13 ou 15. ça réduit d'autant plus le temps disponible sur l'écran, donc la concurrence est très forte. Les distributeurs ont dû devenir très sélectifs, en espérant occuper l'écran le plus longtemps possible pour amortir leur achat. Donc il faut soit des noms, des thèmes porteurs, soit des prix prestigieux.<sup>368</sup> »*

*« La règle dans l'exploitation conventionnelle avec les grands cinémas, c'est que les films démarrent le mercredi, et à la limite le mercredi soir, le distributeur sait si son film va marcher ! Le lundi matin tous les programmeurs et les exploitants se téléphonent, et c'est la bagarre pour maintenir les films à l'affiche ou pas... Et il y a des tas de films qui ne tiennent pas plus d'une semaine... Un film un peu pointu a besoin d'un bouche-à-oreille extraordinaire pour maintenir un film à l'affiche... Du coup plein de films passent à la trappe, et ça rebute les distributeurs. Grâce à une salle comme le Parc qui met des films dans la durée... ils ne mettent pas tout à la même heure tous les jours (genre le mercredi après-midi, on met des films pour enfants), mais ils ont une programmation mensuelle, ou bimestrielle même, c'est-à-dire qu'ils savent déjà quel film va être projeté dans 4 semaines, que ça marche ou pas. Donc on a des films qui ont la garantie d'être là et qui petit à petit ne fonctionnent pas si mal. En Wallonie on a aussi le Pathé, l'Arenberg/Galerie à Bruxelles qui fonctionnent un peu comme ça mais pas autant. Mais en France ils ont un cinéma qui fonctionne plus comme ça, donc ils ont donc plus de chance de voir des animes.<sup>369</sup> »*

Tout cela explique que les films de grosses franchises et les Ghibli (les 2/3 des films sortis) soient arrivés beaucoup plus facilement chez nous : ils bénéficient de la force de frappe des *majors* américaines, et de la réputation de Miyazaki. D'autre part, hormis Le Parc qui se lance vraiment dans l'animation japonaise qu'avec *La Traversée du temps* et Paradiso qui achète surtout les Ghibli, aucun distributeur belge indépendant n'est particulièrement attentif l'animation japonaise, alors qu'en France, les distributeurs Gebeka et Eurozoom y sont beaucoup plus réceptifs.

---

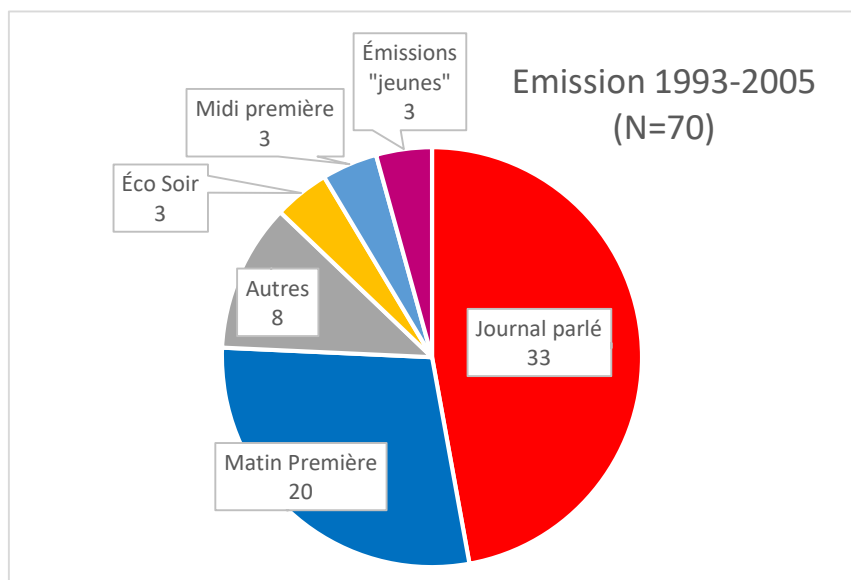
<sup>368</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

<sup>369</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins, op. cit.*

## LE TRAITEMENT MÉDIATIQUE DANS LES ANNÉES 2000

*Radio (depuis 1993-2008)*

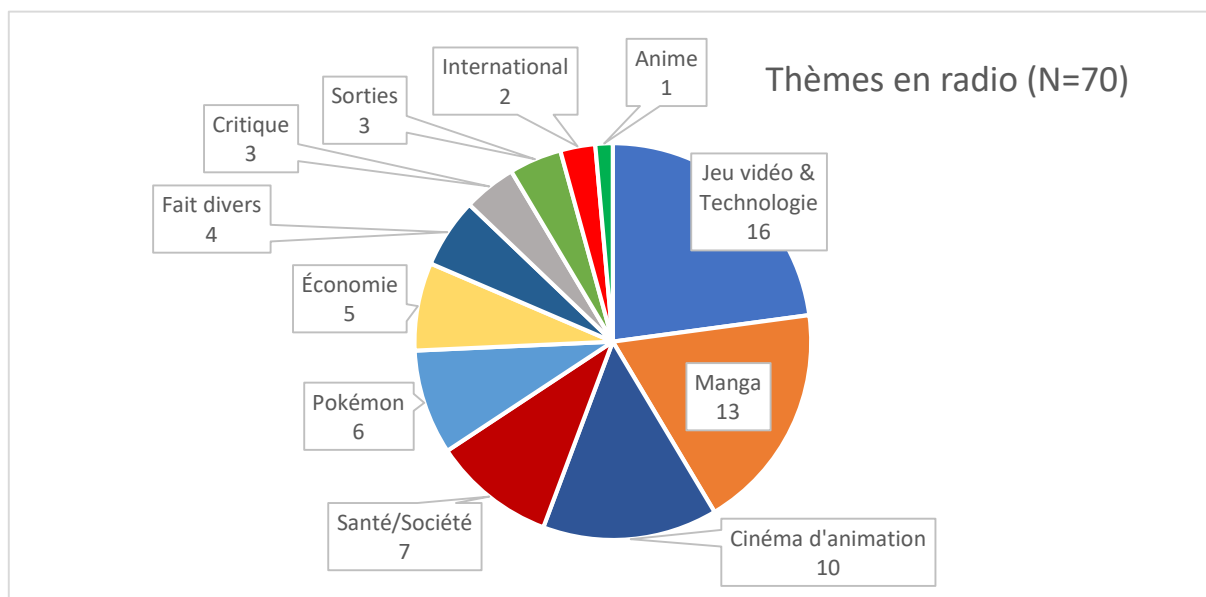
Le graphique en *Annexe 3* nous montre qu'on trouve des séquences mentionnant la pop culture japonaise dès le début des archives de notre base de données en 1993 (rappelons-nous de l'interview de François Schuiten qui les mentionne). Après un calme plat en 1994, la deuxième moitié des années 90 voit une augmentation des séquences d'année en année. Après un relâchement en 1999, le phénomène Pokémon occasionne un premier pic en 2000 avec un peu moins de 20 séquences. La vague atterrit en 2002, mais le nombre de séquences se maintient autour de 7 à 10 séquences jusqu'à une grosse chute en 2008-2009. Analysons ces chiffres plus en détail.



Graphique 8 : Émissions dans lesquelles les séquences concernant la pop culture japonaise sont diffusées en radio entre 1993 et 2005

En l'absence d'émission spécialisée sur le sujet, on ne retrouve des séquences liées à la pop culture japonaise que dans des émissions généralistes (ou presque). Celle qui domine largement, c'est le journal parlé (majoritairement le *JP fédéral*) : le but principal est d'informer le grand public. Vient ensuite l'émission *Matin Première*, le *prime time* de la radio, qui aborde des sujets très variés dont la culture ; ce serait donc vraisemblablement l'émission la plus propice pour s'intéresser sérieusement au phénomène en l'absence d'émission culturelle spécialisée. On trouve des émissions variées dans le quart restant : par exemple 3 séquences dans des émissions pour les jeunes, et 3 dans l'émission économique en soirée. On notera que toutes ces émissions relèvent de La première, la radio consacrée à l'information et aux sujets « sérieux » ; difficile de dire si c'est la seule radio qui en parle ou si les séquences issues de la seconde chaîne (avec des décrochages locaux) ne sont pas (ou mal) indexées, bien que l'on retrouve des séquences du JP de Vivacité (fédéral et local) à partir de 2004 (date de création de la

chaîne). Pour les années 2004 et 2005, on a autant de séquences dans le *JP* de Vivacité que de La Première, mais deux séquences en plus pour le *JP* local de Liège. On retrouve aussi une séquence de Radio Bruxelles-Capitale en 2002, et une de *L'invité Vivacité* en 2004. Il semble donc que c'est un sujet qui intéresse peu les radios locales à cette période, ce que l'on pourrait expliquer par l'absence de rassemblements pour mettre cette pop culture en lumière (bien que je n'ai pas trouvé trace d'Asianim dans les archives après 2006).



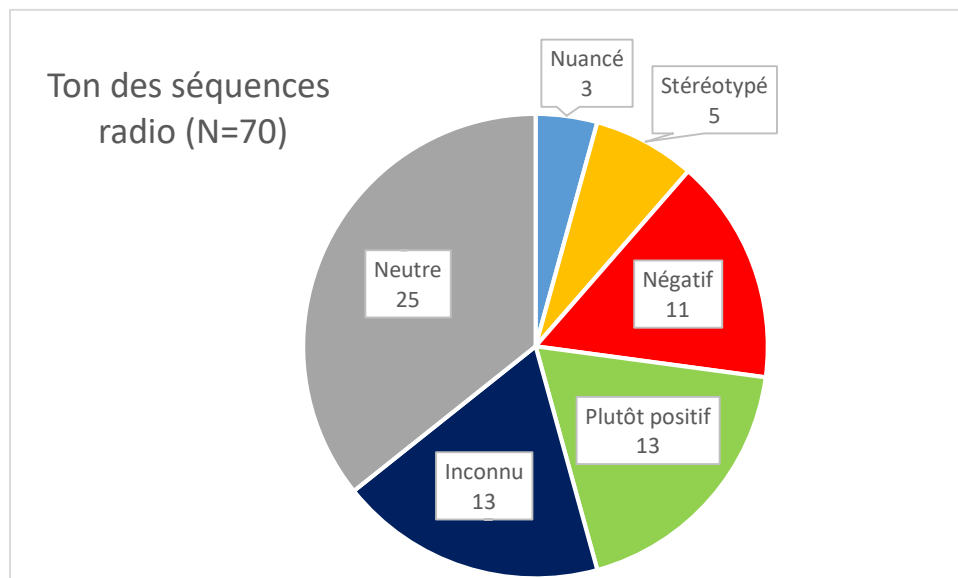
Graphique 9 : Thème des séquences concernant la pop culture japonaise sur les radios de la RTBF entre 1993 et 2005

En ce qui concerne les thématiques abordées, elles sont très variées puisqu'il n'y a pas d'émission spécialisée qui aborderait un aspect en particulier. Les jeux vidéo sont néanmoins très présents car ils ont leur case dédiée dans *Matin Première* (Rubrique « Mutimédia » puis « Cybermatin ») ; ils sont également abordés sous l'angle économique dans l'émission *Écosoir*. Les mangas ne sont par contre pas du tout abordés dans *Matin Première*, à une exception près dans *Culture Matin* avec Daniel Couvreur, journaliste qui avait d'ailleurs signé dans *Le Soir* les articles sur la convention Asianim, ainsi que dans deux revues de presse. On en parle plutôt soit dans le *JP*, soit dans des émissions à d'autres créneaux horaires (moins porteurs en termes d'audience).

Le cinéma d'animation est quant à lui bien plus abordé qu'en télévision, le cinéma bénéficiant de sa case dans *Matin première*, et étant également abordé dans le *JP*. C'est notamment grâce au festival Anima, Philippe Moins étant invité pour en parler en 2001 et en 2003. Cependant si des films (par exemple Pokémon) sont mentionnés dans les sorties de la semaine, ils font en général partie des films qui ne font pas l'objet d'une critique ; c'est un cinéma qui n'est clairement pas prioritaire (pas digne d'être abordé ?). Suivent les questions de santé et société qui sont principalement liées au phénomène Pokémon :

crises d'épilepsie, problèmes dans les cours de récré, tendances dans l'industrie du jouet... des thèmes qui relèvent presque exclusivement du JP. Le phénomène Pokémon en tant que tel fait l'objet de chroniques dans *Matin Première* et *Midi Première*, et la sortie de *Pokémon Or* et *Argent* est abordée dans le JP. Les thématiques économiques concernent surtout Pokémon.

Les critiques en tant que telles sont très peu nombreuses : on a *Le Voyage de Chihiro* en 2002 (très médiatisé par l'ours d'or à Berlin), *Ghost in the Shell 2 : Innocence* qui était en compétition à Cannes en 2004. Le sceau d'un festival prestigieux est donc une condition nécessaire pour mériter une critique en radio pour de l'animation japonaise (excepté le film *Yu-gi-oh* en 2004 qui est évoqué par Hughes Dayez, mais le résumé de la séquence est trop succinct pour dire s'il l'a effectivement vu). Les séries d'anime sont quant à elles complètement absentes : la seule mention qui en est faite est dans l'émission *Big Palou* en 2000 sur le studio de doublage des « tristement célèbres Pokémon »...

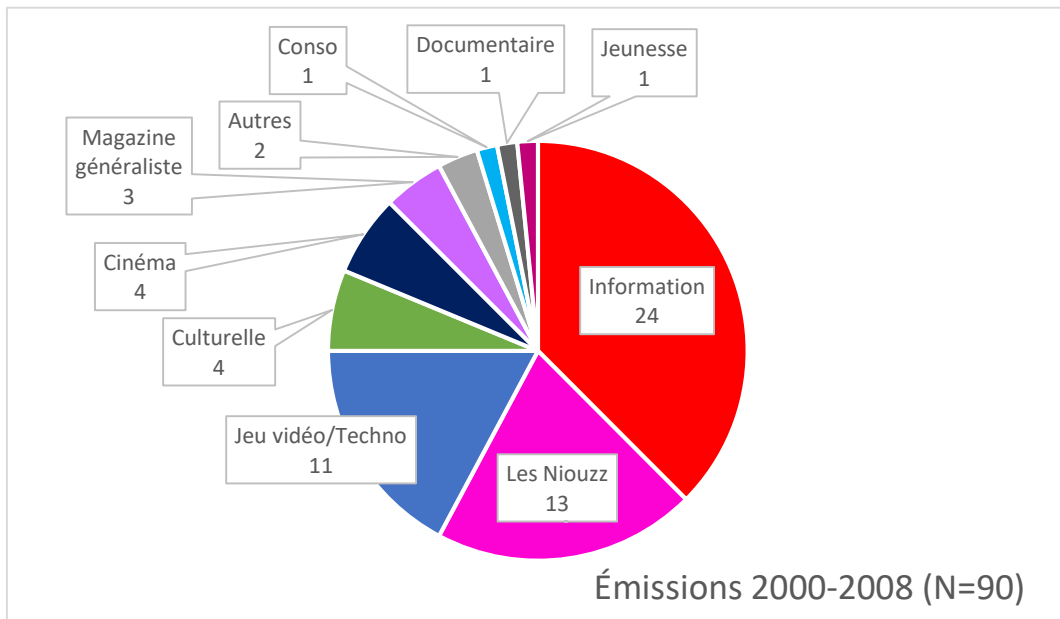


Graphique 10 : Ton des séquences radio RTBF relatives à la pop culture japonaise entre 1993 et 2005

Enfin pour ce qui est du ton des séquences radio, pour celles qui disposent d'une retranscription, on observe des résultats assez similaires à ceux du Soir pour les années 90 : une grande part de neutre (la radio rentre moins dans le détail, surtout dans les JP), légèrement plus de positif (didactique, intéressé, positif) que de négatif (à charge, condescendant, méprisant, xénophobe). On compte en radio un peu plus de séquences avec des stéréotypes que des séquences nuancées, ce qui indique que la radio va en général un peu moins en profondeur dans le sujet que *Le Soir*.

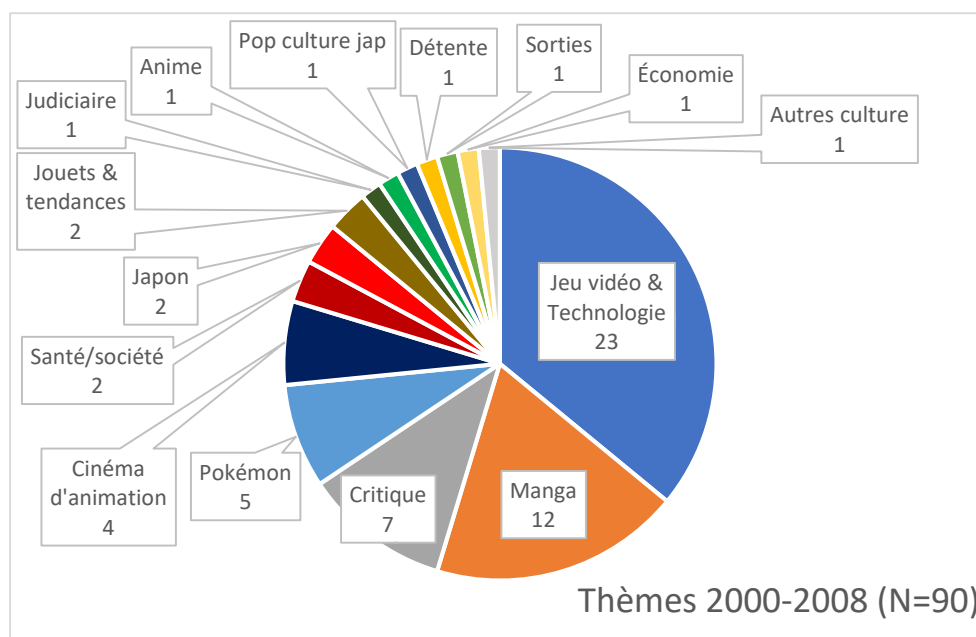
Télévision (2000-2008)

En télévision on observe une courbe similaire à celle de la radio (*Annexe 2.2*). Alors que l'attention était complètement retombée en 1999, la vague Pokémon provoque un pic en 2000. Si la télévision s'en désintéresse très rapidement, le lancement d'une nouvelle émission faisant place aux jeux vidéo en 2002 (*Cybercafé 2.0*) permet de leur donner à nouveau une visibilité. La popularité croissante des mangas (tirés par le succès de *Naruto*) explique un nouveau pic en 2006, qui décroît un peu en 2007 mais revient l'année suivante sur la pente montante.



Graphique 11 : Émission comprenant des séquences relatives à la pop culture japonaise entre 2000 et 2008

Sur cette période, les émissions d'information (JT) dominent, mais c'est surtout le cas en 2000 au plus fort de la vague Pokémon ; presque plus rien après. Cependant, la nouvelle émission d'information destinée aux enfants et préadolescents, *Les Niouzz* créée en 2000 permet d'aborder de façon plus décomplexée les thématiques de la pop culture japonaise, de manière assez variée (en se limitant à ses aspects adaptés au jeune public bien sûr). Suivent les jeux vidéo grâce à l'émission *Cybercafé 2.0* (qui disparaît cependant après 2004). Les émissions culturelles *Mille-feuille* et *Cinquante degrés nord* évoquent au total 4 fois les mangas, notamment grâce à une exposition à Laeken consacrée à Taniguchi. L'émission *Télécinéma* permet d'évoquer les sorties en films d'animation. Enfin l'émission magazine *Au Quotidien* évoque à 3 reprises la pop culture japonaise en tant que tendance (une fois à propos d'un manga belge, une fois à propos du cosplay et de design de jouets).



Graphique 12 : Thématiques des séquences en télévision entre 2000 et 2008

Pour ce qui est des thématiques, c'est toujours le jeu vidéo qui domine, avec l'émission *Cybercafé 2.0* mais aussi des séquences dans *Les Niouzz*. Viennent ensuite les mangas qui font leur entrée, avec des séquences partagées entre diverses émissions : *Le JT*, *Au Quotidien*, *Les Niouzz*, les émissions culturelles. Viennent ensuite les critiques : aucune ne concerne un manga, mais on en trouve 3 pour des jeux vidéo (*Cybercafé 2.0*) et 4 pour des films (*Pokémon 2* et *3* et *Le Voyage de Chihiro*). Les films *Pokémon 2* et *3* sont évoqués avec des extraits mais difficile de dire s'ils ont été l'objet d'une véritable critique. Si la télévision prend la peine de montrer des images des films *Pokémon*, c'est plutôt, semble-t-il, pour surfer sur la vague puisque le premier film au succès colossal et inattendu n'avait pas été abordé et a eu pour effet de mettre en lumière cet engouement. *Le Voyage de Chihiro*, quant à lui a bénéficié d'un succès critique dithyrambique, il n'est donc pas étonnant que la télévision en parle, mais il faut relever que c'est uniquement dans *Les Niouzz* : l'animation est toujours considérée en télévision comme étant réservée aux enfants, même si beaucoup d'adultes ont vu et apprécié les films de Miyazaki. Ensuite viennent 5 séquences consacrées à *Pokémon*, ce qui est finalement peu vu l'ampleur du phénomène (mais on peut y ajouter les 2 séquences en « santé/société » et « Jouets et tendances »). Les séquences relatives au cinéma d'animation concernent les films *Pokémon* : la télévision passer ainsi sous silence la grosse majorité des films d'animation sortis en salle (ou du moins ils ont échappé au radar des mots-clefs utilisés puisque je n'ai pas effectué de recherche sur chaque titre de film ou réalisateur)

## CHAPITRE IV

### *Maturité (2009–2020)*

#### UNE CONSTELLATION DE RASSEMBLEMENTS COMMUNAUTAIRES

##### *Made In Asia, jeune étoile bruxelloise*

Nous avons quitté le salon Asianim après sa 3<sup>e</sup> édition en 2008. Le salon se poursuit lors d'une 4<sup>e</sup> et dernière édition en 2009, qui ne bénéficie cependant pas d'une grosse couverture médiatique, mais rassemble les fans dans un cadre convivial.

Pendant ce temps-là, celui qui va devenir le plus grand salon belge dédié à la pop culture japonaise se prépare. Sébastien Flament, réalisateur télé qui travaillait chez Dybex depuis 2007 sent le potentiel pour créer un grand salon à Bruxelles, où il n'y en avait pas encore. Il entre alors en contact avec la société Conceptum!, spécialisée dans l'évènementiel. Celle-ci organisait le salon Créativa (salon des loisirs créatifs) dans un hall de Bruxelles-Expo, et avait justement 20 % d'espace non rempli<sup>370</sup>. C'est ainsi que le nouveau salon Made In Asia est venu se greffer au fond du hall Créativa<sup>371</sup>, un dragon chinois guidant les visiteurs de MIA à l'ouverture vers la partie qui les intéresse.

Si elle n'a pas fait l'objet d'une grosse promotion des médias (le soir ne fait que mentionner le nom du salon parmi des événements à venir en lien avec la BD), cette première expérience est une réussite puisqu'elle réussit à drainer à elle seule plus de public que Créativa, dont les allées sont complètement vides en comparaison : elle a notamment été annoncée sur le principal site internet francophone dédié à

Figure 32 : Publicité pour Made In Asia 4



<sup>370</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Rémi Lach, op. cit.*

<sup>371</sup> La première édition se déroulait dans le même hall, mais il y avait des caisses distinctes à l'entrée. Il était amusant de constater lors de la première édition la différence de file entre la caisse MIA relativement longue (mais ridiculement courte en comparaison de la file actuelle !) et celle de Créativa complètement déserte,

Pokémon, *Pokébip*<sup>372</sup>, ainsi que sur Nautiljon<sup>373</sup>, important site dédié au manga. Le bouche-à-oreille a fait le reste, le salon réunit ainsi 8000 visiteurs, plus du double d'Asianim 2007. La seconde édition en 2010 a lieu dans un hall séparé. Mais c'est véritablement à partir de l'édition 2011 que la machine s'emballe, grâce à une grosse campagne promotionnelle (dans le métro, notamment) : le salon réussit à élargir son public et réunit alors plus de 16 000 visiteurs<sup>374</sup>.

### *Japan Expo Belgium, la comète*

L'équipe d'Asianim décide de son côté de passer à la vitesse supérieure, et annule son édition 2010 pour s'associer avec la Japan Expo<sup>375</sup>, salon français au succès grandissant qui entre dans une stratégie d'expansion hors de Paris, en organisant d'abord la Japan Expo Sud en 2009 à Marseille, puis la Japan Expo Centre en 2011. La même année a lieu la première édition belge du salon, qui prend place à Tour & Taxis à Bruxelles au mois d'octobre, pour ne pas entrer en concurrence frontale avec MIA (en mars). Liège perd sa convention, il faudra attendre 2018 pour qu'une nouvelle y soit organisée : Fukumi Expo, dont la 3<sup>e</sup> édition devrait avoir lieu en mai 2021.

La nouvelle Japan Expo Belgium, bien qu'un peu brouillonne selon certains<sup>376</sup>, est un carton : le salon français profite de sa force de frappe marketing pour créer une grosse attente (et faire payer le ticket plus cher pour un salon moins grand) ; la Japan Expo Belgium se classe ainsi devant MIA dès sa première édition avec 23 000<sup>377</sup> visiteurs contre 16 000. Les deux salons progressent de façon similaire en 2012 (28 000 contre 20 800), et Made in Asia attire enfin l'attention du *Soir* qui lui consacre un article.

---

alors que cette dernière proposait des tickets au tarif enfant qui permettaient tout aussi bien d'accéder à MIA...

<sup>372</sup> FROGGY25, « Pokémon Trophy Bruxelles le 14 et 15/03 [edit affiche et règles] », *Pokébip*, 5 mars 2009, [En ligne], <<https://www.pokebip.com/news/1806/pokemon-trophy-bruxelles-le-14-et-1503-edit-affiche-et-regles>>, (Consulté le 6 août 2020).

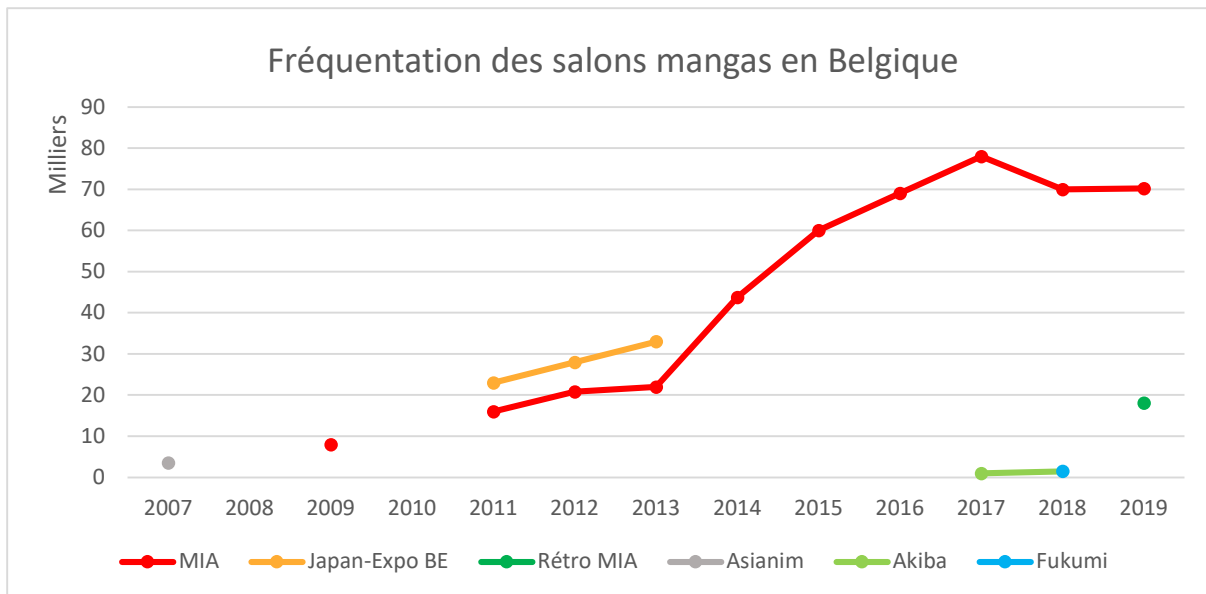
<sup>373</sup> « Made in Asia 2009 », *Nautiljon*, 10 mars 2009 [En ligne], <<https://www.nautiljon.com/actualite/ev%C3%A8nements/+made+in+asia+2009-661.html>>, (Consulté le 6 août 2020).

<sup>374</sup> *Made In Asia 2012*, [En ligne], <<https://web.archive.org/web/20110812163542/http://www.madeinasia.be/>>, (Consulté le 6 août 2020).

<sup>375</sup> FESTIVAL ASIANIM 4, *Asianim 5 n'aura pas lieu*, 3 juin 2010, [Publication Facebook], <[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=126686327353057&id=130647011133](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=126686327353057&id=130647011133)>, (Consulté le 5 août 2020).

<sup>376</sup> ADZEN, Commentaire sur la news « Japan Expo Belgium s'arrête », *Manga-news*, 3 décembre 2014, 3 décembre 2014, [En ligne], <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan-Expo-Belgium-sarrete>>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>377</sup> Source des chiffres du graphique : Articles de presse en ligne divers, Archives des sites et pages Facebook des salons, espace presse MIA.



Graphique 13 : Fréquentation des principaux salons consacrés à la pop culture en Belgique

L'année 2012 voit aussi la création de la convention Gameplay dans le Hainaut, consacrée principalement aux jeux vidéo sans être exempte de culture nippone. Elle a rassemblé 6000 visiteurs en 2016<sup>378</sup>, la 9<sup>e</sup> édition est actuellement en préparation.

La Japan Expo Belgium « Tome II » est toujours organisée par l'ancienne équipe d'Asianim, mais cette fois avec la stricte supervision des Français, avec un aspect plus commercial<sup>379</sup>. L'édition 2012 est également mise en lumière dans un article et Daniel Couvreur en profite pour présenter l'auteur du manga culte *GTO*, invité de marque du salon<sup>380</sup>. Julie Huon et Daniel Couvreur offrent également une bonne couverture à l'édition 2013, qui connaît une plus forte croissance que MIA.



Figure 33 : Bannière pour l'édition 2013 de la Japan Expo Belgium

<sup>378</sup> MIGHTY MAN, "Gameplay Convention : Interview de Phil Tiger », *Game-Lord*, 2 mai 2017, [En ligne], <<https://news.game-lord.com/index.php/concours-events/gameplay-convention-interview-de-phil-tiger/>>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>379</sup> ADZEN, *Commentaire sur la news « Japan Expo Belgium s'arrête »*, *op. cit.*

<sup>380</sup> COUVREUR Daniel, « Torû Fujisawa a dessiné le prof du futur avec GTO », dans *Le Soir*, 3 novembre 2012.

Arnaud de Grave joue un rôle important dans l'organisation de la Japan Expo puisqu'il est responsable de la partie jeux vidéo du salon, étant partenaire avec les magasins Console-Fan. En effet, son site internet s'est quelque peu professionnalisé en devenant lié à un réseau de boutiques spécialisées en jeux vidéo et au grossiste qu'il gère (Orelec)<sup>381</sup>. Il constate alors l'énorme manque d'investissement des éditeurs de jeux en matière de marketing, qui diminue d'année en année : l'époque où les éditeurs organisaient des *events* pour les journalistes belges avec des gros moyens est révolue. Si sa société représente Capcom et Konami (pour qui ils étaient alors distributeurs), et que Nintendo, Microsoft et Ubisoft ont joué le jeu en payant leur stand, c'est lui qui a dû installer les bornes de jeu d'Activision, car le marketing de l'éditeur ne voulait pas s'investir (c'est le commercial qui a payé le stand car il était un bon client...). Arnaud de Grave apporte en tous cas une grosse plus-value au salon : il fait venir Charles Martinet, c'est-à-dire la voix de Mario et de bon nombre de personnages de son univers. Il avait en effet rencontré le bonhomme sur des événements marketing précédents et était devenu ami avec lui ; tout bénéfique pour Nintendo qui n'a pas déboursé un centime pour sa venue<sup>382</sup>.

De manière générale, les éditeurs investissent de moins en moins dans le marketing en Belgique (qui se fait de plus en plus sur internet) : ainsi la présence de Nintendo à MIA se raréfie, et les journalistes doivent bien souvent se rendre à Paris ou aux Pays-Bas pour tâter la manette sur les prochains jeux. La plupart des éditeurs délaissent d'ailleurs leurs bureaux belges pour gérer la distribution de leurs jeux depuis les Pays-Bas ou la France :

*« Konami, [les jeux sont] distribués par un grossiste belge. Il y a quand même Konami Benelux. SEGA c'est distribué par Koch Media en Hollande. En Belgique il reste Big Ben qui était à Tubize, maintenant à Waterloo, et Nintendo à Anvers. Avant il y avait EA à la Hulpe, maintenant c'est la Hollande et la France. Sony n'existe plus en Belgique à part un "PR", maintenant c'est en Hollande. C'est triste. Microsoft était à Zaventem mais Xbox c'est maintenant géré par la Hollande.*

*Big Ben est un distributeur. À l'époque ça s'appelait Atoll Soft, ça a été racheté par Big Ben. Ils ont quand même distribué SEGA et EA historiquement, et maintenant Square Enix.<sup>383</sup> »*

Le partenariat avec le salon et les magasins est en tout cas très bénéfique pour la communauté du site *Console-Fan* : le nombre de visiteurs sur le site, qui avait monté

---

<sup>381</sup> Le principe était le suivant : les magasins indépendants avaient la possibilité de rejoindre le réseau pour obtenir le label « Console-Fan », qui leur permettait d'avoir une page sur le site et surtout de recevoir un magazine en dépôt gratuit dans les magasins, ainsi que des sacs en plastique, le tout financé par les éditeurs (le magazine contenant beaucoup de publicité). En échange, ils achetaient en priorité leurs jeux chez Orelec.

<sup>382</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>383</sup> *Ibid.*

rapidement à 2000/jours, explose (il est aujourd’hui à 18 000, pour 2 000 000 de pages vues/mois). Un grand nombre de Belges vont faire grossir le forum qui compte alors des milliers de membres (Arnaud de Grave cite le chiffre de 24 000). Une communauté assez atypique pour un site francophone, puisqu’en général les Belges ne représentent pas plus de 10 % des visites ; on peut donc dire qu’il a rassemblé la plus grosse communauté belge de fans de jeux vidéo. Malheureusement le forum a crashé quelques années plus tard, faisant disparaître les archives, et n’a jamais véritablement redémarré, car la grande époque des forums est finie : le public se déplace vers les réseaux sociaux et l’application de messagerie instantanée Discord. Si Twitter est un réseau très utilisé par les fans de France, cela semble être nettement moins le cas avec les Belges qui lui préfèrent Facebook. La page de *Console-Fan* compte à ce jour 9 500 « J’aime »<sup>384</sup>.

Cependant, le succès de la Japan Expo fut de courte durée : l’édition 2013 est en effet décriée comme étant devenue beaucoup trop commerciale, c’est une « machine à fric mercantile » qui est dénoncée par les fans<sup>385</sup>. L’un d’eux, semble-t-il bien renseigné, décrit la convention 2013 :

*« 3ème JEB : Les Belges sont évincés, les Français prennent le pouvoir, les exposants disparaissent, l’espace est vide, j’avais amené des amis pour leur faire découvrir en pensant que ça serait encore mieux que la 2ème édition mais c’était minable, on est pas resté longtemps !<sup>386</sup> »*

D’après les organisateurs, en 3 ans le salon en était venu à occuper tout l’espace disponible à Tour & Taxis et les allées des boutiques devenues saturées. Le salon reporte son édition 2014 pour trouver un espace plus grand ; or le seul disponible, c’est Brussels-Expo qui a une exclusivité avec MIA, et l’équipe de la Japan Expo ne souhaitait visiblement pas s’associer avec MIA. L’édition 2015 est donc définitivement annulée : la justification officielle est l’impossibilité de « continuer à développer le festival, proposer une programmation de plus en plus riche, et en faire un événement réussi en phase avec vos attentes et celles de tous les participants »<sup>387</sup>. Un communiqué qui a de quoi laisser dubitatif car l’impression des visiteurs est que seuls les 2/3 de l’espace étaient occupés... et de toute manière, rien n’empêchait le salon de limiter le nombre de visiteurs s’il y avait vraiment trop de monde.

---

<sup>384</sup> *Consoles-fan.com*, Facebook, [En ligne], <<https://www.facebook.com/consolesfan/>>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>385</sup> *Japan Expo Belgium s’arrête*, [En ligne], <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan-Expo-Belgium-sarrete>>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>386</sup> ADZEN, *Commentaire sur la news « Japan Expo Belgium s’arrête »*, *op. cit.*

<sup>387</sup> « La fin d’une belle aventure », *Japan-Expo.be* [En ligne], <[https://web.archive.org/web/20141203152758/http://www.japan-expo.be:80/nws-1550-fr-la\\_fin\\_d\\_une\\_belle\\_aventure.html](https://web.archive.org/web/20141203152758/http://www.japan-expo.be:80/nws-1550-fr-la_fin_d_une_belle_aventure.html)>, (Consulté le 5 août 2020).

Officieusement il semble plus réaliste que les organisateurs français ne voyaient plus aucun potentiel de croissance de leurs bénéfiques en Belgique, ne voulant pas rester un petit salon et ne cherchant pas non plus à créer des éditions plus petites en province ; d'ailleurs la société organisatrice préfère se recentrer sur Paris à cette période, en supprimant la Japan Expo Centre dès 2013 et la Japan Expo USA en Californie en 2015, après deux éditions ; quant à la Japan Expo Sud, elle est également annulée en 2014 pour cause de « restructuration »<sup>388</sup>, mais revient quant à elle en 2015. D'après Rémi Lach qui tient l'information de Sébastien Flament, l'édition 2013 de la Japan Expo Belgium était d'ailleurs en dessous des attentes des organisateurs<sup>389</sup>. On peut dès lors penser que la société parisienne a eu les yeux plus gros que le ventre en multipliant les conventions annexes en un temps très court.

### *MIA, naine rouge devenue géante*

La fin de la Japan Expo est une aubaine pour Made In Asia : tout le nouveau public qu'elle avait drainé se rabat sur MIA dès 2014, qui connaît une très forte croissance, passant à plus de 43 000 visiteurs.

En 2016 est organisé un petit festival à Verviers, nommé Festival Akiba. Celui-ci qui n'a bien sûr pas les moyens ni l'emplacement de MIA veut s'en différencier pour proposer quelque chose de plus intimiste et moins commercial. Il est organisé par le Club Manga local avec la Ville de Verviers, un choix qui n'a cependant pas fait l'unanimité auprès des édiles locaux puisque la cheffe de file Écolo au conseil communal « a fustigé les choix et intérêts plutôt personnels de l'échevin par rapport aux thèmes culturels à développer à Verviers »<sup>390</sup>. Le festival a de nouveau lieu en 2017 mais l'équipe ne parvient pas à le réorganiser les années suivantes (bien qu'une 3<sup>e</sup> édition soit toujours prévue).



Figure 34 : Flyer du festival Akiba 2016 (ph. A.D.)

<sup>388</sup> *Japan Expo Sud : retour en 2015*, [En ligne], <[https://www.japan-expo-sud.com/fr/actualites/japan-expo-sud-retour-en-2015\\_2400.htm](https://www.japan-expo-sud.com/fr/actualites/japan-expo-sud-retour-en-2015_2400.htm)>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>389</sup> Information à prendre cependant avec des pincettes, venant de l'organisateur du salon concurrent : celui-ci aurait affirmé à Rémi Lach que MIA drainait plus de visiteurs que la J-E B, ce que contredisent les chiffres que j'ai pu trouver (en l'absence des chiffres officiels de MIA que je n'ai pas pu obtenir...)

<sup>390</sup> « Le premier festival manga de Verviers sera organisé le 16 octobre », dans *Le Soir*, 4 octobre 2016.

Bien que les chiffres dans la presse se contredisent (certains parlent de 80 ou même 90 000 visiteurs, c'est en tous cas le nombre qui était attendu) le salon MIA atteint un record de fréquentation en 2017 avec au moins 78 000 visiteurs<sup>391</sup>, ayant bénéficié d'une bonne promotion dans la presse. Outre le nombre de visiteurs, le salon n'a cessé d'étendre sa surface d'année en année : occupant la première année 20 % d'un des palais du Heizel, il occupe en 2018 cinq palais à lui tout seul, en incluant la section « YouPlay » consacrée aux jeux vidéo et surtout les youtubeurs. YouPlay est concrètement la partie jeux vidéo du salon MIA vendu à partir de 2017 comme un salon séparé afin d'éviter les critiques sur le fait que ces derniers n'ont pas forcément de lien avec la culture asiatique ; les youtubeurs, très populaires auprès des jeunes, drainent d'ailleurs juste pour leurs dédicaces une partie du public, pas forcément fan de mangas,<sup>392</sup> et conférences (contrairement à Paris, ils n'ont pas en Belgique de salon dédié). De manière générale, Rémi Lach distingue 3 publics : les fans de manga et anime (qui connaissent souvent aussi des jeux vidéo), les fans de jeux vidéo (qui souvent connaissent aussi des anime, surtout s'il préfèrent les jeux japonais), et les fans de YouTube qui tendent à se démarquer des deux premiers. Il y a également le public e-sport, c'est-à-dire les fans de jeux vidéo compétitifs, qui sont en général moins fans du Japon (les jeux multijoueurs les plus populaires n'étant pas japonais).

En 2017, le salon s'étend et lance une version plus petite en province qui vient combler le manque de conventions au mois d'octobre. La première édition de *Rétro Made in Asia* se tient à Namur Expo et veut mettre l'accent sur la nostalgie en proposant principalement des activités liées à des anime de la génération *Club Dorothee*, et en mettant le jeu vidéo au diapason avec des bornes d'arcades et des consoles rétro. Cette version du salon accueille d'ailleurs un public nostalgique plus âgé : 25-30 ans en moyenne, contre 15-22 ans pour MIA (même si les chiffres tendent à converger avec les années)<sup>393</sup>.

---

<sup>391</sup> Chiffre le plus bas que j'ai trouvé dans la presse pour l'édition 2017. Rémi Lach m'a cependant affirmé au cours de notre interview que le record de fréquentation avait été atteint en 2019 avec un peu plus de 70 000 visiteurs (70 174 d'après le communiqué de presse), mais c'est peut-être le record depuis la reprise par Easyfairs en 2018. Je n'ai pas pu vérifier les chiffres officiels antérieurs à 2019 car ils seraient « confidentiels ». Je reste sceptique car je ne vois pas trop l'intérêt stratégique pour le salon (qui se considère sans concurrent sérieux) de laisser dans le vague les chiffres des éditions précédentes alors que les chiffres précis pour 2018 sont librement consultables dans les communiqués de presse sur leur site ; par ailleurs la Japan-Expo (très commerciale) a quant à elle toujours été transparente sur ses chiffres de fréquentation...

<sup>392</sup> Ce sont eux qui font la file 1h avant et courent le 400 m à l'ouverture du salon pour être les premiers à obtenir leur dédicace...

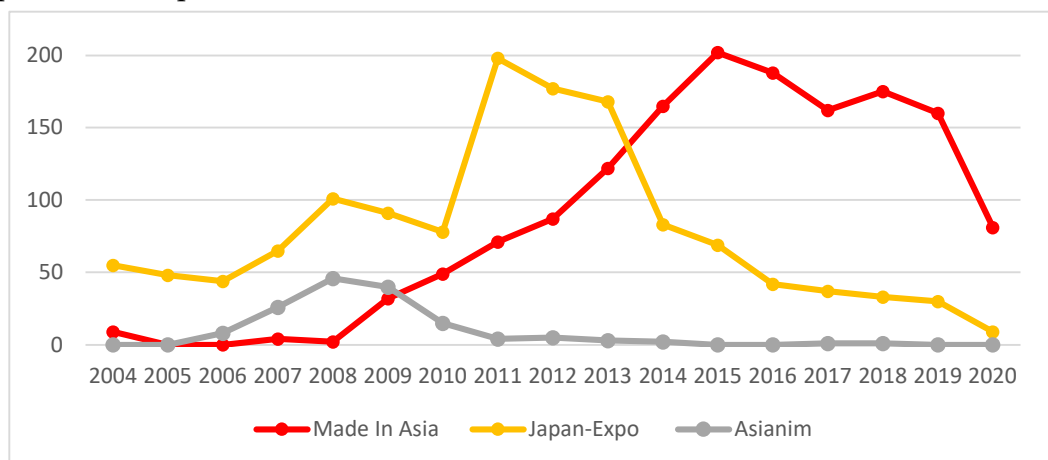
<sup>393</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Rémi Lach, op. cit.*



Figure 35 : Bannière pour MIA 2018

L'année suivante marque un chamboulement dans l'équipe de Made In Asia, puisque le salon change de mains : après 10 ans d'organisation du salon, Sébastien Flament décide de passer à autre chose. La société Conceptum ! revend alors le salon à la société Easyfairs, bien plus importante, qui organisait déjà sous son label « Heroes » la convention FACTS (de type Comic Con, consacrée à la pop culture principalement américaine). L'édition 2018 du salon est organisée conjointement par Sébastien Flament et Rémi Lach, fraîchement recruté. Celui-ci prend ensuite la main dès la Rétro MIA 2018<sup>394</sup>. L'édition 2018 marque cependant le pas en termes de visiteurs, ce qui est difficile à expliquer : en effet, la Japan expo parisienne a bien connu une baisse de fréquentation après 15 ans de croissance ininterrompue, mais c'était dû aux attentats de Paris de 2015 (et peut-être à la contraction du marché du manga), après quoi elle est repartie à la hausse (mais a dû attendre 2019 pour retrouver son niveau de 2014). Peut-être qu'une partie du public wallon a été capté par la Rétro MIA : le salon a en effet accueilli 18 000 visiteurs en 2019 (les seuls chiffres dont je dispose), un très bon chiffre pour un évènement provincial, comparable à ce que faisait le salon bruxellois avant 2014.

Graphique 14  
Tendances de recherche  
Google en Belgique pour  
les 3 principales  
conventions belges  
(Source : Google Trends)



<sup>394</sup> Ibid.

Les tendances de recherche Google montrent comment Made In Asia s'est imposé comme LE salon belge (Fukumi Expo n'est pas repris sur le graphique car ses chiffres sont négligeables). Dès 2004 (début des données), la Japan Expo française intéresse les Belges. La première édition d'Asianim est très confidentielle, mais l'intérêt augmente avec les années en même temps que celui pour la Japan Expo française (logique car c'est la grande période de croissance du manga). Dès 2009, le nouveau salon Made in Asia suscite presque autant de recherches qu'Asianim. La disparition de ce dernier correspond à un énorme bond des recherches pour la Japan Expo qui correspond avec le début de l'édition belge (mais il faut noter que les recherches pour le terme « Japan Expo Belgium » sont plus faibles que pour « Made In Asia », l'aura du salon français joue donc un grand rôle). MIA connaît de son côté une forte croissance pour cette 3<sup>e</sup> édition. Cependant, dès 2012, les recherches pour la Japan Expo sont en baisse alors MIA ne fait que grandir. Celui-ci s'impose face au salon français dès 2014, après la disparition de la Japan Expo Belgium. À partir de 2014, on observe un pic au mois d'octobre qui correspond à la Rétro MIA namuroise. Cependant l'édition 2016 amorce un certain déclin, qui ne se traduit cependant pas en termes de visiteurs qui sont toujours en croissance, certes plus faible. Pour finir, il semble superflu d'expliquer l'abysse de l'année 2020...

*Des Ovnis pour la presse*



Figure 36 : Cosplay du manga « Fullmetal Alchemist » lors de Rétro MIA 2019 (Photo A. Dekimpe)

Si la presse parle fréquemment des salons manga, c'est assez rarement pour s'intéresser à son contenu (exception faite des rares articles de Daniel Couvreur). Généralement (surtout en télévision), c'est l'aspect insolite et extravagant qui est mis en avant : le cosplay est en effet très télégénique. D'ailleurs l'évènement est systématiquement évoqué une fois celui-ci terminé (sauf en presse écrite) : le but n'est donc pas de faire la promotion de l'évènement et de s'adresser à son public, par exemple

parlant des invités, mais plutôt de divertir un public complètement extérieur (on est plus dans l'infodivertissement que dans l'information). Le salon FACTS à Gand (de type Comic Con), par contre, bénéficie d'une meilleure couverture des médias flamands, car il accueille des acteurs internationaux connus ; bien plus grand public que des dessinateurs de manga, fussent-ils des stars vendant des millions de volumes :

*« Il faut savoir que j'ai travaillé des 2 côtés de la barrière, puisque je couvrais MIA pour Geecko<sup>395</sup>, et c'est venu sous mon impulsion. On parle peu du salon pour le point de vue pop culture, c'est plutôt pour l'accroche en mode "c'est un carnaval, les gens viennent déguisés", c'est plus l'inouï pour le grand public. De mon point de vue je pense qu'il y a encore beaucoup de "vieux de la vieille" dans les rédactions, et je pense que ça joue beaucoup. Moi quand je suis arrivé au Soir et que j'ai poussé pour parler de MIA, la plupart des gens ne connaissaient pas de nom ! Ils sont complètement passés à côté, et j'étais "le petit jeune" qui débarquait avec ça... Et puis c'est triste à dire, mais un évènement malheureux comme un attentat, un kidnapping ou le covid auront beaucoup plus d'audience sur des grosses chaînes comme la RTBF, RTL, que MIA... Donc on passe au second plan, et même en faisant venir un grand auteur comme l'auteur de GTO qui est pourtant une superstar, son manga a été vendu à 30 M d'exemplaire, la RTBF va dire "c'est qui Tôru Fujisawa ?". Je dis la RTBF mais je n'ai jamais parlé avec eux... Ce qui est sûr c'est qu'on regarde l'actualité et une crise économique va passer avant un salon.<sup>396</sup> »*

### *Belgotaku, les 12 maisons du zodiaque*

Avec la hausse croissante de popularité de la pop culture japonaise, les fans ont commencé à se structurer en clubs et associations : c'est ainsi un club de manga qui a créé originellement Asianim. Outre ces clubs locaux, une communauté plus large à l'échelle de la Belgique francophone va voir le jour : Belgotaku. Tout commence en 2009, lorsque deux fans de manga, Aliciane et Kokuho, décident de lancer une communauté de fans belge de pop-culture japonaise. Cela commence avec des petites sorties entre 3 et 6 personnes pour voir un anime et discuter manga, puis un forum sur la plateforme Forumactif est créé le 28 juin 2009. Avec seulement 12 membres en juillet et 32 en août, le forum connaît une très grande activité pour un si jeune forum avec plus de 800 messages en un mois. Une sortie de groupe est organisée au festival Asianim <sup>4397</sup>.

Une première grosse sortie à 15 personnes est organisée le 27 mars 2010, peu après l'organisation d'animations pour la première lors de la 2<sup>e</sup> édition de Made In Asia. Le 11 avril 2010, le forum migre vers une nouvelle plateforme et inaugure son *chat*, une fonctionnalité communautaire importante : le forum connaît une croissance énorme avec un total de 20 000 messages postés en novembre et 238 membres. Le forum connaît un

---

<sup>395</sup> Blog du *Soir* consacré aux jeux vidéo et cultures numériques.

<sup>396</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Rémi Lach, op. cit.*

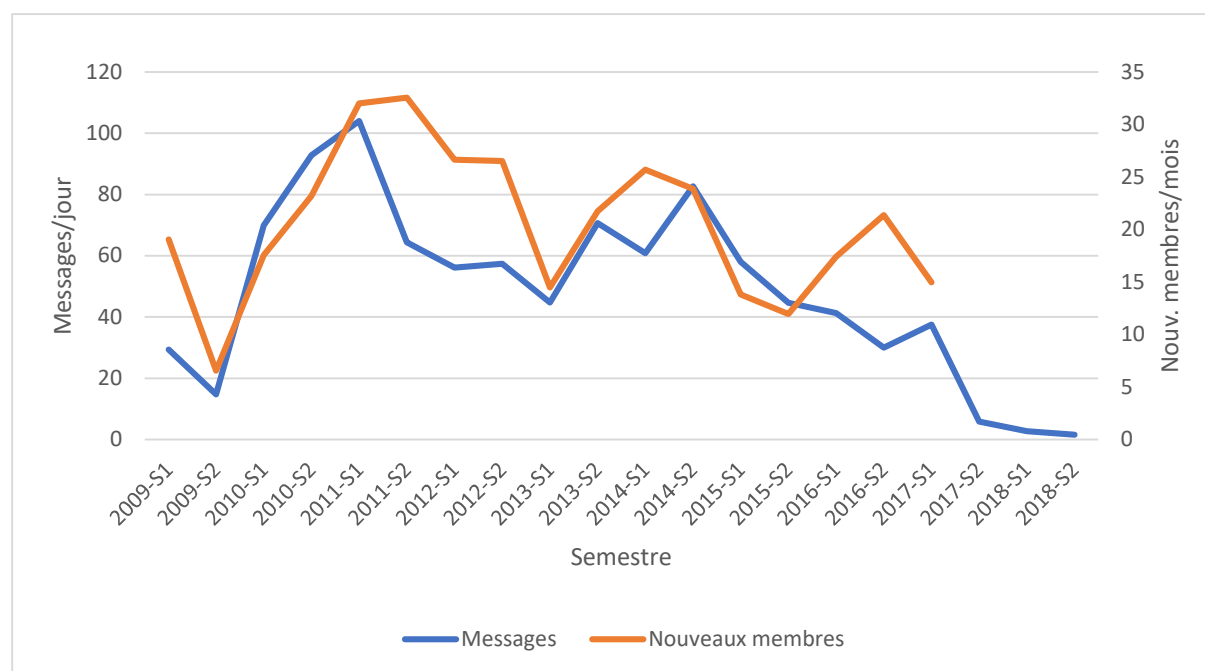
<sup>397</sup> TAVIN (membre de Belgotaku depuis ses débuts), *Interview par Romane Gios, [Inédit], 2014.*

pic d'activité en 2012 malgré un nombre de nouveaux membres à la baisse. Ensuite la communauté ne cesse de grandir, et organise des activités sur un nombre croissant de conventions : MIA, Japan Expo Belgium, Rétro MIA, Gameplay et FACTS (à partir de 2014) ainsi sur la Comic Con flamande Antwerp Convention dès 2013. Les activités à MIA sont très fréquentées : la *Shibuya festa* créé lors de MIA4 et consistant en un parcours d'épreuves<sup>398</sup> a attiré un millier de personnes.

Figure 37 : Bannière de Belgotaku en 2013



Des partenariats sont également noués avec l'association Becosplay (2010), la webradio belge Subarashii spécialisée en musique d'anime, le blog belge *Les Players du Dimanche* sur le jeu vidéo, Kana (fin 2011), le label La Fée sauvage en 2012 pour la venue en concert de Nobuo Uematsu (compositeur de la série de jeux Final Fantasy). Un blog est créé en plus du forum en décembre 2013, le lendemain de la structuration officielle en ASBL<sup>399</sup>.



Graphique 15 : Activité du forum Belgotaku (données collectées en utilisant Internet Archive)

<sup>398</sup> L'équivalent de cette activité à la Rétro MIA est « Les 12 maisons du Zodiaque » en référence à la série diffusée à l'époque du *Club Dorothée*.

<sup>399</sup> *Ibid.*

La communauté connaît son âge d'or en 2014 avec la présence sur de multiples conventions qui permettent de recruter des nouveaux membres (1521 en mars 2015 pour 130 000 messages) ; ensuite, la communauté périclité, malgré l'arrivée de sang frais en 2016 : un déclin sans doute à mettre au compte des réseaux sociaux et du déclin général des forums. Le passage à une nouvelle version du forum en juillet 2017 donne le coup de grâce, une grande partie des messages semblant avoir été perdue, et un nombre très faible de nouveaux messages sont postés<sup>400</sup> ; la communauté souffre d'ailleurs d'un manque d'implication de ses gestionnaires, qui refusent de laisser les clefs à une nouvelle génération. Ils arrêtent les frais début 2019 : l'association est dissoute et le forum est mis hors ligne. Une nouvelle communauté se reconstitue néanmoins en association, gardant les initiales BGO (mais cette fois pour Belge-Geek-Otaku), qui se recentre sur la prise en charge les animations pour les conventions suivantes, mais ne recrée pas de forum. La page Facebook de la nouvelle association compte à ce jour 456 mentions « J'aime »<sup>401</sup>, alors Belgotaku en comptait 4970<sup>402</sup> (deux fois moins que Console-Fan).

#### LE MARCHÉ DU MANGA : ATTAQUES SUR LES TITANS

Après la période dorée de la forte croissance des années 2000, le marché du manga accueille toujours plus de nouveaux titres mais les ventes stagnent (Graphique et tableau en *Annexe 4*), ce qui est problématique pour la filière dont les coûts augmentent avec l'inflation<sup>403</sup>. Kana tient 30 % du marché en 2008, grâce à la locomotive *Naruto* dont le tirage culmine à 250 000 exemplaires de 2009 à 2011 ; cependant il entre sur la pente descendante dès 2012 et ne tire « plus qu'à » 180 000 exemplaires en 2014. Il passe derrière *One Piece* (Glénat) en 2015, manga le plus vendu au monde, tiré quant à lui à 170 000. L'année 2013 marque pour la première fois un recul du nombre de volumes parus, et le marché dévisse sérieusement de 9 % ; cependant la parution de *L'attaque des Titans*<sup>404</sup> chez Pika, gros succès au Japon, permet le retour d'un « phénomène », bien qu'il se ne se classe pas devant le trio de tête *One Piece-Naruto-Fairy Tail*<sup>405</sup>.

---

<sup>400</sup> belgotaku.bbactif.com, belgotaku.be, belgotaku.be/forum, 2009-2018, [Internet Archive], <[https://web.archive.org/web/20090801000000\\*/belgotaku/](https://web.archive.org/web/20090801000000*/belgotaku/)>, (Consulté le 8 août 2020).

<sup>401</sup> *Belge Geek Otaku*, Facebook, [En ligne], <<https://www.facebook.com/BelgeGeekOtaku/>>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>402</sup> *Belgotaku*, Facebook, [En ligne], <<https://www.facebook.com/CommunauteBelgotaku/>>, (Consulté le 7 août 2020).

<sup>403</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele*, *op. cit.*

<sup>404</sup> ISAYAMA Hajime, *Shingeki no Kyojin*, Kôdansha, 2009-, 31 vol. (En cours).

<sup>405</sup> OZOUF Paul, *[Bilan Manga 2016] Ventes : une année dynamique !*, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2017/03/27/bilan-manga-2016-ventes-une-annee-dynamique/>>, (Consulté le 8 août 2020).

Malgré la contraction du marché de 2013, de nouveaux éditeurs se lancent dans la course et viennent grignoter des parts de marché aux leaders en 2014 : Komikku, Black Box, Akata qui s'est séparée de Delcourt et se reconstruit un catalogue. Mais le nouvel éditeur qui connaît la plus forte croissance est Boy's Love – IDP, spécialisé comme son nom l'indique dans le *Boy's Love* (BL) ou *yaoi*, genre de manga très prisé par les femmes qui met en scène des histoires très romantiques entre jeunes hommes (*bishônen*<sup>406</sup>), avec ou sans caractère érotique. Des éditeurs « traditionnels » se convertissent aussi au genre comme Taïfu (dont les mangas « classiques » sont désormais publiés sous le label Ototo) et Kazé, qui après avoir racheté Asuka en fait son label *yaoi*<sup>407</sup>. Ce genre est né au Japon à la fin des années 70 dans les communautés féminines de fans, qui mettaient en scène de façon parodique des romances entre personnages masculins de manga connu dans des mangas amateurs ; s'éloignant du genre du shôjo trop prude et stéréotypé auquel le public féminin plus âgé ne s'identifie plus, il s'est émancipé pour devenir un genre à part entière et a connu un grand succès au cours des années 90<sup>408</sup>. Resté très souterrain au Japon car pas très bien vu par la société en général (ses fans sont appelées *fujôshi*, les « filles pourries », mais ont récupéré ce terme pour s'en revendiquer), il l'a également en Europe jusqu'aux années 2010. Alors que ses fans ne s'en revendiquaient pas ouvertement, même en convention, malgré la présence de stands de vendeurs imposants (à MIA par exemple), une convention spécialisée, l'Y/Con, a vu le jour à Lyon en 2011 puis à Paris en 2016<sup>409</sup>.



Figure 38 : Couverture d'un yaoi typique

---

<sup>406</sup> Littéralement « beau jeune homme », ce style de personnage très typé est assez androgyne : grand, mince, aux épaules larges, mais peu musclé et imberbe. Ce genre de manga met les relations en scène selon des codes romantico-érotiques destinés à plaire aux femmes, mais qui en général n'est pas lus par le public gay car il ne correspond pas à la réalité de leur expérience.

<sup>407</sup> TUAL Morgane, « Le "Yaoi", des mangas homoérotiques qui passionnent les jeunes femmes », dans *Le Monde.fr*, 19 novembre 2016, [En ligne], <[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/19/le-yaoi-des-mangas-homo-erotiques-qui-passionnent-les-jeunes-femmes\\_5034324\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/19/le-yaoi-des-mangas-homo-erotiques-qui-passionnent-les-jeunes-femmes_5034324_4408996.html)>, (Consulté le 8 août 2020).

<sup>408</sup> « Les dessous du Yaoi », *ActuaBD*, 2 septembre 2013, [En ligne], <<https://www.actuabd.com/Les-dessous-du-Yaoi>>, (Consulté le 8 août 2020).

<sup>409</sup> TUAL Morgane, « Le "Yaoi", des mangas homoérotiques qui passionnent les jeunes femmes », *art. cit.*

Ces nouveaux acteurs entraînent une concurrence accrue pour acquérir les licences auprès des éditeurs japonais, qui au fil des années ont bien compris le potentiel économique que représentent les marchés étrangers : ils changent de partenaires, et s'installent eux-mêmes sur le marché français en rachetant Kazé. Les prix explosent et ses éditeurs se battent, ce qui rend la situation tendue dans un contexte de stagnation des ventes. Il faut aussi parfois acheter les licences à l'aveugle en pariant sur leur succès :

*« Ça a flambé, ça coûte un pont ! ça frôle presque de la création. C'est venu par la concurrence du marché, de gens qui ont voulu s'installer qui ont commencé à proposer plus d'argent. Et ça correspond aussi à un déclin du manga au Japon, il a fallu que ces maisons d'édition trouvent de l'argent ailleurs que sur leur marché. Avant les ventes de droit, c'était un supplément, un bonus. Maintenant c'est devenu une partie de leur chiffre d'affaires. Avant ça leur faisait rire, c'était anecdotique.*

*Maintenant on doit refuser des séries à cause du prix ! À mon époque non. Depuis 4-5 ans oui, il y a des trucs qui sont impayables. Surtout sans aucune garantie que la série continue. Si on se dit ok il y a 10-15 tomes, on peut répartir l'investissement. Mais si vous payez un pont et que le type en fait 2... C'est cher ! Il faut pas se tromper... Quand moi j'achète une BD franco-belge, je lis le scénario, je rencontre le dessinateur, je discute avec lui... Alors je peux me tromper ! Mais j'ai une base crédible pour l'acheter. Je peux dire que je l'ai pris parce que j'aime bien le gars, j'ai lu son scénario, j'ai vu des planches d'essai... je n'ai pas acheté ça à l'aveugle. C'est comme si le type me montrait 3-4 pages, même pas le scénario "voilà ! Tu prends ou pas ?". Euh... ouais, ça cause de quoi ?<sup>410</sup> »*

Kana recule fortement en parts de marché. L'éditeur est toujours en tête en 2009 avec 25,2 % des ventes, mais cède sa place de leader à Glénat en 2010. En 2015, Kana est le 3<sup>e</sup> éditeur de mangas avec 15,1 % de parts de marché derrière Glénat (23,4 %) et Pika (20,9 %)<sup>411</sup>. Mais elle s'en sort plutôt bien face à la crise grâce à son catalogue historique :

*« On s'en sort bien d'abord parce qu'on est installé depuis très longtemps, donc il y a quand même un public de fans, en tous cas je l'espère, on a des bons éditeurs... et aussi on a un fonds solide que j'ai constitué avec Christelle. Et à l'inverse de la BD franco-belge, on arrive à revendre des séries mythiques à une nouvelle génération. Les classiques de la BD franco-belge ça reste des vieux machins que personne ne veut relire aujourd'hui... Pas du tout en manga, les jeunes d'aujourd'hui se remettent sur Naruto, Conan, Slam Dunk. C'est une chance énorme, et ça permet de rester solide même si les grosses maisons d'édition refusent des succès qu'ils donnent à d'autres maisons. C'est pas qu'on les a pas vus... Ils veulent changer de partenaire à un moment.<sup>412</sup> »*

Un nouveau gros succès relance le marché en 2016 : *One Punch Man*<sup>413</sup> est lancé avec une grosse promotion de Kurokawa et tire à 225 000 exemplaires, mais est moins

---

<sup>410</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

<sup>411</sup> Tous les chiffres de parts de marché jusqu'en 2015 proviennent des rapports de RATIER Gilles, *Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen, op. cit.*

<sup>412</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf, op. cit.*

<sup>413</sup> ONE et MURATA Yusuke, *One Punch-Man*, Shûeisha, 2012-, 21 vol. (En cours)

vendu que le trio de tête<sup>414</sup>. Signe des transformations du marché, le manga papier est une adaptation par un autre dessinateur d'un *webcomic* publié sur le site de l'auteur depuis 2009. La question de la dématérialisation est en effet un des grands enjeux de la décennie. Avec la démocratisation d'internet, les pratiques du *fansub* des anime et du *scantrad* pour le manga court-circuitent les éditeurs et représentent un manque à gagner ; ceux-ci sont dès lors partis en guerre contre le piratage. S'il est clair que la demande de manga numérique existe, le lancement de l'offre légale est laborieux :

*« On a fait comme on a pu avec les autorisations des Japonais, et ça c'est typiquement des droits qui n'étaient pas prévus par contrats, puisque ça n'existait pas à l'époque où on les achetés ! Donc il a fallu négocier, et négocier avec les Japonais ça peut prendre du temps... Surtout que personne ne pouvait savoir ce qu'allait donner le numérique, ça démarrait très fort aux États-Unis, en Angleterre... Les discussions ont été très compliquées parce que personne ne savait de quoi on parlait ! Il n'y avait pas de référence, s'ils vendaient trop bon marché ils avaient peur d'y perdre si des millions se vendaient, trop chers on ne voulait pas prendre trop de risque... ça a pris du temps et ça a fait effectivement que la lecture illégale a pu s'installer. Moi évidemment je suis farouchement opposé, parce que je trouve que le droit d'auteur est là pour rémunérer un travail. Les fans de manga comprennent ça assez mal, et se sont surtout servi du prétexte qu'on ne faisait rien pour lire en illégal... Et puis c'est devenu un peu un sport... pour s'amuser ou parce qu'on était fan. Mais la difficulté à négocier les droits a fait qu'on a pris un retard énorme. Pas par bêtise, parce que c'est Média Participations qui a créé la première plateforme numérique de BD... Maintenant elle appartient plus à Média mais à tous les éditeurs, mais Média était le principal actionnaire. Mais on a compris très vite qu'il fallait y être, ne fut-ce parce que ça pouvait marcher. Après on s'est rendu compte aussi que les résultats étaient assez moyens, il fallait mieux se battre du côté des plateformes dessin animé que côté manga... Maintenant ça va, il y a des gens qui comprennent qu'il faut payer des droits, et puis les gens qui ne veulent pas, qui n'ont pas les moyens... Et puis dans les pirates, il y a aussi des véritables fans qui ont traduit le truc 1h après parce qu'ils n'avaient rien d'autre à faire, ce qu'on ne peut pas faire dans une maison d'édition ! Enfin on l'a fait sur certains mangas, mais on ne peut pas le faire sur tous... »*

*C'est un manque à gagner, moi mon discours a toujours été très simple, moi mon discours a toujours été de dire « vous aimez vraiment les mangas, les auteurs, respectez-les ! Là vous êtes en train de les voler... »*

D'ailleurs, l'attachement au papier reste très présent, et les scans ne viennent pas forcément concurrencer le papier :

*« J'ai l'impression qu'il y a beaucoup de clients qui viennent acheter du manga qui viennent acheter du manga parce qu'ils l'ont déjà lu et qu'ils ont bien aimé. Parce que de toute façon il n'y a qu'une toute petite partie qui est traduite en français...<sup>415</sup> »*

---

<sup>414</sup> OZOUF Paul, [Bilan Manga 2016] Ventes, *op. cit.*

<sup>415</sup> DEKIMPE Arthuria, Entretien avec Cédric De Waele, *op. cit.*

L'avantage du *scantrad* est ainsi de pouvoir accéder à des séries tellement de niche qu'elles ne seront jamais éditées chez nous par manque de potentiel économique. D'un autre côté, certains titres remportent un grand succès grâce aux scans, mais cela complexifie la tâche des éditeurs qui veulent en acheter la licence numérique, car ceux-ci craignent que le public ne veuille pas payer pour ce qu'il peut avoir gratuitement, ou que tout le public potentiel les a déjà lus... Il faut aussi noter en ce qui concerne le genre spécifique du *hentai* qu'il n'a jamais percé en librairie, mais est bien connu de la communauté et doit donc bien avoir été lu quelque part...

Si aucune plateforme de mangas en ligne ne s'est donc encore véritablement imposée et que le papier fait de la résistance, le numérique a clairement pris le dessus pour ce qui concerne la consommation d'anime face à la pauvreté de leur programmation en télévision et au prix prohibitif des DVD (bien que beaucoup moins cher que ce qui se fait au Japon, où le marché de la location de DVD est encore florissant !). Les plateformes ont également l'avantage de proposer les anime en *simulcast*, c'est-à-dire le jour même de leur diffusion au Japon. Ainsi la première à se lancer est Wakanim en 2009, suivie en 2013 de l'américaine Crunchyroll<sup>416</sup> ; la même année est lancée ADN, fusion des plateformes de Kana et Kazé, coupant court aux sites illégaux et douteux de *streaming* (mais pas forcément au téléchargement illégal). Il ne faut pas non plus oublier le géant Netflix (lancé en Belgique en 2014) qui s'est également lancé dans les anime, avec un catalogue certes moins étoffé mais qui propose des productions propres à partir de *Knights of Sidonia* en 2014<sup>417</sup>, qu'il a les moyens de diffuser dans le monde entier ; son gros avantage est aussi d'avoir une grosse base d'utilisateurs en proposant autre chose que des anime, ce qui permet par exemple aux fans de profiter de l'abonnement familial pour regarder des anime.



Figure 39 : L'anime *Knights of Sidonia*  
(Netflix, manga original de Tsutomu Nihei)

---

<sup>416</sup> « Crunchyroll arrive en France ! », *Manga-News*, 3 Octobre 2013 [En ligne], <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2013/10/03/Crunchyroll-arrive-en-France>>, (Consulté le 8 août 2020).

<sup>417</sup> AYASTA, *Knights of Sidonia*, le premier anime original de Netflix, *Hitek*, 27 juin 2014, [En ligne], <[https://hitek.fr/actualite/knights-of-sidonia-premier-anime-original-netflix\\_3109](https://hitek.fr/actualite/knights-of-sidonia-premier-anime-original-netflix_3109)>, (Consulté le 8 août 2020).

La série *Naruto* se termine en 2017, mais est suivi de près par sa suite d'un autre dessinateur, *Boruto* ; cependant son succès est de courte durée et c'est le nouveau *shônen* du genre *nekketsu* *My Hero Academia* qui vient prendre sa place dans le top 3 des ventes en 2019. Le marché du manga a ainsi connu un gros rebond et est reparti à la hausse de façon spectaculaire : +9 % en 2017, +11 % en 2018 et +14 % en 2019<sup>418</sup>. Si ce sont toujours les titres *shônen* qui tirent le marché, un public plus adulte qui a grandi avec *Naruto* est également de plus en plus friand de *seinen*<sup>419</sup>.

Les scans n'ont pas ruiné le manga papier qui est plus que jamais présent, même si la crise de 2020 aura certainement des conséquences fâcheuses pour les éditeurs, au moins à court terme.

#### CINÉMA D'ANIMATION : DE MIYAZAKI À SHINKAI

##### *Ghibli sur la falaise, Hosoda au Parc*

Les années 2010 marquent un changement en matière de films d'animation distribués en Belgique. Alors que Paradiso avait jusque-là l'exclusivité des films Ghibli, c'est le distributeur belge indépendant Cinéart qui distribue *Ponyo sur la Falaise* en 2009 (diffusée à Anima la même année comme il se doit).

L'année 2009 est une cuvée exceptionnelle pour le cinéma japonais à Anima : pas moins de 9 films y sont projetés ! Outre *Ponyo*, on pouvait y voir *Le Château ambulant de Miyazaki*, *Le voyage de Chihiro*, *Un été avec Coo* de Keiichi Hara, la suite d'*Appleseed*, *Le Piano dans la forêt* et les 3 premiers films *Naruto*.

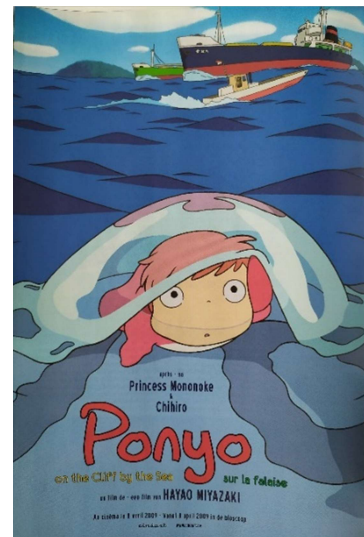


Figure 40 : Affiche de « Ponyo » dans le programme d'Anima 2009

Quand Adeline Margueron commence à travailler pour Le Parc distribution, elle décide de renouveler l'expérience de *La Traversée du temps* et distribue ainsi *Le Piano dans la forêt* de Masayuki Kojima, qu'elle a eu à conseiller aux salles de cinéma :

« On avait au catalogue “Le Piano dans la forêt” et “La traversée du temps”. L'idée c'était que c'était bien d'avoir une autre forme esthétique, une cinématographie étrangère, et que si on avait la possibilité de continuer à acquérir des animes, c'était intéressant de le faire. À ce moment-là on a acheté *Colorful*. Et comme moi j'aimais bien, ça ne m'était pas complètement

<sup>418</sup> OZOUF Paul, « [Bilan Manga 2019] Ventes en France : l'extraordinaire ascension ! », *Journal du Japon*, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2020/04/19/bilan-manga-2019-ventes-en-france-lextraordinaire-ascension/>>, (Consulté le 2 août 2020).

<sup>419</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele*, op. cit.

*étranger, j'avais plaisir à me dire qu'on était attentifs à ce qui se passait. J'avais des collègues qui n'aimaient pas, mais moi j'étais très contente de devoir en regarder, de découvrir d'autres auteurs...<sup>420</sup> »*

7 films sont projetés à Anima, mais aucun ne sort au cinéma en 2010. Il faut dire que la France n'a droit qu'à un film Naruto Shippuden cette année-là, qui ne passe pas une *major* ; on constate d'ailleurs que les *majors* se désinvestissent complètement du cinéma d'animation japonaise après 2005, hormis Buena Vista qui continue à distribuer les Ghibli en France. Cependant, cette dernière laisse l'impression à certains de mes témoins de faire passer les films Ghibli au second plan derrière ses propres films, une façon de tuer la concurrence :

*« Certains distributeurs ont commencé à s'intéresser à l'animation comme Buena Vista, et puis on s'est rendu compte qu'ils n'y avaient jamais vraiment cru comme ils n'avaient pas cru à "L'Étrange Noël de Monsieur Jack" ! Ils ont sorti ça d'une façon confidentielle à l'époque. Ça n'avait même pas été sorti avec le label Disney.<sup>421</sup> »*

*« À la différence du cinéma américain, des producteurs comme Tôei n'ont pas de filiale de distribution en Europe, contrairement à Warner, Disney... c'est un canal presque direct qui permet une sortie mondiale de leurs films, quitte à ne rester que 2 semaines à l'affiche si le film ne rencontre pas le public. Les Japonais n'ont jamais eu ce relais en Europe, ils ont passé des deals souvent avec les Américains, avec par exemple Disney qui a fait passer ses propres films avant les Ghibli, qui parfois sortaient dans des créneaux de l'année où il n'y avait pas de public. Ils ont quasiment tué Miyazaki à une époque, parce qu'ils s'en foutaient et distribuaient les films très très mal. »*

*« On a failli le tuer parce que Walt Disney a racheté les droits et a complètement tué Miyazaki à l'époque ! Les gens de Kana qui connaissaient Totoro il n'y en avait pas beaucoup... c'était à peine vendu en cassette presque sous le manteau... Je crois que TF1 avait sorti quelques cassettes... Mais pas de sortie en salle, rien<sup>422</sup> »*

En vérité *Totoro* a bien bénéficié d'une sortie cinéma en France (et même d'une reprise en 2018), certes des années après sa sortie au Japon et avec un nombre d'entrées relativement faible (374 000). Cependant ce n'était pas Disney qui en détenait les droits français mais Gebeka Films. C'est plutôt le choix des distributeurs belges de ne pas l'acheter qui est à blâmer. De même on ne peut pas non plus reprocher à Disney de mal choisir ses dates de sortie en Belgique puisque c'est Paradiso qui distribuait les films (et on peut comprendre le choix de ne pas les mettre en concurrence face aux poids lourds de Disney). Néanmoins, il est évident que Disney n'a pas mis en œuvre avec les Ghibli les moyens marketing colossaux mis en œuvre avec ses propres films.

---

<sup>420</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron, op. cit.*

<sup>421</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Philippe Moins, op. cit.*

<sup>422</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schirf, op. cit.*

Le reproche que l'on peut faire à Buena Vista, c'est de ne pas avoir sorti elle-même les films sur notre territoire. Car avec des tels moyens (qui ne sont pas ceux des distributeurs belges comme Paradiso et Cinéart), ils auraient pu réaliser de belles performances : en effet *Le Château ambulante* avait réalisé 1 300 000 entrées en France en 2005, soit un peu moins que *Chihiro* ; *Laputa, Ponyo* et plus tard *Arietty* ont réalisé plus de 900 000 entrées en France ! L'exception pour Miyazaki est *Nausicaä* qui a eu un peu plus de difficulté (307 000) et les films Ghibli d'autres réalisateurs, comme Isao Takahata (250 000 pour *Pompoko*) et Gorô Miyazaki (232 000 pour *Les contes de Terremer*).

Seuls 3 films sont projetés à Anima en 2011, dont 2 à la fois en VO et en VF. On peut d'ailleurs observer sur le graphique en *Annexe 5.1* la tendance qu'a le festival à proposer de plus en plus les films en version originale plutôt qu'en version française, ou de laisser le choix entre les deux versions (surtout avec les films pour enfants : aucun film n'a plus été projeté en VF seule après 2010, sauf en 2019. Dans de rares cas (c'était plus fréquent dans les années 90), seule une version doublée ou sous-titrée en anglais est disponible : c'est notamment le cas avec l'omnibus (compilation de courts métrages) *Modest Heroes* du studio Ponoc en 2020, qui avait doublé lui-même le film en anglais et

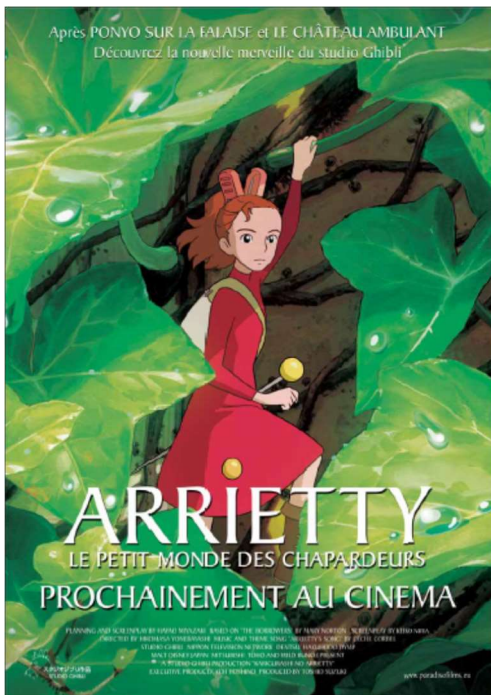


Figure 41 Affiche belge d'Arrietty (programme Anima 2011)

tenait absolument à vendre cette version à l'international (pour un résultat très bizarre, la version anglaise était doublée par des acteurs... japonais). Parmi les films de 2011 se trouve *Summer Wars*, un film de Mamoru Hosoda (2009) dont les droits n'ont finalement pas été achetés en Belgique. Le seul film qui sort en salle en 2011 et *Arietty et le petit monde des charapdeurs*, gros succès en France de Hiromasa Yonebayashi, un réalisateur qui représente un peu la relève de Miyazaki. C'est le dernier film d'animation japonaise distribué par Paradiso : en 2012, *La Colline aux coquelicots* de Gorô Miyazaki, pourtant fort de 410 000 entrées en France, ne trouve pas de distributeur belge.

En 2011, Adeline Margueron décide de distribuer *Colorful* de Keiichi Hara, un film à destination d'un public adolescent et adulte qui s'écarte de la ligne éditoriale habituelle des Grignoux, qui distribue surtout des films pour enfants. Un film pointu pour une expérience qui n'est pas rentable avec moins de 1500 entrées :

« On avait fait un atelier avec Eurozoom pour essayer d'analyser. Il était lent, très sombre, c'était une histoire de suicide du début à la fin... Personne n'avait envie d'aller voir ça, c'était un film de festival. »

Adeline Margueron parle d'un « gros échec », mais très ambitieuse en regard de son score en France : il n'a en effet réalisé que 12 378 entrées en France, une sortie très confidentielle qui placerait la sortie belge à près de 10 % du total français ! Néanmoins cela la décourage de sortir le film suivant de Hara en 2015, *Miss Hokusai*, un film difficile à positionner, malgré son intérêt :

« Je pense que le travail d'Eurozoom et la cinéphilie française font que tu peux promouvoir des films plus pointus et plus adultes auprès d'un plus large public proportionnellement. Par exemple un film comme *Miss Hokusai* que j'ai trouvé magnifique, il avait vraiment un potentiel en France, il a fait 72 000 entrées, ce qui est tout à fait honorable, je pense qu'il a trouvé son public. En Belgique je crois qu'il avait un potentiel de 500 entrées ! C'est-à-dire les fans de *Hokusai* à aller chercher pour toucher un anime, plus la fanbase, mais sur un film qui n'est quand même pas très pop culture. C'est vraiment un film de festival, et c'est dommage parce que je pense qu'il y a vraiment un public cultivé qui va voir des expos *Hokusai* quand il y en a qui aurait adoré le film. Moi j'ai trouvé qu'il était très bien pour un public cultivé et averti. Mais pour aller le chercher en Belgique, il n'y a pas les réseaux ni les outils, les salles vont être réticentes, ce sera difficile à programmer, les critiques traditionnelles ne s'y intéressent pas...<sup>423</sup> »

En 2013, après *La Traversée du temps* (mais pas *Summer Wars*, inédit en Belgique au cinéma bien que mentionné sur l'affiche), Le Parc sort le nouveau film de Mamoru Hosoda : *Les Enfants loups : Ame & Yuki*. Un beau succès en France pour un film indépendant (212 000 entrées), qui est également le 2<sup>e</sup> succès pour un film d'animation japonaise chez Le Parc avec 10 157 entrées (au-dessus de l'objectif avec 4,8 % des chiffres français). La même année sort *Lettre à Momo*, film pour enfants de Hiroyuki Okiura, à qui on devait *Jin-Roh*, sorti en salles en 2000, avec un résultat en demi-teinte :



Figure 42 : Affiche belge des Enfants loups

« *Lettre à Momo* par contre ça a été hyper dur à travailler mais la France s'était plantée aussi... C'était un peu le potentiel du film. 2825 c'est très très peu. En fait "les gens n'en ont pas voulu". 62 000 en France, c'était très peu.<sup>424</sup> »

<sup>423</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron*, op. cit.

<sup>424</sup> *Ibid.*

En 2014 sort pour la première fois depuis longtemps en Belgique un blockbuster de l’animation : *Albator, Corsaire de l’espace*, adaptation dans une animation 3D très travaillée de la série culte des années 80 par Shinji Aramaki, distribuée par Les Films de l’Elysée (une incongruité dans son catalogue). Le film est un gros succès en France avec 725 000 entrées. La même année sort *Le vent se lève*, le dernier film de Hayao Miyazaki

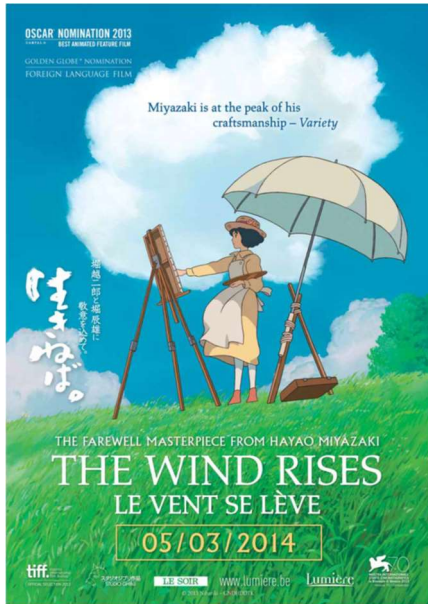


Figure 43 : Affiche belge pour *Le Vent se lève* dans le programme Anima 2014

et son film le plus personnel<sup>425</sup>. Celui-ci est une biographie de Jirô Horikoshi, le concepteur du chasseur Mitsubishi A6M Zero, « l’avion des kamikazes », entrecoupée de séquences oniriques avec l’ingénieur Gianni Caproni et ses avions des années 30 qui font écho à *Porco Rosso*. Il réalise 777 000 entrées en France, un score qui n’a pas été battu depuis par un film d’animation japonaise, et est distribué en Belgique par Lumière qui prend également en 2014 dans son catalogue les deux derniers Ghibli sortis à ce jour, *Le conte de la Princesse Kaguya*, ultime film de Takahata inspiré d’un conte traditionnel bien connu des Japonais, et *Souvenirs de Marnie* de Hiromasa Yonebayashi, sorti en 2015. On relève *Le Soir* comme partenaire promotionnel sur l’affiche du *Vent se lève*.

Le succès des Enfants loups a suscité l’appétit des gros distributeurs français : le nouveau film de Hosoda, *Le Garçon et la bête*, passe sous le nez d’Eurozoom à cause de la hausse du prix proportionnel à son potentiel élevé : c’est ainsi Gaumont qui le distribue en France, et mettant le paquet sur la promotion : 500 000 € investis, des moyens hors de portée d’Eurozoom. Il ne réalise cependant « que » 172 000 entrées, certes plus que la *Princesse Kaguya* de Takahata (un Ghibli, tout de même), mais en deçà des attentes générées par *Les Enfants loups* et les investissements en marketing. D’ailleurs personne ne voulait du film en Belgique, c’est pour ça que Le Parc a eu les moyens de le prendre en 2016 ; sans les moyens de Gaumont et son réseau de cinéma, la communication est difficile et peu de salles acceptent de projeter le film : il tourne en effet autour des



Figure 44 : Affiche belge pour « *Le Garçon et la bête* ». Le salon MIA est partenaire.

<sup>425</sup> Du moins le dernier en date, car malgré l’annonce de sa retraite comme après chaque film depuis *Mononoké*, le maître a encore réalisé un court métrage, et un nouveau film qui devait sortir cette année, finalement repoussé...

arts martiaux, un thème jugé trop japonais et pas assez grand public par les salles. Le film réalise ainsi 5 600 entrées en Belgique (soit 3,26 % de la France, c'est peu).

*Successeur de Miyazaki, quel est ton nom ?*

Avec la longue pause des films Ghibli, le cinéma d'animation japonais se cherche de nouveaux leaders qui proposeraient des films « du même genre » à même de capter son public. Outre Hosoda qui n'a cependant pas la même aura, c'est Makoto Shinkai qui s'engouffre dans le vide laissé par Miyazaki et attire l'attention en juin 2016 avec *Your Name*<sup>426</sup>. Shinkai n'en est pourtant pas à son coup d'essai : un de ses courts métrages avait déjà été diffusé au Festival du Dessin animé en 2000 au sein d'une série de courts japonais réalisés à l'aide du logiciel d'animation de la Team Doga. Il a ensuite réalisé plusieurs films acclamés par la critique voir primés : *La Tour au-delà des nuages* (2000), *5 centimètres par secondes* en 2007 (dont la thématique est proche de *Your Name*), tous deux inédits en Belgique, puis *Voyage vers Agartha* (2011, projeté au BIFFF 2012 puis à Anima 2013) et *The Garden of Words* (2013, Anima 2014).



Figure 45

L'affiche française de *Your Name* qui mentionne Shinkai comme « un successeur de Miyazaki »

*Your Name* raconte l'histoire de la rencontre à travers l'espace et le temps de Taki, un jeune garçon citadin de la remuante Tôkyô, et Mitsuha, une jeune fille de la campagne traditionnelle, tous deux insatisfaits de leur vie, qui un jour se réveillent le matin dans la peau de l'autre... et se retrouvent ainsi à échanger leur vie pratiquement un jour sur deux, communiquant en laissant des notes dans un journal intime sur leur téléphone, mais qui oublie à chaque fois le nom de l'autre. Il sort en août 2016 au Japon et est un succès phénoménal : le film se classe premier tous genres confondus au box-office 2016, second derrière Chihiro dans les films d'animation japonais les plus rentables de tous les temps au Japon et 4<sup>e</sup> film, œuvres étrangères incluses derrière *Titanic* et *La Reine des neiges*<sup>427</sup>. Le « nouveau Miyazaki » semble tout trouvé.

<sup>426</sup> SHINKAI Makoto, *Kimi no na wa*, CoMix Wave Films, 2016, 107min.

<sup>427</sup> HUANG Olivier, "Your Name : la consécration de Makoto SHINKAI", Journal du Japon, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2016/12/15/your-name-la-consecration-de-makoto-shinkai/>>, (Consulté le 8 août 2020).

Assez curieusement, aucune *major* ne s'en empare. Il faut dire que si le film fait recette au Japon, sa direction artistique est plus dans la veine des anime que de Miyazaki, et son cadre typiquement nippon. Mais c'est justement ce qui crée une grosse attente chez les fans et dans la presse spécialisée comme le magazine *Animeland*. Eurozoom bondit sur l'occasion et sort le film en France en décembre, mais ses moyens inférieurs à ceux de Buena Vista ne lui permettent pas de placer le film dans autant de salles qu'un Miyazaki ; le distributeur ne manque cependant pas de capitaliser sur l'aura de ce dernier pour vendre le film : le directeur de l'animation (un poste rarement mis en avant...) est mentionné sous le nom du réalisateur sur l'affiche comme ayant travaillé sur *Princesse Mononoké* et *Le Voyage de Chihiro* (rien que ça). Le film réalise 251 000 entrées, deux fois moins qu'un Ghibli moyen, mais cela reste le plus grand succès d'Eurozoom ; le film est d'ailleurs devenu immédiatement un incontournable pour les fans.

La distribution belge du film est cependant laborieuse : Eurozoom ne dévoile son *line-up* qu'un mois avant la sortie du film, ce qui laisse peu de temps aux Belges de s'organiser. Adeline Margueron, qui garde un œil sur le catalogue d'Eurozoom, a bien évidemment repéré le film. Mais les circonstances rendent sa diffusion plus compliquée que prévu, et les fans désespèrent de le voir arriver chez nous, malgré les deux séances à Anima 2017 auxquelles un millier de personnes avaient la possibilité d'assister<sup>428</sup> :

*« On aurait pu faire beaucoup mieux pour Your Name, mais à l'époque j'étais seule dans l'équipe et j'avais énormément de films, et je me suis dit que ce n'est pas normal qu'il n'atteigne pas le public belge, il y a une très très grosse attente. C'est Eurozoom, on travaille très bien avec eux, c'était facile d'acquérir les droits. Mais le temps que les contacts, que je regarde le film, qu'ils me le vendent, un mois est passé, le film est sorti en France, moi j'ai d'autres choses entretemps, et on a 4 mois de retard. Et ça j'en avais absolument conscience. Je l'ai sorti beaucoup trop tard par rapport à la date française donc Kinopolis n'a pas voulu le prendre, je n'ai pas eu le temps de faire une campagne très large... J'ai pu donner au film le minimum de ce à quoi il avait droit, donc il a fait 10 600 entrées, c'est très bien. Mais si je l'avais travaillé comme les Enfants loups, il en aurait fait 20 000. Si j'avais été 2-3 mois plus tôt, si j'avais fait une campagne à la hauteur de ce que je suis capable de faire... J'avais 3 autres films en même temps, dont 2 films belges qui demandaient toute mon attention.*

*Si j'avais été parallèle à la France, peut-être que je me serais dit que ça valait une avant-première au Grand Eldorado de l'UGC De Brouckère. Mais le film était déjà partout illégalement sur internet, donc si 1/3 de la fanbase a déjà vu le film parce qu'il est partout, tu as moins de force. Il a trouvé son public, les gens qui voulaient le voir en VO au cinéma l'ont vu, mais ça n'a pas été le gros succès que ça aurait pu être. On a honoré nos engagements, mais il avait un potentiel bien supérieur. Il a beaucoup plus fait parler de lui que les Enfants loups qui est arrivé... à pas de loup : en France les gens étaient*

---

<sup>428</sup> En additionnant la capacité maximum des deux salles de Flagey où le film a été projeté (Studio 4 et 5)

*surpris du succès, mais pour moi c'est normal qu'il ait fait son chemin, c'est un vrai chef-d'œuvre.<sup>429</sup> »*

Le film trouve finalement le chemin des salles belges en novembre 2017, et est tout de même le film d'animation japonaise au plus grand succès du Parc Distribution, malgré un potentiel un peu gâché. Chose assez surprenante, le film a été catalogué par Adeline Margueron comme film pour enfants, qui ne sont a priori pas le cœur de cible. Elle explique pourquoi :

*« C'est le problème de l'animation en Belgique francophone particulièrement, parce qu'en France avec le travail d'Eurozoom et au fait que c'est un grand territoire, il y a un travail de cinéma d'animation pour adulte. En Belgique le territoire est petit, il n'y a pas beaucoup de salles, donc pour le distributeur chaque film est un gros risque financier, et donc l'animation pour adulte ne sait jamais créer de public. Donc tu ne sais jamais placer un film d'animation pour adulte, parce qu'aussi ça a une incidence sur les séances que tu demandes aux salles de cinéma. Un film pour adulte tu vas lui demander des séances de 18 et 20h prioritairement, et elles sont chères. Donc c'est plus facile de sortir un film pour enfants en disant à la salle de cinéma "essaye de le mettre à 18h". Surtout que Your Name, il a quand même des fans de manga de 10-12 ans ou des familles qui peuvent y aller. Donc c'est une distribution assez spécifique en regard de la fanbase qui a 20 ans. Mais tu ne peux pas le placer en film pour adulte parce que d'expérience si tu mets une séance à 20 ou 22h, tu as peu de monde. Parce que la fanbase n'est pas gigantesque et que finalement tu auras plus de monde en le mettant à 14h, parce qu'il y a quand même un grand public qui est attentif au manga, un grand public qui va au cinéma à 14h et qui regarde ce que le cinéma propose et peut être intéressé à le découvrir, et donc ton film sera mieux placé quand même comme film pour enfants.*

*Pour nous c'est important de comprendre le choix du spectateur parce que ça nous permet de savoir à qui on doit vendre les films. Par exemple You Name, le Vendôme n'en a pas voulu parce que l'exploitante dit que ce n'est pas son public, mais moi je trouve qu'il y a une dimension art & essai dans les anime qui fait que ça doit aussi être présent dans ces réseaux-là. Mais je sais que la fanbase va plutôt dans les multiplexes. En même temps je trouve que les tickets multiplexes sont chers, donc je veux aussi que ça reste accessible.*

*Pour le Garçon et la Bête où il y a pas mal de Kung-fu, c'est quand même plus proche de la culture asiatique et moins grand public qu'un Miyazaki, trop "manga". Et il est beaucoup plus pour enfants que "Your Name" parce que c'est un enfant, tu vois grandir le gamin mais à la fin il est quand même assez jeune. Mais moi je savais qu'il fallait mettre des séances pour la fanbase, donc on a pu le mettre à 22h à Liège et il y avait quand même du monde. Ça veut dire 15 personnes... Ce sont des films assez difficiles à placer. »*

Mais Makoto Shinkai n'est pas le seul prétendant au trône d'héritier de Miyazaki : des anciens du studio Ghibli dont Hiromasa Yonebayashi (*Arietty*, *Marnie*) vont fonder le studio Ponoc avec une ligne éditoriale plus libre que Ghibli. Le premier film du studio est *Mary et la fleur de la Sorcière* de Yonebayashi en 2016. Forcément ce n'est pas Disney qui

---

<sup>429</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron*, op. cit.

en obtient les droits mais Diaphana, un distributeur pour qui c'est la première sortie d'animation japonaise, mais qui compte quelques films d'animation français prestigieux à son catalogue (*Les triplettes de Belleville*, *Azur et Asmar*, *Persépolis*). Cependant, les attentes des vendeurs internationaux sont énormes, et encore une fois, les distributeurs belges sont trop réticents à prendre des risques. Même Adeline Margueron ne parvient pas à le sortir :

« Je l'ai vu mais il était hyper cher, c'était hors de prix ils demandaient 100 000 € ! Sur le Benelux, et je pense qu'il a été sacrifié parce que le vendeur demandait beaucoup trop, et le territoire étant morcelé... Moi c'est le dernier où je m'étais dit que c'était intéressant. Et depuis tous les films dans les festivals, ils nous semblaient vraiment avoir un potentiel trop faible. »

Et c'est bien dommage, car le film, qui a d'ailleurs même fait l'impasse sur le Festival Anima, en avait du potentiel (341 000 en France), mais a fait les frais de sa situation intermédiaire entre un Miyazaki à 500 000 entrées et un film moins coté plus abordable. D'ailleurs, Adeline Margueron pointe le problème de la vente de films pour tout le Benelux qui est clairement en défaveur de l'animation japonaise : le territoire néerlandophone est en effet bien moins friand de pop culture japonaise. Si une communauté a pu se former en Flandre, bien plus petite qu'en Belgique francophone (il suffit de voir la taille ridicule en comparaison du plus grand salon flamand spécialisé, l'Atsusacon de Gand, entre 1000 et 5000 visiteurs<sup>430</sup>), celle-ci est née grâce à l'influence de la télévision française diffusée aussi en Flandre, et donc du Club Dorothée (en effet, les chaînes flamandes diffusaient alors peu de programmes pour enfants)<sup>431</sup>. Les Pays-Bas n'ont pas connu cette influence, et donc la pop culture japonaise ne s'est que peu développée : les tentatives des rares éditeurs de manga à s'être lancés dans la traduction en néerlandais, comme Kana, ont échoué<sup>432</sup>. Dès lors, vendre un film japonais au Benelux, c'est surtout le vendre au public francophone qui ne représente que 20 % de la population : on comprend mieux pourquoi les gros distributeurs Benelux n'osent se lancer qu'avec les Ghibli si les prix sont très élevés.

L'année 2018 est ainsi une vraie disette pour la *japanimation* en Belgique puisqu'aucun film ne sort en salles (et seuls 4 films sont diffusés à Anima, ce qui n'est pas une grosse année, plus un au BIFFF), alors que 4 films sortent en France. L'un d'eux sort toutefois en Belgique en 2019, et c'est un film de Mamoru Hosoda : *Mirai, ma petite sœur*. Le film est distribué par en France par Wild Bunch Distribution et en Belgique par

---

<sup>430</sup> Atsusacon, [En ligne], <<https://10times.com/atsusacon>>, (Consulté le 9 août 2020).

<sup>431</sup> VANNIEUWENHUYSEN Lora-Elly et PLYSER Charlotte (Promotrice), *The rise of the Belgian manga culture*, *op. cit.*, p. 10.

<sup>432</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Yves Schlirf*, *op. cit.*

Cinéart (qui avait sorti Ponyo), une grande frustration pour Adeline Margueron dont Hosoda était jusque-là l'apanage :

« Mirai j'étais vraiment très fâchée parce que ça aussi c'est un truc qui peut être intéressant, tu as un jeune réalisateur japonais, Eurozoom en France qui suit l'actualité des sorties, découvre, aime le premier film, prend le risque, le sort, a accès au 2e film parce qu'il n'est pas encore très connu. Le 3e c'est encore difficile, il est cher mais ils y arrivent, mais le 4e il arrive avec un tel potentiel et de tels chiffres du Japon qu'entretemps un revendeur international a compris l'intérêt, l'a acheté cher, le revend trop cher pour Eurozoom, et au moment où ils peuvent vraiment faire une grosse sortie et gagner de l'argent, ça va chez Gaumont ou chez BAC films. Et les petits comme Eurozoom ou nous qui faisons du défrichage, au moment où on pourrait gagner beaucoup d'argent, ça nous passe sous le nez. C'est ce qui s'est passé pour eux avec Le Garçon et la Bête et nous avec Mirai : tout le monde le veut 6 mois avant qu'il soit terminé, il part très cher et on n'y a pas accès. »

Le film fait d'ailleurs un résultat tout à fait honorable en France avec 213 000 entrées. Le même scénario se reproduit en 2020 avec *Les enfants du temps*, le nouveau film de Makoto Shinkai, distribué par BAC films en France et Kinopolis Film Distribution en Belgique, qui réalise un peu moins d'entrées en France que *Your Name* (228 000).



Figures 46 : Affiches belges pour Mirai et Les enfants du Temps

Une difficulté supplémentaire pour faire exister l’animation japonaise au cinéma, c’est le manque d’intérêt des journalistes (qui a déjà été longuement détaillé dans ce mémoire), et la difficulté pour un petit distributeur indépendant d’aller toucher un public jeune et belge en l’absence de média belge spécialisé qui serait lu. En effet, la plupart des sites spécialisés étant français, ils n’évoquent pas les sorties cinéma en Belgique :

« En tant que Belges on subit la concurrence des médias français, d’autant plus sur les sujets de niche. Les médias belges ne vont pas dédier un journaliste professionnel payé full time, parce qu’on ne pourra jamais concurrencer les Français.<sup>433</sup> »

« En Belgique il y a un problème de critique aussi. Hughes Dayez, Fabienne Bradfer... Leur faire parler d’un anime c’est difficile. Je pense qu’Hughes Dayez a dû parler une fois d’un manga dans sa vie quoi... Ensuite il y a Didier Stiers, lui il est très ouvert. Je lui avais parlé des Enfants loups, il a fait une très belle critique. C’est parce qu’il vient de l’univers des cultures rock, un peu plus alternatives, du coup il est ouvert à la pop culture même si c’est pas trop son truc. Alain Lorfèvre lui il est spécialiste de l’animation. Mais en même temps c’est difficile de faire exister des animes grand public dans la presse. Alors qu’en France avec 60 millions d’habitants, tu as des dizaines de titres de presse. En Belgique tu n’en as pas beaucoup, pour promouvoir le cinéma en dehors de La Libre et du Soir, tu as la presse régionale mais l’Avenir ils n’ont pas beaucoup de place, la DH on ne va pas les chercher... Donc c’est un peu difficile, les blogs ne sont pas hyper lus... Il faut aller maintenant chercher la presse sur internet, les influenceurs... Des gens qui vont avoir une audience auprès du public cible, mais c’est beaucoup d’huile de coude quand tu ne peux pas te payer un affichage dans la rue, quand tu dois chercher les gens, passer des coups de fil... Eurozoom c’est qu’ils ont réussi à faire, ils ont construit une fanbase en passant par les réseaux sociaux, et ils savent que quand ils sortent un film ils vont pouvoir faire des avant-premières relayées par la fanbase, ils ont des contacts tout de suite, ils vont pouvoir mettre en place des actions promotionnelles très efficaces. Mais ça c’est parce que ça fait 15 ans qu’ils les travaillent.<sup>434</sup> »

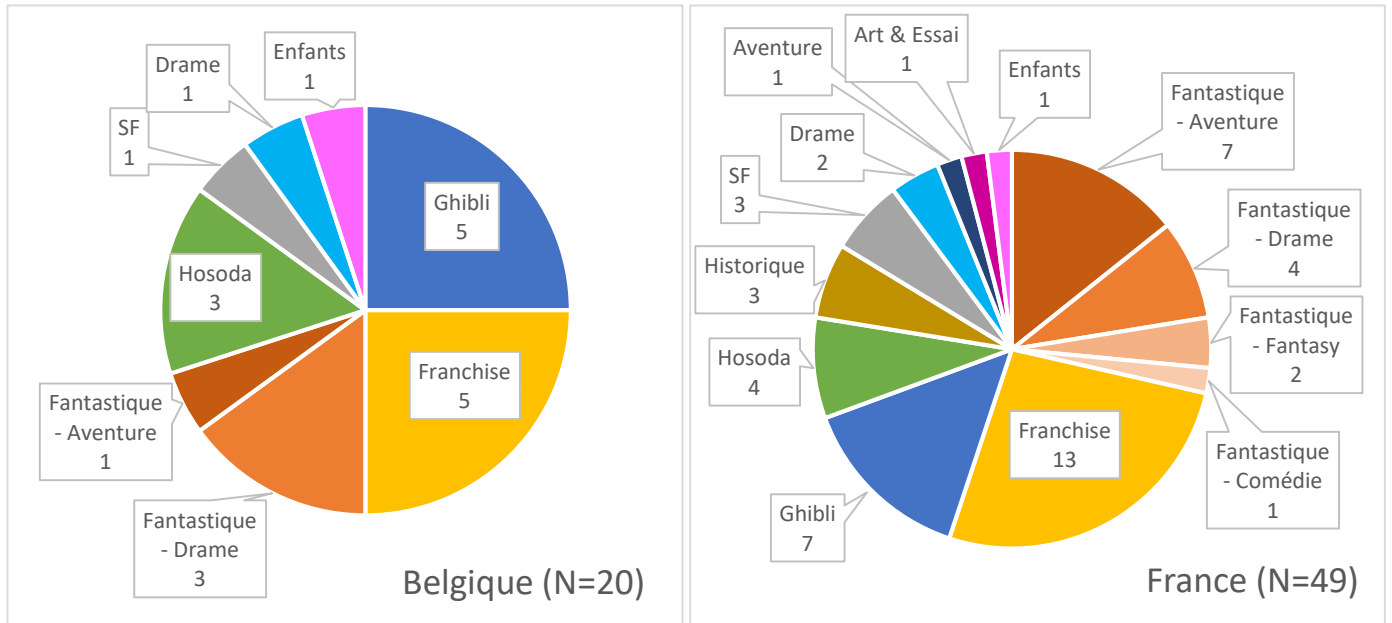
Il faut aussi relever ces dernières années la sortie en Belgique de blockbusters américains inspirés de la pop culture japonaise, avec beaucoup d’images de synthèses : *Ghost in the Shell* (avec Scarlett Johansson en tête d’affiche, 2017), *Alita : Battle Angel* (inspiré du manga *Gunmm*, 2019) ainsi que *Détective Pikachu* (2019). Ces films, beaucoup plus faciles à sortir en Belgique car issus des *majors*, contribuent à la visibilité de la pop-culture japonaise auprès du grand public, même s’ils ont été en grande partie occidentalisés (surtout *Détective Pikachu* dont l’univers est inspiré de Londres).

---

<sup>433</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

<sup>434</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Adeline Margueron, op. cit.*

Bilan des années 2010 pour les écrans de cinéma



Graphiques 16 : Films par genre sortis entre 2009 et août 2020

Les graphiques reprenant les sorties de films par genre en France et en Belgique illustrent tout ce que je viens d'expliquer. Par rapport à la période précédente, moins de films en proportion sont sortis en Belgique : 41 % seulement, contre 53 % dans les années 2000.

La science-fiction qui était très présente durant la période précédente a pratiquement disparu, remplacée par le fantastique : l'influence d'*Akira* et *Ghost in the Shell*, qui avaient permis l'introduction de la janimation en Europe par leur aspect révolutionnaire, a cédé sa place à celle de Miyazaki, gage de succès auprès d'un large public. Les films de Miyazaki, qui sont deux fois moins nombreux (plus rien après 2015) ne représentent plus qu'1/7<sup>e</sup> des sorties en France, mais un ¼ des sorties belges. Les films de Hosoda ont été très bien distribués en Belgique grâce au travail du Parc, qui n'a loupé que *Summer Wars* en 2010 (qui n'avait certes réalisé que 25 000 entrées en France, soit deux fois moins que *La Traversée du temps*).

En ce qui concerne les films de franchise, ils représentent à la fois un quart des films belges et français, on pourrait donc penser qu'ils ont été bien distribués chez nous. Erreur, car ceux qui sont sortis n'ont pas été distribués officiellement en Belgique, mais ont été programmés uniquement dans les salles Kinopolis avec un petit nombre de séances plutôt évènementielles ; 3 sont distribués en France par CGR Events, qui a probablement été proposer ces séances à Kinopolis en Belgique. Ou alors, c'est Kinopolis qui a été chercher proactivement ces films (chez Eurozoom pour *Sword Art Online* et Wild Bunch pour *Dragon Ball Super : Broly*).

Parmi eux, tous sortis après 2017, figurent donc *SAO* et le nouveau film *Dragon Ball* ; on trouve le film *One Piece: Stampede*, *My Hero Academia Heroes Rising* et enfin le film *Pokémon : Je te choisis*. Un retour sur grand écran de la franchise justifié par la nostalgie : il s'agit en effet d'un *reboot* de la première saison de la série animée, c'est-à-dire une reprise à zéro de l'histoire avec un scénario alternatif. Vu le très petit nombre de séances (en France aussi : le film n'est resté que 12 jours sur les écrans), il valait mieux réserver sa place car la salle était pleine. Les spectateurs ont même eu droit à une carte Pokémon promotionnelle, comme à l'époque !



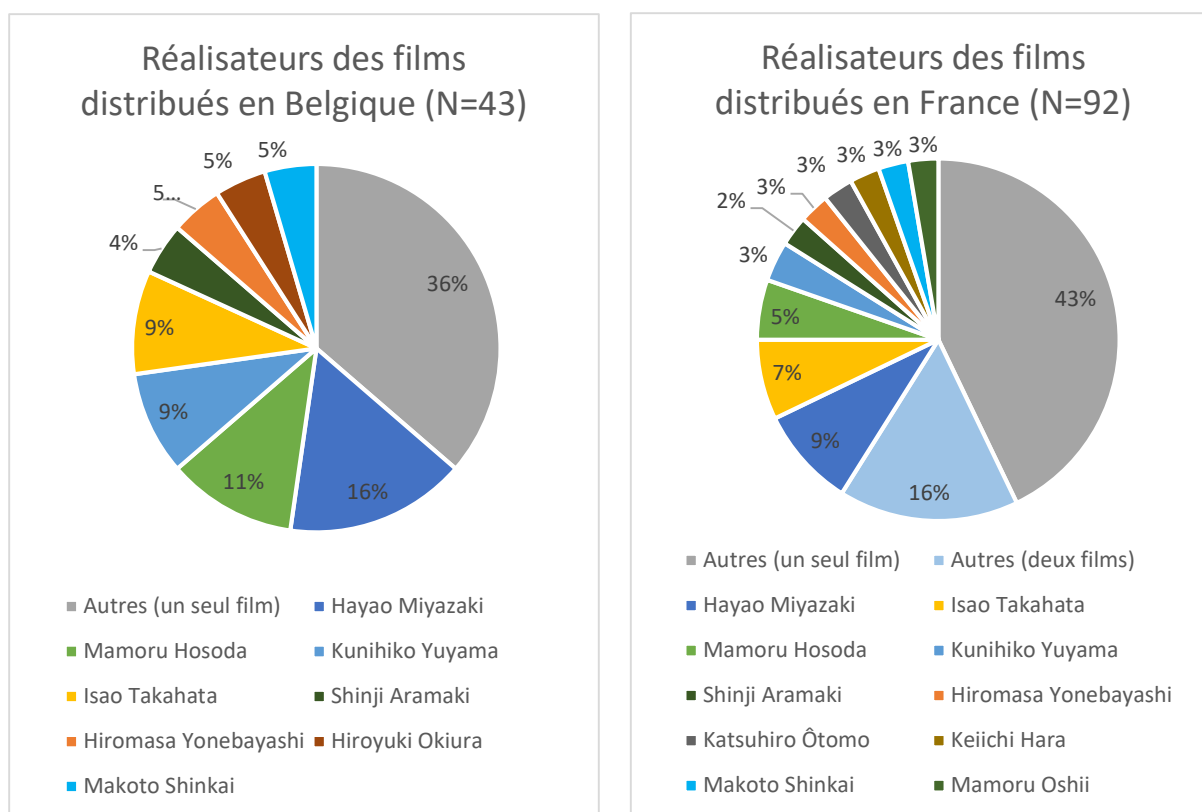
Figure 47 : Affiche française de « Pokémon : Je te choisis ! »

Pour les films fantastiques, qui ont pris une grande ampleur, on peut distinguer plusieurs sous-genres dont l'arrivée en Belgique est inégale. Alors que les films d'aventure (fantastique ou non) ont été au nombre de 8 en France, un seul est arrivé en Belgique (*Lettre à Momo*, un flop). Aucun film de fantasy<sup>435</sup> ou de comédie n'est sorti en salles en Belgique (la comédie est d'ailleurs pratiquement absente même en France) : les seuls films du genre à traverser nos frontières y mélangent des éléments dramatiques (les deux films de Shinkai et *Colorful*). L'aspect chronique sociale qu'ils comportent leur permet en effet d'être programmés dans des salles d'« art et essai », ce qui rend possible leur sortie par Le Parc, par exemple. Quant au seul film dramatique sorti, *Le Piano dans la forêt*, il y baigne par moments une ambiance onirique.

Les films historiques quant à eux sont recalés, considérés comme « trop japonais » ou pointus et donc pas assez grand public. Quant à l'unique film de science-fiction sorti en Belgique, il s'agit d'*Albator*, qui aurait pu être classé comme film de franchise, bien qu'artistiquement ambitieux et que celle-ci ne soit plus exploitée depuis longtemps.

---

<sup>435</sup> C'est-à-dire un film se passant dans un monde complètement imaginaire (contrairement au fantastique « classique » où le surnaturel vient s'immiscer dans la vie quotidienne).



Graphique 17 : Répartition par réalisateur des films d’animation japonaise sortis en France et en Belgique (toutes périodes)

Enfin la répartition par réalisateurs de l’ensemble des films sortis en France et en Belgique montre clairement comment les distributeurs belges jouent la sécurité en distribuant des réalisateurs qui ont déjà fait leurs preuves : 74 % des films sortis en Belgique sont de 8 réalisateurs seulement, alors qu’en France les 10 premiers réalisateurs en nombre de films ne représentent que 39 % du total. On peut voir que certains réalisateurs sont plus privilégiés en Belgique qu’en France : Hosoda est devant Takahata en Belgique (les films de Takahata étant des Ghibli moins vendeurs, plus difficiles à placer en Belgique), et Kunihiko Yuyama est très bien placé en Belgique (un film *Pokémon* de plus qu’en France y est sorti, l’exception).

### JEU VIDÉO : UNE ACCULTURATION DU JEU JAPONAIS ?

Cette tendance à la diminution de la prise de risque, on la retrouve aussi à une autre échelle dans le secteur du jeu vidéo, où les éditeurs ont tendance à uniformiser leurs jeux et où les productions typiquement japonaises ont de plus en plus de difficulté à se faire une place :

« La génération PS4-XBoxOne<sup>436</sup> elle est pathétique ! Les jeux qui sont sortis, tous les ans c’était les mêmes, Call of, FIFA, c’était pas comme ça dans le

<sup>436</sup> C’est-à-dire la génération de consoles actuelle.

*temps ! On ne peut pas prendre de risques. Avant on pouvait balancer des jeux dans tous les sens, ça me plaisait beaucoup plus. Des jeux comme Parodius sur Saturn... Game Paradise dispo sur Switch au Japon... c'est génial. Des jeux comme ça aujourd'hui c'est presque un accident industriel. Et ma question : c'est où ça, aujourd'hui ? Tu te rends compte qu'il y a des strates entières de jeu qui ont complètement disparu. Le jeu de baston par exemple, il n'y a plus qu'une ou deux sorties par an. Des Shoot'em up à la Parodius, je crois que j'en ai plus vu depuis 20 ans... La mode est aux FPS et aux jeux de voitures. Ce sont les modes qui changent, mais je trouve dommage que des genres disparaissent complètement.<sup>437</sup> »*

De fait la part des jeux japonais originaux est à la baisse, ce qui attriste Arnaud de Grave :

*« A l'époque de la PS3<sup>438</sup> ça avait déjà fort diminué, le marché était déjà devenu pénible et pas intéressant. En PS3 j'avais adorée "Pupeteer". Il y a un style, une patte graphique. Voilà un jeu qui fait plaisir à voir, il y a vraiment une direction artistique. Mais quand tu vois arriver le dernier Battlefield ou Call of, ne ça fait rêver personne. Tu y joues parce que sinon tu passes pour le seul joueur qui n'y a pas joué. C'est pas fofou. C'est quelque chose qui ne va, je pense, pas aller dans le bon sens pour la prochaine génération. J'ai un peu d'espoir tellement la précédente était nulle. Je me demande si j'ai eu un jeu marquant... Ouais, Ori. Mais un jeu japonais vraiment incontournable... Chez Nintendo, le Zelda Breath of the Wild<sup>439</sup> c'était fameux. Il est fantastique ce jeu. Je trouve que la Nintendo Switch est vraiment très chouette.<sup>440</sup> »*

Cette tendance à produire des jeux occidentalisés pour un large public s'explique justement par l'élargissement du public du jeu vidéo : les ventes de jeux n'ont fait que monter au fil des années, le jeu vidéo étant devenu l'industrie culturelle numéro un en termes de chiffre d'affaires en France, devant le livre, la musique et le cinéma<sup>441</sup> : les éditeurs ont un énorme intérêt à vendre aux occidentaux. Les joueurs de jeux japonais sont toujours là : ils sont simplement dilués dans la masse. D'autre part, le succès de la Nintendo Switch, sortie en 2017, et de certains jeux comme *Zelda BotW* ou *Xenoblade Chronicles 2* a montré l'intérêt d'un certain public pour ce type de jeux, et a ainsi rendu plus accessible toute une série de RPG classiques jamais arrivés en Europe jusqu'alors, à travers des *remakes* (par exemple *Trials of Mana*, 3<sup>e</sup> épisode de la série *Seiken Densetsu*, sorti uniquement au Japon en 1995, puis dans le monde entier à travers la compilation *Collection of Mana* en octobre 2019, et enfin en 2020 à travers son remake).

---

<sup>437</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>438</sup> 2007-2013

<sup>439</sup> Le dernier jeu, sorti en 2017, de la célèbre série de jeux d'aventure *The Legend of Zelda*. Mettant l'accent sur l'exploration d'un immense monde ouvert, il a été encensé par la critique comme jamais pour un jeu Zelda et a été en tête des ventes.

<sup>440</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>441</sup> ALEXIS LEBRUN, « Le jeu vidéo est toujours la plus grosse industrie culturelle de France », *Good Game*, 21 février 2019, [En ligne], <<https://goodgame.canalplus.com/articles/gaming/le-jeu-vidéo-est-devenu-la-plus-grosse-industrie-culturelle-de-france>>, (Consulté le 10 août 2020).

Les adaptations de franchises manga ont aussi tendance à parvenir en plus grand nombre malgré des succès commerciaux très relatifs, principalement grâce à la possibilité de les sortir uniquement en version dématérialisée<sup>442</sup>, ce qui fait grandement baisser les coûts de production par rapport aux versions physiques. De plus, les fans sont devenus de plus en plus attentifs et exigeants, et ne pas sortir un jeu peut attirer la foudre des joueurs : avec les réseaux sociaux, les entreprises sont de plus en plus soucieuses de leur réputation ; enfin, les éditeurs essaient de jouer sur l'actualité autour des franchises en manga et anime pour trouver la fenêtre de lancement opportune pour leurs jeux<sup>443</sup>. À l'inverse, les traductions d'adaptations en manga de jeux vidéo se développent également dans les années 2010 (*Zelda* à partir de 2009 chez Soleil manga, reprise de la publication du manga *Pokémon* par Kurokawa en 2011 après 9 ans d'arrêt et édition en gros volumes de tomes manquants), mais ne sont pas des immenses succès de librairie<sup>444</sup>.

ANIME : LA REVANCHE DE DOROTHÉE, OUF TI !



Figure 48 : Alator et Son Goku sur une publicité de la RTBF à l'arrière du programme d'Anima 2017 et 2018

<sup>442</sup> C'est-à-dire une version numérique téléchargée légalement, une offre qui se développe dans les années 2010 avec des parts de marché grandissantes par rapport aux jeux physiques.

<sup>443</sup> BITTERLIN Kevin, « Les adaptations de manga sont-elles condamnées à la niche ? », *art. cit.*

<sup>444</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele, op. cit.*

Si les anime se font rare sur les écrans belges (hormis *Pokémon* qui n'a jamais cessé d'être diffusé sur Club RTL), il faut quand même constater que ce ne sont plus les préjugés qui bloquent leur diffusion : même la RTBF, bastion du « dessin animé européen et non-violent » a fini par diffuser dans ses programmes enfants les séries hier fustigées ! Ainsi le capitaine Albator s'affiche fièrement au centre de la publicité en 4<sup>e</sup> de couverture du programme Anima, à l'emplacement exact où se trouvait *Blabla* 20 ans plus tôt. Comble de l'ironie, c'est *Dragon Ball* et ses scènes naguère accusées de « pédophilie » qui ont été diffusés dans *Ouf Tivi* à partir de l'été 2018 (mais uniquement les 30 premiers épisodes, les moins violents). Un choix de vieilles séries pour un jeune public assez curieux qui doit tenir soit de la nostalgie du programmateur, soit au prix dérisoire qu'elles doivent probablement coûter...

On relèvera tout de même que le chaton de *Chi*, *Sweet Home*, manga shôjo à succès, figurait déjà sur la publicité du programme 2015.

Figure 49 : Publicité de la RTBF en 4<sup>e</sup> de couverture du programme Anima 2015



### MÉDIAS : LE TSUNAMI *POKÉMON GO*

#### *Télévision et radio*

Les graphiques en *Annexe 2.2* et en *Annexe 3* montrent une évolution à la hausse de la présence médiatique de la pop culture japonaise en télévision et en radio après 2009. La hausse en 2009 en télé est dû principalement aux critiques : d'abord, en février, un manga remporte le prix essentiel Patrimoine au festival de la BD d'Angoulême : *Opération Mort*, publié chez Cornélius (éditeur très pointu en matière de manga), qui raconte la vision de son auteur de la Seconde Guerre mondiale. La critique d'un manga en télévision et de surcroît dans le JT est exceptionnelle, mais comme le précise la description du reportage : « on est très loin des combats de karaté et de vaisseaux spatiaux ». On trouve également une critique de bande dessinée asiatique dans l'émission culturelle *Cinquante degrés nord*, mais il s'agit... d'un manhua, de la BD chinoise. Hughes Dayez évoque ainsi *Ponyo* dans le JT de 13h, ce qui est aussi assez exceptionnel comme le faisait remarquer Adeline Margueron.

Le pic de 2010 en télévision n'est pas dû à l'actualité habituelle mais à un fait divers : un criminel qu'on surnomme « le tueur aux mangas », visiblement un fan un peu trop « hardcore » de Light Yagami dans *Death Note*, a signé son crime avec la mention « Je suis Kira »<sup>445</sup>. Une publicité plutôt mauvaise pour le manga qui montre à quel point un fait divers peut faire de l'audimat... L'augmentation en radio en 2010 est également due à des séquences concernant le salon MIA, le festival BD d'Angoulême, et les championnats du monde de jeux vidéo *Pokémon* où un belge s'est très bien classé.

L'année 2012 est un cru exceptionnel en termes de critiques, grâce aux *Niouzz*, avec étonnamment dans celle de *La Colline aux coquelicots* de Gorô Miyazaki, finalement jamais sorti en Belgique mais montré lors du festival Anima. La séquence a été diffusée le jour de la projection (donc un peu tard...), mais le public intéressé avait tout de même l'occasion de se rattraper lors de la seconde et dernière séance la semaine suivante. Les *Niouzz* font également une critique de jeu vidéo, et 3 critiques de manga cette même année. Enfin deux critiques de manga sont également faites dans l'émission littéraire *Livrés à domicile*.

L'année 2013 connaît un nouveau pic pour la même raison que l'année 2011 : cette fois, c'est le procès du « tueur aux mangas » ! La radio évoque aussi la Japan Expo Belgium, Les *Niouzz* font la critique des *Enfants loups* et évoquent la sortie japonaise de *Dragon Ball : Battle of God* (inédit dans les salles belges, sauf deux séances avec deux autres films DBZ au Kinopolis en 2020). L'intérêt est en baisse en 2014 où il est surtout question de jeux vidéo, ainsi qu'en 2015 qui marque cependant l'année des 30 ans de *Super Mario Bros*. La mer se retire avant le raz-de-marée.

L'année 2016 est en effet un tsunami sur notre graphique : Pokémon fait un retour fracassant dans l'actualité, qu'absolument personne n'avait vu venir, pas même les fans les mieux informés, et la cause n'en est pas les 20 ans de la série au Japon.

Revenons deux ans en arrière. Tout commence par une blague : en le 1<sup>er</sup> avril 2014, Google, avec l'autorisation des ayants droit, ajoute une nouvelle fonctionnalité à Google Maps, sa célèbre application géographique : le « Google Maps Pokémon Challenge ». Les utilisateurs ont, uniquement ce jour-là, la possibilité de cliquer sur une icône qui fait apparaître des Pokémon en pixels sur la carte et peuvent toucher celles-ci pour les capturer, et ainsi compléter leur *Pokédex* en fouillant les villes du monde à la recherche

---

<sup>445</sup> *Death Note*, l'un des sinon le manga de type seinen le plus connu, raconte comment Light Yagami, un jeune lycéen illuminé se faisant appeler Kira (*killer*), utilise un cahier tuant toutes les personnes dont on écrit le nom dedans pour purifier la société des criminels, et le jeu de chat et de la souris entre celui-ci et un détective de génie, L.

de toutes les espèces. Ce n'est pas une première pour le géant américain qui est un habitué de ce genre de clins d'œil : il avait déjà une année précédente pixellisé *Street View* et habillé la carte dans le style des RPG des années 90 à la *Dragon Quest*. Comme avec ses autres poissons d'avril, Google lance sa nouvelle fonctionnalité avec une vidéo de présentation<sup>446</sup> d'une qualité professionnelle où l'on voit des personnes réelles parcourir le monde à la recherche de Pokémon, modélisés en 3D, qui fait rêver les fans. L'initiative fait un petit buzz à l'époque, mais ne sort pas vraiment des milieux geek.



Figure 50 : Capture d'écran du Google Maps Pokémon Challenge (source : Kanpai)

Cependant, une division de Google s'est rendu compte du potentiel du concept : Niantic le un studio de développement derrière *Ingress*, un jeu sorti en 2012 qui exploite le concept de réalité augmentée (RA)<sup>447</sup> : dans celui-ci, deux factions s'affrontent sur leur smartphone pour le contrôle de portails situé à des endroits remarquables du monde réel. La proposition ludique révolutionnaire est pourtant restée confidentielle. D'autre part, Nintendo qui est alors dans une stratégie de diversification et se tourne vers l'opportunité d'un jeu mobile avec ses licences. Le 10 septembre 2015, la chaîne YouTube officielle Pokémon dévoile *Pokémon Go* avec une vidéo<sup>448</sup> très similaire à celle du *Google Maps Pokémon Challenge*, sans aucune image du jeu concret. C'est trop beau pour être vrai : les fans sont sceptiques et attendent plutôt des nouvelles des prochains jeux console.

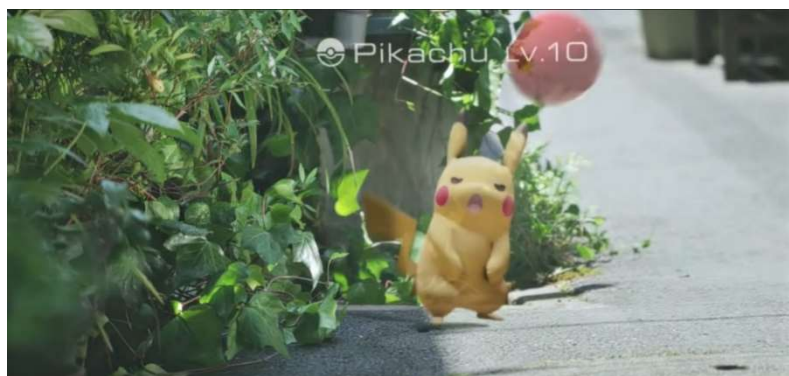


Figure 51 : Image extraite de la vidéo d'annonce de Pokémon Go

<sup>446</sup> GOOGLE MAPS, *Google Maps : Pokémon Challenge*, 9 septembre 2015, 2'33", [Vidéo YouTube], <[https://www.youtube.com/watch?v=4YMD6xELI\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=4YMD6xELI_k)> (Consulté le 9 août 2020).

<sup>447</sup> La technique de la réalité augmentée consiste en la surimpression à la réalité d'éléments virtuels. Le concept est ancien, mais n'avait jamais percé, en témoigne le flop retentissant des *Google Glass*, tentative de Google de révolutionner notre vie quotidienne avec des lunettes de réalité augmentée.

<sup>448</sup> ポケモン公式 YOUTUBE チャンネル, 【公式】『Pokémon GO』初公開映像, 9 septembre 2015, 3'04", [Vidéo YouTube], <[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=184&v=IKUwVYUKii4&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=184&v=IKUwVYUKii4&feature=emb_title)> (Consulté le 9 août 2020).

Une bêta fermée<sup>449</sup> du jeu est lancée en mars dans certains pays et les premiers retours commencent à arriver : les fans sont relativement indifférents ou déçus : les graphismes sont dépouillés (en effet le jeu se joue principalement sur une carte modélisée en 3D, la caméra n'est utilisée qu'en phase de capture de Pokémon), l'effet réalité augmentée n'est pas extraordinaire (et il faut un gyroscope dans son smartphone pour l'utiliser, qui n'est pas automatiquement présent sur tous les modèles), il n'y a des choses intéressantes à faire que dans les grandes villes, et enfin le gameplay est simplifié à l'extrême par rapport aux jeux console : tout l'aspect RPG est évacué, impossible de combattre d'autres joueurs, le jeu se réduit à un lancer de *Pokéball* avec le doigt géolocalisé. Bref, on ne peut pas dire que la « hype<sup>450</sup> » soit présente chez les joueurs habitués.



Figure 52 : Une capture d'écran de Pokémon Go (Source : Site officiel de Niantic Inc.)

Pourtant, à la sortie du jeu, un autre public va s'en emparer : une génération qui a été enfant dans les années 2000, qui a grandi avec Pokémon, mais qui s'était éloigné du jeu vidéo. L'arrivée de Pokémon sur smartphone rend le jeu accessible à pratiquement n'importe qui<sup>451</sup> : ces joueurs l'installent par nostalgie, et sont tout heureux de retrouver les créatures de leur enfance<sup>452</sup> dans un jeu au gameplay innovant qui incite à sortir de chez soi et rencontrer des gens ; le bouche-à-oreille (qui passe désormais par les réseaux sociaux) grandit et l'application qui présente l'avantage d'être très grand public fait un buzz spectaculaire aux États-Unis, où elle est lancée le 6 juillet 2016 : en quelques jours, elle est aussi utilisée que Twitter, et est installée sur plus de téléphones que Tinder. À l'heure de l'internet et des réseaux sociaux, le buzz se répand dans le monde entier comme une traînée de poudre en quelques jours et non plus mois comme en 2000 : nombreux sont ceux qui installent l'application de façon détournée avant sa sortie officielle sur leur territoire<sup>453</sup>.

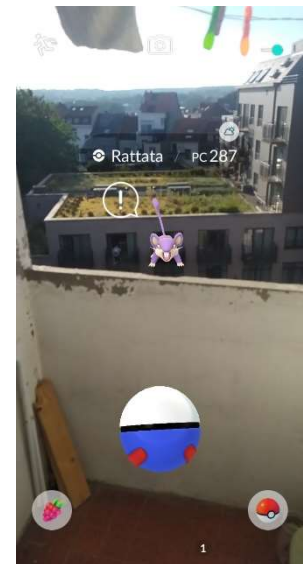


Figure 53 : Un Rattata sur mon balcon

<sup>449</sup> C'est-à-dire une version test accessible sur invitation.

<sup>450</sup> Terme argotique désignant un enthousiasme, une anticipation collective ou un phénomène de mode.

<sup>451</sup> C'est un peu le retour du *casual gaming* qui avait fait le succès de la Wii et de la Nintendo DS.

<sup>452</sup> En effet ce sont les Pokémon de la 1<sup>ère</sup> génération qui arrivent en premier, jouant sur la nostalgie.

<sup>453</sup> Li Justin, « Pokémon Go players scavenge across Toronto ahead of game's official release in Canada », *CBC News*, [En ligne], <<https://www.cbc.ca/news/canada/toronto/pokemon-go-canada-toronto-1.3673972>> (Consulté le 9 août 2020).

Le phénomène a de particulier qu'il est très visible : des rassemblements de foule énormes ont lieu aux États-Unis, suscitant la curiosité. En France, le lendemain la sortie, on pouvait croiser des bandes de gamins chassant le Pokémon dans les villages les plus tranquilles de la Provence...<sup>454</sup>

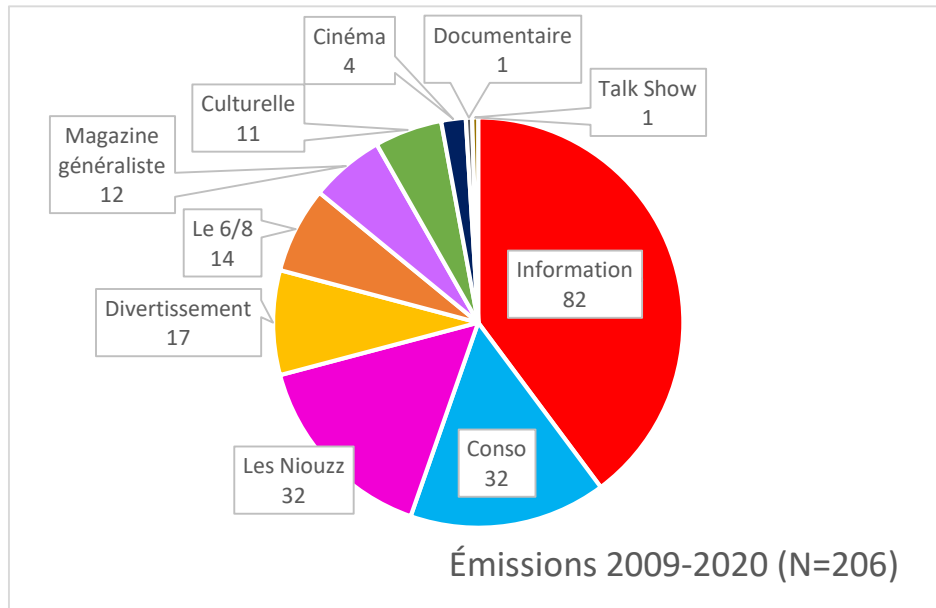
Les sites spécialisés en jeux vidéo ou en buzz publient des articles sur *Pokémon Go* à tour de bras pour générer du clic, exactement comme les magazines des années 90 exhibaient Son Goku sur chaque couverture. Dès lors, on comprend aisément pourquoi les médias généralistes s'emparent de ce qui est probablement l'un des plus gros buzz de l'Histoire : il s'agit d'expliquer ce qui se passe aux générations plus âgées, mais également d'attirer le grand public qui a touché au jeu. Les conséquences de *Pokémon Go* sont sociétales : le jeu provoque des ruptures de stock sur les batteries (c'est un véritable gouffre énergétique qui a dû en achever un certain nombre) mais aussi des accidents à cause d'un manque d'attention des joueurs à leur environnement. Le monde du tourisme s'empare aussi du phénomène, avec par exemple une chasse organisée à l'Abbaye de Villers-la-Ville, qui fait l'objet d'un reportage dans le 6/8...

Cependant, la folie *Pokémon Go* retombe de presque aussi vite qu'elle est apparue, ce qui n'empêche pas la RTBF de sortir un an après un reportage sur « la désaffection de Pokémon Go ». Mais le niveau du nombre de séquences reste élevé en 2017 et 2018 : outre les émissions de divertissement qui font référence à ce qui est entré dans l'imaginaire collectif ainsi qu'un nombre de séquences liées à Pokémon qui reste élevé en radio, après la vague qui a tout écrasé, les autres sujets peuvent reprendre leurs droits. Les jeux vidéo d'abord, qui sont de plus en plus présents dans l'émission conso *On n'est pas des pigeons* (ONPP) grâce aux chroniques de Xavier Guillitte et Raphaël Scaini. Le manga aussi est abordé à plusieurs reprises, ainsi que les conventions (MIA mais aussi FACTS et Comic Con). Il compte aussi de nombreuses séquences en radio. L'année 2019 marque finalement une baisse, mais elle est principalement due à la fin de la mode *Pokémon* dans les émissions de divertissement qui sont passées à autre chose : en effet les autres thématiques progressent (tout comme le marché du manga), sauf les conventions.

---

<sup>454</sup> Témoignage personnel !

## Émissions de télévision



Graphique 18 : Répartition par émission des séquences en télévision entre 2009 et 2020 sur la RTBF

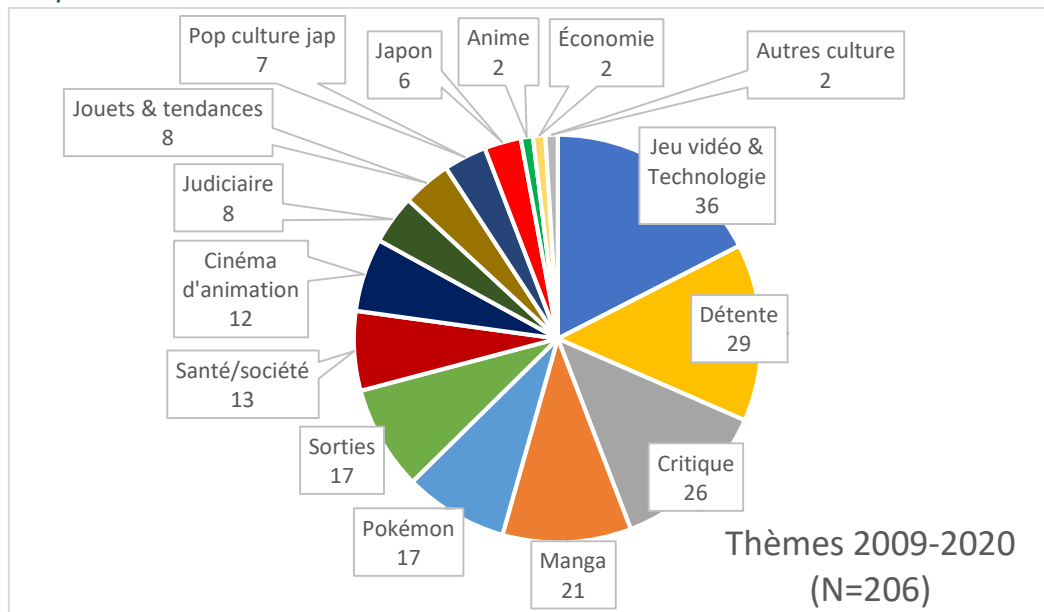
En s'intéressant de plus près aux émissions, on constate que les émissions d'information dominent toujours avec à peu près 1/3 des séquences ; la deuxième place revient aux *Niouzz*, mais qui la partage avec les émissions de consommation : en effet, nous avons vu que *ONPP* est devenue assez ouverte aux jeux vidéo, et parfois aussi aux mangas. *ONPP* comble quelque peu l'absence d'émissions spécialisées, qui ont complètement disparu : il y en a en fait bien eu une, *La Semaine Du Jeu Vidéo*, une émission belge dont *Console-Fan* était partenaire. Elle n'apparaît pas dans les archives, car il s'agissait d'une production d'une société externe, pas une production propre de la RTBF, qui ne coûtait rien à cette dernière. Celle-ci n'a duré que 3 ans (à peu près les années de la Japan Expo Belgium), en l'absence de soutien financier de la RTBF, ni des éditeurs de jeux au budget marketing de plus en plus limité<sup>455</sup>. Ensuite viennent les émissions de divertissement, principalement l'émission de buzz *20:02*, qui montre des séquences amusantes ou étonnantes liées à la pop culture, mais n'aborde forcément pas le sujet de façon sérieuse. Après se trouve *Le 6/8*, la matinale radio/télé de Vivacité/La Une, mélange d'information et de divertissement, qui comprend parfois des chroniques sur le manga ou le jeu vidéo (de Gilles Banneux<sup>456</sup>) principalement.

<sup>455</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Arnaud de Grave, op. cit.*

<sup>456</sup> Un des rares journalistes dont Arnaud de Grave reconnaît la compétence, avec notamment Michi-Hiro Tamai de chez *Focus Vif* (que j'avais contacté dans le cadre de ce mémoire). Du reste, Arnaud de Grave déplore le manque de connaissances et de professionnalisme des journalistes non-spécialistes qui parlent de jeu vidéo...

Les émissions dans les magazines généralistes et émissions culturelles sont à un niveau similaire à la période précédente. Par contre, on trouve nettement moins en proportion de séquences dans les émissions de cinéma. Pire : les seules séquences concernent des adaptations hollywoodiennes, aucun film d’animation n’est abordé<sup>457</sup> ! Ceux-ci restent donc toujours de nos jours considérés en télévision comme des films uniquement pour enfants puisque seules *Les Niouzz* prennent le temps de les aborder. Cela ne donne évidemment pas envie aux distributeurs de se lancer...

### Thématiques



Graphique 19 : Thématiques abordées en télévision entre 2009 et 2020

Par rapport à la période précédente, le jeu vidéo est toujours en tête mais cède la moitié de son terrain aux sujets « détente » (c’est-à-dire principalement à du *buzz*). La rubrique critique gagne du terrain par rapport à celle du manga : c’est dû d’une part aux critiques jeu vidéo dans *ONPP* et *Le 6/8*, d’autre part le manga abordé dans *Les Niouzz* : cette augmentation montre que le manga n’est plus considéré uniquement comme un phénomène de mode, mais un médium à part entière, qui mérite qu’on s’intéresse aux contenus de ses œuvres ; néanmoins cela reste en télévision l’apanage des *Niouzz*, cette ouverture n’est donc présente pratiquement que dans les émissions pour enfants. En radio cependant un constate, comme dans la presse écrite, un peu plus d’ouverture en ce qui concerne les œuvres « d’auteurs », proches du roman graphique, mais avec les mêmes préjugés sur le reste de la production :

<sup>457</sup> Mais encore une fois je n’ai pas lancé de recherche individuelle sur chaque film.

*« Même si subsistent, de-ci de-là au fil des quelque 370 pages de ce livre, quelques tics inutiles propres à l'univers des mangas, cet album évite le plus souvent tous les écueils de la facilité. Les personnages sont beaux, attirants, idéalisés en quelque sorte, la construction de l'évolution des planches est limpide, vive, sans à-coups. Il y a aussi l'utilisation, dans le scénario, d'une belle variété de ressorts narratifs qui agrémentent le propos artistique de péripéties aventureuses, policières.*

*ARNAUD : Vous voilà donc réconcilié avec les mangas ?*

*JACQUES : Savez-vous que Le terme "Manga" vient d'une œuvre du génie Hokusai, au 19ème siècle : les "Hokusai Manga", un ensemble de croquis quotidiens, de dessins simples, rapides, décrivant la vie quotidienne au Japon, dus à un des maîtres incontestés de l'art japonais. Au vingtième siècle, ce mot, manga, est devenu symbole d'un graphisme rapide, "dérisoire", sans d'autre intérêt que l'immédiateté de la lecture, de la vision. Dérisoire, voire même inutile et terriblement répétitif, c'est en effet, à mon humble avis, la caractéristique de la plus grande partie des livres parus sous ce patronyme ! Heureusement, quelques auteurs japonais de BD se souviennent de qui fut le génie Hokusai. Et veulent, surtout, créer dans leurs œuvres autre chose que le tout-venant de la routine éditoriale. Et c'est incontestablement le cas de Hozumi ! »*

Il est intéressant de préciser qu'il est question ici d'un manga concernant la vie de Vincent Van Gogh, une référence culturelle occidentale.

Étonnement, malgré le tsunami, Pokémon conserve une part assez similaire aux années 2000 : c'est en partie compensé par l'augmentation en santé/société, et surtout la hausse générale des séquences sur la décennie. Le cinéma stagne également en proportion (mais le nombre absolu de séquences est 3 fois plus élevé). L'actualité judiciaire prend un peu de place, mais la plus grosse augmentation est naturellement pour la rubrique « sortie » puisque c'est à cette période qu'apparaissent les conventions manga et culture geek. Du reste, peu de changements : les anime sont toujours complètement absents, n'ayant pas bénéficié de la légitimation du manga papier.

*Presse papier : De la difficulté de parler de pop culture japonaise*

Si une plus grande ouverture peut être observée au fil des ans, elle reste malgré tout très dépendante des journalistes ; et même les plus ouverts, comme Alain Lorfèvre, n'ont pas forcément la possibilité d'en parler souvent :

*« Je pense que la majorité de mes collègues restent très généralistes. Je pense qu'on trouve des pros beaucoup plus en France, car ici on est moins nombreux dans les rédactions et qu'il n'y a pas stricto sensu de journalistes belges. Je pense que chez nous ça reste en fonction des centres d'intérêt des personnes. Il y a beaucoup de médias généralistes en Belgique, mais dans toutes les rédactions on est obligés d'être très éclectiques. On ne peut pas se permettre de couvrir uniquement le comic ou le manga... On essaye de faire des dossiers plus spécifiques sur un genre ou un auteur qui émerge, mais ce n'est pas toujours simple. J'imagine que dans les blogueurs il doit y avoir des passionnés très pointus. C'est le principe du fandom qui rentre dans une logique de toucher une communauté, où le journaliste culturel traditionnel tend à laisser sa place à des passionnés. Ça existait déjà avec l'univers des fanzines, ça s'est amplifié avec internet.*

*Aujourd'hui en théorie je peux écrire sur ce que je veux, mais il y a un principe de réalité qui est celui du temps, et de la masse de production manga impossible à absorber. L'autre c'est au niveau de la distribution en salle, il y a de moins en moins de films d'animation qui sortent. De temps en temps en France, en Belgique c'est très rare... Et le problème c'est que même si je vois le film, je n'ai pas la légitimité d'en parler au public s'il ne sort pas en salle. Une diffusion via des plateformes comme Netflix peut être un prétexte, mais c'est plus difficile. Les distributeurs en Belgique ont décidé de ne plus suivre ce courant-là, car trop de concurrence sur les écrans... la conséquence de ça c'est que je suis amené à suivre un peu moins cette culture, dont j'ai un peu décroché. Elle se diffuse au niveau critique par d'autres canaux, et le travail de vulgarisation au grand public est moins nécessaire, je dirais que ça tourne un peu tout seul. Même les éditeurs n'ont plus besoin de moi pour légitimer et faire parler du manga, ils se vendent maintenant un peu tous seuls.*

*Je crois que ça reste vrai pour différents aspects de la culture populaire comme dans le cinéma de genre et le BIFFF : il y a une certaine catégorie de film fantastique et de cinéma de genre qui est devenu grand public, les films de Stephen King par exemple qui sortent en salle et font des cartons, et de l'autre côté un cinéma beaucoup plus underground qui n'atteint pas le grand public et dont on parle peu dans les médias<sup>458</sup> »*

Une délégation de ce type d'information aux amateurs qui n'est pas sans poser des questions quant à la rémunération nécessaire à une information de qualité, dans un contexte où la presse se cherche de nouveaux modèles économiques :



Figure 54 : Un article d'Alain Lorfèvre sur la pop culture japonaise en Belgique, La Libre, 2019 (voir biblio.)

<sup>458</sup> DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Alain Lorfèvre, op. cit.*

« Moi les premiers articles que j'ai écrits c'était dans les fanzines ou des journaux étudiants, et j'ai eu la chance d'en faire mon métier. Je pense qu'aujourd'hui le champ pour les gens qui suivent ce chemin va se réduire car les rédactions généralistes et les attachés de presse se reposent sur les passionnés pour toucher les publics de niche. Donc je pense qu'on a va utiliser beaucoup plus les réseaux sociaux pour la diffusion de la pop culture, qui va se reposer sur les passionnés.

L'idée qu'une info de qualité serait forcément produite par un journaliste rémunéré, je ne crois pas que c'est une équation fixe. Par contre, une information de qualité doit être objectivée et objectivable, en respectant un certain nombre de critères, et ça je pense qu'un amateur intelligent peut le faire lui-même.<sup>459</sup> »

On peut aussi se demander pourquoi certaines cultures *underground* comme le rap, aujourd'hui légitimé (et qui dispose désormais de son média à la RTBF avec la radio Tarmac), arrivent plus facilement à faire parler d'eux dans les médias généralistes. Alain Lorfèvre formule l'hypothèse que c'est lié à la quantité et la diversité du manga qui le rend si difficile à aborder, en l'absence de têtes de proue vraiment grand public<sup>460</sup>.

Néanmoins, les articles d'Alain Lorfèvre lui permettent de faire une médiation culturelle qui éclaire le grand public sur certains aspects de la culture japonaise que cette pop culture laisse transparente :

« J'ai appris et compris de choses que j'essaye modestement d'expliquer au public. Après c'est très vaste, des auteurs comme Taniguchi qui est un peu plus proche de la sensibilité européenne, a fait des mangas avec une dimension historico-culturelle avec par exemple "Le Temps de Botchan", qui moi m'a amené à découvrir des auteurs de l'ère Meiji, le moment où le roman naît au Japon, ce que je ne savais pas... que j'ai lu en traductions française car je ne lis pas le japonais. Et puis dans les rencontres avec les auteurs et les réalisateurs. Rintarô par exemple m'avait expliqué des choses par rapport à ça, cet espèce de cliché qu'on voit dans les séries d'animation, ces moments extatiques où on voit un gros plan sur le visage d'un personnage... Eh bien ça vient du théâtre Nô en fait ! Après ce n'est pas toujours facile dans un article, une critique d'aborder toute cette composante-là. Il faut déjà les connaître, et quand on les connaît arriver à les glisser en 2-3 phrases, et pas commencer à rentrer dans une thèse universitaire

Et moi ce sont clairement les animes et les mangas qui m'ont amené à voyager au Japon, et à m'intéresser à cette culture, en intégrer les codes culturels : la dimension contemplative qu'on retrouve aussi dans le cinéma et la BD, qui fait partie plus que de la culture, de l'âme japonaise. Donc oui ce sont des portes ouvertes, et c'est aussi intéressant de voir leur regard à eux sur nous, ce qui permet de comprendre des choses par rapport à nous-mêmes. Dans la façon dont eux peuvent s'étonner de certaines choses ou les représenter d'une façon qui nous apparaît bizarre, mais qui correspond à leur propre appréhension de notre monde.<sup>461</sup> »

---

<sup>459</sup> *Ibid.*

<sup>460</sup> *Ibid.*

<sup>461</sup> *Ibid.*

## CONCLUSION

### DES PHASES ET DES VAGUES

J'ai tenté avec ce mémoire de dresser un panorama historique de pop culture japonaise en Belgique en l'abordant avec une approche diachronique de façon la plus large possible en étudiant la diffusion de ses 3 supports les plus importants, sa communauté et son imprégnation dans la société à travers les médias.

J'ai ainsi pu distinguer plusieurs phases, chacune voyant l'explosion de l'une des dimensions en particulier en interaction avec les autres, qui ont préparé le terrain. Chaque phase est elle-même caractérisée par une série de vagues d'ampleur variable, mais qui telles un virus, finissent par contaminer une part croissante de la population.

Avant les années 80, la pop-culture japonaise est inexistante en Europe : les seules prémices que l'on peut en apercevoir sont de très rares films d'animation, souvent interprétés par la critique par le prisme du japonisme, puis une poignée de jeux d'arcades à succès dont peu de gens connaissent l'origine.

C'est une série de facteurs dans les années 80, liés à la conjoncture économique, qui vont tout déclencher : d'une part, la pénurie en matière de contenus télévisuels pour enfants en Europe liée à la libéralisation de la télévision et le krach du jeu vidéo aux États-Unis ; d'autre part, un Japon au faîte de son développement économique et sa culture populaire industrialisée. C'est ainsi que débarquent en masse les jeux vidéo et les dessins animés japonais en Europe à la fin des années 80, particulièrement en France, secondairement en Belgique en raison de son influence française. Durant cette phase, tout est fait pour gommer les origines japonaises des œuvres, quand elles ne sont pas déjà formatées pour un public international dans le cas du jeu vidéo. Portée par la vague *Goldorak*, cette arrivée brutale d'une culture populaire parfois dénaturée mais d'un genre nouveau fascine les enfants. Elle suscite cependant de fortes résistances des adultes qui s'y sont intéressés, car le « péril jaune », la peur d'un Japon hier impérialiste, aujourd'hui économiquement conquérant, a remplacé l'exotisme du japonisme dans leur imaginaire (un japonisme qui néanmoins a toujours été ethnocentrique).

La seconde phrase est celle de la massification toujours plus grande des anime et son influence sur toute la société avec le phénomène *Dragon Ball*. Cette période, qui est celle des premiers développements du *cross-média* (exception faite du film *Goldorak* qui n'a pas franchi la frontière belge), est marquée par plusieurs vagues, qui voient une certaine autonomisation de la Belgique dans la réception de cette culture : d'abord *Akira*, un choc esthétique à la fois au cinéma et en BD qui n'a finalement touché qu'un public restreint (les jeunes adultes curieux, les spécialistes de la BD) mais qui l'a fortement marqué, en particulier les auteurs européens de bande dessinée qui vont jouer le rôle d'ambassadeur de cette nouvelle forme culturelle. Ensuite *Dragon Ball*, qui, à travers l'anime, le film puis le manga, touche un public très différent, les enfants et les adolescents. Cela a pour effet de faire percoler le phénomène dans la société mais suscite de fortes vagues de résistance et de protectionnisme culturel, en Belgique peut-être plus qu'ailleurs (le procès pour pédophilie fait à *DB* et la résistance de la RTBF face aux anime). Mais outre des résistances, la fin des années 90 est aussi une période qui voit un début de légitimation de cette culture au sein de l'*establishment* culturel, grâce à Jirô Taniguchi dans le domaine du manga, et Hayao Miyazaki dans l'animation dont les œuvres commencent timidement à arriver, grâce au travail d'éclaireur des festivals.

C'est durant les années 90 que les fans devenus adolescents et se structurant en petites communautés prennent conscience de la japonité de leurs dessins animés et jeux vidéo préférés. Ils développent une curiosité pour toute la culture populaire japonaise : en matière de jeu vidéo, c'est d'abord le cas avec des adaptations de *Dragon Ball* en jeu de baston, puis avec d'autres jeux du genre comme *Street Fighters*, mais aussi en s'intéressant aux jeux vidéo japonais typiques, comme le *shoot'em up* ou le J-RPG que j'ai particulièrement mentionné.

La troisième phase, celle des années 2000, commence avec le tsunami Pokémon, dont l'arrivée a été soigneusement coordonnée par un seul acteur (The Pokémon Company<sup>462</sup>), qui emporte tout sur son passage : jeux vidéo, série animée, films, cartes et autres produits dérivés. Un phénomène sociétal plus fort encore que *Dragon Ball*, sans ses aspects controversés, qui habitue le grand public à une certaine esthétique japonaise et attire l'attention des médias, malgré un traitement superficiel et de nombreux préjugés.

---

<sup>462</sup> Société détenue à 1/3 par Nintendo, 1/3 par Game Freak (studio à l'origine des jeux Pokémon) et 1/3 Creatures, une société créée pour gérer les droits dérivés de la franchise.

Le succès de *Pokémon* ouvre la voie à l'arrivée en Europe du RPG japonais. Le terrain est aussi préparé pour l'arrivée massive du manga, grâce au développement du *shônen*, poussé par les nouveaux éditeurs Kana et Pika. Alors que l'animation japonaise disparaît quasiment de la télévision (bien qu' RTL diffuse quelques séries en Belgique), le manga papier connaît une énorme croissance et arrive en quelques années à représenter 1/3 des ventes totales de bande dessinée en France ; la Belgique, cependant, est plus conservatrice, et la BD franco-belge et certains auteurs font de la résistance. Cela n'empêche pas le manga d'aller chercher un public qui s'était complètement détourné de la BD et d'exercer une influence artistique majeure sur celle-ci.

Dans les années 2000, l'animation japonaise commence à acquérir une reconnaissance critique, grâce à des prix prestigieux, et fait son trou dans les salles de cinéma grâce à l'implication des *majors* américaines avec des films de franchise comme *Pokémon*, mais surtout dans le plus long terme les films du studio Ghibli. Cependant si on compare la Belgique avec la France, le marché du cinéma est celui qui présente les différences les plus saillantes : outre une « nippomanie » un peu moins prononcée qu'en France, la taille du pays est un gros handicap pour la diversité de l'offre cinématographique, pour toutes les raisons que j'ai exposées. Quelques films ressortant du genre de la science-fiction parviennent néanmoins chez nous, dans le sillage d'*Akira* qui a acquis le statut d'œuvre culte. En ce qui concerne les médias, ceux-ci comprennent petit à petit l'importance du mouvement, mais ne prennent que rarement le sujet au sérieux (surtout la télévision) et le cantonnent la plupart du temps au domaine de l'enfance, en dissonance avec la réalité de la diversité du public.

La quatrième phase est celle de la maturité : une fois que le jeu vidéo, l'animation et finalement le manga sont bien installés, il ne manque plus que des événements pour fédérer cette communauté de fans. C'est ainsi qu'on voit naître en Belgique plusieurs conventions spécialisées à l'instar de ce que fait la Japan Expo à Paris depuis 1999 ; celles-ci ont un destin mouvementé, mais c'est Made in Asia qui finit par s'imposer avec un nombre croissant de visiteurs (malgré une stagnation ces dernières années). Le marché du manga connaît du remous, avec une croissance accrue entre éditeurs et le défi du piratage, mais gagne aussi en diversité. Les séries d'animation désertent la télévision, mais regardent désormais sur les plateformes numériques avec une offre pléthorique qui permet de toucher de nombreuses niches.

Le cinéma d'animation fait face à une crise de succession suite à l'arrêt de la production des films Ghibli à partir de 2015, et Buena Vista cesse de distribuer de l'animation japonaise ; cependant, le travail de petits distributeurs indépendants, Eurozoom en France et Le Parc en Belgique, se tournant principalement vers le genre du fantastique, permettent de découvrir de nouveaux talents... rapidement récupérés par de plus gros distributeurs nationaux. Le coût des sorties en salle, plus élevé que pour la traduction de manga par exemple, rend la prise de risque difficile pour les distributeurs, qu'ils soient gros (à la recherche de bénéfices) ou petits (avec des moyens limités et qui ne peuvent pas engranger les bénéfices de leur succès). La complexité du marché belge du cinéma rend la situation d'autant plus inextricable. Certains films de franchise, qui ne sont plus distribués par les *majors*, parviennent tout de même en Belgique, mais uniquement sur les écrans des Kinopolis lors de projections relativement événementielles.

Le jeu vidéo, enfin devenu le premier bien culturel en termes de chiffre d'affaires, tire son épingle du jeu, car la production japonaise, même en perte de vitesse face à la concurrence occidentale, est toujours très importante : *Pokémon Go*, bien que développé par des Américains, a rappelé au monde la force des licences japonaises. Malgré le gommage des spécificités culturelles dans les jeux grand public et sans doute aussi une moindre prise de risque avec des concepts originaux et une esthétique décalée, la baisse des coûts liés à la localisation et la capitalisation sur des jeux d'anciennes franchises jamais localisés permettent d'accéder légalement à des jeux pointus comme jamais auparavant.

### DES TRANSFERTS CULTURELS

Au cours de ce mémoire, j'ai tenté de mettre en lumière les différents contextes culturels qui ont été traversés par la pop culture japonaise avant d'arriver chez nous, et pourquoi ces contextes ont été réceptifs à cette nouvelle forme de culture : en effet, j'ai montré que les œuvres n'arrivaient que rarement en ligne directe du Japon à la Belgique, mais passaient par différentes étapes intermédiaires (souvent la France ou les États-Unis) où elles étaient l'objet de sélections et pouvaient subir des adaptations et/ou des transformations. De plus, les œuvres japonaises ont été elles-mêmes influencées par l'Occident, et ce à plusieurs niveaux. Quoi de mieux qu'un schéma pour visualiser en un coup d'œil la complexité de ces transferts (*Schéma 1* ci-dessous) ?

À travers mes entretiens avec mes témoins, j'ai également voulu montrer le rôle d'ambassadeur, de passeur de culture qui a pu être joué par des individus belges ou en Belgique, possédant chacun leur réseau spécifique (*Schéma 2*) qui leur a permis d'être des acteurs (pas les seuls bien sûr) majeurs dans ces transferts :

- D'abord le milieu français de la BD d'Angoulême, avec Mœbius et Thierry Groensteen, qui certes ne vivait pas Belgique et dont l'ouvrage important, *L'univers des mangas*, s'adresse au public français ; néanmoins ses racines belges lui conféraient des contacts privilégiés avec le monde belge de la BD, comme Thierry Smolderen ;
- Ensuite, le plus important est sans doute Yves Schlirf, car c'est une personne très influente dans le milieu de la BD belge : d'abord avec sa librairie (fréquentées notamment par des auteurs bruxellois) en importants des mangas d'abord, puis en créant les éditions Kana ;
- Philippe Moins quant à lui a grâce à son festival permis de faire découvrir pour la première fois au public belge les films d'animation japonaise, un festival qui demeure le seul endroit où l'on peut voir sur grand écran la majeure partie du cinéma d'animation japonaise ;
- Alain Lorfèvre, qui a découvert cet univers grâce aux deux précédents, a été l'un des premiers journalistes à avoir une approche d'ouverture par rapport à cette culture, et a réalisé un travail d'éducation du grand public ;
- Le vendeur de l'époque du magasin Video Game Land à Auderghem qui, se rendant directement au Japon, a rapporté des jeux complètement inconnus qui ont permis à Arnaud de Grave de découvrir des jeux japonais pointus ; celui-ci a à son tour joué un rôle de transmission au public avec son site internet Console-fan ;
- Enfin Adeline Margueron, ouverte au Japon grâce son passage par Angoulême et en contact avec le festival Anima a joué (et tente toujours de jouer) un rôle dans la diffusion de nouveaux talents du cinéma d'animation découverts par Eurozoom, en faisant des choix artistiques risqués que ne veulent pas prendre les grands distributeurs.
- Sous oublier les organisateurs de salon comme Sébastien Flament ou Rémi Lach, dont les choix de contenus de leurs conventions influencent des milliers de visiteurs...



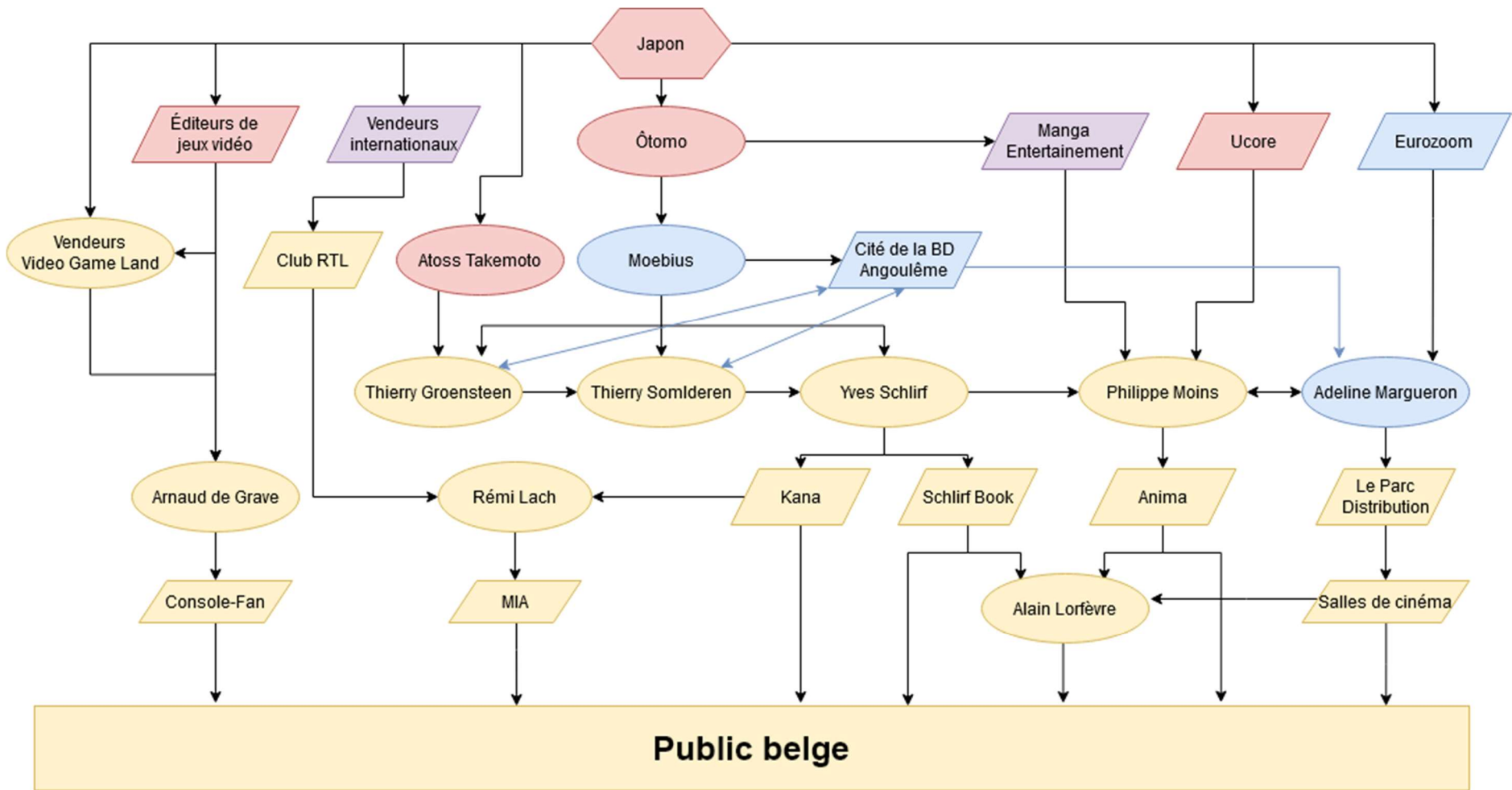


Schéma 2 : Relations personnelles et influences individuelles

De manière générale, hormis une poignée de journalistes dont Alain Lorfèvre, la presse belge n'a pas joué de rôle actif dans la diffusion de cette pop culture. Certes la presse papier, et dans une moindre mesure la radio, y ont jeté un œil tantôt curieux, tantôt hostile, mais avec une couverture très réduite des œuvres les plus populaires et qui ne s'adresse pas au grand public (seulement à un public adulte, éduqué et curieux d'un point de vue culturel). La télévision quant à elle, a toujours un train de retard et traite le sujet le plus souvent de façon superficielle ou très généraliste ; dans tous les cas, le nombre de critiques culturels en Belgique étant limité, en l'absence d'une presse spécialisée belge, les subcultures ont un grand mal à trouver leur place dans les médias. Et même maintenant que la pop culture japonaise est présente dans toutes les tranches d'âge et très largement diffusée chez les jeunes, elle n'est pas encore devenue assez *mainstream* pour que les médias s'en emparent comme ils se sont emparés du rap, autrement que dans des émissions destinées aux enfants. La seule exception a été pour le jeu vidéo avec des émissions spécialisées pendant toute une époque, et aujourd'hui les chroniques dans des émissions généralistes, qui se destinent donc plus à un très grand public qu'à celui qui connaît déjà la pop culture japonaise.

Dès lors, la communication et l'information a dû passer et passe encore par d'autres canaux plus communautaires se structurant progressivement : le bouche-à-oreille, bien sûr, puis les fanzines, les premiers sites internet spécialisés, les forums puis aujourd'hui YouTube et les réseaux sociaux. Si aujourd'hui il n'a jamais été aussi facile d'être en contact avec la communauté, le principal problème causé par ces modes de transmission de l'information est que ceux-ci sont animés par des gens qui n'ont pas toujours les compétences professionnelles pour faire fonctionner un média (journalistiques ou techniques pour l'infrastructure web). De leur côté, les journalistes spécialisés sont pratiquement inexistantes en Belgique, et ceux qui opèrent en France sont dans une situation précaire en raison de la crise de la presse.

Pourtant, à l'étranger, le manga commence à être considéré comme une forme d'art tout à fait digne d'intérêt par les élites culturelles : en témoigne la grande exposition *Manga* du prestigieux British Museum en partenariat avec le musée du manga de Kyôto l'an dernier à Londres<sup>463</sup>, ou plus près de chez nous l'expo *Cool Japan* au MAS Museum d'Anvers<sup>464</sup> qui s'est terminée il y a quelques mois. À quand une vraie reconnaissance intellectuelle en Belgique francophone ? J'espère en tous cas que ce mémoire pourra servir de base à des recherches futures...

---

<sup>463</sup> *The Citi Exhibition Manga マンガ*, British Museum, Londres, 2019.

<sup>464</sup> *Cool Japan*, Museum Aan de Stroom, Anvers 2019.

Nous l'avons vu, la pop culture japonaise a dû faire face et affronter toujours de nombreux défis, mais a toujours réussi à se relever pour influencer une part toujours plus large de la société : 2019 a été une année de croissance exceptionnelle pour le manga, et la Nintendo Switch, vecteur de moult jeux japonais, est un carton mondial. Il en faudra certainement plus que la covid-19 pour venir à bout du « mangavirus » !



Figure 55 : Photo prise lors de l'exposition « Manga » du British Museum (A. Dekimpe)



Figure 56 : L'exposition « Cool Japan » du MAS Museum à Anvers (A. Dekimpe)

## SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE

Étant donné la période étudiée, la distinction stricte entre sources et travaux n'est pas toujours évidente (par exemple le livre de Thierry Groensteen que j'utilise à la fois comme travail et comme travail-source...). J'ai donc fait la distinction par type de documents.

### TÉMOIGNAGES

DEKIMPE Arthuria, *Entretien avec Cédric De Waele*, 31 octobre 2019, [Par téléphone].

ID, *Entretien avec Philippe Moins*, 7 novembre 2019, [Enregistré dans les locaux de Folioscope à Bruxelles].

ID, *Entretien avec Alain Lorfèvre*, 2 décembre 2019, [Enregistré dans les locaux de *La Libre Belgique* à Bruxelles].

ID, *Entretien avec Yves Schlirf*, 9 décembre 2019, [Enregistré dans les locaux de Dargaud-Kana à Bruxelles].

ID, *Entretien avec Arnaud de Grave*, 4 parties, 13, 14, 16 avril et 1<sup>er</sup> mai 2020, [Par Skype].

ID, *Entretien avec Rémi Lach*, 1 juillet 2020, [Par Skype].

ID, *Entretien avec Adeline Margueron*, 9 juillet 2020, [Par Skype].

GIOS Romane, *Interview avec Tavin*, 2014, [Document Word].

PAIROUX Olivier, *Anime sur RTL*, 14 novembre 2019, [Courriel].

FNAC, *Interview — Yves Schlirf — (1/2) — Fnac Paris Forum*, 28 juin 2010, [Vidéo YouTube], <<https://www.youtube.com/watch?v=nsiUzU-AWR4>>, (Consulté le 7 décembre 2019).

### PROGRAMMES DE CINÉMA

MOINS Philippe (éditeur responsable), *Programmes du Festival du Dessin Animé/Anima*, Folioscope, 1989-2020. Consultés sur place chez Folioscope et en ligne sur <<https://animafestival.be/fr/a-propos/archives-depuis-1982>>.

*L'Inédit* (programme des cinémas des Grignoux), 1992-2002, disponibles en ligne sur <<https://www.grignoux.be/fr/journal>>.

### RAPPORTS

LANDES Alexandra et GFK, *Bande dessinée : Quels profils ? Quelles opportunités ?*, Les rencontres nationales de la Librairie Marseille 2019, Syndicat national de l'édition, Données à fin 2018.

OZOUF Paul, « [Bilan Manga 2019] Ventes en France : l'extraordinaire ascension ! », *Journal du Japon*, 19 avril 2020, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2020/04/19/bilan-manga-2019-ventes-en-france-lextraordinaire-ascension/>>, (Consulté le 2 août 2020).

ID, [Bilan Manga 2018] Ventes en France : toujours plus haut !, *Journal du Japon*, 26 juin 2019, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2019/06/26/bilan-manga-2018-ventes-en-france-toujours-plus-haut/>>, (Consulté le 2 août 2020).

ID, [Bilan Manga 2016] Ventes : une année dynamique !, *Journal du Japon*, 27 mars 2017, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2017/03/27/bilan-manga-2016-ventes-une-annee-dynamique/>>, (Consulté le 8 août 2020).

RATIER Gilles, *Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen*, ACBD, 2000-2016, [En ligne], <<https://www.acbd.fr/category/rapports/>>, (Consulté le 16 juin 2019).

*Quatrième communication pour la période 1997 et 1998*, Commission au Conseil et au Parlement européen relative à la mise en œuvre des articles 4 et 5 de la directive 89/552/CEE «Télévision sans frontières», 2000, [En ligne], <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex:52000DC0442>>, (Consulté le 27 juillet 2020).

### ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION

BONIVERT Françoise et MARZIALE Jean-Pierre, « Asianim, convention Manga », *JT*, Berloz, RTC Télé Liège, 27 octobre 2007, 2'30'', [En ligne], <[https://www.rtc.be/video/culture/asianim-convention-manga\\_3161\\_325.html](https://www.rtc.be/video/culture/asianim-convention-manga_3161_325.html)>, (Consulté le 25 septembre 2019).

LAHBIB Hadja, « La folie des Tamagotchi », *JT*, RTBF, 27 mai 1997, 2', [En ligne], <<https://www.sonuma.be/archive/la-folie-des-tamagotchi>>, (Consulté le 14 janvier 2020).

« ETTERBEEK — DOUBLAGE DU DESSIN ANIME POKEMON », *Régions Soir*, RTBF, 3 novembre 2000, 1'26''.

« POKEMON », *Régions Soir*, RTBF, 5 avril 2000, 1'50''.

« LE POKEMON », *JT*, RTBF, 24 mars 2000, 1'58''.

« SYROS : 9EME FORUM CARTOON », *JTD*, RTBF, 4 octobre 1998, 3'17''.

« Japon : La TV qui rend fou », *JT*, RTBF, 17 décembre 1997, 1'33''.

« JAPON : LES MANGAS », *JT*, RTBF, 24 octobre 1996, 2'26''.

« Jeux Vidéo : une folie », *Autant savoir*, RTBF, 19 novembre 1992, 21'13''.

### ÉMISSIONS DE RADIO

BELLEFROID Thierry, « A L'AFFICHE/LLN/GILAIN/BD BELLEFROID/FLUTE ENCHANTEE », *Matin Première*, RTBF, 10 novembre 1997, 1'53''.

BREMS Sophie, « 2 MOTS - PHENOMENE POKEMON », *Matin Première*, RTBF, 5 avril 2000, 3'16''.

GOLDSCHMIDT Tom, « CYBERMATIN », *Matin Première*, RTBF, 22 avril 2003, 1'46''.

SONET Henri, « Magazine » (Interview de François Schuiten et Benoît Peters à l'occasion de la parution de leur dernier album « L'écho des cités » chez Casterman), RTBF, 4 novembre 1993, 10'32''.

« CYBERMATIN », *Matin Première*, RTBF, 10 janvier 2003, 2'04''.

*JP FEDERAL 11H00*, RTBF, 17 décembre 1997, 2'30''.

*JP FEDERAL 15H00*, RTBF, 18 avril 2000, 1'42''.

« REVUE DE LA PRESSE », *Matin Première*, RTBF, 4 août 1997, 7'27''.

*Débat : 100 ans de BD+Feuilleton*, RTBF, 10 janvier 1996, 2'27".

## ARTICLES DE PRESSE

LORFÈVRE Alain, « Comment le Japon est devenu une superpuissance culturelle », dans *La Libre Belgique*, 26 avril 2019, p. 44-45.

BAUWENS Marcel, « Amour nippon des scènes... », dans *Le Soir*, 17 octobre 1988, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19881017-W3RH5X?referer%3D%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 12 décembre 2019).

BELGA, « BANDES DESSINÉES. Le palmarès du Festival de Charleroi », dans *Le Soir*, 8 décembre 1998, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19981208-W2X8VE?referer%3D%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D60%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 27 juillet 2020).

ID, « Plus de 90.000 fans de manga attendus au salon Made in Asia du 8 au 10 mars à Bruxelles », dans *RTBF Culture*, 4 mars 2019, [En ligne], <[https://www.rtbf.be/culture/bande-dessinee/detail\\_plus-de-90-000-fans-de-manga-attendus-au-salon-made-in-asia-du-8-au-10-mars-a-bruxelles?id=10159203](https://www.rtbf.be/culture/bande-dessinee/detail_plus-de-90-000-fans-de-manga-attendus-au-salon-made-in-asia-du-8-au-10-mars-a-bruxelles?id=10159203)>, (Consulté le 6 août 2020).

ID, « La neuvième édition de Made In Asia s'ouvre vendredi à Brussels Expo », dans *RTBF Culture*, 3 mars 2017, [En ligne], <[https://www.rtbf.be/culture/arts/detail\\_la-neuvieme-edition-de-made-in-asia-s-ouvre-vendredi-a-brussels-expo?id=9543876](https://www.rtbf.be/culture/arts/detail_la-neuvieme-edition-de-made-in-asia-s-ouvre-vendredi-a-brussels-expo?id=9543876)>, (Consulté le 6 août 2020).

BRADFER Fabienne, « Un chef-d'œuvre nippon... ni en salles! », dans *Le Soir*, 11 mars 2000, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20000311-W2TP9D?referer%3D%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3DHayao%2BMiyazaki>>, (Consulté le 4 août 2020).

ID, « L'animation, un doux virus qui se porte bien. Preuves sur les écrans et au Festival du dessin animé et du film d'animation », dans *Le Soir*, 1 mars 2000, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20000301-W2TRNA?referer%3D%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

ID, « Totalemment inédits... et sacrément intéressants », dans *Le Soir*, 21 juin 1997, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19970621-W31M9T?referer%3D%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dle%2520tombeau%2520des%2520lucioles>>, (Consulté le 5 août 2020).

ID, « QUINZE DESSINS ANIMÉS POUR L'ÉTÉ CINE DES ENFANTS, PETITS PLAISIRS POUR CINEPHILES EN HERBE », dans *Le Soir*, 3 juillet 1996, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19960703-W34PZ9?referer%3D%2Farchives%2Ffrecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DPorco%2520rosso>>, (Consulté le 26 juillet 2020).

ID, « À VOUS DE VOIR », dans *Le Soir*, 3 avril 1996, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19960403->

W35H97?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DPorco%2520rosso>, (Consulté le 26 juillet 2020).

ID, « À VOUS DE VOIR », dans *Le Soir*, 20 décembre 1995, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-19951220-](https://www.lesoir.be/art/d-19951220-W36DZV?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIPTC%253A01005000%26sort%3Ddate%2Basc%26word%3Dmanga)

W36DZV?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIPTC%253A01005000%26sort%3Ddate%2Basc%26word%3Dmanga>, (Consulté le 26 septembre 2019).

ID, « LE XII<sup>e</sup> FESTIVAL DU DESSIN ANIME ET DU FILM D'ANIMATION S'OUVRE AUJOURD'HUI DU NAVIRE DE COLOMB AUX ESTAMPES JAPONAISES », dans *Le Soir*, 18 février 1993, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-19930218-](https://www.lesoir.be/art/d-19930218-W3F921?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D80%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9)

W3F921?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D80%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9>, (Consulté le 25 juillet 2020).

ID, « LE FESTIVAL DU DESSIN ANIME ANIMATION RIME AVEC CINE NIPPON », dans *Le Soir*, 6 mars 1992, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-19920306-](https://www.lesoir.be/art/d-19920306-W3HWW5?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D70%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9)

W3HWW5?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D70%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9>, (Consulté le 24 juillet 2020).

ID, « LE XI<sup>e</sup> FESTIVAL DU DESSIN ANIME ET DU FILM D'ANIMATION. NEUF JOURS POUR SE REANIMER... », dans *Le Soir*, 17 février 1992, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-19920217-](https://www.lesoir.be/art/d-19920217-W3J1HU?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D50%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9)

W3J1HU?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D50%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9>, (Consulté le 25 juillet 2020).

ID, « 10 JOURS DANS UN PALAIS TRES ANIME », dans *Le Soir*, 22 février 1990, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-19900222-](https://www.lesoir.be/art/d-19900222-W3NY2C?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAkira)

W3NY2C?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAkira>, (Consulté le 19 juillet 2020).

ID, « FESTIVAL DU DESSIN...DE PLUS EN PLUS "ANIME" », dans *Le Soir*, 2 mars 1990, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-19900302-](https://www.lesoir.be/art/d-19900302-W3NZZJ?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAkira)

W3NZZJ?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAkira>, (Consulté le 19 juillet 2020).

COUVREUR Daniel, « Torû Fujisawa a dessiné le prof du futur avec GTO », dans *Le Soir*, 3 novembre 2012, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-20121103-](https://www.lesoir.be/art/d-20121103-W02YK8?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D20%26word%3DJapan%2Bexpo)

W02YK8?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D20%26word%3DJapan%2Bexpo>, (Consulté le 6 août 2020).

ID, « Bande dessinée Troisième festival Asianim à Liège : Avec les héros de mangas », dans *Le Soir*, 30 octobre 2008, [En ligne], <[https://www.lesoir.be/art/d-20081030-](https://www.lesoir.be/art/d-20081030-W1N5F1?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAsianim)

W1N5F1?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAsianim>, (Consulté le 3 août 2020).

CROQUET Pauline, « De "Dragon Ball" à "One Piece" : "Weekly Shonen Jump" est devenu la machine à hits du manga », dans *Le Monde.fr*, 27 août 2018, [En ligne], <[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/08/27/de-dragon-ball-a-one-piece-weekly-](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/08/27/de-dragon-ball-a-one-piece-weekly-shonen-jump-est-devenu-la-machine-a-hits-du-manga_5346693_4408996.html)

shonen-jump-est-devenu-la-machine-a-hits-du-manga\_5346693\_4408996.html>, (Consulté le 13 août 2020).

DE HESSELLE Laure, « Les enfants de la télé ne sont pas aussi sages qu'on croit. Les habitudes derrière l'écran des chiffres », dans *Le Soir*, 1 mars 2000, [En ligne],

<<https://www.lesoir.be/art/d-20000301-W2TRMK?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

ID, « MARKETING Club RTL: la différence a payé La petite sœur de RTL-TVi recueille près de 10% des investissements publicitaires télévisés La famille RTL soigne ses ados », dans *Le Soir*, 25 février 2000, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20000225-W2TTVM?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

DESALLE Philippe, « Pokémon, fils du Game Boy. La vague japonaise va déferler sur l'Europe », dans *Le Soir*, 22 octobre 1999, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19991022-W2UR9K?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 30 juillet 2020).

STIERS Didier, « "Il fallait être fou pour créer Anima !" », dans *Le Soir Plus*, 10 mars 2019, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20190310-3RPW0H?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIPTC%253A01025000%26sort%3Ddate%2Bdesc%26start%3D10%26word%3DDidier%2BStiers>>, (Consulté le 13 novembre 2019).

DU BRULLE Christian, « DES MANGAS OSES INCITENT A LA PEDOPHILIE », dans *Le Soir*, 26 mars 1997, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19970326-W32CZG?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIPTC%253A01024000%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 19 janvier 2020).

HONOREZ Luc, « Woody, les ploucs et le boudin », dans *Le Soir*, 2 juin 2000, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20000602-W2T1VR?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D20%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

ID, « ÇA CARTOON », dans *Le Soir*, 26 juin 1991, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19910626-W3KQ2Q?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DMiyazaki>>, (Consulté le 25 juillet 2020).

ID, « LE 10E FESTIVAL DU DESSIN ANIME L'ANIMATION SE LYNCH A LA BRANCHE DU SUCCES », dans *Le Soir*, 12 février 1991, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19910212-W3LP2U?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D40%26word%3Dfestival%2Bdu%2Bdessin%2Banim%25C3%25A9>>, (Consulté le 24 juillet 2020).

HUON Julie, « MANGAS! LES DEBORDEMENTS D'IMAGES SECOUENT LE MONDE DE LA BD », dans *Le Soir*, 8 avril 1995, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19950408-W38J1C?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 16 décembre 2019).

LAMBERT Eddy, « Liège Première convention de BD japonaise, ce dimanche, à HEC : Du manga à gogo », dans *Le Soir*, 27 octobre 2006, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d->

20061027-

W26LG1?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DAsianim>, (Consulté le 3 août 2020).

LAUWENS Jean-François, « RTL-TVI Les séries japonaises ont conquis en quelques années le tiers du marché franco-belge : Le manga, soleil levant de la BD », dans *Le Soir*, 13 septembre 2006, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20060913-W27JVM?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D170%26word%3Dakira>>, (Consulté le 18 juillet 2020).

Id, « La Deux — “Le voyage de Chihiro” est le chef-d’œuvre du maître japonais Hayao Miyazaki », dans *Le Soir*, 5 février 2005, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20050205-W2E7KN?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dle%2520ch%25C3%25A2teau%2520dans%2520le%2520ciel%2520miyazaki>>, (Consulté le 4 août 2020).

Id, « La Deux — “Le voyage de Chihiro” est le chef-d’œuvre du maître japonais Hayao Miyazaki », dans *Le Soir*, 5 février 2005, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20050205-W2E7KN?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dle%2520ch%25C3%25A2teau%2520dans%2520le%2520ciel%2520miyazaki>>, (Consulté le 4 août 2020).

LEGRAND Dominique, « “On sera vraiment les tout premiers” », dans *Le Soir*, 6 avril 2000, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20000406-W2TGQF?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 31 juillet 2020).

Id, « QUATRE HEURES DE JAPONIAISERIES: LA PREMIERE NUIT MANGA SUR MCM », dans *Le Soir*, 28 novembre 1995, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19951128-W36LDF?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D20%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 19 décembre 2019).

LI Justin, « Pokémon Go players scavenge across Toronto ahead of game’s official release in Canada », dans *CBC News*, 12 juillet 2016, [En ligne], <<https://www.cbc.ca/news/canada/toronto/pokemon-go-canada-toronto-1.3673972>>, (Consulté le 9 août 2020).

LI Justin, « Pokémon Go players scavenge across Toronto ahead of game’s official release in Canada », dans *CBC News*, 12 juillet 2016, [En ligne], <<https://www.cbc.ca/news/canada/toronto/pokemon-go-canada-toronto-1.3673972>>, (Consulté le 9 août 2020).

MÉDIONI Gilles, « Otomo: les maîtres de la BD qui l’ont influencé », dans *L’Express.fr*, 25 juillet 2005, [En ligne], <[https://www.lexpress.fr/culture/livre/otomo-et-ses-bandes\\_820650.html](https://www.lexpress.fr/culture/livre/otomo-et-ses-bandes_820650.html)>, (Consulté le 22 juillet 2020).

PLEECK Catherine, « Rentrée des classes animée pour Plug », dans *Le Soir*, 2 septembre 2005, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20050902-W2DAGU?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dmangaddiction>>, (Consulté le 4 août 2020).

PLEECK Catherine, « Rentrée des classes animée pour Plug », dans *Le Soir*, 2 septembre 2005, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-20050902-W2DAGU?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dmangaddiction>>, (Consulté le 4 août 2020).

ROUYET Robert, « UN HOMME DANS LA VILLE, “L’HOMME QUI MARCHE”, MANGA COOL », dans *Le Soir*, 31 janvier 1996, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19960131-W3628Z?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D30%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 24 juillet 2020).

Id, « AUTOROUTES DU SOLEIL AUTOROUTE DES VACANCES,DOUCE FRANCE, BEAU PAYS DE MON ENFANCE... », dans *Le Soir*, 18 octobre 1995, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19951018-W36YFJ?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D20%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 24 juillet 2020).

Id, « AUTOROUTES DU SOLEIL AUTOROUTE DES VACANCES,DOUCE FRANCE, BEAU PAYS DE MON ENFANCE... », dans *Le Soir*, 18 octobre 1995, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19951018-W36YFJ?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D20%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 24 juillet 2020).

SYNCHRO., « La légende de madame SERPENT BLANC », dans *Le Soir*, 26 juillet 1963, p. 16, [En ligne sur BelgicaPress].

- TUAL Morgane, « Le “Yaoi”, des mangas homo-érotiques qui passionnent les jeunes femmes », dans *Le Monde.fr*, 19 novembre 2016, [En ligne], <[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/19/le-yaoi-des-mangas-homo-erotiques-qui-passionnent-les-jeunes-femmes\\_5034324\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/19/le-yaoi-des-mangas-homo-erotiques-qui-passionnent-les-jeunes-femmes_5034324_4408996.html)>, (Consulté le 8 août 2020).
- VAES Eve-Marie, « L’INFORMATIQUE A L’HEURE DU COCOONING », dans *Le Soir*, 5 février 1993, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19930205-W3FDA4?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3D%2520salon%2520Games>>, (Consulté le 26 juillet 2020).
- VAN VAERENBERGH Olivier, « DRAGONBALL A ENVAHI LA TETE DES PLUS PETITS EXPLICATIONS DU SUCCES », dans *Le Soir*, 15 janvier 1997, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19970115-W32ZPL?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIP TC%253A01024000%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 15 janvier 2020).
- ID, « San Goku n’est plus sur les petits écrans... pour l’instant », dans *Le Soir*, 15 janvier 1997, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19970115-W32ZPL?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIP TC%253A01024000%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 15 janvier 2020).
- VANDEMEULEBROUCKE Martine et DE MUELENAERE Michel, « “Dragon Ball” affronte la morale et le Code pénal », dans *Le Soir*, 26 mars 1997, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19970326-W32CZG?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26facets%3DIP TC%253A01024000%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 19 janvier 2020).
- V.B., « Media Planet revient en mode «light» », dans *La Libre Belgique*, 15 octobre 2003, [En ligne], <<https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/media-planet-revient-en-mode-light-51b8809ee4b0de6db9a95cce>>, (Consulté le 10 août 2020).
- WILLEMS Nadine, « Un film bat tous les records d’audience au Japon Hayayo : le “Mononoke” noir de monde », dans *Le Soir*, 25 octobre 1997, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19971025-W30L9R?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D50%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 23 janvier 2020).
- ID, « LE DERNIER DISNEY ARRIVE SUR NOS ECRANS. LE ROI LION PLAGIE-T-IL L’ŒUVRE D’UN ROI NIPPON ? », dans *Le Soir*, 17 octobre 1994, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19941017-W39XKR?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D10%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 16 décembre 2019).
- ID, « Ces “manga” que l’on s’arrache », dans *Le Soir*, 7 février 1989, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19890207-W3QY9W?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3Dmanga>>, (Consulté le 12 décembre 2019).
- « Le premier festival manga de Verviers sera organisé le 16 octobre », dans *Le Soir*, 4 octobre 2016, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/1333484/article/actualite/fil-info/fil-info-styles/2016-10-04/premier-festival-manga-verviers-sera-organise-16->

octobre?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2Basc%26start%3D30%26word%3Dmade%2Bin%2BAsia%22>, (Consulté le 6 août 2020).

« Ouragan nippon », dans *Le Soir*, 11 décembre 1999, [En ligne], <<https://www.lesoir.be/art/d-19991211-W2UCVL?referer%3D%2Farchives%2Frecherche%3Fdatefilter%3Danytime%26sort%3Ddate%2520asc%26word%3DPok%25C3%25A9mon>>, (Consulté le 30 juillet 2020).

« La véritable identité esthétique du film d’animation japonais », dans *Le Monde.fr*, 15 novembre 1999, [En ligne], <[https://www.lemonde.fr/archives/article/1999/11/15/la-veritable-identite-esthetique-du-film-d-animation-japonais\\_30973\\_1819218.html](https://www.lemonde.fr/archives/article/1999/11/15/la-veritable-identite-esthetique-du-film-d-animation-japonais_30973_1819218.html)>, (Consulté le 4 août 2020).

« Base-Ball, un sport national ! », dans *Le Soir*, 5 mai 1989.

#### ARTICLES DE MAGAZINES

AUDUREAU William, « 1984, quand le jeu vidéo a évité le K.O. », dans *JV — Sortons le grand jeu*, n° 3, janvier 2014, p. 86-91.

BITTERLIN Kevin, « Mais pourquoi sommes-nous dingues de DBZ ? », dans *JV — Culture jeu vidéo*, n° 49, février 2019, p. 44-45.

ID, « Les adaptations de manga sont-elles condamnées à la niche ? », *ibid.*, p. 38-39.

DITTMAR Jérôme, « Japan Connexion. La sortie de la Super Nintendo en France », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 22-23.

MECHERI Damien, « Final Fantasy VI : Vers la maturité du jeu de rôle japonais », *ibid.*, p. 68-69.

ID, « Les J-RPG de la SNES. Des trésors en terre étrangère », *ibid.*, p. 70-72.

ID, « Quand les communautés de fans d’en mêlent », *ibid.*, p. 73-74.

TASTET Sylvain, « Des mangas, des jeux vidéo et des hommes », dans *JV — Culture jeu vidéo*, n° 49, février 2019, p. 32-35.

ID, « Goku, héros de papier », *ibid.*, p. 40-43.

ID, « Le monde du jeu en 1990 », dans *JV — Culture jeu vidéo*, vol. Génération Super Nintendo, n° 2H, Printemps 2016, p. 8-11.

ID, « 1988-1994 : La Super Mega guerre », dans *JV — Sortons le grand jeu*, vol. Super Nintendo-Mega Drive. La guerre des consoles, n° 10H, Spécial été 2014, p. 12-17.

#### BILLETS DE BLOG/ARTICLES EN LIGNE

ADZEN, Commentaire sur la news « Japan Expo Belgium s’arrête », *Manga-News*, 3 décembre 2014, [En ligne], <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan-Expo-Belgium-sarrete>>, (Consulté le 7 août 2020).

AYASTA, « Knights of Sidonia, le premier anime original de Netflix », *Hitek*, 27 juin 2014, [En ligne], <[https://hitek.fr/actualite/knights-of-sidonia-premier-anime-original-netflix\\_3109](https://hitek.fr/actualite/knights-of-sidonia-premier-anime-original-netflix_3109)>, (Consulté le 8 août 2020).

BASTIDE Julien, « Atoss TAKEMOTO, l’ambassadeur manga », *Anime land*, 30 mai 2008, [En ligne], <<https://animeland.fr/dossier/atoss-takemoto-l-ambassadeur-manga/>>, (Consulté le 17 juillet 2020).

- CUSSEAU Clément, « Pokémon est la franchise la plus lucrative devant Star Wars et Harry Potter », *AlloCiné*, 25 juin 2018, [En ligne], <<http://www.allocine.fr/diaporamas/cinema/diaporama-18673861/>>, (Consulté le 30 juillet 2020).
- DUPUY Louise, « Kawaii Culture – The Origins and Meaning of Cute in Japanese », *Taiken Japan*, 27 mai 2019, [En ligne], <<https://taiken.co/single/kawaii-culture-the-origins-and-meaning-of-cute-in-japanese/>>, (Consulté le 30 juillet 2020).
- FROGGY25, Pokémon Trophy Bruxelles le 14 et 15/03 [edit affiche et règles], *Pokébip*, 5 mars 2009, [En ligne], <<https://www.pokebip.com/news/1806/pokemon-trophy-bruxelles-le-14-et-1503-edit-affiche-et-regles>>, (Consulté le 6 août 2020).
- HUANG Olivier, « Your Name : la consécration de Makoto SHINKAI », *Journal du Japon*, 15 décembre 2016, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2016/12/15/your-name-la-consecration-de-makoto-shinkai/>>, (Consulté le 8 août 2020).
- KIYOSHI Tane, « Comment le Japon devint “la grande puissance du jeu vidéo” (2) », *Nippon.com*, 16 août 2012, [En ligne], <<https://www.nippon.com/fr/views/b00107/>>, (Consulté le 10 août 2020).
- LEBRUN Alexis, « Le jeu vidéo est toujours la plus grosse industrie culturelle de France », *Good Game*, 21 février 2019, [En ligne], <<https://goodgame.canalplus.com/articles/gaming/le-jeu-video-est-devenu-la-plus-grosse-industrie-culturelle-de-france>>, (Consulté le 10 août 2020).
- MATHIS Dorothée, « Momotaro, le divin soldat de la mer : un anime de propagande en 1944 », *Journal du Japon*, 15 juillet 2017, [En ligne], <<https://www.journaldujapon.com/2017/07/15/momotaro-soldat-anime-propagande-1944/>>, (Consulté le 13 août 2020).
- MICHAUT Xavier, « Porco Rosso », *Buta Connection*, 9 octobre 2019, [En ligne], <<http://www.buta-connection.net/index.php/longs-metrages/films-de-hayao-miyazaki/porco-rosso?start=4>>, (Consulté le 25 juillet 2020).
- MIGHTY MAN, « Gameplay Convention : Interview de Phil Tiger », *Game-Lord*, 2 mai 2017, [En ligne], <<https://news.game-lord.com/index.php/concours-events/gameplay-convention-interview-de-phil-tiger/>>, (Consulté le 7 août 2020).
- PSEUDO-MEW, « Les Origines Censurées de Mewtwo », *Pokémon-Trash*, Avril 2020, [En ligne], <<https://www.pokemontrash.com/pokemon/origine-censure-mew-mewtwo>>, (Consulté le 31 juillet 2020).
- SOLYM Clément, « La maison de bande dessinée Dargaud annonce six nominations », *ActuaLitté*, 2 mars 2018, [En ligne], <<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/la-maison-de-bande-dessinee-dargaud-annonce-six-nominations/87602>>, (Consulté le 8 décembre 2019).
- THOMASSET Frederic, « MANGA/JEAN MARIE BOUISSOU », *Manga Network | SHIMA UTA*, 2 septembre 2010, [En ligne], <<https://shimautajapon.wordpress.com/tag/manga-network/>>, (Consulté le 16 décembre 2018).
- YUKIO David, « Premier manga traduit en France? 1969 », *Mon amour pour le Japon et Tôkyô*, 7 septembre 2014, [En ligne], <<http://japon.canalblog.com/archives/2005/12/19/1128926.html>>, (Consulté le 17 juillet 2020).

- « La fin d'une belle aventure », *Japan Expo Belgium*, 12 mars 2014, [En ligne], <[https://web.archive.org/web/20141203152758/http://www.Japan Expo.be:80/nws-1550-fr-la\\_fin\\_d\\_une\\_belle\\_aventure.html](https://web.archive.org/web/20141203152758/http://www.Japan%20Expo.be:80/nws-1550-fr-la_fin_d_une_belle_aventure.html)>, (Consulté le 5 août 2020).
- « Japan Expo Belgium s'arrête », *Manga-News*, 2 décembre 2014, [En ligne], <[https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan Expo-Belgium-sarrete](https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan%20Expo-Belgium-sarrete)>, (Consulté le 7 août 2020).
- « TV : LA BELLADONE DE LA TRISTESSE sur Arte », *Animeland.fr*, 11 octobre 2013, [En ligne], <<https://animeland.fr/2013/10/11/tv-la-belladone-de-la-tristesse-sur-arte/>>, (Consulté le 7 juillet 2020).
- « Crunchyroll arrive en France ! », *Manga-News*, 3 octobre 2013, [En ligne], <<https://www.manga-news.com/index.php/actus/2013/10/03/Crunchyroll-arrive-en-France>>, (Consulté le 8 août 2020).
- « Japan Expo Sud : retour en 2015 », *Japan Expo Sud*, 30 septembre 2013, [En ligne], <[https://www.Japan Expo-sud.com/fr/actualites/Japan Expo-sud-retour-en-2015\\_2400.htm](https://www.Japan%20Expo-sud.com/fr/actualites/Japan%20Expo-sud-retour-en-2015_2400.htm)>, (Consulté le 7 août 2020).
- « Les dessous du Yaoi », *ActuaBD*, 2 septembre 2013, [En ligne], <<https://www.actuabd.com/Les-dessous-du-Yaoi>>, (Consulté le 8 août 2020).
- « Made in Asia 2009 », *Nautiljon*, 10 mars 2009, [En ligne], <<https://www.nautiljon.com/actualite/ev%C3%A8nements/+made+in+asia+2009-661.html>>, (Consulté le 6 août 2020).

#### ARCHIVES INTERNET

- Atsusacon*, [En ligne], <<https://10times.com/atsusacon>>, (Consulté le 9 août 2020).
- Made In Asia 2012*, 12 août 2012, [En ligne], <<https://web.archive.org/web/20110812163542/http://www.madeinasia.be/>>, (Consulté le 6 août 2020).
- :: :: *Asianim 2 :: La premiere convention manga belge ! :: Accueil :: 27 et 28 Octobre 2007 ? Liège*, 7 mars 2007, [En ligne], <<http://web.archive.org/web/20071228013002/http://www.espace-9eme-art.com/asianim/>>, (Consulté le 3 août 2020).
- :: :: *Asianim :: La premiere convention manga belge ! :: Accueil :: Dimanche 29/10/06 à Liège*, 28 décembre 2007, [En ligne], <<http://web.archive.org/web/20070307091415/http://www.espace-9eme-art.com/asianim/>>, (Consulté le 3 août 2020).
- Naruto TV*, 2007, [En ligne], <<http://archive.wikiwix.com/cache/index2.php?url=http%3A%2F%2Fwww.mangakana.com%2Fpage.cfm%3Fcontentid%3D2148>>, (Consulté le 1 août 2020).
- Sélection 1996*, [En ligne], <[https://web.archive.org/web/20000413174606fw\\_/http://www.cinemaniacs.be/biff/FR/films/films96.htm](https://web.archive.org/web/20000413174606fw_/http://www.cinemaniacs.be/biff/FR/films/films96.htm)>, (Consulté le 27 juillet 2020).
- Programmes de rentrée 1996-1997*, [En ligne], <<http://rtbf.be/1996/centres/cpb/cpbxl.html>>, (Consulté le 1 août 2020).

## VIDÉOS EN LIGNE

GOOGLE MAPS, *Google Maps: Pokémon Challenge*, 9 septembre 2015, 2'33'', [En ligne], <[https://www.youtube.com/watch?v=4YMD6xELI\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=4YMD6xELI_k)>, (Consulté le 9 août 2020).

ポケモン公式 YOUTUBE チャンネル, 【公式】『Pokémon GO』 初公開映像, 9 septembre 2015, 3'04'', [En ligne], <[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=184&v=IKUwVYUKii4&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=184&v=IKUwVYUKii4&feature=emb_title)>, (Consulté le 9 août 2020).

## FORUMS ET RÉSEAUX SOCIAUX

ADZEN, Commentaire sur l'article « Japan Expo Belgium s'arrête », *Manga-News*, 3 décembre 2014, [En ligne], <[https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan\\_Expo-Belgium-sarrete](https://www.manga-news.com/index.php/actus/2014/12/02/Japan_Expo-Belgium-sarrete)>, (Consulté le 7 août 2020).

FESTIVAL ASIANIM 4, *Asianim 5 n'aura pas lieu*, 3 juin 2010, [Publication Facebook], <[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=126686327353057&id=130647011133](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=126686327353057&id=130647011133)>, (Consulté le 5 août 2020).

*Belgotaku*, [En ligne], <[https://web.archive.org/web/20090801000000\\*/belgotaku](https://web.archive.org/web/20090801000000*/belgotaku)>, (Consulté le 8 août 2020).

*Console-Fan*, [En ligne], <<http://www.cf-network.com/>>, (Consulté le 8 juillet 2020).

*Consoles-fan.com*, [Page Facebook], <<https://www.facebook.com/consolesfan/>>, (Consulté le 7 août 2020).

*Belge Geek Otaku*, [Page Facebook], <<https://www.facebook.com/BelgeGeekOtaku/>>, (Consulté le 7 août 2020).

*Belgotaku*, [Page Facebook], <<https://www.facebook.com/CommunauteBelgotaku/>>, (Consulté le 7 août 2020).

*Le salon MADE IN ASIA*, [Page Facebook], <<https://www.facebook.com/LeSalonMadeInAsia/>>, (Consulté le 14 août 2020).

## BASES DE DONNÉES EN LIGNE

*AlloCiné*, [En ligne], <<http://www.allocine.fr/>>, (Consulté le 12 août 2020).

« Charts - LES ENTREES EN France », *JPBox-Office*, [En ligne], <[http://www.jpbox-office.com/charts\\_france.php?filtre=pays&infla=0&variable=34](http://www.jpbox-office.com/charts_france.php?filtre=pays&infla=0&variable=34)>, (Consulté le 11 juillet 2020).

*Cinenews*, [En ligne], <<https://www.cinenews.be/fr/cinema/>>, (Consulté le 12 août 2020).

*CINEMATEK — Bibliothèque — Catalogue*, [En ligne], <[http://www.cinematek.be/?lng=fr&node=54&event\\_id=>](http://www.cinematek.be/?lng=fr&node=54&event_id=>)>, (Consulté le 12 août 2020).

*Gamekult*, [En ligne], <<https://www.gamekult.com/>>, (Consulté le 10 août 2020).

« Platform Totals », *VGChartz* [En ligne], <<https://www.vgchartz.com>>, (Consulté le 10 août 2020).

*Box Office Mojo*, *ImdbPro*, [En ligne], <[https://www.boxofficemojo.com/?ref=bo\\_nb\\_tt\\_mojologo](https://www.boxofficemojo.com/?ref=bo_nb_tt_mojologo)>, (Consulté le 16 août 2020).

## EXPOSITIONS

*The Citi Exhibition Manga* マンガ, British Museum, Londres, 2019.

*Cool Japan*, Museum Aan the Stroom, Anvers, 2019.

## MONOGRAPHIES

AZRA Jean-Luc, *Les Japonais sont-ils différents ? : 62 clefs pour comprendre le Japon ordinaire*, Paris, Connaissances et Savoirs, 2011, (Sciences humaines et sociales. Sociologie).

AZUMA Hiroki, *Génération Otaku. Les enfants de la postmodernité*, Paris, Hachette littératures, 2008, (Haute tension).

BOUISSOU Jean-Marie, *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, 3e édition revue et augmentée, Arles, Éditions Philippe Picquier, 13 novembre 2013.

GROENSTEEN Thierry et MORGAN Harry, *L'univers des mangas. Une introduction à la bande dessinée japonaise*, Tournai, Casterman, 1996.

KINSELLA Sharon, *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*, University of Hawaii Press, 2000.

SCHODT Frederik L., *Manga! Manga!: the world of Japanese comics*, Kodansha International, 1983.

LASSINAT-FOUBERT Loup et HADDADÈNE Alvin, *Génération Pokémon. 20 ans d'évolutions*, 1<sup>re</sup> édition, Toulouse, Third éditions, 2016.

PONS Philippe, *D'Edo à Tokyo. Mémoires et modernités*, Paris, Gallimard, 1988.

ROYAL Ségolène, *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs*, Paris, Robert Laffont, 1989, [En ligne], <<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3400218x>>, (Consulté le 10 novembre 2019).

## OUVRAGE COLLECTIF ET CHAPITRES

PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *L'animation japonaise en France : réception, diffusion, réappropriations*, Paris, L'Harmattan, 2017, (Cinémas d'animations).

ALLAMAND Clémence et MORAND Eva, « Distribution et promotion des films du studio Ghibli en France. Stratégie marketing et logique sérielle, éléments d'analyse », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *op. cit.*, p. 115-139.

ANDERSON Mathieu, « Le cinéma d'animation japonais en France : l'évolution d'un regard, de Akira (1991) à Paprika (2006) », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *op. cit.*, p. 175-200.

GAULÈNE Mathieu, « Une découverte de la culture populaire japonaise sans mode d'emploi : l'arrivée en France des dessins animés de la Tôei », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *op. cit.*, p. 53-58.

PELLITTERI Marco, « Le boom des anime en Italie, 1974-1984 : L'exceptionnel succès de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *op. cit.*, p. 59-76.

ROMERO Jacques, « L'animation japonaise avant le 3 juillet 1978, d'une évocation à l'autre », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *op. cit.*, p. 33-51.

SUVILAY Bounthavy, « Retour sur les débuts de la vente de cassettes vidéo d'anime en France », dans, PRUVOST-DELASPRE Marie (éd.), *op. cit.*, p. 105-114.

## ARTICLES SCIENTIFIQUES

BAWIN Julie, « Le Japonisme : naissance et prolongements », dans *Culture, le magazine culturel en ligne de l'Université de Liège*, 23 août 2013, [En ligne], <[https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/154809/1/Le\\_Japonisme\\_-\\_naissance\\_et\\_prolongements.pdf](https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/154809/1/Le_Japonisme_-_naissance_et_prolongements.pdf)>.

ID, « Du passé faisons table rase ? Akira ou la révolution self-service », dans *Critique Internationale*, n° 7, avril 2000, p. 143-156.

ID, « Bibliographie introductive à l'étude du manga — Société française des études japonaises », dans *Bulletin de la société Française des Etudes Japonaises*, n° 25, 2015, [En ligne], <<http://www.sfej.asso.fr/spip.php?article285>>, (Consulté le 15 juin 2019).

ESPAGNE Michel, « La notion de transfert culturel », dans *Revue Sciences/Lettres*, n° 1, 18 avril 2013, [En ligne], <<http://journals.openedition.org/rsl/219>>, (Consulté le 24 septembre 2018).

GUILBERT Xavier, « Le manga et son histoire vus de France : entre idées reçues et approximations », dans *Comicalités. Études de culture graphique*, 10 février 2012, [En ligne], <<http://journals.openedition.org/comicalites/733>>, (Consulté le 6 juin 2019).

KINSELLA Sharon, « Amateur manga subculture and the otaku panic », dans *Journal of Japanese Studies*, vol. 24, n° 2, 1998, p. 289-316.

SUVILAY Bounthavy, « Traduire les best-sellers du manga : entre “domestication” et “exotisation” », dans *Revue critique de fixxion française contemporaine*, n° 15, 29 mai 2017, [En ligne], <<http://www.revue-critique-de-fixxion-francaise-contemporaine.org/rcffc/article/view/fx15.15>>, (Consulté le 9 juin 2019).

ID, « The Anime VHS Home Video Market in France », dans *Mutual Images*, vol. 2, février 2017, p. 82-109.

ID, « “Ceci n’est pas un manga”, ou comment Casterman a construit la réputation de Jirô Taniguchi », dans *Carnets des doctorant·e·s du CSLF*, 20 mai 2016, [En ligne], <<https://cslfdoc.hypotheses.org/41>>, (Consulté le 8 juin 2019).

SUVILAY Bounthavy, « Manfra et prépublication : équation impossible ? », dans *Alternative Francophone*, vol. 1, n° 10, 2016, p. 23-38.

*Soft Power*

BOUISSOU Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », dans *Cités*, vol. 27, n° 3, 2006, p. 71-84.

BOUVARD Julien, « L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan », dans *Monde chinois*, n° 42, 9 octobre 2015, p. 84-91.

LAM Peng Er, « Japan's Quest for “Soft Power”: Attraction and Limitation », dans *East Asia*, vol. 24, n° 4, 1 décembre 2007, p. 349-363.

MCGRAY Douglas, « Japan's Gross National Cool », dans *Foreign Policy*, n° 130, 1 mai 2002, p. 44-54.

YONG JIN Dal, « Globalization of Japanese culture: Economic power vs. cultural power, 1989-2002 », dans *Prometheus*, vol. 21, n° 3, 1 septembre 2003, p. 335-345.

*Exception culturelle*

BUCHSBAUM Jonathan, « “The « Exception Culturelle » Is Dead.” Long Live Diversity: French Cinema and the New Resistance », dans *Framework*, vol. 47, n° 1, 2006, p. 5-21.

MATTELART Tristan, « Enjeux intellectuels de la diversité culturelle », dans *Culture prospective*, n° 2, 2009, p. 1-8.

ESCLATINE Claude, « Exception culturelle française : étatismisme ou chance historique ? », dans *Géoéconomie*, vol. 65, n° 2, 22 juillet 2013, p. 183-193.

## MÉMOIRES

AKRAPOVIC Andy et SEPULCHRE Sarah (Promotrice), *L'influence digitale dans le secteur du jeu vidéo. Pourquoi Sony PlayStation rencontre un tel succès auprès du public ?* Mémoire de Master 60 en information et communication, Louvain-la-Neuve, Université Catholique de Louvain, 2016.

DELHOVE Claire et SERVAIS Olivier (Promoteur), L'ASBL « Belgotaku » ou le rassemblement des cultures populaires et des passions: un univers de geeks à la japonaise. analyse d'une communauté imaginée à l'ère de la postmodernité, Mémoire de Master 120 en Anthropologie, Louvain-la-Neuve, UCL, 2015.

HAAS Dirk et LICATA Laurent (Promoteur), L'interprétation du manga selon le cadre culturel., Mémoire en psychologie, Université Libre de Bruxelles, 2008.

JACOB Jarl et VANOVERBEKE Dimitri (Promoteur), *Lokalisatie van Japanse populaire cultuur: De Visual Novel als gevalstudie*, Mémoire de Master en japanologie, Leuven, KU Leuven, Faculteit Letteren, 2013.

KAPITEIJN Derek et DECLERCQ Christophe (Promoteur), *Video Game Localization and Fan Translation — A case study comparing localization practices between official and unofficial translations of Fire Emblem*, Mémoire de Master en traduction, Leuven, KUL, Faculteit Letteren, 2018.

LARRIBEAU Saskia et VANDER GUCHT Daniel (Promoteur), *Le phénomène manga. Analyse d'un succès auprès de la jeunesse occidentale francophone.*, Mémoire de Master, ULB, 2006.

ROELOFS Isabelle et BOUILLIN-DARTEVELLE Roselyne (promotrice), *Génération Manga. Analyse du phénomène manga à travers une étude de cas : Dragon Ball*, Mémoire de Master en sociologie, ULB, 1997.

VANNIEUWENHUYSEN Lora-Elly et PYLYSER Charlotte (Promotrice), *The rise of the Belgian manga culture: A research on subculture*, Master's thesis — Master in Cultural Studies, Louvain, KUL, 2015, [En ligne], <[https://www.academia.edu/24879767/The\\_rise\\_of\\_the\\_Belgian\\_manga\\_culture\\_A\\_research\\_on\\_subculture](https://www.academia.edu/24879767/The_rise_of_the_Belgian_manga_culture_A_research_on_subculture)>, (Consulté le 1 août 2019).

## *REMERCIEMENTS*

Tout d'abord un grand merci à Philippe Moins, l'une des premières personnes que j'ai pu interroger et qui m'a surtout ouvert son carnet d'adresse, ce qui m'a permis de véritablement me lancer. Je remercie bien sûr tous les autres témoins qui m'ont donné de leur temps : Yves Schlirf, Alain Lorfèvre (qui m'a envoyé son article), Arnaud de Grave, Adeline Margueron (qui m'a donné le box-office de ses films), Rémi Lach et Cédric de Waele. Je remercie également Pierre Parent d'Imadoc pour m'avoir permis d'accéder aux archives audiovisuelles de la RTBF, ainsi que Greg Carette de la RTBF pour le contact d'Arnaud de Grave, et Olivier Pairoux d'RTL d'avoir répondu à mes sollicitations. Enfin merci à Clémentine pour le design de la page de garde, ainsi que Christine et Laurence pour le coup de main pour l'encodage de données quantitatives et la relecture.



*みなさん、ありがとうございました。  
Minasan, arigatô gozaimashita !*

## Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>2</b>
<b>État de la question .....</b>	<b>5</b>
Les traductions françaises de manga entre « domestication » et « exotisation » .....	7
Manga et protectionnisme .....	9
Synthèse de 4 articles sur l'utilisation de la culture populaire japonaise comme soft power .....	10
<b>Sources et méthode .....</b>	<b>15</b>
Types de sources.....	15
Délimitation de l'objet de recherche et définition des concepts .....	20
Profil des témoins interrogés .....	23
<i>Yves Schlirf</i> .....	23
<i>Philippe Moins</i> .....	24
<i>Arnaud de Grave</i> .....	24
<i>Alain Lorfèvre</i> .....	25
<i>Cédric de Waele</i> .....	26
<i>Rémi Lach</i> .....	26
<i>Adeline Margueron</i> .....	27
<b>Prologue – Les origines de la pop culture au Japon.....</b>	<b>28</b>
Naissance du manga .....	28
Naissance de l'animation .....	31
<b>Chapitre I – La pop culture japonaise avant Akira (1990) : La Belgique sous influence française .....</b>	<b>35</b>
L'animation japonaise en France et en Belgique avant Goldorak (1962-1978).....	36
La vague Goldorak et ses conséquences (1978-1986) .....	40
Les premiers pas timides du manga .....	42
Jeux vidéo : Atari beaucoup moins, Segagné : les Japonais font des Nintendollars !.....	43
La génération <i>Club Dorothee</i> .....	45
<i>Les « bébés zappeurs »</i> .....	45
<i>Premiers coups de machette dans la jungle du manga</i> .....	48
<i>Adaptations en jeu vidéo : les racines du cross-média</i> .....	52
<b>Chapitre II – L'entrée fracassante de la pop-culture japonaise en Belgique (1990-99)...</b>	<b>53</b>
Le choc <i>Akira</i> .....	53
<i>Un film décoiffant</i> .....	54
<i>Un manga ébouriffant</i> .....	57

Les débuts de l’animation japonaise au Festival du dessin animé .....	58
La « japonisation » jeu vidéo et le début d’une communauté de fans.....	61
1995, Le phénomène <i>Dragon Ball Z</i> .....	65
1996, tout s’accélère.....	69
<i>Les éditeurs belges entrent en piste</i> .....	69
<i>Ghost in the Shell au BIFFF, Hayao Miyazaki enfin au cinéma</i> .....	72
1997-98, traversée du désert.....	74
Approche quantitative du traitement du manga et de l’animation japonaise dans les médias au cours des années 90 .....	80
<i>Le Soir (entre 1988 et 1999)</i> .....	80
<i>RTBF en télévision (1982-1999)</i> .....	82
<b>Chapitre III – Massification (2000-2008) .....</b>	<b>84</b>
Génération Pokémon : le triomphe du <i>kawaii</i> .....	84
Jeu vidéo : <i>Japan touch generation ?</i> .....	92
<i>La naissance de communautés en ligne</i> .....	92
<i>Le J-RPG à portée de main</i> .....	93
<i>Controverses</i> .....	94
« <i>Jouez comme vous bougez</i> ».....	95
<i>Naruto</i> et le boom du manga .....	97
Cross-Média : un développement plus difficile .....	104
Asianim, première convention manga.....	105
L’animation japonaise en salle : Le château de Ghibli.....	107
Le traitement médiatique dans les années 2000 .....	117
<i>Radio (depuis 1993-2008)</i> .....	117
<i>Télévision (2000-2008)</i> .....	120
<b>Chapitre IV – Maturité (2009-2020) .....</b>	<b>122</b>
Une constellation de rassemblements communautaires .....	122
<i>Made In Asia, jeune étoile bruxelloise</i> .....	122
<i>Japan Expo Belgium, la comète</i> .....	123
<i>MIA, naine rouge devenue géante</i> .....	127
<i>Des Ovnis pour la presse</i> .....	130
<i>Belgotaku, les 12 maisons du zodiaque</i> .....	131
Le marché du manga : Attaques sur les titans .....	133
Cinéma d’animation : de Miyazaki à Shinkai .....	138
<i>Ghibli sur la falaise, Hosoda au Parc</i> .....	138
<i>Successeur de Miyazaki, quel est ton nom ?</i> .....	143
<i>Bilan des années 2010 pour les écrans de cinéma</i> .....	149
	189

Jeu vidéo : une acculturation du jeu japonais ? .....	151
Anime : La revanche de Dorothée, oufti ! .....	153
Médias : le tsunami <i>Pokémon Go</i> .....	154
<i>Télévision et radio</i> .....	154
<i>Émissions de télévision</i> .....	159
<i>Thématiques</i> .....	160
<i>Presse papier : De la difficulté de parler de pop culture japonaise</i> .....	162
<b>Conclusion</b> .....	<b>164</b>
Des phases et des vagues .....	164
Des transferts culturels .....	167
<b>Sources et Bibliographie</b> .....	<b>173</b>
Témoignages .....	173
Programmes de cinéma .....	173
Rapports .....	173
Émissions de télévision .....	174
Émissions de radio .....	174
Articles de presse .....	175
Articles de magazines .....	180
Billets de blog/articles en ligne .....	180
Archives internet .....	182
Vidéos en ligne .....	183
Forums et réseaux sociaux .....	183
Bases de données en ligne .....	183
Expositions .....	184
Monographies .....	184
Ouvrage collectif et chapitres .....	184
Articles scientifiques .....	185
<i>Soft Power</i> .....	185
<i>Exception culturelle</i> .....	186
Mémoires .....	186
<b>Remerciements</b> .....	<b>187</b>