INTERNET ET LA PRODUCTION DE BANDES DESSINÉES : LE GRAND CHAMBARDEMENT?

NATHALIE MOUREAU[1]
Maître de Conférences en Sciences Economiques LAMETA Université de Montpellier
France Nathalie.moureau@univ-- montp3.fr

STEPHANIE PELTIER
Maître de Conférences en Sciences Economiques GRANEM, Université d'Angers
et LR-- MOS CEREGE Université La Rochelle France stephanie.peltier@univ-- lr.fr

Mots clefs : bande dessinée, internet, co-- création, édition, diffusion, industries culturelles.

CONTEXTE ET OBJECTIF DE LA RECHERCHE

A l'image de la structure caractéristique que l'on rencontre dans les industries culturelles, le secteur de la bande dessinée française se présente sous la forme d'un oligopole avec frange. Quatre groupes dominent l'activité et ont assuré 43,6% de la production en 2011, le reste étant le fait de 310 autres éditeurs. La concentration est encore plus marquée en ce qui concerne la production de nouveautés puisque 72% d'entre elles étaient publiées cette même année par le coeur de l'oligopole (Ratier, 2011).

Pour autant, le marché n'est pas figé, et de nombreuses propositions émergent sur Internet. Le nombre de blogs BD a ainsi explosé, on en comptabilisait plus de 5000 en 2011 (7825 selon Overblog et 5454 chez Canalblog). Bien qu'ils soient le fait tant d'amateurs que de professionnels, ces blogs ont progressivement éveillé l'intérêt d'un nombre croissant d'acteurs du monde de la bande dessinée. Plus d'une trentaine de blogs ont ainsi débouché par la suite sur une édition papier traditionnelle (*e.g.* Les autres gens, Malik) et le festival d'Angoulême a créé un prix destiné à récompenser des jeunes auteurs de bandes dessinées issus du blog.

L'objectif de cette communication consiste à analyser dans quelle mesure le développement des blogs BD sur Internet affecte le modèle traditionnel de production de bandes dessinées tant en ce qui concerne les modalités de production que de celles de diffusion.

—
1 Corresponding author

HYPOTHÈSES, QUESTIONS DE RECHERCHE

Selon le modèle de la longue traîne proposé par Anderson (2004, 2006), le développement d'internet devrait permettre d'accroître la diversité des productions culturelles du fait de la baisse des coûts de production, de stockage et grâce au développement de nouveaux modes de prescription. Divers travaux ont été conduits afin de tester l'hypothèse d'un élargissement des variétés consommées conduisant à des résultats contradictoires (*e.g.* Benghozi et *alii*, 2008, Brynjolfsson et *alii*. 2003, Moreau Peltier, 2012). Bien que s'inscrivant dans les lignées des travaux développés à la suite des travaux fondateurs d'Anderson, cette communication entend approfondir un point particulier, celui des créateurs qui n'avaient pas – ou peu-- accès par le passé au marché. La première hypothèse de ce travail est que pour la plupart les blogueurs sont des créateurs qui utilisent le net comme un moyen alternatif pour diffuser leur création. Il s'agira de voir si cette motivation était présente lors de leur ouverture de blog et dans quelle mesure, après expérimentation, cet espoir s'avère vérifié ou non. Quelles possibilités de diffusion permet exactement Internet (toucher un nouveau public *via* la toile, constituer une vitrine pour une publication papier ultérieure, etc.)? La seconde hypothèse de ce travail est qu'Internet conduit à modifier le type de production effectuée. Il s'agira de voir dans quelle mesure les internautes mobilisent les nouvelles possibilités offertes par le net (utilisation de liens par ex.) mais également de voir comment le web2 et les interactions avec d'autres créateurs et/ou lecteurs modifient leurs pratiques allant dans le sens d'une co-- création.

MÉTHODOLOGIE EMPLOYÉE

Pour explorer ces questions et répondre aux hypothèses, une enquête a été conduite à l'automne 2012 auprès de blogueurs de bandes dessinées (enquête produite et diffusée en ligne[2] sur différents sites, et complétée par une enquête de terrain effectuée lors du festival des blogueurs de BD, *Festiblog* à l'automne 2012). Plus de quatre cent questionnaires ont été collectés.
Divisée en 45 questions, l'enquête permet d'explorer deux thématiques : 1) Comment l'usage d'internet est-- il susceptible de modifier les pratiques productives et suscite–t-- il la production de nouveaux formats (interactions avec les visiteurs du blog, coproduction avec d'autres blogueurs, etc.)
2) Internet ouvre-- t-- il de nouvelles opportunités de diffusion et des rencontres avec des éditeurs ?

Le traitement statistique de ces données (analyse descriptive et régressions logistiques) doit nous permettre d'une part de dégager différents profils de blogueurs ainsi que de répondre aux questions posées quant aux modifications de format et aux nouvelles opportunités de diffusion (complémentarité ou non avec l'édition papier).

PRINCIPAUX RÉSULTATS ATTENDUS

Plus que le développement réel de nouveaux moyens de diffusion, nous nous attendons à ce qu'Internet modifie en profondeur les pratiques de création. Si pour l'heure peu de nouvelles technologies sont utilisées pour la création d'œuvres, en revanche l'activité de co-- création –avec d'autres artistes ou avec le public-- se trouve impactée.
Si ces résultats se trouvent vérifiés, nous conclurons ce travail en soulignant quelles sont les implications managériales de l'avènement de ces nouveaux formats et de ce nouveau rapport avec la demande.

2 L'enquête en ligne peut être consultée à l'adresse suivante http://www.supagro.fr/enquetes19/index.php?sid=36468&lang=fr

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Anderson C. (2004), *The Long Tail*, Wired Magazine, 12 (10), 170-- 177. Anderson C. (2006), *The Long Tail*, Hyprion Press, New York.

Benghozi P-- J., Benhamou F. (2008), *Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle* , Culture

Prospective, 2008-- 1.

Birtle R. (2011), « The Development and Future of the Japanese Ebook Market », *Publishing Research*

Quarterly, 27 4 : 345-- 353.

Boltansky L. (1975), « La constitution du champ de la bande dessinée », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1, 1.1 ; 37-- 59

Brynjolfsson, E., Hu Y., Smith M. D. (2003), «Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the

Value of Increased Product Variety at Online Booksellers», *Management Sciences*, *49:1580-- 1596.*

Dewally M., Ederington L. (2006), « Reputation, Certification, Warranties, and Information as Remedies for Seller-- Buyer Information Asymmetries: Lessons from the Online Comic Book Market », *Journal of Business*, 79, 2 : 693-729.

Hye-- Kyung Lee, (2012) «Cultural Consumers as 'New Cultural Intermediaries': Manga Scanlators», *Arts Marketing: An International Journal*, 2 2: 31 -- 143

Lanier C. D., Schau H. J., «Culture and Co-- Creation : Exploring Consumers' Inspirations and Aspirations for Writing and Posting On Line Fan Fiction », *in* Russell W. Belk, John F. Sherry (ed.) *Consumer Culture Theory (Research in Consumer Behavior, Volume 11)*, 321-- 342.

Mayfield, Milton; Mayfield, Jacqueline; Genestre, Alain D. (2001), « Strategic Insights From the International Comic Book Industry : a Comparison of France, Italy, Japan, Mexico and the U.S.A», *American Business Review*, 19 (2), 82-92.

Minkiewicz J., Evans J., Bridson K. (2009), « Cocreation in the Heritage Sector » ANZMAC.

Moreau F., Peltier S. 2012, Internet and the "Long Tail" vs "Superstar Effect" Debate: Evidence from the French Book Market , *Applied Economics Letters*, 19(8): 711-- 715.

Paldacci M. (2006), «Le blogueur à l'épreuve de son blog», *Réseaux*, 138, 73-- 107.

Potts J., Hartley J., Banks J., Burgess J., Cobcroft R., Cunningham S., Montgomery L. (2008),

«Consumer Co-- Creation and Situated Creativity", *Industry and Innovation*, 15 .5, 459-- 474.

Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J. and Ormerod, P. (2008), « Social Network Markets: A New

Definition of the Creative Industries », *Journal of Cultural Economics*, 32 3: 167-- 185.

Ratier G. (2011), *Une année de bande dessinée sur le territoire francophone européen*, Association des Critiques et des Journalistes de BD, http://www.acbd.fr/images/stories/ACBD_BILAN_2011.pdf.