

LA BANDE DESSINEE : DES CHIFFRES D’AFFAIRES INCITATIFS A L’ADOPTION ET L’IMPLEMENTATION DES REFERENTIELS OPERATIONNELS

Japhet, MIAGOTAR

Institut des beaux-arts de l’Université de Dschang, Cameroun

Résumé

Depuis quelques décennies, faire la bande dessinée est désormais synonyme de perspective de richesse, surtout dans les pays où la légitimité institutionnelle est acquise, et les structures socio-économiques avantageuses à son industrie créative. En prenant pour exemple les données économétriques y relatives en Europe francophone, au Japon et aux Etats-Unis, le but principal est de montrer que le neuvième art est un secteur du développement qui compte, et que les Etats d’Afrique subsaharienne doivent y voir une option prometteuse de rentabilité. De point de vue méthodologique, la revue documentaire a fourni des données, la sociologie économique et la théorie des champs ont permis de les analyser et les interpréter. Comme résultats, il est en sorti des statistiques qui montrent une économie rassurante et flexible, qui se réinvente pour s’adapter aux mutations sociales et tirer profit des innovations technologiques.

Mots clés : BD, modes de production, implémentation, rentabilité, Afrique subsaharienne.

Abstract

For several decades, creating comics has become synonymous with the prospect of wealth, especially in countries where institutional legitimacy is established and socio-economic structures are favorable to its creative industry. Using relevant econometric data from Francophone Europe, Japan, and the United States as examples, the main objective is to demonstrate that the ninth art is a significant sector of development, and that sub-Saharan African countries should see it as a promising and profitable option. Methodologically, a literature review provided data, while economic sociology and field theory allowed for its analysis and interpretation. The resulting statistics reveal a reassuring and flexible economy, one that reinvents itself to adapt to social changes and capitalize on technological innovations.

Keywords: Comic books, production methods, implementation, profitability, Sub-Saharan Africa.

Introduction

Par-delà l'épanouissement créatif et l'enchantement de la lecture, les éventualités socio-économiques du neuvième art sont une induction explicite engagée depuis les années 1930, du fait de la popularité de certaines BD d'humour, d'aventure et de super-héros. Les politiques éditoriales et de rente portées autrefois par une notion majestueuse de la culture et de l'art ont évolué. On parle aujourd'hui d'industries culturelles au processus de production standardisé, planifié et homogénéisé : la BD est devenue plus que jamais un objet de marchandisation (Adorno & Horkheimer, 1974). En 2021, 85 millions de bandes dessinées ont été vendues en France pour 890 millions d'euros, soit 583,8 milliards fcfa (GfK/FIBD, 2022) ; tandis que plus de 07 millions de comics ont été commercialisés aux Etats-Unis pour 10,04 milliards de dollars, soit environ 5571 milliards de fcfa (Aggabi, 2021). C'est une valeur largement supérieure au budget du Cameroun à l'époque des faits.

Désormais, le capital institutionnel et surtout économique que représente actuellement le marché de la bande dessinée dans le monde fait que la question n'est plus inopportunément abordée comme un sujet de plaisanterie. Cependant, le constat du paradoxe de son faible impact dans la croissance économique des Etats africains subsahariens est une évidence, mais aussi une anomalie résultant du raccord de trois causalités. La première est relative aux politiques du développement encore fondées essentiellement sur l'exploitation des ressources naturelles, et l'exportation à l'état brut des ressources naturelles pour des recettes marginales. La deuxième vient des législations globalisantes et creuses, sans aucun véritable levier d'action. La troisième se rapporte au conservatisme et à l'immobilisme des programmes culturels conjoints entre ces pays et les organismes internationaux, axés préférentiellement sur des perspectives infuses à la conservation, la promotion et la valorisation des patrimoines culturels et naturels. C'est conséquemment que les objectifs de cette étude consistent à montrer à travers des relevés économétriques, l'ampleur de la

consommation des BD et l'importance des chiffres d'affaires engendrés en Europe francophone, au Japon et aux Etats-Unis. En questionnant l'opérationnalité d'une telle réussite dans ces espaces, le but est d'abord de révéler l'apport significatif de l'art dans l'économie ; puis de laisser convaincre que les mécanismes innés à ce succès probant sont opportuns au contexte africain.

Dans les pays de BD, les politiques mises en place ont façonné la mentalité collective qui assimile désormais les manga et les comics, deux archétypes dominants, en qualité d'objets culturels et médiatiques commerciaux. Leurs intérêts ultimes se voient d'une part dans le loisir et le plaisir par la délectation lisible ; et d'autre part, à travers le gain financier qui en résulte. Il va donc de soi qu'ancrer ce travail dans des considérations conceptuelles en rapport avec les industries culturelles et créatives (ICC), dans l'étude des facteurs biotiques et écosystémiques impactant les ventes et les recettes, répond aux exigences de la raison et de la science. Il en va de même des théories et modèles d'analyse invoqués qui s'inscrivent dans ce qui suit :

- la *notion d'industrie culturelle* d'Adorno & Horkheimer (1974), pour comprendre l'industrialisation et la digitalisation du système de production, ayant fait de l'objet BD (manga, comics, webtoon), un produit culturel marchand, standard, uniforme, rationalisé, internationalisé ; et de son économie, une culture populaire, une industrie de série et de masse, portées par des grandes firmes éditoriales et paralittéraires ;
- la *théorie de la chaîne des valeurs* (Porter, 1988 ; 1982), pour assimiler les principes de transmutation et de la réussite des bandes dessinées dans les champs du cinéma, des jeux vidéo et des applications.
- la *théorie du copyright et de la propriété intellectuelle* (Mangolte, 2010), mise en contribution pour analyser et comprendre la relation de collaboration auteur-éditeur, auteur-promoteur culturel, auteur-organismes étatiques et/ou publicitaires, ainsi que les modalités des calculs des redevances et droits d'auteur.

- la *théorie de comparaison internationale des marchés* (Porter, 1982), pour interpréter les politiques architecturales de la réussite des manga et comics à l'international, ainsi que les modalités stratégiques mises en place pour identifier les avantages du marché d'un Etat à un autre.
- les inductions quantitatives des offices de recherche et des journaux spécialisés en statistiques économétriques tels que GfK, SNE, DBMR, NIQ, ACBD, RIS, Mangabox, Institut Oricon, Libération, Les Echos, entre autres, ont été des solutions participatives à cette étude. Elles ont constitué le substrat du chiffrage de l'économie globale et des mouvements mercantiles de la BD de ces trois dernières décennies.
- La *théorie des champs* (Bourdieu, 2022) et la *sociologie économique* (Lévesque, 2006) ont été des leviers grâce auxquels l'on a établi la place, le rôle, les contextes, les types et modes de collaboration entre les acteurs de la profession. La *sociologie culturelle* telle que pensée par Fleury (2016) a commandé de voir dans la BD, surtout numérique, une expression culturelle qui suit son temps en traduisant au passage les représentations sociales de son époque, en montrant aussi qu'elle est une pratique artistique qui se réinvente pour s'approprier les innovations et s'adapter aux changements.

C'est fort logiquement que la revue documentaire et l'observation participative dans les pays de la CEMAC et de la CEDEAO, ont donné l'avantage d'interroger les modèles externes de BD à succès et les déficiences endogènes, afin d'évaluer l'éventualité de leur mise en œuvre en Afrique subsaharienne. Les propos et postulats de cette étude se résume par suite à : (i) dresser un tableau synoptique des actes mercatiques de bandes dessinées dans les pôles géographiques dominants pour comprendre les enjeux et les opportunités ; (ii) décrypter les germes factuels du succès et de la rentabilité dans le secteur BD pour en évaluer le degré d'adaptabilité en contexte africain ; (iii) proposer les

modalités conjoncturelles pour une BD africaine émergente et perceptible comme un moteur de croissance économique.

1. Données économétriques de la BD en Europe francophone : une raison d'y croire

Plusieurs pays composent l'Europe francophone, mais en matière de bandes dessinées, Ratier et al. (2005), Lehmans (2008), Rocchia (2014), Gary (2017), Fasseur (2022), Clinkemaillié (2023), Klock (2024) ; ou encore GfK/NIQ (2024), montrent le poids économique de la France avec un marché 2,5 fois plus grand que le reste de l'Europe en 2023. Les bandes dessinées qui s'y trouvent sont celles produites localement, et celles d'origines étrangères traduites en français à travers le mécanisme d'achat des licences et droits d'exploitation.

Les années 2000, vue comme l'amorce de la philosophie industrielle des bandes dessinées en Asie et en Amérique du Nord, se caractérisent par une augmentation inhabituelle mais opportune de la productivité, portée par une demande de plus en plus importante et l'ouverture total du marché franco-belge aux manga et comics. Cette dynamique entraîne des réajustements stratégiques des éditeurs européens qui ne se limitent plus à la publication des auteurs locaux, mais font de la collaboration éditoriale transnationale un système économique fructueux. Elle s'appuie sur les vecteurs concurrentiels entre l'Europe francophone et le Japon (pays exportateur). A partir des aspects théoriques de la comparaison internationale (Porter, 1982), l'on saisit le contenu de cette internationalisation de la BD fondée des prix d'achat des licences, les exigences de la demande et la qualité des productions, les innovations esthétiques et technologiques de différenciation, etc. Cette démarche dope la productivité et stimule la consommation. A partir de 2005, la traduction des manga en français représente 42,28% des capacités d'éditions. Cette mesure cesse d'être une option, devenant même un modèle économique intelligent, surtout pour les géants du secteur. L'ampleur

grandissant du phénomène et l'impact qui s'en suit font juger que 2005 est l'année de la « mangalisation » (Ratier & al., 2005). Ce degré de mutation écosystémique produit un ratio selon lequel « sur 2701 nouveautés BD de 2005, 1142 titres sont des mangas » (Ratier & al., 2005 : 1). A titre comparatif, la bande dessinée *Tintin* a été vendue au total à 200 millions d'exemplaires, alors que les manga *Dragon Ball Z* et *One piece* ont cumulé 750 millions d'albums écoulés en France, faisant de ce pays le deuxième marché mondial des BD *made in Japan* après le Japon. En termes de recettes, le seul marché français de la bande dessinée représentait 33,6 millions d'albums pour 320 millions d'euros, convertibles à 209,9 milliards de fcfa en 2007.

Les années 2010 s'inscrivent elles aussi dans la dynamique des constances de production de masse des manga et des comics. Ratier & al. (2012 : 5) évoquent des recettes à « près de 5 milliards d'euros pour les bandes dessinées, plus d'un milliard d'euros pour les séries animées et quelques 07 millions d'euros pour les produits dérivés, cela laisse rêveur pour les années à venir » en France. En 2016, l'Europe francophone comptait 384 éditeurs, contre 368 en 2015 et seulement 140 en 2000. Cependant, le marché de l'édition est resté dominé par les groupes Média-Participations, Delcourt et Glénat, qui éditent les manga et les bandes dessinées locales ; Panini Comics et Urban Comics étant placés comme des leaders d'éditions des comics sur le sol européen (Ratier & al., 2016). Tout comme les manga, le modèle américain s'impose à tel point que : « entre 2003 et 2021, les ventes de comics en France ont été multipliées par 7 en volume, et par 5,5 en valeur. Respect » (Guilbert, 2022 : 8). La traduction quant à elle est estimée à « 2302 albums de bande dessinée en provenance de 36 pays différents » (Ratier & al., 2015 : 1). Ces données montrent l'impact à l'échelle industrielle des volumes d'achats des droits de traduction et de réédition des BD déjà publiées et provenant d'autres pays, et le remodelage du biotope européen francophone, devenu désormais supranational.

Les revenus des éditeurs et le volume des adaptations cinématographiques sont eux aussi des volets importants de cette étude. Pour le premier, GfK (2016) évaluent le chiffre d'affaires global des ventes des BD en France à 458,6 millions d'euros en 2015, soit près de 301 milliards de fcfa ; ce qui représente une hausse nette de plus de 10,6 % par rapport à 2014. Pour le second, les statistiques d'Electra (2015), reprises par Ratier & al. (2016), révèlent qu'une vingtaine de séries de bandes dessinées a fait l'objet des transpositions animées pour enfants et adolescents. Entrent dans ce registre les classiques comme *Boule et Bill*, *Les Dalton*, *Marsupilami*, *Les schtroumfs*, *Lucky luke*. La série *Titeuf*, créée en 1992 et adaptée au dessin animé dès 2001, a généré au total 14 millions de dollars, soit 7,75 milliards de fcfa. Ces données traduisent une culture de masse et d'industries culturelles aux schémas de production internationalisés, standardisés et planifiés (Adorno & Horkheimer, 1974).

La vente aux enchères des planches originales d'auteurs de prestige représente elle aussi un aspect non négligeable de l'économie du neuvième art européen. Elle est soutenue par la valorisation de la cote numérale des artistes et des valeurs marchandes presque inhabituelles des œuvres. Dans un article publié dans le Figaro magazine, Aurelia Vertaldi et Olivier Delcroix (2016) commentent que le 17 novembre 2016 lors d'une vente aux enchères à Paris, une planche de l'album *On a marché sur la lune* d'Hergé a été mis en vente par Artcurial et adjugée au prix record de 1,55 million d'euros, soit plus de 1,02 milliards de fcfa. Et ce n'est pas le seul exemple ; le tableau ci-après présente un relevé minimaliste des ventes aux enchères des planches originales de bande dessinée d'auteur de ces deux dernières décennies.

Tableau 1 : synthèse des ventes des planches originales de bandes dessinées.

N°	Auteur	Titre	Vendeur	Adjugé à		Année de vente
				En euros	En millions fcfa	
1	Daniel Maghen	Une collection d'une dizaine de planche	Million de Bruxelles-Paris	2 732 010	1 792,08	2025
2	Hergé	<i>Tintin en Amérique</i>	Artcurial	2 100 000	1 377,51	2023
3	Enki Bilal	<i>La tétralogie du monstre</i>	Artcurial	126 375	82,89	2022
4	Hergé	<i>Lotus bleu</i>	Artcurial	3 200 000	2 099,07	2021
5	Hergé	<i>On a marché sur la lune</i>	Artcurial	155 000	101,67	2016
6	Enki Bilal	<i>La Femme piège</i>	Artcurial	361 700	239,1	2015
7	Moebius	<i>Le Garage hermétique</i>	Artcurial	278 900	184,3	2015
8	Hugo Pratt	<i>Les Éthiopiens</i>	Artcurial	391 800	258,9	2014

9	André Franquin	<i>Couverture de Gaston Lagaffe</i>	Artcurial	324 000	214,1	2010
---	-------------------	---	-----------	------------	-------	------

Les années 2020 sont vues comme une décennie au début singulier. Dans la continuité des progrès enregistrés les années antérieures, le chiffre d'affaires du neuvième art en Europe francophone se porte bien, malgré le confinement suite à la crise du Covid-19. GfK (2022) et NIQ (2021) dressent des bilans assez flatteurs qui montrent la vigueur et la résilience du secteur en France. En 2021, les données réunies donnent à comprendre que « les ventes de bandes dessinées ont atteint 85 millions d'exemplaires (+60% par rapport à 2020) et généré 890 millions d'euros (+50% par rapport à 2020) » (GfK/FIBD, 2022 : para. 9). Les BD représentent ainsi le quart de tous les livres vendus en France, une croissance portée par un bond manifeste de la consommation des mangas de 107%. Le chiffre d'affaires généré est estimé à 591 millions d'euros, soit 390,06 milliards de fcfa. SNE (2021) corrobore ce bilan fastueux en estimant les revenus cumulés des éditeurs à 3,1 milliards d'euros, soit 2 033,47 milliards de fcfa.

Sachant que le confinement dû au Covid-19 a eu un impact préjudiciable au marché des bandes dessinées, occasionnant une chute de plus de 12% des nouveautés, les années 2023 et 2024 relancent de plus belle manière son économie. La levée des restrictions et la reprise des activités stimulent les industries et la consommation. En France par exemple, les nouveaux titres connaissent une croissance de 9 à 19% en moins d'un an, permettant à la bande dessinée d'occuper le 2^{ème} rang de tout le secteur du livre après la littérature générale (Le Saux, 2025). GfK/NIQ (2023) et GfK/FIBD (2023) révèlent que malgré la stagnation et la baisse dérisoire dans tous les segments des BD, la France seulement a enregistré une vente globale de 75 millions d'albums : les mangas vendus pour 39,6 millions d'exemplaires, générant une valeur marchande de 331 million d'euros, les classiques françaises destinées aux adolescents avec 17,2 millions

d'exemplaires, les romans graphiques à 15,8 millions de titres, les comics à 2,4 millions d'albums, les webtoons pour 800 mille exemplaires avec un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros, soit 7,92 milliards de francs CFA.

Globalement, l'environnement européen du neuvième art a connu une mutation profonde dès la fin des années 1990 avec l'entrée des BD étrangères sur le marché, notamment les manga et dans une certaine mesure les comics. A défaut de contrer ou réguler cette intrusion devenue virale, les éditeurs locaux y ont vu une opportunité de ressources économiques. L'achat des licences des séries populaires au Japon ou aux Etats-Unis, et leur traduction en langue française pour le marché européen, cessent d'être l'unique formule de collaboration éditoriale. A partir de 2002, les éditeurs et les auteurs se mettent peu à peu à l'école des manga et des comics en développant des archétypes endogènes, créant ainsi une véritable dynamique culturelle et industrielle. La réussite de cette politique managériale a eu pour résultat de booster les capacités d'éditions par les leaders du secteur à hauteur de 42,28%, la crise du Covid-19 n'ayant eu qu'un impact marginal sur la demande. L'essor des recettes annuelles qui en résultent renforcent cette stratégie entrepreneuriale, faisant de la France le deuxième marché du manga après le Japon, et de la BD, le deuxième secteur productif du livre après celui des arts littéraires. Parallèlement, l'économie s'enrichit d'autres options de richesse à travers les adaptations cinématographiques des titres à succès et des cessions aux enchères des planches originales d'auteurs.

2. Japon : au-delà du phénomène manga-culte, des stratégies et des chiffres

Au Japon, le manga, typologie de la bande dessinée locale, est à la fois un objet de culture et une pratique culturelle très répandus. Cette popularité est à mettre à l'actif « de l'évolution culturelle et de la culture visuelle » (Baudry, 2022 : 81), d'une intégration réussie de l'image à l'éducation, d'une synergie factuelle et significative

entretenu entre la BD, les jeux vidéo, la télévision et internet. Une centaine d'éditeurs dominants a structuré l'écosystème local à travers une politique de production à la chaîne et une stratégie mercantile objective d'immanence et de proximité. Plusieurs magazines de prépublication hebdomadaire ou mensuel dédiés à la promotion des titres et des nouveautés sont créés ; des milliers de kiosques et de librairies deviennent des relais de diffusion et de vente. En quelques années, ceux-ci ont fait évoluer le marché « de 151 titres en 1998, [...] à 5305 titres en 2016, avec près de 272 millions d'albums vendus, seulement au Japon », (Gary, 2017 : 26). Ces chiffres ont progressé, passant de 675,9 millions d'albums vendus en 2021 à 693,7 millions en 2023 (AJPEA, 2023).

Du fait de la croissance rapide et soutenue du marché, puis son extension dans le reste du monde, les années 2000 apparaissent comme un moment de bascule important de l'essor des manga. Les chiffres d'éditions, de rééditions, d'adaptations animées et de ventes, progressent significativement. On parle d'ailleurs du « début d'âge d'or ». En termes de volume de production et des recettes engendrées, l'on retient que l'année 2008 demeure la plus faste avec des agrégats macroéconomiques « spectaculaires » du secteur pour un seul pays en une seule année. Une étude expose que :

En 2008, sur 3,2 milliards de publications vendues au Japon, soit 2000 milliards de yens, on comptabilisait 669 millions de magazines de manga (21 % des publications) et 478 millions de recueils de manga (15 %), pour un chiffre d'affaire respectif de 211 et 237 milliards de yens (22 % des ventes totales), chiffre relativement stable depuis le début des années 1990. (Kosei, 2010 : 24)

Entre 2008 et 2017, une période vue comme transitoire avec l'expansion du format numérique et le début des inquiétudes quant à l'avenir du manga imprimé, le marché local ne faiblit pas. De 6,5 millions d'exemplaires vendus en 2008, la série *One piece*, un des *best-sellers* nippon, a atteint presque 40 millions d'exemplaires en 2011, avant de chuter à 13 millions en 2014. Une trentaine de séries

classées parmi les meilleures sur le marché a été écoulee à 104,76 millions d'exemplaires en 2014, contre une vingtaine vendue à 108,74 millions en 2015 (Institut Oricon, 2016). Le cumul des ventes des séries, d'albums et de magazines des dix plus grands éditeurs est estimé à 248,2 millions d'exemplaires en 2017, contre 216,8 millions en 2016. Cependant, ces chiffres ne sont pas les seuls faits des *manga* imprimés, les ventes numériques constituent à elles seules presque 42% du marché (Noëson, 2016).

La transposition de certains principes de la sociologie économique (Levesque, 2006) aux données documentaires donne à voir l'impact des nouveaux médias dans le champ de la bande dessinée en général, une variable perçue comme une évidence cruciale au développement des plateformes de ventes et des applications de délectation en ligne. Grâce à internet et à la transmutation du manga en objet de culture multimédia, les produits des technologies numériques se muent en leviers participatifs « à la grande diffusion et à l'accélération de la hausse des ventes des bandes dessinées asiatiques dans le marché des nouveautés : 25 % en 2002, 30 % en 2003, 36 % en 2004, 42 % en 2007 44 % en 2008, et environ 72 % en 2017 » (Noëson, 2016 : 5). Au Japon, le format digital devient l'archétype dominant et s'impose face à sa symétrique analogique (format papier) qui a tenu fermement jusqu'en 2021. Les recettes engendrées par ce modèle mercatique sont à la hauteur de son succès auprès des jeunes. En 2023, les webtoons ont généré 693,7 milliards de yens contre 212 milliards pour les manga imprimés. Quelques années auparavant, les enquêtes du RIS (2017) effectuées pour le compte de l'AJPEA, avaient établi la vente des manga numériques pour 1,3 milliards d'euros (851,5 milliards de fcfa) contre 1,27 milliards d'euros pour l'imprimé en 2016. Ce qui constitue une progression de 17,2 % au détriment du format papier qui perd 14,4 %. Cette tendance va continuer jusqu'en 2024. En 2020, la conjugaison des mesures restrictives dues à la pandémie du Covid-19 et la digitalisation du système de production-consommation, accroît les recettes annuelles qui vont au-delà les 600 milliards de yens au Japon, soit

près de 2400 milliards de fcfa, une première pour le secteur du neuvième art nippon depuis son industrialisation. En 2022, les ventes mondiales des manga ont produit 17 milliards d'euros, dont 10,4 milliards seulement au Japon. Malgré une légère baisse en 2024, les revenus demeurent importants avec un chiffre d'affaires de près de 12,87 milliards d'euros. Data Bridge Market Research (2025) prédit une évolution des gains pouvant avoisiner les 20 milliards d'euros en 2025

Après les chiffres d'affaires qui montrent l'ampleur et la pertinence de percevoir dans les manga une force économique constante et certaine avec laquelle il faut compter, faire des revenus des auteurs un axe raisonnable de réflexion donne à saisir les mécanismes socio-juridiques qui régissent et régulent le marché, de même que les positions des mangaka et les luttes de notoriété et de légitimité (Bourdieu, 2022). De fait, plusieurs stratégies opérationnelles définissent les modalités des engagements artistiques et des gains qui en résultent. Ainsi, dès les années 1950, certains auteurs vivaient déjà décemment de leur art. En 1954, Tezuka Ozamu était le dessinateur de manga le mieux payé du Japon disposant d'un revenu annuel s'élevant à plus de 2,17 millions de yens. Six ans plus tard, on l'estimait à 9,14 millions de yens, soit l'équivalent d'un peu plus de 33,36 millions de fcfa actuellement. Cette tendance est restée stable malgré la forte concurrence sur le marché ; une logique attestée par une étude du journal Mangabox (2025) dans laquelle il est indiqué qu'Eiichiro Oda, créateur de la série *One Piece*, dispose d'un patrimoine économique estimé à près de 230 millions de dollars en 2025, soit 129,95 milliards fcfa. La fortune d'Akira Toriyama, créateur de *Dragon Ball* et *Dragon Quest*, est évaluée à 56 millions de dollars (34,14 milliards de fcfa). Masashi Kishimoto dispose d'un revenu estimé à près de 30 millions de dollars (18,28 milliards de fcfa), une richesse bâtie grâce au succès de la franchise *Naruto* et *Boruto*. Ces gains sont le fruit d'une gamme variée de politiques collaboratives dont la rémunération pour droits d'exploitation, les adaptations des manga aux animes, les engagements contractuels de publicité, les

prestations pendant les festivals et salons, la transhumance bédéistique, etc.

Par ailleurs, quelque soit la stratégie mise en œuvre dans l'exercice de la profession mangaka au Japon, il est clair qu'un débutant ne dispose pas des mêmes termes contractuels qu'un auteur régulier et connu. Presque toutes les études (Mangabox, 2025 ; Nippon.com, 2023 ; GfK/NIQ (2021) ; Naguszewski, 2021 ; RIS, 2017 ; entre autres) s'accordent sur le fait que le salaire mensuel d'un novice se situe entre 200 000 et 400 000 yens, soit 710 000 et 1,42 millions fcfa). Ces fluctuations sont fonctions du nombre de pages de l'album, du label du magazine de publication, de la réputation de la série. Cependant, le critère dominant de rémunération reste celui par page publiée, devenu avec le temps un standard national. Une planche est payée à hauteur de 3000 et 7000 yens (10 650 - 24 850 fcfa), une cote qui évolue et s'améliore avec l'expérience, le succès et la notoriété (AJPEA, 2025). En parallèle, un mangaka moyennement célèbre est supposé gagner entre 1,2 et 5 millions de yens par tome publié, soit 4,26 et 17,75 millions de fcfa. Pour un auteur de renom avec des titres ou séries populaires (*One piece*, *Dragon Ball*, *Naruto*, *Full metal alchemist*, etc.), les gains dépassent largement ceux indiqués. Cela est aussi dû au fait que « la longévité d'une série joue également un rôle crucial. Un manga qui se maintient sur plusieurs années accumule un catalogue de volumes qui continuent à générer des revenus, créant un effet de rente pour son créateur », Fasseur (2022 : para. 14).

Bien que séculaires, les manga se développent et acquièrent un statut d'art populaire et une notoriété transnationale à partir des années 2000. L'efficacité des politiques d'industrialisation et de marchandisation est à l'origine des chiffres d'affaires annuels qui rivalisent avec les budgets nationaux de certains Etats. Les données microéconomiques issues des ventes directes et indirectes imposent d'y voir des qualités de modèle stratégique rentable et de locomotive socioéconomique. Malgré les fluctuations et les aléas dûs à la pandémie du Covid-19, le secteur est resté stable, constant et en plein essor. L'adaptation et l'exploitation objectives des outils

numériques y ont joué un rôle de premier rang, les divers acteurs y voyant davantage une perspective d'innovation et de rentabilité qu'autre chose. En dépit de la précarité évidente pour les mangaka débutant, les nombreuses possibilités qu'offrent l'internationalisation et l'exportation des produits manga, les accointances avérées entre la bande dessinée et d'autres secteurs d'activités, notamment la publicité, les jeux vidéo et le cinéma, se présentent en hypothèses opérationnelles effectives et pertinentes pour valoriser les compétences et diversifier les revenus des auteurs.

3. Les Etats-Unis : l'importance des formats d'éditions et des adaptations au cinéma

Parler de neuvième art aux Etats-Unis revient inéluctablement à se rapporter aux comics de super-héros, aux graphic novels, et aux manga arrivés dans ce pays vers la fin des années 1990. Les notions de « kulturindustrie » et « culture de masse » (Adorno & Horkheimer, 1974) sont identiques à celles du Japon. La production est continue et à grande échelle ; la stratégie mercatique quant à elle reste structurée par l'acquisition des droits de traduction/réédition, par l'étendue des réseaux de distributeurs, par l'importance du rôle des magazines de prépublications et des plateformes de diffusion et de vente en ligne. Le principe d'achat des licences des manga populaires au Japon, conjugué au renouvellement du succès des comics de super-héros des années 1950, ont façonné le pouvoir économique du marché étatsunien. L'adoption et l'acceptation du modèle culturel nippon deviennent donc une réalité naturelle endogène, traduisant une flexibilité interculturelle et une dynamique économique transnationale. Elles reflètent aussi une perception des représentations sociales d'une ère pendant laquelle l'art transcende les frontières culturelles et spatiales (Fleury, 2016). Marvel Comics et DC Comics deviennent par ce biais des leaders d'ICC de ce secteur d'activité.

Diamond Comic Distributors, plus grand distributeur de comic book de l'Amérique du Nord des années 2000 et 2010, est un acteur dominant du *direct market* aux Etats-Unis. Cette institution détient des contrats de monopole avec toutes les grandes firmes d'éditions de BD dans le pays, dont Marvel Comics, DC Comics, Image Comics, IDW Publishing, Dark Horse Comics, etc. En termes de ventes, les albums ont généré 100 millions de dollars (50 milliards de fcfa) en 2002 contre 75 millions de dollars en 2001. Ce qui équivaut à une croissance de 33% dans l'intervalle d'une année, avec une part assez conséquente des manga. Gabilliet (2005 : 8) estime que « leurs ventes ont quadruplé entre 2000 et 2002 (soit une augmentation de 300%), alors que sur la même période la croissance cumulée des ventes de comic books et d'albums non-manga était de seulement 8% ». Dès 2003, Viz Media édite des versions anglophones du magazine Shônen Jump aux Etats-Unis ; tandis que Weekly Shônen Jump bénéficie d'une traduction anglaise, et d'un tirage hebdomadaire qui avoisine les 200 000 exemplaires destinés au marché nord-américain.

Dès 2003, l'ère numérique et ses principes ergonomiques apportent des changements *via* des nouveaux outils d'accessibilité, de découverte, de loisir et de jouissance des produits BD. Les principes conceptuels et théoriques de la comparaison internationale¹ (Porter, 1982) donnent à comprendre que les albums s'enrichissent des nouveaux formats pouvant être lus ou écoutés, accessibles *via* les plateformes digitales. Initialement conçus pour la lecture, les ouvrages deviennent des livres audios, et parfois audio-visuels, créant ainsi un débat sur la frontière entre le comic book et le dessin animé. Boostées par les nouveaux médias et les nouveaux supports de lecture numérique dont l'iPhone, l'iPad, l'iPodTouch, le Kindle et le PSP, les ventes de comics numériques progressent depuis les années 2000. Miller (2010) cité par Griep (2025 : para. 18), dit à ce sujet :

¹ Fondés sur l'analyse sectorielle globale pour évaluer les forces et faiblesses du marché, les adaptations stratégiques en matière d'innovations technologiques et des coûts différentiels à la vente, le Diamant Porter qui détermine le volume de la demande, etc.

Comixology constitue à lui tout seul 90% du marché US de la BD numérique aux USA, stabilisant son chiffre d'affaires à 90 millions de dollars en 2015, soit 18,82% du marché global de la BD. Ce sont évidemment les adaptations en coulée continue de super-héros au cinéma et à la TV qui sont à l'origine de cette embellie qui ne devrait pas décroître dans les toutes-prochaines années.

Ces chiffres révèlent aussi un progrès notoire au regard de ce qui a été vendu en 2008. À l'époque, seuls iVerse et uClick proposaient des œuvres sur ces supports. Les acteurs se sont alors multipliés en 2009 avec des offres ciblant plusieurs réseaux et plateformes, permettant ainsi de diversifier le marché et les acheteurs. En 2010, le lancement d'une boutique Marvel directement sur la tablette d'Apple et l'Ipad fera évoluer les recettes de plusieurs millions de dollars. En 2003, quand les œuvres sont arrivées en numérique, le secteur a généré 1 million de dollars de chiffre d'affaires. En 2009, on serait passé à 500 millions de dollars, l'équivalent de près de 250 milliards de fcfa. Avec des recettes estimées à 1 milliard de dollars en 2021, Griep (2025) prédit un chiffre record de plus de 4 milliards de dollars généré par les webtoons en 2030.

Malgré l'essor fulgurant des formats numériques, les éditeurs dominants du secteur assurent que les ventes de livres imprimés n'ont pas souffert de cette concurrence montante. L'étude de NIQ (2015) portant sur les recettes en librairies et les réseaux socio-numériques, reprises par Georges (2016), traduisent une hausse de 2,8% des ventes des comics au format papier en 2015, contre 2,4% l'année précédente ; soit une synthèse de 652 millions de BD vendues, contre 635 millions en 2014 et 620 millions en 2013. C'est donc fort logiquement que cette dynamique de croissance assure une fortune de 8,84 milliards de dollars en 2019 ; ce qui représente 5177,58 milliards de fcfa.

De 2020 à 2022, il y a eu d'une part la crise du Covid-19 avec la paralysie et les inquiétudes qu'elle a engendrées pour les industries culturelles ; et d'autre part, il y a les données économétriques qui ont contradictoirement montré la bonne santé des commandes et

des recettes. La fermeture des points de vente des BD (*comic shops*) ont été néfastes aux chiffres d'affaires des comics imprimés, ayant alors accusé un recul de 28,3%. Parallèlement, cette situation a favorisé l'essor des plateformes numériques (*comichub*) et la réussite des versions digitales des comics. En réaction, Aggabi (2021) cité par Clinkemaiillé (2023 : para. 7) affirme : « les comics distribués par Diamond seraient passés de 5,9 millions en mars à 7 millions en septembre et octobre » ; engrangeant les recettes globales de 10, 04 milliards de dollars, soit 5411,5 milliards de fcfa. En dehors des comics, les ventes des romans graphiques (*graphic novel*) ont rapporté « 1,94 milliard de dollars en 2024, soit une augmentation de 4% par rapport aux 1,87 milliard de dollars enregistrés en 2023 » Griep (2025 : 17). Cette période a aussi enregistré une forte hausse du marché des manga de près de 160%, avec des commandes et un chiffre d'affaires qui ont quasiment doublé. Plus de 24,4 millions de tomes ont été vendus en 2021, contre 15 millions en 2020 (Fasseur, 2022). C'est ce qu'Adorno & Horkheimer (1974) dénoncent, en pensant illégitime la subordination de l'art et des produits culturels aux seules lois du « profit » et de l'homogénéisation. Ils utilisent d'ailleurs les concepts « marchandisation » et « aliénation » pour qualifier cette démarche économique spécifique aux ICC, qui ne valorise guère l'expérience esthétique et créative.

Par ailleurs, tirant parti de la connivence entre la bande dessinée et le cinéma observée depuis la fin des années 70, les adaptations des comics de super-héros aux jeux vidéo, aux dessins animés, à la télévision et au cinéma en prises de vue directe, sont devenues une marque de fabrique des Marvel Studios et DC Comics. A travers la théorie de la chaîne des valeurs (Porter, 1988), l'on saisit le mécanisme par lequel des éditeurs évoluent en entreprises hybrides ou polymorphes, avec des objectifs et stratégies marketing opérationnels qui identifient et optimisent les *best-sellers*, améliorent les coûts de production et les recettes par l'achat des licences d'exploitation. Ce principe conjugué à l'innovation « techno » offrent au passage le bénéfice de dompter et booster les vecteurs

concurrentiels. Les formules sont préétablies, soutenues par la « standardisation » et « l'uniformisation » (Adorno & Horkheimer, 1974). Depuis lors, plusieurs centaines de titres ont fait l'objet de transmutations cinématographiques. A partir des données de Statista, IRP, de Marvel et Diamond Comics Distributors Inc., conjuguées aux valeurs moyennes annuelles du taux de change entre le dollar américain et le fcfa (BEAC) définies par *ExexchangeRate.com* et *Exchange-Rates.org*, l'on a fait les conversions des chiffres engagés dans le budget de production et les recettes générées au box-office mondial. On peut ainsi saisir à travers des indicateurs contenus dans le tableau synoptique ci-dessous, l'importance économique de la démarche évolutive des bandes dessinées au cinéma.

Tableau 2 : chiffre d'affaires de quelques adaptations cinématographiques des comics par Marvel et DC Comics, de ces trois dernières décennies aux Etats-Unis. Sources : données de Marvel, DC distributors Inc., Statista, IRP.

Titre du film	Année de sortie	Budget de production		Recettes au box-office mondial	
		En millions de dollar	En milliards de fcfa	En millions de dollar	En milliards de fcfa
Les années 2000					
Spider-Man	2002	139	78,58	821	464,17
X-men 2	2003	110	62,30	407	230,54
Spider-Man 2	2004	200	108,26	783	423,83
Blade Trinity	2004	65	35,18	128	69,28

Les 4 fantastiques	2005	100	50,31	330	166,03
X-men 3	2007	258	124,08	890	428,04
Iron man	2008	140	67	585	279,96
X-men origins : Wolverine	2009	150	352,50	373	180,36
Les années 2010					
Iron man 2	2010	200	103,74	621	322,13
Thor	2011	150	68,29	431	196,23
The amazing Spider- Man	2012	230	93,49	757,9	308,09
Batman vs Superman	2016	25	14,76	873,6	515,92
X-men : apocalypse	2016	178	105,12	542,5	320,38
X-men : Logan	2017	127	72,82	616	353,20
Black panther	2018	200	107,55	1300	699,10
Avengers : endgame	2019	356	207,93	2799	1634,86
Captain Marvel	2019	152	88,78	1100	642,49
Les années 2020					
Black panther : Wakanda for ever	2022	200	124,68	859,2	535,63
Doctor Strange in	2022	350	218,19	955,8	595,85

the multiverse of madness					
Spider : across the Spider- verse	2023	100	60,07	690	414,49
Deadpool & Wolverine	2024	200	121,91	1300	792,45
Venom 3: The Last Dance	2024	120	73,14	478	291,37
Captain america : brave the new world	2025	180	106,65	388 <i>en progressio n</i>	229,90

En dehors des pays européens et du Japon, les Etats-Unis sont aussi connus à juste raison comme des lieux par excellence d'appréciation de la réussite de la BD, et d'observations statistiques du marché sur le continent américain. La perception intelligente de l'art comme un levier du développement, le phénomène mangaculte, la culture du comics et la révolution numérique, ont refaçonné l'industrie picto-narrative de ce pays. L'achat des licences des séries à succès au Japon, la réédition des BD de super-héros des années 1950, les adaptations cinématographiques, l'appropriation et l'usage du numérique comme une hypothèse productiviste fructueuse, sont des vecteurs factuels ayant permis au marché du comics nord-américains de compter parmi les plus puissants et les plus dynamiques du monde. Les chiffres d'affaires annuels déjà établis et ceux en perspective pour les années à venir, s'évaluent en dizaine de milliards de dollars ou en centaines de

milliards de fcfa. D'où, l'objectivité et la légitimité de voir dans la bande dessinée, un secteur économique porteur.

4. De l'implémentation du modèle manga en contexte africain

Au-delà de sa perception artistique, une bande dessinée est un savoir-faire et un produit de consommation de masse ; en tirer parti suppose des conjonctures avantageuses durables et en adéquation avec la pratique du métier. Pour déchiffrer les obstacles à son essor en Afrique subsaharienne en qualité d'intelligence industrielle, l'on a été à la fois observateur-acteur au Cameroun et dans certains pays d'Afrique. Ce qui a donné lieu à la saisie des enjeux et des opportunités. Cette démarche pragmatique a offert l'avantage de questionner pour comprendre les modèles et paramètres endémiques réussis en Europe francophone, au Japon et aux Etats-Unis ; ainsi que l'éventualité de leur implémentation en contexte africain.

Malgré des réalités statutaires prometteuses au développement dans divers secteurs artistiques, la paralysie systémique de la BD est évidente en Afrique subsaharienne. La croissante démographique et la jeunesse des populations, facteurs déterminants de l'architecture et du volume du marché du neuvième art, n'ont que très peu d'effets. La présence et le succès quoique périphériques des manga et des comics dans les festivals de bandes dessinées, apparaissent pourtant comme un indicateur d'une réelle opportunité pour les industries culturelles locales. Le taux d'alphabétisation bien qu'en constante évolution, l'amélioration de la scolarisation et de l'alphabétisation, conséquence d'un investissement en progression dans les différents secteurs éducatifs, n'est pas mise à contribution. Sous la cape de ces atouts enchanteurs, auteurs et éditeurs sont aux abois, partagés entre l'ivresse du métier, la résilience, la précarité et la survie. Les mesures institutionnelles ne suffisent pas elles aussi à dynamiser une activité du neuvième art africain en léthargie, en

situation de mort cérébrale. A cela s'ajoutent certains rapports de la Banque mondiale qui font une description empreinte d'incertitude pour les structures économiques de certains pays, dont le Cameroun. Il y est dit :

Ces perspectives demeurent vulnérables à plusieurs risques, notamment : (i) une plus grande volatilité des cours des matières premières, (ii) la persistance de la crise sécuritaire, (iii) un niveau moindre que prévu des appuis budgétaires des bailleurs de fonds, (iv) la persistance des pénuries d'énergie électrique et (v) d'éventuelles tensions liées à l'élection présidentielle d'octobre 2025. (Banque mondiale, 2025 : 2)

A cet égard, il va de soi qu'aujourd'hui, toute gouvernance avertie prendrait les arts en général et ceux populaires en particulier comme de véritables options du développement dans la durée. Allant dans le même sens, le Rapport du Centre culturel de Dakar interpelle « qu'en cette ère de rapidité et de changement, investir dans les ICC signifie investir dans notre avenir culturel, social et économique », (CCDA, 2024 : para. 13). La bande dessinée de par sa légitimité acquise au fil des ans, sa transnationalité et son accessibilité, se présente en qualité d'hypothèse fiable, disposant d'excellences solutionnistes compatibles avec les lacunes relatives à la croissance économique en Afrique subsaharienne. C'est donc opportunément que les politiques industrielles des manga et comics, du fait de leur rentabilité, apparaissent comme des modèles perspectivistes qui s'offrent aux ICC, aux arts africains contemporains et aux Etats. En intégrant tous les éléments féconds aux BD nipponnes et étatsuniennes pour émerger, se développer et se déployer comme des archétypes dominants à la gouvernance culturelle en Afrique subsaharienne, il y a raisons et matières à saisir les enjeux et les opportunités. Pareilles circonstance et perspective poussent donc la réflexion à aller au-delà des étrangetés et des déficiences, pour penser à l'appropriation et l'exécution des mécanismes opérationnels externes au contexte africain.

En termes de stratégies de production, de distribution et de marketing, l'on suggère un intellect économique qui engage les éditeurs à travers des investissements massifs pour analyser le marché et ses variations, maîtriser les possibilités digitales, renouveler et dynamiser les séries, créer une relation durable avec le lectorat (Porter, 1988). L'applicabilité doit donc s'appuyer sur :

- le modèle de production aux formats papier et digital, respectivement pour les librairies et la vente en ligne ; le webtoon pour la vente et la lecture en ligne ; le format audio-visuel pour les séries à succès accessibles en ligne *via* les plateformes, les réseaux sociaux et les liseuses numériques ;
- le modèle de souscription mensuel ou de l'abonnement annuel pour des accès illimités à un catalogue ou un magazine de bande dessinée ;
- le modèle publicitaire à travers des canaux numériques de publicité, destiné aux PME, ONG et autres institutions gouvernementales.

Du point de vue des auteurs, la suggestion va dans le sens de ce qui a construit la réussite des manga au Japon et partout ailleurs dans le monde : le copyright et les droits d'auteur (Mangolte, 2010). Il s'agit : du paiement des droits d'exploitation ; des revenus issus d'adaptations des manga au cinéma et produits dérivés ; des honoraires et autres droits relatifs aux diverses prestations pendant les festivals et salons ; de l'apport des réseaux de financement participatif ; des rétributions des plateformes numériques et l'autoédition.

La *rémunération pour droits d'exploitation* est le premier levier de rentrée de revenus chez les auteurs. Elle englobe l'édition, les compilations des best-of en coffret, les éditions spéciales ou de collection, les traductions et les rééditions. La promotion et la vulgarisation des plateformes des ventes en lignes renforcent les éditions numériques devenant corollairement une source importante de revenus. Tandis que les éditions au format papier distribuent des droits d'auteur et de redevance inférieurs à 10%, les

éditeurs numériques comme « Manga Plus ou Comic Days reversent généralement entre 30% et 50% des revenus générés aux créateurs, un taux plus avantageux que l'édition papier » (Naguszewski, 2021 : 17). Un manga à succès traduit en plusieurs langues améliore de 20 à 45% les gains de son auteur.

Les *adaptations des manga aux dessins animés et produits dérivés* sont elles aussi des vecteurs et opportunités d'enrichissement dont rêve tout mangaka. Mangabox (2025) montre que cette alternative rapporte des revenus à hauteur de 1 à 3% des bénéfices engendrés au box-office mondial, par les plateformes de streaming, les diffusions télévisuelles et les ventes sur support DVD ou Blu-ray. Au-delà des actions financières directes, cette approche stimule les ventes des manga adaptés avec des recettes pouvant accroître de 40 à 1000%.

Les *festivals et salons* sont des sources directes et indirectes de revenus à travers des opérations de vente et des dédicaces. Par le biais des concordats, des promoteurs de certains événements dédiés à la BD sollicitent des mangaka pour donner un écho publicitaire à leurs activités. Une journée de prestation est évaluée entre 300 000 et 1 million de yens (de 1,06 à 3,55 millions fcfa) pour un auteur de renom. A l'occasion, une planche originale d'un bédéiste apprécié peut être cédée à un prix supérieur à 100 000 yens (355 000 fcfa) à un collectionneur. Les animations d'ateliers, de conférences et tables rondes, les tournées internationales en France ou aux Etats-Unis, génèrent habituellement entre 6 000 et 25 000 dollars (soit de 3,35 à 13,98 millions fcfa).

L'innovation technologique à travers *les réseaux de financement participatif, les plateformes numériques et l'autoédition*, a amélioré les options économiques des auteurs. Au Japon, Kickstarter offre des nouvelles possibilités aux mangaka de sponsoriser et développer des projets de BD grâce aux participations directes des fans, avec des sommes qui atteignent souvent des millions de yens. Les plateformes Webtoon, Piccoma ou encore Line Manga, prennent en charge des contenus pouvant générer des droits de propriété intellectuelle à hauteur de 30 et 40% des gains, contre un

pourcentage de 8 à 10% pour l'édition au format papier. Booth et Kindle Direct Publishing offrent des perspectives d'autoédition aux auteurs débutants ou de faible notoriété, leurs faisant bénéficier d'une marge de 70% du prix de vente. Ce modèle économique propose aussi des formules d'abonnements *via* des canaux tels que Fantia, Pixiv Fanbox, dont l'opérationnalité est décrite comme suit : « un webtoon populaire atteignant 100 000 vues par chapitre peut générer entre 1000 et 3000 dollars mensuels uniquement grâce aux revenus publicitaires », Mangabox (2025).

L'on sait que parler BD en termes de perspectives économiques et entrepreneuriales, en qualité d'auteur, d'éditeur ou de chercheur en Afrique subsaharienne, est davantage une épreuve de soliloque qu'un sujet d'un grand intérêt pour les gouvernants. Du diagnostic fait dans le cadre de cette étude, l'on infère la problématique de l'inertie industrielle de la bande dessinée aux paradigmes défectueux de gouvernance culturelle locale, qui engendrent corollairement l'immobilisme et l'infécondité des modèles développementalistes de la sphère. Pour relever le défi au regard des enjeux, l'on suggère la transposition et le déploiement des mécanismes stratégiques nippons ou nord-américains, subordonnés à plusieurs prérogatives factuelles fructueuses et des circonstances factorielles opportunes, qui interpellent la législation, les infrastructures, les éditeurs et les auteurs.

Conclusion

En Europe francophone comme au Japon ou aux Etats-Unis, les formules du système de rente de la BD sont très lucratives. Elles sont architecturées sur l'édition, la réédition, la traduction, les adaptations au cinéma et à la télévision, la conversion aux produits dérivés et les ventes directes des planches originales. Ces mécanismes, annexés au principe de transnationalité du marché, ont façonné le flux et la croissance des capitaux dans la durée. Les interactions qui se sont ensuivies ont déterminé la position, le rôle et les stratégies des différents acteurs. L'internationalisation

culturelle et l'inter-mutualité esthétique, agrégées à une méthode d'organisation de travail à la chaîne spécifique à l'industrie éditoriale, ont construit et assimilé des identités. Shûeisha et Kôdansha au Japon, Marvel et DC Comics aux Etats-Unis, le groupe Média participation, un consortium de leaders éditoriaux en Europe francophone, s'échangent et rééditent les titres populaires, avec des recettes macro-économiques qui atteignent des centaines de milliards d'euros (des milliers de milliards de fcfa).

Le rapport arithmétique du SNE (2021) estime les revenus cumulés des éditeurs européens francophones à 3,1 milliards d'euros pour 2021, soit 2033,47 milliards de fcfa. GfK (2016) évalue le chiffre d'affaires global des ventes en France à environ 458,6 millions d'euros en 2015, soit près de 300, 82 milliards de fcfa. Ces chiffres sont le reflet d'une politique d'appropriation efficace des manga et des comics, d'un mécanisme réussi d'accommodation aux nouveautés technologiques, avec un rôle important des réseaux socio numériques et des plateformes de vente en ligne.

Outre, la vente aux enchères d'une planche de BD d'Hergé à Paris par Artcurial et adjugée au prix record de 1,55 million d'euros, soit près de 1,02 milliards de fcfa, est un bon indicateur économique. De point de vue des auteurs, il est dit que le salaire mensuel d'un novice se situe entre 200 000 et 400 000 yens au Japon (soit 710 000 et 1,42 millions de fcfa), tandis qu'un mangaka expérimenté peut engranger des redevances et autres droits de propriété variant entre 1,2 et 5 millions de yens par album (soit de 4,26 à 17,75 millions de fcfa). De plus, les revenus globaux d'un mangaka de grande notoriété vont largement au-delà de ces chiffres. Par exemple, Eiichiro Oda, auteur de la série *One Piece*, a une fortune estimée à près de 230 millions de dollars en 2025, soit 129,95 milliards fcfa.

C'est donc fort de cet état de fait qu'après une autopsie critique des germes factuels à la convalescence du neuvième art africain subsaharien, l'on s'est résolu à proposer une réinvention de paradigmes qui repose sur le modèle bédéistique industriel

opérationnel en Europe francophone, au Japon et aux Etats-Unis. L'affirmation des jeunes talents, l'édification des cellules des manga et des comics au niveau local, pourraient valoir au-delà de l'optimisme du métier, la mise en marche d'un système économique de mutualité transnationale en faveur de la croissance économique. Le développement des formes numériques de l'objet BD et leur entrée comme support médiatique dans le champ de la publicité indiquent eux aussi l'évidente flexibilité de la bande dessinée à son temps. Force est donc de constater que désormais, le neuvième art compte dans les animations macro-économiques, dans des équations perspectivistes porteuses du développement. Cet optimisme va dans le sens du rapport annuel de l'UNESCO (2025) présenté à l'occasion du Sommet Mondiacult tenu à Barcelone du 29 septembre au 1er octobre 2025, selon lequel « la culture représente 3,4 % du PIB mondial », (Pioda, 2025 : para. 2).

Références orales et bibliographiques

Sources orales

Tableau 3 : liste des informateurs. **Source :** Japhet Miagotar, 2025.

N°	Nom (s) et Prénom (s)	Âge	Profession	Nationalité	Lieux et années/périodes des interviews
01	Robert Nkouamou	NC	Editeur/imprimeur	Camerounais	Yaoundé/Cameroun/2015-2022
02	Christophe Ngallé Edimo	NC	Scénariste/auteur	Franco-camerounais	Yaoundé/Cameroun/2019-2023
03	Simon Mboumbouo	NC	Editeur/Auteur	Camerounais	Yaoundé/Cameroun/2016
04	Afane Charles P.	NC	Enseignant - chercheur/Auteur	Camerounais	Yaoundé/Cameroun/2015-2024
06	Patrick Essono/Pahé	52	Auteur	Gabonais	Bitam-Yaoundé-Alger/Gabon-Cameroun-Algérie/2016-2021
07	Timma Olivier	NC	Enseignant - chercheur/Auteur	Camerounais	Yaoundé/Cameroun/2019-2024
08	Didier Kasäi	NC	Auteur	Centrafricain	Bangui-Yaoundé-Alger/RCA-

					Cameroun- Algérie/2011- 2019
0 9	Hector Sonon	N C	Auteur	Béninois	Yaoundé- Alger/Cameroun -Algérie/2012- 2017
1 0	Francis Groux	N C	Promoteur	Français	Alger/Algérie/20 10-2013
1 1	Tembo Kashau ri (Tembo Kash)	N C	Auteur	Congolai s/RDC	Alger/Algérie/20 11-2014
1 2	Barli Baruti	N C	Auteur	Congolai s/RDC	Alger/Algérie/20 13
1 3	Massiré Tounka ra	N C	Auteur	Malien	Alger/Algérie/20 12
1 4	George s Pondy	N C	Auteur	Camerou nais	Yaoundé/Camer oun/2012-2019
1 5	Pat Masioni		Auteur	Congolai s/RDC	Alger/Algérie/20 11-2013
1 6	Jo Palmer Akligo	58 an s	Auteur	Togolais	Lomé/Togo/201 3
1 7	Mendo zza	N C	Auteur/édi teur	Ivoirien	Alger/Algérie/20 11-2012
1 8	Adjim Dannga r	N C	Auteur	Tchadien	Alger/Algérie/20 14
1 9	Didier Viode	N C		Benin	Alger/Algérie/20 11-2012
2 0	Bérengé r	N C	Auteur	Burkinab é	Ouagadougou/B urkina/2019

	Yameo go				
2 1	Fatou Boye	N C	Auteure	Sénégalai se	Dakar/Sénégal/2 015
2 2	Ndrem atoa	N C	Auteur	Malgache	Alger/Algérie/20 12
2 3	Julie Nzang	N C	Directrice du Musée des traditions du Gabon	Gabonais e	Libreville/Gabo n/2023
2 4	Kira Claude Guinga né	N C	Promoteur Espace culturel Gambidi	Burkinab é	Ouagadougou/B urkina Faso/2019
2 5	Alexan dre Médar	N C	Médiateur culturel	Burkinab é	Ouagadougou/B urkina Faso/2019
2 6	Koudbi Koala		Président du la Plateforme culturelle du Burkina Faso	Burkinab é	Ouagadougou/B urkina Faso/2023

Sources bibliographiques

ADORNO W. Théodore, 1964. « L'industrie culturelles », in Communications N°3, automne 1964, pp. 12-18.

ADORNO W. Théodore & HORKHEIMER Max, 1974. *La dialectique de la raison*, traduction française d'Eliane Kaufholz, Gallimard, Paris.

AJPEA, 2023. « Où en sont les ventes de mangas au Japon ? », mis en ligne le 22 février 2023 in www.nippon.com, consulté le 18 octobre 2025.

ARBORIO Anne-Marie & FOURNIER Pierre, 1999. *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Nathan, Paris.

BOURDIEU Pierre, 2022. *Microcosmes : théorie des champs*, Liber/Raisons d'agir, Paris.

1979. « Les trois états du capital culturel », in Actes de la recherche en sciences sociales, N°30, novembre 1979, pp. 3-6.

CCDA, 2024. « Les Industries Culturelles et Créatives (ICC), moteurs de l'économie et de l'innovation », mis en ligne le 16 avril 2024 in <https://centrecultureldakar.art/actualite/les-industries-culturelles-et-creatives-icc-moteurs-de-leconomie-et-de-linnovation/>, consulté le 29 décembre 2025.

CLINKEMAILLIÉ Tifenn, 2023. « Le marché de la bd en 5 chiffres fois », mis en ligne du 26 janvier 2023 in <https://www.lesechos.fr>, consulté le 05 août 2025.

DARGERE Christophe, 2012. *L'observation incognito en sociologie. Notions théoriques, démarche réflexive, approche pratique et exemples concrets*, L'Harmattan, Paris.

DBMR, 2025. « Marché mondial de la bande dessinée - Tendances et prévisions du secteur jusqu'en 2031 », mis en ligne le 14 juillet 2025 in <https://www.databridgemarketresearch.com/fr/reports/global-comic-book-market?>, consulté le 1^{er} octobre 2025.

FABBRI Marie & GUILBERT Xavier, 2024. « Le marché de la bande dessinée en Europe », mis en ligne le 12 mai 2024 in <https://www.du9.org/dossier/le-marche-de-la-bande-dessinee-en-europe/>, consulté le 10 août 2025.

FASSEUR Barbara, 2022. « Aux États-Unis aussi, les ventes de mangas battent des records », mis en ligne le 01 mars 2022 in

<https://actualitte.com/article/104963/international/aux-etats-unis-aussi-les-ventes-de-mangas-battent-des-records>, consulté le 11 novembre 2025.

FLEURY Laurent, 2016. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, 3^{ème} édition, Armand colin, Paris.

GABILLIET Jean-Paul, 2005. « Du comic book au graphic novel : l'eupéanisation de la bande dessinée américaine », in *Image & Narrative*, N°12, août 2005, pp. 67-81.

GARY Nicolas, 2017. « BD, mangas et comics : une forte progression dans les librairies », in *AL-ActualLité*, N°13, février, pp. 25-38.

GEORGES Pierre, 2016. « Les ventes de livres imprimés en hausse de 2,8% en 2015 aux Etats-Unis » mis en ligne le 05 janvier 2016 in <https://www.livreshebdo.fr/article/les-ventes-de-livres-imprimees-en-hausse-de-28-en-2015-aux-etats-unis>, consulté le 22 avril 2025.

GFK/NIQ, 2025. « Ventes de bande dessinées et mangas en France 2023 », mis en ligne le 25 janvier 2024 in <https://nielseniq.com/global/fr/news-center/2024/ventes-de-bande-dessinees-et-mangas-en-france-2023/>, consulté le 12 juin 2025.

2024. « Ventes des bandes dessinées et mangas en France en 2024 », mise en ligne le 15 janvier 2024, in <https://nielseniq.com/global/fr/insights/report/2021/vente-de-bande-dessinee-croissance-segment-de-la-bd-gfk>, consulté le 14 août 2025.

2021. « Rapport Vente de bande dessinée, croissance segment de la BD » mis en ligne le 28 janvier 2021 in <https://nielseniq.com/global/fr/insights/report/2021/vente-de-bande-dessinee-croissance-segment-de-la-bd-gfk>, consulté le 04 octobre 2025.

GLEVAREC Hervé, 2018. « Du Capital culturel au savoir : critique des usages substantiels et cognitifs d'un rapport social arbitraire », in *Sociologie et sociétés*, Vol. 50/N°1, printemps 2018, pp. 205-234.

GRIEPP Milton, 2025. « Comics and graphic novel sales up », mis en ligne le 11 juin 2025 in <https://icv2.com/articles/markets/view/60012/comics-graphic-novel-sales-2024>, consulté 15 juillet 2025.

GUILBERT Xavier, 2022. « La légitimation en devenir de la bande dessinée », mis en ligne le 15 septembre 2022 in <https://www.comicalites.revues.org>, consulté le 29 octobre 2025.

KLOCK Marie, 2024. « Vente bd dans le monde 1 : cas de la France », in *Libération*, N°13240, janvier 2024, pp. 11-12.

KOSEI Aoto, 2010. « La force du phénomène manga, en chiffres et en photo », in *Nippon*, N°4, décembre 2010, pp. 6-11.

LACROIX Jean-Guy, 1986. « Pour une théorie des industries culturelles », in *Cahiers de recherche sociologique*, Vol.4/N°2, automne 1986, pp. 5-18.

LEHMANS Anne, 2008. « Le manga, image d'une culture mondialisée », mis en ligne le 18 novembre 2018 in <https://hal.science/hal-01925964v1>, consulté le 18 août 2025.

LE SAUX Laurence, 2025. « Marché de la BD : un tassement prévisible après des chiffres post-Covid exceptionnels », mis en le 31 janvier 2025 in <https://www.telerama.fr/livre/marche-de-la-bd-un-tassement-previsible-apres-des-chiffres-post-covid-exceptionnels-7024140.php>, consulté 11 août 2025.

LEVESQUE Benoît, 2006. « La sociologie économique : genèse, actualité et évaluation », in *Interventions Economiques*, N°33 avril 2006, pp. 38-55.

MANGABOX, 2025. « Comment Eiichiro oda a bâti son empire ? », mis en ligne le 07 octobre 2025 in

<https://www.mangabox.fr/succes-one-piece-comment-eiichiro-oda-bati-empire-financier>, consulté le 19 novembre 2025.

« Le salaire moyen d'un mangaka au Japon et à l'international », mis en ligne le 02 septembre 2025 in <https://www.mangabox.fr/salaire-moyen-mangaka-japon-international>, le consulté le 14 décembre 2025.

MANGOLTE Pierre-André, 2010. « Copyright et propriété intellectuelle », in *Gradhiva*, N°12, décembre 2010, mis en ligne le 04 novembre 2013 in <http://journals.openedition.org/gradhiva/1827>, consulté le 28 décembre 2025.

MOUNIER Thomas, 2022. « Des chiffres & du chiffre... les bons et les mauvais côtés du marché du livre après une année record », mis en ligne le 13 février 2022 in <https://www.bubble.com/9emeart/bd/edito/des-chiffres-les-bons-et-les-mauvais-cotes-du-marche-du-livre-apres-une-anne-records?> consulté le 12 octobre 2025.

NAGUSZEWSKI Marian, 2021. « Marché de l'art : la BD un objet comme un autre ? », mis en ligne le 10 juin 2021 in <https://information.tv5monde.com/international/marche-de-lart-la-bd-un-objet-comme-un-autre-13191>, consulté le 04 juillet 2025.

NIPPON.COM, 2021. « Livres et mangas au Japon en 2020 : un boost des ventes avec le confinement volontaire », mis en ligne le 27 février 2021 in <https://www.nippon.com/fr/japan-data/h00937>, consulté le 14 septembre 2025

2022. « Où en sont les ventes de mangas au Japon », mis en ligne le 07 janvier 2023 in <https://www.nippon.com/fr/japan-data/h01940/>, consulté le 12 septembre 2025.

NIQ, 2023. « Ventes de Bande-Dessinées et Mangas en France 2023 », mis en ligne le 25 Janvier 2024 in <https://nielseniq.com/global/fr/news-center/2024/ventes-de->

bande-dessinees-et-mangas-en-france-2023/, consulté le 15 septembre 2025.

NOËSON Gaëlle, 2016. « La BD numérique, un marché qui se structure en 2016 ! », in *Lettres numériques*, N°95, novembre 2026, pp. 35-44.

OLIVIER Charbonneau, 2003. « Les grandes industries de la bande dessinée », in *Documentation et bibliothèques*, Vol. 49/N°4, mars 2003, pp. 165-168.

PASAMONIK Didier, 2022. « Marché de la BD 2021 - Anatomie d'un malaise 1/3 : le triomphe international des mangas », in *L'Agence BD*, N°8, janvier 2022, pp. 12-20.

PENDARIAS Laurent & PENDARIAS Adrien, 2016. « Le manga est-il nécessairement lié à un contexte de production ? » in *Alternative Francophone*, Vol.1/N°10, avril 2016, pp. 39-55.

PIODA Stéphanie, 2025. « Sommet Mondiacult : la culture représente 3,4 % du PIB mondial » mis en ligne le 30 septembre 2025 in <https://www.lequotidiendelart.com/articles>, consulté le 18 novembre 2025.

PORTER Michael, 1988. *L'avantage concurrentiel*, InterEditions, Paris.

1982. *Choix stratégiques et concurrence*, Economica, Paris.

RATIER Gilles et al., 2005, « Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2005 : l'année de la mangalisation », in *ACBD*, N°871, octobre 2007.

2012, « Une année de bandes dessinées sur le territoire francophone européen. 2007 : diversité et vitalité », in *ACBD*, N°1546, juillet 2013.

2016, « Rapport sur la production d'une année de bande dessinée dans l'espace francophone européen. 2016 : l'année de la stabilisation », in *ACBD*, N°2825, décembre 2016.

ROCCHIA Simon, 2014. « Le marché du manga en France », mis en ligne le 1^{er} septembre 2014, in <https://doi.org/10.58079/rprt>, consulté le 18 août 2025.

SUVILAY Bounthavy, 2019. « Le « Cool Japan » *made in France*. Réappropriation du manga et de l'animation japonaise (1978-2018) », in Ebisu, N°56, mars 2019, pp. 71-100.

VERTALDI Aurelia, DELCROIX Olivier, 2016. « Tintin décroche la lune lors d'une vente aux enchères à 1,55 million d'euros », mis en ligne le 18 novembre 2016 in <https://www.lefigaro.fr/culture/encheres/2016>, consulté le 02 septembre 2025.

VINCY Thomas, 2015. « GfK précise sa méthodologie pour l'étude sur le livre numérique » mis en ligne le 15 avril 2015 in <https://www.livreshebdo.fr/article/gfk-precise-sa-methodologie-pour-letude-sur-le-livre-numerique>, consulté le 14 août 2025.

Notes utiles

- AJPEA : Association japonaise des éditeurs des magazines et des livres
- GfK Signifie « Gesellschaft für Konsumforschung » en allemand ; « Société pour la recherche sur la consommation » en français. Institution partenaire du Festival international de bande dessinée d'Angoulême-FIBD, GfK profite de la chasse édition du festival pour publier les résultats de l'étude de marché.
- SNE : Syndicat National de l'Edition.
- NIQ : NielsenIQ Book Scan.
- ACBD : Association des critiques et journalistes de bandes dessinées.
- RIS : *Research Institute for Publications*.
- ICV : *Indice comics value*.
- IRP : Institut de recherche et des publications.
- DBMR : Data Bridge Market Research

- Nielsen BookScan : Centre de recherche en statistiques marketing basée aux Etats-Unis. Il est devenu Circana BookScan en 2023, à la suite de sa fusion avec Information Resources. Ce centre « collecte chaque semaine des données sur les ventes de livres imprimés dans plus de 16 000 points de vente, notamment des détaillants en ligne, des chaînes, des grandes surfaces, des librairies indépendantes, etc. Circana couvre environ 85 % du marché américain des livres imprimés », Milton Griepp (2025), traduction française de Deepl.com.

Le Groupe Media participation est composé des maisons d'édition Dargaud, Le Lombard, Dupuis, Lucky Comics, Kana, pour la BD ; Gravity Europe, Citel et Anuman Interactive pour les produits dérivés (DVD, jeux vidéo, logiciels de loisirs, dessins animés...) ; Editions Chroniques, Rustica Editions, Fleurus, Mame, Editions Huginn et Muninn, Editions Mango, pour les livres dans des domaines autres que la bande dessinée.