



HAL
open science

Reprodukt : portrait d'un éditeur allemand de bandes dessinées (1991-2021)

Romain Becker

► To cite this version:

Romain Becker. Reprodukt : portrait d'un éditeur allemand de bandes dessinées (1991-2021). Littératures. Ecole normale supérieure de lyon - ENS LYON, 2023. Français. NNT : 2023ENSL0121 . tel-04530332

HAL Id: tel-04530332

<https://theses.hal.science/tel-04530332v1>

Submitted on 3 Apr 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



THESE

en vue de l'obtention du grade de Docteur, délivré par
l'ECOLE NORMALE SUPERIEURE DE LYON

Ecole Doctorale N° 484

Lettres, Langues, Linguistique, Arts

Discipline : Études Germaniques

Soutenue publiquement le 18/12/2023, par :

Romain BECKER

Reproduit : Portrait d'un éditeur allemand de bandes dessinées (1991-2021)

Devant le jury composé de :

CAMARADE, Hélène, Professeure des universités, Université Bordeaux Montaigne
FARGES, Patrick, Professeur des universités, Université Paris Cité
INDERWILDI, Hilda, Maîtresse de Conférences HDR, Université Toulouse 2 – Jean Jaurès
GABILLIET, Jean-Paul, Professeur des universités, Université Bordeaux Montaigne
LAGNY, Anne Professeure des universités, École normale supérieure de Lyon

Rapporteure
Rapporteur
Examinatrice
Co-directeur de thèse
Directrice de thèse



École doctorale 3LA, ED 484
Laboratoire IHRIM, UMR 5317

Thèse de doctorat



Portrait d'un éditeur allemand de bandes dessinées (1991–2021)

Présentée et soutenue publiquement le 18 décembre 2023 par

Romain BECKER

Sous la direction de Mme la Professeure Anne LAGNY

et de M. le Professeur Jean-Paul GABILLIET

Membres du jury :

Mme Hélène CAMARADE, Professeure des universités, Université Bordeaux Montaigne

M. Patrick FARGES, Professeur des universités, Université Paris Cité

M. Jean-Paul GABILLIET, Professeur des universités, Université Bordeaux Montaigne

Mme Hilda INDERWILDI, Maîtresse de Conférences HDR, Université Toulouse 2 – Jean Jaurès

Mme Anne LAGNY, Professeure des universités, École normale supérieure de Lyon

À Jacques

Remerciements

Cette recherche était un travail solitaire. Alors, merci et bravo à moi, d'avoir su résister ^a.

^a L'honnêteté m'oblige à citer également les nombreuses personnes qui m'ont accompagné, de très près ou d'un peu plus loin. Faute de talent artistique, mes remerciements se feront sous forme d'un texte banal mais sincère, plutôt que d'une bande dessinée ou d'une *tier list*. Ces quelques mots ne suffiront pas à exprimer toute ma gratitude, mais je tiens néanmoins à les imprimer dans cette thèse, qui n'aurait pas vu le jour sans des institutions bienveillantes et des personnes merveilleuses.

Je veux tout d'abord remercier **Anne Lagny** et **Jean-Paul Gabilliet**, qui ont dirigé cette thèse, mais qui suivent en réalité ma recherche depuis ses prémices, il y a bientôt une dizaine (!) d'années. Leurs relectures et conseils, tant scientifiques que professionnels et personnels, ont été essentiels pour canaliser mes idées et leur donner forme. Ils continueront assurément de me suivre pendant ma carrière (plus ou moins longue, selon mes talents de cuisinier).

Vielen Dank à **Dirk Rehm** de m'avoir ouvert les portes de sa belle maison d'édition et de la bande dessinée germanophone en général. L'équipe et les artistes de Reprodukt ont marqué le neuvième art pendant 30 ans ; je leur en souhaite beaucoup plus.

Un immense merci à **Anne, Aurore, Charlotte, JB, Katell, Layla, Paul, Rebecca**, et à **ma mère** pour leur fantastique travail de relecture. Si vous, lecteur·ices qui lisez ces lignes, avez repéré une fôte d'ortographe, veuillez adresser vos doléances à ces admirables (mais probablement pas infaillibles) correcteur·ices.

Du côté des institutions, je remercie **la Brèche**, (désormais plus si) jeune groupe de recherche sur la bande dessinée : de parfois courtes conversations avec les Bréchois·es ont inspiré de longues réflexions. Un merci tout particulier à **Isabelle Licari-Guillaume**, qui aura été mon premier contact avec les *comics studies*. De l'autre côté du Rhin, *ein großes Danke* aux collègues de la **ComFor** et de l'**AG Comicforschung**, notamment à **Véronique Sina** et **Nina Eckhoff-Heindl**, qui m'ont fait confiance pour mes premiers pas dans la recherche. Enfin, merci évidemment au **CIERA** pour son accompagnement

lors du congrès de la GSA, ses formations, ses membres et ses fêtes ; au *Deutsches Historisches Institut* de Paris, pour sa bibliothèque assidûment côtoyée ; à **Genre en Germ'** que je suis content de voir fleurir ; aux laboratoires **IHRIM**, **3L.AM** et **CIRPaLL**, qui m'ont accueilli durant ce temps de recherche.

Mes très cher-es **collègues**, mes cher-es **étudiant-es d'Angers et de Lyon**, merci à vous, qui m'avez redonné le moral et un sens à ce bien curieux métier.

Cette thèse n'aurait certainement pas pu être finalisée sans le soutien indéfectible de mes colocataires (officiel-les, honorifiques ou temporaires) : **Charlotte** (toujours la même), **Thibault**, **Maxime**, **Hubertus**, et les inséparables **Arthur** et **Léon**.

Merci à **toute ma famille** franco-allemande, en particulier à **mon papa**, *für den ich diesen Text auch gerne übersetze*, **ma sœur préférée**, **mon autre sœur**, et **mon frère**, à **ma maman** (chérie que j'aime) mais aussi à **Nanou**, sans qui je n'aurais jamais atterri à Lyon et dans la vie tout court. Merci aux **Durand** (juniors et moins juniors), qui m'ont rencontré avec la thèse et me découvriront désormais sans.

Enfin, merci aux nombreuses personnes, collègues, ami-es et famille, que ce texte ne pourrait pas contenir, faute de budget pour imprimer plus de pages... Les discussions, sorties, apéros, vacances et moult autres festivités ont contribué à mon bien-être et à ce que cette thèse paraisse enfin, à mon grand bonheur.

Laurie, mon soleil, il n'y aura pas assez d'espace sur cette page (ni de temps dans notre vie) pour te remercier suffisamment pour tout ce que tu m'apportes. J'ai déjà écrit assez de thèses comme ça et je crains de ne pouvoir d'ailleurs jamais trouver de mots à ta hauteur. Maintenant, c'est reparti pour de nouvelles aventures !

Note de l'auteur

Nous suivons la recommandation formulée par Sylvain Lesage dans son *Publier la bande dessinée : Les éditeurs franco-belges et l'album, 1950–1990* et emploierons délibérément le syntagme « bande dessinée » dans cette thèse plutôt que « BD », son abréviation pourtant très usitée. Cette formulation est plus longue, mais permet d'éviter la connotation familière et infantilissante qui accompagne souvent cette forme d'art. Dans le contexte germanophone, du fait de son histoire culturelle et des mots employés pour désigner le neuvième art, cette connotation est encore plus présente.

Par ailleurs, cette étude porte en partie sur la possible féminisation du monde de la bande dessinée de langue allemande. Dans l'espoir de remettre en question les représentations que l'on peut se faire de l'industrie de la bande dessinée et pour souligner l'égalité de personnes de genres différents, nous utiliserons donc, dans la mesure du possible, une écriture épécène lorsque nous parlons d'un groupe de personnes dont l'intégralité des membres n'a pas le même genre, plutôt que d'utiliser systématiquement un masculin grammatical. Ainsi,

- Quand nous parlerons de personnes, nous employons de préférence des formules épécènes lorsqu'elles existent, en parlant par exemple du « lectorat », plutôt que des « lecteurs ».
- En fonction de la flexion des mots, nous insisterons sur les formulations à flexion double, parfois plus longues, mais qui incluent des personnes utilisant différents pronoms ou genres grammaticaux (« acteurs et actrices »).
- Lorsqu'une flexion double rendrait la lecture trop peu fluide, nous faisons le choix d'utiliser le point médian (« · ») comme marqueur typographique séparant différentes flexions d'un mot. En allemand, nous nous servons d'un astérisque [*Gendersternchen*], plus usité dans cette langue. Afin de faciliter la lecture de ce type d'écriture, nous conservons la racine du mot au masculin et si le mot est au pluriel, nous n'utilisons qu'un seul point médian entre la terminaison masculine au singulier et la féminine au pluriel (« les éditeur·ices »).
- Afin d'éviter des présuppositions quant à la manière dont s'identifient les groupes d'artistes que nous évoquons, dans les parties traitant explicitement des dynamiques de genres, nous réitérerons régulièrement que les personnes ne sont pas forcément « hommes » ou « femmes »,

mais uniquement identifiées en tant qu'« hommes » ou « femmes » (des synonymes comme « lu-es en tant que », « supposé-es », etc. seront également employés).

Dans un souci d'inclusivité, suivant la recommandation de la Fédération Française des Dys et celle de la Fédération des Aveugles de France, cette thèse est également disponible sans signe « · » et en police OpenDyslexic, conçue pour être plus facilement lisible pour les personnes atteintes de troubles dys. Dans cette version plus accessible, les tableaux et illustrations possèdent un texte de remplacement.

Pour désigner les personnes qui écrivent et qui dessinent des bandes dessinées, nous avons choisi de parler avant tout d'« artistes ». D'une part, ce mot est épïcène et nous permet ainsi de parler de créateurs et créatrices de bandes dessinées sans susciter d'a priori quant à l'identité de genre des personnes dont nous parlons. D'autre part, l'usage de ce mot suppose que la bande dessinée est un art, et lui confère ainsi une légitimité qu'elle ne possède pas nécessairement dans le paysage universitaire, notamment en études germaniques. Néanmoins, dans un champ d'étude aussi fortement influencé par la langue anglaise, le mot « artiste » renvoie bien souvent à « *artist* », la personne qui a illustré l'œuvre, par opposition à « *writer* », auteur ou autrice du texte. Lorsqu'il y a une distinction à faire entre plusieurs personnes ayant travaillé sur une même œuvre, nous utiliserons un vocabulaire approprié (scénariste, dessinateur/dessinatrice...). Dans le cas contraire, nous désignerons par « artiste » toutes les personnes auxquelles l'éditeur attribue la paternité de l'œuvre, dessin et texte compris.

Enfin, nous avons adopté les conventions typographiques suivantes :

Herr Hase est un personnage.

« Herr Hase » désigne un épisode, un chapitre ou une sous-partie de publication.

Herr Hase renvoie au titre d'un ouvrage entier et/ou au titre d'une série d'ouvrages.

Sommaire

Remerciements.....	i
Note de l'auteur.....	iii
Sommaire	v
Introduction	1
État de l'art	14
Méthodologie.....	45
Plan.....	57
I. Histoire et géographie de Reprodukt : du projet <i>punk</i> à l'entreprise à succès.....	59
A. Reprodukt à travers le temps.....	59
B. Reprodukt à travers l'espace : enjeux d'une implantation à Berlin	94
II. Le catalogue de Reprodukt : une cohérence dans l'incohérence ?	163
A. Catégoriser le catalogue : comment désigner ses œuvres ?.....	164
B. Rythme de publication	193
C. Formats, couvertures, pages : un catalogue protéiforme	205
D. Qui crée les œuvres chez Reprodukt ?.....	265
III. Éditeur importateur : comment adapter une bande dessinée à son public ?.....	313
A. Rendre visible l'invisible : traduire le contenu de bandes dessinées.....	313
B. S'appropriier les adaptations : l'éditeur comme auteur	434
Conclusion : Une maison d'édition encore en construction ?	477
Bibliographie	494
Index.....	524
Table des illustrations.....	531
Table des Matières	535

Introduction

« [Éditeur], c'est un métier qui consiste à transformer des fichiers Word en PDF »¹. Cette définition du travail d'édition, prononcée dans l'émission radio *Par Jupiter !* par l'humoriste Guillaume Meurice, se veut bien sûr sarcastique. Mais comme dans nombre de traits d'humour de ce type, c'est la part de vérité (ressentie) qu'elle recèle qui prête à rire. Une maison d'édition interviendrait uniquement à un niveau technique, sans grande importance pour la personne qui lit une œuvre. Selon l'humoriste, ce geste s'effectuerait aujourd'hui facilement à l'ordinateur et ne correspondrait ainsi pas à la complexité de la création artistique. En « transformant » un manuscrit, la maison d'édition interviendrait par ailleurs uniquement sur la « forme », sans que cela ait une incidence sur le contenu. Or, la littérature regorge de grandes figures de l'édition ayant accompagné des artistes de renom, et qui illustrent que l'éditeur possède en réalité une influence non négligeable sur un livre. En outre, depuis le constat acerbe du sociologue Howard S. Becker, selon lequel la recherche considérait uniquement les éditeurs comme « personnel de renfort »² plutôt que comme acteurs de plein exercice, les historien·nes de l'art et du livre ont accordé davantage de place à l'aspect éditorial, et ont su démontrer son importance, bien loin des clichés évoqués par l'humoriste.

Pourtant, la question du rôle des maisons d'édition se pose encore avec acuité dans le milieu de la bande dessinée germanophone. En effet, dans la plupart des cas, celles-ci achètent des licences d'adaptation et ne participent pas directement à l'écriture de l'œuvre – en cela, leur importance dans la constitution de l'œuvre est contestable, puisqu'elles se greffent sur un travail déjà accompli. Pour reprendre la formule de G. Meurice, on pourrait penser que dans les pays germanophones, « éditeur de bandes dessinées, c'est un métier qui consiste à transformer des œuvres étrangères en œuvres allemandes ». Le travail de la maison d'édition serait ici certes une

¹ G. MEURICE, « Le management 4.0 », dans l'émission *Par Jupiter !*, 24 septembre 2020 (en ligne : <https://www.franceinter.fr/emissions/par-jupiter/par-jupiter-24-septembre-2020> ; consulté le 19 décembre 2020).

² H. S. BECKER, *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, p. 96.

nécessité pour les allophones, mais il semble à première vue tout aussi technique et peu significatif que dans la réplique originale. Dirk Rehm, fondateur de la maison d'édition Reprodukt, avoue lui-même dans une interview donnée à l'occasion des trente ans de l'entreprise : « Là où avant, nous devions passer des heures dans une chambre noire, il suffit désormais de cliquer une fois sur la bonne touche »³. Même si l'éditeur n'évoque ici qu'un aspect précis de la « transformation » en une nouvelle langue – en l'occurrence, le lettrage – et que sa description est hyperbolique, il livre néanmoins une vision de son travail proche de celle de G. Meurice. Pourtant, dans le cas de bandes dessinées importées, la « trans-formation » d'une langue vers une autre est aussi un « trans-fert » d'une culture vers une autre. Or, le transfert d'un objet vers une culture à laquelle il n'était originellement pas destiné « sous-entend une transformation en profondeur liée à la conjoncture changeante de la structure d'accueil »⁴, comme l'explique le germaniste Michel Espagne. On ne lit pas les bandes dessinées de la même manière en Autriche qu'au Japon, à Berlin qu'à Paris, en 1991 qu'en 2021 : en devant « transformer un fichier écrit en anglais/japonais/français en fichier écrit en allemand », une maison d'édition ne pourra pas se contenter d'appuyer sur un bouton et d'appliquer des automatismes, comme le sous-entendent G. Meurice et D. Rehm dans leurs répliques, mais elle devra assurer pour chaque livre le passage d'un système à un autre, en prenant en compte ses particularités.

Comme l'atteste le communiqué du prix K. H. Zillmer décerné en 2020 à D. Rehm (et à travers lui à Reprodukt, l'entreprise qu'il a fondée en 1991), cet acte de transformation implique parfois des « décisions particulièrement courageuses et importantes », témoignant d'un réel « engagement personnel »⁵ de la part de l'éditeur. Lorsqu'en 2018, la maison Reprodukt était

³ « Wo wir früher Stunden um Stunden in der Dunkelkammer verbringen mussten, um Filme zu belichten, reicht jetzt ein Klick auf die richtige Taste. », J. MANSO, « Interview mit Verleger Dirk Rehm von Reprodukt », sur *Filmophilie*, 4 juin 2021 (en ligne : <https://www.filmophilie.de/interview-mit-verleger-dirk-rehm-von-reprodukt/> ; consulté le 31 mai 2023).

⁴ M. ESPAGNE, *Les transferts culturels franco-allemands*, s. l., FeniXX, 1999, p. 286, cité dans B. JOYEUX-PRUNEL, « Les transferts culturels: Un discours de la méthode », *Hypothèses*, vol. 6, n° 1, 2003, p. 152.

⁵ « Le prix K.-H. Zillmer pour les éditeurs honore tous les deux ans des personnes de la vie littéraire qui ont eu le mérite de prendre des décisions particulièrement courageuses et importantes, et de faire preuve d'un grand

parmi les premières lauréates du *Berliner Verlagspreis*⁶ [Prix pour les éditeurs décerné par la ville de Berlin], c'est son caractère « innovant » et les « livres conçus avec un soin minutieux » qui avaient conquis le jury⁷. Innovante, courageuse, militante : depuis une trentaine d'années, le travail de Reprodukt consiste majoritairement à convertir des œuvres d'un format vers un autre et d'une langue vers une autre ; pourtant, son travail est apprécié et loué dans le milieu de la bande dessinée, dont elle constitue une actrice à part entière.

Même si la phrase de G. Meurice qui ouvre cette introduction renvoie évidemment une image tronquée de l'édition, elle correspond vraisemblablement à l'idée que se fait le public à la première lecture d'une œuvre : a-t-on l'impression qu'il y a une médiation entre nous et la personne qui l'a écrite ? La matière du texte – parce que c'est de cela que parle l'humoriste – a-t-elle vraiment joué un rôle pour l'expérience de lecture ou bien les mots auraient-ils eu le même génie sur un écran d'ordinateur ? Ces questions sont encore plus prégnantes lorsque l'on parle de bandes dessinées : prépubliées dans un magazine ou compilées dans une édition intégrale, imprimées en noir et blanc ou en couleurs, dans un format différent du dessin original... Si les illustrations d'une seule et même bande dessinée tolèrent de tels changements, cela signifierait-il que son apparence physique ne joue qu'un rôle secondaire ? En tout état de cause, la transformation opérée par la maison d'édition semble à première vue superflue, d'autant qu'elle se fait aujourd'hui surtout à l'ordinateur et paraît donc prosaïque par rapport à l'art de

engagement personnel en faveur de la littérature. », « Der K.-H. Zillmer-Verlegerpreis ehrt alle zwei Jahre Personen des literarischen Lebens, die sich durch besonders mutige und weitreichende Entscheidungen und großen persönlichen Einsatz um die Literatur verdient gemacht haben. », « K.-H. Zillmer-Verlegerpreis », sur *Site de Hamburgische Kulturstiftung*, s. d. (en ligne : <https://www.kulturstiftung-hh.de/kulturpreise/k-h-zillmer-verlegerpreis.html> ; consulté le 3 janvier 2021).

⁶ Reprodukt était parmi les toutes premières lauréates du prix, créé en 2018. Depuis, il a été décerné à d'autres éditeurs de bandes dessinées : en 2021 à Jacoby & Stuart, qui publie en partie des bandes dessinées, et en 2022 à avant-Verlag, qui publie exclusivement des bandes dessinées.

⁷ « Le deuxième prix est décerné à la maison d'édition Reprodukt, une créatrice de tendances qui perpétue la grande tradition de la bande dessinée avec des livres conçus avec un soin minutieux, et qui, de plus, a fait du roman graphique un genre établi pour un public plus large. Son programme éditorial est innovant et convaincant, même pour les jeunes. », « Der zweite Förderpreis geht an den Verlag Reprodukt, ein Trendsetter, der mit aufwendig gestalteten Büchern konsequent die große Tradition des Comics pflegt und außerdem die Graphic Novel für ein größeres Publikum etabliert hat. Sein Verlagsprogramm ist innovativ und überzeugend – auch für junge Menschen. », « Berliner Verlagspreis 2018 », sur *Site de Berliner Verlagspreis*, s. d. (en ligne : https://berlinerverlagspreis.de/?page_id=874 ; consulté le 3 janvier 2021).

l'illustration. Au mieux, l'édition serait inutile ; au pire, elle se ferait au détriment de l'œuvre et des artistes, en trahissant les qualités du manuscrit et en fragilisant encore plus leur statut déjà précaire⁸. Pourtant, les « livres conçus avec un soin minutieux » par Reprodukt seraient responsables à eux seuls, selon le jury du *Berliner Verlagspreis*, d'avoir fait accéder « le roman graphique à un public plus large »⁹. Ce sont donc les livres dans leur format édité et publié qui sont loués, et non pas l'art ou les textes en eux-mêmes, ni les artistes qui les ont conçus. Comment expliquer ce paradoxe ?

Dans la tradition littéraire européenne, les autrices ou auteurs – et surtout leurs œuvres – sont mis sur un piédestal : seul-e, guidé-e par son inspiration, l'artiste aurait donné naissance à un écrit ou à un dessin permettant au public d'accéder à une forme de vérité et d'admirer le génie créateur. Dans cette relation triangulaire entre artiste, œuvre, et public, subsiste la célèbre querelle entre Sainte-Beuve et Proust, celle de savoir s'il faut « séparer l'homme et l'œuvre »¹⁰, tandis que le rôle essentiel du public et de ses attentes est, au moins depuis les travaux de l'école de Constance sur la réception des œuvres¹¹, désormais accepté. Cependant, dans ce jeu entre artiste, œuvre et public, la recherche ne laissait jusqu'à l'époque récente guère de place pour une quatrième actrice : l'édition. Ce délaissement était constaté par H. S. Becker dès la préface des *Mondes de l'art* : « La tradition dominante place l'artiste et l'œuvre d'art, et non le réseau de coopération, au centre de ses analyses de l'art comme phénomène social. »¹² Selon lui, les

⁸ En ce qui concerne le profit généré par une œuvre, la maison d'édition remporte effectivement souvent une part plus importante que les artistes. Des collectifs d'artistes de bandes dessinées revendiquent régulièrement de réduire cette part, d'autant que leur situation économique s'est largement dégradée ces dernières années. Voir notamment la convocation des « États Généraux de la Bande Dessinée » à la suite d'une réforme du régime des retraites, ainsi que les mobilisations qui ont eu lieu dans le sillage du Rapport Racine, particulièrement alarmant quant à la situation socio-économique des artistes de bande dessinée en France ; « Les États Généraux de la Bande Dessinée », sur *Site des EGBD*, s. d. (en ligne : <http://www.etsgenerauxbd.org/> ; consulté le 5 février 2021) ; « Rapport Racine : “Nous en appelons à l'intervention de l'Etat pour donner aux créateurs des conditions plus justes et dignes” », sur *Le Monde*, 13 février 2020 (en ligne : https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/02/13/rapport-racine-nous-en-appelons-a-l-intervention-de-l-etat-pour-donner-aux-createurs-des-conditions-plus-justes-et-dignes_6029391_3232.html ; consulté le 5 février 2021).

⁹ « Berliner Verlagspreis 2018 », *op. cit.*

¹⁰ M. PROUST, *Contre Sainte-Beuve : précédé de Pastiches et mélanges et suivi de Essais et articles*, Paris, Gallimard, 2000, p. 221.

¹¹ Voir notamment H. R. JAUSS, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1978.

¹² H. S. BECKER, *Les Mondes de l'art*, *op. cit.*, p. 23.

éditeurs et éditrices seraient perçus comme « personnel de renfort »¹³, tandis que l'édition serait une activité purement prosaïque, qui tranche avec l'idéal d'un art transcendant la logique commerciale.

Or, comme le rappellent Sylvie Ducas et Maria Pourchet en citant l'historien du livre Jean-Yves Mollier, il y aurait de « vieilles réticences à penser communément 'l'argent et les lettres' »¹⁴, tant du point de vue du public général que de la recherche. Ces réticences, qui ont longtemps poussé à négliger les aspects péritextuels du livre, touchent justement les maisons d'édition. Avec ses considérations économiques et sa volonté d'adaptation de l'œuvre au public qu'elle vise, l'édition freinerait la créativité absolue de l'artiste, et serait alors même son antagoniste, comme l'explique Olivier Bessard-Banquy, chercheur spécialisé dans les métiers du livre :

L'un [l'artiste] est par nature cantonné au strict domaine de la création, l'autre [l'éditeur-ice] est par métier dans le monde pratique de la vente, ils ne se soucient pas des mêmes choses, ils ne poursuivent pas les mêmes buts. L'un veut s'imposer dans le domaine des arts, l'autre veut réussir sur le plan des affaires.¹⁵

Transgressant cette dichotomie apparente, les historien-nes du livre insistent sur le fait que les maisons d'édition ne se cantonnent pas à de simples considérations marchandes : leur travail relève également du domaine de la création et constitue une étape essentielle de la vie d'une œuvre. Selon la formule du chercheur Roger Chartier, « les auteurs n'écrivent pas des livres : non, ils écrivent des textes qui deviennent des objets écrits, manuscrits, gravés, imprimés (et

¹³ *Ibid.*, p. 96.

¹⁴ J.-Y. MOLLIER, *L'Argent et les lettres: Le capitalisme d'édition (1880-1920)*, s. l., Fayard, 2014, cité par S. DUCAS et M. POURCHET, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, vol. 179, n° 1, NecPlus, 2014, p. 24.

¹⁵ O. BESSARD-BANQUY, « De la relation auteur-éditeur. Entre dialogue et rapport de force », *A contrario*, vol. 27, n° 2, 2018, p. 79.

aujourd'hui informatisés) »¹⁶ – il revient en fait aux éditeurs « d'écrire des livres », puisqu'ils corrigent les ratures, altèrent certains passages, et donnent forme aux textes d'auteurs et d'autrices, comme le démontre régulièrement la génétique des textes. Or, la langue française courante ne décrit que de manière imparfaite les différentes facettes de ce travail d'éditeur, et peut donner l'impression qu'il est seulement cantonné à l'aspect mercantile. C'est pour cela que nous pouvons ici nous aider de la terminologie allemande et anglaise, disposant de mots différents pour décrire les activités variées qui occupent une maison d'édition.

Là où, en allemand, le mot « Verlag » désigne la maison d'édition, le mot français « éditeur » peut désigner à la fois l'entreprise (auquel cas il faut mettre le mot au masculin) *et* son employé-e. En anglais, on distingue également l'« *editor* » du « *publisher* » [la maison d'édition]. Le « *Verlag* »/« *publisher* », est la personne morale qui publie un livre ou un journal, qui assume le poids financier de la publication et qui gère les coûts et bénéfices de l'œuvre.

L'« *editor* », quant à lui, désigne les « éditeur-ices » (le genre grammatical peut changer en fonction de la personne), parfois appelé-es « rédacteur-ices » : une personne qui travaille pour une maison d'édition et qui accompagne l'artiste dans le processus de création. En allemand, on parlerait ici de « *Redakteur*in* » ou, plus communément, de « *Lektor*in* » : comme le nom allemand l'indique, ces éditeur-ices font un travail de (re)lecture en amont de la publication d'un texte. Une relecture d'ordre orthotypographique, bien sûr, mais qui vise aussi à améliorer la fluidité d'un texte ou la lisibilité d'une illustration, par exemple. Il ne s'agit pas d'écrire une œuvre à la place de l'artiste, mais de lui donner des suggestions pour faire de son texte et/ou de ses illustrations un livre publiable, c'est-à-dire qui peut être rendu public. Cette publication d'un texte signifie qu'on le « déclar[e] digne d'être lu »¹⁷, comme l'exprime la chercheuse

¹⁶ R. CHARTIER, *L'ordre des livres: lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre XIVE et XVIIIe siècle*, Aix-en-Provence, Alinea, 1992, p. 21.

¹⁷ « L'acte de publication, de 'mise en lumière' comme on le dit à la Renaissance, constitue donc le lieu d'un avènement : le texte, devenu livre, est désormais offert au lecteur et est par conséquent déclaré digne d'être lu. », A. REACH-NGO, « L'écriture éditoriale à la Renaissance. Pour une herméneutique de l'imprimé », *Communication & Langages*, vol. 154, n° 1, 2007, p. 65.

Anne Réach-Ngô au sujet de l'édition à la Renaissance. Les éditeur·ices accordent ainsi une certaine légitimité aux œuvres publiées ; en outre, ils ou elles endossent en partie la responsabilité de leur succès. Comme le rappelle l'Office franco-allemand pour la jeunesse (OFAJ) dans un guide introduisant les métiers du livre allemands à un public francophone (et vice-versa), le travail de correction orthographique relève, en France, des « préparateur[·ices] de copie » et des « correcteur[·ices] », qui sont « rattaché[es] au service de fabrication ». « En Allemagne en revanche, la préparation de copie n'existe pas en tant qu'étape particulière : ce travail relève des tâches des *Lektoren* qui l'effectuent parallèlement à leur travail sur le fond du texte »¹⁸.

Le travail des éditeur·ices allemand·es consiste donc à assurer accompagnement personnalisé de l'artiste et de son œuvre, auquel peuvent s'ajouter les responsabilités d'un·e agent·e : mettre des institutions en contact avec l'artiste, organiser des rencontres avec le public, suggérer des projets auxquels participer, etc. À un niveau plus administratif, les « *Verlagsmitarbeiter*innen* », les personnes employées par une maison d'édition (qui ne sont communément considérées comme éditeur·ices que lorsqu'elles s'occupent aussi de l'accompagnement créatif) gèrent également ce qui relève des droits de vente, de l'import et de l'export de licences, de relations avec la presse, des points de vente, etc.

Enfin, l'« éditeur·ice » peut également désigner la personne à la tête d'une maison d'édition, dont les responsabilités ne sont pas les mêmes que celles de ses employé·es. En allemand, on parlerait alors de « *Verleger* » ou de « *Verlegerin* », par opposition à « *Verlag* », la maison d'édition. Même s'il s'agit là souvent d'un poste de gestion avant tout commercial, c'est aussi à lui qu'il revient de donner les consignes pour le type d'artistes et d'œuvres à publier – donc de décider de la ligne éditoriale. Fonction à mi-chemin entre chef·fe d'entreprise et rédacteur ou

¹⁸ M. BERGMANN et C. MAURICE, « Regards croisés / Interkulturelle Betrachtungen », dans B. Bricaud et A. Jardin (éd.), *Métiers du livre / Buchwesen*, s. l., OFAJ/DFJW, 2009, p. 49.

rédactrice en chef, le « *Verleger* » de Reprodukt joue assurément un rôle majeur dans le fonctionnement et l'évolution de la maison d'édition.

Dans le cas de l'édition en format physique (et non pas numérique), et notamment pour la bande dessinée, s'ajoutent d'autres responsabilités pour la maison d'édition : la fabrication des œuvres (c'est-à-dire le choix du format, des matériaux, de l'imprimeur, ce dernier s'occupant généralement, sous la supervision de l'éditeur, de la fabrication en elle-même et de l'assemblage du livre), la gestion du réseau de distribution (voire de la distribution elle-même, si la tâche n'a pas été déléguée à une entreprise tierce), le stockage, etc.

En somme, quand on évoque l'édition, on évoque en réalité des tâches très diverses, articulées entre elles, qui contribuent toutes à transformer un simple texte et/ou des illustrations en œuvre publiable et publiée, avec toute la valeur matérielle et symbolique qui y est attachée¹⁹. Cette valeur ajoutée de l'œuvre éditée et publiée, par rapport au manuscrit, est ce qui fait la renommée de Reprodukt : d'après les éloges qui lui ont été décernés pour les prix susnommés, cette maison d'édition publie de beaux livres, bien fabriqués, bien traduits et adaptés à leur public. Quant aux artistes qu'elle publie, on ne les mentionne guère, lors de la remise de ces prix : le succès critique de cette maison d'édition serait à attribuer à *son* travail propre, et non au seul mérite des œuvres qu'elle édite.

Pourtant, en dépit des louanges prononcées à son égard – ou peut-être est-ce justement la raison de ces éloges ? –, Reprodukt est une maison d'édition à la marge. D'une part, en raison de sa taille particulière : avec sa production relativement restreinte et ses moins de dix employé-es, elle se situe à la fois bien loin des quelques très grandes maisons d'édition appartenant à de puissants groupes internationaux et qui représentaient en 2022 47 % de la production et 62 %

¹⁹ « Le changement de statut du texte, du manuscrit à l'imprimé, se manifeste aussi bien matériellement - ne serait-ce qu'à travers la production de l'objet typographique qui résulte de la publication - que symboliquement - la conversion du texte au livre inscrivant l'écrit au sein de processus de circulation et de conservation différents. », A. REACH-NGO, « L'écriture éditoriale à la Renaissance. Pour une herméneutique de l'imprimé », *op. cit.*, p. 52.

des ventes²⁰, mais également à l'écart des nombreuses petites structures éditoriales, parfois proches de l'auto-édition. La scientifique Bénédicte Reynaud parle, à cet égard, d'une industrie du livre polarisée, qui serait structurée en « oligopole à franges »²¹. Selon ce modèle, il existerait quelques entreprises au pouvoir monopolistique, tandis que des structures plus petites (les franges), qui ne peuvent s'opposer à leur poids sur le marché, peuvent proposer des produits différents, pour un public plus restreint. Selon notre recherche, la maison d'édition Reprodukt ne se situerait aujourd'hui ni tout à fait parmi les franges, ni parmi les entreprises dominantes. Cet entre-deux ne lui permet ni de jouer dans la même ligue commerciale que les uns, ni d'avoir accès aux mêmes réseaux de jeunes artistes avant-gardistes que les autres.

Selon cette vision de l'industrie de bandes dessinées, il y aurait d'un côté les grands groupes produisant des œuvres dites « *mainstream* », appartenant au « courant majoritaire » et visant un public large ; de l'autre, de petites entreprises qui produisent une bande dessinée « alternative » pour un lectorat restreint, ainsi que des structures encore plus marginales, voire confidentielles, qui produisent des œuvres de niche appelées « *underground* »²². Cependant, comme l'exprime le chercheur en philosophie Roy Cook :

Fournir une définition claire et précise des 'bandes dessinées alternatives' – qui clarifierait à la fois la différence entre les bandes dessinées alternatives et la scène des bandes dessinées *underground* qui les a précédées, et avec

²⁰ Avec ces chiffres, nous ne prenons en compte que les cinq maisons d'édition Panini, Egmont Ehapa, Carlsen, Tokyopop et Kazé, qui appartiennent à des multinationales. Si nous ajoutons Splitter ou Blue Ocean, des groupes dirigés depuis l'Allemagne, on peut ajouter 10 % supplémentaires aux publications et 11 % aux ventes. M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *Alfonz - Der Comicreporter*, n° 2/2023, juin 2023, p. 7 ; *Ibid.*, p. 14.

²¹ B. REYNAUD, « La dynamique d'un oligopole avec frange : Le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle*, vol. 22, n° 1, 1982, p. 61-71, cité par K. LE BRUCHEC, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs : le cas de The Hoochie Coochie », *Comicalités*, 1^{er} février 2022 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/6993> ; consulté le 22 novembre 2022).

²² Comme l'indique le mot, qui signifie « sous-terrain » en anglais, ce type d'œuvres ne se trouve pas dans les circuits de vente habituels pour les livres, mais se diffuse de manière plus cachée. En l'occurrence, les bandes dessinées *underground* des années 1960–1970 s'achetaient surtout sur commande ou dans les *head shops*, boutiques spécialisées dans la vente d'accessoires pour consommer du cannabis.

l'industrie *mainstream* de la bande dessinée, par rapport à laquelle elle constitue l'«alternative» – est probablement impossible.²³

Pour le chercheur Kévin le Bruchec, dont la recherche se concentre sur les maisons d'édition franco-belges, le statut d'éditeur alternatif se définit pourtant à travers et se traduit dans les pratiques éditoriales, qui résultent d'une position de dominé au sein de l'industrie culturelle.

C'est donc une position économique précaire au sein du secteur éditorial, couplée à une volonté de proposer « autrement » une « autre » bande dessinée, qui explique que ces éditeurs se soient regroupés au fil du temps autour de bannières comme « indépendants » ou « alternatifs ».²⁴

Plutôt qu'à travers des qualités qui lui sont propres, la bande dessinée alternative est en effet surtout définie par opposition à la production majoritaire et traditionnelle d'une aire géographique : en Amérique du Nord, tout livre qui « N'EST PAS [sur les] superhéros est considéré comme 'alternatif', puisque ce genre à lui seul domine entièrement [le marché] »²⁵, tandis qu'en France, on pourrait imaginer que les bandes dessinées qui s'éloignent des récits sériels au format « album » puissent être perçues comme alternatives, tant cette forme de publication est devenue hégémonique²⁶. Dans le cadre de notre étude, il s'agira de voir en quoi

²³ « Providing a clear and precise definition of 'alternative comics' – one that makes clear the difference between alternative comics and both the underground comics scene that preceded it, and the mainstream comic industry with respect to which it is the 'alternative' – is likely impossible. », R. T. COOK, « Underground and Alternative Comics », dans F. Bramlett, R. T. Cook et A. Meskin (éd.), *The Routledge companion to comics*, Londres, Routledge, 2017, p. 40.

²⁴ K. LE BRUCHEC, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs », *op. cit.*

²⁵ « In the comic book industry, anything that ISN'T superheroes is considered 'alternative' since that one genre so completely dominates », Peter Bagge in R. SABIN et T. TRIGGS (éd.), *Below Critical Radar: Fanzines and Alternative Comics from 1976 to Now*, Hove, Slab-O-Concrete, 2004, p. 100, cité dans D. SINGSEN, « An alternative by any other name: genre-splicing and mainstream genres in alternative comics », *Journal of Graphic Novels and Comics*, vol. 5, n° 2, 3 avril 2014, p. 172.

²⁶ « Par-delà les différences de lignes éditoriales, les catalogues des éditeurs du SEA [Syndicat des Éditeurs Alternatifs] s'éloignent de plusieurs éléments qui sont encore structurants pour le reste de l'édition de bande dessinée francophone : le fait de s'inscrire dans un genre particulier, le format de l'album, mais également la sérialité », K. LE BRUCHEC, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs », *op. cit.*

Reprodukt fait « autrement » que la production majoritaire et en quoi elle s'en rapproche. Nous devons aussi définir les caractéristiques essentielles de la bande dessinée *mainstream* germanophone par rapport à laquelle l'entreprise se positionne. Avec près de 650 bandes dessinées publiées en plus de 30 ans, Reprodukt s'est fait une place parmi les 10 maisons d'édition germanophones de bandes dessinées les plus importantes sur le plan des ventes – on peut ainsi voir en elle une représentante de la production majoritaire. Pour autant, sa part de marché oscille entre 1 %²⁷ et 3 %²⁸ durant les 10 dernières années étudiées, et son tirage moyen est d'environ 2000 – 3000 exemplaires : le lectorat de cet éditeur est de taille restreinte et peut donc être perçu comme alternatif.

D'autres caractéristiques font de Reprodukt une entreprise dont l'activité peut être considérée comme « à la marge ». Premièrement, il s'agit d'un éditeur de bandes dessinées en langue allemande ; or, le marché germanophone de la bande dessinée est décidément un espace marginal, négligeable et négligé par rapport au reste du monde – « un pays en voie de développement »²⁹, selon une déclaration du directeur des relations avec la presse de l'éditeur Panini, datant de 2016, mais qui reste pertinente aujourd'hui. Deuxièmement, la bande dessinée elle-même est un « objet culturel non-identifié »³⁰, à la jonction des arts graphiques et des arts narratifs, dont la légitimation « en demi-teinte »³¹ n'en fait ni un art tout à fait contre-culturel, ni un art tout à fait établi pour les instances de légitimation les plus reconnues³². En somme :

²⁷ M. HOFMANN, « Volle Kraft voraus - Der deutschsprachige Comic-Markt im Jahre 2011 », *Comic Report 2012*, avril 2012, p. 110.

²⁸ M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *op. cit.*, p. 14.

²⁹ « 'Pour la bande dessinée, l'Allemagne est un pays en voie de développement', pense Steffen Volkmer, rédacteur et directeur des relations avec la presse de la maison d'édition Panini. 'Si l'on compare avec le marché international, nous avons environ dix ans de retard' », « 'Deutschland ist ein Comic-Entwicklungsland', meint Steffen Volkmer, Redakteur und PR-Manager beim Panini-Verlag. 'Im internationalen Vergleich hinken wir etwa zehn Jahre hinterher.' », A. STEFFES, « Deutschland, ein "Comic-Entwicklungsland" », *Deutsche Welle*, 19 mars 2016 (en ligne : <https://www.dw.com/de/deutschland-ein-comic-entwicklungsland/a-19128927> ; consulté le 1^{er} juillet 2021).

³⁰ T. GROENSTEEN, *La bande dessinée: un objet culturel non identifié*, Angoulême, Éditions de l'An 2, 2006.

³¹ É. MAIGRET, « La Reconnaissance en demi-teinte de la bande dessinée », *Réseaux*, vol. 67, n° 5, 1994, p. 113-140.

³² Dans les années 1960, il s'agissait, selon Pierre Bourdieu, avant tout des universités et des académies. Des instances moins légitimes seraient par exemple les critiques et les clubs. Aujourd'hui, avec l'accès d'une partie plus large de la population aux études supérieures, le rôle de l'école et de l'université a sans doute diminué au profit d'autres instances. Voir notamment le schéma dans P. BOURDIEU, *Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Les Éditions de minuit, 2003, p. 24.

une maison d'édition de taille intermédiaire qui édite des bandes dessinées en langue allemande se situe forcément en marge de la production culturelle majoritaire. Reprodukt n'est ainsi ni tout à fait représentative de l'édition en Allemagne, ni de la production de bandes dessinées dans son ensemble : son emplacement, son histoire, son mode de fonctionnement et sa ligne éditoriale la distinguent nécessairement d'autres maisons d'édition.

Mais ce qui est à la marge est aussi nécessairement une interface, un espace de jonction entre plusieurs éléments³³ : Reprodukt conserve certes les lecteur-ices typiques de la bande dessinée, mais attire aussi de nouveaux publics ; son catalogue réunit à la fois des productions *underground* et alternatives et des œuvres *mainstream* ; enfin, elle établit un lien entre la bande dessinée internationale et celle de langue allemande. En empruntant les caractéristiques de plusieurs pôles du champ de la production de bandes dessinées, elle reste ainsi suffisamment semblable à d'autres maisons d'édition pour que l'étude de Reprodukt puisse nous aider à mieux appréhender d'autres structures : en étudiant cette maison d'édition, nous étudierons aussi la bande dessinée de langue allemande en général. Pour autant, son fonctionnement n'en demeure pas moins original et digne d'intérêt. Nous avons donc choisi de nous consacrer à l'analyse exclusive et détaillée de la maison d'édition Reprodukt, en nous concentrant sur des éléments qui font sa singularité par rapport à d'autres éditeurs et sur ceux qui en font une entreprise parmi d'autres. Même si la visée de cette thèse est la compréhension de cet éditeur en particulier, cela ne nous empêchera pas pour autant de mettre en regard certains éléments du catalogue ou du fonctionnement de cette structure éditoriale avec d'autres.

La particularité principale de Reprodukt par rapport aux maisons d'édition franco-belges et américaines étudiées jusqu'ici, est l'importance qu'elle accorde aux œuvres importées, typique de l'industrie germanophone en général. En outre, selon l'autodescription de l'entreprise sur

³³ Nous utilisons ici volontiers des concepts issus de la géographie, qui nous semblent bien décrire la situation de Reprodukt dans l'espace culturel (son emplacement dans l'espace géographique étant l'objet d'une partie ultérieure de ce travail). Pour une analyse de l'évolution du concept de « marge » en géographie, voir notamment B. PROST, « Marge et dynamique territoriale », *Géocarrefour*, vol. 79, n° 2, 1^{er} avril 2004, p. 175-182.

son site internet, sa ligne créative consiste à publier des œuvres personnelles avec un travail éditorial haut de gamme :

La personne et les expériences de l'auteur sont au centre de la majorité des publications. Même là où se crée de la fiction, on reconnaît des références autobiographiques et la perspective propre de l'artiste reste le point de départ décisif. On accorde une grande importance à une traduction soignée et à une bonne présentation.³⁴

Enfin, la description en anglais, différente de celle en allemand, explique :

[Reprodukt] se spécialise dans la publication de bandes dessinées alternatives et indépendantes.³⁵

En prenant en compte cette définition, tout au long de cette étude, il s'agira de comprendre comment les idéaux artistiques – et politiques – de Reprodukt se traduisent dans sa pratique éditoriale, et comment celle-ci évolue au fil du temps. Par ailleurs, nous nous demanderons quelle part d'influence une maison d'édition possède sur les œuvres qu'elle publie et pour quelles raisons elle leur attribue les caractéristiques sur lesquelles elle a un pouvoir. Facilite-t-elle seulement leur transfert vers les pays de langue allemande ou réécrit-elle les ouvrages au point d'en devenir une co-autrice ?

³⁴ « Bei einem Großteil der Veröffentlichungen stehen Person und Erfahrungen [sic.] des Autors im Blickpunkt. Auch wo Fiktion entsteht, werden autobiografische Bezüge erkennbar, bleibt die eigene Perspektive der wichtigste Ausgangspunkt. Auf sorgfältige Übersetzung und gute Ausstattung wird großen Wert gelegt. », « Verlagsporträt », sur *Site de Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://reprodukt.com/pages/verlag> ; consulté le 8 février 2023).

³⁵ « [Reprodukt] specializes in the publication of alternative and independent comics. », *Id.*

État de l'art

Il n'y a pas eu, à ce jour, de travaux de recherche sur l'édition de bandes dessinées en langue allemande, et rares sont les chercheuses et chercheurs francophones à s'être penché-es sur la bande dessinée germanophone en général. Après une brève introduction aux *comics studies*, sujet désormais bien balisé, cet état de l'art sera donc l'occasion de présenter pour la première fois en français un aperçu des recherches menées en Allemagne, en Suisse et en Autriche³⁶ sur la bande dessinée, puis de celles menées spécifiquement sur la bande dessinée germanophone. Étonnamment, nous le verrons, ces deux derniers points ne se recoupent que rarement. Nous concluons cet état de l'art en nous consacrant aux études sur les maisons d'édition de bande dessinée, domaine au cœur de cette recherche.

Aperçu des *comics studies*

Loin d'être une terre inconnue, la bande dessinée est un objet de recherche depuis au moins une cinquantaine d'années³⁷. En France notamment, des universitaires et artistes de renom, l'« intelligentsia canonisatrice »³⁸, selon la formule de Pascal Ory citée par Charles Ameline, s'étaient associé-es dès les années 1960 pour fonder les premières sociétés d'étude de la bande dessinée. Leurs écrits théoriques sur la bande dessinée, plus ou moins rigoureux, se positionnent cependant comme des discours de fans, c'est-à-dire des discours de « fanatiques » ou « d'amateurs acharnés », selon P. Ory, et non comme des discours scientifiques³⁹. Même après ces travaux anciens et une insertion progressive dans les canaux plus traditionnels de la science,

³⁶ Nous n'avons pas trouvé jusqu'à présent de recherches sur la bande dessinée au Liechtenstein et en Belgique germanophone, ni de chercheurs ou chercheuses luxembourgeois-es se penchant sur la bande dessinée.

³⁷ Matteo Stefanelli fait remonter le début des recherches sur la bande dessinée aux années 1940. E. MAIGRET et M. STEFANELLI (éd.), *La bande dessinée : une médiaculture*, Paris, Armand Colin, 2012, p. 18, cité par J. C. PORTELA, « Sémiotique de la bande dessinée : regards sur la théorie franco-belge », *Signata. Annales des sémiotiques / Annals of Semiotics*, n° 7, Université de Liège, 31 décembre 2016, p. 391-407.

³⁸ Pour une chronologie de ces premiers discours théoriques sur la bande dessinée, voir notamment C. AMELINE, « L'infantilisation de la bande dessinée par les discours », sur *du9*, janvier 2009 (en ligne : <https://www.du9.org/dossier/genealogie-d-un-interdiscours-sur/> ; consulté le 5 janvier 2021), citant P. ORY, *L'entre-deux-mai : histoire culturelle de la France, mai 1968 - mai 1981*, Paris, Seuil, 1983.

³⁹ Id.

les *comics studies*, c'est-à-dire la recherche universitaire en bandes dessinées, restent « naines » selon Bart Beaty, « par rapport à des disciplines académiques avec un niveau de crédibilité culturelle supérieur, une histoire institutionnelle plus longue et des ressources supérieures »⁴⁰. Que cela incombe à son manque de légitimité culturelle durant ses presque deux siècles d'existence ou à son statut bâtard, d'art visuel mais généralement narratif, la bande dessinée n'a pas eu accès aux mêmes « canaux d'affirmation »⁴¹ universitaires que d'autres formes d'art récentes. Dans la recherche comme dans la sphère institutionnelle, « les arts reconnus ne sont en fait guère prêteurs [...] : la BD se désagrège dans l'univers des créations plastiques ou dans celui de la création littéraire »⁴², comme l'explique le sociologue Éric Maigret.

La première difficulté rencontrée par l'étude de bandes dessinées est la définition de son objet même. Un grand nombre d'ouvrages savants a ainsi dû être dédié à l'explication du fonctionnement de la bande dessinée. Bien que les œuvres écrites par des artistes dans les années 1980 et 1990 aient sans doute eu plus de retentissement et de succès commercial⁴³, celles écrites par des universitaires ont su apporter davantage de rigueur à la question de l'objet d'étude des *comics studies* à savoir que, justement, l'objet étudié restait indéfinissable dans l'absolu. Le plus ancien ouvrage savant écrit par des germanophones et s'essayant à une définition de la forme

⁴⁰ « Academic areas with higher levels of cultural credibility, longer institutional histories, and superior resources continue to dwarf comics studies in almost every imaginable way. », B. BEATY, « Introduction », *Transatlantica*, n° 1, 22 juin 2010 (consulté le 4 janvier 2021).

⁴¹ Dans son article paru dans la revue *Réseaux*, Éric Maigret décrit les manières dont le statut hybride de la bande dessinée a pu lui ouvrir la porte de certaines institutions légitimatrices, dont les musées, mais explique également comment d'autres (l'école, l'université) lui restent fermées précisément à cause de sa proximité avec ces autres formes d'art et de la supposée jeunesse de son public. É. MAIGRET, « La Reconnaissance en demi-teinte de la bande dessinée », *op. cit.*

⁴² *Ibid.*, p. 125.

⁴³ L'œuvre *Comics and Sequential Art* de Will Eisner, puis celles de Scott McCloud, artiste qui se réfère explicitement à Eisner, ont sans nul doute contribué à populariser la recherche en bandes dessinées et ainsi apporté une bien grande pierre à l'édifice des *comics studies*. Cependant, leur apport théorique, jugé trop simpliste et peu scientifique, est aujourd'hui contesté dans les milieux universitaires, comme l'affirme le chercheur Nasrullah Mambrol dans un texte résumant l'évolution des *comics studies* : « Presque tous les livres et articles ont dès lors cité McCloud, même si ce n'était que pour le contredire », « Nonetheless, virtually all books and papers on comics since have cited McCloud, even if only to refute him », N. MAMBROL, « Introduction to Comics Studies », sur *Literary Theory and Criticism*, 22 octobre 2017 (en ligne : <https://literariness.org/2017/10/22/introduction-to-comics-studies/> ; consulté le 5 janvier 2021) ; W. EISNER, *Comics and Sequential Art*, New York, W. W. Norton, 2008 ; S. MCCLOUD, *Understanding Comics*, Northampton, Kitchen Sink Press, 1993.

d'art, de son histoire et de son public, est celui de Wolfgang Fuchs et de Reinhold Reitberger, datant de 1971 et intitulé *Comics: Anatomie eines Massenmediums* [Bandes dessinées : anatomie d'un média de masse]⁴⁴. Le fait qu'il y ait eu, en 2009, un ouvrage qui traite précisément du même sujet et intitulé *Comics: zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums* [Bandes dessinées : histoire et théorie d'un média de culture populaire]⁴⁵ – ainsi qu'au moins trois autres publications allemandes ayant la même ambition et publiées en l'espace de vingt ans⁴⁶ –, montre bien que le problème de la définition de cette forme d'art reste irrésolu. Comme le déclare Charles Hatfield dans la préface de *The Secret Origins of Comics Studies*, « les *comics studies* sont un champ marginal, qui se caractérise par l'incertitude sur la nature de l'objet qu'il étudie »⁴⁷. Peuvent ainsi être étudiés des objets de nature tout à fait différente, allant du *webcomic* au jeu de cartes, mais aussi des éléments qui s'y rattachent, comme les artistes et les maisons d'édition. Le lien entre ces éléments et les *comics studies* doit alors être établi par les chercheurs et chercheuses qui les étudient.

En quête de légitimité académique et en l'absence d'une méthodologie et d'un objet d'étude bien établis, les recherches sur la bande dessinée ont donc dû se rapprocher de méthodologies qui avaient déjà fait la preuve de leur efficacité et de leur légitimité, ainsi que de disciplines universitaires classiques. Comme le détaillent les nombreux contributeurs et contributrices à *The Secret Origins of Comics Studies*, ouvrage retraçant l'évolution des recherches sur les bandes dessinées⁴⁸, une grande partie de celles-ci a ainsi été consacrée à établir la généalogie de

⁴⁴ W. FUCHS et R. REITBERGER, *Comics: Anatomie eines Massenmediums*, Munich, Moos, 1971.

⁴⁵ S. DITSCHKE, K. KROUCHEVA et D. STEIN (éd.), *Comics: zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums*, Bielefeld, transcript-Verlag, 2009.

⁴⁶ Nous pensons ici à D. GRÜNEWALD, *Comics*, Tübingen, Niemeyer, 2000 ; J. ABEL et C. KLEIN (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016 ; S. PACKARD et al., *Comicanalyse: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2019.

⁴⁷ « Comics studies is a liminal field, defined by the unresolved nature of its very object of study. » C. HATFIELD, « Comics Studies, The Anti-Discipline », dans M. Smith et R. Duncan (éd.), *The Secret Origins of Comics Studies*, Londres, Routledge, 2017, p. 1.

⁴⁸ L'ouvrage souhaite éclairer la chronologie des *comics studies* et réussit, à notre sens, dans cette entreprise. Cependant, comme l'admettent eux-mêmes les éditeurs de cet ouvrage, il ne prétend pas à l'exhaustivité et omet notamment la recherche plus contemporaine de personnes comme Bart Beaty, Jean-Paul Gabilliet, Anne Magnussen etc., M. SMITH et R. DUNCAN, « Preface », dans R. Duncan et M. Smith (éd.), *The Secret Origins of Comics Studies*, London, Routledge, 2017, p. xxxiv.

la bande dessinée, à en écrire l'histoire. En parallèle s'est développée une approche de l'analyse de la bande dessinée dans un prolongement des études littéraires, mais tentant néanmoins d'affirmer l'originalité du médium étudié. À la suite du succès de l'exposition *Bande dessinée et figuration narrative* et de son catalogue⁴⁹, la bande dessinée a pu se constituer comme potentiel objet d'études « littéraire » dans la France des années 1970. C'est alors l'analyse sémiologique de la bande dessinée, inaugurée par Pierre Fresnault-Deruelle dans sa thèse en 1970, puis développée dans ses livres⁵⁰, qui s'est imposée à l'époque. Enfin, l'étude sociologique de la bande dessinée (tant l'étude du public que celle des artistes) s'est établie particulièrement en France après la publication de « La Constitution du champ de la bande dessinée » de Luc Boltanski en 1975⁵¹. Celui-ci étudiait la bande dessinée comme exemple de l'art dit « moyen », qui, à la manière de la photographie, serait un art légitimable, en passe d'accéder aux sphères de légitimité. Au sujet de cette étude, le chercheur E. Maigret note : « Que la plus remarquable étude sociologique parue sur la bande dessinée ait été rédigée par un chercheur alors membre de l'équipe de Pierre Bourdieu, attaché à la description et à la théorisation de la 'culture légitime', est d'ailleurs révélateur du changement de statut affectant la bande dessinée à l'époque. »⁵² Bien que ce travail fût à l'époque salutaire, sa méthodologie a ensuite été « revisitée et remise en cause, notamment dans les années 1990 par E. Maigret »⁵³, comme le remarque l'historien Sylvain Lesage. Dans son article « La Reconnaissance en demi-teinte de la bande dessinée »⁵⁴, E. Maigret considérait qu'il fallait « vingt à trente ans plus tard [...] rendre compte du nouvel état du 'champ' et [...] constater aussi que le paysage s'est profondément modifié

⁴⁹ P. COUPERIE *et al.*, *Bande dessinée et figuration narrative*, s. l., Musée des arts décoratifs, 1967.

⁵⁰ Dont son premier livre, *La bande dessinée : essai d'analyse sémiotique*, tiré de sa thèse. Pour une étude plus détaillée sur le développement des analyses sémiotiques et sémiologiques de la bande dessinée, voir l'article de Jean Cristtus Portela. P. FRESNAULT-DERUELLE, *La bande dessinée : essai d'analyse sémiotique*, Paris, Armand Colin, 2009 ; J. C. PORTELA, « Sémiotique de la bande dessinée », *op. cit.*

⁵¹ L. BOLTANSKI, « La constitution du champ de la bande dessinée », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1975, p. 37-59.

⁵² É. MAIGRET, « La Reconnaissance en demi-teinte de la bande dessinée », *op. cit.*, p. 116.

⁵³ S. LESAGE, « Légitimation de la bande dessinée », sur *Penser la bande dessinée*, 29 mai 2020 (en ligne : <https://penserlabd.hypotheses.org/13> ; consulté le 5 janvier 2021).

⁵⁴ É. MAIGRET, « La Reconnaissance en demi-teinte de la bande dessinée », *op. cit.*

pour la bande dessinée ». ⁵⁵ Plus récemment, même les chiffres de Boltanski de l'époque ont pu être nuancés dans le travail de thèse de l'historienne Jessica Kohn ⁵⁶.

Aujourd'hui, même si elles sont tributaires de ces premières recherches historiques, sémiologiques et sociologiques, les *comics studies* adopteraient plutôt une approche pluridisciplinaire, moins soucieuse de s'inscrire dans des courants d'analyse canoniques. En effet, d'après les chercheurs et chercheuses qui ont contribué à *Comicanalyse: Eine Einführung* en 2019, « depuis environ quinze ans, les bandes dessinées intéressent de plus en plus de disciplines et d'angles de recherches tous plus différents les uns que les autres, et la diversité des contextes dans lesquels on les prend pour sujet ne cesse de croître » ⁵⁷. Si les *comics studies* n'ont réussi à se constituer en véritables parcours universitaires qu'à de rares endroits ⁵⁸, la bande dessinée s'est établie comme n'étant plus l'apanage d'une seule et même matière universitaire, mais un objet d'études inter- et transdisciplinaires – ce qui pousse C. Hatfield à remarquer l'« indiscipline » ⁵⁹ des *comics studies*, voire de les déclarer « anti-discipline » ⁶⁰. L'objet échappe aux définitions rigides que pourrait lui imposer une discipline universitaire singulière et nécessiterait alors une approche qui se détacherait de ces limites arbitraires. Ainsi, des chercheurs et chercheuses en lettres, en langues et civilisation étrangères, mais aussi en histoire ou encore en sociologie, contribuent à la recherche en bandes dessinées, en recourant à des

⁵⁵ *Ibid.*, p. 117.

⁵⁶ J. KOHN, « Travailler dans les Petits Mickeys » : les dessinateurs-illustrateurs en France et en Belgique de 1945 à 1968. Thèse sous la direction de Laurent Martin et de Jean-Paul Gabilliet, soutenue en 2018 à l'université Sorbonne Paris Cité.

⁵⁷ « Comics stehen nicht erst seit Kurzem, aber doch seit etwa 15 Jahren immer stärker im Interesse unterschiedlichster Disziplinen und Forschungsrichtungen, und die Diversität von Kontexten, in denen sie thematisiert werden, steigt weiter. », S. PACKARD *et al.*, *Comicanalyse*, *op. cit.*.

⁵⁸ Pour l'université en France, citons ici la récente et réjouissante création du Master « Bande dessinée : édition, théorie et critique » à l'Université Bordeaux Montaigne, qui a été précédée par le « Parcours Bande dessinée » en collaboration entre l'Université de Poitiers et l'École Européenne Supérieure de l'Image (EESI), à visée professionnalisante. À l'international, des Master en *comics studies* sont proposés par la University of Florida, la University of Oregon et par la University of East Anglia, entre autres. Toutefois, ces cursus sont systématiquement associés aux départements de lettres ou d'études des médias [*Media studies*] et ne permettent donc pas d'affirmer l'étude des bandes dessinées comme discipline indépendante avec les moyens financiers correspondants.

⁵⁹ C. HATFIELD, « Indiscipline, or, The Condition of Comics Studies », *Transatlantica*, n° 1, 22 juin 2010 (en ligne : <http://journals.openedition.org/transatlantica/4933> ; consulté le 5 janvier 2021).

⁶⁰ C. HATFIELD, « Comics Studies, The Anti-Discipline », *op. cit.*

méthodologies empruntées à des disciplines autres que la leur, tout en s'inscrivant pourtant dans une même tradition de recherche. L'introduction de *Comicanalyse*, ouvrage lui-même issu de la collaboration entre chercheuses et chercheurs de différents horizons académiques, insiste ainsi sur la nécessité d'une approche pluridisciplinaire.

L'analyse de bandes dessinées sera forcément une approche collaborative, et l'on ne devrait pas viser à isoler une discipline ou une perspective analytique singulières de la multitude des approches.⁶¹

C'est ainsi que l'auteur de la thèse que vous lisez, bien qu'ayant effectué un parcours de germaniste et d'angliciste, se voit confronté à un objet d'études qui ne sera pas seulement analysé sous l'angle des civilisations étrangères. De prime abord, l'objet d'études lui-même – une maison d'édition allemande – nous ancre forcément dans les études germaniques, à la croisée des approches civilisationnelles et littéraires de cette discipline, davantage définie par son objet que par une méthodologie uniforme, elle aussi. Pour tous les aspects que nous analyserons, le contexte germanophone devra être pris en compte et informera nos conclusions. En outre, des concepts sociologiques ont été mobilisés pour étudier le positionnement de la bande dessinée dans le champ culturel local (« champ », « pôle », etc.). Les outils de la sociologie nous serviront également pour analyser les conditions de travail et de vie des différent-es acteur-ices de la bande dessinée, le type de public, et le pouvoir de la maison d'édition (nous parlerons alors d'« *agency* »). Notre analyse portant également sur des questions de genre (celui des artistes, mais aussi des travailleurs et travailleuses de la maison d'édition), dans nos statistiques, nous nous appuyerons également sur les approches des études de genre, ancrées dans la transdisciplinarité à l'instar des *comics studies*. Puisque nous retraçons la généalogie d'une maison d'édition et celle de ses publications, cela nous rapproche des recherches faites en histoire du livre, dans lesquelles nous puiserons également, notamment pour définir le rôle des

⁶¹ « Ein analytischer Zugang zu Comics kann also nur von Zusammenarbeit geprägt sein und sollte nicht anstreben, eine einzelne Disziplin oder analytische Perspektive aus der Vielfalt der Herangehensweisen herauszulösen », S. PACKARD *et al.*, *Comicanalyse*, *op. cit.*, p. 2.

éditeur·ices dans le processus de création du livre. Avec des approches aussi variées à notre disposition, nous pourrions donner une vue transversale sur les pratiques éditoriales présentées ici.

Grâce aux laboratoires et aux organisations pluridisciplinaires dont nous faisons partie, nous avons pu rencontrer et être accompagné par des collègues issu·es de différents champs universitaires. Les ouvrages, concepts, et méthodologies qu'ils et elles nous ont présenté ont ainsi informé notre travail et l'ont ancré dans une vision transdisciplinaire. Dans son approche plurielle, ce travail pourra, en outre, s'appuyer sur des travaux qui l'ont précédé, même si l'objet de l'étude lui-même, la maison d'édition Reprodukt, n'a pas encore été traité.

Recherches germanophones sur la bande dessinée

Pour la deuxième partie de cet état de l'art, il nous faut aborder l'étude de la bande dessinée germanophone, en commençant par les études menées par des Allemand·es, des Suisses et des Autrichien·nes au sujet de la bande dessinée (en langue allemande ou non). À l'image de l'objet qu'elle étudie, cette recherche affichait certes longtemps un certain retard par rapport aux aires anglophones et francophones, mais se distingue depuis plusieurs années par un dynamisme particulier. Afin d'établir ce volet de l'état de l'art, nous avons pu nous appuyer sur la *Bonn Online Bibliography of Comics Research* (BOBC)⁶², base de données permettant de consulter les recherches internationales sur la bande dessinée. De plus, nous avons été aidés par l'article de Daniel Stein pour le site Comicsforum (également disponible en allemand sur le site de la *Gesellschaft für Comicforschung* [Société pour l'étude des bandes dessinées])⁶³, qui donne un

⁶² J. TRINKWITZ, « BOBC », sur *Bonn Online Bibliography of Comics Research*, s.d. (en ligne : <https://www.bobc.uni-bonn.de/> ; consulté le 7 janvier 2021).

⁶³ D. STEIN, « Comics Studies in Germany: Where It's At and Where It Might Be Heading by », sur *Comicsforum*, 11 juillet 2011 (en ligne : <https://comicsforum.org/2011/11/07/comics-studies-in-germany-where-its-at-and-where-it-might-be-heading-by-daniel-stein/> ; consulté le 7 janvier 2021) ; D. STEIN, « Comicwissenschaft in Deutschland: Ein Einschätzungsversuch von Daniel Stein », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, 2 janvier 2012 (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/2012/01/02/comicwissenschaft-in-deutschland-ein-einschätzungsversuch-von-daniel-stein/> ; consulté le 7 janvier 2021).

bon aperçu de la situation des *comics studies* en Allemagne. L'analyse de Jörn Ahrens pour la revue *Closure*⁶⁴ est la plus récente, mais se concentre, quant à elle, exclusivement sur les débuts de la recherche sur la bande dessinée en Allemagne, et non pas sur ses manifestations plus contemporaines. Nous avons donc complété ces éclairages par les recherches menées dans *Comicanalyse* et celles de Brett Sterling pour la revue *Colloquia Germanica*⁶⁵, ainsi que par notre propre expérience de recherche dans les pays germanophones.

Nous l'avons évoqué au début de cette partie : les premières recherches sur la bande dessinée sont nées de l'entreprise nostalgique de quelques individus souhaitant mettre en valeur les bandes dessinées de leur jeunesse. Or, pour ces chercheurs et chercheuses nées dans l'entre-deux guerres, les œuvres de leur jeunesse sont celles de l'âge d'or de la bande dessinée américaine. Comme le rappelle très justement J.-P. Gabilliet dans son article consacré à la question, le terme « âge d'or » a une signification et une datation précise (1938 – 1956) en ce qui concerne la bande dessinée américaine⁶⁶. Le terme était également usité en France et en Belgique pour désigner une partie de la production de bandes dessinées importées (américaines ou américanisantes) des années 1930 et 1940. Le changement générationnel met à mal la définition du terme⁶⁷, même s'il conserve son sens initial pour les collectionneurs et collectionneuses de *comics* américains. Pour la bande dessinée germanophone, il est plus difficile de dater un tel âge d'or, voire d'affirmer son existence. Bernd Dolle-Weinkauff réfute le « mythe » d'un âge d'or et parle d'une « fiction nostalgique », même s'il concède que les récits

⁶⁴ J. AHRENS, « Zur Erfindung des Comics in Deutschland », *Closure - Kieler e-Journal für Comicforschung*, n° 7, décembre 2020 (en ligne : <https://www.closure.uni-kiel.de/closure7/ahrens> ; consulté le 8 janvier 2021).

⁶⁵ S. PACKARD *et al.*, *Comicanalyse*, *op. cit.* ; B. STERLING, « Introduction: The Intersection of Comics Studies and German Studies », *Colloquia Germanica*, vol. 48, n° 4, 2015, p. 233-244.

⁶⁶ J.-P. GABILLIET, « “Âge d'or de la BD” et “golden age of comics” : comparaison des notions fondatrices de la bédéphilie dans l'aire franco-belge et aux États-Unis (1961-2015) », *Le Temps des médias*, vol. 27, n° 2, Nouveau Monde éditions, 2016, p. 139-151.

⁶⁷ « La deuxième bédéphilie, celle des baby-boomers, se distingua des pionniers qui lui avaient ouvert la voie [...] en se recentrant sur un corpus majoritairement francophone d'après-guerre. [...] L'âge d'or est devenu en un demi-siècle une étiquette permettant des périodisations élastiques. [...] [Le terme 'âge d'or' a alors] cessé d'être une référence centrale dans la bédéphilie francophone à partir des années 70 », *Ibid.*, p. 146-147.

d'aventures des années 1950 au format dit « *piccolo* » sont parmi les plus appréciés par les collectionneurs et collectionneuses germanophones⁶⁸.

Les chercheurs et chercheuses germanophones qui ont succédé à cette première génération ont, quant à eux et elles, plutôt grandi avec la bande dessinée franco-belge. *A contrario*, peu de chercheurs et chercheuses ont grandi avec la bande dessinée de langue allemande, ce qui entraîne un manque d'intérêt personnel de leur part, étant plus attiré-es par l'étude d'œuvres franco- et anglophones à l'origine. En effet, la bande dessinée avait été progressivement bannie par les national-socialistes⁶⁹, puis vue d'un œil mauvais dans l'après-guerre (produit apporté par les forces d'occupation d'un côté de la frontière inter-allemande, produit capitaliste et impérialiste de l'autre) ; la production germanophone de bandes dessinées a ainsi peiné à s'établir, que ce soit au niveau national ou international. C'est pour ces raisons que l'éditeur Andreas C. Knigge constate qu'« en Allemagne de l'Ouest, des traductions provenant essentiellement de l'espace franco-belge et des USA dominèrent très vite le marché »⁷⁰. La dépendance du marché de la bande dessinée de l'importation n'a pas changé avec la génération des baby-boomers : tandis que la production franco-belge s'envole dans les années 1960, de nombreuses maisons d'édition germanophones à l'Ouest, dont les anciens leaders du marché, Gerstmeyer Verlag et Walter Lehning Verlag, font faillite⁷¹. La maison d'édition de Rolf Kauka, quant à elle, survit, notamment grâce à des œuvres imitant la formule des bandes dessinées

⁶⁸ B. DOLLE-WEINKAUFF, *Comics: Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945*, Weinheim, Beltz, 1990, p. 19.

⁶⁹ Les raisons exactes sont aujourd'hui difficiles à établir. Cette méfiance des autorités nazies résulte sans doute d'une combinaison entre la pénurie de papier pendant la guerre, l'origine juive de nombreux artistes de bande dessinée, la propagande véhiculée par de nombreuses œuvres américaines, ainsi que la perception (faussée) de la bande dessinée comme culture non-germanique. Voir notamment M. F. SCHOLZ, « "Comics" in der deutschen Zeitungsforschung vor 1945 », *Deutsche Comicforschung*, n° 11, 2015, p. 59-84 ; R. PALANDT, « "Blühender Blödsinn" an der Propagandafront », *Deutsche Comicforschung*, n° 2, 2006, p. 83-91.

⁷⁰ A. C. KNIGGE, « Made in Germany. Notes sur l'histoire de la bande dessinée en Allemagne », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 11.

⁷¹ Pour un aperçu de cette période difficile pour la production germanophone, voir B. DOLLE-WEINKAUFF *et al.* (éd.), *Comics made in Germany: 60 Jahre Comics aus Deutschland 1947 - 2007*, Wiesbaden, Harrassowitz, 2008, p. 29-30.

Disney et en publiant l'édition allemande de la série des *Astérix*⁷², qui connaît un succès similaire de part et d'autre du Rhin. Cette forte tendance à importer des œuvres n'a d'ailleurs guère évolué : selon les derniers rapports du journaliste Matthias Hofmann sur l'industrie germanophone, 84 % des bandes dessinées publiées en langue allemande en 2014 provenaient de pays non-germanophones⁷³ ; elles étaient 89,5 % en 2022⁷⁴.

En Allemagne de l'Est, la méfiance envers les œuvres occidentales a poussé le gouvernement à créer des bandes dessinées « dans la perspective d'une éducation socialiste », ce qui favorise la production d'œuvres dont la créativité du dessin et celle de la narration sont « corsetées », estime A. C. Knigge⁷⁵. En somme, si des bandes dessinées germanophones existent bel et bien dans les deux Allemagnes, la majorité de la production est importée, tandis que les artistes de langue allemande, peu lu-es, sont contraint-es d'imiter leurs collègues franco-belges et américain-es et ne brillent que rarement par leur originalité et leur liberté créatrice. Tout cela se répercute aujourd'hui sur la recherche, qui, même en Allemagne, en Suisse, et en Autriche, se concentre avant tout sur des œuvres et artistes franco-belges, américain-es et japonais-es, tout bonnement parce que ces artistes prédominent sur le marché de langue allemande. Nous avons récemment pu constater ce désamour pour la bande dessinée germanophone avec le numéro 185 de la revue allemande *lendemains – études comparées sur la France/Vergleichende Frankreichforschung*, paru en 2023. Alors que la revue avait pris pour sujet « La bande dessinée au féminin: tendances, thèmes, styles », les articles se penchent uniquement sur des œuvres franco-belges ou nord-américaines, sans pour autant les comparer à des bandes dessinées allemandes, autrichiennes, ou suisses⁷⁶. L'objectif scientifique de la revue (à savoir : de faire dialoguer la science et la culture française et allemande) et le sujet du dossier thématique se

⁷² L'insatisfaction des ayants droit en France vis-à-vis de l'adaptation de R. Kauka les poussera à lui retirer les droits. Désormais, les droits allemands sont détenus par l'entreprise Egmont Ehapa.

⁷³ M. HOFMANN, « Freudige Gesichter - Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahre 2014 », dans *Comic Report 2015*, Barmstedt, Edition Alfons, 2015, p. 102.

⁷⁴ M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *op. cit.*, p. 11.

⁷⁵ A. C. KNIGGE, « Made in Germany. Notes sur l'histoire de la bande dessinée en Allemagne », *op. cit.*

⁷⁶ M. ORTRUD HERTRAMPF et F. LEINEN, « La bande dessinée au féminin: tendances, thèmes, styles - présentation du dossier », *lendemains - Études comparées sur la France*, vol. 47, n° 185, 2023, p. 4-9.

prêtaient pourtant à une comparaison avec la bande dessinée germanophone. Aujourd'hui, cette dernière n'est ainsi que rarement étudiée par la recherche en langue allemande.

Pourtant, à l'opposé de ses avatars actuels, les débuts de la recherche sur la bande dessinée en Allemagne dans les années 1970 se caractérisaient par « le traitement scientifique du médium [qui avait] pris une orientation purement nationale »⁷⁷. Une orientation que déplore le sociologue J. Ahrens dans le tour d'horizon qu'il a dressé pour la revue *Closure* : les recherches seraient, selon lui, décorrélées non seulement des habitudes du lectorat (qui s'intéresse surtout aux œuvres importées), mais aussi de la recherche internationale, plus avancée. D'un ton plus polémique encore, le chercheur Ole Frahm va jusqu'à critiquer cette recherche qui se situerait dans des « provinces tout à fait nationales, si ce n'est nationalistes »⁷⁸. On perçoit ainsi chez certain-es chercheurs et chercheuses contemporain-es une méfiance envers tout sujet

⁷⁷ « Il s'y ajoute que la recherche sur ce médium a pris une orientation purement nationale. Une orientation internationale ne joue un rôle ni vraiment au niveau de la réception scientifique, ni par rapport au fait que presque toutes les productions réceptionnées en Allemagne sont des licences et ainsi imprégnées par l'international. », « Hinzu kommt, dass die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Medium rein national ausgerichtet ist. Eine internationale Orientierung spielt weder auf der Ebene der wissenschaftlichen Rezeption wirklich eine Rolle noch hinsichtlich der Tatsache, dass fast alle in Deutschland rezipierten Produktionen Lizenzmaterial und damit international imprägniert sind. », J. AHRENS, « Zur Erfindung des Comics in Deutschland », *op. cit.*

⁷⁸ Outre la décorrélation des recherches allemandes par rapport aux études internationales, O. Frahm blâme notamment l'angle mort que constitue la diffusion de stéréotypes racistes. « Cette ambiance n'est pas non plus éclaircie par les études qui entreprennent une description générale de la forme [du médium] tout en évitant élégamment de se prononcer sur l'ambivalence politique de ce médium, ses stéréotypes, ses jugements dépréciatifs et racistes, mais aussi sur ses qualités de réflexion. [...] Tandis qu'en France, en Angleterre et aux États-Unis, on se fonde depuis longtemps sur la sémiotique et les *cultural studies* pur faire des observations qui ne se perdent pas dans les généralités, et où de fait, on trouve l'ombre portée d'un discours scientifique – il y a débat entre spécialistes qui ne sont pas du même avis, les travaux se réfèrent les uns aux autres, lorsqu'une question est posée, l'auteur ne fait pas comme s'il était le premier à y répondre [...], l'Allemagne, à la différence de ce qu'elle fait dans sa production de bandes dessinées, se cantonne dans la sphère purement nationale, voire nationaliste, un fait irritant pour un médium qui a contribué de manière déterminante à l'internationalisation des productions culturelles. », « Diese Stimmung wird auch nicht durch Studien aufgeheilt, die eine allgemeine Formbeschreibung vornehmen und dabei elegant vermeiden, sich zur politischen Ambivalenz des Mediums, seinen Stereotypen, seinen Abwertungen und Rassismen, aber auch zu seinen reflexiven Qualitäten zu verhalten. [...] Während in Frankreich, England und den USA längst auf Grundlage der Semiotik und der Cultural Studies Betrachtungen vorgenommen werden, die sich nicht im Allgemeinen verlieren und tatsächlich den Schatten eines wissenschaftlichen Diskurses werfen – fachliche Meinungsverschiedenheiten werden ausgetragen, es beziehen sich einzelne Arbeiten aufeinander, nicht jede Frage wird so gestellt, als sei der Autor der Erste, der sie beantwortet –, bleibt Deutschland, anders als in der Comic-Produktion, doch ganz in den nationalen, wenn nicht sogar nationalistischen Provinzen, eine irritierende Tatsache bei einem Medium, das maßgeblich zur Internationalisierung der Kulturproduktion selbst beigetragen hat. », O. FRAHM, « Unsäglich. Zum Stand der deutschen Comic-Forschung », *Kultur & Gespenster*, vol. 9, 2009, p. 198.

qui traiterait uniquement d'objets allemands – une peur du repli national qui n'est sans doute pas particulière aux *comics studies*. Ce souci d'ouvrir sa recherche à d'autres aires culturelles pourrait ainsi, en partie, être lui aussi responsable des lacunes de la recherche sur la bande dessinée germanophone.

En dépit du succès très relatif de la bande dessinée germanophone comme objet d'études, la recherche germanophone en *comics studies* existe bel et bien et son dynamisme, en particulier depuis la fondation de la *Gesellschaft für Comicforschung* (ComFor) en 2005, doit être souligné. Évoquons d'abord les sujets étudiés : si l'on observe les ouvrages les plus cités parus en langue allemande, on constate qu'il y a un foisonnement de personnes travaillant sur des « théories générales systématiques de la bande dessinée, plutôt que de se concentrer sur des aspects particuliers de forme, de genre ou de contenu »⁷⁹. Pour ne citer que quelques-un-es de ces théoricien-nes, nous pouvons souligner les travaux de Julia Abel, O. Frahm, Stephan Packard, et Martin Schüwer. Ce dernier a donné son nom à un prix qui récompense depuis 2019 des recherches en *comics studies*⁸⁰. À ces théories systématiques s'ajoutent depuis 2002, selon B. Sterling, « des anthologies constituées d'essais thématiques »⁸¹, qui traitent, plus spécifiquement, de sujets comme l'intermédialité, la narrativité, la politique, etc.⁸² Ainsi, la recherche germanophone est consacrée à des sujets divers, allant de l'analyse de la forme d'art

⁷⁹ « [These works] are largely unique in the current field of German Comics Studies in their attempts to present systematic theories of comics, rather than to focus on individual aspects of form, genre, or contents. », B. STERLING, « Introduction », *op. cit.*, p. 237.

⁸⁰ « Martin Schüwer-Publikationspreis », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, s.d. (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/schuewer-preis/> ; consulté le 7 janvier 2021).

⁸¹ « À partir de *Ästhetik des Comics*, publié par Hein, Hüners et Michaelsen en 2002, l'anthologie constituée d'essais thématiques est devenue le format de publication standard pour la nouvelle recherche en bandes dessinées dans les pays européens germanophones », « Beginning with Hein, Hüners, and Michaelsen's *Ästhetik des Comic* in 2002, the thematic essay anthology has come to become the standard publication format for new comics scholarship in German-speaking Europe. », B. STERLING, « Introduction », *op. cit.*, p. 237 ; M. HEIN, M. HÜNERS et T. MICHAELSEN, *Ästhetik des Comic*, Berlin, E. Schmidt, 2002.

⁸² Puisque ces nombreuses recherches traitent avant tout de bandes dessinées internationales, rares sont celles que nous avons pu mobiliser dans le cadre de cette recherche. Voir, par exemple, C. A. BACHMANN (éd.), *Comics intermedial: Beiträge zu einem interdisziplinären Forschungsfeld*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2012 ; O. BRUNKEN et F. GIESA (éd.), *Erzählen im Comic: Beiträge zur Comicforschung*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2013 ; S. PACKARD (éd.), *Comics & Politik*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2014 ; B. DOLLE-WEINKAUFF (éd.), *Geschichte im Comic: Befunde, Theorien, Erzählweisen*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2017.

en général à l'étude de cas sous des angles très précis : en somme, à cet égard, elle n'accuse pas de retard sur d'autres pays.

Ce qui fait véritablement la force de la recherche de langue allemande est son infrastructure très développée. En effet, un nombre important de sociétés savantes et de lieux structurent la recherche germanophone, attirent un public scientifique international et des fonds pour les *comics studies* de langue allemande. C'est avant tout la création ComFor en 2005, suivie de celle de l'*Arbeitsgruppe (AG) Comicforschung* [Groupe de travail sur la recherche en bandes dessinées] au sein de la *Gesellschaft für Medienwissenschaft* [Société pour la science des médias] en 2013, qui a permis aux chercheurs et chercheuses germanophones de se constituer en collectifs qui organisent régulièrement des colloques, publient des ouvrages, faisant de la recherche d'ampleur internationale. S'y ajoutent des revues comme *Deutsche Comicforschung* [Recherches allemandes sur la bande dessinée] et *Closure. Kieler e-journal für Comicforschung* [*Closure*, revue électronique de la ville de Kiel pour les études en bandes dessinées], ainsi que les importantes collections de bandes dessinées à l'*Institut für Jugendbuchforschung* [Institut pour la recherche sur les livres de jeunesse] de Francfort-sur-le-Main et à l'*Arbeitsgruppe Graphische Literatur* [Groupe de travail pour la littérature graphique] de Hambourg⁸³. Le nombre important de ces groupes et leur implantation dans diverses régions s'explique par l'organisation fédérale de l'Allemagne ; pour autant, leur réseau reste toujours supra-régional et, à notre connaissance, il n'y a pas d'exclusion de chercheurs ou chercheuses en fonction de leur rattachement institutionnel. Le colloque annuel de la ComFor, en particulier, accueille un public et des intervenant-es du monde entier et se fait ainsi la vitrine des *comics studies* germanophones. Afin d'attirer cette recherche internationale, la thématique de ces colloques reste large (« Bande dessinée et politique », « La bande dessinée à l'école », « Créer des frontières. Transgresser les frontières », etc.)⁸⁴ et ne se focalise

⁸³ Ces exemples sont cités dans S. PACKARD *et al.*, *Comicanalyse*, *op. cit.*, p. 6.

⁸⁴ La liste de tous les colloques annuels de la ComFor peut être consultée sur son site internet. Le tout premier, qui a eu lieu en 2006, était le seul exclusivement consacré à la bande dessinée de langue allemande – tous les suivants avaient une thématique plus générale, permettant d'attirer un public international et de favoriser une approche

qu'exceptionnellement sur la bande dessinée germanophone, même si des présentations particulières peuvent s'y consacrer. En résultent les anthologies d'essais thématiques citées par B. Sterling⁸⁵, régulièrement publiées dans la maison d'édition Ch. A. Bachman Verlag, fondée à Bochum, puis établie à Berlin, et désormais spécialisée dans les œuvres sur la bande dessinée.

En ce qui concerne les colloques et anthologies les plus récentes, la plupart des interventions et publications s'effectuent en anglais, tandis que l'allemand est une langue de travail qui se fait rare. Dans la même veine, la bibliographie numérique BOBC, créée sous l'impulsion de Joachim Trinkwitz, a une vocation internationale et ne se limite pas à référencer les œuvres traitant de la bande dessinée de langue allemande ou la recherche de personnes germanophones⁸⁶. C'est peut-être justement pour donner davantage de poids et de visibilité à la recherche des pays germanophones que les thématiques étudiées se veulent plus larges et internationales que la seule bande dessinée de langue allemande.

Mis à part la taille de la communauté scientifique locale, qui nous apparaît très réduite, la situation est sensiblement similaire en Autriche et en Suisse alémanique. Plutôt que de se focaliser sur l'étude de la bande dessinée autrichienne ou suisse, ici aussi, la recherche sur la bande dessinée internationale prévaut. Profitant de la proximité linguistique et géographique avec la ComFor et l'AG *Comicforschung*, ces *comics studies* austro-suisse ont ainsi réussi à bien s'intégrer dans la communauté germanophone. Cependant, notons ici la création, en 2019, de

pluridisciplinaire. « Jahrestagungen », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, s. d. (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/category/comicgesellschaft/jahrestagungen/> ; consulté le 7 janvier 2021).

⁸⁵ B. STERLING, « Introduction », *op. cit.*, p. 237.

⁸⁶ Toutefois, selon les statistiques du site, « Germany » est le dixième mot-clé le plus usité dans le référencement utilisé par cette bibliographie numérique – très loin derrière « USA », certes, mais devant « Batman », par exemple. Ce nombre élevé d'œuvres dont les métadonnées renvoient à l'Allemagne peut avoir plusieurs explications. On peut à la fois y constater la grande fécondité de la recherche en *comics studies* dans les universités allemandes, mais aussi supposément l'affinité naturelle du webmestre du site pour ses collègues, dont les œuvres comportent sans doute des métadonnées particulièrement complètes. J. TRINKWITZ, « Statistics - Keywords », sur *Bonn Online Bibliography of Comics Research*, s. d. (en ligne : https://www.bobc.uni-bonn.de/index.php?action=statistics_STATS_CORE&method=keywords ; consulté le 7 janvier 2021).

la *Österreichische Gesellschaft für Comicforschung und -vermittlung* (OeGeC)⁸⁷ [Société autrichienne pour l'étude et la diffusion des bandes dessinées] sur un modèle similaire à celui de ses voisines allemandes. Cette société laisse présager un bel avenir pour la recherche sur la bande dessinée autrichienne et pour les *comics studies* autrichiennes en général, qui peuvent désormais se démarquer davantage des recherches allemandes.

Recherches sur la bande dessinée germanophone

Venons-en enfin aux rares travaux qui se sont consacrés à la bande dessinée de langue allemande. Nous l'avons évoqué, les premières recherches en Allemagne se sont avant tout intéressées aux productions nationales⁸⁸. Cependant, ces travaux d'avant les années 1980 ne « se défini[ssent] en aucune manière comme recherche en bandes dessinées [...] Pour la plupart, il s'agit tout bonnement de contributions en pédagogie, en germanistique ou en sociologie, qui se consacrent exceptionnellement à la bande dessinée »⁸⁹, déplore J. Ahrens. Bien qu'historiquement intéressante, cette première recherche sur la bande dessinée allemande n'est plus une référence pour les études actuelles⁹⁰ et son ancrage dans les études pédagogiques la rend inadaptée à notre propre travail. Dès la fin des années 1980, les héritier-es de ces premières

⁸⁷ B. FRENA, « Österreichische Gesellschaft für Comicforschung und -vermittlung », sur *Site de l'OEGEC*, s. d. (en ligne : <https://www.oegec.com/> ; consulté le 7 janvier 2021).

⁸⁸ J. AHRENS, « Zur Erfindung des Comics in Deutschland », *op. cit.*

⁸⁹ « Enfin, et voilà qui est certainement décisif, même si elle est l'objet d'une recherche distincte, la recherche consacrée aux bandes dessinées dans les années 1970 ne se définit en aucune manière comme recherche sur la bande dessinée. S'il fallait la localiser dans le champ disciplinaire, elle s'inscrirait plutôt dans le champ de la recherche sur la culture populaire. Mais au sens le plus large, il s'agit simplement de contributions en pédagogie, en germanistique ou en sociologie, qui peuvent s'intéresser de manière exceptionnelle à la bande dessinée. », « Schließlich, und das ist sicher entscheidend, wengleich es Gegenstand einer eigenständigen Untersuchung sein sollte, begreift sich die Forschung zum Comic in den 1970er Jahren in keiner Weise als Comicforschung. Sofern sie sich fachlich verorten ließe, fiel sie wohl am ehesten in das Feld einer Trivialkulturforschung, weitestgehend aber handelt es sich schlicht um pädagogische, germanistische, soziologische Beiträge, die sich auch einmal dem Comic zuwenden. », *Id.*

⁹⁰ Brett Sterling nous conforte dans cette idée, mais la nuance en rappelant le caractère inspirant de cette première recherche : « Bien que ces travaux aient largement disparu du discours universitaire, ils ont orienté la recherche vers l'étude de la manière dont les bandes dessinées créent du sens, et l'étude du répertoire des signes employés, et l'impulsion qu'ils ont donnée a trouvé un écho dans des œuvres ultérieures », « Though these works have largely faded from the scholarly discourse, their impulse to study how comics create meaning and the repertoire of signs comics employ are echoed in later work [...] », B. STERLING, « Introduction », *op. cit.*, p. 235.

recherches ont à l'inverse réussi à exploiter davantage les spécificités de cet art et ont un intérêt véritable pour celles et ceux qui souhaitent aujourd'hui étudier la bande dessinée germanophone hormis son usage à l'école.

Le travail mené par Bernd Dolle-Weinkauff dans *Comics : Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945*⁹¹ reste, à ce jour, le plus complet sur la bande dessinée en Allemagne. L'œuvre combine un important travail d'archives avec une analyse fine des chiffres de vente et du contenu des bandes dessinées. Son panorama complet et diachronique sur l'histoire de la bande dessinée allemande, incluant à la fois les œuvres, les producteurs et productrices, ainsi que la réception, est précieux. Néanmoins, l'analyse est quelque peu datée, puisqu'elle s'arrête en 1989, et se consacre avant tout sur l'Allemagne de l'Ouest. Or, la maison d'édition que nous étudions a été fondée en 1991 et s'inscrit donc dans une autre période et dans une Allemagne réunifiée. Dès lors, cet ouvrage nous permettra surtout de mieux comprendre le contexte dans lequel est apparue Reprodukt, mais non pas celui dans lequel elle a ensuite évolué. L'exposition « *Comics made in Germany – 60 Jahre Comics aus Deutschland* » [Les bandes dessinées *made in Germany* – 60 ans de bandes dessinées venues en Allemagne] de 2007 et son catalogue du même nom⁹², créés notamment par B. Dolle-Weinkauff, livrent un aperçu actualisé, mais restent également trop anciens pour rendre compte des évolutions plus récentes de la bande dessinée de langue allemande. La même particularité se retrouve dans un article de Ricarda Strobel⁹³ publié dans *Media Perspektiven*, ainsi que par *Fortsetzung folgt: Comic-Kultur in Deutschland*⁹⁴ d'Andreas C. Knigge, tous deux parus dans les années 1980. Le statut de ce dernier auteur fait néanmoins son originalité, puisqu'il n'est pas universitaire, mais bien l'un des plus importants éditeurs de bande dessinée en Allemagne.

⁹¹ B. DOLLE-WEINKAUFF, *Comics, op. cit.*

⁹² B. DOLLE-WEINKAUFF *et al.* (éd.), *Comics made in Germany, op. cit.*

⁹³ R. STROBEL, « Comics in der Bundesrepublik Deutschland - Emanzipation einer Literaturform », *Media Perspektiven*, vol. 1, 1988, p. 13-25.

⁹⁴ A. C. KNIGGE et G. LETTKEMANN, *Fortsetzung folgt: Comic Kultur in Deutschland*, Frankfurt am Main, Ullstein, 1986.

Très prolifique, la revue *Deutsche Comicforschung* se consacre quant à elle depuis 2005 presque exclusivement à la bande dessinée germanophone. Toutefois, seule une poignée d'articles traite de sujets postérieurs à 1980⁹⁵ – une orientation que revendique Eckart Sackmann, dirigeant de cette revue (et ancien éditeur chez Carlsen), qui explique dans un article au vitriol qu'il faudrait « que nous nous occupions de notre propre histoire avant de disserter de manière pédante sur des thématiques américaines ou françaises à la mode ». ⁹⁶ Enfin, Gerd Lettkemann a écrit l'ouvrage le plus complet sur la bande dessinée en RDA en collaboration avec Michael Scholz⁹⁷. Malheureusement, encore une fois, cet ouvrage est lui aussi trop ancien pour fournir des analyses qui s'appliqueraient parfaitement à notre objet d'étude ; il reste cependant une référence pour quiconque souhaite étudier la bande dessinée d'Allemagne de l'Est. Ces ouvrages et cette revue ont montré la richesse de la bande dessinée allemande et ont ainsi sans nul doute contribué à légitimer son étude. Néanmoins, à part ce dernier ouvrage, qui traite en grande partie du magazine *Mosaik*, et la revue *Deutsche Comicforschung*, les livres sur la bande dessinée allemande sont avant tout focalisées sur le statut de cet art en Allemagne – ils ne se concentrent ni sur une période particulière, ni sur une maison d'édition, mais dressent un panorama d'ensemble. Venons-en donc maintenant à des travaux qui se focalisent sur des points plus précis.

Nous n'avons connaissance que de quelques rares monographies en langue allemande traitant d'artistes spécifiques, presque toutes sans véritable ambition scientifique et datant pour la plupart des années 2010 : plusieurs sur Wilhelm Busch, dont les œuvres ressemblent à certains

⁹⁵ E. SACKMANN, « Deutsche Comicforschung: Inhalt und Gliederung », sur *Deutsche Comicforschung*, s. d. (en ligne : <http://www.comicforschung.de/dtcom/dtcomicforschung.html> ; consulté le 11 janvier 2021).

⁹⁶ « L'étude de notre propre culture de bandes dessinées me tient à cœur. Ce qu'attendent de nous les chercheurs étrangers en bandes dessinées, c'est que nous nous occupions d'abord de notre propre histoire avant de disserter de manière pédante de thématiques américaines ou françaises à la mode. », « Mir liegt die Erforschung unserer eigenen Comic-Kultur am Herzen. Das ist es doch, was ausländische Comicforscher von uns erwarten: dass wir uns erst mal um unsere eigene Historie kümmern, bevor wir besserwisserisch über amerikanische oder französische Mode-themen dozieren », E. SACKMANN, « 2005 bis 2014 – zehn Jahre "Deutsche Comicforschung" », *Deutsche Comicforschung*, vol. 10, 2014, p. 10.

⁹⁷ G. LETTKEMANN et M. F. SCHOLZ, « *Schuldig ist schließlich jeder... der Comics besitzt, verbreitet oder nicht einziehen lässt* ». *Comics in der DDR - Geschichte eines ungeliebten Mediums (1945/49-1990)*, Berlin, Mosaik, Steinchen für Steinchen Verlag, 1994.

égards à des bandes dessinées⁹⁸, deux sur des créateurs des années 1950⁹⁹, un ouvrage sur Erich Ohser (pseudonyme e.o. plauen)¹⁰⁰ et un dernier, datant de 1996, sur Ralf König¹⁰¹ – ces derniers comptent parmi les artistes de bandes dessinées les plus célèbres d’Allemagne. La monographie sur e. o. plauen est le seul livre à avoir été écrit par une scientifique, l’historienne de l’art Elke Schulze. Si les ouvrages complets manquent, de nombreux cours, présentations et articles ont cependant eux aussi adopté une approche plus détaillée, différente de celle favorisée par les historien·es de la bande dessinée évoqué·es dans les paragraphes précédents. À cet égard, la revue annuelle *Deutsche Comicforschung*, que nous avons déjà citée, se distingue par ses articles très divers, centrés généralement sur une œuvre ou d’un·e artiste précis·e, provenant essentiellement du XX^e siècle. En dépit de la qualité indéniable du travail d’archives mené par les contributeurs et contributrices de la revue, on peut déplorer qu’elle soit déconnectée des recherches internationales et qu’elle refuse toute théorisation de la bande dessinée¹⁰². Nous

⁹⁸ L’ouvrage le plus complet est sans doute la biographie de Gudrun Schury. G. SCHURY, *Ich wollt, ich wär ein Eskimo: Wilhelm Busch, die Biographie*, Berlin, Aufbau-Verlag, 2010.

⁹⁹ *Allmächtiger! Hansrudi Wäscher, Pionier der deutschen Comics* est une biographie de l’artiste Hansrudi Wäscher, écrite par A. C. Knigge et Hartmut Becker. En l’absence de problématisation de l’œuvre et en raison du profil extra-universitaire des auteurs, on ne peut pas dire qu’*Allmächtiger* soit représentatif de la recherche sur les bandes dessinées. L’entreprise n’en est pas moins louable, puisqu’elle met en lumière l’un des artistes les plus prolifiques de la bande dessinée (tous pays confondus). L’ouvrage de Reginald Rosenfeldt intitulé *Comic-Pioniere* traite également de H. Wäscher, mais aussi d’autres artistes de sa génération, considérés comme des pionniers de la bande dessinée allemande. A. C. KNIGGE et H. BECKER, *Allmächtiger! Hansrudi Wäscher, Pionier der deutschen Comics*, Hamburg, edition comics etc., 2011 ; R. ROSENFELDT, *Comic-Pioniere: die deutschen Comic-Künstler der 1950er Jahre*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2016.

¹⁰⁰ E. SCHULZE, *Erich Ohser alias e.o.plauen: ein deutsches Künstlerschicksal*, Konstanz, Südverlag, 2014.

¹⁰¹ Écrit après l’immense succès du film *Der Bewegte Mann*, tiré de l’œuvre de Ralf König, cet ouvrage n’a pas de vocation scientifique et comporte avant tout des interviews et des résumés de la carrière de König, malheureusement sans véritablement analyser ses œuvres. L’aperçu qu’il donne de la réception de R. König dans les milieux gays et de sa récupération par le public hétérosexuel reste indispensable pour une étude de cet artiste. J. BARTHOLOMAE (éd.), *Mal mir mal nen Schwulen: Das Buch zu Ralf König*, Hamburg, MännerschwarmSkript, 1996.

¹⁰² Dans un article écrit pour régler ses différends avec la ComFor, E. Sackmann explique que la recherche internationale, selon lui, pratique le « blabla intellectuel ». Le chercheur nie toute qualité à la littérature scientifique existante. Même si cette déclaration ne diminue aucunement la qualité des intervenant·es de sa revue, il nous semble néanmoins que venant du propriétaire et principal contributeur de *Deutsche Comicforschung*, elle doit être prise comme programmatique. En s’opposant à toutes les avancées de la recherche sur la bande dessinée, *Deutsche Comicforschung* devra être analysée avec un recul tout particulier. « Si l’on multiplie l’ignorance par l’ignorance, il en résulte peut-être du blabla intellectuel, mais certainement pas de la connaissance, et l’Alma Mater [l’Université] ne peut pas revendiquer qu’elle dispose de l’essence de l’objet [...] Cela ne réussit pas si l’on se fonde sur des représentations sur internet ou sur la littérature secondaire (qui comporte encore beaucoup d’erreurs) », «

avons pu constater que la *Comicforschung* allemande est ainsi encore aujourd'hui souvent divisée entre un pôle qui se concentre sur la bande dessinée nationale historique et un autre, davantage focalisé sur des œuvres internationales et des approches plus contemporaines.

Citons quelques exemples montrant la diversité des sujets traités : pour ce qui est de l'analyse de périodes spécifiques, nous évoquerons à nouveau B. Dolle-Weinkauff, qui s'est régulièrement consacré aux bandes dessinées allemandes publiées autour de 1968¹⁰³, tandis que Sylvia Kesper-Biermann se concentre davantage sur les représentations genrées dans les années 1970¹⁰⁴. Dans une autre veine, le travail mené par Juliane Blank depuis sa thèse se concentre, lui, avant tout sur un genre de bandes dessinées : l'adaptation d'œuvres littéraires¹⁰⁵. Enfin, le manga de langue allemande (on parle parfois de « *Germanga* ») et sa réception sont un sujet populaire, traité, entre autres, par B. Dolle-Weinkauff et Heike Elisabeth Jüngst en Allemagne, et par Paul Malone au Canada¹⁰⁶.

Multiplizieren wir Unwissen mit Unwissen, kommt vielleicht intellektuelles Geschwafel dabei heraus, aber noch lange kein Wissen, noch lange kein Anspruch der Alma Mater, über den Stoff des Gegenstands zu verfügen. [...] Das gelingt nicht, indem man sich auf Darstellungen im Internet oder auf die (immer noch höchst fehlerhaften) Sekundärwerke verlässt », E. SACKMANN, « 2005 bis 2014 – zehn Jahre "Deutsche Comicforschung" », *op. cit.*, p. 12-13.

¹⁰³ Nous avons pu assister à une présentation sur le sujet à l'Université de Hambourg le 24 octobre 2018 intitulée « Protestkultur, Politpop und Satire : Die Comics der '68er' » au sein du séminaire « Bildung, Erziehung und Gesellschaft '1968' – Rückblick und Ausblick », dirigé par Sylvia Kesper-Biermann. B. Dolle-Weinkauff nous a, par la suite, envoyé un article concentré sur la même thématique. B. DOLLE-WEINKAUFF, « Pop, Protest und Politik: Die Comics der 68er », *Wissenschaftsmagazins Forschung Frankfurt*, n° 2, 2008, p. 38-45.

¹⁰⁴ Notamment à l'occasion de sa présentation intitulée « '...denkt lieber mal nach, wie das so zu Hause bei euch läuft'. Geschlechterverhältnisse in Alternativ-Comics der 1970er Jahre » lors du colloque annuel de la ComFor en 2018. L'abstract peut être consulté dans « Programm der ComFor-Jahrestagung 2018: „Zwischenräume“ », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, s. d. (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/2018/04/30/programm-der-comfor-jahrestagung-2018-zwischenraeume/> ; consulté le 9 janvier 2021).

¹⁰⁵ Pour un travail centré uniquement sur des adaptations allemandes de littérature en bandes dessinées, voir notamment J. BLANK, « '... But Is It Literature?'. Graphic Adaptation in Germany in the Context of High and Popular Culture », *European Comic Art*, 10.1, janvier 2017, p. 74-93.

¹⁰⁶ B. DOLLE-WEINKAUFF, « Fandom, Fanart, Fanzine. Reception in Germany. », dans H. Reichmann et S. Von der Schulenburg (éd.), *Ga-netchū! The Manga Anime Syndrome*, s. l., Deutsches Filmmuseum/Deutsches Filminstitut, 2018, p. 214-223 ; H. E. JÜNGST, « Japanese Comics in Germany », *Perspectives*, vol. 12, n° 2, janvier 2004, p. 83-105 ; P. MALONE, « Mangascape Germany. Comics as Intercultural Neutral Ground », dans J. Ecke et G. Haberkorn (éd.), *Comics as a Nexus of Cultures: Essays on the Interplay of Media, Disciplines and International Perspectives*, Jefferson, McFarland, 2010, p. 223-234.

En parlant du Canada, venons-en à la recherche nord-américaine sur la bande dessinée germanophone, paradoxalement très florissante par rapport à celle menée en Allemagne. Selon B. Sterling, l'intérêt nord-américain pour la bande dessinée dans les pays germanophones aurait débuté autour des années 2010, lorsqu'un nombre croissant d'articles de germanistes, dont Lynn Kutch et Elizabeth Nijdam, a insisté sur les bénéfices de l'analyse de bandes dessinées en cours de langue¹⁰⁷. Nous situons cependant l'essor de cette recherche au moment d'un panel du congrès de 2015 de la *German Studies Association* (GSA). Ce panel a donné lieu à une publication dans le numéro 48 de la revue *Colloquia Germanica* en 2015 sous l'impulsion de B. Sterling¹⁰⁸, et a été suivi par la sortie de *Novel Perspectives on German-Language Comics Studies: History, Pedagogy, Theory*¹⁰⁹ sous la direction de L. Kutch, « le premier et à ce jour l'unique ouvrage consacré aux recherches sur les bandes dessinées germanophones en anglais »¹¹⁰. Cette recherche anglophone s'est constituée en collectif depuis 2018 avec la création du *Comics Studies Network* au sein de la GSA, dont le congrès annuel donne lieu à plusieurs présentations, voire plusieurs panels au sujet de la bande dessinée germanophone. Au regard de cette activité foisonnante, il s'agit aujourd'hui de l'épicentre de la recherche sur la bande dessinée de langue allemande. Il en résulte que des universitaires nord-américain-es viennent régulièrement aux colloques organisés en Allemagne par la ComFor ou l'AG *Comicforschung* pour parler de recherche sur des bandes dessinées germanophones, tandis que les chercheurs et chercheuses de langue allemande se concentrent, quant à elles et eux, davantage sur des bandes dessinées d'autres aires culturelles.

¹⁰⁷ Voir, notamment E. NIJDAM, « Coming to Terms with the Past: Teaching German History with the Graphic Novel », dans M. L. Miller (éd.), *Class, Please Open Your Comics: Essays on Teaching with Graphic Narratives*, Jefferson, McFarland, 2015, p. 143-156.

¹⁰⁸ B. STERLING, « Introduction », *op. cit.*

¹⁰⁹ L. KUTCH *et al.*, *Novel Perspectives on German-Language Comics Studies: History, Pedagogy, Theory*, L. Kutch (éd.), Lanham, Lexington Books, 2016.

¹¹⁰ « L'anthologie de Kutch est le premier et à ce jour unique ouvrage sur les recherches en bandes dessinées de langue allemande publié en anglais », « Kutch's anthology stands as the first and as yet only volume on German-language Comics Studies published in English [...] » B. STERLING, « Introduction », *op. cit.*, p. 239. Nous nous réjouissons d'avance de la préparation d'un ouvrage sur les *comics studies* par Stephan Packard et Véronique Sina, qui devrait rendre caduque l'évaluation de B. Sterling.

La recherche menée en Amérique du Nord porte régulièrement, comme il a déjà été évoqué, sur l'usage de bandes dessinées dans l'enseignement de l'allemand, mais aussi et surtout sur des œuvres ou sur des artistes précis-es. Longtemps oublié-es par la recherche en général et par la recherche en bandes dessinées en particulier, les artistes identifié-es comme féminin-es sont notamment au centre de ces analyses¹¹¹. Citons ici le grand intérêt que suscitent Anke Feuchtenberger¹¹² et Nora Krug¹¹³, dont la popularité toute particulière dans l'enseignement et la recherche auront poussé le *Comics Studies Network* de la GSA à lui consacrer deux panels entiers lors de son congrès de 2021¹¹⁴.

Enfin, penchons-nous sur la recherche francophone sur les bandes dessinées de langue allemande. Sans doute est-ce dû au manque de notoriété de la bande dessinée outre-Rhin par rapport à sa voisine franco-belge : elle n'est guère étudiée, ni par des germanistes, ni par des chercheurs et chercheuses en bande dessinée d'autres disciplines universitaires. Si la recherche est quasi-inexistante, l'intérêt, lui, est bien réel. En témoigne l'appel à communication permanent de la revue *Comicalités* intitulé « L'Allemagne : quelle(s) image(s) ? »¹¹⁵. Cette thématique, dirigée par Marc Hiéronimus, était l'une des six pour lesquelles la revue acceptait

¹¹¹ Notons que cet intérêt pour les artistes féminines de bandes dessinées n'est pas réservé à l'Amérique du Nord. En témoigne notamment le travail de Katharina Serles et de Marina Rauchenbacher en Autriche pour l'anthologie *Spaces Between : Gender, Diversity, and Identity in Comics*, ainsi que le projet qu'elles mènent aux côtés de Susanne Hochreiter pour analyser la manière de visualiser le genre dans la bande dessinée de langue allemande, intitulé « Visualities of Gender in German-Language Comics ». K. SERLES et M. RAUCHENBACHER, « Fragmented and Framed. Precarious "Body Signs" in Comics by Regina Hofer, Ulli Lust, Barbara Yelin and Peer Meter », dans N. Eckhoff-Heindl et V. Sina (éd.), *Spaces Between: Gender, Diversity, and Identity in Comics*, Wiesbaden, Springer VS, 2020, p. 79-94 ; K. SERLES, M. RAUCHENBACHER et S. HOCHREITER, « Visualities of Gender in German-Language Comics », 2021 (en ligne : <https://gendercomics.net/en/> ; consulté le 10 janvier 2021).

¹¹² Voir par exemple E. NIJDAM, « German Comics after Unification: The Politics of Anke Feuchtenberger's Feminist Aesthetics », *International Journal of Comic Art*, 17.1, 2015, p. 417-445 ; E. NIJDAM, « Casting Shadows: Anke Feuchtenberger's Comics and Graphic Narration », *World Literature Today*, vol. 90, n° 2, Board of Regents of the University of Oklahoma, 2016, p. 50-55.

¹¹³ Voir par exemple T. CLEWELL, « Beyond Graphic Memoir: Visualizing Third-Generation German Cultural Identity in Nora Krug's *Belonging* », *American Imago*, vol. 77, n° 3, 2020, p. 459-496.

¹¹⁴ E. NIJDAM, « CFP: GSA Comics Studies Network Panels, Indianapolis (31.01.2021) », sur *H-Germanistik*, 5 janvier 2021 (en ligne : <https://networks.h-net.org/node/79435/discussions/7073125/cfp-gsa-comics-studies-network-panels-indianapolis-sept-30-oct-3> ; consulté le 10 janvier 2021).

¹¹⁵ Pour l'appel à communication permanent, voir M. HIERONIMUS, « L'Allemagne : quelle(s) image(s) ? », sur *Comicalités. Études de culture graphique*, 31 août 2011 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/709> ; consulté le 11 janvier 2021).

des propositions de manière permanente – pourtant, à ce jour, il n’y a eu aucun article publié en rapport avec cette thématique, ce qui explique pourquoi elle n’est désormais plus ouvertement affichée sur le site. C’est en partie en réponse à cet appel à communication que nous menons cette étude sur un éditeur allemand : M. Hiéronymus y pointe du doigt les lacunes de la recherche sur les bandes dessinées en Allemagne et s’interroge notamment sur le système éditorial allemand, particulièrement méconnu, qui est aujourd’hui au cœur de notre recherche.

En dépit de ces lacunes, quelques rares travaux peuvent néanmoins être cités. Notons de prime abord qu’en France aussi, il y a un intérêt pour l’utilisation de bandes dessinées en cours d’allemand. Côté enseignement, pour ne citer qu’un exemple, l’Académie de Poitiers propose plusieurs courts dossiers pédagogiques au sujet d’œuvres allemandes¹¹⁶ et incite ainsi les enseignant-es d’allemand à les exploiter comme ressource dans leurs cours. Côté recherche, la première, et à notre connaissance la seule, thèse française consacrée à la bande dessinée germanophone est celle de la linguiste Danielle Mangenot¹¹⁷, soutenue en 1986, qui s’interrogeait sur l’utilisation des œuvres d’e.o.plauen en cours. Dans la même veine, le récent numéro 51 de la revue *Tréma*, consacré aux usages didactiques de la bande dessinée, contenait également un article sur le recours au neuvième art en cours d’allemand¹¹⁸.

Pour ce qui est de recherches sur la bande dessinée germanophone en-dehors de son usage à l’école, la grande exception est le numéro 47 de la revue *Germanica*¹¹⁹. Après une rétrospective sur la bande dessinée de langue allemande signée A. C. Knigge¹²⁰, s’y trouvent avant tout des recherches sur des artistes ou œuvres précises, dont, notamment, une contribution sur

¹¹⁶ « Des idées de lecture : Bandes dessinées / romans graphiques », sur *Académie de Poitiers*, 20 décembre 2018 (en ligne : <http://ww2.ac-poitiers.fr/allemand/spip.php?rubrique229> ; consulté le 11 janvier 2021)

¹¹⁷ D. MANGENOT, *Les dessins « Vater und Sohn » (Erich Ohser / E. O. Plauen) et leur exploitation pédagogique*, Nancy 2, 1986.

¹¹⁸ B. LANGHANS, I. PARAIRE et N. SCHNITZER, « La bande dessinée en cours d’allemand entre comic strip et roman graphique », *Tréma - revue internationales en sciences de l’éducation et didactique*, n° 51, 14 mars 2019 (en ligne : <http://journals.openedition.org/trema/5055> ; consulté le 11 janvier 2021).

¹¹⁹ M. BENOIT et I. RABENSTEIN-MICHEL(éd.), « Krack ! Tschock ! Pflatsch ! Bummmm ! La BD de langue allemande (à suivre...) », *Germanica*, n° 47, 2010.

¹²⁰ A. C. KNIGGE, « Made in Germany. Notes sur l’histoire de la bande dessinée en Allemagne », *op. cit.*

e.o.plauen et deux sur Ralf König, ainsi qu'une analyse comparative des adaptations d'une œuvre sous plusieurs formes¹²¹. Directement lié à notre étude, il s'y trouve aussi une interview menée par Frédéric Sauvage avec les artistes Isabel Kreitz, Nicolas Mahler, Barbara Yelin et Peer Meter, les trois derniers ayant publié des œuvres chez Reprodukt, ainsi qu'avec Jutta Harms, éditrice et traductrice de longue date pour Reprodukt et très grande figure de l'édition germanophone en général¹²². F. Sauvage leur demande leur avis sur la situation actuelle de la bande dessinée en Allemagne, couvrant des sujets allant de la dénomination « roman graphique » à la féminisation potentielle du milieu. Nous avons consulté de nombreuses interviews pour ce travail, et celle-ci étant la seule menée dans un cadre universitaire, elle est donc précieuse à ce titre.

Enfin, certain-es collègues en études germaniques se sont plongé-es dans la thématique des bandes dessinées en même temps que nous et restent en activité sur ce sujet. Citons ici les travaux d'Hélène Camarade sur la bande dessinée en RDA¹²³, et, plus récemment, sur l'artiste Ulli Lust¹²⁴. Ces derniers ont mis en valeur les artistes féministes, qui constituent sans doute l'un des points d'intérêt majeurs de la bande dessinée de langue allemande. La thèse de Paul Chibret, en préparation à l'Université de Strasbourg, se consacre quant à elle à la traduction de bandes dessinées parodiques, et adopte une approche linguistique. Notre ambition est que nos propres

¹²¹ S. FARGE, « BD et dictature : *Vater und Sohn*, soumission à la censure ou révolte discrète ? », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 37-50 ; É. CHEVREL, « Aristophane et Shakespeare en bandes dessinées : Ralf König et les réécritures de classiques dans *Lysistrata* et *Jago* », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 145-159 ; H. BOURSICAUT, « Splendeurs et misères de quelques homos, hétéros et autres animaux : Comme des lapins de Ralf König ou la comédie de mœurs façon BD », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 127-144 ; C. ASLANGUL, « Du roman américain sur le nazisme à la BD allemande : transferts, adaptations et jeux d'intermédialité – à propos de *Die Welle. Eine Graphic Novel* de Stefani Kampmann », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 161-176.

¹²² F. SAUVAGE, « Autour de la BD germanophone : témoignages et perspectives », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 177-185.

¹²³ H. CAMARADE, « Mémoires et représentations de la RDA dans le roman graphique et la bande dessinée allemande contemporaine », dans E. Aurenche-Beau, M. Boldorf et R. Zschachlitz (éd.), *RDA : Culture – critique – crise: Nouveaux regards sur l'Allemagne de l'Est*, Lille, Presses universitaires du Septentrion, 2017, p. 185-200 ; H. CAMARADE, « Die DDR in neueren deutschen Comics und Graphic Novels », *Zeitschrift des Forschungsverbundes SED-Staat*, n° 42, 2018, p. 117-137.

¹²⁴ H. CAMARADE, « Femmes et rapports de genre dans *Trop n'est pas assez* et *Alors que j'essayais d'être quelqu'un de bien* d'Ulli Lust », lors de la rencontre *Faire corps ? Représentations et revendications des créatrices de bandes dessinées en Europe et dans les Amériques*, Maison des sciences de l'homme Paris Nord, 22 septembre 2022.

travaux de recherche, dont cette thèse constitue le début, contribuent aux efforts de tous ces chercheurs et de toutes ces chercheuses pour explorer ce nouvel objet de recherche. En outre, un nombre croissant de jeunes germanistes en France, en Allemagne, en Amérique du Nord et ailleurs travaille désormais sur et avec la bande dessinée germanophone ; nous espérons que cet objet d'études gagnera en popularité, ce qui ne pourrait qu'être bénéfique pour les *comics studies* et pour les études germaniques dans leur ensemble, pour qui la bande dessinée reste un terrain d'exploration.

Étudier l'édition de bandes dessinées

Concluons cet état de l'art par un tour d'horizon des études consacrées aux maisons d'édition de bandes dessinées. Alors que la bande dessinée est étudiée depuis plus d'un demi-siècle, les éditeurs qui les publient, eux, ont longtemps été négligés par la recherche. Comme le déplore l'archiviste et chercheur Julien Baudry dans une série d'articles pour les carnets de recherche de la revue *Comicalités*, « la bande dessinée est entrée tardivement dans le champ des études universitaires sur l'édition »¹²⁵. Toutefois, il affirme que les études éditoriales de la bande dessinée intéressent désormais un nombre croissant de chercheurs et chercheuses dans la recherche francophone, notamment pour leurs travaux de thèse.

Citons d'abord ici le travail de grande ampleur que Sylvain Lesage a effectué lors de sa thèse¹²⁶ et qu'il continue de mener au sujet de l'édition de la bande dessinée franco-belge. Ses travaux de thèse, publiés en deux volumes, *Publier la bande dessinée*¹²⁷ et *L'Effet livre*¹²⁸, retracent les « récits de vie des structures [éditoriales franco-belges] avec des analyses statistiques

¹²⁵ J. BAUDRY, « Tendances de recherche : les études éditoriales pour la bande dessinée », sur *Le Carnet de Comicalités*, 7 avril 2018 (en ligne : <https://graphique.hypotheses.org/909> ; consulté le 5 janvier 2021).

¹²⁶ S. LESAGE, *L'effet codex : quand la bande dessinée gagne le livre — L'album de bande dessinée en France de 1950 à 1990*, Université de Versailles Saint-Quentin, 2014.

¹²⁷ S. LESAGE, *Publier la bande dessinée : les éditeurs franco-belges et l'album, 1950-1990*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2018.

¹²⁸ S. LESAGE, *L'effet livre : métamorphoses de la bande dessinée*, Tours, Presses universitaires François-Rabelais, 2019.

précises »¹²⁹, selon une recension du chercheur Maël Rannou. Cette vue d'ensemble du paysage éditorial franco-belge est structurée de manière chrono-thématique, permettant ainsi de comparer divers aspects de différentes maisons d'édition (Casterman, Futuropolis, Le Lombard, etc.) à différentes époques. L'accès à des fonds d'archives (notamment ceux de Casterman) permet à S. Lesage d'analyser non seulement des publicités et catalogues, mais aussi des correspondances personnelles entre éditeur·ices et artistes. Il réussit ainsi à offrir « un panorama inédit et très complet des jeux éditoriaux et des tensions entre différents projets commerciaux, artistiques ou idéologiques. »¹³⁰ La thèse suit de près l'émergence de nouveaux formats de bandes dessinées et montre ainsi avec virtuosité le développement du format « album » et son hégémonie quasi incontestée dans le paysage éditorial franco-belge.

Nous nous sommes en partie inspiré des travaux de S. Lesage, et avons essayé nous aussi de contribuer à combler des lacunes qu'il pointe du doigt. En l'occurrence, l'historien interroge le poids que peut avoir la matérialité des bandes dessinées sur leur public et leur réception, et regrette que la question ne soit pas assez abordée :

Les études sur la bande dessinée posent plus rarement encore que les études littéraires la question du support, alors même que la bande dessinée est une forme visuelle, et que les effets de sens induits par la forme sont donc plus marqués. [...] Rares sont les sémioticiens à s'être risqués à analyser la forme matérielle des ouvrages. Comment la pagination, le type de reliure ou les pages de garde participent-ils de l'expérience de lecture ?¹³¹

En dépit de notre insistance sur différents éléments matériels de la bande dessinée, semblable à celle de S. Lesage, nous avons souhaité développer une approche différente de la sienne. En effet,

¹²⁹ M. RANNOU, « Publier la bande dessinée : les éditeurs franco-belges et l'album, 1950-1990 », sur *du9*, septembre 2019 (en ligne : <https://www.du9.org/chronique/publier-la-bande-dessinee-les-editeurs-franco-belges-et-lalbum-1950-1990/> ; consulté le 13 janvier 2021).

¹³⁰ *Id.*

¹³¹ S. LESAGE, *L'effet livre : métamorphoses de la bande dessinée*, op. cit., p. 15

nous avons préféré n'étudier qu'une seule maison d'édition, suivant ainsi une recommandation formulée par J. Baudry. Le chercheur propose en effet de poursuivre une approche monographique sur différentes maisons d'édition avant de se pencher sur l'industrie de la bande dessinée en général¹³². Bien qu'un regard *macro*, transversal et historique sur l'édition de bandes dessinées de langue allemande soit nécessaire¹³³ pour découvrir de nouvelles voies à explorer, nous pensons que l'analyse détaillée d'une structure éditoriale unique est complémentaire d'une telle recherche plus globale. Ce regard *micro*¹³⁴ permet lui aussi de dégager les tendances générales d'un espace culturel – germanophone, en l'occurrence – et pourra mettre en lumière les histoires plus personnelles qui déterminent celle de toute une industrie. L'analyse détaillée d'une maison d'édition permet de découvrir ses œuvres à succès, qui impriment leur marque dans l'histoire du neuvième art, mais aussi les échecs commerciaux, qui, quant à eux, ne laissent guère de traces. Ainsi, en observant la brève apparition du manga chez Reprodukt en 2003, nous pouvons par exemple dater la diffusion plus massive des bandes dessinées japonaises en Allemagne, mais aussi constater les difficultés de certains éditeurs à tirer profit de cette manne. Plutôt que de ne voir que les stratégies qui réussissent, nous pourrions ainsi constater les tentatives infructueuses. Il en va de même pour des tendances éphémères ou des œuvres peu remarquables, qui ne seront pas forcément répertoriées dans des archives complètes, mais qui sortent du lot dans la ligne éditoriale d'une entreprise précise. En outre, nous étudions les acteur·ices de cette maison d'édition et pouvons ainsi observer leurs trajectoires individuelles, qu'un regard plus large ne pourrait prendre en compte. Les artistes de Reprodukt, par exemple, ne sont pas uniquement scénaristes ou illustrateur·ices, mais figurent également parmi les éditeur·ices, et les personnes qui traduisent ou lettrèrent pour l'entreprise. Cette analyse détaillée

¹³² « Une première action à mener est assurément de poursuivre la voie monographique et de couvrir l'ensemble des principales maisons d'édition de bande dessinée. », J. BAUDRY, « Tendances de recherche (3/6) », *op. cit.*

¹³³ Ce travail est nécessaire, mais sera de grande ampleur. En effet, une importante partie des maisons d'édition qui ont « fait » la bande dessinée de langue allemande a aujourd'hui disparu, n'ayant pas réussi à survivre dans un marché restreint et inondé de productions étrangères. Il faudra un travail considérable de défrichage d'archives – trop important pour une thèse – afin de pouvoir aboutir à un travail de la même ampleur que celui de S. Lesage. De plus, les plus grandes maisons d'édition actuelles, Egmont Ehapa, Panini et Carlsen, font partie de groupes ayant leur siège à l'étranger, rendant l'accès à la totalité des archives complexe.

¹³⁴ Dans notre approche, nous nous inspirons volontiers de la « microhistoire », un courant d'historiographie dont une branche s'intéresse aux trajectoires individuelles pour mieux appréhender une société entière.

permet ainsi de constater à la fois leur polyvalence, mais aussi la précarité qui les pousse à devoir multiplier leurs activités.

En nous limitant à l'étude d'une seule maison d'édition, nous nous plaçons dans la continuité d'autres travaux de recherche, rares par rapport au foisonnement des *comics studies*. J. Baudry situe le début de l'intérêt universitaire pour l'édition de bandes dessinées en 2011, avec la parution de l'ouvrage *L'Association : une utopie éditoriale et esthétique*¹³⁵, créé par le groupe de recherche belge ACME. Il s'agit d'une monographie parue à l'occasion des vingt ans de la maison d'édition franco-belge et qui emprunte « une méthodologie transdisciplinaire (histoire, analyse de contenu, analyse éditoriale, portraits des auteurs se combinent) »¹³⁶. Si l'on considère sa structure et son histoire exceptionnelles, qui mêlent directement les artistes à l'édition¹³⁷, il n'est guère étonnant que cette entreprise ait été un objet d'étude prisé par la recherche. Ainsi, la thèse soutenue par Benjamin Caraco en 2017¹³⁸, la première monographie consacrée à une maison d'édition, traite également de *L'Association*. Dans cette thèse, B. Caraco se concentre donc sur un éditeur dont il avait déjà étudié la communication éditoriale et le catalogue physique¹³⁹ dans plusieurs articles¹⁴⁰, pour analyser à travers lui la légitimation progressive de la bande dessinée en France. En raison de sa taille restreinte et de sa marginalité initiale, *L'Association* est comparable à *Reprodukt* ; les deux structures ont d'ailleurs été fondées la même année et ont cherché à diffuser le même type d'œuvres. Ainsi, il n'est pas surprenant de

¹³⁵ C. DONY *et al.*, *L'Association : une utopie éditoriale et esthétique*, E. Dejasse, T. Habrand et G. Meesters (éd.), Bruxelles, Les Impressions Nouvelles, 2011.

¹³⁶ J. BAUDRY, « Tendances de recherche (3/6) », *op. cit.*

¹³⁷ Cette structure éditoriale fonctionnant sur un mode associatif a été fondée par des artistes et continue d'être gérée par des artistes. Même si son succès critique et commercial l'a quelque peu éloignée des milieux *underground*, le style graphique et les modes de communication restent néanmoins très semblables au fanzinat. Voir notamment B. CARACO, « La communication éditoriale : un outil de légitimation. Le cas de *L'Association* », *Comicalités. Études de culture graphique*, 28 septembre 2013 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/1707> ; consulté le 13 janvier 2021).

¹³⁸ B. CARACO, *Renouvellement et montée en légitimité de la bande dessinée en France de 1990 à 2011 : histoire de *L'Association* et de ses auteurs*, Paris, Paris I, 2017.

¹³⁹ Il faut distinguer l'objet physique qu'étudie B. Caraco (le catalogue envoyé aux marchands de livres) du catalogue au sens plus figuré (la totalité des œuvres publiées par une maison d'édition).

¹⁴⁰ B. CARACO, « La communication éditoriale », *op. cit.* ; B. CARACO, *Le catalogue au service de l'indépendance éditoriale en bande dessinée*, Paris, NecPlus, 2016, vol. 190.

constater que Reprodukt a publié une grande partie des œuvres de L'Association en langue allemande, tandis que L'Association a adapté certaines œuvres de Reprodukt en français – nous y reviendrons plus tard dans ce travail¹⁴¹. Toutefois, l'importance des traductions dans le catalogue différencie nettement les deux éditeurs : tandis que L'Association s'appuie avant tout sur des publications originales, faites par des artistes spécifiquement pour cet éditeur, Reprodukt publie surtout des œuvres étrangères, déjà parues ailleurs. L'originalité de notre travail, outre le fait qu'il se consacre à une aire culturelle et linguistique peu étudiée par les études en bandes dessinées, consiste justement à étudier une maison d'édition qui vit d'abord d'importations.

Aux travaux sur L'Association, il nous faut ajouter la thèse en histoire de Florian Moine sur l'éditeur-imprimeur Casterman, soutenue en 2020¹⁴². Elle démontre également l'utilité d'un travail de recherche focalisé sur une seule maison d'édition. S. Lesage avait lui aussi consulté les mêmes archives et consacré une partie de son travail à Casterman, mais F. Moine livre une étude complémentaire, très minutieuse, qui retrace l'histoire de l'entreprise familiale jusque dans les moindres détails. Il analyse différents versants de l'activité de cette entreprise bicéphale, entre éditeur et imprimeur, et leur manière de s'influencer mutuellement. Ainsi, il décèle par exemple les effets qu'ont eus certains achats d'équipements de l'imprimerie (par exemple une presse rotative offset) pour la ligne éditoriale. En outre, l'historien s'interroge sur le rôle de l'implantation géographique de l'entreprise et de sa librairie ; nous avons également adopté cette approche pour analyser la maison d'édition Reprodukt. Pour F. Moine, le catalogue de Casterman devient un reflet des évolutions techniques, de celles de la société et de la bande dessinée, ce qui l'amène à des observations similaires à celles de S. Lesage, en dépit de son angle d'attaque plus restreint. Notons que F. Moine étudie les principaux axes du catalogue, mais n'analyse pas le contenu de ses œuvres, ce qui lui permet de recentrer son travail sur les aspects

¹⁴¹ Il serait très fructueux de mener une étude comparée plus complète entre Reprodukt et L'Association : celle-ci permettrait de mieux mettre en regard le système éditorial allemand et le système éditorial français. Une telle étude comparative sera l'objet de travaux postérieurs à ce travail de recherche.

¹⁴² F. MOINE, *Casterman (1919-1999). Une entreprise du livre, entre Belgique et France*, Paris, Paris 1 - Panthéon Sorbonne, 2020.

socio-économiques. N'ayant pas accès aux données économiques, étudiant une période plus courte, et une entreprise de taille bien inférieure, nous privilégions, au contraire, une analyse plus détaillée du catalogue.

C'est également l'approche pour laquelle a opté la chercheuse Isabelle Licari-Guillaume, quoique de manière plus littéraire et poétique. Même si, en se concentrant sur Vertigo, sa thèse ne traite pas exactement d'une maison d'édition, mais d'un label¹⁴³ de la maison d'édition étasunienne DC, nous avons tenu à intégrer ce travail dans notre réflexion. En effet, en tant qu'angliciste, I. Licari-Guillaume adopte une approche différente de celle de F. Moine, puisqu'elle opère une analyse fine des œuvres publiées au sein de la collection Vertigo. À la description du contexte de création de la collection et à ses actrices et acteurs principaux, s'ajoute ainsi l'étude de la poétique des œuvres, allant des illustrations aux textes, aux thèmes et aux genres présents chez Vertigo¹⁴⁴. Cela lui permet de mettre en lumière des changements artistiques, stylistiques ou thématiques au sein du label et même au sein d'une même série. Si cette analyse lui permet de retracer la trajectoire éditoriale et artistique de Vertigo, nous ne pensons pas que cette approche littéraire serait aussi convaincante pour traiter de Reprodukt. Étant donné que la grande majorité des œuvres publiées chez l'éditeur sont importées et qu'il n'a pas la même emprise sur les séries qu'il publie que le mastodonte DC¹⁴⁵, son catalogue reflète certes ses propres sensibilités artistiques et politiques, mais il est davantage tributaire des aléas commerciaux (en raison de sa taille et de sa résilience économique réduites) et de l'individualité des artistes publié-es (puisque Reprodukt ne peut influencer sur l'étape de création). De plus, même si de nombreuses séries sont publiées dans la maison d'édition allemande, la plupart ont connu

¹⁴³ Il s'agit d'un « *imprint* » de la maison d'édition DC. Pour traduire ce mot, I. Licari-Guillaume a choisi de parler de « collection » ou de « label ». Nous suivons ici ses recommandations. I. LICARI-GUILLAUME, « *Vertigo's British Invasion* » : la revitalisation par les scénaristes britanniques des comic books grand public aux Etats-Unis (1983-2013), Bordeaux, Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3, 2017, p. 11.

¹⁴⁴ Bien que qu'I. Guillaume analyse la poétique des œuvres publiées chez Vertigo tout au long de sa thèse, la quatrième partie concentre les analyses les plus poussées. *Ibid.*, p. 357-440.

¹⁴⁵ J.-P. Gabilliet consacre plusieurs pages au conflit qui avait opposé DC à Bob Kane et Bill Finger, les créateurs de la série *Batman*, contraints de céder les droits de leur œuvre. Aujourd'hui encore, les grandes maisons d'édition comme Marvel et DC se distinguent des structures plus petites comme Image ou Dark Horse, où les créateurs et créatrices conservent les droits de leurs œuvres. J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books*, Jackson, Univ. Press of Mississippi, 2010, p. 105 ; *Ibid.*, p. 116-121.

la même équipe d'artistes et ont été publiées dans une autre langue, dans un autre contexte culturel, avant de paraître en langue allemande : en somme, il n'est pas pertinent d'analyser les œuvres publiées par Reprodukt sous l'angle de la poétique qu'intègrent les artistes et scénaristes à une série préexistante, puisque l'éditeur n'intervient généralement pas lors de la création du contenu. Nous étudierons plutôt le format et le type d'œuvres et d'artistes que la maison d'édition décide d'éditer, puisque ce sont les aspects qu'elle contrôle directement.

Enfin, saluons le travail de Kévin Le Bruchec, dont la thèse sur un syndicat d'éditeurs franco-belges dits « alternatifs » comblera les lacunes actuelles autour des structures éditoriales de petite taille. Par son envergure (tant au niveau de la taille de l'entreprise qu'à celle de ses ventes), Reprodukt est plus proche des entreprises étudiées par K. Le Bruchec¹⁴⁶ que de celles sur lesquelles la recherche s'est penchée jusqu'ici. Nous pensons que son travail sur la bande dessinée franco-belge pourra éclairer celui que nous menons sur une maison d'édition allemande et espérons qu'ils se feront écho. L'objet de son étude présente en effet des similitudes et des divergences avec le nôtre. Les stratégies de survie des petites entreprises sont-elles les mêmes sur le marché germanophone et francophone ? Comment les maisons d'édition alternatives adaptent-elles des œuvres importées à leur nouveau public ? Y a-t-il une mise en réseau des éditeurs alternatifs européens ou des artistes qui passent d'un pays à un autre et y prennent un rôle différent¹⁴⁷ ?

En dehors de la recherche universitaire, J. Baudry rappelle qu'il existe nombre d'ouvrages promotionnels et des recherches extra-universitaires sur diverses maisons d'édition. Malheureusement, ces ouvrages possèdent généralement « des caractéristiques qui peuvent

¹⁴⁶ K. Le Bruchec étudie avant tout des membres du Syndicat des Éditeurs Alternatifs (S.E.A). S'y trouvent des entreprises de taille variable : L'Association est sans doute la plus grande, tandis que d'autres sont proches de l'auto-édition en n'employant qu'une personne. Reprodukt se situe à mi-chemin entre les deux. Pour une liste des membres du SEA, voir « Les membres », sur *Site du Syndicat des Editeurs Alternatifs*, s.d. (en ligne : <https://www.lesea.fr/les-membres/> ; consulté le 19 janvier 2021).

¹⁴⁷ Lors d'un entretien avec K. Le Bruchec, nous avons constaté que le nom d'Alex Chauvel apparaissait par exemple dans nos recherches respectives : en tant qu'artiste du côté franco-belge, en tant qu'éditeur à Berlin. Un regard plus approfondi sur les réseaux d'artistes/de libraires/d'éditeurs francophones à Berlin permettrait sans doute de révéler d'autres profils transnationaux.

affecter leur utilisabilité par le chercheur professionnel : insistance sur des anecdotes plus que sur une vision transversale [...] et dans les cas les plus décevants, triomphalisme et célébration hagiographique. »¹⁴⁸ Quelques travaux de ce type peuvent toutefois nous accompagner dans notre propre recherche. Premièrement, l'ouvrage publié par Tom Devlin pour les vingt-cinq ans de la maison d'édition canadienne Drawn & Quarterly¹⁴⁹, contenant un texte écrit par le fondateur de Reprodukt, ainsi que *La Véritable histoire de Futuropolis*¹⁵⁰ de Florence Cestac : dans les deux cas, il s'agit de livres traitant de maisons d'édition proches de Reprodukt, dont cette dernière publie très régulièrement les œuvres en langue allemande. Toutefois, ces livres ne traitant pas de la publication de bandes dessinées sur le marché germanophone, il faudra être prudent avant d'établir d'éventuels parallèles entre Drawn & Quarterly, Futuropolis et Reprodukt.

Deuxièmement, il existe aussi des sources non universitaires traitant d'éditeurs germanophones : plusieurs numéros de magazines publiés chez Edition Alfons se penchent sur ce sujet. D'une part, il y a les *Comic Report* annuels de Volker Hamann et Matthias Hofmann, publiés de 2011 à 2015, qui livrent des statistiques détaillées sur l'industrie de la bande dessinée de langue allemande et contiennent des interviews avec les principales maisons d'édition du marché germanophone (dont Reprodukt). Ces statistiques globales sont précieuses, puisqu'il n'y a pas eu, à ce jour, d'autres études sur la lecture et/ou la vente de bandes dessinées dans les pays germanophones. Sans doute faute de succès commercial, ces analyses détaillées ont été remplacées par de courtes rubriques au contenu fluctuant dans le magazine trimestriel *Alfonz der Comicreporter*. Depuis 2021, le « Comic Report » est de retour sous forme d'une rubrique du magazine *Alfonz*. Les chiffres donnés dans cette rubrique ne correspondant que partiellement à la période étudiée, nous pourrions nous y référer, mais en leur accordant une importance moindre qu'aux numéros des années 2010. Enfin, le magazine *Reddition* –

¹⁴⁸ J. BAUDRY, « Tendances de recherche (3/6) », *op. cit.*

¹⁴⁹ T. DEVLIN, *Drawn & Quarterly: Twenty-five Years of Contemporary Cartooning, Comics, and Graphic Novels*, Montréal, Drawn & Quarterly, 2015.

¹⁵⁰ F. CESTAC, *La Véritable histoire de Futuropolis*, Paris, Dargaud, 2007.

Zeitschrift für graphische Literatur consacre certains de ses articles à des maisons d'édition, voire un numéro entier, comme en 2017, le numéro 66 consacré à la maison d'édition Carlsen. *Reprodukt* n'a pas encore fait l'objet d'un tel traitement de faveur, et n'est évoquée que périodiquement, au sujet d'œuvres précises. En général, nous serons contraint de nous servir régulièrement de sources journalistiques, en l'absence d'ouvrages de recherche sur ces sujets. Le journal berlinois *Tagesspiegel* en particulier possède une rubrique dédiée aux bandes dessinées, en partie alimentée par des collègues chercheurs et chercheuses. Les articles cités sont informatifs, et s'appuient sur des témoignages directs. Pour autant, leur objectivité sera parfois à remettre en question.

Méthodologie

Afin de suivre au plus près la politique éditoriale de *Reprodukt* et d'analyser sa manière de publier des œuvres, nous avons choisi de combiner une approche quantitative avec une analyse qualitative du travail de l'éditeur. Dans les deux cas, nous avons dû faire des choix concernant les informations à privilégier, que nous expliciterons dans les paragraphes suivants. De plus, comme nous allons le voir également, nous avons rencontré plusieurs difficultés, dont certaines sont dues au contexte sanitaire contraignant de 2020-2022 et d'autres à l'archivage parfois peu efficace des bandes dessinées en Allemagne.

Expliquons à présent la méthodologie de ce travail. Nous avons décidé d'étudier l'éditeur *Reprodukt* à travers :

- une approche quantitative en établissant (puis en exploitant) avec le logiciel Excel une base de données contenant des informations sur toutes les œuvres publiées et vendues par cette maison d'édition depuis sa fondation, il y a trente ans. Les statistiques que nous avons pu tirer de ces données ont pu être comparées parfois à celles obtenues par V. Hamann et M. Hofmann pour le magazine *Comic Report* entre 2011 et 2014, remplacé ensuite par une rubrique du même nom dans *Alfonz – Der Comicreporter*.

- une approche qualitative, en étudiant divers aspects du travail de Reprodukt, et en analysant en détail certaines des bandes dessinées publiées par la maison d'édition. Des entretiens informels avec des travailleurs et travailleuses de la bande dessinée, ainsi que notre activité de recherche en dehors de la thèse, ont permis d'affiner cette étude de Reprodukt.

Pour plusieurs raisons, nous n'avons pas procédé à des entretiens formels dans le cadre de ce travail, alors que cela avait initialement été envisagé. Le contexte de la pandémie de COVID-19 nous a premièrement empêché à plusieurs reprises de nous rendre à Berlin. Alors que nous avons rencontré des employé-es de l'entreprise en 2019, et que nous avons convenu de rendez-vous l'année suivante, le contexte sanitaire a retardé cette rencontre jusqu'en 2022. Deuxièmement, après avoir réajusté notre vision initiale de cette étude, nous avons décidé d'éviter les entretiens pour des raisons méthodologiques et éthiques. D'une part, nous pensons qu'une démarche quantitative permet une approche nouvelle et probante quant aux pratiques éditoriales, et souhaitons nous concentrer sur elle. D'autre part, des entretiens auraient pu influencer sur les pratiques de la maison d'édition, ce qui aurait été contraire à notre position de chercheur. En effet, nous imaginons que si nous avions interrogé D. Rehm sur certains aspects de sa maison d'édition, cela aurait pu pousser l'éditeur à changer ces caractéristiques – que ce soit en vue d'altérer les résultats de notre étude ou son image, ou simplement parce qu'il se rendrait alors compte de certains biais. Ne souhaitant qu'analyser cette maison d'édition, et non pas l'influencer, nous avons alors opté pour une étude à partir d'une base de données constituée sans l'aide de la maison d'édition. Dans les paragraphes qui suivent, nous expliciterons d'abord l'établissement de notre base de données, puis, dans un second temps, nous expliquerons quels aspects précis nous analyserons.

Élaborer une base de données pour analyser un catalogue de bandes dessinées

Premièrement, l'établissement de la base de données s'est avéré ardu : nous souhaitions initialement utiliser la base de données du site allemand « ComicGuide », qui déclare

répertoire 95 % des publications de bandes dessinées en langue allemande¹⁵¹, avant de nous rendre compte de ses lacunes manifestes, du moins en ce qui concerne notre objet d'étude. Tandis que ComicGuide comptabilise environ 300 œuvres publiées par Reprodukt jusqu'en 2021, nous avons, *in fine*, réussi à en répertorier plus de 600. En effet, en parcourant le site internet de la maison d'édition, des sites de vente, ainsi que les plateformes utilisées par différent-es artistes, nous avons pu dénicher des centaines d'œuvres oubliées par ComicGuide. En revanche, étant donné que Reprodukt travaillait de manière plus informelle à ses débuts et n'a pas gardé de traces de toutes ses publications, que certaines œuvres étaient à tirage limité et ne sont plus disponibles aujourd'hui, que d'autres ont été désavouées par celles et ceux qui les ont créées, un certain nombre d'ouvrages aura sans doute malgré tout échappé à notre recherche. Nous avons régulièrement mis à jour notre base de données et établi de nouvelles statistiques, mais force est de constater que quelques œuvres, que nous espérons très rares, n'ont pas pu y être intégrées, ou bien alors avec des données incomplètes. Nos statistiques ont toutefois été obtenues en analysant plus de 600 œuvres signées Reprodukt – un nombre que nous estimons suffisamment important pour que quelques livres perdus ne puissent pas en changer la portée générale. Puisque ces œuvres qui nous ont échappé ont vraisemblablement été avant tout publiées, pour les raisons mentionnées plus haut, au cours des années 1990, les statistiques obtenues pour cette décennie seront observées avec précaution, d'autant que Reprodukt ne publiait alors que peu de livres par an et que chaque nouvelle œuvre peut alors grandement influencer les chiffres.

Pour chacune de ces bandes dessinées, nous avons choisi de noter plusieurs informations.

¹⁵¹ « Avec des entrées sur plus de 95 % de toutes les bandes dessinées parues, le guide des bandes dessinées allemandes est sans nul doute au top », « Mit Einträgen von über 95 Prozent aller erschienenen Comics ist der Deutsche Comic Guide wohl Spitzenklasse. », « Wir über uns », sur *Comicguide*, s.d. (en ligne : <https://www.comicguide.de/index.php/wir-ueber-uns> ; consulté le 29 mai 2019).

- Sont ainsi répertoriées, pour toutes les œuvres, un certain nombre de données objectives : le nom de l'œuvre, celui des artistes impliqués¹⁵², l'année de publication, le prix¹⁵³, le nombre de pages, la taille de l'œuvre, le format¹⁵⁴, les couleurs utilisées, les catégories dans lesquelles Reprodukt place l'œuvre dans son catalogue en ligne.
- Pour les œuvres concernées, nous avons ajouté : les prix obtenus, les adaptations dans d'autres médias, le soutien financier par des fondations ou des ministères.
- À cela s'ajoutent des informations supplémentaires pour les œuvres publiées à l'origine par une autre maison d'édition, et que Reprodukt a donc dû adapter : le nom et le siège social de cette autre maison d'édition, le nom des traducteurs et traductrices, celui des lettrés ou lettrées, le type de lettrage¹⁵⁵, l'année de la publication originale, l'indication que l'œuvre a été (ou non) rééditée par Reprodukt (dans certains cas, cette dernière n'a fait que liquider les invendus d'un autre éditeur).

¹⁵² Nous avons choisi de compter comme artistes les personnes explicitement citées par Reprodukt comme étant les créateur·ices de l'œuvre. Nous suivons ainsi la manière dont l'éditeur souhaite présenter son œuvre. En outre, cela nous permet d'avoir des réponses tranchées aux questions que posent certaines œuvres. Roald Dahl est-il réellement l'auteur de *Hexen hexen* alors qu'il est décédé près de trente ans avant la parution de la bande dessinée illustrée et écrite par Pénélope Bagieu chez Reprodukt ? Qu'en est-il alors de Jean-Paul Sartre : ne devrait-il pas être cité comme l'un des artistes du *Nausea* de Robert Crumb, puisque celle-ci s'inspire de lui ? Dans le cas de *Dri Chinisin – Nach Erzählungen von Brigitte Kronauer*, le nom de l'auteur adaptée par Sascha Hommer fait partie du titre du livre, mais elle n'est pas citée comme autrice la bande dessinée – qu'en penser ? Les indications claires de l'entreprise reflètent la manière dont elle souhaite être perçue.

¹⁵³ Par mesure de simplicité, le prix sera indiqué en euros de 2021. D'une part, nous pensons qu'il aurait été plus difficile de comprendre l'évolution du prix moyen en convertissant des Deutsche Mark en euros. De plus, nous avons préféré répertorier le prix de vente recommandé qu'indiquent Reprodukt ou les artistes sur leur site internet, plutôt que les prix donnés sur des plateformes de vente tierces ou chez les marchands de livres qui peuvent, eux, parfois fluctuer en fonction de la demande (notamment pour les œuvres en édition limitée). En raison des lois sur le prix unique du livre, Reprodukt n'a ni pu adapter le prix d'une même œuvre à l'inflation (à moins de la rééditer), ni la solder : étant le plus stable, ce prix suggéré par le site de l'éditeur est donc le plus cohérent pour notre recherche.

¹⁵⁴ Nous différencions la taille de l'œuvre (indiquée en cm x cm) de son format, c'est-à-dire du type de couverture (couverture souple, cartonnée, toilée), de reliure (broché, relié...). Nous reviendrons à cette distinction dans une partie dédiée au format des œuvres.

¹⁵⁵ C'est-à-dire la mise en forme du texte, comportant à la fois la fonte utilisée, ainsi que l'agencement du texte dans l'espace de la page.

-
- Enfin, un certain nombre de données a posé davantage de questions, puisque l'éditeur ne les indique pas ou seulement indirectement : le genre des traducteur·ices et des artistes, leur nationalité, le statut sériel de l'œuvre¹⁵⁶, le genre de l'œuvre.

Ces derniers points ont soulevé des difficultés pour plusieurs raisons. Premièrement, nous avons choisi de ne pas parler du « sexe » des artistes et des traducteur·ices parce que cette information relève de l'intime d'une personne. Pour autant, la catégorie de « genre »¹⁵⁷ n'est pas forcément moins personnelle. Puisque nous n'avons pas pu demander directement à chacun·e des artistes son expression de genre (et que ces dernier·es ne nous l'auraient d'ailleurs pas forcément révélée), que celle-ci peut d'ailleurs évoluer, nous nous sommes donc fié aux prénoms et aux pronoms utilisés par Reprodukt pour parler d'eux et d'elles. Le genre qu'attribue l'éditeur à un·e artiste reflète bien la manière dont il souhaite que le public identifie ce·tte dernier·e – cela reste donc une donnée pertinente pour analyser l'évolution de la maison d'édition. D'après nos recherches, toutes les personnes publiées chez Reprodukt, sauf une, qui a fait son coming-out en 2022¹⁵⁸, pouvaient ainsi être catégorisées de manière binaire en homme ou en femme, ce que nous avons donc retenu pour établir notre base de données, sans que cela nous satisfasse tout à fait.

Nous supposons en effet qu'avec les discussions sur la loi allemande sur l'autodétermination du genre [*Gesetz über die Selbstbestimmung in Bezug auf den Geschlechtseintrag*]¹⁵⁹ et avec le

¹⁵⁶ S'agit-il d'une œuvre cohérente unique, sans suite, d'une œuvre qui s'inscrit dans une série, d'une collection d'œuvres différentes...

¹⁵⁷ Nous suivons les définitions popularisées par la chercheuse Judith Butler qui ne sont pas sans défauts, mais qui ont le mérite d'être largement usitées en sociologie du genre. Voir J. BUTLER, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Abingdon, Taylor & Francis, 2011.

¹⁵⁸ Cet·te artiste est désignée de deux manières différentes chez Reprodukt. Sa première œuvre parue chez l'éditeur la désigne encore sous son nom de naissance et mégenre cette personne, c'est-à-dire qu'elle la désigne comme s'identifiant à un genre auquel elle ne s'identifie plus aujourd'hui. Cette identification faussée est sans doute accidentelle, puisqu'une œuvre plus récente, parue après la période que nous étudions, l'identifie explicitement comme « *nonbinär* » [non-binaire] et l'appelle par son prénom d'usage. Pour nos statistiques, nous avons décidé de prendre en compte la manière dont l'artiste s'identifie actuellement.

¹⁵⁹ Pour plus d'informations, voir le site du Ministère fédéral de la famille, des personnes âgées, des femmes et de la jeunesse. « *Gesetz über die Selbstbestimmung in Bezug auf den Geschlechtseintrag* », sur *Site du*

nombre croissant d'œuvres prenant pour sujet les problématiques de genre (notamment publiées chez Reprodukt), davantage d'artistes pourront ouvertement admettre se retrouver dans d'autres catégories que simplement « homme » ou « femme ». Bien entendu, les identités non-binaires préexistent à ces évolutions plus récentes, mais l'acceptation de ces identités fluctue en fonction du contexte historique et culturel¹⁶⁰. Or, les pronoms les plus usuels en allemand, utilisés par Reprodukt, ne permettent pas forcément de refléter ces identités de genre. Une catégorisation plus précise avec une enquête anonyme devrait être croisée avec des données similaires sur la population globale, ce qui nous permettrait de mieux comprendre si l'arrière-plan sociologique des artistes de bande dessinée influe sur les identités de genre représentées. En l'absence d'une telle enquête, dans les analyses traitant du genre des personnes, nous réitérerons régulièrement que leur désignation en tant qu'« hommes » ou que « femmes » émane de notre propre interprétation et non pas de ces personnes mêmes.

Le problème inverse s'est produit pour le genre de l'œuvre : loin de la binarité, nous pouvons catégoriser les œuvres en une multitude de genres. Les œuvres de Robert Crumb peuvent ainsi être autobiographiques et traiter de la sexualité de leur auteur, mais elles le font toujours d'abord de manière humoristique, tandis que *Girlsplaining* de Katja Klengel a beau mettre en scène l'artiste comme personnage dans sa propre bande dessinée et a beau être drôle, elle est avant tout pensée comme œuvre didactique sur la sexualité. Le genre de ces bandes dessinées est-il l'autobiographie, l'humour, ou s'agit-il même d'œuvres érotiques ? Pour les œuvres de R. Crumb s'ajoute l'esthétique particulière qui a marqué les « *Comix* » des années 1960-1970¹⁶¹.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 9 mai 2023 (en ligne : <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/gleichstellung/queerpolitik-und-geschlechtliche-vielfalt/gesetz-ueber-die-selbstbestimmung-in-bezug-auf-den-geschlechtseintrag-sbgg--199332> ; consulté le 4 juin 2023).

¹⁶⁰ Voir notamment les travaux d'Agathe Bernier-Monod sur l'institut de recherche fondé par Magnus Hirschfeld. Ce dernier théorisait déjà un « troisième sexe » au début du XXe siècle, avant que l'avènement du nazisme mette fin à la libération des mœurs pendant la République de Weimar. A. BERNIER-MONOD, « L'Institut de Magnus Hirschfeld et le féminisme », dans P. Farges et A.-M. Saint-Gille (éd.), *Le premier féminisme allemand (1848-1933)*, Lille, Presses Universitaires du Septentrion, 2013, p. 147-156.

¹⁶¹ Il s'agit d'une simplification : la période des *comix underground* n'étant pas caractérisée par un mouvement artistique vraiment uniforme, on peut difficilement définir une esthétique *underground*. R. Crumb reste cependant l'artiste le plus connu de cette période et on y associe donc communément son style graphique. Pour plus de détails

– ne faudrait-il pas dès lors aussi toutes les catégoriser comme œuvres *underground* ? Comment distinguer ces œuvres très différentes, mais qui traitent pourtant de sujets similaires ? Comme le rappelle le chercheur Nicolas Labarre dès l'introduction de son *Understanding Genre in Comics*, le genre d'une bande dessinée est une notion fluide, en constante évolution, en particulier pour les œuvres qui ne sont pas issues de la production de masse¹⁶². C'est aussi le cas chez Reprodukt, qui se targue de publier en partie des œuvres novatrices, voire avant-gardistes, qui « manquent d'une forme d'*institutionnalisation* qui pourrait transformer les groupements d'architextes en genres [bien établis] »¹⁶³, comme le remarque N. Labarre. Plutôt que de déterminer un mélange de genres arbitraire qui caractériserait une œuvre (autobiographie, humour, *underground*, érotique, dans le cas de R. Crumb), dans notre base de données, nous avons décidé de n'indiquer le genre d'une œuvre que dans des cas précis, assez bien identifiables : quand il s'agit d'une (auto)biographie ou d'une œuvre humoristique. Le premier genre, la biographie, est particulièrement représentatif d'une bande dessinée ayant tendance à se rapprocher de la culture plus légitime. D'une part, la thématique, ancrée dans le réel, est perçue comme adaptée à un public adulte, et se prête à un style narratif proche de la littérature. D'autre part, l'aspect visuel de ce genre d'œuvres est aujourd'hui codifié, puisqu'elles sont le plus souvent colorisées en noir et blanc et que leur trait s'inscrit souvent dans la lignée de plusieurs bandes dessinées parmi les plus célèbres¹⁶⁴. En outre, il s'agit du genre d'œuvres explicitement mentionné par Reprodukt dans le portrait qu'elle dresse d'elle-même (son « *Selbstverständnis* »), donc du genre qui la caractériserait le mieux¹⁶⁵. Enfin, l'humour a beau être une notion subjective, il s'agit là du seul genre de bande dessinée que Reprodukt indique dans les métadonnées des fiches informatiques dédiées aux œuvres qu'elle a publiées – genre

sur cette période et sur les différentes sensibilités des artistes *underground*, voir P. ROSENKRANZ, *Rebel Visions: The Underground Comix Revolution, 1963-1975*, Seattle, Fantagraphics Books, 2008.

¹⁶² N. LABARRE, *Understanding Genres in Comics*, Londres, Palgrave Macmillan, 2020, p. 7-12.

¹⁶³ *Ibid.*, p. 9.

¹⁶⁴ Nous pensons ici, entre autres, à *Maus* d'Art Spiegelman et à *Persepolis* de Marjane Satrapi, deux œuvres louées par la critique et ayant entraîné un essor de la bande dessinée (auto)biographique. Tout-e artiste qui publie une œuvre autobiographique, notamment en noir et blanc, sera systématiquement comparé-e à elles et profitera de la légitimité culturelle acquise par ces autres œuvres. A. SPIEGELMAN, *Maus: A Survivor's Tale*, London, Penguin Books, 2009 ; M. SATRAPI, *Persepolis*, Paris, L'Association, 2012.

¹⁶⁵ « Verlagsporträt », *op. cit.*.

qui en devient ainsi une donnée objective (« cette œuvre est-elle considérée par Reprodukt comme une œuvre d'humour, oui ou non ? »). Par ailleurs, il s'agit aussi d'un genre très communément associé à la bande dessinée dans les pays germanophones, puisque le mot « *Comic* » renvoie évidemment au « comique ». Le fait de publier plus ou moins d'œuvres à vocation humoristique révèle ainsi en partie la position d'un éditeur germanophone face à la perception du neuvième art sur son marché.

Même si ces deux catégories produisent des données claires et utiles, elles restent sujettes à notre appréciation personnelle. Par exemple, tandis que les éditeurs français et américains de Debbie Drechsler indiquent que son œuvre est autobiographique¹⁶⁶, Reprodukt ne le mentionne pas, et le nom des personnages ne correspond pas à ceux de l'entourage de l'artiste – son œuvre peut-elle tout de même être considérée comme autobiographique ? Si toutes les anthologies *Mumin* [*Moumine*] sont catégorisées comme bande dessinée d'humour, mais que cela n'est pas indiqué pour le tome 8, cela signifie-t-il que l'humour en est absent ou du moins que l'humour n'est pas considéré comme trait distinctif par l'éditeur, ou bien s'agit-il tout simplement d'un oubli de la part d'un-e employé-e ? En raison de telles incongruités, nous n'avons pu que rarement exploiter la catégorie de « genre littéraire » pour les bandes dessinées, d'autant qu'elle n'est que très peu utilisée par Reprodukt. En revanche, Reprodukt classe très précisément ses œuvres en « *Comic* », « *Graphic Novel* », « *Manga* » et « *Kindercomic* », catégories que nous avons donc pu bien mieux exploiter dans notre analyse. Celles-ci s'apparentent certes à l'idée d'un genre littéraire, mais force est de constater qu'elles agissent avant tout comme outil de vente pour des publics précis, plutôt que comme une manière bien définie de classer les œuvres.

De la même manière, nous avons dû déterminer si une œuvre s'inscrivait – ou non – dans une série. C'est chose aisée pour les dizaines d'albums de la série des *Donjon* : le nom des artistes impliqué-es a beau changer, le titre de la série figure systématiquement au-dessus du titre

¹⁶⁶ « [...] L'Américaine Debbie Drechsler traite du difficile sujet de l'inceste, sur le mode autobiographique », « *Daddy's Girl* », sur *Site de L'Association*, s. d. (en ligne : <https://www.lassociation.fr/en/catalogue/daddy-s-girl/> ; consulté le 22 janvier 2021).

individuel de l'album, dont les personnages agissent dans le même univers que celui représenté dans les autres titres, bien que la temporalité du récit puisse changer ainsi que, de manière extradiegétique, le style graphique et narratif. Cette série est aussi clairement identifiée comme telle par l'éditeur, qui publie chaque tome selon une charte graphique et matérielle similaire et place tous les albums dans la même catégorie sur son site. Au contraire, comment déterminer si *Die Zumutungen der Moderne* de Nicolas Mahler est bien une suite à *Kunsttheorie versus Frau Goldgruber* [L'art selon Madame Goldgruber], alors que le personnage éponyme de cette dernière, Madame Goldgruber, n'y apparaît pas ? Cette œuvre s'inscrit clairement dans la série, dès lors que L'Association, qui l'édite en français, l'appelle *L'Art sans Madame Goldgruber*¹⁶⁷ pour souligner la continuité thématique, même en l'absence du personnage. Cependant, cela semble ne devenir officiel pour Reprodukt que lorsqu'elle l'intègre à un recueil de 2017 appelé *Die Goldgruber-Chroniken* [Les chroniques Goldgruber]. Mais alors, que faire de *Franz Kafkas nonstop Lachmaschine* [La machine de Franz Kafka à faire rire sans interruption] ? Ce livre de N. Mahler traite des mêmes sujets dans le même style graphique et narratif que les précédents, et Madame Goldgruber y refait même une apparition. Pourtant, ce livre ne fait pas partie de l'anthologie créée par Reprodukt. Encore une fois, on constate que l'appartenance – ou non – à une série relève parfois de l'appréciation subjective (de l'éditeur, en l'occurrence). Ici aussi, nous avons choisi de noter lorsque la maison d'édition indique clairement qu'une œuvre s'inscrit dans une série, mais aussi lorsque nous estimons que cela aurait pu être le cas, mais que l'éditeur ne l'a pas fait. La manière dont Reprodukt présente ses œuvres (une œuvre unique, un tome de série nécessitant la lecture de dizaines d'ouvrages au préalable...¹⁶⁸) est pour nous tout aussi significative que la manière dont les artistes les ont conçues.

Pour finir ces remarques sur notre base de données, nous avons préféré relever la nationalité des artistes impliqué-es plutôt que seulement la langue dans laquelle une œuvre a été écrite à

¹⁶⁷ N. MAHLER, *L'art sans madame Goldgruber: saillies*, Paris, L'Association, 2008.

¹⁶⁸ La série *Donjon* comportait 44 tomes au moment de la fin de nos relevés statistiques. Dans un prospectus publicitaire, Reprodukt présente la totalité des œuvres et recommande la lecture de certains tomes plutôt que d'autres, en fonction de la tonalité de l'histoire recherchée.

l'origine. En effet, « langue française », par exemple, ne permet pas de rendre compte des spécificités d'une œuvre qui peut avoir été créée par un-e artiste français-e, belge, ivoirien-ne, québécois-e etc. Or, il nous paraît tout aussi, voire plus intéressant de savoir si une maison d'édition préfère publier davantage (ou moins) d'artistes de pays potentiellement sous-représentés dans l'aire germanophone que de savoir si l'anglais est devenu la *lingua franca* de la création de bandes dessinées. La référence à la nationalité spécifique de l'artiste est d'autant plus importante qu'elle peut être la source de financements extérieurs, comme nous avons pu le constater lors de nos recherches. C'est donc un critère que nous avons choisi de privilégier dans notre étude, en relevant notamment les doubles nationalités et les collaborations internationales. Toutefois, nous devons reconnaître qu'il s'agit là encore d'un indicateur insuffisant pour rendre compte de l'identité des artistes : il n'y a pas forcément de corrélation entre la nationalité et l'héritage familial, culturel et linguistique, ni avec le lieu de résidence. Ainsi, Riad Sattouf a beau être de nationalité française, ce qu'illustre son parcours dans des écoles d'art françaises et auprès d'éditeurs franco-belges, son héritage syrien, central dans ses œuvres, a certainement joué un rôle dans la manière dont il est perçu en tant qu'auteur, tandis que Judith Vanistendael, en tant que Belge, pourrait certes avoir un accès privilégié aux circuits éditoriaux de la bande dessinée, mais étant néerlandophone, les possibilités de publication qui lui sont ouvertes sont certainement différentes de celles d'un-e artiste belge francophone.

Quels aspects et quelles œuvres analyser ?

Venons-en au versant qualitatif de notre travail de recherche. Bien que les statistiques établies à partir de la totalité du catalogue de Reprodukt puissent nous donner des indications sur l'évolution de sa ligne éditoriale, sur les formats privilégiés, sur les partenariats avec d'autres maisons d'édition etc., il faut une vision plus détaillée pour comprendre comment cela se reflète dans la manière de concevoir des œuvres et comment ces dernières sont lues. Ainsi, les statistiques viendront avant tout compléter l'analyse plus fine que nous ferons de diverses parties du travail d'édition et de publication chez Reprodukt. Citons ici plusieurs volets de cette activité professionnelle qui nous intéressent :

-
- La matérialisation d'une œuvre comme objet (généralement sous forme de livre). L'éditeur doit en effet faire plusieurs choix concernant cet aspect avant la commercialisation d'une bande dessinée : celui du format, du type de reliure, du prix de vente... Bien qu'une concertation avec l'artiste puisse avoir lieu, ces questions relèvent de considérations logistiques (respect de formats canoniques de l'éditeur/d'une collection, disponibilité et coût de certains matériaux...) et commerciales, et sont ainsi surtout l'apanage de l'éditeur.
 - Le travail d'adaptation, qui est sans doute la partie la plus importante du travail de cette maison d'édition. Selon notre définition, l'adaptation comprend tous les aspects du transfert culturel effectué par la maison d'édition lorsqu'elle importe une œuvre. Ce travail comprend notamment la traduction et le lettrage, mais également les aspects matériels nommés plus haut. Nous verrons de quelle manière l'adaptation permet à Reprodukt de s'approprier des œuvres initialement publiées par une autre instance.
 - Même s'il n'est pas tout à fait du ressort de Reprodukt, le travail de production. Bien que l'impression et l'assemblage des livres ne se fassent pas dans la maison d'édition, mais auprès d'un imprimeur, nous souhaitons mettre en lumière la relation entre ces deux instances.

D'autre part, nous aurions pu observer des aspects plus sociaux et créatifs de l'activité d'éditeur, mais avons choisi de ne les aborder que de manière tangente :

- Le volet sans doute le plus mythifié et valorisé, l'accompagnement des artistes lors du processus créatif. Il s'agit certes d'un aspect important pour la maison d'édition, mais il ne concerne, de fait, qu'une minorité des œuvres qu'elle publie. Comme nous l'avons évoqué, Reprodukt importe la majorité de ses œuvres. La nature de la maison d'édition comme entreprise d'importation fait l'originalité de notre sujet par rapport aux recherches précédentes. Nous souhaitons donc privilégier cet aspect et nous pencherons davantage sur lui que sur le travail des éditeur-ices en tant que maïeuticien-nes de l'œuvre.

- Le lobbying pour la bande dessinée en Allemagne et l'activité publicitaire. Reprodukt est une actrice majeure dans la légitimation de cette forme d'art en militant régulièrement pour une meilleure reconnaissance de la bande dessinée. Ainsi, elle se met régulièrement en scène comme fabrique de bandes dessinées de qualité et partage fréquemment des contenus sur les réseaux sociaux. Cela lui permet également d'attirer du public et de mettre en lumière les œuvres qu'elle publie.
- Le soutien professionnel aux artistes. Non seulement Reprodukt organise par exemple des ateliers de formation, mais la maison d'édition favorise aussi l'intégration des artistes qu'elle publie dans divers réseaux professionnels. Ainsi, elle peut permettre à ces travailleurs et travailleuses précaires de trouver des sources de revenus complémentaires, mais nécessaires.

Dans tous ces aspects, il faudra tenir compte des spécificités de cette maison d'édition : sa taille modeste ne lui donne pas les mêmes moyens que certaines grandes entreprises, mais elle possède des compétences plus importantes que des structures de moindre taille. Son implantation géographique (en Allemagne et plus précisément à Berlin) est également significative, influençant nombre des points évoqués plus haut, et devra donc faire l'objet d'une sous-partie. Comme nous l'avons dit, à l'étude de notre base de données s'ajoutera l'analyse ponctuelle de certaines œuvres du catalogue de Reprodukt : ainsi, des exemples concrets de lettrages et de traductions seront détaillés dans la partie consacrée à l'adaptation, et l'influence qu'a eue un certain format sur la réception d'une œuvre dans la partie sur les formats.

Finalement, nous n'avons pas évoqué la distribution des œuvres, et pour cause : contrairement à des groupes géants comme Média Participations (Dargaud, Dupuis, Le Lombard), Reprodukt ne gère pas elle-même la diffusion de ce qu'elle publie. Même si nous parlerons des partenaires commerciaux choisis par la maison d'édition, nous nous concentrerons davantage sur les canaux de diffusion sur lesquels Reprodukt a une emprise directe. Premièrement, l'éditeur vend lui-même ses productions sur son site internet. Nous pourrions ainsi observer directement la manière dont il vend ses produits. Deuxièmement, Reprodukt est intimement liée à une librairie

berlinoise : le magasin Modern Graphics dans le quartier du Prenzlauer Berg, dont une grande partie du rayonnage est consacré aux œuvres de Reprodukt. Cette boutique n'est pas un simple point de vente : à la fois vitrine de la maison d'édition, mais aussi terrain d'expérimentation et de rencontres, la librairie Modern Graphics au numéro 79 de la Kastanienallee se doit d'être étudiée comme faisant partie intégrante de la maison d'édition qui a aidé à la fonder.

Plan

Afin d'étudier la maison d'édition, il s'agira, dans un premier temps, d'écrire brièvement l'histoire de Reprodukt et de retracer les dynamiques qui ont traversé sa ligne éditoriale. Nous consacrerons ensuite une sous-partie à la localisation géographique de l'entreprise afin de mieux comprendre l'éventuelle influence de son implantation sur son travail. Pour ce faire, nous partirons de l'échelle internationale pour descendre jusqu'à l'échelle locale.

Dans un deuxième temps, nous nous pencherons directement sur le catalogue de la maison d'édition. En premier lieu, nous nous concentrerons sur les œuvres en elles-mêmes. Pour ce faire, nous devons d'abord analyser la manière dont Reprodukt classe sa production. Les désignations utilisées par l'éditeur seront aussi l'occasion de retracer les difficultés de la bande dessinée de s'établir dans les pays germanophones et les stratégies employées pour l'aider à s'imposer. Par la suite, nous étudierons le rythme de publication de Reprodukt, ce qui constituera un parallèle chiffré avec la toute première partie de cette recherche. Puis, dans un troisième temps, la production de l'éditeur sera décortiquée et comparée à l'industrie germanophone pour observer les dynamiques sous-jacentes : les formats utilisés, la longueur des œuvres, leur prix, leur couleur. Nous constaterons ainsi comment l'aspect hétéroclite de son catalogue est peut-être sa marque de fabrique : parfois au sens propre du terme, puisque son logo aux multiples facettes lui permet d'affirmer une certaine identité indéfinie au sein des œuvres qu'elle publie. Enfin, nous consacrerons notre dernière sous-partie aux artistes et aux autres éditeurs dont la maison d'édition adopte les œuvres. Nous verrons ainsi la prédominance de certain-es artistes chez Reprodukt, en nous penchant sur leur nationalité et leur genre.

Dans notre dernière partie, nous étudierons en détail différentes facettes du travail d'édition. Nous nous pencherons d'abord sur les pratiques d'adaptation. Il s'agira sans doute de l'aspect qui distingue le plus Reprodukt des maisons d'édition étudiées par d'autres chercheurs et chercheuses puisque, contrairement à L'Association, à DC ou à Casterman, la majeure partie de sa production est importée et doit donc être traduite et relettrée pour son nouveau public. Puis, dans la suite logique de ces pratiques d'adaptation à l'intérieur de l'œuvre, relatives au contenu, nous verrons de quelle manière Reprodukt réussit à s'appropriier les œuvres d'un point de vue extérieur, plus formel. Ce sera l'occasion d'étudier la fabrication, ce qui nous poussera à nous interroger sur le rôle du format et d'autres éléments matériels. Nous verrons également l'intérêt de rééditer des œuvres, mais aussi quand il s'agit pour l'éditeur de ne pas les publier du tout.

Cette étude détaillée nous permettra tant de relativiser le caractère alternatif ou indépendant de Reprodukt que de l'affirmer : au bout de trente ans d'existence, elle a su conserver ce qui en faisait un éditeur alternatif, mais a également évolué dans une direction opposée à celle de ses débuts. En outre, tout au long de ce travail, nous constaterons les particularités de la bande dessinée dans les pays germanophones et les difficultés auxquelles elle doit faire face. Notre recherche concentrée sur une maison d'édition précise ouvrira ainsi des questions sur la bande dessinée alternative en général et celle de langue allemande, en particulier.

I. Histoire et géographie de Reprodukt : du projet *punk* à l'entreprise à succès

A. Reprodukt à travers le temps

1) Débuts alternatifs (1991 – 2004)

Un *punk*¹⁶⁹ aux manettes

Lorsque Dirk Rehm crée Reprodukt en 1991, il ne s'agit alors pas tant pour lui de fonder une entreprise durable que de finir ses études. À l'époque, l'étudiant en cinéma expérimental décide de valider la matière « Communication Visuelle » (*Visuelle Kommunikation*) avec l'édition d'une bande dessinée étrangère et une réflexion sur cette publication. Ce travail de fin d'études, intitulé « Traduction, lettrage et publication d'un tome de la série américaine *Love & Rockets* »¹⁷⁰, consistait en une analyse de la première publication faite par la maison d'édition de D. Rehm. Cette première œuvre est *Der Tod von Speedy* [La mort de Speedy], une bande dessinée écrite et dessinée par l'auteur étasunien Jaime Hernandez, qui traite de la vie turbulente d'une communauté de *punk* latino-américain-es, des tragédies personnelles de ses membres jusqu'aux guerres de *gangs*. L'œuvre a été traduite par Oliver Köll, mais D. Rehm est responsable des étapes restantes de l'adaptation et de la production. De fait, cette première œuvre est toujours programmatique du catalogue de Reprodukt, même trente ans après sa fondation, et

¹⁶⁹ Selon la définition donnée dans leur ouvrage sur les bandes dessinées *punk*, Christopher B. Field et ses co-éditeurs considèrent que le *punk* « est un mouvement d'opposition, davantage défini par ce à quoi il s'oppose (l'autorité, les rapports hégémoniques, les figures de pouvoir) que ce pour quoi il se bat (la plupart du temps, tout simplement l'anarchie ». En cela, il s'agirait d'une attitude de rejet vis-à-vis de la société occidentale et patriarcale, qui rassemble des individus (jeunes, pour la plupart), sans pour autant « se positionner idéologiquement ou suggérer ce qui devrait remplacer l'autorité ». Pour le dire plus brièvement, selon la formule mémorable de ces chercheurs, « le *punk* n'en a rien à foutre [de rien]. » « It is a movement of opposition, defined more by what it is against (authority, hegemony, « the man ») than what it is for (most often, simply, anarchy). [...] It rejects authority, but refuses to be ideologically positioned or to suggest what should replace that authority. In short, punk just doesn't give a fuck. », C. B. FIELD *et al.*, « Introduction », dans C. B. Field *et al.* (éd.), « *I'm just a Comic Book Boy* »: *Essays on the Intersection of Comics and Punk*, Jefferson, McFarland, 2019, p. 1.

¹⁷⁰ « Übersetzung, Lettering und Herausgabe eines Bandes aus der amerikanischen «Love & Rockets»-Reihe », in M. BEHRINGER, « Sonderpreis der Jury für eine besondere Leistung oder Publikation: Dirk Rehm (Reprodukt) », sur ICOM - Der Interessenverband Comic e.V., s.d. (en ligne : http://www.comic-i.com/aa-icom/docs/ipj_2012/ipj_2012_31.html ; consulté le 18 février 2021).

révèle d'emblée les ambitions de l'éditeur. Penchons-nous d'abord sur ce projet initial de la maison d'édition, ainsi que sur le catalogue de ses premières années, et voyons ce dont ils témoignent, avant d'examiner comment l'entreprise a évolué.



Illustration 1 : Portrait de Dirk Rehm fait par l'artiste Mawil. D. Rehm est représenté devant le stand de Reprodukt à la Leipziger Buchmesse de 2018. L'éditeur tient Wigwam Bam dans ses bras, une bande dessinée de Jaime Hernandez qu'il a publiée en allemand. Le bec de D. Rehm rappelle les autoportraits de Lewis Trondheim, artiste emblématique de Reprodukt.

Premier élément notable : il peut être étonnant que de voir un étudiant en art¹⁷¹ proposer non pas son propre travail artistique, mais celui d'un autre pour un projet de fin d'études. Pourtant, même s'il n'a publié aucune de ses propres œuvres, D. Rehm dessinait (et dessine toujours) régulièrement, comme il l'avoue lui-même dans des interviews¹⁷². Cette première édition pour Reprodukt reste néanmoins un travail comportant une touche personnelle certaine : le jeune

¹⁷¹ Plus précisément, D. Rehm étudiait à la Hochschule für Bildende Künste [École supérieure des arts plastiques] de Hambourg, et s'était spécialisé en cinéma expérimental. Bien que cette école soit connue au niveau supra-régional, dans le domaine de la bande dessinée, c'est plutôt la Hochschule für Angewandte Wissenschaften [École supérieure des sciences appliquées] qui est remarquable. Passage obligé pour nombre d'artistes désormais présent-es dans le catalogue de Reprodukt (dont Sascha Hommer, Marijpol, etc.), c'est surtout l'enseignement prodigué par Anke Feuchtenberger, un grand nom de la bande dessinée germanophone, qui a contribué à la renommée de cette école.

¹⁷² « Alors pendant un temps, j'ai aussi dessiné, mais je n'ai jamais rien publié. », « Also gezeichnet habe ich auch eine Zeit lang, aber nie etwas veröffentlicht. », Dirk Rehm in « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », dans l'émission *Büchermarkt*, Berlin, Deutschlandfunk Kultur, 12 septembre 2020 (en ligne : https://ondemand-mp3.dradio.de/file/dradio/2020/09/12/der_comic_verleger_dirk_rehm_vom_reprodukt_verlag_dlf_20200912_1605_5fa58525.mp3 ; consulté le 23 avril 2021), 7:24-7:27.

éditeur s'est occupé seul de la plupart des étapes de la publication (seule la traduction a été réalisée par une autre personne), qui conserve des traces visibles de son travail, notamment le lettrage fait à la main. Ce type de travail manuel est très rare dans l'industrie de la bande dessinée, et en particulier en Allemagne, comme nous le verrons. Ce lettrage fait par D. Rehm, activité entre l'artisanat et l'art, a été au cœur de son travail de fin d'études, mais était aussi au fondement de son activité professionnelle. En effet, l'éditeur a commencé à travailler en tant que lettreur pour la maison d'édition Carlsen dans les années 1980 afin de financer ses études, puis pour gagner sa vie, la publication d'œuvres n'étant pas suffisamment rentable pour cela¹⁷³. Aujourd'hui, D. Rehm compte parmi les lettreurs les plus réputés de sa profession¹⁷⁴ et travaille pour des maisons d'édition internationales, mais aussi et surtout pour sa propre entreprise. Le lettrage manuel, notamment celui du fondateur de Reprodukt, reste aujourd'hui encore une véritable marque de fabrique de la maison d'édition – elle l'était dès sa première publication en 1991.

Outre le travail personnel que contient l'œuvre, l'étudiant publie avec *Der Tod von Speedy* une œuvre à laquelle il s'identifie tout particulièrement. D'après une interview faite pour la radio allemande *Deutschlandfunk Kultur*, c'est la volonté de faire découvrir des bandes dessinées américaines dans lesquelles il pouvait se projeter parfaitement qui pousse alors D. Rehm à publier ce type de bande dessinée.

¹⁷³ « Pendant mes études, j'ai posé ma candidature à un poste de lettreur chez Carlsen et j'ai été accepté ; c'était à la fin des années 1980, au moment où le nombre d'albums publiés chez Carlsen augmentait d'un mois sur l'autre. Le lettrage m'a permis d'abord de financer mes études, et plus tard, de gagner ma vie. », « Ich habe mich während des Studiums bei Carlsen als Letterer beworben und wurde akzeptiert, als Ende der Achtziger von Monat zu Monat mehr und mehr Alben bei Carlsen veröffentlicht wurden. Mit dem Lettering habe ich zunächst mein Studium und dann später meinen Lebensunterhalt finanziert. », Dirk Rehm in M. BEHRINGER, « Sonderpreis der Jury für eine besondere Leistung oder Publikation: Dirk Rehm (Reprodukt) », *op. cit.*

¹⁷⁴ Voir notamment le portrait élogieux paru dans le *Tagesspiegel*. L. VON TÖRNE, « Tim und Struppi: Von Berlin gezeichnet », *Der Tagesspiegel Online*, 25 octobre 2011 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/berlin/tim-und-struppi-von-berlin-gezeichnet/5733308.html> ; consulté le 15 octobre 2018).

Il y avait les frères mexicano-américains [sic.]¹⁷⁵ Hernandez, Gilbert et Jaime, et ils ont fait une série intitulée *Love & Rockets* [Amours et fusées]. Mais en parallèle, il y avait encore d'autres dessinateurs américains de mon âge et qui racontaient tout simplement leur vie, des histoires qui se passaient dans leur scène culturelle. Ça parlait de [...] leur vie à eux, de leurs petits problèmes à eux. Et à l'époque, ça m'a bien branché, parce que c'était la première fois que je lisais des bandes dessinées qui, clairement, venaient de ma génération, et où j'ai remarqué que je partageais la plupart de ces expériences. [...] Pour le contenu, c'est la première fois que je me sentais concerné, que je me reconnaissais. Et c'est cela qui m'a motivé pour essayer de traduire ces bandes dessinées en allemand, parce qu'au fond, il n'y avait pas encore d'espace pour cela.¹⁷⁶

Ce qui a intéressé D. Rehm en particulier chez les frères Hernandez, c'est leur rapport à la culture *punk*, à laquelle il se sentait appartenir et à laquelle des artistes qu'il publiera par la suite adhèrent également. Ces histoires qu'évoque l'éditeur ci-dessus parlent de sexe, de violence, mais aussi et surtout de musique *punk* ; en allant au-delà des apparences, on y perçoit aussi la contestation du *statu quo*, la représentation de modes de vie, d'identités et de sexualités que renie la société de l'époque, bref : une culture alternative. L'éditeur ne s'en cache pas, et en fait au contraire le cœur de son identité. Dans la première annonce publicitaire de l'entreprise

¹⁷⁵ Il s'agit d'une erreur de la part de D. Rehm : Jaime et Gilbert Hernandez sont nés aux États-Unis et ne possèdent pas la nationalité mexicaine, à notre connaissance. L'éditeur fait-il une simple supposition en raison du nom de famille des frères ? A-t-il été mal informé ? Souhaite-t-il mettre en scène ces artistes comme étant différents des artistes étasuniens habituels ?

¹⁷⁶ « Das waren die mexikanisch-amerikanischen Brüder Hernandez, Gilbert und Jaime, und die haben eine Serie gemacht namens *Love & Rockets*. Und parallel dazu gab es aber noch einige andere amerikanische Zeichner, die in meinem Alter waren und einfach von ihrer Lebenswelt, aus ihrer Kulturszene erzählt haben. Es ging um [...] das eigene Leben, die eigenen kleinen Probleme. Und das hat mich damals sehr angesprochen, weil es das erste Mal war, dass ich Comics gelesen habe, die offensichtlich aus meiner Generation stammten, wo ich gemerkt habe, dass ich diese Erfahrungen zum größten Teil teile. [...] Inhaltlich war es das erste Mal, wo ich mich angesprochen fühlte, mich wiedererkennen konnte. Und das war für mich Motivation, zu versuchen, diese Comics doch ins Deutsche zu übertragen, weil es dafür noch kein Forum gab, im Grunde genommen. », Dirk Rehm in « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 4:03–5:29.

(Illustration 2), la vignette choisie pour représenter *Love & Rockets* suggère que le contenu sera violent (« La prochaine fois, je flingue ces trouducus ») et qu'il traitera de drogues [« [Speedy est] très, très stone (à toi de choisir avec quelle drogue) »].



Illustration 2 : Annonce publicitaire pour *Der Tod von Speedy*, première bande dessinée publiée par Reprodukt. L'annonce comporte une illustration tirée du livre et donne des informations matérielles sur celui-ci. Y est également indiquée l'adresse de l'éditeur ainsi que celle de son distributeur de l'époque, Hummelcomic.

Texte dans les bulles : « - La prochaine fois, je flingue ces trouducus. - Très, très stone (à toi de choisir avec quelle drogue) ».

Le thème de la scène *punk* et d'autres milieux alternatifs reste répandu, chez l'éditeur à ses débuts : outre d'autres bandes dessinées de la série *Love & Rockets* sur des thématiques similaires et qui sortent à un rythme annuel, D. Rehm publie *Wie ein samtener Handschuh in eisernen Fesseln* [Comme un gant de velours pris dans la fonte] de Daniel Clowes. L'œuvre paraît en 1993 en coopération avec Edition Moderne, un éditeur suisse mieux établi ; l'investissement de 20 000 *Deutsche Mark* pour lancer Reprodukt¹⁷⁷ était peut-être trop lourd pour être renouvelé sans soutien. L'œuvre traite de drogues, de pornographie, et de BDSM dans une atmosphère cauchemardesque. De plus, l'éditeur berlinois commence à publier dès 1994 la suite

¹⁷⁷ « C'est avec énormément d'idéalisme et proportionnellement peu d'argent (quelques 20 000 *Deutsche Mark*) que Dirk Rehm s'est jeté dans 'l'aventure de l'édition de bandes dessinées' il y a 30 ans. », « Mit sehr viel Idealismus und vergleichsweise wenig Geld (müde 20.000 D-Mark) hat Dirk Rehm sich vor 30 Jahren ins 'Abenteuer Comicverlag' gestürzt. », M. HOFMANN, « Comic Report », *Alfonz - Der Comicreporter*, n° 4, 2021, p. 6.

des *Artige Zeiten* [Époques sages] d'Andreas Michalke et de Minou Zaribaf, deux artistes se considérant comme *punk*¹⁷⁸ et qui avaient auto-édité les trois premiers numéros de cette série, ainsi que la série *KRMKRM* de Markuss Golchinski, davantage focalisée sur la scène LGBTQ+. En parallèle, la jeune entreprise publie également des œuvres traitant de drogues, de sexe et du rapport à soi, écrites par les artistes féminines et féministes Julie Doucet et Mary Fleener. Cette fois-ci, Jutta Harms (1962-2019) épaula D. Rehm en traduisant ces œuvres ; elle travaillera à temps plein pour l'entreprise après son déménagement à Berlin en 1996. Même si aucun de ces ouvrages ne contient de message idéologique direct, en raison des thématiques marginales qu'ils décrivent dans les années 1990, on peut considérer qu'il s'agit de fait de bandes dessinées engagées sur le plan politique¹⁷⁹. La situation même de l'éditeur aux marges de la production culturelle (tant en termes géographiques qu'économiques ou sociaux) peut aussi se concevoir comme intrinsèquement politique. Nous estimons que ce genre de sujets et de réflexions, mais aussi l'introspection qui va de pair, sont davantage réservés à un public adulte ou au moins adolescent. Nous l'avons évoqué plus haut : D. Rehm s'intéressait à la diffusion de bandes dessinées issues de sa génération auprès de sa génération (ou pour des personnes pouvant s'y identifier), c'est-à-dire un public majeur.

D. Rehm aurait pu proposer ces œuvres à l'éditeur Carlsen, son employeur qui avait les moyens logistiques et la légitimité dans le monde de la bande dessinée pour porter ces livres iconoclastes pour adultes auprès du public germanophone. Pourtant, « avec son expérience de *punk* », il choisit de les publier lui-même, ne pouvant pas « [s]'imaginer ces bandes dessinées dans l'une des maisons d'édition bien installées, qui recherchaient la rentabilité »¹⁸⁰ et qui publiaient des

¹⁷⁸ Une œuvre plus tardive d'A. Michalke, *Smalltown Boy*, mêle l'histoire personnelle avec les concerts auxquels A. Michalke assiste, faisant du mode de vie et de la musique *punk* le cœur du propos.

¹⁷⁹ Les premières années, seule une poignée d'œuvres traite de sujets qu'on peut considérer comme moins engagés, dont par exemple la collection d'œuvres de Jean-Christophe Menu *Rhesusinkompatibilität*, qui traite de son quotidien en tant que jeune père et comme artiste de bandes dessinées, mais qui ne revendique pas pour lui-même de position politique. En défendant un certain modèle familial et en représentant une profession précaire, l'œuvre possède néanmoins une portée politique non revendiquée.

¹⁸⁰ « Und [weil] ich auch selber mit Punkhintergrund – oder ich war dem sehr nahe, auf jeden Fall – mir diese Comics nicht vorstellen konnte, bei einem den alteingesessenen Verlage, die wirtschaftlich gearbeitet haben. », Dirk Rehm in « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 5:26-5:35.

œuvres dont la tonalité était plus légère¹⁸¹. Dès le début, Reprodukt est donc pensée comme une alternative aux grandes entreprises du livre, afin de publier des œuvres qui sont, quant à elles, alternatives par rapport aux normes du genre artistique, mais aussi de la société. Nous verrons plus loin que la position de la maison d'édition a évolué, en faisant désormais cohabiter des œuvres contestataires comme celles des frères Hernandez avec des livres pour enfants, ce que D. Rehm trouvait pourtant inconcevable en 1991.

Il faut noter que Reprodukt n'est pas vraiment le premier éditeur à publier ce type d'œuvres contestataires en allemand : la maison d'édition Zweitausendeins et la série des *U-Comix* publiaient par exemple déjà des bandes dessinées *underground* dans les années 1970¹⁸², tandis que Verlag rosa winkel, puis Männerschwarm proposaient des bandes dessinées sur les milieux *queer* depuis 1980, environ. Toutefois, on remarquera qu'une fois la période des *comix underground* révolue (à partir de 1975, selon Patrick Rosenkranz¹⁸³), ce type d'œuvres a perdu en importance, tandis que la bande dessinée *queer* ne connaît son heure de gloire en Allemagne qu'à partir de 1994, avec le succès inédit de l'adaptation au cinéma du *Der bewegte Mann* [*Les nouveaux mecs*] de Ralf König. Même si de fait, il y a eu d'autres maisons d'édition publiant des œuvres alternatives, le catalogue de Reprodukt se situe alors néanmoins bel et bien dans un marché de niche et ne connaît une véritable concurrence sur son segment que bien plus tard, dans les années 2010.

¹⁸¹ Étant donné que D. Rehm fera le lettrage pour de nouvelles éditions des *Aventures de Tintin* pour Carlsen au milieu des années 1990, on peut supposer qu'il n'a pas d'aversion particulières pour ce type d'œuvres, mais que c'est bel et bien la cohérence avec le reste du catalogue qui l'aura convaincu de publier lui-même les œuvres des frères Hernandez. « À l'époque, c'étaient Carlsen, c'était Egmont Ehapa, c'étaient de grandes maisons d'édition, mais qui avaient grandi avec *Petzi*, avec *Tintin*, Egmont justement avec Disney. Et pour moi, tout cela n'allait pas ensemble. », « Das waren zu der Zeit Carlsen, das war Egmont Ehapa, das waren Großverlage, die aber groß geworden sind mit *Petzi*, mit *Tim und Struppi*, Egmont eben mit Disney. Und da passte das für mich einfach nicht hin. », *Id.*, 5:35-5:50.

¹⁸² Voir notamment B. DOLLE-WEINKAUFF, « Pop, Protest und Politik: Die Comics der 68er », *op. cit.*.

¹⁸³ Pour déterminer la fin de la période *underground*, P. Rosenkranz cite le décès de l'artiste Vaughn Bodé, acteur majeur des *comix*, la distanciation de Robert Crumb des autres artistes de l'*underground*, ainsi que la sortie au cinéma de *Fritz the Cat* (réalisation par Ralph Bakshi), qui marque l'entrée d'œuvres iconoclastes dans une logique capitaliste *mainstream*. P. ROSENKRANZ, *Rebel visions*, *op. cit.*

Une continuité narrative et visuelle ?

En dehors de ces thématiques relatives à la marginalité, un autre fil conducteur se dessine déjà derrière le catalogue de Reprodukt : l'importance de la trame narrative – en particulier d'une histoire aux éléments autobiographiques – plutôt que d'un style de dessin particulier. Les œuvres des frères Hernandez ou du duo A. Michalke/M. Zaribaf possèdent certes un visuel intrigant¹⁸⁴, mais D. Rehm admet lui-même que s'il a décidé de publier d'abord des tomes de *Love & Rockets*, c'est avant tout pour leur histoire à résonance autobiographique.

Cela m'a beaucoup touché, plus que toutes les bandes dessinées précédentes, en fait, où c'était avant tout le style graphique qui m'avait parlé.¹⁸⁵

Aujourd'hui encore, l'éditeur indique toujours publier des histoires personnelles, où l'on peut percevoir l'expérience de l'artiste. Rappelons que dans l'autoportrait que donne la maison d'édition sur son site, elle explique que « la personne et les expériences de l'auteur sont au centre de la majorité des publications »¹⁸⁶ Plutôt que de fonder son catalogue sur une certaine homogénéité visuelle, sur des genres similaires ou sur une aire géographique en particulier, Reprodukt privilégie donc la publication d'histoires qui n'ont pour véritable point commun que l'implication personnelle des artistes dans la narration. En observant le catalogue de Reprodukt à ses débuts, on constate que jusqu'en 1996, presque toutes les œuvres autres que les *Love & Rockets* et la bande dessinée de D. Clowes assument ouvertement de parler de la vie de leurs auteurs et autrices. En plus des œuvres autobiographiques de J. Doucet, M. Fleener,

¹⁸⁴ Le style des premières publications de Reprodukt est divers. *Freak Magnet* de M. Fleener, avec son esthétique cubiste, et les dessins de J. Doucet, aux allures de gravures sur bois, se distinguent des traits relativement fins et réalistes des frères Hernandez ou d'A. Michalke. L'avis de D. Rehm et de sa maison d'édition, qui déclarent ouvertement que le catalogue de Reprodukt se focalise avant tout sur des œuvres de narration autobiographique, laisse de côté cette diversité esthétique.

¹⁸⁵ « Das hat mich sehr berührt, eigentlich mehr als alle Comics zuvor, wo mich vor allem der grafische Stil angesprochen hatte. [...] Inhaltlich war es das erste Mal, dass ich mich angesprochen fühlte. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 05:00–05:18.

¹⁸⁶ « Bei einem Großteil der Veröffentlichungen stehen Person und Erfahrungen des Autors im Blickpunkt. Auch wo Fiktion entsteht, werden autobiografische Bezüge erkennbar, bleibt die eigene Perspektive der wichtigste Ausgangspunkt. », in « Verlagsporträt », *op. cit.*.

M. Golschinski, A. Michalke et M. Zaribaf, s'ajoute alors *Rhesusinkompatibilität* [Incompatibilité Rhésus] de Jean-Christophe Menu¹⁸⁷, traitant du quotidien du jeune père de famille et de son travail en tant qu'artiste, tandis qu'avec *Echo Avenue* d'Adrian Tomine en 1996, puis *Karikatur* [Caricature] de Daniel Clowes en 1997, Reprodukt publie d'autres œuvres où le lien avec l'autobiographie est indirect ou du moins n'est pas ouvertement revendiqué. La première œuvre sortant véritablement à cet égard du lot en étant assurément fictionnelle sera *Die Fliege* [La Mouche] de Lewis Trondheim¹⁸⁸, publiée en 1998, puisqu'elle traite de la vie d'une mouche. En somme, la grande majorité des œuvres que publie cet éditeur se veut réaliste et traite de sujets du quotidien, ce qui les distingue de genres de la bande dessinée pourtant très répandus et populaires, comme le récit super-héroïque ou la science-fiction.

Cela étant, même si Reprodukt met d'abord en avant la proximité narrative entre toutes ces œuvres, on peut aussi remarquer une certaine constance d'ordre visuel pour son catalogue : les couleurs, ou plutôt leur absence. Jusqu'au milieu des années 2000, les publications de l'éditeur sont en effet systématiquement en noir et blanc [*schwarzweiß*], et ne dérogent que rarement à la règle. En cela, l'entreprise ressemble aux maisons d'édition Futuropolis ou L'Association au début de leur activité. Chez Reprodukt, il faut attendre le premier tome de *Didi und Stulle* [Didi et Stulle] du Berlinois Fil, publié en 1998, pour voir apparaître la première bande dessinée entièrement en couleur. L'usage de la couleur y est justifié à la fois par l'intention artistique, puisqu'il s'agit de parodier des bandes dessinées pour enfants avec des protagonistes animaux – généralement en couleur – et par l'historique de la publication, les différents épisodes étant d'abord publiés dans le magazine *zitty*, entièrement imprimé en couleur, puis chez l'éditeur Jochen Enterprises, avant sa faillite. Dans la même veine, les parties de *Schmetterlinge im Bauch* [Papillons dans le ventre] de l'artiste OL qui sont en couleur sont celles qui sont auparavant parues dans le journal *Berliner Zeitung*. Jusqu'en 2001, à part ces anthologies tirées de *strips* de journaux, seul *Ghost World* de D. Clowes et *Smalltown Boy* [Garçon d'une petite ville]

¹⁸⁷ Il s'agit d'une anthologie d'histoire issues des *Mune Comix* parus chez Cornélius, ainsi que de la revue *Lapin*, publiée chez L'Association.

¹⁸⁸ L. TRONDHEIM, *Die Fliege*, Berlin, Reprodukt, 1998.

d'A. Michalke sont en couleur, et encore : elles sont bichromes (*zweifarbige*)¹⁸⁹, puisqu'en dehors du noir et du blanc, on ne retrouve que du bleu-vert. Cela change certes du noir et blanc, mais l'impression visuelle reste celle d'œuvres sobres, voire sombres.

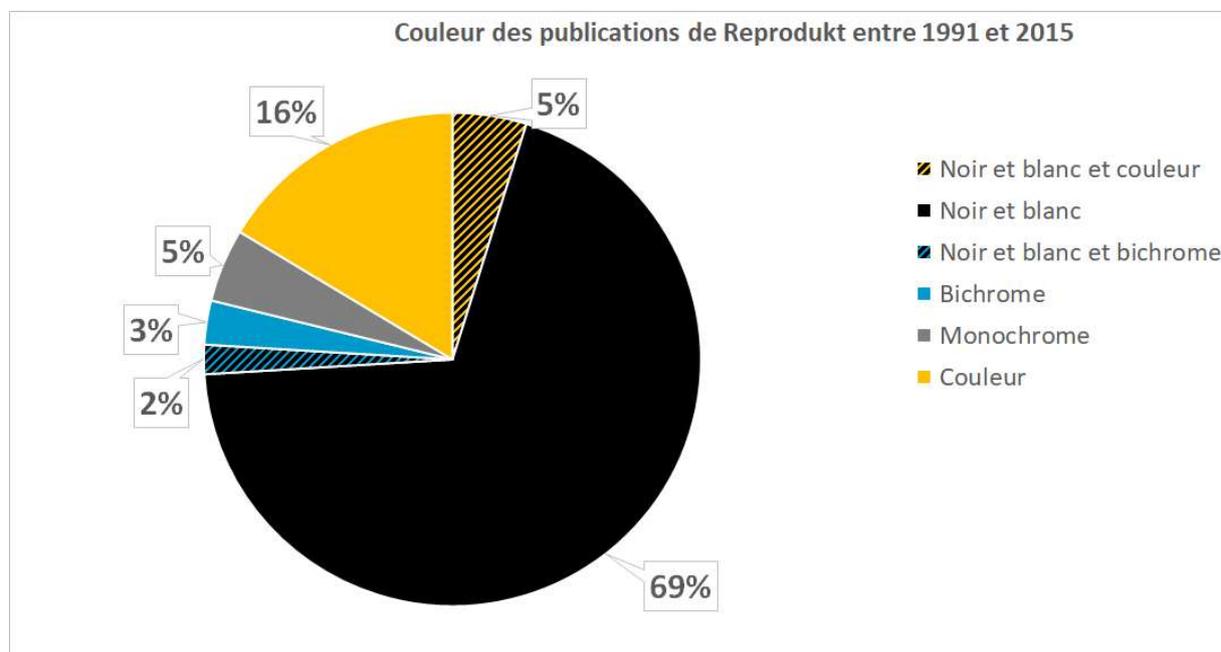


Figure 1 : Répartition des publications de Reprodukt entre 1991 et 2015 selon leurs couleurs.

En prenant en considération les 104 publications estampillées Reprodukt entre 1991 et fin 2005, soit sur ses quinze premières années d'existence, on constate que la grande majorité de ces œuvres est entièrement en noir et blanc¹⁹⁰ ou contient des passages en noir et blanc. Quelques bandes dessinées seulement sont considérées comme étant bichromes, donc en noir et blanc avec une autre couleur, et environ un cinquième contient donc plus de trois couleurs différentes¹⁹¹, que ce soit du début à la fin ou seulement dans certaines parties. Même si les

¹⁸⁹ Nous distinguons les œuvres dites bichromes d'autres œuvres en couleur, puisque c'est ce que fait Reprodukt dans la description des œuvres sur son site.

¹⁹⁰ Dans certains cas, Reprodukt indique que l'œuvre est « monochrome » plutôt que « noir et blanc », mais nous n'avons pas pu constater de différence visuelle entre les deux, du moins pour les œuvres avant 2005. Nous avons conservé les désignations officielles de l'éditeur dans nos relevés, mais pour les œuvres dites monochromes entre 1991 et 2005, on peut les considérer comme équivalentes des œuvres dont Reprodukt indique qu'elles sont en noir et blanc.

¹⁹¹ L'impression se faisant le plus souvent avec quatre encres différentes, on parle alors de quadrichromie, bien qu'il puisse y avoir plus de trois couleurs (en plus du noir). Les quatre couleurs de l'encre (cyan, magenta, jaune et noir) permettent en effet de produire une large palette de couleurs, suffisant à produire un résultat satisfaisant dans la plupart des cas.

bandes dessinées en noir et blanc ou en nuances de gris ne sont pas une nouveauté dans les années 1990 et 2000, il faut insister sur le fait que cette coloration reste une marque de distinction par rapport au gros de la production de bandes dessinées ; nous l'évoquerons dans le prochain chapitre de ce travail, dédié aux caractéristiques des livres de Reprodukt.

En somme, sur ces premières années d'existence, Reprodukt possède une ligne éditoriale assez clairement définie, se répercutant sur l'apparence physique des œuvres. Interrogé en 2020 par la journaliste Ute Wegmann sur l'évolution de sa maison d'édition, Dirk Rehm répond en expliquant qu'il n'y en a pas :

– Comment les thèmes et votre sélection [d'œuvres] ont-ils évolué au cours de ces 30 années ?

– Ils n'ont pas changé, en fait, je dirais. Il y a certes un peu de modes, de temps à autre, mais le point de départ était pour nous les bandes dessinées autobiographiques, donc des dessinateurs comme les Américains qui parlent de leur vie [...], puis les premiers dessinateurs allemands, qui ont aussi dessiné à partir de leur vécu. [...] Pour nous, ça a toujours été le point de départ, que nous cherchions des bandes dessinées avec une dimension autobiographique. Qui peuvent bien sûr aussi être transposées dans la fiction, mais où on ressent toujours « Okay, le dessinateur est derrière tout ça, il sait ce dont il parle, d'une certaine manière, c'est sa vie, même s'il en parle de manière un peu cryptée. »¹⁹²

¹⁹² « - Wie haben sich [...] Themen und ihre Auswahl im Laufe der 30 Jahre verändert ? – Haben sich eigentlich gar nicht, würde ich sagen. Es gibt zwar so ein bisschen Moden zwischendurch, aber der Ausgangspunkt waren für uns autobiografische Comics, also Zeichner wie eben die amerikanischen, die aus ihrem Leben erzählt haben [...], später die ersten deutschen Zeichner, die haben auch aus ihrem Leben gezeichnet. [...] Das war eigentlich für uns immer der Ausgangspunkt, dass wir Comics gesucht haben, die autobiografisch angehaucht sind. Die auch irgendwie natürlich fiktional umgesetzt sein können, aber wo man immer spürt 'Okay, der Zeichner ist dahinter, der weiß, wovon er erzählt, das ist irgendwo sein Leben, auch wenn er das ein bisschen verschlüsselt' », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 17:24 – 18:22.

Pourtant, en y regardant de plus près, on peut constater des évolutions dans la ligne éditoriale de Reprodukt. Au fil du temps, l'éditeur se dirige progressivement vers une augmentation du nombre d'œuvres de fiction, visant de nouveaux publics.

2) Vers une production plus massive (2005 – 2015)

Mr. Lewis et Dr. Trondheim

Dans la même interview pour la radio *Deutschlandfunk Kultur* en 2021, D. Rehm concède qu'il y a bien eu une augmentation des œuvres entièrement fictionnelles, liée non pas à une sensibilité différente de l'éditeur, mais plutôt à l'évolution d'artistes qu'il publie. D. Rehm cite en particulier L. Trondheim, co-fondateur de L'Association et de très loin l'auteur dont Reprodukt a publié le plus grand nombre d'œuvres.

Lewis Trondheim aussi a commencé comme cela [avec des œuvres autobiographiques comme *Approximate Continuum Comics*]. Puis, il a commencé à écrire des bandes dessinées fictionnelles [...] Et nous en tant qu'éditeur [...] l'avons simplement suivi – et c'est ainsi que notre programme se lie, s'enracine aussi un peu dans les personnes que nous éditons. Ils vont quelque part et nous essayons de les suivre, si cela nous semble intéressant.¹⁹³

Effectivement, avec la série des *Herr Hase* [Lapinot] et des *Donjon*, L. Trondheim s'inscrit pleinement dans un univers fictionnel et y devient particulièrement prolifique. En acquérant les droits d'adaptation pour différentes sous-séries qui composent *Donjon* entre 2005 et 2007, initialement publiées en allemand par Carlsen, Reprodukt devient *de facto* un éditeur de fictions, mais aussi d'œuvres que la maison d'édition considère comme étant humoristiques, la

¹⁹³ « Auch Lewis Trondheim [...] hat so angefangen. Dann hat er aber angefangen, fiktionale Comics zu schreiben [...] Und wir als sein Verlag [...] sind ihm einfach gefolgt und so verwächst, verwurzelt unser Programm auch so ein bisschen in die Personen, die wir verlegen. Die gehen irgendwo hin und wir versuchen ihnen zu folgen, wenn uns das interessant erscheint. », *Id.*, 18:22 – 18:55.

série étant une parodie du genre *heroic fantasy*. Si jusqu'en 2005, les autobiographies constituaient la majorité incontestée des œuvres publiées, les œuvres d'humour et de *fantasy* constituent depuis un autre pilier important du catalogue de Reprodukt.

L'œuvre monumentale qu'est *Donjon* a un poids conséquent pour le catalogue de l'éditeur ; après tout, sur les au moins 639 bandes dessinées publiées par Reprodukt jusqu'en 2022, 44 œuvres, près de 7 %, font partie de cet univers signé par L. Trondheim et Joann Sfar (souvent en collaboration avec d'autres artistes). S'y ajoutent notamment sa série *Herr Hase*, contenant ses propres sous-séries, ainsi que les albums *Ralph Azham*, également créés par L. Trondheim. Si Reprodukt édite bien sûr de nombreuses autres personnes, il n'empêche que ce dernier devient de loin l'auteur le plus important de l'entreprise. Pas moins de 85 œuvres sont au moins partiellement signées par l'artiste-auteur¹⁹⁴, soit 13 % du catalogue entier. En devenant l'éditeur d'un artiste aussi prolifique, la production annuelle de Reprodukt augmente naturellement. Ainsi, le nombre de publications annuelles entre 2004 et 2005 double presque en passant de 12 œuvres publiées à 21 œuvres, au même moment où l'entreprise acquiert les droits pour *Donjon*. Le nombre reste relativement stable jusqu'en 2010, année où Reprodukt augmente la cadence de sortie des *Donjon* et commence à publier *Die erstaunlichen Abenteuer von Herrn Hase* [*Les formidables aventures de Lapinot*], passant ainsi à 34 nouvelles œuvres publiées. Avec le poids accru de L. Trondheim au sein de son catalogue, le genre et le nombre de bandes dessinées qu'édite Reprodukt change.

Bien sûr, la cadence d'adaptations de cette série baisse dès lors que l'on adapte plus vite que l'artiste ne publie : si l'on comptait treize œuvres de L. Trondheim parmi les sorties de 2010, dont neuf de la série *Donjon*, puis onze en 2011, il n'y en a plus que deux en 2012 et en 2013. Reprodukt ayant désormais entièrement traduit une grande partie des œuvres publiées par l'artiste, le rythme de publication de ses œuvres se fait désormais au gré de sa productivité

¹⁹⁴ L. Trondheim dessine une grande partie des œuvres qu'il écrit, mais délègue aussi régulièrement la tâche à d'autres, notamment pour les différents tomes de la série *Donjon*, où il reste toujours co-auteur aux côtés de Joann Sfar.

actuelle : L. Trondheim a publié huit œuvres *Lapinot* (*Herr Hase* en allemand) ou *Donjon* chez L'Association et Delcourt entre 2020 et 2021, toutes également publiées chez Reprodukt à peine quelques mois après leur publication française.

Néanmoins, même si le rythme de publication d'œuvres de L. Trondheim diminue après 2011, le nombre de publications annuelles de Reprodukt reste stable, voire continue à augmenter de 2010 à 2016. Cela s'explique sans doute par le fait que la maison d'édition emploie désormais six personnes à temps plein et qu'elle publie alors davantage de séries que d'œuvres uniques, sans suite¹⁹⁵. À ses débuts, cela était déjà le cas : *Der Tod von Speedy* faisait partie de la série *Love & Rockets*, tandis qu'*Artige Zeiten* et *KRMKRM* ne suivent pas une seule narration cohérente, il est vrai, mais sont néanmoins numérotés et forment ainsi un ensemble. Au début des années 2000, la proportion d'œuvres sans suite avait augmenté, constituant la majorité de la production de Reprodukt de 2001 à 2004. Avec l'arrivée de *Donjon* et *Herr Hase* dans le catalogue de Reprodukt en 2005, mais aussi de séries de bandes dessinées signées par Manu Larcenet ou Christophe Blain, par exemple, le nombre d'œuvres faisant partie d'une série dépasse à nouveau celui des œuvres uniques. Or, adapter une série plutôt qu'une œuvre singulière simplifie notamment les procédures légales (puisque l'on achète la licence d'adaptation pour une série entière et non pas pour chaque volume séparément), mais aussi l'adaptation, puisque l'on n'a pas à changer de lettrage ou de style de traduction d'un tome à un autre. Publier une série, surtout si plusieurs œuvres qui en font partie ont déjà été publiées en langue d'origine, signifie donc généralement qu'on peut les adapter à un rythme plus soutenu que lorsque l'on doit adapter des œuvres tout à fait distinctes.

Au moins en partie, cette cadence de production accrue semble émaner d'un changement de personnel au sein de l'entreprise. Ayant trouvé un poste d'éditeur stable et mieux payé auprès

¹⁹⁵ Pour désigner de telles œuvres, le terme *One Shot* est parfois utilisé. Cependant, dans le domaine du manga, le *One Shot* se réfère à un épisode dit « pilote », censé éprouver le succès de la trame narrative auprès du public avant une éventuelle publication sérialisée. En raison de ce flou sémantique, nous n'emploierons pas ce terme, ni « roman graphique » – qui est encore moins bien défini –, et préférons expliciter qu'une œuvre ne s'inscrit pas dans une série.

de Carlsen en 2000, puis étant devenu directeur éditorial de cette maison d'édition en 2002, D. Rehm a laissé les rênes de l'entreprise à Jutta Harms et à une ancienne employée d'Édition Moderne, Claudia Jerusalem (future Claudia Jerusalem-Groenewald, après son mariage avec Michael Groenewald, un autre employé de Reprodukt). Entre 2000 et 2002, D. Rehm ne lettre aucune œuvre parue chez Reprodukt (ce qui ne se reproduit à aucun autre moment) et ne laisse donc, sur cette période, pas de traces visibles¹⁹⁶ sur le catalogue de la maison d'édition qu'il a fondée. Devant se décider définitivement entre Reprodukt et Carlsen lorsqu'on lui propose des fonctions à plus grande responsabilité au sein de l'entreprise¹⁹⁷, D. Rehm fait finalement le choix de reprendre sa place en tant que chef de Reprodukt en 2003. Pour justifier ce nouveau changement de carrière, il évoque notamment la liberté accrue que représente une maison d'édition indépendante, notamment en ce qui concerne l'aspect commercial.

La liberté éditoriale plus grande que l'on a dans sa propre maison d'édition m'a cependant manqué. J'ai aussi ressenti les impératifs commerciaux comme restrictifs, c'est pourquoi Reprodukt est bientôt redevenue plus importante pour moi.¹⁹⁸

Pourtant, on peut imaginer que ce passage par une entreprise plus grande ait justement pu donner de plus grandes ambitions commerciales à D. Rehm, éloignant progressivement sa maison d'édition de ses débuts plus alternatifs. L'expérience acquise chez Carlsen a pu enseigner de nouvelles méthodes de négociation à D. Rehm, mais lui a surtout permis d'étoffer son réseau dans l'industrie de la bande dessinée et de gagner à la fois de la visibilité et une légitimité

¹⁹⁶ Bien sûr, D. Rehm a continué d'entretenir des relations cordiales avec J. Harms et d'autres personnes affiliées à l'entreprise, et on peut donc aisément supposer qu'il a continué d'agir en tant que conseiller pour Reprodukt. Lors d'un entretien informel le 29/10/2021, D. Rehm n'a pas confirmé avoir entretenu les liens avec Reprodukt durant les années où il travaillait pour Carlsen. Étant officiellement employé à temps plein pour Carlsen, D. Rehm n'avait sans doute pas officiellement le droit de travailler pour une autre maison d'édition.

¹⁹⁷ Entretien informel avec D. Rehm le 29/10/2021 à Berlin.

¹⁹⁸ « Die größere verlegerische Freiheit im eigenen Verlag hat mir aber gefehlt. Auch die kommerziellen Zwänge empfand ich als vergleichsweise einschränkend, deshalb war mir Reprodukt bald wieder wichtiger. », B. PREIBLER, « Superhelden im Einsatz », *Berliner Morgenpost*, 12 février 2006 (en ligne : <https://www.morgenpost.de/printarchiv/kultur/article104548077/Superhelden-im-Einsatz.html> ; consulté le 29 décembre 2021).

accrue¹⁹⁹, conservées même à son retour chez Reprodukt. Nous l'avons évoqué : c'est dès 2005, donc à la suite de cette décision de se consacrer à plein temps à sa propre maison d'édition, que sa production de bandes dessinées augmente fortement. Le départ à première vue surprenant de L. Trondheim (ou plutôt de ses œuvres les plus vendues), qui quitte Carlsen pour cette petite maison d'édition, avec les ramifications que nous avons déjà évoquées, est lui aussi une conséquence de la démission de D. Rehm.



Illustration 3 : Dédicace de Lewis Trondheim à Dirk Rehm de 2003 ou 2004. Herbert et Marvin Rouge, personnages principaux de Donjon Zenith et de Donjon Abenddämmerung, font face à Maki et Sékelle, protagonistes de Das Land der Drei Lächeln.

Texte dans le cartouche : « Carlsen contre Reprodukt ».

Texte dans la bulle : « Dirk dit que c'est injuste ».

Comme en témoigne un dessin qu'a fait l'artiste pour l'éditeur à l'occasion d'une tournée de dédicaces en 2003 ou 2004²⁰⁰, les deux hommes ont commenté le succès commercial des *Donjon* par rapport à celui d'autres œuvres de Trondheim, dont *Das Land der Drei Lächeln* [*Le Pays des*

¹⁹⁹ On peut imaginer que D. Rehm en tant que représentant de Carlsen a pu, par exemple, négocier différemment les droits de vente avec les différentes maisons d'édition internationales et a pu s'entretenir avec des personnes qui ne l'auraient peut-être pas fait avec une entreprise d'aussi petite taille que Reprodukt. Une fois de retour dans sa propre entreprise, ces nouveaux contacts ont pu être mis à profit.

²⁰⁰ Échange de mails avec D. Rehm du 04/01/2022.

trois sourires], paru chez Reprodukt en 2001. Dans cette illustration, l'œuvre est représentée par ses deux personnages principaux (à droite dans cette illustration). L'éditeur berlinois est ainsi incarné par des figures balafrées, nues, et surtout bien plus petites que les deux protagonistes des sous-séries *Donjon – Zenit [Zénith]* et *Donjon – Abenddämmerung [Crépuscule]*, qui symbolisent ici la puissance commerciale de Carlsen. Le rapport de force entre les deux n'est, de toute évidence, « pas juste », comme l'indique l'un des personnages en précisant que c'est « Dirk », donc D. Rehm, qui prétend cela. Cette dédicace témoigne du fait que l'artiste est bien conscient des enjeux commerciaux autour de ses œuvres et qu'il en discute volontiers avec ses éditeurs, mais elle révèle peut-être aussi une certaine sympathie pour Reprodukt et surtout pour D. Rehm, à qui ce dessin a été offert. Ce dernier ayant été l'éditeur de L. Trondheim à la fois chez Reprodukt et chez Carlsen, il ne fait pas de doute qu'un lien professionnel (voire amical) fort ait pu se tisser entre les deux hommes. En quittant Carlsen, D. Rehm a pu influencer ou précipiter la vente des droits pour les autres œuvres de L. Trondheim, peut-être plus attaché à son éditeur qu'à l'entreprise qui l'emploie. Que ce soit en l'aidant à mieux s'établir dans le paysage de la bande dessinée commerciale ou en facilitant l'acquisition des droits pour des séries à succès, le passage de D. Rehm chez Carlsen a sans doute joué un certain rôle dans l'intensification de la production de Reprodukt.

Reprodukt c'est beau la vie, pour les grands et les petits

Un nouveau changement dans le catalogue de Reprodukt est amorcé en 2009, lorsque la maison d'édition commence à publier une autre série, celle des *Mumins*. Il s'agit là de bandes dessinées créées en 1954²⁰¹ par la Finlandaise Tove Jansson pour le journal *Evening News*, puis continuées par son frère Lars Jansson et largement diffusées à l'international. Ces bandes dessinées sont tirées des livres de T. Jansson qui ont donné lieu à plusieurs séries télévisées, films, et même à

²⁰¹ Une première tentative de publication avait eu lieu en 1947 dans le journal suédois *Ny Tid*, mais a été vite interrompue. Les bandes dessinées publiées par Reprodukt sont celles publiées par *Evening News*, puis collectées et rééditées par l'éditeur canadien Drawn & Quarterly.

des parcs d'attractions : cette franchise médiatique connaît un succès mondial, particulièrement en Europe occidentale et au Japon²⁰².

Il ne s'agit pas là de la première bande dessinée publiée par Reprodukt pouvant viser un public enfantin et ayant donné lieu à une série animée à la télévision – après tout, *Die Fliege* et *Kaput & Zösky*, toutes deux créées par L. Trondheim, se trouvent aussi dans ce cas de figure. Pourtant, avec leur univers moins anarchique et violent, les *Mumins* parlent davantage à un public encore plus jeune et plus large que celui de L. Trondheim, mais aussi à des adultes appréciant le style graphique épuré et le ton innocent de T. Jansson. L'œuvre ne contient guère d'éléments autobiographiques identifiables, ne contient pas de narration ou de graphisme *punk* et ne provient pas d'une autrice que l'éditeur aurait déjà publiée auparavant simplement « suivie » : un écart assez net vis-à-vis de la ligne éditoriale de Reprodukt. Il ne s'agit pas de douter des mérites artistiques de cette autrice, mais force est de constater que son œuvre était faite pour un public enfantin avant tout et qu'avec son succès international, on ne peut guère l'attacher à la contre-culture que l'éditeur allemand représentait jusqu'alors. Bien que *Donjon* et d'autres séries soient moins contestataires et moins matures que les œuvres des années 1990 de l'éditeur, il n'empêche qu'avec la violence et l'humour parfois crus représentés, le public visé est plutôt un lectorat adolescent. Comme pour la série des *Peanuts* de Charles M. Schulz, les *Mumins* plaisent au contraire à un public très jeune et aux adultes souhaitant se replonger dans un univers explicitement régressif²⁰³, mais aussi aux millions d'amateurs et d'amatrices que cette série compte déjà.

²⁰² Voir notamment L. ALLARDICE, « “It is a religion”: how the world went mad for Moomins », *The Guardian*, 6 avril 2019 (en ligne : <https://www.theguardian.com/books/2019/apr/06/it-is-a-religion-how-the-world-went-mad-for-moomins> ; consulté le 11 octobre 2021) ; S. CARLICK, « The Moomins have never been more popular; 75 years later, their origins reveal why », sur *Penguin Books*, juillet 2020 (en ligne : <https://www.penguin.co.uk/articles/2020/july/moomins-tove-jansson-75-years.html> ; consulté le 11 octobre 2021).

²⁰³ Bien sûr, même une série d'apparence enfantine pourra cacher des messages plus profonds – c'est notamment le cas des *Peanuts*. Néanmoins, avec leurs séquences de narration simples à suivre (peu d'action, dessins clairs...), une lecture au premier degré ou uniquement visuelle est possible, même pour un jeune enfant. Bien que de telles séries soient intéressantes pour un public adulte, force est de constater que le *marketing* les destine davantage à un public très jeune.

Les *Mumins* cessent de détonner dans le catalogue de Reprodukt à partir de 2013, année où la maison d'édition se lance dans une nouvelle gamme de bandes dessinées : celles pour les enfants. En effet, l'éditeur crée alors une nouvelle catégorie dans son catalogue en ligne, intitulée *Kindercomics* [bandes dessinées pour enfants], ce qui suppose qu'à l'inverse, toutes les bandes dessinées publiées jusqu'alors et qui n'en font pas partie ne sont pas destinées (uniquement) aux enfants. Cette année, la maison d'édition commence entre autres la publication des *Kleiner Strubbel* [*Petit Poilu*], série destinée aux enfants de trois ans environ, et celle des *Ariol*, pour les six ans et plus²⁰⁴. Selon D. Rehm, cette nouvelle orientation de la maison d'édition n'est pas liée à des considérations marchandes, mais plutôt à la situation personnelle des employé-es de Reprodukt, désormais parents d'enfants en bas âge.

Lorsque nous avons commencé à publier des bandes dessinées pour enfants en 2013, pour moi et mes collègues, il était très important que nous puissions donner des bandes dessinées à nos enfants, qui étaient tous âgés de 5, 6, 7 ans, à l'époque, et simplement leur transmettre ce que nous aimons dans la bande dessinée. Pour nous, cet enthousiasme ne pouvait pas naître avec ce que nous voyions dans le commerce allemand. Nous voulions montrer des choses plus personnelles : nous avons regardé ce qu'il y avait, et avons ensuite trouvé des bandes dessinées comme *Ariol*, comme *Kleiner Strubbel*, puis comme *Hilda*. Et à côté de cela, nous avons demandé à des dessinateurs allemands de nous faire des bandes dessinées qui pouvaient aller dans la même direction. Donc en réalité, l'enjeu était d'expliquer à mon enfant ce que je fais. Et quel est le meilleur moyen de le faire ? En lui donnant quelque chose à lire qui le touche d'une certaine manière. Donc d'une certaine façon, c'était le point de départ,

²⁰⁴ L'âge recommandé est celui donné par l'éditeur lui-même sur son site. « Kleiner Strubbel: Trubel im Gemüsebeet », sur *Site de Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/serien/kleiner-strubbel-trubel-im-gemusebeet/> ; consulté le 11 octobre 2021) ; « Ariol 1: Ein kleiner Esel wie du und ich », sur *Site de Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/ariol/ariol-1-ein-kleiner-esel-wie-du-und-ich/> ; consulté le 11 octobre 2021).

un point de départ tout à fait personnel, un besoin des jeunes parents à ce moment-là.²⁰⁵

Alors que l'éditeur continue de publier avant tout des œuvres pour adultes, celles pour enfants prennent dès lors également une place importante dans la production de Reprodukt. Comportant moins (voire pas du tout) de texte et étant généralement plus courts, ces *Kindercomics* demandent pour la plupart un investissement moindre pour l'adaptation par rapport aux bandes dessinées plus adultes. Ils peuvent ainsi être publiés avec une cadence plus élevée sans que la qualité de la production en soit affectée. Cela peut expliquer comment Reprodukt peut à nouveau augmenter le nombre de ses publications annuelles, qui passe de 35 bandes dessinées en 2012 à 42 en 2013 pour atteindre 47 nouvelles œuvres en 2016. Nous y reviendrons plus en détail lorsque nous étudierons le rythme de publication de l'éditeur.

3) Modern Graphics : crise et diversification (2016 – 2019)

En juillet 2016, au sommet de sa productivité, l'éditeur s'engage aussi dans une autre aventure : l'ouverture de sa propre librairie. Micha Wießler, fondateur de deux magasins de bandes dessinées à Berlin (l'un dans l'Oranienstraße à Kreuzberg, l'autre dans un centre commercial de Charlottenburg) avait découvert un bel emplacement dans le quartier de Prenzlauer Berg et souhaitait y ouvrir une troisième boutique de l'enseigne « Modern Graphics ». Afin de diviser les coûts, M. Wießler propose à son ami D. Rehm de s'associer à lui pour ce projet. Ce dernier

²⁰⁵ « Mir und meinen Kollegen zu der Zeit, als wir angefangen haben, 2013 Kindercomics zu verlegen, war ungeheuer wichtig, dass wir unseren Kindern, die alle im Alter von 5, 6, 7 Jahren waren, damals, Comics in die Hand geben können, dass wir einfach vermitteln können, was wir an Comics lieben. Diese Begeisterung war für uns nicht zu erzeugen mit dem, was wir im deutschen Handel gesehen haben. Wir wollten schon persönlichere Sachen zeigen, haben geguckt, was gibt es, und haben dann eben Comics gefunden wie *Ariol*, wie *Kleiner Strubbel*, wie *Hilda* dann, und haben nebenbei dann Comics in Auftrag gegeben, die in eine ähnliche Richtung gehen können, mit deutschen Zeichnern. Also eigentlich war das Anliegen wirklich : Erklären, was ich mache, meinem Kind. Und wie kann ich das am Besten? Indem ich dem etwas zu lesen gebe, was ihn, oder sie, auch irgendwie berührt. Also das war irgendwie der Ansatzpunkt, ein ganz persönlicher, ein Bedürfnis der jungen Eltern zu dem Zeitpunkt. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 20:13–21:05.

accepte alors, faisant de ce troisième magasin Modern Graphics une boutique intimement liée à sa maison d'édition.

La librairie du numéro 79 de la Kastanienallee diffère ainsi des deux autres Modern Graphics : environ un tiers de la superficie est exclusivement dédié aux œuvres de Reprodukt, qui peut y vendre tout ce qu'elle propose au catalogue, mais aussi y organiser divers événements (rencontres, expositions, ateliers...). Non seulement cette boutique constitue une source de revenus supplémentaire et un capital immobilier pour l'entreprise, mais sur le même modèle que les magasins associés à d'autres maisons d'édition²⁰⁶, elle permet par exemple également la vente d'œuvres invendues ou abîmées, que d'autres librairies ne proposeraient pas. Cela génère bien sûr du profit, mais permet aussi de débarrasser l'entreprise de stocks encombrants²⁰⁷. En outre, Reprodukt peut directement y évaluer le type d'œuvres qui se vend mieux et auprès de quel public. Il s'agit donc d'un point de vente privilégié, qui met particulièrement en valeur les œuvres de l'éditeur et pouvant lui servir de véritable vitrine dans sa communication.

Par ailleurs, la boutique peut servir d'interface entre le public berlinois et les créateurs et créatrices de bandes dessinées, notamment lors de séances de dédicaces ou de présentations. Plus qu'un coup de publicité, le fait de pouvoir facilement réserver le lieu pour inviter des créateurs et créatrices permet aussi à Reprodukt d'approfondir sa relation avec les artistes qu'elle publie, voire qu'elle ne publie pas (encore). La liste d'artistes venu-es du monde entier dès la première année d'existence de la boutique témoigne de sa portée : Guy Delisle, Marc-Antoine Mathieu, Paco Roca, Sarah Glidden, David Prudhomme, Nicolas Mahler, Max Andersson²⁰⁸... Pour les artistes locaux et locales comme Mawil, Fil ou

²⁰⁶ C'est par exemple aussi le cas de la boutique Fantagraphics à Seattle, qui aurait notamment inspiré D. Rehm. « Fantagraphics Bookstore & Gallery », sur *Site de Fantagraphics*, s. d. (en ligne : <https://www.fantagraphics.com/pages/fantagraphics-bookstore-gallery> ; consulté le 11 octobre 2021).

²⁰⁷ Rappelons ici que la surface pour entreposer ses stocks peut être coûteuse. Reprodukt conserve une partie de ses stocks dans ses bureaux, notamment les invendus et les œuvres destinées à la vente sur son site internet. Afin de limiter les loyers à payer, l'entreprise a donc tout intérêt à ne pas conserver beaucoup de stocks.

²⁰⁸ W. HELMCHEN, « 1 Jahr Kastanienallee 79 », sur *Blog de Reprodukt*, 21 juillet 2017 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/1-jahr-kastanienallee-79/> ; consulté le 11 octobre 2021).

Sandra Brandstätter, la boutique constitue également une scène pour se produire, certes, mais aussi un lieu de travail et une source de revenus. En mai 2017 et en avril 2018, par exemple, S. Brandstätter a pu y diriger un atelier bande dessinée (*Comic-Workshop*) pour les enfants. Celui-ci était payant, même si le prix était modique²⁰⁹. En somme, le magasin Modern Graphics représente une véritable plus-value pour l'entreprise, mais aussi pour la scène de bandes dessinées berlinoise. On peut voir dans cette boutique à la fois une preuve de l'ambition de la maison d'édition, décidée à se diversifier, mais aussi de son succès commercial croissant – ou du moins de sa volonté d'accroître son succès.

En réalité, la situation économique est difficile pour l'éditeur. L'investissement dans la librairie est important, et s'ajoute à celui dans la nouvelle gamme de bandes dessinées pour enfants, qui n'ont alors pas encore trouvé leur public. Après une première moitié des années 2010 marquée par une intensification de la production, l'entreprise est plongée dans une crise profonde, tant financière qu'identitaire. Fin 2016, deux employés majeurs, Sebastian Oehler et M. Groenewald, quittent l'entreprise – un tiers des effectifs. L'année suivante, c'est au tour de J. Harms, qui avait pourtant accompagné Reprodukt dès ses débuts. Cette crise se traduit par un fort ralentissement de la production, et par une réorganisation de l'entreprise. D. Rehm concède que dès lors, il impose davantage son projet éditorial personnel, sans forcément consulter les autres employé-es de Reprodukt.

Et alors, il y a eu ce bouleversement en 2016, 2017, qui fait que je suis en fait désormais le seul à faire le programme, le seul directeur de publication. Avant, ça se passait comme ça : tout le monde intégrait un titre dans la discussion autour du programme [...] Et maintenant, je suis presque un

²⁰⁹ 5 € en 2017 et 8 en 2018, où l'on pouvait s'inscrire à trois séances différentes de l'atelier. W. HELMCHEN, « Comicworkshop mit Sandra Brandstätter », sur *Blog de Reprodukt*, 15 mai 2017 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/comicworkshop-mit-sandra-brandstatter/> ; consulté le 11 octobre 2021) ; D. Rehm, « Comic-Workshops für Kinder mit Sandra Brandstätter », sur *Blog de Reprodukt*, 19 avril 2018 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/comic-workshops-fur-kinder-mit-sandra-brandstatter/> ; consulté le 11 octobre 2021).

dictateur, pour ainsi dire. Ça a simplifié beaucoup de choses pour moi, mais il est bien sûr très beau de travailler dans cette dynamique, qui manque désormais.²¹⁰

L'investissement dans l'immobilier témoigne donc à la fois d'une vraie ambition de l'éditeur, mais sans doute aussi des difficultés de l'industrie de la bande dessinée en Allemagne : il ne suffit pas de publier des bandes dessinées pour survivre en tant qu'artiste ou qu'entreprise, mais il faut multiplier les activités et faire des paris parfois risqués. L'évolution de l'entreprise dépendant désormais des choix de D. Rehm, « dictateur » au sein de son entreprise, les nouvelles impulsions pourront se faire plus vite, mais pourraient aussi être plus controversées au sein de Reprodukt.

4) Nouveau sens de lecture, nouveau public : le manga chez Reprodukt (2019-2021)

L'entreprise rebondit après ces difficultés, notamment grâce à la réussite de son catalogue pour enfants. En 2019, Reprodukt emploie à nouveau 6 personnes à temps plein et une vingtaine de travailleurs et travailleuses indépendantes. À partir de cette année, nous pouvons identifier une dernière étape dans l'évolution de la maison d'édition : il s'agit du moment où elle adopte définitivement des mangas²¹¹ dans son programme éditorial. Ce fait exemplifie certainement une évolution des goûts de ses employé-es, mais aussi de la stratégie commerciale de l'éditeur. C'est un fait établi depuis de nombreuses années : le manga est un mastodonte sur le marché du

²¹⁰ « Und da gab es eben diesen Umbruch, 2016, 2017, dass ich jetzt eigentlich der alleinige Programmacher bin, der alleinige Herausgeber. Vorher war das so : Jeder hat einen Titel eingebracht in die Programmdiskussion [...] Und jetzt bin ich so Diktator fast, sozusagen. Hat für mich einiges vereinfacht, aber natürlich ist es auch sehr schön in dieser Dynamik zu arbeiten und die jetzt natürlich fehlt. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 10:28-10:59.

²¹¹ Ici, nous utiliserons le terme « manga » pour désigner toute bande dessinée adoptant une grande partie des codes de la bande dessinée asiatique, en particulier le format et le sens de lecture, sans nous limiter uniquement aux mangas japonais. Un manga peut être fait par un-e artiste d'origine asiatique, mais aussi par des artistes non-asiatiques s'inspirant du style d'autres mangas. Par ailleurs, nous ne distinguerons pas les mangas des *manwhas* et des *manhuas*, par exemple, puisque Reprodukt ne publie que des bandes dessinées d'origine japonaise au sein de son catalogue manga.

livre, comptant désormais pour la majorité des ventes de bandes dessinées en France, et pour près de 15 % des ventes de livres en général²¹². Nous n'avons pas d'études de ce type pour les ventes²¹³ dans l'Allemagne actuelle, mais selon B. Dolle-Weinkauff, en 2006, environ 70 % des bandes dessinées vendues étaient des mangas²¹⁴, ce qui pousse P. Malone à constater que « l'industrie allemande de bandes dessinées dépend des mangas, et particulièrement des mangas *shōjo* [destinés à un public féminin²¹⁵], à un degré exceptionnel pour l'Europe occidentale. »²¹⁶ Aidés d'univers transmédias, dont notamment de nombreuses séries dérivées passant à la télévision allemande, les mangas et autres bandes dessinées asiatiques jouissent d'un public large par rapport à la bande dessinée européenne et américaine en Allemagne. Il n'est ainsi pas étonnant qu'après les premiers grands succès commerciaux de Carlsen (notamment *Akira* et *Dragon Ball*) à la fin des années 1990, d'autres maisons d'édition, dont Panini et Egmont Ehapa, se soient lancées dans le manga et que soient ensuite apparus des éditeurs entièrement dédiés aux mangas (par exemple Tokyopop et Kazé).

²¹² S. TOUZANI, « Une bande dessinée sur deux vendues en France est un manga », *Les Echos*, 20 septembre 2021 (en ligne : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/une-bande-dessinee-sur-deux-vendues-en-france-est-un-manga-1347303> ; consulté le 7 janvier 2022) ; « Rentrée littéraire, Manga : le marché du livre au beau fixe ! », sur *GfK*, 28 septembre 2021 (en ligne : <https://www.gfk.com/fr/press/rentree-litteraire-manga-marche-livre-au-beau-fixe> ; consulté le 7 janvier 2022).

²¹³ Nous n'avons pas les chiffres de vente, mais connaissons la proportion des mangas parmi les nouveautés. En 2022, les mangas constituaient 41 % de la production de bandes dessinées en Allemagne. M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *op. cit.*, p. 11.

²¹⁴ B. DOLLE-WEINKAUFF, « Comics und kulturelle Globalisierung », lors de la rencontre *Forschungsberichte zu Struktur und Geschichte der Comics in Deutschland*, présentation, Universität Koblenz-Landau, 17 novembre 2006, cité dans A. BELDI *et al.*, « Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom », dans T. Johnson-Woods (éd.), *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, New York, Continuum, 2010, p. 254.

²¹⁵ Bien sûr, cette classification des mangas est problématique : non seulement le genre du lectorat n'est pas forcément celui que visent par exemple les catégories *shōjo* ou *shōnen* (pour un jeune public masculin), mais les caractéristiques de ces catégories sont en réalité fluides, elles aussi. En témoigne par exemple la grande diversité des titres paraissant dans l'hebdomadaire *Weekly Shōnen Jump*, allant des mangas d'aventure aux thrillers psychologiques en passant par les histoires d'amour et les comédies. Néanmoins, cette terminologie reste usitée dans l'industrie, le critique et le public.

²¹⁶ « [...] Thus the German comics industry is dependent on manga, and particularly on *shōjo* manga, to a degree unique in Western Europe », P. MALONE, « The Manga Publishing Scene in Europe », dans T. Johnson-Woods (éd.), *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, New York, Continuum, 2010, p. 328, citant A. BELDI *et al.*, « Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom », *op. cit.*

À première vue, on peut penser que Reprodukt suit la tendance en publiant son premier manga fin 2003, en plein début de l'essor occidental des mangas, un an avant la fondation de Tokyopop. En effet, l'éditeur semble aussi suivre la recette du succès en vendant un manga prépublié dans un magazine japonais, *Young Champion*, comportant des caractères japonais sur sa couverture, et en conservant son sens de lecture original, de droite à gauche. Ces marqueurs d'authenticité sont précisément ce qui plaît à une grande partie du public de mangas, selon Marie Pruvost-Delaspre²¹⁷, et le sens de lecture japonais en particulier jouerait un grand rôle dans le succès du manga en Allemagne, selon A. C. Knigge²¹⁸. Avec *Der lachende Vampir* [*Vampyre*] de Suehiro Maruo, l'éditeur berlinois publie pourtant une œuvre de niche, loin des mangas grand public qui prospèrent chez de plus grands éditeurs. Il s'agit d'un manga d'horreur ancré dans la mythologie japonaise et contenant de nombreuses scènes de sexe et de violence : une œuvre érotico-grotesque (*ero-guro* en japonais) que Reprodukt, judicieusement, ne recommande qu'à un public de plus de 18 ans²¹⁹. Même si l'œuvre a un grand intérêt artistique et ressemble à d'autres bandes dessinées de Reprodukt²²⁰, elle ne correspond ni aux attentes du lectorat de mangas, alors encore plutôt porté sur des œuvres grand public de type *shōnen* (pour un jeune public masculin) ou *shōjo*, ni aux client-es de Reprodukt, encore peu habitué-es à une œuvre puisant autant dans la culture japonaise. Effectivement, les ventes de l'œuvre ne s'avèrent « pas

²¹⁷ M. PRUVOST-DELASPRE, « La communauté de fansub d'animation japonaise : de la quête d'authenticité au traducteur signalé », dans I. Licari-Guillaume et V. Béghain (éd.), *Les traducteurs de bande dessinée*, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux, 2019, p. 77.

²¹⁸ Selon A. C. Knigge, l'ancien éditeur chez Carlsen qui avait poussé l'entreprise à publier ses premiers mangas, ce serait le changement de sens de lecture des mangas, inauguré avec *Dragon Ball* d'Akira Toriyama, qui aurait été la clé du succès de ces œuvres en Allemagne. « Le grand succès n'arriva que lorsqu'en 1998, Carlsen adopta aussi le sens de lecture japonais, à la suite de la pression du dessinateur Akira Toriyama. », « Erst als Carlsen 1998 auf Drängeln des Zeichners Akira Toriyama mit *Dragon Ball* auch die japanische Leserichtung übernahm, gelang der Durchbruch. », A. C. KNIGGE, « Rasendes Daumenkino von hinten nach vorne : Japanische Manga-Comics haben einen Siegeszug durch die Buchhandlungen angetreten », *Die Zeit*, 21 avril 2005 (en ligne : http://www.acknigge.de/ack_a23_mangamania.html ; consulté le 7 janvier 2022).

²¹⁹ La mention « Empfohlen ab 18 Jahren » se trouve sur le site internet de Reprodukt, ainsi que sur le quatrième de couverture du manga. « Der lachende Vampir », s.d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/manga/der-lachende-vampir/> ; consulté le 7 janvier 2022).

²²⁰ Reprodukt note par exemple une certaine parenté avec les œuvres de Charles Burns. « Ses travaux sont d'une élégance et d'une perfection dont on retrouve sans doute le plus l'équivalent dans les dessins d'un Charles Burns. », « Seine Arbeiten sind von einer Eleganz und Perfektion, deren Pendant vielleicht am ehesten in den Zeichnungen eines Charles Burns zu finden ist. », « Suehiro Maruo », sur *Site de Reprodukt*, s.d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/autorenundkuenstler/suehiro-maruo/> ; consulté le 9 janvier 2022).

particulièrement fantastiques »²²¹ et Reprodukt décide alors de ne pas publier d'autres mangas de S. Maruo, dont la sortie avait pourtant été annoncée²²². Jusqu'en 2019, elle ne publie plus de mangas tout court.

Il faut dire qu'à l'origine, « les mangas ne correspondent pas au goût »²²³ des employé-es de Reprodukt, comme l'a déclaré Claudia Jerusalem-Groenewald, une ancienne employée, puis directrice de l'entreprise, au zine *Ox Fanzine* en 2002. Elle indiquait ainsi que l'entreprise ne comptait pas dévier de son programme éditorial de l'époque à cause d'une tendance du marché. Au contraire, cette dernière espérait que « les bandes dessinées [publiées par Reprodukt] pourront un jour aussi intéresser les fans de mangas d'aujourd'hui. »²²⁴ Implicitement, cela signifie que la maison d'édition (hormis D. Rehm, qui n'en faisait plus partie) ne comptait alors pas vraiment s'adapter à ce nouveau public de bandes dessinées, d'abord intéressé par les mangas, mais pensait au contraire que ce dernier se tournerait peut-être vers son catalogue tel qu'il était. La publication de *Der Lachende Vampir* peut donc être vue plutôt comme une exception : une œuvre qui a plu aux employé-es de Reprodukt *en dépit* de son statut de manga, et non pas *en raison* de son caractère japonais. On peut imaginer que si le but de Reprodukt avait été de se lancer sérieusement dans le marché du manga à ce moment précis, ce seul échec commercial n'aurait pas mis fin à l'expérience. Pourtant, de toute évidence, ce *flop* a refroidi l'éditeur et l'a persuadé d'éviter les œuvres alternatives japonaises pendant de longues années.

²²¹ « Wir zoegern [sic.] vor allem deshalb, weil die Verkaufszahlen von Suehiro Maruos "Der lachende Vampir" nicht besonders grossartig [sic.] waren. », D. Rehm, « "Midori - Das Kamelienmädchen" von Suehiro Maruo », sur *Comicforum*, 20 mai 2006 (en ligne : <https://comicforum.de/showthread.php?79930-quot-Midori-Das-Kamelienm\C3\A4dchen-quot-von-Suehiro-Maruo> ; consulté le 8 janvier 2022).

²²² « Nous avons fini de travailler sur *Midori - la fille aux camélias* et l'œuvre va bientôt partir à l'imprimerie », « "Midori - Das Kamelienmaedchen" ist fertig produziert und wird demnaechst [sic.] in Druck gehen. », *Id.*

²²³ « Sur le principe, je trouve cela bien que tant de gosses lisent des bandes dessinées, même si les mangas ne correspondent pas à mes goûts. [...] J'espère bien sûr que nos bandes dessinées pourront un jour aussi intéresser les fans de mangas d'aujourd'hui. », « Im Prinzip finde ich es schon gut, dass heute so viele Kids Comics lesen, auch wenn Mangas nicht meinem Geschmack entsprechen. [...] Natürlich hoffe ich, dass unsere Comics später auch für die heutigen Manga-Fans interessant sein könnten. », C. Jerusalem-Groenewald, in C. MAIWALD, « Interview mit Reprodukt Comics », *Ox Fanzine*, n° 47, 2002 (en ligne : <https://www.ox-fanzine.de/interview/reprodukt-comics-733> ; consulté le 6 janvier 2020).

²²⁴ *Id.*

Ce n'est que seize ans après la publication de l'œuvre de S. Maruo, en avril 2019, que Reprodukt décide de retenter l'expérience en publiant simultanément deux œuvres de Shigeru Mizuki, *Auf in den Heldentod!* [Opération Mort] et *Hitler*. Cette fois-ci, l'éditeur mise sur des mangas plus consensuels : il s'agit de deux récits historiques et biographiques dont le style de dessin épuré, facilement lisible, les destine à un public plus large. On peut dire qu'il s'agit certes de mangas alternatifs, dans le sens où ce ne sont pas des *shōnen*, le genre de manga le plus vendu, mais pas non plus des œuvres de niche comme le sont celles de S. Maruo. *Hitler* en particulier est un choix de publication facile pour le marché germanophone : son titre intrigant, presque provocateur, attire un public intéressé pour des raisons historiques évidentes. Contrairement à sa première tentative de publication de mangas, l'éditeur fait preuve d'une stratégie commerciale bien rodée. Plutôt que de publier les mangas de S. Mizuki explicitement ancrés dans la mythologie japonaise, comme les différents tomes de *Kitaro*, pourtant de véritables phénomènes au Japon, l'éditeur fait le pari d'œuvres parlant davantage à un public occidental, qui n'est pas forcément intéressé par les mangas. Avec une biographie d'Hitler et l'autobiographie d'un soldat pendant la Guerre du Pacifique, l'éditeur berlinois choisit de publier les œuvres les plus accessibles d'un artiste japonais lui aussi accessible pour un lectorat de non-initiés.

Par ailleurs, Reprodukt s'appuie ici sur des œuvres qui avaient déjà fait leurs preuves à l'international. En effet, quelques années auparavant, ces mangas de S. Mizuki ont été publiés par Cornélius pour le marché francophone et par Drawn & Quarterly pour le marché anglophone, deux éditeurs proches de Reprodukt, dont elle s'inspire régulièrement pour son catalogue. Les publications allemandes semblent avoir eu suffisamment de succès pour que l'éditeur continue de sortir d'autres œuvres de S. Mizuki, se déroulant cette fois-ci au Japon, puis, dès décembre 2019, des œuvres d'autres artistes japonais. Ce n'est donc qu'après la réussite commerciale d'œuvres accessibles pour son public, déjà éprouvées sur d'autres marchés de la bande dessinée, que Reprodukt publie des œuvres centrées sur la culture japonaise, sans doute moins grand public. Contrairement à sa première tentative infructueuse de publier des mangas, l'éditeur habitue ainsi progressivement son lectorat. La stratégie fonctionne au point qu'en mai

2022, Reprodukt publie même un autre manga de S. Maruo, artiste qu'elle avait pourtant abandonné près de vingt ans auparavant²²⁵.

Nous analyserons plus en détail les mangas publiés par Reprodukt dans le prochain chapitre de ce travail, mais nous pouvons d'ores et déjà constater que plutôt que de publier « du manga » en général ou des récits à grand succès, l'éditeur s'appuie sur quelques artistes dont il publie la totalité des œuvres. Les mangas publiés par Reprodukt, le plus souvent partiellement autobiographiques, restent ainsi dans la continuité de son catalogue plutôt que de constituer un segment vraiment à part. D'ailleurs, la majorité de ces œuvres ne sont pas catégorisées seulement comme mangas sur le site internet de l'éditeur, mais aussi comme « *Comics* » et/ou comme « *Graphic Novels* ». Cependant, il est probable qu'en dépit de cette proximité avec le reste du catalogue, le simple fait qu'il s'agisse de mangas puisse néanmoins attirer des lecteurs et lectrices différent-es de celles et ceux qui achètent d'autres publications de Reprodukt. Ce n'est que depuis 2019 que l'entreprise a véritablement accès à cette clientèle japonophile qui n'achète pas toujours d'autres types de bandes dessinées que les mangas. On peut considérer que les mangas sont aujourd'hui l'un des piliers de l'éditeur berlinois : sur 47 nouvelles œuvres publiées en 2021²²⁶, 6 étaient des mangas. Bien que Reprodukt reste concentrée sur l'adaptation d'œuvres occidentales, sa production désormais continue d'œuvres japonaises témoigne de la réussite commerciale des mangas qu'elle adapte, mais aussi sans doute du goût qu'ont pris les employé-es de l'entreprise à les produire. Par rapport aux années 2000, D. Rehm et ses collègues

²²⁵ Selon D. Rehm, l'œuvre était prête à être imprimée, donc sans doute entièrement traduite et lettrée, dès 2006, mais ne l'a pas été, faute de public. Le fait qu'elle soit finalement publiée en 2022 témoigne du fait que désormais, la publication n'est plus le gouffre financier envisagé par D. Rehm à l'époque. Voir D. Rehm, « "Midori - Das Kamelienmädchen" von Suehiro Maruo », *op. cit.*

²²⁶ Nous excluons ici les rééditions d'œuvres déjà publiées, que ce soient de simples réimpressions d'œuvres épuisées, des versions intégrales de séries ou des changements de format. Si nous incluons ces rééditions, Reprodukt a publié 56 œuvres en 2021.

ont amélioré leurs stratégies commerciales, mais le public de Reprodukt est aussi sans doute devenu plus « omnivore »²²⁷ (selon la formule de Richard Peterson) et plus divers qu'il ne l'était.

5) Reprodukt la survivante : les éditeurs concurrents sont-ils déjà morts ?

Sans ces différentes évolutions et sans cette diversification des activités, il est possible que Reprodukt n'ait pas pu continuer son activité pendant plus de trente ans. En effet, plusieurs autres éditeurs allemands de bandes dessinées, de type et de taille similaires à Reprodukt, ont fait faillite tandis que cette dernière a su survivre aux aléas du marché. Jochen Enterprises, fondé en 1992, peu après Reprodukt, et publiant des œuvres très similaires²²⁸, met par exemple la clé sous la porte en 2000, la même année que Alpha Comic Verlag (fondé en 1984) et Edition Kunst der Comics (fondé en 1988), tandis que Kiki Post ne survit que de 2004 à 2008 et que Bastei Verlag, qui publiait diverses séries de bandes dessinées depuis les années 1960, se concentre sur les romans dès 1995 pour détruire tous ses stocks de bandes dessinées en 2010²²⁹. Même si certaines des œuvres vendues par ces entreprises jouissaient d'un certain succès critique et commercial, elles aussi publiaient plutôt des œuvres de niche, au public très réduit.

Force est de constater qu'en dehors des très grandes maisons d'édition, presque en position de monopole – elles comptent pour 73% des ventes en 2022²³⁰ –, les éditeurs germanophones font tous face à des difficultés à un moment ou à un autre. Selon D. Rehm, Reprodukt doit « constamment survivre à des bides » et « [son activité] fonctionne tout juste », ce pourquoi « [les employé-es de Reprodukt] doivent tous et toutes avoir une deuxième source de

²²⁷ Dans la lignée des travaux de Bourdieu, Boltanski et d'autres, Richard Peterson et Albert Simkus ont étudié les habitudes culturelles de différentes populations. Ils désignent comme « omnivores » (par opposition aux « univores ») les personnes s'intéressant à des arts, des genres, et des activités très diverses, pas nécessairement ancrés au milieu social auquel ces personnes appartenaient. R. A. PETERSON, « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives1 », *Sociologie et sociétés*, vol. 36, n° 1, 9 décembre 2004, p. 147.

²²⁸ Reprodukt achètera une partie des stocks de Jochen Enterprises et poursuivra d'une certaine manière son travail : un fait qui témoigne de la proximité entre les œuvres publiées chez l'une et l'autre entreprise.

²²⁹ S. PANNOR, « Bastei schreddert sein Archiv », sur *Blog de Stefan Pannor*, 9 mars 2010 (en ligne : <http://www.pannor.de/?p=417> ; consulté le 6 janvier 2021).

²³⁰ M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *op. cit.*, p. 14.

revenus »²³¹. La situation n'ayant certainement pas été différente pour les autres entreprises, leur échec commercial ne relève alors pas de la malchance exceptionnelle, mais plutôt de la règle. Si Reprodukt a survécu à ses concurrentes, c'est au contraire dû à une part de hasard : quelques *flops* en moins et des succès surprenants peuvent avoir fait toute la différence. Peut-être que les employé-es de Reprodukt ont flairé des œuvres plus rentables ou établi des liens amicaux avec les bon-nes artistes au bon moment – peu de choses séparent alors la réussite de l'échec. Néanmoins, l'éditeur berlinois a su apprendre de ses erreurs et a changé de stratégie commerciale plus d'une fois, nous l'avons vu : Reprodukt a régulièrement ajouté des cordes à son arc éditorial en diversifiant ce qu'elle publiait, tout en supprimant certaines parties de son catalogue. Ces évolutions, déjà évoquées, relèvent bien sûr en partie de la sensibilité des éditeurs, et notamment de celle de D. Rehm, mais elles sont aussi en partie motivées par des considérations d'ordre économique. Le passage de D. Rehm par l'entreprise à succès Carlsen, mais aussi le nombre grandissant d'employé-es et la responsabilité qui en résulte pour l'entreprise, ont pu donner davantage de poids à ces facteurs commerciaux dans l'esprit de l'éditeur. D. Rehm indique ainsi y accorder plus d'importance maintenant qu'il emploie davantage de personnes :

« Avec Reprodukt, nous avons une structure de 8, 9 employés qu'il faut payer tous les mois. Alors il faut que je fasse très attention à ce que je fais de mon argent. »²³²

Si Reprodukt continue par exemple de publier tous les tomes des *Donjon*, mais qu'elle a arrêté d'éditer ceux de la série *LastMan*, c'est parce que cette dernière n'a pas rencontré le succès

²³¹ « Nous survivons constamment à des bides. [...] Nous devons tous et toutes avoir une deuxième source de revenu, la maison d'édition ne rapport pas tant que ça. Ça fonctionne tout juste », « Flops müssen wir ständig überleben. [...] Wir müssen alle ein zweites Standbein haben, soviel wirft der Verlag nicht ab. Es funktioniert alles gerade so. », D. Rehm in M. BRAKE, « „Sonst müssen alle Quatsch machen“ », *taz*, 16 décembre 2011 (en ligne : <https://taz.de/Alternative-Verleger-ueber-Comics!/5105216/> ; consulté le 29 décembre 2021).

²³² « Mit Reprodukt haben wir eben einen Apparat von 8, 9 Mitarbeitern, die jeden Monat bezahlt werden müssen. Da muss ich genau gucken, 'was mach ich mit meinem Geld?'. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 24:08–24:18.

commercial escompté²³³ ; au contraire, la production constante et croissante de bandes dessinées pour enfants est aussi liée au profit que génère désormais ce segment²³⁴. La survie de Reprodukt est ainsi intimement liée aux investissements parfois risqués qu'elle a pu faire au fil des années, notamment dans sa gamme de bandes dessinées pour enfants, dont le succès était tout sauf garanti.

En dépit de ces coups de chance et de l'ajustement aux aléas du marché, l'entreprise a elle aussi régulièrement dû faire face à la faillite, comme en témoignent la citation pessimiste de D. Rehm ci-dessus (« Ça fonctionne tout juste »²³⁵), ainsi que l'interview avec C. Jerusalem-Groenewald que nous avons précédemment citée. En effet, en 2002, J. Harms, alors cheffe de l'entreprise, aurait envisagé de convertir au moins partiellement Reprodukt en association à but non lucratif²³⁶, l'entreprise manquant alors de ressources : « En tant qu'association, il y a au moins la possibilité de postuler pour des fonds officiels. »²³⁷ Finalement, peut-être en raison du retour définitif de D. Rehm auprès de Reprodukt, ce projet n'a pas été poursuivi et l'entreprise a continué en tant que telle. En 2016, l'entreprise manque d'argent, perd la moitié de ses employé-es à temps plein et est forcée de fortement réduire sa production. Enfin, en 2022, en raison de l'augmentation importante du prix des matières premières²³⁸, l'entreprise peine à nouveau à publier les œuvres qu'elle souhaite et se lance dans une campagne de financement

²³³ C'est la raison donnée par D. Rehm sur un forum en ligne. D. Rehm, « LastMan - post du 14/08/2016 », sur *Comicforum.de*, 14 août 2016 (en ligne : <https://www.comicforum.de/showthread.php?145575-Last-Man/page2&highlight=LastMan> ; consulté le 12 mars 2020).

²³⁴ Dans son interview pour Deutschlandfunk Kultur, D. Rehm dit que l'investissement dans les bandes dessinées pour enfants a payé et que les chiffres de vente sont désormais très bons. « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 2:30-2 :48.

²³⁵ « Es funktioniert alles gerade so. », D. Rehm in M. BRAKE, « „Sonst müssen alle Quatsch machen“ », *op. cit.*

²³⁶ Selon C. Jerusalem Groenewald, il ne s'agissait pas de remplacer complètement Reprodukt en tant qu'entreprise, mais de fonder une association afin de pouvoir obtenir des financements pour certaines publications (notamment celles sous forme de magazine) et pour des événements autour de la bande dessinée. C. MAIWALD, « Interview mit Reprodukt Comics », *op. cit.*

²³⁷ « Und als Verein gibt es zumindest die Möglichkeit, sich um Gelder offizieller Stellen zu bewerben. », C. Jerusalem-Groenewald in *Id.*

²³⁸ Cette hausse des prix est liée à la reprise économique suivant la crise sanitaire du COVID-19. En outre, l'invasion russe de l'Ukraine a mené à une augmentation du prix du gaz et de l'énergie en général.

participatif sur la plateforme Startnext²³⁹. Le communiqué de Reprodukt à ce sujet montre que l'entreprise avait atteint une certaine stabilité dans le rythme de production, mais qu'elle reste très fragile face à des contraintes économiques extérieures.

En raison de l'augmentation du prix du papier, il devient plus difficile pour nous de publier des bandes dessinées et de mettre en place notre programme d'automne comme nous le faisons d'habitude.

C'est pour cela que nous vous demandons maintenant de nous soutenir !²⁴⁰

Cette campagne de *crowdfunding* se situant après la période que nous étudions, nous y reviendrons en conclusion de ce travail.

Enfin, si cet éditeur a pu continuer son activité plutôt qu'une autre maison d'édition, c'est peut-être surtout dû à la persistance de ses employé-es, mais aussi à leurs autres activités professionnelles. L'activité éditoriale a effectivement pu être poursuivie quand bien même D. Rehm a longtemps déclaré ne pas pouvoir vivre de son travail pour Reprodukt²⁴¹. Sans son activité professionnelle de lettreur, D. Rehm aurait sans doute dû abandonner l'entreprise, faute de ressources. Comme l'a formulé de façon plus mémorable P. Malone : « si [Dirk Rehm] développe de l'arthrite, c'en est fini de Reprodukt. »²⁴² Il en va de même pour les autres

²³⁹ D. Rehm, « Reprodukt: 30 tolle neue Comics! », sur *Startnext*, s.d. (en ligne : <https://www.startnext.com/reprodukt> ; consulté le 4 mai 2022).

²⁴⁰ « Angesichts steigender Papierpreise wird es für uns zusehends schwierig, Comics zu veröffentlichen und unser diesjähriges Herbstprogramm wie gewohnt auf die Beine zu stellen. Daher bitten wir nun um eure Unterstützung! », *Id.*

²⁴¹ « - Peut-on vivre de l'édition de bandes dessinées ? – Non, je n'y arrive pas actuellement. Bien sûr, on continue de payer les employés régulièrement, mais en 2015, nous avons fait des pertes. », « - Kann man vom Comicverlegen leben? - Nein, das kann ich derzeit nicht. Gehälter an die Verlagsmitarbeiter werden natürlich regelmäßig gezahlt, aber wir haben 2015 Verlust gemacht. », D. Rehm in L. VON TÖRNE, « „Comics bleiben ein schwieriges Geschäft“ », *Der Tagesspiegel Online*, 25 février 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/25-jahre-reprodukt-comics-bleiben-ein-schwieriges-geschaeft/13011026.html> ; consulté le 15 octobre 2020)

²⁴² « If he develops arthritis, Reprodukt is doomed. », Échange de mails avec Paul Malone du 18/02/2018.

employé-es de la maison d'édition, chacun-e avec son « plan B », « sa deuxième source de revenus »²⁴³.

Contrairement à de nombreuses autres entreprises de l'édition de bandes dessinées, Reprodukt a réussi à survivre tant bien que mal. Dans trois des cas de faillite susnommés (Jochen Enterprises, Bastei Verlag, Kiki Post), elle a repris le flambeau spirituel et commercial en achetant (et en continuant de vendre) une partie de leurs invendus et de leurs droits. Pour ce qui est de Kiki Post, ses deux fondateurs, Sascha Hommer et Arne Bellstorf, continuent même de publier leurs propres œuvres chez Reprodukt. En tant que survivante parmi ses pairs, la maison d'édition est investie d'une fonction d'archives de la bande dessinée alternative germanophone, et devient *de facto* la représentante d'une certaine partie de l'industrie, d'un certain esprit de la bande dessinée alternative des années 1990.

Pendant un certain temps, Reprodukt reste relativement seule sur son segment à la suite de ces faillites en chaîne, ne possède pas de véritable concurrence sur son segment éditorial, mais pas non plus de part de marché suffisante pour être certaine de continuer son activité. Interrogé en 2011 sur ses souhaits pour le futur de la bande dessinée allemande, D. Rehm répond :

Ce qui me manque est une maison d'édition qui poursuit des buts similaires. La plupart des maisons d'édition qui ont la même idée de ce que doit être la bande dessinée se contentent de ce qu'elles ont déjà. En ce qui concerne la stratégie [éditoriale], nous nous orientons désormais plutôt par rapport aux éditeurs de littérature. J'aimerais bien avoir un peu de concurrence pour

²⁴³ « Wir müssen alle ein zweites Standbein haben, soviel wirft der Verlag nicht ab. », D. Rehm in M. BRAKE, « „Sonst müssen alle Quatsch machen“ », *op. cit.*

ranimer le commerce et nous y frotter un peu. Cela sonne peut-être un peu présomptueux.²⁴⁴

La déclaration peut être vue comme une incitation à fonder d'autres maisons d'édition aussi ambitieuses que Reprodukt, mais possiblement aussi comme une provocation envers les quelques entreprises qui ont justement réussi à subsister avec un programme éditorial similaire. C'est notamment le cas d'avant-Verlag, maison fondée en 2001, qui fait sans doute partie de celles dont D. Rehm fustige alors le manque d'ambitions. Peut-être que le commentaire a été pris à cœur par Johann Ulrich, fondateur d'avant-Verlag, puisque dès 2017, l'entreprise dépasse les ventes de Reprodukt²⁴⁵, notamment grâce à l'immense succès des œuvres de l'artiste suédoise Liv Strömquist en Allemagne. La rivalité entre les deux éditeurs se manifeste avant tout dès qu'il s'agit d'acheter les droits d'adaptation pour des œuvres étrangères, d'autant qu'avant-Verlag dispose désormais de moyens financiers plus importants.

La « concurrence » tant souhaitée par D. Rehm continue de se développer, notamment à Berlin. Pour ce qui est des jeunes artistes germanophones, c'est aussi la maison d'édition JaJa Verlag, née en 2011, qui puise aujourd'hui dans le vivier auquel ont eu longtemps accès prioritairement Reprodukt, avant-Verlag et Edition Moderne, une maison d'édition suisse. Plus féminine et féministe que ses pairs, JaJa jouit d'une image positive parmi les jeunes artistes, notamment dans les cercles politisés. Enfin, citons la fondation de Kibitz-Verlag en 2019, jusqu'ici la seule maison d'édition à concurrencer l'entreprise sur le segment des bandes dessinées pour enfants. Même s'il est probable qu'avant-Verlag et JaJa se soient inspirées de Reprodukt lors de leur création et pour leur programme éditorial, il ne fait en revanche pas de doute que Kibitz se situe explicitement dans la lignée de Reprodukt : cette maison d'édition a été fondée par deux de ses

²⁴⁴ « Was mir fehlt, ist ein Verlag, der ähnliche Ziele verfolgt. Die meisten Verlage, die eine ähnliche Idee von Comics haben wie wir, sind mit dem zufrieden, was sie haben. Da orientieren wir uns im strategischen Denken inzwischen mehr an Literaturverlagen. Ich hätte gern ein wenig Konkurrenz, die das Geschäft belebt und an der man sich ein bisschen reiben kann. Das klingt vielleicht etwas vermessen », D. Rehm in *Id.*

²⁴⁵ Faute d'enquêtes de marché entre 2015 et 2021, nous n'avons pas de chiffres précis à ce sujet et nous nous fions ici à l'impression de D. Rehm. Entretien informel avec D. Rehm le 29/10/2021 à Berlin.

employés (et temporairement ex-employés), Michael Groenewald et Sebastian Oehler, et publie notamment des artistes et des séries d'abord parues chez Reprodukt. C'est par exemple le cas de la série *Kiste* [Carton] de Patrick Wirbeleit, grand succès commercial de la bande dessinée pour enfants, dont les 4 premiers tomes sont parus chez Reprodukt, tandis que les suites paraîtront toutes chez Kibitz²⁴⁶. L'entreprise de D. Rehm est particulièrement proche de cette concurrente, avec qui elle partage même un stand lors de la *Leipziger Buchmesse* [Foire du livre de Leipzig].

Cette diversité plus grande parmi les éditeurs berlinois de bandes dessinées alternatives est d'abord une bonne nouvelle pour les artistes, qui peuvent désormais s'adresser à plus d'entreprises pour faire publier leurs œuvres. En tant qu'artiste, il est alors possible de proposer ses œuvres uniquement auprès des éditeurs dont on partage la vision artistique (et parfois politique), mais cela signifie aussi que l'on a davantage d'options en cas de refus chez l'un d'entre eux. Enfin, cela permet parfois de choisir un éditeur qui offre la meilleure rémunération, ou du moins qui permette de la négocier plus facilement. Pour Reprodukt, cette concurrence n'est pas une mauvaise nouvelle. Premièrement, la fondation et la survie de ces entreprises témoignent d'un marché de la bande dessinée germanophone qui s'agrandit progressivement et qui permet à davantage d'entreprises d'en vivre. Les éditeurs nommés plus haut continuent de publier des œuvres, et prouvent ainsi qu'il y a désormais suffisamment de place (et surtout de client-es) dans le milieu de la bande dessinée alternative. Ensuite, ces nouvelles entreprises captent elles aussi l'attention des médias, du public et des institutions culturelles et politiques, permettant à la bande dessinée alternative de gagner en visibilité dans l'espace public. Notamment pour ce qui est du lobbying pour la bande dessinée, il est utile que davantage d'acteurs et d'actrices y participent. Par ailleurs, ces entreprises ne semblent pas être en concurrence lorsqu'il s'agit d'obtenir des fonds, puisque Reprodukt, avant-Verlag et JaJa Verlag ont toutes trois obtenu le Deutscher Verlagspreis en 2021, un prix qui accorde 24 000 € de

²⁴⁶ P. WIRBELEIT, « Die Kiste Comicserie », sur *Site de la série Kiste*, s.d. (en ligne : <https://kistecomix.de/buecher#comics> ; consulté le 7 janvier 2022).

subventions à ses lauréates²⁴⁷. En somme, le souhait de D. Rehm d'avoir plus d'entreprises concurrentes ne fait peut-être pas tant preuve d'arrogance que d'une certaine compréhension du marché de la bande dessinée, qui a évolué et su profiter de ces rivalités.

Finalement, il nous faut indiquer que ces autres éditeurs alternatifs n'ont pas seulement leur programme éditorial, mais aussi leur lieu d'implantation en commun avec Reprodukt : il s'agit d'entreprises berlinoises dont les employé-es et artistes interagissent régulièrement, formant un véritable réseau de la bande dessinée dans la capitale allemande. Plus largement, toutes les entreprises de la bande dessinée allemande sont obligées de coopérer à un certain niveau, tant il est difficile pour elles de trouver un public pour cet art. Après cet aperçu sommaire de l'histoire de Reprodukt, où nous avons vu son passage de la micro-entreprise *punk* vers l'entreprise indépendante modèle, à la ligne éditoriale diversifiée, il est alors logique de se pencher sur cette autre donnée qui détermine l'activité éditoriale : sa localisation.

B. Reprodukt à travers l'espace : enjeux d'une implantation à Berlin

1) Berlin, épice de l'édition allemande ?

Les bureaux de Reprodukt se trouvent à Berlin, dans le quartier de Wedding, au nord du centre-ville. D'un point de vue français, il ne paraît guère surprenant de voir une maison d'édition implantée dans la capitale du pays, tant la macrocéphalie parisienne de l'Hexagone pèse sur son paysage éditorial. Pourtant, l'emplacement de Reprodukt est loin d'être une évidence en Allemagne, et ses locaux – actuels et anciens – sont même tout à fait singuliers et significatifs. On constatera ainsi que sa position géographique détermine en partie son implantation dans le paysage culturel, si ce n'est l'inverse. Pour cette partie qui relève de l'étude d'ordre géographique, partons d'abord d'un point de vue plus *macro* et étudions l'emplacement de Berlin, fief de Reprodukt, au sein de l'Allemagne, de l'Europe, voire du monde : qu'est-ce que

²⁴⁷ « Die Preisträger 2021 », sur *Deutscher Verlagspreis*, juin 2021 (en ligne : <https://www.deutscher-verlagspreis.de/preistraeger-2021.html> ; consulté le 7 janvier 2022).

cela signifie que d'être une maison d'édition qui publie des bandes dessinées à Berlin ? Ensuite, nous pourrions observer l'implantation de l'entreprise au sein même de la ville, à une échelle plus grande (au sens cartographique). Nous constaterons ainsi que le lieu de l'édition est un atout non seulement en matière de production et de soutien institutionnel, mais aussi et surtout d'image.

Berlin est un lieu populaire pour l'édition de livres, mais reste bien loin du niveau de Paris pour les publications francophones – fédéralisme allemand oblige. Selon l'association des éditeurs et marchands de livres allemands, le *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, en 2018, il y avait environ 150 maisons d'édition à Berlin, contre 115 à Munich et 76 à Hambourg et Stuttgart²⁴⁸. La capitale administrative du pays est donc également celle de l'édition, mais on ne peut pas vraiment dire que Berlin soit véritablement le cœur de la production de livres. En effet, la vaste majorité des maisons d'édition allemandes se situe dans des villes de l'Ouest, sans pour autant se concentrer dans une région particulière ; avec la ville de Leipzig, Berlin fait même office d'exception à l'Est.

En ce qui concerne l'édition de la bande dessinée, on peut faire un constat similaire : Berlin est un lieu privilégié, mais absolument pas le centre incontesté de l'édition de bandes dessinées. Grâce à une liste des maisons d'édition publiant des bandes dessinées en langue allemande qui nous a été donnée par l'association de lobbying pour la bande dessinée *Deutscher Comicverein* [association allemande pour la bande dessinée]²⁴⁹, nous avons pu établir des statistiques sur le siège social de ces entreprises. Sur les 69 maisons d'édition répertoriées en 2018, seules 12

²⁴⁸ Même si ce n'est pas précisé dans ces statistiques, le *Börsenverein* compte sans doute uniquement les éditeurs adhérant à son association dans ses chiffres. Toutefois, l'importance de l'association et ses réseaux sont tels qu'on peut supposer qu'il manque avant tout de la micro- et de l'auto-édition dans ces statistiques, et qu'elles restent ainsi représentatives du paysage éditorial allemand dans son ensemble. « Mediendossier Literaturstandort », sur *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, s. d. (en ligne : <https://www.boersenverein.de/presse/mediendossiers/mediendossier-literaturstandort/> ; consulté le 19 février 2021).

²⁴⁹ La liste comptant près de 70 maisons d'édition nous a été donnée en 2019. Cette liste est exhaustive et contient aussi les éditeurs de littérature publiant occasionnellement des bandes dessinées (par exemple Suhrkamp et Ullstein). Cependant, la micro- et l'auto-édition, difficiles à répertorier et à quantifier, n'y sont pas comptabilisées.

étaient situées à Berlin : un peu plus d'un sixième, donc, et un dixième si l'on compte uniquement les 7 éditeurs qui se concentrent sur les bandes dessinées²⁵⁰. Hambourg avec ses 10 maisons d'édition (11 en comptant Kibitz Verlag, fondée en 2019) s'impose comme autre grand centre de la bande dessinée allemande, tandis qu'avec leurs 6 éditeurs respectifs, Munich et Cologne partagent leur place sur le podium. On peut expliquer l'attrait de ces villes par leur politique favorable aux industries culturelles, des écoles attirant de jeunes artistes (notamment à la *Hochschule für Angewandte Wissenschaften* de Hambourg, où l'artiste Anke Feuchtenberger a accompagné des générations d'artistes de la bande dessinée), mais aussi a fortiori par leur poids démographique et leur dynamisme culturel et économique.

Ces statistiques cachent cependant des disparités importantes. En effet, parmi les plus grands éditeurs allemands, seul Egmont Ehapa a déménagé à Berlin en 2001, tandis que Carlsen, Panini, Tokyopop et Altraverse sont installés soit à Hambourg, soit à Stuttgart. Il faut ici noter qu'outre la dernière, ces grandes maisons d'édition font toutes parties de groupes d'édition bien plus larges, installés à l'étranger (respectivement au Danemark, en Suède, en Italie et aux États-Unis), et que leur siège social en Allemagne a donc peut-être une importance moindre que pour une entreprise indépendante. Les éditeurs plus petits sont, quant à eux, éparpillés dans différentes villes allemandes de taille variable²⁵¹. On peut y voir un effet du fédéralisme allemand de longue date : celui-ci a forcé chaque région allemande à développer sa propre industrie culturelle plutôt que de graviter autour d'un seul et même épice. Ainsi, puisque chaque *Bundesland* possède son propre vivier d'artistes et ses propres institutions culturelles, cela favorise la création de maisons d'édition implantées à un niveau régional plutôt que national. Cet effet de localisme est renforcé par la mobilité relativement faible entre les différents *Bundesländer* ; conscient-es

²⁵⁰ En 2018, il s'agissait de Aufbau Verlag, avant-Verlag, Egmont Ehapa, JaJa Verlag, Metrolit Verlag, Moga Moba, Mosaik Steinchen für Steinchen Verlag, Piredda, Reprodukt, Suhrkamp, Ullstein, et de Jacoby & Stuart. Notons que Aufbau, Metrolit, Suhrkamp et Ullstein sont principalement des éditeurs de littérature ne publiant qu'occasionnellement des bandes dessinées, et que Moga Moba est essentiellement un éditeur de magazines. Dans les faits, 7 éditeurs berlinois concentrent donc leur production sur la bande dessinée.

²⁵¹ Pour ne citer que quelques maisons alternatives : Cross Cult a son siège à Ludwigsburg, Lappan à Oldenburg, Salleck Publications à Wattenheim, Knesebeck à Munich, Rotopol à Kassel, Splitter à Bielefeld, Zwerchfell à Stuttgart, etc.

qu'il existe des structures éditoriales partout dans les pays, les artistes peuvent miser sur les éditeurs « du coin » pour se faire une place dans l'industrie de la bande dessinée. Tout cela explique à la fois l'importance de la présence d'un éditeur à une échelle plus locale, ainsi que les raisons pour lesquelles peu de ces maisons d'édition déménagent.

De plus, historiquement, les éditeurs berlinois ont eu tendance à quitter la ville pour s'installer ailleurs, notamment à la suite de la Deuxième Guerre mondiale et à l'occupation de la capitale par les forces armées étrangères²⁵². Selon un rapport de l'entreprise publique Medienboard Berlin-Brandenburg, en 2006, seuls 11 % des livres produits en Allemagne provenaient ainsi de maisons d'édition berlinoises, sachant qu'il s'agissait avant tout de littérature scientifique et scolaire et de non-fiction, Munich étant « la capitale incontestée de la littérature générale »²⁵³. En ce qui concerne la bande dessinée, il serait également difficile d'affirmer que Berlin constitue un centre hégémonique de la production, même si nous constatons qu'elle a un poids plus important pour la bande dessinée que pour la littérature en prose.

La situation n'est pas la même sur le marché franco-belge, plus centralisé, mais réparti sur plusieurs pays. En effet, à l'inverse du fédéralisme allemand, la concentration administrative française pousse la plupart des éditeurs à s'installer en Île-de-France ou à Paris ; on peut toutefois constater que subsistent quelques poches de production en province française, notamment à Bordeaux avec Cornélius et Les Requins Marteaux. Hormis les entreprises Glénat et Bamboo, installées près de Mâcon et de Grenoble, ces éditeurs provinciaux sont, pour la

²⁵² « Après la Deuxième Guerre mondiale, cependant, de nombreuses maisons d'édition ont déplacé leur siège vers d'autres lieux allemands. », « Nach dem Zweiten Weltkrieg verlegten allerdings viele Verlagshäuser ihren Sitz an andere deutsche Standorte. », in MEDIENBOARD BERLIN-BRANDENBURG, « Verlagsstandort Berlin-Brandenburg », 2006, p. 16.

²⁵³ « Tandis que Munich est la capitale incontestée des maisons d'édition de littérature générale, la région de la capitale n'est connue comme emplacement éditorial que par les cercles de connaisseurs. Ici, ce ne sont pas les éditeurs de littérature, mais des éditeurs de livres scientifiques, scolaires et de non-fiction qui marquent l'image de la ville en matière éditoriale. », « Während München die unangefochtene Hauptstadt der Belletristik-Verlage ist, ist die Hauptstadtregion als Verlagsstandort häufig nur in Fachkreisen bekannt. Hier prägen nicht Belletristik-Verlage, sondern weltweit renommierte Wissenschafts-, Fach- und Sachbuchverlage das Buchverlagsbild der Stadt. », in *Ibid.*, p. 17.

plupart, de petites, voire de très petites structures²⁵⁴. La Belgique connaît par contre une situation similaire à celle de l'Allemagne : parmi les grands éditeurs, seul Le Lombard possède son siège à Bruxelles, tandis que Casterman est établi à Tournai de longue date, et Dupuis à Marcinelle²⁵⁵. La capitale belge attire cependant davantage les petites maisons d'édition alternatives comme Le FRMK. En somme, en France, la majorité des entreprises du livre, petites et grandes, se trouve implantée dans ou autour de la capitale, tandis qu'en Belgique et en Allemagne, les plus grandes maisons d'édition de bandes dessinées sont retranchées dans leurs fiefs régionaux, laissant plutôt la capitale aux petites structures éditoriales.

Dans les pays de langue allemande, nous avons dû constater qu'en dehors de quelques maisons d'édition de petite taille (Edition Moderne et Virtual Graphics en Suisse, ainsi que Luftschacht à Vienne) l'essentiel de la production de bandes dessinées se fait en Allemagne, sur laquelle nous devons donc insister dans cette analyse. Pourtant, cette concentration sur un pays ne se traduit pas par une hégémonie totale de sa capitale, nous l'avons vu. Comme le décrivent les géographes Renate Borst et Stefan Krätke, « à Berlin, la production de biens culturels [...] est largement plus représentée que dans la moyenne du pays. Cependant, en ce qui concerne cet aspect, Paris est une 'métropole culturelle' réellement exceptionnelle, où [...] la fonction de production de biens culturels est trois fois plus élevée que dans la moyenne nationale. »²⁵⁶ Cette non-concentration sur Berlin se vérifie pour les producteurs de bandes dessinées.

²⁵⁴ Les travaux de thèse de Kévin Le Bruchec sur le syndicat des éditeurs alternatifs SEA, thèse qui n'a pas encore été publiée au moment où nous écrivons ces lignes, corroborent cette idée : une partie croissante des membres de ce syndicat est installée en province et en fait même une marque de fabrique. Ainsi, se positionner loin des circuits éditoriaux habituels permettrait de mieux se présenter comme éditeur « alternatif » et ainsi d'attirer des artistes qui se considèrent également comme tel·les.

²⁵⁵ Les entreprises Dupuis et Le Lombard sont détenues par le groupe franco-belge Média Participations, appartenant, quant à lui, majoritairement à une holding de droit belge, mais dont le capital est contrôlé par une famille française. Le siège social du groupe est ainsi à la fois à Bruxelles et à Paris. Pour notre analyse, nous avons choisi de retenir le lieu où travaillaient officiellement les employé·es de l'entreprise plutôt que celui où se situe le pouvoir financier.

²⁵⁶ « Unter den "konkreten" Produktionsfunktionen ist in Berlin die Kulturgüter-Produktion (bzw. die Beschäftigtengruppe der Künstler, Schauspieler, Musik-, Rundfunk-, Fernseh-, Filmproduzenten usw.) mit einem Präsenz-Index von 132 wesentlich stärker vertreten als im Landesdurchschnitt. Eine wirklich herausragende

Toujours est-il que même sans avoir l'attractivité que Paris possède pour l'édition franco-belge, Berlin concentre un nombre élevé de petites maisons d'édition. Cela peut s'expliquer pour plusieurs raisons. D'une part, il y a le poids historique de Berlin : bien que son nombre d'habitants ait diminué depuis les années 1940, elle reste la ville la plus peuplée d'Allemagne. Si le fédéralisme ouest-allemand explique comment différentes villes ont pu attirer différentes structures éditoriales, la centralisation de la RDA a logiquement mené à la concentration de ses maisons d'édition à Berlin, même si Leipzig et Halle, par exemple, ont néanmoins été le siège d'éditeurs importants. De plus, il y a une réelle volonté politique à faire de Berlin une métropole européenne qui se démarque et une capitale crédible et moderne de l'Allemagne réunifiée. La ville jouit ainsi aujourd'hui d'un soutien financier tout particulier pour la culture. Puisqu'elle représente l'État fédéral tout entier²⁵⁷, elle reçoit davantage de financements nationaux que d'autres *Länder* et villes allemandes, qui financent une plus grande part de la culture avec les fonds propres du *Land* et de la commune. Avec des dotations de l'État particulièrement importantes par rapport à son nombre d'habitants²⁵⁸, la politique culturelle de la ville aura certainement un effet positif sur son paysage culturel dans son ensemble. Même s'il y a des retombées dans le domaine de la bande dessinée, il nous faut cependant relativiser ces éléments : les dépenses pour la culture concernent avant tout l'entretien des monuments historiques, les

"Kultur-Metropole" stellt in dieser Hinsicht aber Paris dar, wo der Präsenz-Index 273 erreicht, d.h. die Funktionen der Kulturgüter-Produzenten fast dreimal so stark vertreten sind wie im Landesdurchschnitt. », in S. KRÄTKE et R. BORST, *Berlin: Metropole zwischen Boom und Krise*, Wiesbaden, Springer VS, 2013, p. 70.

²⁵⁷ « L'engagement culturel de l'État fédéral [pour Berlin] résulte de la responsabilité qui lui est attribuée de représenter l'État tout entier dans la capitale de l'État fédéral, consignée dans la loi fondamentale et dans la loi Berlin-Bonn de 1994. », « Das kulturelle Engagement des Bundes resultiert aus seiner Verantwortung für die gesamtstaatliche Repräsentation in der Bundeshauptstadt, die im Grundgesetz und im Berlin-Bonn Gesetz aus dem Jahr 1994 festgeschrieben ist. », in « Bund fördert Hauptstadtkultur », sur *Site du gouvernement allemand*, s. d. (en ligne : <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur/kunst-kulturfoerderung/kultur-hauptstadt-region/kultur-in-berlin/bund-foerdert-hauptstadtkultur-317076> ; consulté le 19 février 2021).

²⁵⁸ Seuls la Saxe et Hambourg dépensaient davantage pour la culture. Voir le rapport financier des dépenses pour la culture de 2018 : Anon., « Kulturfinanzbericht 2018 », 2018, p. 25 (en ligne : https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publicationen/Downloads-Kultur/kulturfinanzbericht-1023002189004.pdf?__blob=publicationFile&v=4 ; consulté le 19 février 2021).

subventions aux musées, aux théâtres etc. Les bénéficiaires pour l'édition seraient donc des résultats indirects de ces financements fédéraux et non pas leurs cibles principales.

En outre, le *Land* de Berlin est à ce jour le seul à accorder des bourses spécifiques aux artistes de bande dessinée, tandis que dans d'autres *Länder*, ces artistes doivent candidater à des subventions ou à des fonds privés pensés pour d'autres formes d'art, ce qui les désavantage fortement²⁵⁹. En se positionnant comme institutions spécifiquement berlinoises, les éditeurs de bandes dessinées peuvent eux aussi accéder à des fonds et bourses proposés par la ville²⁶⁰. Toutefois, le journaliste Lars von Törne tempère l'effet de ces financements publics. Selon lui, dans les rares cas où « la création de bandes dessinées a été aidée par des bourses, celles-ci étaient généralement initiées par des donateurs privés »²⁶¹. De plus, ces subventions berlinoises ne financent qu'un nombre limité d'artistes, et, même si elle force les artistes à être mobiles, une bourse de résidence est aussi proposée à Hambourg (en coopération avec la ville de Marseille) pour les artistes de bandes dessinées²⁶². L'initiative berlinoise constitue donc une exception bienvenue et sollicitée par les artistes de la ville, mais insuffisante pour subventionner un grand nombre d'œuvres. En général, puisque c'est à Berlin que s'est constitué l'association *Deutscher Comicverein*, c'est dans la capitale que se concentrent les efforts de lobbying pour une plus grande reconnaissance de cet art. Si l'association a déjà obtenu gain de cause pour les bourses susnommées et pour une plus grande contribution financière du *Land* pour le festival

²⁵⁹ Par exemple, l'exigence de fournir un certain nombre de pages écrites pour une bourse littéraire constitue une charge de travail technique supplémentaire importante pour la bande dessinée par rapport à un roman. De plus, le jury sera sans doute plus habitué à évaluer des œuvres littéraires que des bandes dessinées, davantage visuelles que textuelles.

²⁶⁰ On pensera ici notamment au Berliner Verlagspreis, obtenu par Reprodukt en 2018. Le prix devant valoriser l'activité éditoriale dans la capitale, Reprodukt, qui se positionne régulièrement comme éditeur vraiment berlinois, a alors toutes ses chances de gagner ce prix – plus qu'un éditeur comme Egmont Ehapa, par exemple, qui n'insiste pas sur son implantation locale. Voir le discours de l'ancien maire adjoint K. Lederer in « Berliner Verlagspreis 2018 », *op. cit.*.

²⁶¹ « Wenn hierzulande Comics überhaupt mithilfe von Stipendien entstanden, waren diese in der Regel von privaten Stiftern initiiert. », in L. VON TÖRNE, « Senat schreibt "Berliner Comicstipendium" aus », sur *Der Tagesspiegel*, 23 août 2017 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/berlin/comicfoerderung-senat-schreibt-berliner-comicstipendium-aus/20228342.html> ; consulté le 5 mars 2021).

²⁶² « Residenzstipendium für Comic-Künstlerinnen und Künstler », sur *hamburg.de*, s.d. (en ligne : <https://www.hamburg.de/bkm/international/16595574/comic-residenz-marseille/> ; consulté le 12 juillet 2023).

ComicInvasion, on peut supposer que d'autres revendications, dont un institut de recherche, voire un musée, pourraient à l'avenir être adoptées par le Sénat de Berlin²⁶³. Grâce à une politique culturelle en faveur de la bande dessinée, la capitale allemande pourra ainsi s'affirmer comme un centre du neuvième art, mais elle n'est pas encore le havre espéré par le *Comicverein*.

Enfin, Berlin possède une image positive au sein des milieux artistiques : la ville est perçue comme alternative, ouverte à l'international, mais restant toujours authentique. Ainsi, il n'est pas étonnant qu'elle attire depuis plusieurs années des artistes du monde entier – ce qui n'est pas pour déplaire aux éditeurs de bande dessinée qui s'y sont installés. Avant de nous pencher sur ce dernier point, sans doute le plus significatif pour Reprodukt, il nous faut étudier l'emplacement géographique de Berlin, qui présente différents atouts, potentialités et contraintes par rapport à d'autres villes allemandes. Nous évoquerons d'abord la position de Berlin au sein de l'Allemagne, puis de l'Europe.

Loin des festivals, loin du cœur de la bande dessinée : une capitale excentrée

En ce qui concerne l'Allemagne, Berlin est une ville excentrée. Le réseau ferroviaire et routier allemand ne gravitant pas autour de la capitale comme c'est le cas de la France, la ville de Berlin n'est pas facile ou rapide d'accès, sans être inaccessible pour autant (4h–5h depuis Francfort, Munich ou Cologne, 2h depuis Hambourg²⁶⁴). Même si cela paraît négligeable pour la maison d'édition, pour les artistes qu'elle souhaite publier, l'investissement de temps et d'argent nécessaire pour s'y rendre peut être décourageant. Comme nous l'avons dit plus haut, le fédéralisme allemand et le relatif équilibre entre différentes villes allemandes mènent ainsi sans

²⁶³ Pour une liste des revendications, voir notamment cette interview avec Stefan Neuhaus, président de l'association Deutscher Comicverein. L. VON TÖRNE, « Wir brauchen eine eigenständige Comicförderung », *Der Tagesspiegel Online*, 9 juin 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/berliner-kulturpolitik-wir-brauchen-eine-eigenstaendige-comicfoerderung/13709524.html> ; consulté le 17 octobre 2018).

²⁶⁴ L'introduction du *Deutschlandticket* en mai 2023, un abonnement national qui permet de transiter via tous les réseaux de transports urbains et inter-urbains allemands, pourrait avoir un effet sur la durée moyenne des trajets. En effet, ce forfait ne s'appliquant pas aux trains à grande vitesse, il est probable qu'un certain nombre d'usager-es optera pour des trajets plus longs, mais inclus dans leur abonnement.

doute à une plus grande importance de l'échelle locale pour l'édition. La distance relative de Berlin à d'autres villes importantes comme Munich, Cologne ou Francfort pourrait ainsi poser problème pour attirer des artistes habitant ces villes, mais rend également plus difficile la diffusion de ses œuvres.

Ce n'est sans doute pas tant la distribution (*Auslieferung*), c'est-à-dire la logistique derrière l'envoi d'ouvrages vers les points de vente, qui pose ici problème, mais plutôt la diffusion (*Verlagsvertretung*), donc la promotion et l'enregistrement de commandes. Alors que dans son guide sur les métiers du livre, l'OFAJ déclare qu'« en Allemagne, le rôle des diffuseurs français est en général tenu en interne par les maisons d'édition »²⁶⁵, dans les faits, cela ne concerne pas les petites maisons d'édition, notamment celles de la bande dessinée. Reprodukt possède certes son attaché de presse Filip Kolek, qui propose d'ailleurs aussi ses services à JaJa Verlag, à Kibitz et à avant-Verlag, mais il ne peut assurer à lui seul la diffusion auprès de tous les réseaux de librairies germanophones. En effet, si les différentes entreprises de distribution possèdent des entrepôts répartis partout sur le territoire allemand [c'était le cas de *Leipziger Kommissions- und Großbuchhandels-gesellschaft* (LKG), distributeur de Reprodukt jusqu'en janvier 2022], un employé comme F. Kolek ne possède pas le don d'ubiquité, et l'entreprise doit donc trouver des stratégies pour séduire ses client-es potentiel-les à l'autre bout de l'Allemagne. Tandis qu'une maison d'édition située dans la Ruhr pourra aisément promouvoir ses œuvres auprès des libraires de sa région elle-même, sans s'engager pour autant dans un long périple, cela est plus compliqué pour un éditeur berlinois, à l'écart des autres villes très peuplées d'Allemagne. En particulier pour une structure éditoriale de petite taille, il est alors essentiel de déléguer la diffusion à des entreprises ou à des personnes tierces, qui pourront démarcher les librairies

²⁶⁵ M. BERGMANN et C. MAURICE, « Regards croisés / Interkulturelle Betrachtungen », *op. cit.*, p. 51.

et/ou prendre leurs commandes. C'est ce que fait Reprodukt, qui emploie les services d'au moins quatre diffuseurs pour différentes zones géographiques²⁶⁶.

Toutefois, un éditeur peut également trouver de nouveaux points de vente et client·es lorsque les libraires et le public viennent le voir directement. C'est ce qui arrive notamment lors des salons et foires du livre, mais aussi plus spécifiquement lors de festivals de la bande dessinée, qui sont des lieux privilégiés du contact avec les maisons d'édition. Berlin elle-même possède depuis une dizaine d'années son propre événement autour de la bande dessinée, ComicInvasion Berlin. Pour Reprodukt et les autres éditeurs berlinois, il s'agit d'un événement certes intéressant, notamment pour rencontrer des artistes et institutions de Berlin, mais sa taille reste aujourd'hui encore trop modeste et son importance trop locale²⁶⁷ pour qu'on puisse le compter comme rendez-vous incontournable. Le Festival international de littérature à Berlin (*internationales literaturfestival Berlin*) est, quant à lui, plus important pour les éditeurs de bandes dessinées envisagées comme littéraires, puisqu'une journée, baptisée « *Graphic Novel Day* », y est consacrée aux romans graphiques. Dans les faits, des conférences payantes et des séances de dédicaces ont lieu lors de cette journée : l'intérêt est avant tout d'ordre promotionnel, l'événement connaissant une certaine médiatisation du fait de la présence de journalistes spécialisé·es. Ainsi, un éditeur peut espérer qu'un·e des artistes qu'il publie fera l'objet d'une présentation intéressante, relayée dans divers médias. De plus, ayant lieu dans la capitale, ce festival accueille en partie un public d'intellectuel·les, de personnalités du monde politique et culturel. De ce fait, il peut être l'occasion d'entreprises de lobbying, comme en 2013, lorsqu'un collectif d'artistes, d'éditeur·ices (dont l'équipe de Reprodukt), de chercheurs et de

²⁶⁶ Il y a un diffuseur pour la Bavière, un autre pour l'Allemagne du Nord et l'Allemagne de l'Ouest, un troisième pour le Bade-Wurtemberg, et un dernier pour la Rhénanie du Nord-Westphalie, la Sarre, la Rhénanie-Palatinat, la Hesse et le Luxembourg. On remarquera que Reprodukt ne cite aucun diffuseur pour l'Autriche et la Suisse, ce qui laisse supposer que dans ces cas, ce sont les distributeurs, Pictopia Verlagsauslieferung et Kaktus Verlagsauslieferung, qui se chargent également du travail de diffusion. « Handel », sur *Site de Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/handel/> ; consulté le 20 février 2021).

²⁶⁷ Jusqu'ici, toutes les maisons d'édition qui avaient un stand à ce festival étaient berlinoises. Bien que ComicInvasion Berlin soit important pour le public et les artistes de Berlin, les contrats avec des entreprises et des artistes de l'étranger se concluent certainement à d'autres occasions. Pour la liste des personnes et entreprises exposant au festival en 2019, voir « #CIB19 Aussteller*innen/ Exhibitors », sur *Site de ComicInvasion Berlin, 2019* (en ligne : <https://archiv.comicinvasionberlin.de/booktables.html> ; consulté le 20 avril 2021).

chercheuses, etc. a publié un manifeste sur la bande dessinée, appelant les pouvoirs publics allemands à la soutenir davantage et exigeant une reconnaissance du neuvième art en Allemagne²⁶⁸. Bien qu'il s'agisse là d'un événement exceptionnel, on peut estimer que le *literaturfestival* permet une valorisation symbolique de la bande dessinée, ainsi que des artistes et maisons d'édition, lui donnant un intérêt certain pour les éditeurs pouvant y assister.

Néanmoins, le festival de Berlin n'est pas véritablement l'occasion de signer des contrats, ni de « faire du chiffre » : il n'y a pas de stands pour les maisons d'édition, ni d'espaces officiellement dédiés au *business*. Certes, la présence de Reprodukt et d'autres entreprises du livre berlinoises y est utile, mais elle est loin d'être indispensable. À l'opposé, le rendez-vous le plus grand et le plus important de ce type est la Foire du livre de Francfort (*Frankfurter Buchmesse*) : c'est ici qu'affluent des éditeurs du monde entier afin de repérer les tendances du moment, d'acheter des droits d'adaptation, et de recruter des artistes prometteurs et prometteuses. Il s'agit donc d'un rendez-vous à ne pas manquer, où se joue parfois la pérennité d'une entreprise, surtout pour l'édition littéraire – pour les bandes dessinées, c'est à relativiser, comme nous le constaterons dans les prochaines pages. Or, pour une maison d'édition berlinoise, tout particulièrement lorsqu'elle est de petite taille, le voyage à Francfort représente un véritable défi.

²⁶⁸ Ce manifeste a eu des retombées certaines, notamment à Berlin, où le *Land* délivre désormais des bourses spécifiquement dédiées aux artistes des bandes dessinées. Pour le manifeste, voir « Das Comic Manifest — internationales literaturfestival berlin », sur *Site de internationales literaturfestival berlin*, 2 septembre 2013 (en ligne : <https://www.literaturfestival.com/festival/archiv/projekte/comic/manifest> ; consulté le 20 avril 2021).

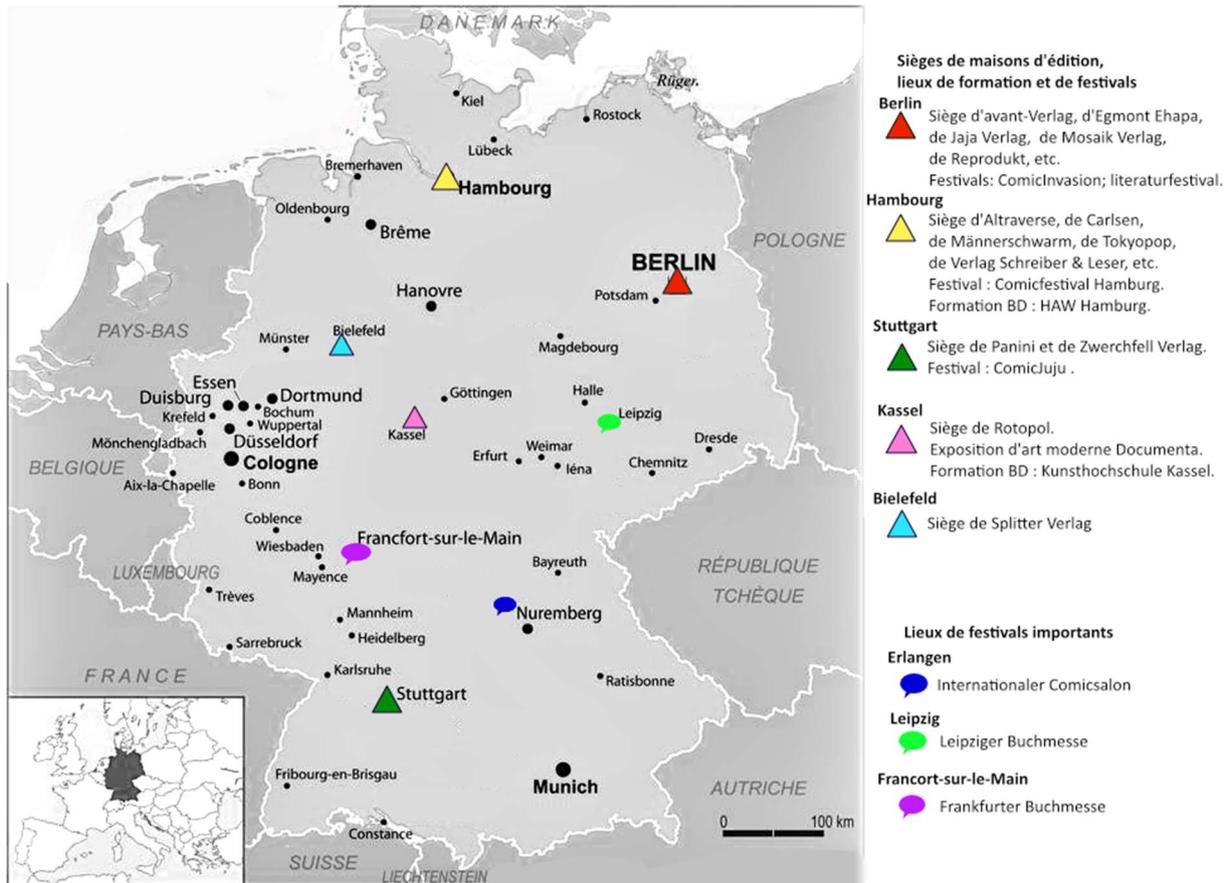


Illustration 4 : Carte de l'Allemagne représentant les lieux les plus importants pour la bande dessinée dans le pays. Hambourg et Berlin apparaissent comme épicentres du neuvième art, en dépit de leur éloignement d'autres hauts-lieux de l'industrie. De manière générale, on constate que la bande dessinée est marquée par le fédéralisme du pays.

Défi logistique, d'abord : il faut transporter les matériaux de construction du stand et le stock d'œuvres qu'on a prévu d'écouler. Lorsqu'on est une petite entreprise, cela signifie bien souvent qu'on laisse alors ses locaux vides le temps de la Foire, les employé-es étant tous et toutes occupé-es à Francfort. De plus, il faut aussi espérer n'avoir oublié aucun document ou objet important à Berlin, et ne pas souhaiter réapprovisionner ses stocks, puisque le voyage est long et ne pourra pas facilement se faire plusieurs fois sur la courte durée de cet événement. À cela s'ajoutent des particularités de ce salon littéraire : la Foire du livre de Francfort étant avant tout un événement pour professionnel-les, l'accès y est interdit au public pendant les trois premiers jours et le coût pour louer un emplacement de stand est élevé. Cela signifie qu'il est presque impossible d'équilibrer ses dépenses avec les ventes effectuées lors de la Foire, ce qui pénalise les entreprises à petit budget. Notons ici que les ventes pendant un festival ayant lieu sans

intermédiaire, les bénéfices pour un éditeur sont nettement plus élevés que pour une vente en librairie, par exemple²⁶⁹, et sont donc essentiels pour les petits éditeurs. Enfin, depuis 2014, il n'y a plus d'espace dédié à la bande dessinée en particulier, ce qui force les maisons d'édition qui en publient à choisir un emplacement parmi les stands d'éditeurs de littérature – ce que Reprodukt et avant-Verlag, par exemple, faisaient d'emblée, souhaitant se positionner comme éditeurs de bandes dessinées aux qualités littéraires²⁷⁰. C'est donc pour ces raisons qu'« après les premières années à très grand succès [pour les éditeurs de bandes dessinées], on a vite déchanté [par rapport à Francfort] »²⁷¹, comme l'affirme un article du *Tagesspiegel*. C'est ainsi que depuis 2019, ni des éditeurs de petite taille comme Reprodukt ou Edition Moderne, ni des mastodontes comme Egmont Ehapa ne se sont rendus à la Foire du livre de Francfort. Lors d'entretiens que nous avons eus avec des employé-es de Reprodukt début 2019, avant la décision de quitter ce festival, le coût prohibitif de l'emplacement à la Foire était cité comme principal argument pour délaisser Francfort. À ce moment, l'entreprise envisageait de faire un stand commun avec ses collègues/concurrent-es d'Edition Moderne, afin de limiter ces coûts – projet

²⁶⁹ Sachant que la part de ce que touche la librairie ou la plateforme de vente compte pour environ 40 % du prix de vente d'un livre, tandis que l'éditeur gagne habituellement autour de 15 %, on peut estimer que les œuvres vendues directement par l'éditeur lors d'événements culturels lui rapportent au moins entre deux et trois fois plus qu'une vente en librairie.

²⁷⁰ « C'est ainsi que des éditeurs comme Reprodukt et avant-Verlag, dont une partie considérable du catalogue vise des adultes lecteurs d'œuvres aux ambitions littéraires et artistiques, préféreraient s'exposer dans un autre hall, près d'autres jeunes éditeurs de littérature, plutôt que dans le hall dédié aux bandes dessinées. », « So präsentierten Verlage wie Reprodukt und Avant, deren Sortiment zu einem nennenswerten Teil erwachsene Leser literarisch und künstlerisch ambitionierter Werke anspricht, sich lieber in einer anderen Halle in der Nähe anderer junger Literaturverlage, als in der Comic-Halle. », in L. VON TÖRNE, « Aus für Comic-Zentrum der Frankfurter Buchmesse », sur *Der Tagesspiegel*, 17 mars 2014 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comicmarkt-aus-fuer-comic-zentrum-der-frankfurter-buchmesse/9626012.html> ; consulté le 21 février 2021).

²⁷¹ « Après des premières années à très grand succès, on a vite déchanté, ce qui est dû avant tout au fait que cela coûte cher d'être présent à la Foire de Francfort. De plus, cela était lié aux possibilités très réduites de vendre des produits sur les stands et à l'exclusion du public pendant les trois premiers jours de la Foire, ce pourquoi il est pratiquement impossible de rentabiliser le stand lors de la Foire même. », « Nach den ersten, sehr erfolgreichen Jahren trat aber schnell Ernüchterung ein, die zuvorderst mit den hohen Kosten verbunden war, die ein Messeauftritt in Frankfurt nach sich zog. Dies war zudem mit sehr eingeschränkten Verkaufsmöglichkeiten am Stand verbunden und dem Ausschluss des Publikums an den ersten drei Messetagen, weshalb eine Refinanzierung des Standes auf der Messe selbst praktisch unmöglich ist. », in M. JURGEIT, « Die Neunte Kunst auf der Buchmesse: Comics spielen in Frankfurt kaum noch eine Rolle », sur *Der Tagesspiegel*, 16 octobre 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/die-neunte-kunst-auf-der-buchmesse-comics-spielen-in-frankfurt-kaum-noch-eine-rolle/25113244.html> ; consulté le 21 février 2021).

de toute évidence avorté, puisque ni l'une, ni l'autre ne se sont officiellement rendues à la Foire du livre depuis. Si la bande dessinée reste au rendez-vous à Francfort lors d'événements parallèles à la Foire du livre, comme le forum Open Books et le petit festival Cozi, dédié avant tout au fanzinat²⁷², ces derniers ne représentent pas le même poids organisationnel et financier pour les éditeurs. Ainsi, l'éloignement de Francfort par rapport à Berlin n'est sans doute plus aujourd'hui un point faible comme c'était encore le cas il y a peu pour les éditeurs berlinois.

En outre, depuis quelques années, c'est un événement culturel similaire en Saxe qui représente désormais un enjeu plus grand pour les maisons d'édition comme Reprodukt. En effet, la Foire du livre de Leipzig, ville plus proche de Berlin que ne l'est Francfort, est devenue un pôle majeur pour l'édition de la bande dessinée germanophone. D'après le journaliste Martin Jurgeit, « [en même temps que la bande dessinée a perdu en importance à Francfort], il y a eu un essor durable de la bande dessinée à la Foire du livre de Leipzig. » M. Jurgeit y voit plusieurs raisons : d'une part, « l'attribution d'un hall dédié à la bande dessinée et au manga », d'autre part le fait qu'à Leipzig, « le public a accès à la Foire tous les jours »²⁷³. Tout cela signifie qu'il est donc plus simple pour une maison d'édition publiant des bandes dessinées d'attirer du public et des partenaires commerciaux : avec le hall consacré aux bandes dessinées, on ne se met pas en concurrence avec les éditeurs de littérature et on touche directement des acheteurs et acheteuses intéressés, tandis qu'en disposant de plus de temps pour le public général, on rentabilise plus facilement le coût du stand et on attire davantage de clientèle potentielle. Pour les éditeurs de bandes

²⁷² C'est-à-dire des productions faites par des « fans », qui se distinguent donc des « prozines » ou des « magazines », faits par des professionnels. Ces créations plus informelles, généralement auto-éditées, au tirage très réduit et vendues uniquement dans de rares boutiques ou lors de festivals, constituent souvent un tremplin pour de jeunes artistes avant de publier leurs œuvres dans des maisons d'édition de taille plus importante. Le fanzinat peut néanmoins aussi attirer des artistes bien établis, qui souhaitent se tourner vers un terrain plus expérimental, avec moins d'enjeux économiques.

²⁷³ « Zeitgleich kam es rund um den Comic auf der Leipziger Buchmesse zu einem bis heute anhaltenden Boom, insbesondere durch die Zuweisung einer eigenen Halle für Comic und Manga. Dass diese komplett mit Ausstellern aus dem Verlags- und Händlerbereich gefüllt werden konnte, hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass in Leipzig das Publikum an allen Messtagen Zutritt hat – ein entscheidender Vorteil der Sachsen gegenüber dem Messestandort am Main », in M. JURGEIT, « Die Neunte Kunst auf der Buchmesse: Comics spielen in Frankfurt kaum noch eine Rolle », *op. cit.*

dessinées, particulièrement pour les entreprises berlinoises, proches de l'événement du point de vue géographique, il est ainsi devenu très intéressant de promouvoir son travail à Leipzig.

Enfin, il nous faut constater la grande distance entre Berlin et Erlangen, ville bavaroise où a lieu un salon international de la bande dessinée. Cet événement culturel biennal, où l'on décerne le Prix Max und Moritz – d'après une proto-bande dessinée de Wilhelm Busch de 1865 – est considéré comme le plus important pour la bande dessinée germanophone et il est, lui aussi, un rendez-vous incontournable pour les éditeurs de langue allemande. Bien que le coût d'un emplacement au Salon soit inférieur à celui de la Foire du livre de Francfort, et que l'événement n'ait lieu que tous les deux ans, la logistique pour s'y rendre et y tenir un stand reste tout aussi importante. Même si le voyage pour se rendre au Salon d'Erlangen est long, il sera toujours bénéfique pour Reprodukt d'y être présente. D'une part, l'entreprise peut être certaine d'attirer du public intéressé lors d'un événement entièrement consacré à la bande dessinée et ainsi de vendre suffisamment de produits pour rentabiliser le stand, ce qui n'était pas le cas à Francfort. D'autre part, Reprodukt fait régulièrement partie des maisons d'édition qui publient les œuvres et/ou les artistes primés lors du Salon : sa présence représente alors un réel intérêt financier, médiatique et publicitaire. Bien sûr, la distance d'Erlangen peut être désavantageuse par rapport à des éditeurs comme Panini, dont le siège est à Stuttgart et pour qui le transport de matériaux et de produits vers la Bavière représente alors un moindre coût logistique et financier, leur permettant ainsi de faire davantage de bénéfices lors de ce rendez-vous.

Pour conclure cette sous-partie sur les territoires de la bande dessinée en Allemagne, on peut dire qu'avec l'importance croissante de Leipzig, mais aussi des festivals berlinois, l'emplacement de Reprodukt à Berlin n'est plus le handicap qu'il a pu être il y a encore une dizaine d'années. De la même manière que la catalogue de l'éditeur berlinois a évolué, la topographie de la bande dessinée en Allemagne est dynamique.

2) Berlin, interface entre l'Est et l'Ouest : un avantage pour la production de livres ?

Prenons maintenant du recul et voyons ce que la position de Berlin entraîne à un niveau européen. Un dernier rendez-vous du même type que les événements évoqués ci-dessus, sans doute le plus important pour la bande dessinée européenne, rythme l'année pour les maisons d'édition de bandes dessinées : le Festival international de la bande dessinée (FIBD) d'Angoulême, en Nouvelle-Aquitaine. L'événement comprend à la fois un aspect symbolique important (on pensera aux nombreux prix décernés à Angoulême, mais aussi aux conférences et expositions, toutes très médiatisées), mais se veut aussi être le *mercato* de la bande dessinée, où les éditeurs affluent pour signer des contrats de licence pour les années à venir. De toute évidence, Berlin est très éloignée de la ville charentaise, mais il faut dire qu'en général, Angoulême n'est pas très centrale, que ce soit par rapport à l'Allemagne, à la France ou au reste de l'Europe. Pour un éditeur de langue allemande, la distance le séparant d'Angoulême sera ainsi forcément trop importante pour avoir un stand de grande taille et emporter des stocks importants. Même si la présence au FIBD est indispensable pour les maisons d'édition qui adaptent des œuvres étrangères, il n'y a donc pas d'enjeu particulier à se rapprocher de cette ville : tous les éditeurs allemands auront les mêmes difficultés pour se rendre à ce festival, et aucun d'entre eux n'a les moyens logistiques et/ou financiers de présenter son propre stand à Angoulême. Ainsi, plutôt que des stands individuels, il existe un stand unique pour la bande dessinée germanophone, tenu par des employé-es de différentes maisons d'édition, de bénévoles du *Comicverein*, et par des artistes volontaires.

Si Berlin est loin de la France et de la Belgique, grandes productrices de bandes dessinées, elle est en revanche à proximité de l'Europe de l'Est (voire en fait partie). C'est, selon R. Borst et S. Krätke, un des atouts majeurs de l'emplacement.

Le marketing de la ville de Berlin ne mise pas seulement sur sa position de nouvelle capitale, de centre culturel, scientifique, ainsi que technologique, mais aussi sur sa 'situation géographique au cœur de l'Europe' [...]. Sans

aucun doute, on peut attribuer à la région métropolitaine de Berlin une position d'interface par rapport à l'espace économique de l'Europe centrale et orientale. C'est sur cette base qu'on invoque régulièrement pour Berlin la potentielle 'fonction de plaque tournante' entre l'Europe de l'Ouest et l'Europe de l'Est.²⁷⁴

Effectivement, les liens économiques entre Berlin et les pays de l'Est sont importants, mais qu'en est-il en ce qui concerne l'industrie de la bande dessinée ?

Jusqu'ici, les artistes de cette région ne sont pas particulièrement recherchés par les éditeurs de langue allemande et ses événements culturels n'ont pas d'influence majeure sur le marché de la bande dessinée européenne. Un point particulier rend néanmoins la proximité avec les pays de l'Est attractive : il s'agit d'un lieu de production important pour les livres. Dans les années 1990 et 2000, les livres de Reprodukt étaient encore régulièrement fabriqués en Allemagne, notamment chez l'imprimeur berlinois Albruck. Cependant, comme dans d'autres domaines, avec l'ouverture progressive du marché européen vers l'Est, il est devenu plus courant de délocaliser la production vers des pays où le coût du travail est moindre. Ainsi, les livres de Reprodukt sont aujourd'hui le plus souvent imprimés et reliés soit à l'imprimerie Balto Print à proximité de Vilnius, en Lituanie, soit chez Pozkal, dans la ville polonaise d'Inowrocław, ces derniers fabriquant plutôt les livres en noir et blanc de l'éditeur. Régulièrement, Reprodukt fait aussi imprimer ses livres chez Velgavas Tipogrāfija, à Jelgava, en Lettonie ou chez FINIDR, à Český Těšín, en République tchèque. Selon leurs disponibilités et le prix proposé à la suite de

²⁷⁴ « Berlins Stadt-Marketing setzt nicht nur auf die Positionierung als neue Hauptstadt, als Kultur- und Wissenschaftszentrum sowie Technologiezentrum, sondern auch auf seine "geographische Lage in der Mitte Europas", welche Berlin insbesondere zu einem Sprungbrett für die Erschließung ost-europäischer Märkte prädestiniere. Man kann der Metropolregion Berlin zweifellos eine Schnittstellen-Lage mit Bezug auf den ostmitteleuropäischen Wirtschaftsraum zuschreiben. Auf dieser Basis wird in Berlin immer wieder die potentielle "Drehscheibenfunktion" zwischen West- und Osteuropa beschworen », in S. KRÄTKE et R. BORST, *Berlin: Metropole zwischen Boom und Krise*, op. cit., p. 20.

l'appel d'offres, d'autres imprimeries peuvent cependant aussi travailler pour Reprodukt, de sorte qu'on ne peut pas dire de façon définitive quelle imprimerie s'occupera de quel livre.

Selon Alexandra Rügler, l'une des responsables de la production chez Reprodukt, le choix de l'imprimerie ne dépend pas seulement du prix qu'elle propose, mais aussi de ses compétences²⁷⁵. Certaines, comme Pozkal, vont notamment être capables de produire des couvertures plus complexes, tandis que d'autres seront par exemple spécialisées dans les réglages de la couleur. Différents imprimeurs peuvent donc produire une même œuvre de différentes manières, ce pour quoi Reprodukt choisit à qui confier l'impression en fonction du « bon à rouler » (*Druckfahne*), l'impression prototype. Bien sûr, les exigences de qualité doivent être équilibrées avec le coût de la production – l'appel d'offres est donc forcément envoyé à plusieurs imprimeurs qui indiquent s'ils sont capables de produire l'œuvre telle que la souhaite l'éditeur et à quel prix.

Pour les maisons d'édition de petite taille, qui n'ont que peu de moyens financiers et dont les tirages sont modestes, cette délocalisation vers l'Est est devenue une véritable nécessité économique, comme le déclare l'éditeur Eckhard Friedrich lors d'une interview : « à ma connaissance, on ne peut pas faire de bénéfices en imprimant des projets tels que [la bande dessinée] *Illustrierte Klassiker* en Allemagne avec une impression offset. »²⁷⁶ En effet, le prix de l'impression de bandes dessinées dans les pays germanophones (mais aussi dans des pays comme la Belgique, la France etc.) est généralement prohibitif, à moins de faire des tirages importants ou de ne changer que peu de format, de papier et de type d'encre entre différentes œuvres, le réglage des presses étant coûteux. Pour Reprodukt et les autres éditeurs alternatifs de Berlin, la diversité des supports et styles graphiques est justement une réelle marque de fabrique, les obligeant donc à se tourner vers des solutions plus économiques plutôt que vers des

²⁷⁵ Entretien informel avec A. Rügler le 29/10/2021 à Berlin.

²⁷⁶ « Meines Wissens kann man solche Projekte wie die „Illustrierten Klassiker“ in Deutschland nicht gewinnbringend im Offsetverfahren drucken. » in S. MARQUARDT, « Eckhard Friedrich – Bildschriftenverlag Hannover », sur *Tötlögër*, 2014 (en ligne : <https://totleger.org/interviews/interviews-mit-verlagen/eckhard-friedrich-bildschriftenverlag-hannover/> ; consulté le 22 février 2021).

imprimeries locales plus onéreuses, où ils ne pourraient pas autant alterner les formats, les matériaux et les couleurs.

Ce phénomène de la délocalisation n'est pas réservé à l'Allemagne, comme le confirment les entretiens menés par Pierre Nocerino et Florian Moine pour leur thèse respective, ainsi que la chercheuse, artiste et éditrice Lorenz Ohrmer : en France, en Belgique et en Suisse aussi, on se tourne régulièrement vers l'Italie, l'Espagne, les pays d'Europe de l'Est et l'Asie pour imprimer des bandes dessinées²⁷⁷. Selon F. Moine, deux phénomènes de nature différente ont favorisé les imprimeries d'Europe de l'Est : d'une part, l'extension de l'Union Européenne et de son marché unique depuis 2004 a facilité les échanges commerciaux avec ces pays. D'autre part, « la dématérialisation de l'information associée à la baisse des tirages ont aussi favorisé l'imprimerie sur des machines plus modestes, plus facilement rentabilisables que les immenses rotatives industrielles [présentes en France et en Belgique]. Certains imprimeurs plus petits, moins dotés en capitaux, ont pu devenir compétitifs de cette façon. »²⁷⁸ À tout cela, on peut ajouter l'évolution technologique des imprimantes qui limite la perte de qualité en imprimant dans des entreprises moins bien équipées. Ainsi, sauf si l'on produit des œuvres très complexes à réaliser, nécessitant des techniques très avancées, ou si l'on crée des bandes dessinées toutes semblables au niveau matériel, ou s'il y a une volonté écologique forte de la part de la maison d'édition ou des relations commerciales et/ou amicales développées avec une imprimerie locale, il est souvent avantageux de délocaliser sa production.

Mais en quoi la position de Berlin importe-t-elle alors ? À une époque où l'envoi de fichiers numériques aux imprimeries est répandu, voire nécessaire, il ne semble, au premier abord, pas très important d'être à proximité du lieu de fabrication des œuvres que l'on édite, d'autant que cette proximité est toute relative. Pourtant, comme nous l'ont confirmé F. Moine, P. Nocerino et L. Ohrmer, l'aspect relationnel, favorisé par proximité géographique, joue un rôle important

²⁷⁷ Informations échangées lors d'entretiens par mail sur la liste de diffusion de l'association de recherche en bandes dessinées La Brèche.

²⁷⁸ Entretien mail du 24/02/2021 avec Florian Moine à travers la liste de diffusion de l'association La Brèche.

dans la sélection d'un imprimeur par l'éditeur. Ainsi est-il essentiel pour certains éditeurs de pouvoir se rendre dans une imprimerie pour vérifier eux-mêmes que la fabrication se déroule telle qu'elle avait été envisagée et de pouvoir communiquer directement avec le personnel de l'imprimerie. Bien que Vilnius et Inowrocław soient éloignées de Berlin, ces villes restent suffisamment proches pour que l'on puisse envisager le voyage pour superviser la fabrication d'une œuvre. C'est ainsi qu'en août 2011, par exemple, le rédacteur Christian Maiwald s'est rendu à l'imprimerie Pozkal afin d'assister à la fabrication du *Habibi* de Craig Thompson. En effet, ce livre à la couverture cartonnée, comportant des dorures, des reliefs, et différentes textures, est une œuvre particulièrement complexe à fabriquer, très attendue par la critique. En allant directement en Pologne, l'éditeur s'assure que le produit fini sera conforme à ses attentes et peut donner des indications précises sur place.



Illustration 5 : Épreuve contractuelle [dernier test avant l'impression définitive] de la couverture de Habibi. Les divers objets posés sur la feuille indiquent que Christian Maiwald est venu à l'imprimerie Pozkal pour le travail et non pas le plaisir.

Comme en témoignent les billets de blog et les photos que publie la maison d'édition à cette occasion, la proximité, voire la complicité avec l'imprimeur sont alors accentuées. À travers ce témoignage, le travail de fabrication est véritablement mis en scène – ce que dément à l'inverse C. Maiwald en déclarant que « cette photo n'est pas une mise en scène : le café, les lunettes, le

mètre, le modèle – ici aussi, on examine tout avec un regard scrupuleux d'expert. »²⁷⁹ Cette dimension de la valorisation du travail a été au cœur de notre chapitre d'ouvrage « Mettre en scène la 'Fabrik' de la bande dessinée : comment un éditeur fait du lobbying de la bande dessinée en Allemagne »²⁸⁰, et nous intéressera tout au long de notre recherche. Toutefois, il faut avouer que le voyage ne sert pas qu'en ce qui concerne l'image, contrairement à ce que nous avons pu affirmer dans notre chapitre. C. Maiwald a pu ainsi constater que le papier, les traits, les couleurs et bien sûr la couverture étaient telles qu'il les avait imaginés, mais surtout : telles que les avait imaginés C. Thompson, l'artiste. Ce billet de blog est d'ailleurs l'occasion pour C. Maiwald d'exprimer qu'« [il] espère que l'auteur sera lui aussi satisfait », puis d'ajouter en anglais, « *Craig, I hope all looks fine to you too!* »²⁸¹ [Craig, j'espère que pour toi aussi, tout a l'air bon !]. On imagine alors aisément que l'éditeur allemand ait envoyé ce billet de blog à l'artiste (ou à ses agent-es) pour qu'il valide lui-même la version allemande de son œuvre. Même si l'artiste étasunien n'a pas fait mention de cette impression particulière sur les réseaux sociaux, on peut supposer que pour un-e artiste dont les œuvres sont moins régulièrement (ré)imprimées, ce processus de fabrication soit un sujet de véritable fierté qu'il ou elle souhaiterait communiquer – ou une étape essentielle à laquelle assister.

C'est ainsi que pour l'impression de la première édition d'*Irmina*, l'artiste Barbara Yelin, qui vit à Berlin, s'est rendue elle-même à Vilnius pour superviser l'impression et la reliure de sa bande dessinée. Grâce à une photo de B. Yelin, le blog de Reprodukt met encore une fois en scène la fabrication d'une de ses œuvres et témoigne :

²⁷⁹ « Dieses Foto ist keine Inszenierung: Kaffee, Brille, Maßband, Muster – laufend wird auch hier mit fachmännischem Blick geprüft », C. MAIWALD, « Zu Besuch bei Pozkal (2) », sur *Site de Reprodukt via Archive.org*, 19 août 2011 (en ligne : <https://web.archive.org/web/20120803031858/http://blog.reprodukt.com/zu-besuch-bei-pozkal-2/> ; consulté le 25 février 2021).

²⁸⁰ R. BECKER, « Mettre en scène la « Fabrik » de la bande dessinée : comment un éditeur fait du lobbying de la bande dessinée en Allemagne », dans P. Robert (éd.), *La fabrique de la bande dessinée: perspectives sociologiques et sociosémiotiques sur la bande dessinée*, Paris, Hermann, 2023.

²⁸¹ « Ich hoffe, der Autor wird damit auch so zufrieden sein. (Hier ein unbeschnittener Druckbogen vom "Tagebuch einer Reise", Craig Thompson wurde von Mike Allred porträtiert.) Craig, I hope all looks fine to you too! », in C. MAIWALD, « Zu Besuch bei Pozkal », 18 août 2011 (en ligne : <https://web.archive.org/web/20120803021207/http://blog.reprodukt.com/2011/08/page/2/> ; consulté le 25 février 2021).

Tandis qu'à Berlin, le quotidien de la maison d'édition continue comme si de rien n'était, la dessinatrice et autrice Barbara Yelin rend visite à l'imprimerie Balto à Vilnius et nous envoie une photo à titre de preuve : voici un monceau de feuilles imprimées de sa nouvelle œuvre *Irmina*, qui sèchent tranquillement sur une palette et attendent d'être reliées. Les images sont placées sur les pages comme elle l'a souhaité et les illustrations et les couleurs sont également aussi belles sur papier que nous l'avions imaginé sur écran. Maintenant, nous avons vraiment hâte de tenir le livre fini entre nos mains !²⁸²

Lorsque le billet de blog évoque l'emplacement des images et la justesse des couleurs, on peut imaginer qu'il s'agit là de l'avis de l'artiste elle-même, puisqu'étant sur place, elle peut aisément constater d'éventuels défauts sur les pages imprimées. C'est sans doute en partie parce qu'elle vivait alors à Berlin que B. Yelin a pu saisir l'occasion de se rendre à Vilnius – si elle habitait Munich ou Francfort, par exemple, le voyage aurait été considérablement plus long, compliqué et coûteux.

En parlant de coûts, un autre avantage d'être proche des pays de fabrication signifie que l'on peut théoriquement se charger soi-même d'aller chercher les produits finis chez l'imprimeur plutôt que de payer les frais de livraison. Bien sûr, la possibilité de transporter ces œuvres est limitée par la taille du tirage et du véhicule que l'on possède, donc conditionnée par des questions logistiques et matérielles. Afin de pouvoir assurer soi-même le transport, il faut soit être une entreprise avec des moyens suffisants pour avoir ses propres véhicules poids-lourds, soit au contraire être une maison d'édition de taille modeste qui imprime une œuvre en tirage

²⁸² « Während in Berlin der Verlagsalltag weiterläuft als wäre nichts Besonderes, besucht Zeichnerin und Autorin Barbara Yelin die Druckerei Balto in Vilnius und schickt uns ein Beweisfoto: Da trocknet ein Riesenstapel Druckbögen ihres neuen Werkes "Irmina" friedlich auf seiner Palette und wartet darauf, im nächsten Schritt gebunden zu werden. Die Bilder sitzen auf den Seiten wie gewünscht und auch die Zeichnungen und Farben werden auf Papier genau so schön, wie wir uns das am Bildschirm vorgestellt haben. Jetzt können wir es erst recht nicht mehr erwarten, das fertige Buch in den Händen zu halten », in K. GROß, « Barbara Yelins "Irmina" im Andruck – hier kommt der Beweis », sur *Site de Reprodukt*, 15 septembre 2014 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/barbara-yelins-irmina-im-andruck-hier-kommt-der-beweis/> ; consulté le 25 février 2021).

très limité. Ce dernier cas de figure est représenté par l'artiste Mawil dans l'histoire courte « *Szenen einer Ehe* » [Scènes de la vie conjugale] parue dans *Action Sorgenkind* [Enfant à problème de l'action], qui met en scène des moments mémorables passés avec sa voiture. Dans l'une des vignettes de l'histoire, Mawil se rend chez un imprimeur accompagné de ses amis Reinhard, Andi et Fil (dont on peut supposer qu'il s'agit des artistes berlinois Reinhard Kleist, Andreas Michalke et Fil, tous les trois publiés chez Reprodukt), afin de venir chercher une bande dessinée qu'ils ont fait imprimer²⁸³. En voyant que la pile de livres est plus grande que la voiture et ne pourra donc pas être transportée par la bande d'amis, l'un d'entre eux se résigne à demander combien coûterait finalement la livraison des ouvrages imprimés.



Illustration 6 : Vignette tirée d'une bande dessinée de Mawil. L'artiste, accompagné de trois collègues, se trouve devant une imprimerie et souhaite récupérer sa commande.

Texte dans les bulles : « - Euh... Combien coûterait la livraison, déjà ? - Pour les trois palettes ? ».

Texte sous la vignette : « Nous faisons imprimer une bande dessinée avec Reinhard, Andi & Fil 2003 ».

Cette case se veut humoristique, mais elle témoigne pourtant des contraintes financières des artistes. Si à l'origine, ils souhaitent transporter eux-mêmes leur bande dessinée et que l'un

²⁸³ À en juger par les artistes impliqués, la couleur de la couverture et les lettres qu'on devine dessus, l'œuvre qui vient d'être fabriquée dans cette case semble être *Geschichten aus dem Comicgarten*, parue d'abord chez Berlin Comix, mais ensuite vendue par Reprodukt.

d'entre eux hésite à demander le prix, c'est probablement à cause du surcoût que représente la livraison. D'autre part, si le personnage de Mawil (à gauche sur l'image, reconnaissable à ses lunettes et à sa coiffure) semble étonné en voyant la taille de la pile de livres, c'est que le tirage est plus volumineux qu'il ne l'imaginait. Même si la palette est représentée de manière hyperbolique, il n'empêche que ce n'est que pour les tirages les plus modestes qu'un éditeur de la taille de Reprodukt pourra envisager d'assurer lui-même la livraison à Berlin. Notons enfin que dans le cas dessiné par Mawil, à en juger d'après l'inscription, l'imprimerie est Druckhaus Schönevide à Berlin et que le trajet pour se rendre aux locaux de l'éditeur ou vers l'espace de stockage aurait donc été particulièrement court ; si la fabrication a lieu à un autre endroit, les artistes seraient possiblement moins enclins à vouloir assurer le transport eux-mêmes. Toujours est-il que plus on est proche du lieu de production, moins la livraison sera coûteuse : dans le cas d'une impression en Asie, par exemple, le prix élevé du transport contrebalancera le coût moindre de l'impression. Pour des impressions en Europe de l'Est, Berlin est donc un lieu stratégique, permettant de faire des économies sur ce point précis. De même, il est certain qu'une entreprise du sud de la France paiera moins cher le transport d'œuvres imprimées en Italie que de celles qu'elle imprimerait dans les pays de l'Est. Enfin, argument non négligeable pour de petites entreprises revendiquant l'engagement en faveur du climat²⁸⁴, la livraison des livres devient plus écologique en étant plus proche de leur lieu de production. À l'inverse, le coût moindre de l'impression en Asie serait contrebalancé non seulement par le prix, mais aussi par l'empreinte carbone du transport.

Enfin, outre la proximité géographique, il y a aussi, nous l'avons évoqué, la proximité personnelle avec l'imprimerie. La possibilité de se rendre au lieu d'assemblage ne signifie pas seulement que l'on peut surveiller la fabrication, mais aussi que l'on peut plus aisément tisser

²⁸⁴ D'après la description que fait Annette Köhn de sa maison d'édition JaJa Verlag, ce sont les soucis écologiques qui la pousseraient à faire imprimer ses livres en Europe plutôt qu'en Asie. « Ici, l'écologie et le commerce équitable jouent un rôle, on imprime toujours en Europe et sur du papier et des matériaux écologiques. », « Hier spielen auch Ökologie und fairer Handel eine Rolle, gedruckt wird immer in Europa und auf umweltfreundlichen Papieren und Materialien. », A. KÖHN, « Historie », sur *Site de JaJa Verlag*, 2022 (en ligne : <http://www.jajaverlag.com/verlag/> ; consulté le 1^{er} février 2022).

des liens avec les employé-es de l'imprimerie. Déjà, cela peut aboutir à des arrangements commerciaux et logistiques comme le confirment les travaux de P. Nocerino. En interrogeant des éditeurs qui impriment généralement leurs œuvres dans les mêmes imprimeries, ce dernier a trouvé que les « éditeurs concernés avançaient un argument : celui des 'partenariats' avec les imprimeurs. Un éditeur peut négocier une sorte de forfait avec un imprimeur [...] cela permet de rentrer dans le forfait et, donc, de faire des économies d'échelle. »²⁸⁵ De tels arrangements, facilités par un contact réel entre entreprises, peuvent expliquer pourquoi certains éditeurs se tournent toujours vers les mêmes imprimeries. Même si nous n'en avons pas connaissance en ce qui concerne Reprodukt, il pourrait aussi exister des comportements moins louables, visant à défavoriser la concurrence, par exemple en demandant à imprimer une œuvre avant celle d'une entreprise rivale, ou à retarder une livraison. Restons sur les aspects positifs du rapprochement entre éditeur et imprimeur : P. Nocerino ajoute que les maisons d'édition qui connaissent bien les employé-es d'une imprimerie sont capables de renégocier des travaux déjà en cours et de changer l'ordre planifié d'impressions. Ainsi, ils « peuvent aussi faire passer un album avant un autre pour l'obtenir plus rapidement, ou au contraire échanger des albums en fonction de l'avancement des projets »²⁸⁶.

En ce qui concerne les détails de l'impression, le fait d'entretenir de bonnes relations signifie que les employé-es de l'imprimerie s'engageront potentiellement davantage pour parfaire un produit, tant par volonté sincère d'aider que pour conserver de bons liens commerciaux. C'est ainsi que Reprodukt ne peut que noter et louer l'engagement personnel dont a fait preuve un employé de Balto Print, Dainius Grigaitis, lors de la fabrication d'*Arsène Schrauwen*, œuvre de 2016 d'Olivier Schrauwen, particulièrement difficile à imprimer. En effet, le livre est imprimé sur trois types de papier distincts, qui sont certes de la même couleur, mais possèdent une texture et un grammage différents. Or, l'artiste souhaitait que les « couleurs d'impression de l'intérieur correspondent aux couleurs d'impression de la version étasunienne. Mais comme dans [la version américaine], on a utilisé du papier d'une autre teinte, il n'aurait pas été

²⁸⁵ Entretien mail du 24/02/2021 avec Pierre Nocerino à travers la liste de diffusion de l'association La Brèche.

²⁸⁶ Entretien mail du 24/02/2021 avec Pierre Nocerino à travers la liste de diffusion de l'association La Brèche.

approprié d'utiliser les couleurs du nuancier avec les mêmes [valeurs Pantone] [...] »²⁸⁷ Pour le dire plus simplement, utiliser les mêmes couleurs sur du papier différent aurait nécessairement mené à un autre résultat final. Reprodukt et O. Schrauwen auraient peut-être dû se résigner à avoir une œuvre légèrement imparfaite si l'imprimerie n'avait pas fait d'efforts tout particuliers. Comme le laissent entendre les propos de Klara Groß, alors responsable de la fabrication chez Reprodukt, c'est grâce à un travail personnel de l'imprimeur, auquel l'éditeur ne s'attendait pas forcément, qu'aucune concession n'a dû être faite : « Nos partenaires de l'imprimerie Balto à Vilnius ont mélangé le bleu et le rouge exprès pour nous de manière à ce que cela marche. C'est unique ! »²⁸⁸ Dans son article de blog qui retrace la fabrication d'*Arsène Schrauwen*, K. Groß nomme l'employé responsable de ce travail et raconte son bonheur d'être en contact avec un imprimeur aussi enthousiaste.

Le collègue de l'imprimerie, qui s'occupait d'*Arsène Schrauwen*, était si fier du résultat qu'il l'a présenté à ses collègues lors d'un tour de table sur les succès de production. Certain-es d'entre eux ont été d'abord surpris parce qu'ils et elles pensaient que concernant p. ex. le décalage de l'écriture sur la couverture, il devait s'agir d'une erreur. Notre collègue Dainius Grigaitis a alors expliqué, d'un ton amusé, que tout avait été bien fait et mis en forme comme cela avait été souhaité. Nous avons la bonne personne à nos côtés ! Merci beaucoup encore une fois (malheureusement, il ne travaille plus là-bas maintenant).²⁸⁹

²⁸⁷ « Die Druckfarben im Innenteil sollten den Druckfarben der US-amerikanischen Ausgabe entsprechen. Da dort aber Papier mit einer anderen Farbigkeit genommen wurde, wäre das Ergebnis mit den ursprünglichen Bezifferungen der Pantonefarben nicht treffend gewesen », in K. GROß, « Buchtipps aus dem Home-Office #14: *Arsène Schrauwen* », sur *Site de Reprodukt*, 2 avril 2020 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/buchtipps-aus-dem-home-office-14-arsene-schrauwen/> ; consulté le 25 février 2021).

²⁸⁸ « [...] Und unsere Partner*innen der Druckerei Balto in Vilnius haben das Rot und das Blau extra für uns so angemischt, dass es passt. Einmalig! », *Id.*

²⁸⁹ « Der Kollege der Druckerei, der „Arsène Schrauwen“ betreute, war so stolz auf das Ergebnis, das er es bei einer allgemeinen Runde über Produktionserfolge seinen Kolleg*innen präsentierte. Einige von ihnen waren jedoch erstmal überrascht, da sie dachten, dass es sich bei der Verschiebung der Schrift auf dem Cover z.B. um einen Fehler handeln müsse. Unser Kollege Dainius Grigaitis klärte dann amüsiert auf, dass alles richtig gemacht wurde

Cet article témoigne des bonnes relations avec l'imprimerie Balto Print : K. Groß connaît le nom de la personne responsable de la fabrication de la bande dessinée, le désigne comme « collègue » et connaît de toute évidence une anecdote personnelle qui est arrivée à cette personne, qui a donc dû lui être racontée. Enfin, le fait que K. Groß sache que D. Grigaitis n'est plus employé chez Balto Print laisse supposer qu'elle connaît suffisamment bien les travailleurs et travailleuses des imprimeries, et que le contact rapproché avec l'imprimeur est continu et n'a pas été réservé à la fabrication d'une seule œuvre. En étant relativement proche de Vilnius et d'Inowrocław, entre autres, Reprodukt a pu établir un partenariat commercial durable avec les imprimeries locales auxquelles elle et ses artistes rendent régulièrement visite. Les affinités personnelles et professionnelles entre artistes, éditeur·ices et employé·es d'imprimerie devraient contribuer à faire en sorte que les relations commerciales restent stables entre ces différent·es acteurs et actrices.

Concluons ce passage sur le poids de la situation géographique de Berlin au sein de l'Allemagne et de l'Europe. L'éloignement d'autres grands centres urbains allemands et d'autres pays germanophones complique certaines tâches pour les éditeurs berlinois de bandes dessinées. La position de Berlin ne facilite ainsi ni la participation à divers événements culturels, ni la diffusion des œuvres dans d'autres *Länder* allemands et pays germanophones. Toutefois, le fait d'être à la porte de l'Europe de l'Est permet une plus grande proximité tant géographique que personnelle avec les imprimeries de la région qui, elle, permet de faire certaines économies non négligeables et de nouer des partenariats commerciaux durables et avantageux. Pour un éditeur qui se targue, comme Reprodukt, de respecter au plus près la volonté artistique et de publier de beaux livres, la relation avec les imprimeries – que la situation de Berlin sur une carte ne peut que favoriser – est essentielle.

Notons enfin aussi la minutie et l'engagement de la maison d'édition. Bien que l'attention particulière accordée par C. Maiwald à *Habibi* de C. Thompson puisse être perçue comme

und genau so umgesetzt wurde wie gewünscht. Wir hatten den richtigen Mann an unserer Seite! Vielen Dank an dieser Stelle nochmal (leider arbeitet er mittlerweile nicht mehr dort). », *Id.*

conséquence de l'attention médiatique internationale accordée à l'œuvre, il n'en va pas de même pour une bande dessinée aussi peu populaire qu'*Arsène Schrauwen*. Alors que l'œuvre n'allait sans doute pas être un grand succès commercial, Reprodukt a tout de même travaillé très étroitement avec l'artiste pour réaliser son livre tel qu'il le souhaitait. O. Schrauwen appréciant le papier de la version flamande, mais préférant les couleurs de la version étasunienne, l'éditeur allemand a œuvré pour que le résultat final soit le plus proche possible des ambitions de l'artiste, mais aussi de sa maquette et du message qu'il souhaite communiquer²⁹⁰. En dehors d'une très belle édition, Reprodukt y a gagné d'autres choses : elle s'assure non seulement le respect et la gratitude du Belge, mais peut aussi espérer que ce dernier recommande à d'autres artistes d'aller publier leurs œuvres chez cet éditeur qui s'engage autant pour réaliser un idéal artistique. Ce travail minutieux a été rendu possible par le rapport étroit que Reprodukt entretient avec ses imprimeurs, mais aussi, dans ce cas, avec l'artiste. Si l'éditeur a pu travailler de manière aussi rapprochée avec lui, c'est pour une simple et bonne raison : l'artiste vit à Berlin.

3) *Verliebt in Berlin* : une ville qui attire les artistes, les ambassades et les éditeurs

Intéressons-nous désormais non plus à la situation de Berlin au sein de l'Europe, mais à la ville en elle-même, ainsi qu'à la situation de Reprodukt dans celle-ci. Premièrement, en étant localisée à Berlin, la maison d'édition a accès à un grand vivier d'artistes. La capitale allemande jouit en effet depuis plus de deux décennies d'une image positive auprès de différentes populations, et tout particulièrement auprès des artistes. Ce phénomène a plusieurs facteurs,

²⁹⁰ O. Schrauwen a d'abord imprimé son œuvre en risographie, ce qui l'a empêché d'utiliser plus de deux couleurs différentes à la fois. L'artiste a transformé cette contrainte technique en ressort symbolique : par exemple, la bicolouration des pages représente la ségrégation raciale au Congo à l'époque coloniale et une seule et même couleur peut, selon ses nuances, représenter différentes atmosphères ou différents sentiments. Selon une interview pour *Paste Magazine*, O. Schrauwen a prêté une attention toute particulière aux couleurs de son risographe. En obtenant les mêmes couleurs que celles souhaitées par l'artiste, Reprodukt reste ainsi fidèle aux impressions originales de l'artiste, à sa vision, mais aussi au sens qu'a son œuvre. H. BROWN, « Olivier Schrauwen on his grandfather, Werner Herzog, and Creating One of the Best Graphic Novels of the Year », sur *Paste Magazine*, 2 décembre 2014 (en ligne : <https://www.pastemagazine.com/books/werner-herzog/olivier-schrauwen-on-his-grandfather-werner-herzog/> ; consulté le 2 mars 2021).

désormais bien étudiés, notamment grâce aux nombreux travaux²⁹¹ menés par Boris Grésillon sur la vie culturelle et artistique à Berlin. Pour le géographe, ces éléments sont, entre autres, le faible coût relatif de l'immobilier, une « effervescence » ambiante de la culture, ainsi que l'urbanisme même de la ville, marqué par des friches et des architectures très diverses.

Pourquoi Berlin a-t-il su, comme nulle autre métropole au cours des années 1990 et jusqu'au début des années 2000, attirer à lui tant d'artistes de tous horizons ? Que sont-ils venus y trouver ? Outre des loyers peu élevés et une atmosphère effervescente liée à la chute du Mur, la fin de la guerre froide et la réunification allemande, voici, de leur propre aveu, ce qui les a fasciné[s] : une *matière urbaine originale*.²⁹²

Ces trois points distinguent Berlin notamment de métropoles européennes comme Londres ou Paris. C'est justement parce que Berlin, d'abord détruite, puis divisée, n'était *pas* au cœur de la culture européenne, justement parce qu'elle comportait beaucoup de vides à combler, qu'elle est devenue une terre des possibles, tant en matière artistique que d'urbanisme. Tandis que Paris ou Londres pourraient être caractérisées comme des lieux classiques en ce qui concerne l'architecture et l'urbanisme, et plutôt bourgeois en ce qui concerne la population, Berlin est, au contraire, une ville disparate et relativement pauvre. Les villes au patrimoine historique important, voire en voie de muséification²⁹³ encouragent à la fixité et au conservatisme, en ce qui concerne la matière urbaine ; à l'opposé, l'histoire de Berlin incite à tout (re)construire et au changement permanent (tout en conservant le patrimoine restant). Alors que Paris est la

²⁹¹ L'un des plus importants dans la recherche francophone est sans aucun doute le livre tiré de la thèse de Boris Grésillon. Même si les cartes et graphiques sont désormais, il faut le dire, datés et ne reflètent plus toujours la réalité berlinoise, l'ouvrage reste une ressource importante et novatrice dans son traitement de la vie artistique d'une ville. Voir B. GRESILLON, *Berlin, métropole culturelle*, Paris, Belin, 2002.

²⁹² B. GRESILLON, « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », *Annales de géographie*, n° 660-661, n° 2, 2008, p. 186.

²⁹³ Selon la définition donnée par le glossaire de la plateforme « Géoconfluences », même si certains de leurs quartiers peuvent être vus comme étant en voie de muséification, ni Paris, ni Londres ne peuvent être considérées comme « villes-musées ». « Muséification », dans *Géoconfluences*, 2023 (en ligne : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/museification> ; consulté le 23 août 2023).

capitale d'un pays macrocéphale qui concentre de nombreuses fonctions (centre politique, médiatique, économique, artistique, etc.), les fonctions de Berlin sont limitées par la nature fédérale de l'Allemagne, laissant de ce fait la place à d'autres activités dans ses friches. Ainsi, alors que les arts considérés comme plus légitimes continuent d'affluer vers ces autres métropoles européennes, la ville de Berlin s'est imposée comme un centre de l'art alternatif, celui qui souhaite justement se démarquer de l'art établi et conservateur.

Berlin est ainsi valorisée par certains types d'artistes, même s'il faut bien sûr concéder qu'avec la réputation qu'elle possède désormais, la métropole attire également la culture plus légitime et des artistes plus *mainstream*. Nous avons déjà évoqué quelques raisons de cet attrait : d'une part, la modicité des loyers par rapport à d'autres villes d'Europe occidentale permet notamment à des artistes plus jeunes ou moins reconnus de se loger dans la ville. Cela est également avantageux lorsqu'il s'agit de louer un atelier ou, bien sûr, des locaux pour une maison d'édition. Même si les prix augmentent régulièrement, il faut rappeler que Berlin possède de nombreuses friches industrielles pouvant être reconverties en espaces d'habitation ou de travail, mais est également un lieu de prédilection pour les « squats d'artistes » – des lieux qu'on peut désigner comme « friches culturelles »²⁹⁴. En outre, sa faible densité de population²⁹⁵ affaiblit la pression foncière sur ces friches et les surfaces à construire en général. Ces nouveaux espaces permettent non seulement de baisser les coûts, mais aussi d'expérimenter avec des formes alternatives de l'urbain, comme l'explique B. Grésillon : « la pression foncière et patrimoniale qui s'exerce aujourd'hui dans les grandes métropoles contemporaines est telle, que ces béances ou ces friches apparaissent comme les seuls lieux d'expérimentation sociale et

²⁹⁴ Comme l'explique B. Grésillon, la terminologie pour décrire ce type de lieu n'est pas figée. « En effet, s'agissant à la fois d'un type de lieu et d'un phénomène émergents, les vocables pour les décrire sont nombreux, et aucun ne s'est jusqu'à maintenant véritablement imposé. », in B. GRESILLON, « Les « friches culturelles » et la ville : une nouvelle donne ? », *L'Observatoire*, N° 36, n° 1, Observatoire des politiques culturelles, 2010, p. 50.

²⁹⁵ Avec 4000 habitant-es par km², Berlin est 5 fois moins dense que la ville de Paris (20 000 hab./km²; 25 000 sans les bois de Boulogne et de Vincennes).

culturelle encore disponibles. »²⁹⁶ À tous ces égards, Reprodukt a fait des choix intéressants, que nous aborderons plus loin.

En outre, Berlin propose de nombreuses opportunités de travail pour les artistes en dehors de leur activité principale. Comme le montre par exemple l'enquête menée par Les États Généraux de la Bande Dessinée sous la direction de scientifiques comme Pascal Ory, Nathalie Heinich et Éric Maigret, la grande majorité des artistes de bande dessinée (71 % en 2016) dépend du salaire d'un emploi parallèle²⁹⁷. Or, les artistes franco-belges, auprès desquels cette enquête a été menée, ont l'avantage d'avoir un large public réceptif à leur forme d'art, ce qui n'est pas le cas pour leurs collègues de langue allemande. On peut ainsi estimer que la situation n'est pas meilleure dans les pays germanophones, ce que suppose aussi Lars von Törne, journaliste du *Tagesspiegel* spécialisé en bandes dessinées. Dans un article, il compare la situation des artistes au Canada et en Allemagne, et affirme qu'« en Allemagne, la part de dessinateurs qui peuvent vivre uniquement des revenus de leurs histoires illustrées devrait être encore plus basse. »²⁹⁸ Conjointement avec les chercheuses Katharina Serles et Jana Rutar, et aux côtés du syndicat *Comic Gewerkschaft* [Syndicat de la bande dessinée], nous avons mené notre propre étude sur les conditions de vie et de travail des artistes de bandes dessinées dans les pays germanophones. Les résultats n'étant pas encore publiés au moment où nous écrivons ces lignes, nous ne pouvons donner de chiffres définitifs, examinés et confirmés par nos pairs, mais nous pouvons d'ores et déjà affirmer que les artistes germanophones dépendent en effet majoritairement d'un emploi parallèle ou d'aides extérieures. À la question sur les revenus générés par leurs bandes dessinées, 81 % des centaines de répondant-es indiquaient ne pas pouvoir vivre de la bande dessinée ; 13 % supplémentaires ont déclaré pouvoir subvenir à leurs besoins ; 3 % disaient se permettre des dépenses supplémentaires. Seuls les 3 % restants ont répondu pouvoir « très bien

²⁹⁶ B. GRESILLON, « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », *op. cit.*, p. 192.

²⁹⁷ D. BAJRAM *et al.*, « Les États Généraux de la Bande Dessinée - Enquête Auteurs 2016 », 2016, p. 3.

²⁹⁸ « In Deutschland dürfte der Anteil der Comiczeichner, die ausschließlich von den Einnahmen durch ihre Bilderzählungen leben können, noch geringer sein », in L. VON TÖRNE, « Die Patchwork-Branche », sur *Der Tagesspiegel*, 19 mai 2017 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comicszene-die-patchwork-branche/19828834.html> ; consulté le 5 mars 2021).

vivre » de leur activité professionnelle d'artistes et mettre de l'argent de côté. Plus qu'une source supplémentaire d'argent, les emplois parallèles sont donc une nécessité pour la plupart des artistes de bandes dessinées vivant en Allemagne, en Suisse ou en Autriche.

Chez les quelque 1500 artistes franco-belges interrogé-es par Les États Généraux de la Bande Dessinée, ces emplois parallèles se trouvaient à 9 % ailleurs dans le milieu de la bande dessinée, à 17 % dans l'enseignement et à 37 % dans d'autres activités artistiques²⁹⁹. Comme nous l'avons déjà dit au début de cette partie, Berlin est un lieu privilégié pour l'édition de la bande dessinée (et donc pour les divers métiers de l'édition) et, sans grande surprise, elle est la ville allemande qui compte le plus d'écoles d'art et d'étudiant-es en art ; autant d'opportunités professionnelles dont pourront bénéficier des créateurs et créatrices de bandes dessinées. Ainsi, l'artiste Minou Zaribaf travaille en *freelance* pour des maisons d'édition comme Reprodukt, pour qui elle s'occupe parfois du lettrage et surtout de la fabrication de livres. L'éditeur publiant aussi ses œuvres, il devient ainsi en quelque sorte doublement son employeur. Mawil, quant à lui, déclare enseigner régulièrement à la *Berliner Technische Kunsthochschule* (BTK) [École technique supérieure d'art de Berlin], mais aussi à l'Institut Goethe de Berlin³⁰⁰. Par ailleurs, Berlin étant le siège de nombreuses entreprises, mais aussi de ministères, elle permet à certain-es artistes de travailler comme illustrateurs ou illustratrices sur divers projets politiques. On peut ici par exemple citer l'exposition qu'a commandée en 2017 le Bundestag à l'artiste Simon Schwartz pour mettre en valeur des député-es oublié-es, et qui a été inaugurée en 2019³⁰¹. Enfin, la proximité de médias comme l'hebdomadaire *Jungle World* ou le quotidien *Tagesspiegel* peut permettre à des artistes de combler le manque à gagner avec des publications dans ces journaux. Ainsi, L. von Törne estime que « si [l'artiste berlinois] Flix peut nourrir sa famille avec l'écriture et l'illustration de bandes dessinées » ce serait avant tout grâce à la prépublication de ses œuvres

²⁹⁹ D. BAJRAM *et al.*, « Les États Généraux de la Bande Dessinée - Enquête Auteurs 2016 », *op. cit.*, p. 19.

³⁰⁰ MAWIL, « Über Mawil », sur *Site de Mawil*, s. d. (en ligne : <https://www.mawil.net/ueber-mawil/> ; consulté le 5 mars 2021).

³⁰¹ « Simon Schwartz: Das Parlament - 45 Leben für die Demokratie », sur *Deutscher Bundestag*, 2019 (en ligne : https://www.bundestag.de/besuche/ausstellungen/kunst_ausst/schwartz-parlament-628120 ; consulté le 5 mars 2021).

dans des journaux, dont le *Tagesspiegel*³⁰². Le fait d'être proche de l'équipe de rédaction de journaux berlinois peut ainsi offrir des opportunités pour illustrer des articles ou publier des bandes dessinées. Il faut ici toutefois relativiser l'intérêt de Berlin par rapport à d'autres grandes villes allemandes, puisque comme l'indique L. von Törne, le quotidien *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, mais aussi le magazine hambourgeois *Der Spiegel*, publient également des pages de bandes dessinées. Et alors que l'artiste ATAK vit à Berlin et continue d'y créer ses œuvres, il est également professeur à la *Burg Giebichenstein Kunsthochschule*, l'école des arts de la ville de Halle, à plus de 150 km de Berlin. Il est ainsi tout à fait envisageable de vivre dans la capitale, mais de posséder un ou plusieurs emplois parallèles ailleurs, bien qu'un emploi local facilite sans doute la vie de ces artistes.

En outre, nous l'avons dit en début de cette sous-partie, le *Land* de Berlin accorde des bourses spécifiques aux artistes de bande dessinée, et pourrait à l'avenir s'imposer comme grand centre institutionnel du neuvième art en Allemagne. Il faut ici ajouter que régulièrement (et de plus en plus souvent), des artistes de bandes dessinées germanophones réussissent à obtenir d'autres bourses publiques qui ne sont pas affectées seulement à la bande dessinée, ainsi que des bourses privées et des financements internationaux. Lors du colloque « *Race, Class, Gender & Beyond – Intersektionale Ansätze der Comicforschung* » [Race, classe, genre & au-delà – approches intersectionnelles de la recherche en bandes dessinées], les artistes Nino Bulling, Lisa Frühbeis et Sheree Domingo³⁰³ nous ont ainsi parlé de *Stipendien* [bourses] accordés par la ville de Hambourg que pouvaient aussi obtenir des acteurs et actrices de la bande dessinée.

³⁰² « Si Flix peut néanmoins nourrir sa famille avec l'écriture et l'illustration de bandes dessinées, cela est sans doute aussi dû au fait qu'il se soit diversifié dès le début, en ce qui concerne la forme de publication de ses œuvres. Ainsi, il a publié de nombreuses de ces longues bandes dessinées et de ses séries avant la publication sous forme de livre en tant que bandes dessinées de journaux dans la *FAZ* et dans le *Tagesspiegel*, ainsi que dans le magazine pour enfants *Dein Spiegel*, appartenant au magazine d'actualité *Der Spiegel* », « Dass Flix mit dem Schreiben und Zeichnen von Comics dennoch seine Familie ernähren kann, dürfte auch daran liegen, dass er sich von Anfang an diversifiziert hat, was die Veröffentlichungsformen seiner Arbeiten angeht. So hat er viele seiner langen Comicerzählungen und Serien vor der Buchveröffentlichung als Zeitungscomics in der „FAZ“ und im „Tagesspiegel“ sowie in der zum Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ gehörenden Kinderzeitschrift „Dein Spiegel“ publiziert. », in L. VON TÖRNE, « Die Patchwork-Branche », *op. cit.*

³⁰³ Entretien informel avec N. Bulling, S. Domingo et L. Frühbeis le 21/10/2021 à Hanovre.

Effectivement, Birgit Weyhe a obtenu en 2021 le Lessing-Stipendium décerné par la ville hanséatique, alors que cette subvention n'était pas explicitement destinée à la bande dessinée³⁰⁴. Cet illustrateur et ces illustratrices ont aussi insisté sur l'importance des résidences d'artistes, en particulier N. Bulling, en résidence à l'*Akademie Schloss Solitude* au moment de l'entretien. S. Domingo et L. Frühbeis, quant à elles, ont notamment évoqué les résidences d'artistes dont elles ou des collègues avaient pu profiter en France, par exemple à Paris et à Angoulême. Le gîte et le couvert étant alors pris en charge, la bourse mensuelle que l'on obtient constitue alors un gain non négligeable. Enfin, des bourses privées, comme le « *Comicbuchpreis* » [prix de la bande dessinée] de la fondation Berthold Leibinger Stiftung, décerné depuis 2015, comblent en partie le manque de financements publics pour la bande dessinée. Le fait d'habiter à Berlin est donc certes un avantage pour les créateur-ices de bandes dessinées, notamment lorsqu'il s'agit de trouver un emploi secondaire avec leur activité artistique, mais pour pouvoir prétendre à bon nombre de bourses, c'est plutôt la mobilité des artistes qui est exigée.

Babel Berlin : une terre fertile pour l'immigration

Un autre point important pour les maisons d'édition implantées à Berlin est son attractivité pour un public international. En effet, la ville est une terre d'accueil pour de nombreuses personnes venues de différents pays étrangers, et est ainsi habitée par des populations très diverses³⁰⁵. En toute logique, une diaspora bien établie attire davantage de migrant-es : d'une part, des personnes de la même aire culturelle qui habitent déjà dans la ville peuvent faciliter l'intégration des personnes qui viennent d'arriver. D'autre part, des infrastructures importantes pour ces populations immigrées y existent en abondance : écoles plurilingues, magasins

³⁰⁴ « Birgit Weyhe erhält das Lessing-Stipendium 2021 », sur *Site d'avant-Verlag*, 7 décembre 2021 (en ligne : <https://www.avant-Verlag.de/2021/12/07/birgit-veyhe-erh%C3%A4lt-das-lessing-stipendium-2021/> ; consulté le 13 janvier 2022).

³⁰⁵ D'après les chiffres du Statistisches Bundesamt, l'office allemand des statistiques, en 2020, le tiers des habitants de Berlin (33,1 %) étaient d'origine étrangère. « Bevölkerung mit Migrationshintergrund », sur *Bundeszentrale für politische Bildung*, 20 septembre 2020 (en ligne : <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i> ; consulté le 7 mars 2021) ; voir aussi *Kleine Berlin-Statistik*, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2018, p. 8-11.

spécialisés, médias en langue étrangère ou destinés à une population étrangère³⁰⁶ et surtout consulats ou ambassades. L'anglais, en tant que *lingua franca* européenne, voire mondiale quasi-incontestée, y est ainsi naturellement une langue très répandue, facilitant la communication et l'intégration pour des artistes venu-es de l'étranger. En outre, les universités berlinoises sont convoitées pour les échanges internationaux et attirent ainsi un public international plutôt jeune. De plus, en raison de son poids historique, mais aussi de la réputation mondiale qu'elle a acquise, la ville de Berlin est de toute évidence une destination touristique de choix, et on imagine bien que des artistes étranger-es s'y rendront plus volontiers que dans des villes moins connues, avec une mythologie moins partagée.

Reprodukt et d'autres éditeurs berlinois peuvent ainsi saisir l'opportunité pour rencontrer des artistes internationaux et potentiellement publier leurs œuvres, si ce ne sont pas les artistes elles et eux-mêmes qui les approchent pendant leur séjour, qu'il soit court ou définitif. C'est ainsi que quand l'artiste québécoise Julie Doucet a décidé de vivre en Europe pendant quelque temps dans les années 1990, elle s'est tout naturellement tournée vers Berlin, qui correspondait davantage à ses idéaux politiques et artistiques que d'autres villes allemandes, sans oublier que cette première était sans doute plus connue que d'autres centres urbains. Une fois sur place, Reprodukt a pu alors jouer un rôle de véritable intégrateur pour J. Doucet, en lui permettant de rencontrer d'autres artistes de bandes dessinées, en lui montrant des lieux associés à la bande dessinée, et enfin en publiant ses œuvres pour un public germanophone. Ainsi, lorsque pour une interview avec le magazine *tipBerlin*, on lui demande si elle « avait un quelconque contact avec la scène de la bande dessinée locale de l'époque », elle répond :

Oui, bien sûr, en étant publiée par Reprodukt, j'ai eu l'occasion de rencontrer beaucoup d'autres artistes : ATAK, Anke Feuchtenberger, Fil, Gabi Rets, Martin Tom Dieck, Henning Wegenbreth... et plus encore. Il y avait une

³⁰⁶ On peut par exemple penser au magazine en ligne *renk.*, destiné à un public turc et concentré sur des événements ayant lieu dans la capitale, mais aussi à *Spitz*, magazine en hébreu qui vise essentiellement les immigré-es israélien-nes vivant à Berlin.

bibliothèque de *comix* dans le quartier de Mitte, qui était très *funky*, excitante, comme un magasin de sucreries. Je ne me souviens pas comment il s'appelait ? J'étais très impressionnée par le travail des artistes de Berlin parce qu'il était plus artistique, plus libre, plus expérimental.³⁰⁷

J. Doucet témoigne à la fois de l'intérêt pour une artiste étrangère de vivre à Berlin (activité artistique foisonnante, infrastructure culturelle existante, idéologie artistique particulière...), mais aussi d'avoir eu un éditeur sur place, qui a pu lui présenter la scène locale. La plupart des artistes qu'elle cite ont également publié des œuvres avec Reprodukt, mais certain-es, non – on peut en déduire qu'elle ne les a pas rencontré-es seulement dans les locaux de l'éditeur, mais que ce dernier a organisé des rencontres ou a invité J. Doucet à des événements de la scène artistique berlinoise. C'est aussi ce que nous a raconté lors d'un entretien informel l'artiste lyonnais Guillaume Long qui, à l'occasion d'un voyage en Allemagne pour la sortie de son œuvre chez l'éditeur Carlsen, a pu rencontrer l'équipe de Reprodukt, qui l'a aussitôt invité dans ses locaux pour le mettre au contact avec d'autres artistes. D'après G. Long, on lui a notamment présenté Mawil, dont le style de dessin ressemble un peu au sien, et avec qui il s'est bien entendu. Parce qu'elle l'a aussi bien intégré à la scène berlinoise, l'artiste garde de bons souvenirs de la maison d'édition alors qu'il est sous contrat chez une entreprise concurrente. Par ailleurs, le siège de Carlsen a beau être à Hambourg, le passage par Berlin semblait néanmoins indispensable pour promouvoir cet artiste international. Avec ce rôle d'« entremetteur », outre le simple plaisir de faire se rencontrer des artistes intéressant-es, Reprodukt y gagne leur estime, mais aussi la possibilité que se fasse un jour une collaboration artistique entre les différentes personnes. Dans le cas de J. Doucet, l'artiste a même décidé de publier ses deux tomes de *Schnitte* [Coupures], créés lors de ses années berlinoises, exclusivement chez l'éditeur allemand, alors qu'elle aurait

³⁰⁷ « - Did you have any contact with the local comic scene back then? - Yes, of course, being published by Reprodukt, I got to meet many of the other artists: Atak, Anke Feuchtenberger, Fil, Gabi Rets, Martin Tom Dieck, Henning Wagenbreth...and more. There used to be a comix bibliothek in Mitte, which was very funky, exciting, like a candy store. I don't remember what it was called? I was quite impressed with Berlin comic artists' work because it was more artistic, more free, more experimental », in J. SLASKI, « "I was ahead of my time": Cartoonist Julie Doucet on dealing with gender », sur *tipBerlin*, 27 février 2020 (en ligne : <https://www.tip-berlin.de/tip-english/i-was-ahead-of-my-time-cartoonist-julie-doucet-on-dealing-with-gender/> ; consulté le 7 mars 2021).

pu les produire pour son éditeur canadien, Drawn & Quarterly ou bien français, L'Association, qu'elle côtoyait avant l'entreprise berlinoise. En dépit de la barrière de la langue, la Québécoise a préféré aller chez Reprodukt le temps de son séjour berlinois de trois ans, justement pour mieux s'intégrer au milieu de la bande dessinée local et à la culture du pays.

Prenons un autre exemple : celui de l'artiste et musicien belge O. Schrauwen. Ce dernier ne publie pas d'œuvres originales pour Reprodukt et, habitant déjà depuis plusieurs années à Berlin, il est bien inséré dans le réseau artistique de la ville et n'a donc pas (ou plus) besoin que l'éditeur joue ce rôle intégrateur. Toutefois, ou justement parce qu'il connaît si bien la ville, ce dernier a choisi l'éditeur berlinois pour publier ses œuvres en langue allemande. Dans son article retraçant la fabrication d'*Arsène Schrauwen*, K. Groß explique à quel point elle et l'artiste ont apprécié le fait de pouvoir travailler ensemble sur l'adaptation de son œuvre :

Arsène Schrauwen a beau être une production sous licence (donc une traduction – les versions en flamand et en anglais étasunien étaient déjà sorties, lorsque nous avons produit notre version), j'ai eu malgré tout le plaisir de travailler non pas avec la maison d'édition qui détient la licence ou avec une agence, mais directement avec l'auteur, qui vit à Berlin et s'est occupé lui-même du lettrage. Le fait de pouvoir travailler directement avec les auteur·ices et de pouvoir gérer personnellement les particularités de leurs livres est toujours un plaisir tout particulier !³⁰⁸

Pour la maison d'édition et pour l'artiste, la proximité géographique présente certains avantages. Premièrement, comme l'évoque K. Groß, ancienne responsable de la fabrication des

³⁰⁸ « „Arsène Schrauwen“ ist zwar eine Lizenzproduktion (also eine Übersetzung – die Ausgaben auf Flämisch und US-Amerikanisch lagen bereits vor, als wir unsere Ausgabe produzierten). Ich hatte trotzdem das Vergnügen, nicht mit einem Lizenzverlag oder einer Agentur, sondern direkt mit dem Autor zusammen zu arbeiten, der in Berlin lebt und sich selbst um das Lettering kümmerte. Direkt mit Autor*innen zu arbeiten und Besonderheiten von Büchern persönlich klären zu können, ist immer ein ganz besonderes Vergnügen! », in K. GROß, « Buchtipps aus dem Home-Office #14 », *op. cit.*

œuvres chez Reprodukt, les détails de l'adaptation et de la fabrication peuvent être discutés directement avec l'artiste. En particulier lorsqu'il s'agit de points matériels comme de la qualité du papier ou de la couleur, difficiles à transmettre de manière convenable par une photo ou une vidéo, le fait de pouvoir demander son avis à l'artiste est inestimable ; nous retrouvons ici un des arguments en faveur de la proximité du lieu de fabrication des bandes dessinées. En demandant son avis à l'artiste sur ces détails, l'œuvre se rapprochera davantage de ce que celui ou celle-ci avait envisagé. Ce faisant, la maison d'édition montrera ainsi sa volonté de respecter l'artiste et pourra s'assurer sa confiance, mais aussi s'attirer la bienveillance d'un public attentif à ce genre de fidélité. Comme en témoigne l'exemple d'*Arsène Schrauwen*, l'artiste peut de surcroît être chargé d'assurer des points précis de l'adaptation ; ici, le lettrage. Encore une fois, le résultat sera plus proche de l'œuvre source, mais en outre, la maison d'édition peut ainsi aussi gagner du temps et de l'argent en n'ayant pas à trouver, puis engager, de lettré ou de lettrée pour l'œuvre. Ce point sera plus longuement analysé dans la partie dédiée aux pratiques d'adaptation chez Reprodukt. Enfin, en faisant plus ample connaissance avec l'artiste, la maison d'édition a plus de chances de pouvoir acquérir les licences pour les œuvres du créateur ou de la créatrice. Puisque l'artiste a généralement son mot à dire quant au choix de l'éditeur qui adaptera son œuvre, il pourra naturellement insister auprès des ayants droit pour être publié chez des personnes de confiance. Un-e artiste appréciera sans doute davantage un éditeur dont il ou elle connaît personnellement les employé-es, dont il ou elle peut surveiller le travail, voire y participer, plutôt qu'une entreprise inconnue où le contact sera avant tout virtuel. Cela est essentiel pour une partie des artistes considéré-es comme faisant partie de la scène dite « alternative », qui rejettent ainsi certaines pratiques marchandes et valorisent sans doute davantage le contact humain dans leur profession.

Revenons brièvement sur les consulats, ambassades et autres institutions étrangères, qui se trouvent naturellement en plus grand nombre dans la capitale que dans d'autres villes allemandes. Ainsi, les ambassades et organisations ayant pour mission de promouvoir la culture d'un pays donné à l'étranger, elles vont notamment organiser ou financer des événements avec des artistes venu-es d'ailleurs, ou soutenir la publication de leurs œuvres dans le pays. C'est l'un

des arguments qu'avance d'ailleurs l'association *Deutscher Comicverein* pour expliquer l'intérêt de promouvoir la bande dessinée en particulier dans la ville de Berlin³⁰⁹. Concrètement, tout cela signifie pour des éditeurs comme Reprodukt qu'ils peuvent profiter de la proximité avec les ambassades pour se greffer sur leurs initiatives ou demander leur soutien pour les leurs. En outre, ils peuvent compter sur la promotion presque publicitaire d'œuvres d'artistes étrangères par les institutions de leur pays. Ainsi, lorsqu'en 2020, le Canada était invité d'honneur de la Foire du livre de Francfort, l'ambassade du Canada en Allemagne et le *Canada Council for the Arts* [Conseil des arts du Canada] ont tout naturellement invité J. Doucet à faire une tournée en Allemagne. Dans ses communications au sujet de la venue de l'artiste, l'ambassade a systématiquement mentionné Reprodukt et les œuvres de J. Doucet publiées chez l'éditeur³¹⁰. Pour les séances de dédicaces, de tables rondes et de lectures publiques – typiques de l'Allemagne³¹¹ –, l'ambassade a pu faire appel à des employé-es de Reprodukt pour la modération ; un événement a même eu lieu dans la librairie de l'éditeur à Berlin. Pour la maison d'édition, le gain n'est pas seulement symbolique, mais aussi financier : lors de ces événements, ce sont aussi les éditions allemandes des œuvres de J. Doucet qui ont été vendues et dont se sont emparés les médias, et c'est l'ambassade qui financé le voyage de l'artiste. En fin de compte, pour l'éditeur, cette tournée organisée par l'ambassade canadienne aura eu un véritable effet promotionnel sans présenter de coût important.

³⁰⁹ « Les institutions culturelles et ambassades étrangères se servent volontiers de l'enseigne de Berlin pour présenter leur scène de bandes dessinées nationale », « Ausländische Kulturinstitute und Botschaften nutzen gerne die Berliner Repräsentanz, um ihre nationale Comicszene vorzustellen », Stefan Neuhaus in L. VON TÖRNE, « Wir brauchen eine eigenständige Comicförderung », *op. cit.*

³¹⁰ On peut le constater dans ses posts sur les réseaux sociaux. Voir « Post du compte officiel de l'ambassade du Canada en Allemagne », sur *Facebook*, 9 mars 2020 (en ligne : <https://www.facebook.com/KanadaBotschaft/posts/2852044311501483> ; consulté le 9 mars 2021).

³¹¹ « En Allemagne, c'est généralement sur invitation d'un libraire qu'un auteur se rend dans une ville et lit des extraits de son œuvre devant son public. Les auteurs encore peu connus participent à de véritables tournées de lecture durant lesquelles ils peuvent présenter leur titre dans plus d'une vingtaine de lieux. [...] Ces lectures font partie intégrante de la vie culturelle locale. [...] En France, ce type de lecture n'existe pas sous cette forme. Certes, il arrive que des auteurs lisent, lors d'un salon, un passage d'un ouvrage et certains auteurs particulièrement célèbres donnent en effet des lectures publiques de leurs nouveaux ouvrages, mais cela reste exceptionnel. Les lectures publiques en France sont bien plus souvent des événements presque théâtraux avec la participation d'acteurs ou de lecteurs professionnels, mais rarement de l'auteur lui-même. », M. BERGMANN et C. MAURICE, « Regards croisés / Interkulturelle Betrachtungen », *op. cit.*, p. 61.

C'est sans doute le recueil d'œuvres de J. Doucet publié juste avant sa venue en Allemagne, *Julie Doucets allerschönste Comic Strips* [Les plus beaux *comics trips* de Julie Doucet], qui aura le plus profité du soutien du Canada : il a non seulement été promu lors de cette tournée publicitaire, mais a aussi obtenu le soutien financier du *Canada Council for the Arts* pour sa publication, comme l'indique le site de Reprodukt³¹². Cette institution étrangère a donc grandement assisté la maison d'édition dans son travail – un cas récurrent qui sera évoqué quand nous étudierons la nationalité des artistes que publie Reprodukt. À l'inverse, la maison d'édition a non seulement publié des œuvres d'une artiste canadienne, mais aussi promu la tournée sur ses propres réseaux sociaux³¹³, contribuant ainsi à la mission des institutions canadiennes en question : Reprodukt aide sans aucun doute à diffuser des artistes canadien-nes dans les pays germanophones. En étant géographiquement proche des ambassades, instituts culturels, etc., mais aussi de la ville qu'habitent souvent des artistes étrangè-res, une maison d'édition peut plus facilement demander un soutien institutionnel pour ses propres projets, et s'associer à ceux organisés par les institutions internationales. Berlin étant un lieu presque incontournable pour les événements organisés autour d'artistes d'autres pays, Reprodukt peut en profiter, même lorsqu'elle n'est pas directement impliquée dans ces événements³¹⁴.

³¹² Reprodukt indique que l'œuvre a été publiée « Avec le soutien du Canada Council for the Arts ». Il n'est pas précisé si le soutien a servi à financer la traduction de l'œuvre, son lettrage ou son impression. « Mit Unterstützung des Canada Council for the Arts », in « Julie Doucets allerschönste Comic Strips », s.d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/julie-doucets-allerschoenste-comic-strips/> ; consulté le 9 mars 2021).

³¹³ D. Rehm, « Julie Doucet on tour », sur *Site de Reprodukt*, 11 mars 2020 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/julie-doucet-on-tour/> ; consulté le 9 mars 2021).

³¹⁴ Nous pensons ici à un événement qui a eu lieu à l'ambassade de Finlande en 2014, à l'occasion de la sortie d'une biographie de l'artiste finlandaise Tove Jansson. Alors que la biographie était publiée par Verlag Urachhaus, une entreprise dont le siège est à Stuttgart, l'événement s'est tenu à l'ambassade de Finlande à Berlin. Alors que l'événement ne concernait pas les bandes dessinées de T. Jansson, publiées par Reprodukt, et que la présentation devait servir à promouvoir le livre publié par une autre maison d'édition, l'éditeur berlinois a néanmoins pu se l'approprier d'une certaine manière. En communiquant sur l'événement et en relayant l'invitation, l'éditeur a pu donner l'impression qu'il était impliqué, a pu attirer l'attention sur la production de bandes dessinées de T. Jansson chez Reprodukt (que des personnes intéressées achèteraient alors à l'éditeur), et enfin, est sans doute monté dans l'estime de l'ambassade de Finlande par ce petit coup de main publicitaire. D. Rehm, « 100 Jahre Tove Jansson – Buchvorstellung in der Botschaft von Finnland », sur *Site de Reprodukt*, 31 juillet 2014 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/100-jahre-tove-jansson-botschaft-von-finnland-berlin/> ; consulté le 9 mars 2021).

4) Berlin, cadre et contenu d'œuvres

Enfin, après les possibilités de logement et de travail qu'offre Berlin, B. Grésillon met également l'accent sur la « source d'inspiration » et de fascination que constitue l'exception architecturale et urbaine de Berlin « pour un artiste quelque peu sensible à son environnement »³¹⁵. En raison de son histoire particulière au XX^e siècle et des différents aménagements qui en ont résulté, la ville présente une grande diversité tant au niveau des bâtiments et de la structure de la ville qu'au niveau de la composition sociale de ses quartiers. Or, cette diversité signifie que de nombreux lieux originaux ou de groupes de populations peuvent être pris comme sujet d'œuvres artistiques. En effet, cela peut notamment être constaté chez Reprodukt, où plusieurs artistes traitent de la ville de Berlin dans leurs œuvres. S'il n'est pas étonnant que chez les artistes berlinois-es, la ville qu'ils et elles habitent soit représentée en toile de fond, particulièrement quand les histoires sont inspirées de leur propre vie, il est en revanche plus rare que la ville et son urbanisme deviennent le véritable sujet abordé dans ces œuvres, voire, chez certain-es, presque un personnage à part entière.

C'est pourtant ce que font très régulièrement des artistes comme Fil et Andreas Michalke, très intéressés par l'évolution de leur ville, mais aussi par sa culture. Dans *Der analoge Mann* [L'Homme analogue], par exemple, A. Michalke aborde les questions de l'aménagement, du mobilier urbain, de la cohabitation avec les touristes, et ne se limite pas à son quartier du Bergmannkiez à Kreuzberg, mais aussi à des parties moins connues de la ville. L'artiste raconte sa vie de Berlinois jusque dans les moindres détails : des courses alimentaires dans une chaîne de supermarchés spécifique aux achats de vinyles dans un magasin précis, des rendez-vous chez le coiffeur turc de tel ou tel quartier aux manifestations politiques qui ont lieu en centre-ville. Berlin n'y est pas seulement le lieu, mais aussi l'objet de la trame – à tel point que l'œuvre gagne sans doute grandement en intérêt pour une personne qui connaîtrait déjà bien la ville et ses problématiques du quotidien. Il faut dire qu'A. Michalke écrit ses œuvres en particulier pour

³¹⁵ B. GRESILLON, « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », *op. cit.*, p. 187.

un public berlinois, tant les problématiques abordées, par exemple l'aménagement de la rue Bergmannstraße, sont spécifiques à la ville.

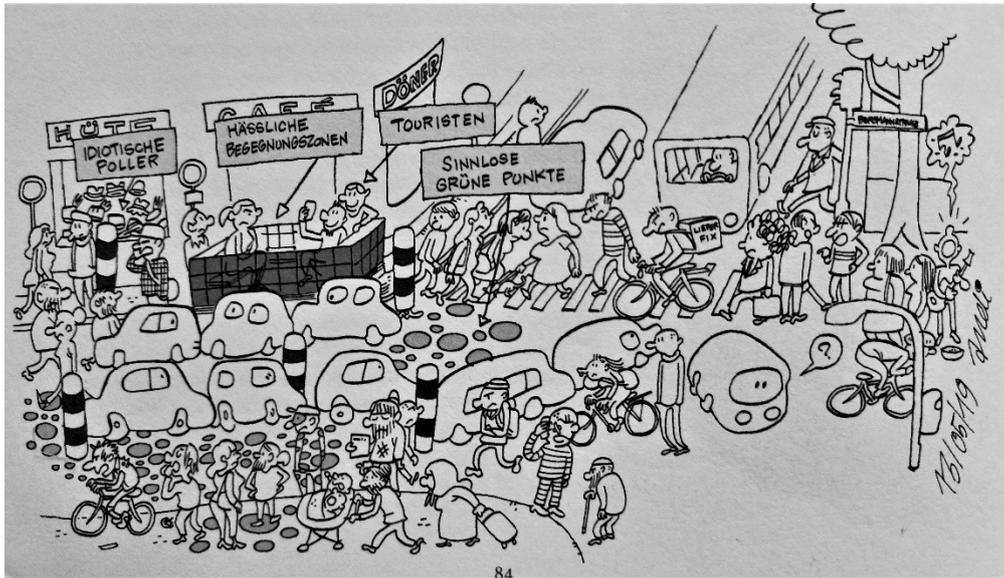


Illustration 7 : Illustration d'Andreas Michalke représentant les nouveaux aménagements de la Bergmannstraße, artère majeure du quartier de Kreuzberg.

Texte : « - Poteaux inutiles – Zones de rencontre moches – Touristes – Points verts inutiles ».

Cela est encore exacerbé dans le cas de l'artiste Fil, puisque certains de ses personnages parlent le dialecte berlinois avec ses expressions propres, rendant la lecture plus difficile pour un lecteur ou une lectrice venu-e d'ailleurs, mais pouvant aussi constituer un argument de vente³¹⁶. Ce n'est donc pas uniquement l'architecture de la ville ou son urbanisme qui peuvent être une source

³¹⁶ Le dialecte berlinois n'étant pas le plus compliqué de la langue allemande, même un public qui ne parle que le *Hochdeutsch*, l'allemand dit standard, devrait pouvoir comprendre les blagues de Fil. Notons toutefois que certaines bandes dessinées ont été écrites ou traduites dans des dialectes allemands plus hermétiques, comme dans le cas des *Astérix*, qui existent dans une version sarroise, par exemple, mais aussi en *schwyzerdeutsch*, en allemand de Suisse. Bien qu'en France et en Belgique, *Astérix* ait été traduit en huit langues régionales, ces albums en différentes *Mundarten* jouissent d'une popularité singulière outre-Rhin, puisqu'ils existent en vingt-neuf langues régionales différentes. Même s'il n'existe pas encore d'études quant au public attiré par ces œuvres, vu la difficulté pour comprendre certains des dialectes, on peut imaginer que ce seront avant tout des locuteurs et locutrices natifs des régions concernées qui les liront. Pour ces personnes, il est en effet amusant de voir une langue essentiellement diffusée à l'oral sous forme écrite. Bien que les œuvres de Fil ne soient pas entièrement écrites en berlinois, on peut néanmoins supposer que pour les passages en berlinois, le public local tirera davantage de plaisir à la lecture de son propre parler qu'un public non-berlinois. Pour plus d'informations sur les *Astérix* en langues régionales, voir D. PASAMONIK, « Astérix à son tour est publié en langues régionales. », sur *ActuaBD*, 4 novembre 2004 (en ligne : <https://www.actuabd.com/Asterix-a-son-tour-est-publie-en-langues-regionales> ; consulté le 5 mars 2021) ; TAPIDESOURIX, « Die Asterix Mundart Reihe », sur *Astérix - Le site officiel*, s. d. (en ligne : <https://www.asterix.com/de/die-buecher/die-asterix-mundart-reihe/> ; consulté le 5 mars 2021).

d'inspiration, mais aussi sa politique et sa culture. Implantée à Berlin, Reprodukt a accès à ce vivier d'artistes locaux et à leurs histoires berlinoises, mais aussi au public qui les accompagne. Puisque la maison d'édition publie des œuvres aussi intimement liées au contexte de la ville, elle peut se positionner comme entreprise véritablement berlinoise et ainsi devenir une référence locale.

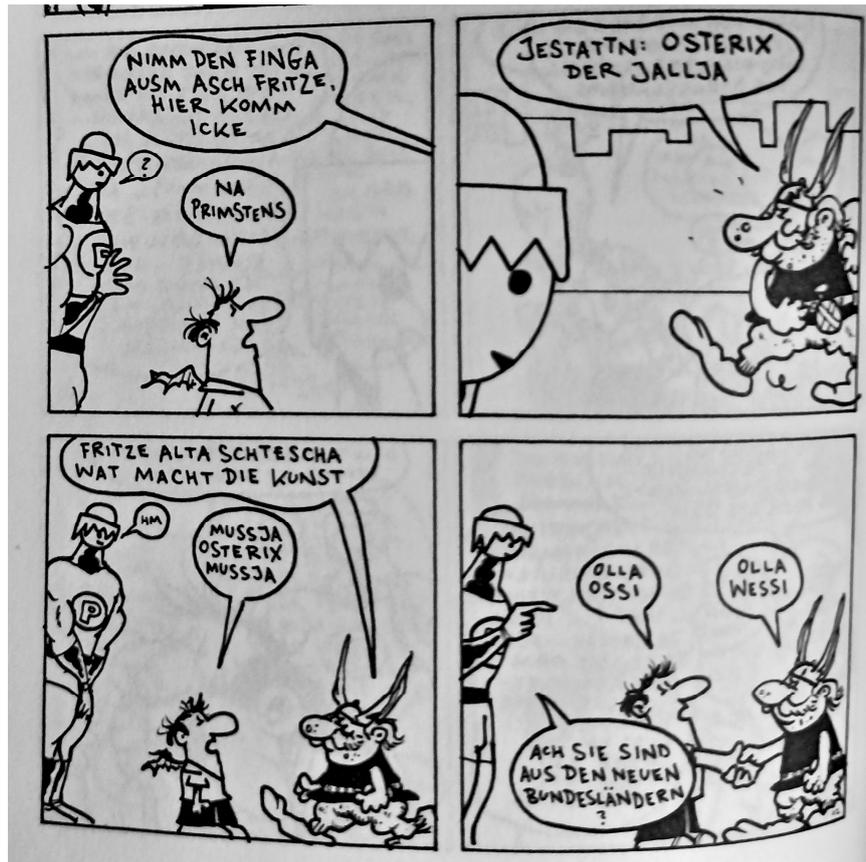


Illustration 8 : Extrait de « Playmo et le vampire de la terreur » de Fil. Le héros Playmo est confronté à Blutsauger-Fritze [Fritz, le suceur de sang] et son acolyte Osterix (mot-valise entre Astérix et « Ost » [Est]).

Texte : « Case 1 : [En dialecte berlinois] - Sors-toi les doigts du cul, Fritz. Me voilà. – Parfait. Case 2 : - J'me présente : Osterix, le Gaulois. Case 3 : - Fritz, mon vieux, ça va ? – On fait aller, Osterix, on fait aller. Case 4 : - Salut Ossi [Allemand-e de l'Est] - Salut Wessi [Allemand-e de l'Ouest]. – [En allemand standard] Ah, vous venez de l'ex-Allemagne de l'Est ? »

Notons par contre que toutes et tous les artistes de Berlin n'écrivent pas des histoires centrées sur leur ville. Il faut dire que Fil et A. Michalke, mais aussi Mawil et Reinhard Kleist, avec qui ils partageaient un atelier et avaient fondé le collectif *Berlin Comix*, sont particulièrement impliqués dans la vie artistique de leur ville, puisqu'ils publient régulièrement leurs œuvres dans

les journaux et fanzines berlinois et presque systématiquement chez des éditeurs berlinois³¹⁷. Toujours est-il que la publication de bandes dessinées sur Berlin à Berlin permet à un éditeur d'accroître la reconnaissance dont il jouit au niveau de sa ville et ainsi de devenir une véritable institution locale. Cela lui permet d'attirer de nouveaux talents ou de conserver des artistes bien implantés, certes, mais aussi de pouvoir accéder à des fonds ou des bourses que délivre la ville³¹⁸ : la maison d'édition est alors perçue comme une entreprise qu'il faut soutenir pour préserver la vie culturelle de Berlin. Acheter chez Reprodukt, c'est acheter local et cela relève alors d'un acte aux allures presque patriotiques.

En tout état de cause, non seulement Berlin inspire certains types d'artistes, mais elle leur propose aussi un cadre de vie intéressant pour leur situation socio-professionnelle : des lieux de rencontres, des festivals, etc. On peut affirmer que c'est un véritable milieu de la bande dessinée, une « scène de la bande dessinée très vivante »³¹⁹, qui a pu ainsi se constituer à Berlin grâce aux caractéristiques que nous avons évoquées jusqu'ici. Il n'est donc pas étonnant que la ville jouisse d'une image positive auprès de certaines personnes du milieu artistique. Or, la présence d'artistes dans un seul et même lieu en attire nécessairement d'autres, accentuant ainsi encore davantage leur concentration dans la ville : en dehors de l'imaginaire positif de plus en plus partagé, un-e collègue a pu dire du bien de la ville et de son milieu artistique à d'autres auteurs

³¹⁷ Ce n'est pas toujours le cas de Mawil et de R. Kleist, puisque leur succès grandissant, tous deux publient désormais également leurs œuvres chez de très grandes maisons d'édition comme Carlsen.

³¹⁸ On pensera ici notamment au Berliner Verlagspreis, que nous avons évoqué en introduction de ce travail de recherche et que Reprodukt a obtenu en 2018. Comme l'indique Klaus Lederer, alors maire adjoint de Berlin, ce prix est censé récompenser les éditeurs berlinois « qui contribuent à la bibliodiversité du paysage éditorial allemand. » Il affirme qu'« aucune autre ville ne possède un potentiel comparable d'éditeurs aux caractères si différents. » Ainsi, le prix devant valoriser l'activité éditoriale à Berlin, Reprodukt, qui se positionne régulièrement comme éditeur vraiment berlinois, a alors toutes ses chances de gagner ce prix – plus qu'un éditeur comme Egmont Ehapa, par exemple, qui n'insiste pas sur son implantation locale. « Die unabhängigen Berliner Verlage tragen ganz wesentlich zur Bibliodiversität der deutschen Verlagslandschaft bei. Keine andere Stadt verfügt über ein vergleichbares Potential von Verlagen unterschiedlichster Ausprägung. Die Berliner Landespolitik ist stolz, nun mit dem Berliner Verlagspreis eine Auszeichnung ins Leben gerufen zu haben, die Verlage mit künstlerisch herausragenden Programmen würdigt. », K. Lederer in « Berliner Verlagspreis 2018 », *op. cit.*.

³¹⁹ « Il y a une scène de la bande dessinée très vivante à Berlin et ces derniers temps, il y a de plus en plus d'événements et d'expositions autour du sujet. », « Es gibt eine sehr lebendige Comic-Szene in Berlin und in letzter Zeit zunehmend mehr Veranstaltungen und Ausstellungen zum Thema », Stefan Neuhaus in L. VON TÖRNE, « Wir brauchen eine eigenständige Comicförderung », *op. cit.*

ou autrices, un-e partenaire a pu vouloir saisir une opportunité professionnelle, etc. Les raisons de s'installer à Berlin sont multiples pour les artistes qui se considèrent comme alternatifs ou alternatives – et par conséquent aussi pour leurs éditeurs. Pour pouvoir profiter de cette activité foisonnante, une maison d'édition a tout intérêt à se situer à proximité de son épicode : à la fois il devient alors plus simple pour les éditeur-ices de dénicher de nouveaux talents, mais à l'opposé, il devient aussi plus facile pour les artistes en quête d'une maison d'édition de déposer leurs manuscrits et d'avoir des retours sur leur travail.

En observant ce qui fait que Berlin est une ville aussi attractive pour les artistes, nous avons aussi pu voir l'intérêt que peut avoir une maison d'édition comme Reprodukt de s'y implanter – ou plutôt d'y rester implantée. Reprodukt peut se positionner comme entreprise berlinoise avec un véritable ancrage local, ce qui lui permet à la fois d'attirer certain-es artistes de la ville, mais aussi un public local et des soutiens financiers spécifiques. L'attrait de Berlin pour les artistes venu-es de l'étranger n'est pas négligeable, non plus, et pousse la maison d'édition à devenir aussi une véritable institution internationale. Destination touristique réputée, mais aussi lieu d'immigration de choix et centre névralgique de la diplomatie avec l'Allemagne : la ville de Berlin accueille forcément de nombreux et nombreuses artistes de bande dessinée du monde entier, mais aussi des institutions qui font du lobbying pour des cultures étrangères. Pour ces artistes et ces organisations, Reprodukt peut alors devenir une interlocutrice privilégiée. Que ce soit parce qu'elle les aide à s'intégrer à la scène berlinoise ou simplement parce qu'elle profite de la proximité avec elles et eux pour travailler sur leurs œuvres, les artistes étrangèr-es sont satisfait-es de leur maison d'édition berlinoise.

5) De Schöneberg à Prenzlauer Berg : ce que disent ses quartiers de Reprodukt

L'image que renvoie Reprodukt auprès des artistes locaux et internationaux, mais aussi des médias et institutions qui s'intéressent à elle, dépend sans aucun doute aussi d'un aspect qui peut sembler plus matériel : ses bureaux à Berlin. Loin d'être insignifiants ou neutres, les lieux que s'est appropriés la maison d'édition sont révélateurs de l'évolution du marché immobilier

de la ville³²⁰, certes, mais résultent aussi et surtout de choix conscients faits par Reprodukt. Les locaux de l'éditeur contribuent à mettre en scène son positionnement politique, mais se révèlent aussi avantageux à de nombreux égards pour assurer la pérennité de l'entreprise.

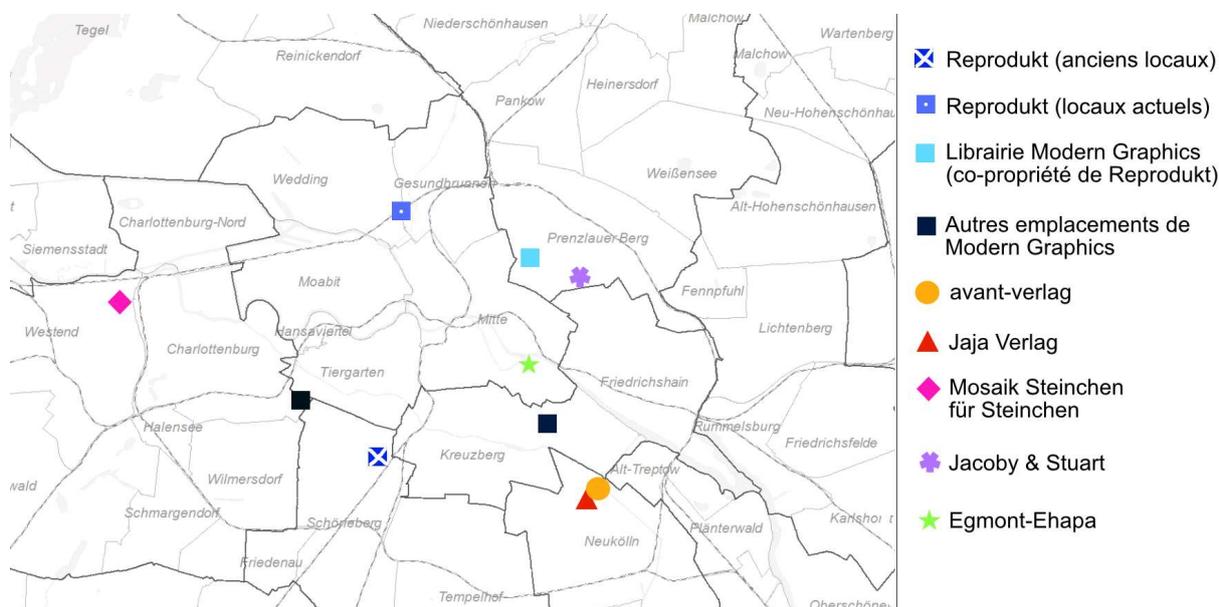


Illustration 9 : Carte de Berlin avec l'emplacement de plusieurs maisons d'édition et de librairies spécialisées en bandes dessinées.

Le premier siège de Reprodukt, que cette dernière occupait de 1991 à 2012, était situé dans l'arrondissement [Stadtbezirk] de Tempelhof-Schöneberg, plus précisément dans le quartier de Schöneberg, dans la Bülowstraße 52. Il s'agit d'un quartier de Berlin Ouest, situé dans la partie sud de la ville. Schöneberg n'est pas le quartier le plus « alternatif » de Berlin, mais n'est pas non plus ni le plus défavorisé, ni le plus riche, à l'époque où Reprodukt y a son siège : on y trouve plutôt une classe moyenne aisée. Mais au sein de ce quartier plutôt résidentiel et commerçant, les alentours de l'immeuble qu'occupait Reprodukt en particulier ne font pas partie des lieux où la population est la plus fortunée ou conservatrice. D'une part, la *Bezirksregion* (il s'agit d'une division administrative) Schöneberg Nord, qui comprend la Bülowstraße 52, est de loin celle de l'arrondissement Tempelhof-Schöneberg qui possède la plus grande proportion de population

³²⁰ Nous avons discuté de l'évolution des prix des logements à Berlin en fonction du quartier avec le géographe Antoine Laporte. Ce dernier a su répondre à nos nombreuses interrogations sur les quartiers liés à Reprodukt et nous a donné des indications précieuses. Entretien visioconférence du 23/02/2021 avec A. Laporte.

immigrée³²¹, venue avant tout de Turquie et de pays de l'Est. En outre, la gare U-Bahnhof Gleisdreieck, un axe routier important, et le croisement de deux lignes de S-Bahn, tous à proximité de ce quartier, contribuent à créer une certaine ambiance sonore, peu attractive pour les populations les plus fortunées. Par ailleurs, il faut dire qu'après la Chute du Mur, Schöneberg a été largement éclipsé par Kreuzberg, le quartier voisin, situé de l'autre côté de la voie ferrée : Kreuzberg, quartier en voie d'hyper-gentrification, attire aujourd'hui une grande partie du tourisme berlinois et une spéculation immobilière redoutable, encore plus importante que celle que subit pourtant aussi Schöneberg. De toute évidence, Reprodukt n'était pas localisée dans la partie la plus réputée de la capitale, ni la plus intéressante pour le milieu artistique.

Toutefois, il faut insister sur le caractère exceptionnel du lieu occupé par Reprodukt à l'époque, puisqu'il s'agissait, justement, d'un bâtiment dit « occupé ». En effet, la Bülowstraße 52 a fait l'objet d'une *Hausbesetzung*, d'une occupation sans droit ni titre, de 1981 à 1984. En français, le mot « squat » est usité pour ce genre de lieu ; nous trouvons que le terme possède une connotation familière en français (peut-être parce qu'il s'agit d'un emprunt à l'anglais), là où en allemand, « *Besetzung* » renvoie très concrètement à une action politique ou militaire, donnant ainsi une certaine aura au phénomène, par ailleurs répandu en Allemagne. Dans les années 1980 en particulier, en raison de plans de rénovation urbaine contestés par certains pans de la population, des centaines de bâtiments berlinois avaient été occupés par des militant-es de gauche³²². Après une répression policière violente et même meurtrière, le maire de Berlin de l'époque, Richard von Weizsäcker, a accepté de légaliser une partie de ces occupations, dont celle du bâtiment qui nous intéresse, celui de la Bülowstraße 52.

³²¹ « Dans la comparaison avec le reste de l'arrondissement, le quartier Schöneberg Nord comporte la plus grande proportion d'habitants issus de l'immigration », « Die Bezirksregion Schöneberg Nord weist im bezirklichen Vergleich die höchsten Anteile an Einwohner_innen mit Migrationshintergrund auf ». In BEZIRKSAMT TEMPELHOF-SCHÖNEBERG, *Kurzprofil Schöneberg Nord*, 2019, p. 2.

³²² Une carte interactive permet de voir la véritable explosion de ces occupations en février 1981, moment où a aussi été occupé la Bülowstraße 52. Voir « Illustrierte Karte zu Hausbesetzungen in Berlin », sur *Berlin Besetzt*, 2020 (en ligne : <http://berlin-besetzt.de/> ; consulté le 14 mars 2021).

L'immeuble, désormais détenu par une société immobilière publique, conserve des caractéristiques du squat : gestion autonome par les habitant-es du lieu, nécessité de consensus entre les locataires pour toute décision relative à l'habitat, refus de rénovations qui augmenteraient le coût du loyer, etc. En résulte un habitat qui « nécessite du moins d'une majorité des habitant-es un engagement qui n'est pas à sous-estimer », ce qui le rend « incomparable avec les conditions de location habituelles » ; un bâtiment où, d'après le site de l'association des locataires, « grâce aux relations sociales assez étroites, on trouve un sentiment d'appartenance qu'on ne trouve plus ailleurs »³²³. Les locaux de Reprodukt ne se trouvaient donc pas dans un lieu neutre, mais dans un lieu dont le poids historique, mais aussi le mode de fonctionnement, correspondaient à un certain engagement social et politique. Cet engagement fait partie de l'identité de Reprodukt et fonde une espèce de mythe autour de l'éditeur.

Lorsque nous avons rencontré les membres de *Deutscher Comicverein*, l'association de lobbying pour la bande dessinée en Allemagne précédemment mentionnée, au FIBD d'Angoulême en 2019 et que nous les avons interrogé-es sur leur rapport avec Reprodukt, on nous a immédiatement parlé de l'éditeur comme d'un éditeur engagé, puisque fondé dans un squat. Alors que la maison d'édition n'y avait plus son siège depuis plusieurs années, son image auprès d'acteurs et d'actrices de la bande dessinée allemande restait marquée par ce lieu : son implantation initiale reste ainsi significative pour la manière dont on la perçoit. En réalité, Dirk Rehm et la maison d'édition qu'il a fondée par la suite ne se sont pas installés dans le bâtiment lors de son occupation illégale, mais quelques années plus tard : Reprodukt a été créée en 1991, bien après la fin de l'occupation illégale et la régularisation de la situation locative. Cela ne signifie pas que l'éditeur ne partage pas les idéaux politiques des occupant-es de l'époque : après

³²³ « Die weitgehende Selbstverwaltung erfordert zumindest von einer Mehrheit der Bewohner*innen ein nicht zu unterschätzendes Engagement, das aber zu einer Verbundenheit der Bewohner*innen mit dem Haus führt, das mit üblichen Mietverhältnissen nicht zu vergleichen ist. Innerhalb der Mieter*innen sind mehr oder wenige enge persönliche Kontakte die Regel, Streit ist die Ausnahme. Das Haus bietet Menschen, die nicht über hohe Einkommen verfügen, günstigen Wohnraum. Luxussanierungen muss niemand fürchten. Man kann hier in der oft gescholtenen Anonymität der Großstadt durch das relativ enge soziale Geflecht eine Aufgehobenheit finden, die andernorts so nicht mehr stattfindet. », in « Bülowstraße 52 », sur *Kommunal & Selbstverwaltet Wohnen - Mieter*innen für die Demokratisierung der Wohnraumversorgung*, s. d. (en ligne : https://www.kommunal-selbstverwaltet-wohnen.de/portrait_buelow52.html ; consulté le 15 mars 2021).

tout, habiter un tel lieu nécessite une certaine affinité avec les autres usagè-es du lieu, comme l'explique l'association des locataires. Mais cela veut dire que même en étant arrivée après le conflit qui l'a marqué, Reprodukt peut bénéficier de l'aura du bâtiment. Ce, d'autant que le mythe qui entoure les locaux de l'entreprise n'est pas secret, mais au contraire, particulièrement apparent.



Illustration 10 : Façade arrière de l'immeuble situé au 52 de la Bülowstraße. La peinture murale représente une personne de dos qui tient un jeune enfant dans ses bras. Elle tend son bras vers des policiers casqués et équipés de boucliers, protégeant une centrale nucléaire.

En effet, depuis 1986, la façade du bâtiment comporte une peinture murale de taille et de qualité impressionnantes, qui ne laisse planer aucun doute sur l'orientation politique de ses habitant-es. La peinture, commandée par les locataires et réalisée par l'artiste de bandes dessinées Harald Juch³²⁴, représente un-e manifestant-e de dos, tenant un enfant dans un bras, brandissant

³²⁴ H. Juch a été très engagé dans le mouvement d'occupation de maisons des années 1980 et est une figure connue de la scène de la bande dessinée berlinoise de l'époque, puisqu'il a notamment travaillé comme caricaturiste dans

l'autre en l'air, et faisant face à une armée de policiers armés de boucliers. En fond, on devine une centrale nucléaire, qui rappelle le contexte de création de l'œuvre : la catastrophe nucléaire de Tchernobyl, traumatisante pour la ville de Berlin, suffisamment proche du lieu de l'explosion pour craindre les retombées radioactives. Face à la foule de policiers, dont on devine alors qu'elle protège la centrale et, par association, l'armement nucléaire, l'opposant-e est seul-e, avec l'enfant à ses côtés, symbole pour des générations qui suivront. Même confrontée à tant d'adversité, la personne brandit son poing et montre qu'il ou elle ne reculera pas. Le geste est militant, voire provocateur, puisque la peinture est positionnée de manière à ce que juste au-dessus du poing, une fenêtre étroite la complète : on peut l'interpréter comme doigt d'honneur fait aux forces armées³²⁵. Cette façade peut être aperçue par tous les passagers et toutes les passagères qui empruntent la S-Bahn [équivalent du RER] entre les arrêts Yorckstraße et Anhalter Bahnhof : il s'agit d'une œuvre très visible, connue des Berlinoises, volontairement conçue pour rappeler publiquement aux passant-es l'engagement politique des occupant-es de la Bülowstraße 52. Si elle reste sur le bâtiment plus de vingt-cinq ans après sa création, c'est que « la plupart [des habitant-es] sont fier-es d'habiter derrière la peinture murale »³²⁶, comme l'indique un article du *Tagesspiegel* dans une série consacrée aux murs les plus importants de Berlin.

le journal *taz*. Toutefois, H. Juch n'a jamais travaillé avec Reprodukt et est édité chez l'entreprise concurrente Carlsen. Voir A. AUSTILAT, « Ex-Hausbesetzer malte Cartoons auf Berliner Fassaden », *Der Tagesspiegel*, 3 août 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/sprayen-ging-gar-nicht-ex-hausbesetzer-malte-cartoons-auf-berliner-fassaden/24866242.html> ; consulté le 15 mars 2021).

³²⁵ Selon l'artiste, il s'agirait d'un simple hasard, mais la question de l'intervieweur à ce sujet montre que l'interprétation de cette étroite fenêtre comme doigt d'honneur est commune. « Donc, il n'a pas pu faire autrement que de l'intégrer [la fenêtre] dans son image. Aujourd'hui encore, les observateurs sont persuadés qu'il en a fait une partie du contenu : une fenêtre de toilettes ressemble de loin au doigt d'honneur dressé du manifestant. Plutôt un hasard, avoue-t-il. Dans ces dimensions, on a du mal à calculer. », « Also musste er sie in sein Bild integrieren, bis heute sind Beobachter überzeugt, dass er sie zum Teil des Inhalts machte: Ein Klofenster sieht aus der Ferne aus wie der gereckte Stinkefinger des Demonstranten. Eher ein Zufall, räumt er ein. Bei diesen Dimensionen lässt sich das nur schwer planen. », *Id.*

³²⁶ « Denn die zu erwartende Haltbarkeitsdauer von 20 Jahren ist längst abgelaufen. Immerhin, eine Befragung zufällig anwesender Bewohner ergab, dass die meisten stolz sind, hinter dem Wandbild zu wohnen. Immerhin, eine Befragung zufällig anwesender Bewohner ergab, dass die meisten stolz sind, hinter dem Wandbild zu wohnen. », *Id.*

Dans un tel environnement, la maison d'édition renvoie une image engagée : défiante envers l'autorité étatique, anti-nucléaire, écologiste, peut-être pacifiste³²⁷, soutenant toutes sortes de manifestations... Reprodukt ne peut pas échapper à cette image, puisque tout-e employé-e qui vient au travail, tout-e artiste venu-e déposer un manuscrit, tout média faisant une interview, a été confronté-e à cette peinture, donc à l'histoire du bâtiment, et ainsi à l'engagement politique et social de l'éditeur qui a décidé de s'y installer. Même si D. Rehm et Reprodukt n'étaient pas encore sur les lieux lorsque la peinture a été commandée, il n'empêche que l'entreprise se situe dans un environnement où elle a forcément conscience que la majorité des habitant-es partage des idéaux politiques de gauche, écologistes et/ou pacifistes : si les idées des voisin-es ne lui correspondaient pas, l'entreprise aurait pu déménager. Au contraire, Reprodukt est restée durant vingt-et-un ans dans le même bâtiment, ce qui montre sinon une réelle adhésion à la philosophie des ancien-nés occupant-es du squat, du moins une bonne entente avec elles et eux. Le quartier a beau ne pas être le plus en vogue pour les artistes de Berlin ou de l'étranger, le bâtiment laisse tout de même une impression marquante : l'entreprise est perçue comme *punk*, même dans un quartier qui ne l'est plus. C'est ainsi que même des années après son déménagement, et alors que cela ne correspond pas tout à fait à la réalité (l'entreprise n'ayant pas participé à l'occupation), on nous a régulièrement décrit Reprodukt comme une maison d'édition fondée par un ancien squatteur. C'est une image dont se réclame aujourd'hui encore l'éditeur, par exemple dans une interview sur la chaîne de télévision ARTE, à l'occasion des trente ans de Reprodukt, où D. Rehm se déclare par ailleurs très proche des milieux *punk*.

Pendant longtemps, nous avons travaillé dans un squat, dans de petites pièces, des pièces relativement sombres. C'était donc un environnement assez *punk*.³²⁸

³²⁷ Le message est ambigu à cet égard. D'un côté, la peinture murale indique une défiance envers les forces armées et peut être lue comme une critique de l'armement nucléaire. De l'autre, la militante ou le militant représenté brandit le poing et pourrait donc être perçu-e comme défendant une révolte violente contre l'État en place.

³²⁸ « Wir haben in einem besetzten Haus gearbeitet, lange Zeit, in kleinen Räumen, relativ dunklen Räumen. Also es war eine relativ punkige Umgebung. Der erste Comic war *Der Tod von Speedy* von Jaime Hernandez, ein

Sans même considérer le type d'artistes et d'œuvres que publie l'entreprise, elle renvoie toujours une image de maison d'édition alternative et engagée, qu'elle le soit réellement ou non, et profite d'une certaine aura, même des années après avoir quitté ce lieu presque mythique. Bien que l'identité de Reprodukt reste liée à ce premier lieu qui l'a définie, en changeant de quartier, elle a pu aussi enrichir l'impression que donne d'elle son emplacement.

ExRotaprint : pérennité, engagement et symbolique d'un endroit

En 2012, comme nous l'avons déjà indiqué, l'entreprise a quitté la Bülowstraße 52 et le quartier de Schöneberg. De nombreux déménagements de cet arrondissement peuvent s'expliquer par l'explosion des loyers dans les années 2010³²⁹. Néanmoins, le fait que les loyers de l'ancien bâtiment occupé soient déterminés par l'assemblée plénière des locataires du bâtiment, justement pour contrer une telle augmentation des prix, laisse plutôt supposer que la raison du changement est bien celle officiellement invoquée par Reprodukt : les locaux, occupés depuis vingt-et-un ans, étaient tout simplement devenus trop petits pour l'éditeur³³⁰.

Désormais, le siège de la maison d'édition se trouve précisément à la limite entre deux quartiers de Berlin-Ouest, Gesundbrunnen et Wedding. Depuis une réforme administrative de 2001, les deux font partie de la partie nord de l'arrondissement de Mitte [Centre] qui, comme l'indique son nom, constitue le cœur de la ville de Berlin et est bien relié aux réseaux de transports en commun. Il faut toutefois noter qu'au sein de l'arrondissement, contrairement à d'autres

mexikanisch-amerikanischer Künstler, der Comics gemacht hat über die Punk-Kultur, über die Musikszene, über Liebes- und Ganggeschichten und die mich sehr angesprochen haben, die mich berührt haben », « BD : la maison d'édition Reprodukt fête ses 30 ans », dans l'émission *ARTE Journal*, ARTE, 18 janvier 2021 (en ligne : <https://www.arte.tv/fr/videos/101760-000-A/bd-la-maison-d-edition-reprodukt-fete-ses-30-ans/> ; consulté le 26 mars 2021).

³²⁹ Les prix ont augmenté d'environ 16 % à Schöneberg en l'espace de trois ans, entre 2007 et 2010, mais sans doute plus à Schöneberg Nord, où se trouve la Bülowstraße, vu sa proximité avec Kreuzberg, où les loyers ont augmenté de plus de 40 % dans le même laps de temps. Voir G. ASMUTH, « Drastische Mietsteigerungen in Berlins Mitte: Neukölln, jetzt 23 Prozent teurer », *Die Tageszeitung: taz*, 15 juin 2011 (en ligne : <https://taz.de/!5118637/> ; consulté le 15 mars 2021).

³³⁰ C'est en tout cas la raison donnée par Reprodukt à des médias comme le magazine *Buchmarkt*. Anon., « Reprodukt zieht um », *Buchmarkt - Das Ideenmagazin für den Buchhandel*, 6 août 2012 (en ligne : <https://buchmarkt.de/sortimenterservice/reprodukt-zieht-um/> ; consulté le 15 mars 2021).

grandes villes où le centre est très riche, il y a de très fortes disparités d'ordre socio-économique³³¹. Wedding et en particulier Gesundbrunnen, où se situe administrativement parlant Reprodukt, font partie des quartiers les plus défavorisés de Berlin, où le chômage est le plus élevé et où les revenus moyens sont parmi les plus bas³³². Cela est sans doute en partie lié à l'histoire plus ou moins récente du quartier. En effet, avant les années 1990, Gesundbrunnen se situait dans une espèce d'encoche formée par le Mur : encerclé par la frontière et donc difficile d'accès, le quartier était alors périphérique et attirait forcément des populations défavorisées et immigrées³³³. Après les années 1990, la désindustrialisation progressive de Berlin a particulièrement touché l'ancien arrondissement de Wedding³³⁴ (qui comportait

³³¹ Voir notamment C. LATZ, « Mitte ist sozial tief gespalten - Pankow an der Spitze », *Berliner Morgenpost*, 11 janvier 2019 (en ligne : <https://www.morgenpost.de/bezirke/mitte/article216189655/Mitte-ist-sozial-tief-gespalten-Pankow-an-der-Spitze.html> ; consulté le 16 mars 2021).

³³² Pour l'administration de la ville, Gesundbrunnen fait partie d'une liste de « lieux qui requièrent une attention particulière » (« Gebiete mit besonderem Aufmerksamkeitsbedarf »), c'est-à-dire « un lieu avec un statut social très bas ou relativement peu élevé, avec de surcroît une dynamique négative. » (« Sie sind als Gebiete mit sehr niedrigem sozialen Status oder niedrigem sozialen Status bei gleichzeitig negativer Dynamik definiert »). Pour plus d'informations, voir le rapport biennal sur l'évolution socio-économique de la ville de Berlin. « Bericht Monitoring Soziale Stadtentwicklung Berlin 2019 », sur *Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen*, 2019 (en ligne : https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/monitoring/de/2019/index.shtml ; consulté le 16 mars 2021).

³³³ On peut noter que Wedding et Gesundbrunnen comportent plusieurs petits quartiers ou rues qui font référence à d'autres villes, pays ou continents (« Brüsseler Kiez », « Englisches Viertel »...). Dans la plupart des cas, le nom, à l'origine, ne fait pas référence à la population qui y habite. En ce qui concerne le quartier dit « africain » autour de la Afrikanische Straße (« rue africaine »), l'un des plus pauvres de la ville, les noms de rue ont des noms « exotiques » de colonies allemandes parce qu'on souhaitait y implanter un zoo au XIX^e siècle. Le nom « Afrikanisches Viertel » précède ainsi la venue de la population issue de l'immigration africaine qui y habite aujourd'hui. Les locaux de Reprodukt se situent à moins de 500m de ce quartier, très paupérisé.

³³⁴ Encore une fois, nous nous référons au rapport sur l'évolution socio-économique de la ville de Berlin. Le nom du rapport de 2000 est trompeur, cependant, puisqu'il considère avant tout l'évolution depuis 1997. On y constate que le taux de chômage à Gesundbrunnen était déjà très élevé (de l'ordre de 15-20 %). Il persiste encore aujourd'hui, puisqu'en 2017, 37,7 % des habitant-es de Gesundbrunnen touchaient l'allocation chômage « Arbeitslosengeld II » et étaient donc au chômage ou vivaient dans le foyer d'une personne au chômage. Voir « Bericht Monitoring Soziale Stadtentwicklung Berlin 2000 », sur *Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen*, 2000 (en ligne : https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/monitoring/de/2000/index.shtml ; consulté le 16 mars 2021) ; BEZIRKSAMT MITTE VON BERLIN, *Basisdaten zur Bevölkerung und sozialen Lage im Bezirk Berlin-Mitte*, 2018, p. 76.

Gesundbrunnen), de sorte qu'aujourd'hui encore, en dépit d'un lent processus de gentrification dans les années 2000 à 2010, cette partie de Mitte constitue une véritable poche de pauvreté³³⁵.

Alors que le succès relatif de l'entreprise – après tout, elle publiait significativement plus d'œuvres par année en 2012 qu'en 1991 – aurait pu laisser penser que le déménagement se ferait vers une partie plus réputée de la ville, elle a au contraire préféré s'installer dans un quartier qui peut paraître peu attractif. En fin de compte, ce sont peut-être les prix désormais très élevés de Schöneberg (en-dehors des anciens bâtiments occupés) qui ont poussé Reprodukt à changer d'environnement : grâce au mode de fonctionnement de l'ancien squat de la Bülowstraße, Reprodukt pouvait échapper à la hausse des prix, ce qui n'aurait pas été possible dans un autre immeuble du même quartier. Comme le rappelle régulièrement D. Rehm dans des interviews, il est presque impossible pour l'entreprise de faire du profit et il arrive à peine (voire pas du tout)³³⁶ à vivre de son travail. Dans un contexte aussi difficile, il est absolument essentiel de trouver des bureaux à un prix abordable. Et en l'occurrence, Wedding et Gesundbrunnen restent parmi les derniers endroits aussi près du cœur de Berlin où les loyers restent si abordables : la localisation n'a pas été choisie alors par défaut, mais en raison de réelles contraintes économiques. JaJa Verlag et avant-Verlag, deux maisons d'édition concurrentes, de taille similaire et souffrant des mêmes difficultés inhérentes à l'industrie, possèdent ainsi également leurs locaux dans une partie moins chère et plus populaire de la ville, plus précisément à Neukölln. Dans leur cas, cependant, le quartier se gentrifie progressivement et les prix augmentent ainsi d'année en année, ce qui n'est pas (encore) le cas de Gesundbrunnen. De surcroît, le bâtiment qu'occupe Reprodukt protège l'entreprise d'une augmentation des prix.

³³⁵ On peut comparer Wedding/Gesundbrunnen à Kreuzberg, son pendant dans la partie sud de la ville : avant les années 1990, les deux quartiers étaient touchés par une forte paupérisation et concentraient une grande partie de la population immigrée de Berlin. Depuis, une grande partie de Kreuzberg s'est considérablement embourgeoisée et il s'agit aujourd'hui d'un exemple type du processus de gentrification. À l'opposé, Wedding et Gesundbrunnen ne se sont que très légèrement gentrifiés et souffrent encore largement des difficultés héritées de la situation de l'époque.

³³⁶ Ainsi, dans une interview pour le *Tagesspiegel*, à la question « Peut-on vivre de l'édition de bandes dessinées ? », D. Rehm répond « Non, en ce moment, je ne peux pas. », « – Kann man vom Comicverlegen leben? – Nein, das kann ich derzeit nicht. », L. VON TÖRNE, « „Comics bleiben ein schwieriges Geschäft“ », *op. cit.*.

Au sein du quartier, Reprodukt a en effet encore une fois réussi à trouver un cadre exceptionnel pour s'installer : l'ancien bâtiment de l'imprimerie Rotaprint, lieu qui porte désormais le nom programmatique d'ExRotaprint. Cet emplacement non seulement lui apporte des bénéfices en termes d'image, mais permet aussi d'assurer la pérennité de la maison d'édition en la protégeant des aléas de la spéculation immobilière. Expliquons le modèle de fonctionnement de ce lieu très particulier : en 2007, « afin d'empêcher que l'endroit soit vendu à un investisseur par le fond immobilier de Berlin »³³⁷, un collectif d'occupant-es de l'usine a réussi à acquérir le bâtiment, tandis que deux fondations à but non lucratif qui militent contre la spéculation immobilière se sont associées pour acheter le terrain. Les locataires, constitué-es à leur tour en association à but non lucratif appelée ExRotaprint GmbH, font alors appel au droit de superficie et signent un bail emphytéotique d'une durée de 99 années auprès des fondations. Le loyer doit alors avant tout³³⁸ servir à rénover le bâtiment, placé sous le régime de protection des monuments depuis 1991. En outre, le bail stipule que « les lieux [doivent être] uniquement consacrés à des activités artistiques, artisanales et sociales » – Reprodukt faisant partie des locataires « artistiques » – et que « ExRotaprint doit rester une association à but non lucratif, et nul ne peut acheter le terrain et en faire une propriété privée »³³⁹. Si les adhérent-es de l'association qui a acquis le bâtiment peuvent revendre leurs parts, « ils [et elles] ne profitent

³³⁷ « Afin d'empêcher que l'endroit soit vendu à un investisseur par le fond immobilier de Berlin, quelques-uns des anciens locataires de l'usine Rotaprint de l'époque ont agi ensemble. », « Einige der damaligen Mieter der Rotaprint-Fabrik gingen gemeinsam vor, um zu verhindern, dass das Areal vom Berliner Liegenschaftsfonds an einen Investor verkauft wird », in J. FAUST, « ExRotaprint: Strahlkraft für Kunst und Gewerbe im Wedding », sur *Weddingweiser*, 2 août 2016 (en ligne : <https://weddingweiser.de/exrotaprint-strahlkraft-fur-kunst-und-gewerbe-im-wedding/> ; consulté le 16 mars 2021).

³³⁸ Au moins 10 % des loyers sont distribués aux deux fondations qui possèdent le terrain, Stiftung trias et Stiftung Edith Mayon. L'argent est utilisé pour mener d'autres projets similaires à ExRotaprint et ne constitue donc pas un profit pour ces fondations à but non-lucratif. Pour plus d'informations, voir « Erbbaurecht », sur *Site d'ExRotaprint*, s. d. (en ligne : <https://www.exrotaprint.de/erbbaurecht/> ; consulté le 18 mars 2021).

³³⁹ Mémoire de M2, L. BIRCKEL, *Pratiques quotidiennes d'espaces, détournements et représentations spatiales dans deux anciens espaces industriels : Vers une poétique de l'espace dans ExRotaprint et les Uferhallen à Berlin*, Lyon, ENS de Lyon, 2012, p. 19.

pas des revenus du terrain et ne peuvent pas réaliser de plus-value en revendant leurs parts dans l'association. »³⁴⁰

En somme, « l'histoire et le devenir du lieu s'inscrivent [...] en contrepoint des processus d'appropriation 'classiques' où le devenir d'un espace de friche est la propriété privée », comme le décrit la géographe Laure Birckel. Elle poursuit en affirmant qu'ExRotaprint « [refuse] la propriété privée et individuelle »³⁴¹ et « propose un nouveau paradigme, un nouveau système de représentation foncière et urbaine »³⁴² : du fait de ce modèle de fonctionnement à l'écart du système majoritaire, le lieu où s'est installé Reprodukt peut déjà certainement être désigné comme « alternatif ». En occupant un bâtiment où les loyers ne devraient guère augmenter et qui est légalement assuré d'exister tel quel pendant encore près d'un siècle, la maison d'édition assure sa pérennité du moins sur le front des locaux³⁴³. Bien que ce dernier point soit sans doute le plus important pour Reprodukt, un autre possède une importance non négligeable : comme il se doit pour une ancienne imprimerie, le lieu fait une certaine impression sur les personnes qui s'y rendent.

D'une part, comme pour la Bülowstraße 52, le modèle de fonctionnement du lieu intriguera certainement les visiteurs et visiteuses, et avec sa contestation franche du modèle capitaliste, ne laisse guère de doute sur l'orientation politique de l'association des locataires. Toutes les entreprises, associations et personnes du lieu doivent faire preuve d'engagement social ou artistique : être locataire d'ExRotaprint signifie que l'on a été approuvé-e par d'autres acteurs et actrices de ces causes, que l'on a démontré qu'on s'intégrerait bien aux dizaines d'ateliers

³⁴⁰ « Les sociétaires d'Exrotaprint gGmbH ne profitent pas des revenus du terrain et ne peuvent pas réaliser de plus-value en revendant leurs parts dans l'association », « Die Gesellschafter der ExRotaprint gGmbH profitieren nicht von den Einnahmen des Geländes und können bei Verkauf ihrer Gesellschaftsanteile keinen Mehrwert realisieren. », in « Gemeinnützigkeit », sur *Site d'ExRotaprint*, s. d. (en ligne : <https://www.exrotaprint.de/gemeinnuetzigkeit/> ; consulté le 17 mars 2021).

³⁴¹ L. BIRCKEL, *Pratiques quotidiennes d'espaces, détournements et représentations spatiales dans deux anciens espaces industriels : Vers une poétique de l'espace dans ExRotaprint et les Uferhallen à Berlin*, op. cit., p. 19.

³⁴² *Ibid.*, p. 21.

³⁴³ Bien sûr, l'entreprise n'est pas protégée d'une faillite potentielle et peut cesser son activité à tout moment. Le modèle de location proposé par ExRotaprint lui permet simplement de limiter ses dépenses de fonctionnement.

d'artistes, d'artisan-es et d'organisations caritatives³⁴⁴. D'autre part, « la friche industrielle et culturelle »³⁴⁵ que représente le terrain ExRotaprint est d'une apparence mémorable : s'y mêlent une architecture typique de la *Gründerzeit* (deuxième moitié du XIX^e siècle) et le style cubique et anguleux de l'architecte Klaus Kirsten. Selon des fondateurs et fondatrices de l'association, interrogé-es par L. Birckel, le lieu présente « une association incompréhensible [...] entre beauté, décrépitude momentanée, héritage majestueux des années 1950 [...] et grandeur »³⁴⁶. Ainsi, selon L. Birckel, le lieu incarnerait « des valeurs éthiques, intimement mêlées à des valeurs esthétiques. »³⁴⁷



Illustration 11 : Aile ouest d'ExRotaprint, prise en photo depuis l'entrée principale du lieu. Les deux pièces de Reprodukt se trouvent au coin du bâtiment blanc, au quatrième étage. Le rez-de-chaussée, au premier plan sur la photo, abrite une cantine ouverte au public.

La forme de l'immeuble et la brutalité du béton impressionnent forcément les personnes qui s'y rendent, tandis que la typicité berlinoise du lieu – après tout, la spécificité de Berlin selon

³⁴⁴ Pour une liste exhaustive des entreprises, artistes, associations etc. qu'accueille ExRotaprint, voir « Wir Mieter », sur *Site d'ExRotaprint*, s. d. (en ligne : <https://www.exrotaprint.de/en/mieter/> ; consulté le 17 mars 2021).

³⁴⁵ B. GRESILLON, « Les « friches culturelles » et la ville », *op. cit.*, p. 50.

³⁴⁶ L. BIRCKEL, *Pratiques quotidiennes d'espaces, détournements et représentations spatiales dans deux anciens espaces industriels : Vers une poétique de l'espace dans ExRotaprint et les Uferhallen à Berlin*, *op. cit.*, p. 75.

³⁴⁷ *Id.*

B. Grésillon serait cette « matière urbaine incomparable, faite de pleins et de vides [...] d'entrepôts désaffectés et de terrains vagues »³⁴⁸ – devrait séduire les visiteurs et visiteuses venu-es de Berlin ou d'ailleurs. Par rapport à l'immeuble sans signes vraiment distinctifs (et sans nom) d'éditeurs concurrents comme Egmont Ehapa, ExRotaprint est mémorable. De plus, le fait que le bâtiment industriel était à l'origine une imprimerie renforce symboliquement le lien entre maison d'édition et fabrication du livre ; l'activité qui peut paraître plus intellectuelle est ainsi davantage rattachée à l'aspect plus matériel. En ce qui concerne l'image, ExRotaprint présente donc de grands avantages pour Reprodukt. Même si le quartier n'est pas le plus à la mode ou le mieux famé, l'exceptionnalité du bâtiment peut en partie compenser cela.

Enfin, le lieu possède un attrait supplémentaire pour l'entreprise : les autres locataires et locaux. En étant au contact régulier avec les autres professionnel·les d'ExRotaprint, des liens peuvent se créer et permettre d'avoir un soutien dans son travail. Connaître les collègues d'un studio de photographie, par exemple, peut permettre d'avoir de plus belles photos pour votre propre travail, que ce soit parce que ces collègues vous aident directement ou parce qu'ils ou elles vous donnent des conseils. Dans le cas de l'auteur Gregor Sander, c'est Reprodukt qui a pu lui venir en aide pour un roman qu'il voulait écrire : un des éditeurs, Sebastian Oehler, lui avait recommandé de consulter l'artiste Mawil, qui faisait au même moment des recherches sur la RDA, dont l'auteur voulait parler³⁴⁹. G. Sander s'est lié d'amitié avec l'artiste et a décidé de lui consacrer un chapitre dans son roman *Tagebuch eines Jahres* [Journal intime d'une année]. Cet exemple montre qu'il y a bien des interactions entre les différent-es locataires d'ExRotaprint et

³⁴⁸ Pour B. Grésillon, les friches comme celle de Rotaprint font tout l'intérêt de Berlin, pour les artistes qui y vivent ou qui s'y rendent : il s'agit d'une terre des possibles, qui n'attend qu'à être comblée par des projets innovants. « Effectivement, force est de constater que l'une des spécificités de la capitale allemande est d'ordre spatiale et architecturale. Berlin offrait et offre encore une matière urbaine incomparable, faite de pleins et de vides, d'immeubles flambant neufs jouxtant des bâtisses délabrées portant encore les stigmates de la seconde guerre mondiale (les impacts de balle sont encore visibles sur de nombreuses façades en centre-ville), de béances soudaines dans le tissu urbain, d'un entrelacs de voies de chemins de fer, d'entrepôts désaffectés et de terrains vagues [...]. Or, pour un artiste quelque peu sensible à son environnement, cette matière urbaine brute et en constant renouvellement est source d'inspiration. », in B. GRESILLON, « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », *op. cit.*, p. 186.

³⁴⁹ G. SANDER, *Tagebuch eines Jahres*, Göttingen, Wallstein Verlag, 2014.

que des liens personnels peuvent se tisser. Potentiellement, ces liens peuvent même aboutir à des projets (artistiques) communs.



Illustration 12: Portrait de Reprodukt fait par la graphiste Anne Becker en 2018. L'illustration représente la première des deux pièces en enfilade qui composent les bureaux de Reprodukt. Les personnes qui y figurent sont des employé-es à plein temps, des indépendant-es associé-es à l'éditeur, ainsi que deux stagiaires. On aperçoit également les personnages de bandes dessinées Madame Goldgruber (Goldgruber-Chroniken), Brigitte (Brigitte und der Perlenhort), l'artiste (The Artist), Kiste (Kiste), le chevalier fantôme (Rosa und Louis).

Toutefois, nous n'avons pas connaissance de publications de Reprodukt rendues possibles grâce à une telle collaboration artistique. Tout au plus, la maison d'édition s'est faite le relai de projets des autres, comme lorsqu'elle affiche la série de bandes dessinées et de CD *Jimmy Draht*, créées par l'atelier de graphisme et de sérigraphie du même nom, dans son catalogue et lui ouvre ainsi ses réseaux de vente³⁵⁰. De telles initiatives sont facilitées par la cantine d'ExRotaprint, ouverte du matin au soir, où peut aisément s'établir le contact entre les différentes structures artistiques.

³⁵⁰ Les *Jimmy Draht* ont été publiés jusqu'en 2001, donc avant le déménagement de Reprodukt à Gesundbrunnen. La coopération entre l'atelier Jimmy Draht et Reprodukt prédate donc leur cohabitation dans le même lieu. Néanmoins, on peut envisager que de telles initiatives pourraient se faire à nouveau et seraient même facilitées par la proximité entre l'atelier d'imprimerie et de graphisme et la maison d'édition.

En plus de ce lieu de restauration, ExRotaprint propose plusieurs appartements à louer pour une courte durée – l'infrastructure est parfaite pour accueillir des artistes venu-es d'ailleurs et ayant besoin d'un endroit où vivre et travailler le temps de leur séjour. Enfin, des salles de réunion et d'exposition (qui accueillent notamment la biennale d'art contemporain de Berlin) pourraient permettre à la maison d'entreprise d'organiser ses événements dans le bâtiment qu'elle occupe. Le lieu offre donc un potentiel intéressant à Reprodukt, mais force est de constater qu'elle n'en a pas profité autant qu'elle aurait pu. À notre connaissance, il n'y a pas eu de coopération majeure entre les ateliers d'artistes ou les associations à but non lucratif et Reprodukt, et aucun événement public de grande ampleur n'y a été organisé par la maison d'édition. En fait, c'est un autre lieu associé à Reprodukt qui accueille ce type de rendez-vous : sa librairie.

6) Modern Graphics : une vitrine pour Reprodukt ?

Enfin, nous abordons le magasin Modern Graphics, situé au numéro 79 de la Kastanienallee. L'enjeu du lieu n'est pas le même que celui des bureaux : ce n'est pas dans la librairie que travaille Reprodukt et donc pas grâce à elle qu'il s'agit de faire bonne impression auprès des artistes et/ou des médias. Il s'agit toutefois davantage d'une adresse pour le public général (et non pas professionnel), qui a plutôt l'habitude de rendre visite à un point de vente qu'à un lieu de production. Modern Graphics est une boutique ; son but est d'accueillir du public et de faire du profit, tandis que les locaux d'ExRotaprint sont un lieu de travail avant tout. Puisque les enjeux sont différents, il n'est donc pas étonnant que l'adresse présente des caractéristiques différentes de celles des bureaux de Reprodukt.

En effet, la Kastanienallee est l'une des artères principales du quartier Prenzlauer Berg, partie de l'arrondissement municipal de Pankow. Historiquement, il s'agit d'une des rares parties de Berlin qui n'aient pas été détruites pendant la guerre et elle comporte donc encore de nombreux bâtiments datant du XIX^e siècle. Contrairement à Wedding/Gesundbrunnen, une véritable mythologie entoure le quartier de Prenzlauer Berg : ancien haut-lieu de la culture juive et de la

culture queer (ce qu'il est encore), il attire aujourd'hui des artistes internationalement connus et une population *bourgeoise-bohème*. Plutôt fortunée, mais surtout très éduquée et intéressée par la culture, la population de Prenzlauer Berg constitue une véritable réserve électorale pour les partis de gauche. En 2016, environ 20 % de la population y était immigrée, mais contrairement à Gesundbrunnen et ses populations orientales et africaines, il s'agit d'abord de personnes italiennes, françaises, étasuniennes ou venues du Royaume-Uni³⁵¹. Une immigration *de luxe* issue de pays riches, donc, qui indique que le quartier est lui-même riche, qu'il est à la mode, et habité par une population qui connaît moins le chômage³⁵² que le reste de Berlin. Équivalent berlinois du Marais parisien (quoique plus « jeune »), Prenzlauer Berg est aujourd'hui un quartier cher, qui attire des touristes du monde entier.

Pour une librairie qui vend des bandes dessinées, en particulier ce que certain-es désignent comme « romans graphiques », c'est un emplacement parfait. On peut y viser une population plutôt jeune, éduquée, qui aime la culture et surtout qui a de l'argent : précisément le public pour des bandes dessinées au contenu exigeant, parfois engagé, mais aussi volumineux et donc coûteux. Par ailleurs, le nom de la librairie, « Modern Graphics », évoque le mot « Graphic Novel », désignation qui s'est imposée pour le roman graphique en allemand, et indique donc d'emblée quel type d'œuvres s'y vend. L'adjectif « Modern », quant à lui, suggère que les œuvres sont avant tout contemporaines : il ne s'agit pas de la vieille bande dessinée poussiéreuse (le public imaginera lui-même quelle pourrait être cette bande dessinée « non-moderne »), mais d'un nouveau type d'œuvres, adapté au monde d'aujourd'hui et à un public plus jeune (ou resté jeune dans sa tête). Le nom, emprunté de l'anglais, évoque aussi forcément la nature

³⁵¹ ORGANISATIONSEINHEIT SOZIALRAUMORIENTIERTE PLANUNGSKOORDINATION, « Porträt des Bezirks Pankow », 2017, p. 16.

³⁵² Après Steglitz-Zehlendorf, l'arrondissement de Pankow, dont fait partie Prenzlauer Berg, est celui dont le taux de chômage est le plus faible de la capitale. Tandis qu'en 2017, 37,7 % des habitant-es de Gesundbrunnen touchaient l'allocation Arbeitslosengeld II (accordée aux personnes au chômage et à toutes celles qui font partie de leur foyer), seuls 6,7 % des habitant-es de Prenzlauer Berg étaient bénéficiaires de ce dispositif. BEZIRKSAMT MITTE VON BERLIN, *Basisdaten zur Bevölkerung und sozialen Lage im Bezirk Berlin-Mitte*, op. cit. ; L. HOFMANN, « Armes Mitte, riches Pankow », *Der Tagesspiegel*, 11 janvier 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/berlin/soziale-lage-in-berlin-armes-mitte-reiches-pankow/23856142.html> ; consulté le 21 mars 2021).

internationale des produits qui s'y vendent : il ne s'agit pas seulement d'œuvres allemandes³⁵³, mais aussi d'œuvres internationales, qui pourraient donc intéresser le public d'expatrié-es qui côtoie la Kastanienallee. La boutique propose effectivement un rayon en langue étrangère (français, anglais, espagnol...), qui vise explicitement les expatrié-es qui se sont installé-es à Prenzlauer Berg. Une partie de ces dernier-es risque d'ailleurs fortement de s'aventurer à proximité de la boutique, puisqu'elle se situe juste en face d'une garderie [*Kindertagesstätte*] internationale et qu'elle organise des soirées dédiées à des œuvres étrangères³⁵⁴. Ainsi, la librairie tire véritablement parti de son emplacement pour atteindre le public qui y vit. D'ailleurs, l'attrait de l'emplacement précède l'intérêt de Reprodukt pour une librairie. En effet, comme nous l'avons appris lors d'un entretien informel, ce n'est qu'une fois que Michael Weißler, fondateur des deux autres boutiques Modern Graphics à Berlin, avait découvert que ce local commercial était en vente, qu'il avait proposé à son ami D. Rehm de s'associer à lui pour l'acheter. Le magasin de la Kastanienallee est donc un magasin estampillé Reprodukt précisément à cause de son adresse attractive et ne part pas d'une initiative de la maison d'édition – ce qui ne signifie pas que la boutique n'en fait pas aujourd'hui partie intégrante.

³⁵³ Bien sûr, cette impression est faussée : en allemand, on utilise un emprunt de l'anglais, *Comic*, pour désigner la bande dessinée. Le mot évoque ainsi forcément l'aspect étranger de cet objet culturel. Toutefois, pour le public international qui côtoie le quartier, notamment italien et français, le mot renverrait explicitement aux bandes dessinées nord-américaines et non pas européennes, qui sont pourtant celles majoritairement vendues chez Modern Graphics.

³⁵⁴ Lors de ces soirées, le rayon des bandes dessinées en langue étrangère sera bien sûr d'un grand intérêt, mais on peut aussi imaginer que les adaptations en langue allemande (notamment celles faites par Reprodukt) attireront des client-es étranger-es et celles et ceux qui sont simplement intéressé-es par une autre culture. L. GRAFFART, « Soirées BD en français chez Modern Graphics de Kastanienallee », sur *Vivre à Berlin*, 5 mars 2018 (en ligne : <https://vivreaberlin.com/soirees-bd-francais-chez-modern-graphics-de-kastanienallee.html> ; consulté le 18 mars 2021).



Illustration 13 : Devanture de la librairie Modern Graphics qui contient le Flagship-Store de Reprodukt. La vitrine de droite est dédiée exclusivement à l'éditeur ; à l'intérieur, la partie droite est également celle où on trouve toutes les publications de Reprodukt.

Contrairement à l'ancienne adresse de Reprodukt et à ses locaux actuels, le bâtiment dans lequel se trouve sa librairie n'a pas de passé mémorable, lié à un engagement politique ; il se situe néanmoins dans un environnement marqué par une telle histoire. Le bâtiment d'à côté, le numéro 77 de la Kastanienallee, est classé monument historique, puisqu'il s'agit du plus ancien immeuble de l'arrondissement. Celui-ci a été occupé par des activistes politiques en 1992 – donc après la vague des occupations qui avait concerné la Bülowstraße 52 – et abrite désormais un cinéma d'art et d'essai. Ce dernier aspect peut attirer chez Modern Graphics la clientèle qui attend le début de son film ou celle qui en sort. Une autre adresse intéressante en ce qui concerne l'engagement politique se situe au numéro 86, à moins de 50 m de la librairie : le squat appelé « *Tuntenhaus* » [maison des folles] du Prenzlauer Berg. Bien qu'il y ait eu plusieurs maisons comme celle-ci, occupées par des militant-es queer dans les années 1980³⁵⁵, celle de la Kastanienallee est la seule qui ait réussi à résister aux affrontements avec la police et qui conserve son mode de fonctionnement alternatif. Le *Tuntenhaus* accueille de nombreux projets

³⁵⁵ Le premier de ces *Tuntenhäuser* se trouvait d'ailleurs au 55 Bülowstraße, à trois maisons à peine de l'ancienne adresse de Reprodukt. De toute évidence, le quartier était particulièrement actif lors de la vague d'occupation, mais seule une poignée de ces bâtiments a été régularisée, pouvant ainsi garder son mode de fonctionnement particulier.

caritatifs et organise des événements culturels, mais s'engage aussi activement dans la cause politique, ce dont témoigne la façade, qui arbore fièrement, en lettres gigantesques, « *Kapitalismus normiert, zerstört, tötet* » [La capitalisme norme, détruit, tue]. Ce haut-lieu du militantisme LGBTQ+ attire des touristes, mais aussi toute une partie du Berlin alternatif, qui devront forcément passer devant Modern Graphics.



Illustration 14 : Boîtier électrique utilisé comme espace publicitaire par Modern Graphics. L'artiste Mawil y représente son personnage emblématique Supa-Hasi (parfois appelé « Meister Lampe ») déguisé en autres personnages célèbres (et éponymes) de la bande dessinée (Sailor Moon, Lucky Luke, Donald Duck, Hulk, John Stewart/Green Lantern, Lisa Simpson, un Schtroumpf, Hilda, Spirou) et indiquant la direction à prendre. Avec une bulle qui contient le logo de l'éditeur, le personnage de Hilda rappelle que ses aventures paraissent chez Reprodukt.

En effet, l'arrêt de tramway le plus proche, Schwedter Straße, au croisement de la rue du même nom et de la Kastanienallee, se trouve juste avant le magasin de bandes dessinées, qui voit donc forcément passer tous les usagers et toutes les usagères qui empruntent le tram dans le quartier. Par ailleurs, l'emplacement de la boutique est notamment indiqué sur plusieurs boîtiers électriques recouvert de dessins de Mawil, ainsi que par la vitrine d'un Copy-Shop au bout de

la Kastanienallee, Solid Earth, où Reprodukt et Modern Graphics exposent plusieurs livres et une flèche qui pointe en direction du magasin. On peut donc affirmer que cette librairie jouit d'une bonne visibilité dans le quartier, auquel elle s'intègre parfaitement. Bien que le bâtiment occupé par la librairie ne possède pas le même héritage politique que les autres lieux associés à Reprodukt, il se situe néanmoins dans un environnement qui devrait plaire aux personnes qui se considèrent comme alternatives et/ou qui sont de sensibilité politique de gauche. Modern Graphics en devient un nouveau signe visible pour l'orientation de la maison d'édition, quoique dans une moindre mesure que ses bureaux.

Venons-en au magasin en lui-même et à sa fonction de représentation. Bien sûr, comme il se doit pour une librairie, elle vend les œuvres de Reprodukt ; pour autant, elle n'est pas un simple point de vente parmi d'autres. D'une part, la boutique peut servir de laboratoire d'expériences, d'étude de marché constante : la maison d'édition peut en théorie savoir en temps réel quel type de personne achète quel type d'œuvres, peut directement découvrir quelle couverture attire davantage les regards, quels prix sont trop élevés, quelle œuvre est davantage considérée comme cadeau et laquelle pour la lecture personnelle, etc. Ces indices peuvent servir au marketing de Reprodukt afin de mieux cibler le public que peut avoir telle ou telle œuvre. En outre, pour des photographies promotionnelles, il est bien sûr intéressant d'avoir à sa disposition une librairie avec toute une vitrine et des rayons dédiés à sa maison d'édition.



Illustration 15 : Intérieur de la boutique Modern Graphics. Cette partie du magasin est entièrement dédiée aux œuvres de Reprodukt, réparties sur plusieurs étagères. À droite, un portant indique qu'on peut acheter des t-shirts et autres vêtements en lien avec des bandes dessinées. À gauche, une table présente les recommandations des libraires.

D'autre part, Modern Graphics peut servir comme lieu de déstockage : tandis que d'autres points de vente achèteront avant tout les sorties les plus récentes et/ou les œuvres à succès, dans son propre magasin, rien n'empêche Reprodukt de proposer à la vente des œuvres qui ne se vendent plus ou qui ne se sont jamais bien vendues. Bien sûr, cela doit néanmoins rester rentable pour la librairie et un échec commercial ne se transformera pas soudain en succès grâce à un unique point de vente. Cela reste néanmoins une possibilité intéressante pour la maison d'édition, pour qui Modern Graphics devient parfois en quelque sorte un musée, une archive qui présente les œuvres les plus récentes de l'éditeur, mais qui conserve aussi certaines des plus anciennes dans ses rayons. En plus de permettre à l'éditeur de vendre des œuvres dont la durée de vie dans d'autres librairies aurait été dépassée, cela présente un véritable intérêt pour un public bédéphile, voire collectionneur, qui trouvera des œuvres qui ne sont plus en vente ailleurs. Enfin, le magasin peut être utilisé comme salle polyvalente où organiser divers

événements. De la séance de dédicaces³⁵⁶ au débat animé par l'éditeur³⁵⁷, en passant par la rencontre avec les employé-es de Reprodukt³⁵⁸, de l'exposition de planches originales³⁵⁹ à l'atelier de création de bandes dessinées³⁶⁰ : pour Reprodukt, Modern Graphics n'est pas seulement un magasin, c'est une véritable vitrine où elle peut présenter toute l'étendue de sa production et de son travail.

Pour conclure cette première partie, rappelons que Berlin n'est pas le centre incontesté de la bande dessinée de langue allemande. Il n'empêche que la ville a vu s'y développer un véritable milieu de la bande dessinée, notamment grâce à un nombre croissant d'événements et d'institutions autour du neuvième art. Nous avons pu constater que Berlin était éloignée d'autres centres importants du livre et de la bande dessinée et qu'elle n'est pas vraiment centrale dans l'aire germanophone. Toujours est-il que sa relative proximité avec les pays de l'Est permet aux éditeurs qui s'y sont installés d'entretenir des relations étroites avec les lieux de production en Pologne, en Lituanie etc. Cela permet notamment à Reprodukt de limiter certains coûts, mais

³⁵⁶ Reprodukt en organise beaucoup, notamment autour des fêtes de fin d'année. Voir D. REHM, « Adventssignieren bei Reprodukt und Modern Graphics, Kastanienallee 79, Berlin », sur *Site de Reprodukt*, 9 décembre 2019 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/adventssignieren-bei-reprodukt-und-modern-graphics-kastanienallee-79-berlin/> ; consulté le 19 mars 2021).

³⁵⁷ D. REHM, « Julie Doucet on tour », *op. cit.*

³⁵⁸ « Venez au 79 de la Kastanienallee et jetez un coup d'œil sur le quotidien et les défis d'une maison d'édition de bandes dessinées. Lors d'une table ronde ouverte, les différent-es employé-es de Reprodukt répondront à vos questions. », « Kommt in die Kastanienallee 79 und gewinnt einen Einblick in Alltag und Herausforderung eines Comicverlages. Eure Fragen dazu werden in offener Runde von verschiedenen Reprodukt Mitarbeiter*innen beantwortet », REPRODUKT, « Post pour invitation à rencontre avec l'équipe de Reprodukt », sur *Instagram*, 11 novembre 2022 (en ligne : https://www.instagram.com/p/Ck0QWxALGxu/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA== ; consulté le 17 mars 2023).

³⁵⁹ Ces expositions sont généralement liées à la sortie d'une œuvre. Le vernissage est alors l'occasion d'organiser une séance de dédicaces et donc aussi d'espérer quelques ventes. « Plus qu'une nuit avant que Sascha Hommer @sashommer accroche son exposition pour la nouvelle bande dessinée *Spinnenwald* sur ce joli mur argenté ! Venez chez Modern Graphics dans la Kastanienallee à 20h00 pour la séance de lecture et de dédicaces de *Spinnenwald* ! », « Noch einmal schlafen dann hängt Sascha Hommer @sashommer an dieser schönen silbernen Wand seine Ausstellung zum neuen Comic „Spinnenwald“ auf! Kommt um 20:00 zur Spinnenwald-Lesung und Signierstunde zu Modern Graphics in die Kastanienallee! », in REPRODUKT, « Post Instagram sur l'exposition Sascha Hommer », sur *Instagram*, 18 septembre 2019 (en ligne : <https://www.instagram.com/p/B2j9BhPCJdm/?hl=en>).

³⁶⁰ Ces ateliers visent plutôt un public très jeune, accompagné par ses parents. Certains ont d'ailleurs lieu à l'occasion d'un *Kinder-Comic-Tag*, une journée de la bande dessinée pour enfants. ZITTY MARKETING, « Comic Workshop mit Sandra Brandstätter bei Modern Graphics », *ZITTY*, 15 juin 2018 (en ligne : <https://www.zitty.de/comic-workshop-mit-sandra-brandstaetter-bei-modern-graphics/> ; consulté le 19 mars 2021).

aussi et surtout de produire des livres vraiment tels qu'elle les envisage, avec des entreprises considérées comme véritables partenaires. De plus, Berlin est une ville attractive pour des artistes du monde entier : la vie culturelle y est très active, le tissu urbain inspirant et le réseau d'institutions internationales bien installé. Dans ce contexte, Reprodukt aide à la fois des artistes étrangè-res à s'établir et à s'intégrer à Berlin, mais se positionne également comme éditeur berlinois authentique qui soutient la culture locale. Enfin, son emplacement au cœur de la ville n'est absolument pas neutre, mais répond à des nécessités économiques – qu'il s'agisse de trouver un lieu bon marché ou bien un point de vente dans un quartier réceptif à ses produits – et à une volonté d'afficher sa sensibilité politique et artistique. À travers leur histoire et leur mode de fonctionnement, les locaux de Reprodukt sont systématiquement associés à un engagement politique et social de gauche, ancrant l'entreprise dans un milieu non-bourgeois et la mettant en scène comme éditeur alternatif.

Comme on peut le constater sur la carte de l'illustration 9 à la page 139, créée pour un article publié dans la revue *Allemagne d'Aujourd'hui*³⁶¹, la bande dessinée est systématiquement positionnée à l'extérieur du quartier Mitte [*Ortsteil*/quartier à ne pas confondre avec l'arrondissement (*Stadtbezirk*) du même nom, qui comporte aussi Wedding et Gesundbrunnen], centre politique et médiatique de la ville. Seule Egmont Ehapa, géante de l'édition, possède les ressources pour être placée à un endroit aussi central. Il faut néanmoins dire qu'en dehors de cette maison d'édition, la production de bandes dessinées à Berlin est avant tout représentée par des éditeurs d'œuvres alternatives. Ces dernières visent plutôt un public éduqué, assez fortuné, et non-conservateur ; un public qui circule davantage dans des quartiers en voie de gentrification comme Kreuzberg, le nord de Neukölln et Prenzlauer Berg. C'est effectivement ici qu'on retrouve deux magasins Modern Graphics (dont celui associé à Reprodukt), qui témoignent du fait qu'il existe bien un public pour la bande dessinée dans ces quartiers, ainsi que des maisons d'édition comme JaJa et avant-Verlag ou le siège du journal *Jungle World*, qui prépublie de nombreuses bandes dessinées d'artistes berlinois-es. Le milieu

³⁶¹ R. BECKER, « Les Aventures de Reprodukt à Berlin – quels espaces pour la bande dessinée alternative ? », *Allemagne d'aujourd'hui*, vol. 240, n° 2, 2022, p. 167.

du fanzinat, qui constitue un vivier important d'artistes, est lui aussi essentiellement situé à Friedrichshain-Kreuzberg. En observant l'illustration 9, on constate que Reprodukt se situe à rebours d'autres institutions de la bande dessinée berlinoise, en ce qui concerne son siège social : ExRotaprint est à la fois à l'écart du milieu alternatif de Berlin et du microcosme de la bande dessinée qu'on trouve au sud de la rivière Sprée. Ce choix de localisation témoigne peut-être d'une certaine prise de distance entre Reprodukt et les milieux alternatifs (après tout, l'entreprise publie désormais aussi des œuvres pour enfants et quelques rares best-sellers internationaux), mais surtout d'une volonté d'assurer son futur de manière pérenne. Avec la hausse exponentielle des prix de l'immobilier à Kreuzberg et au nord de Neukölln (au niveau local, on parle aussi de « Kreuzkölln »), il est probable que des petites structures comme JaJa et avant-Verlag devront un jour quitter ces quartiers actuellement à la mode. Avec l'avancée de la gentrification, la population d'aujourd'hui sera poussée hors de l'arrondissement et devra s'établir ailleurs, à moins que des politiques publiques réussissent à endiguer le phénomène. Si l'on considère la paupérisation actuelle à Gesundbrunnen et la valorisation de friches comme à ExRotaprint ou dans les Uferhallen³⁶², on peut imaginer que le quartier devienne un jour un nouvel épice de la culture alternative et doive ainsi lui aussi faire face à une pression immobilière croissante. En étant installée dans un lieu qui offre une protection durable contre la hausse des prix, Reprodukt a sans doute assuré son futur, à défaut d'être au cœur des milieux artistiques actuels. C'est aussi comme cela qu'on pourrait analyser la stratégie derrière le catalogue de Reprodukt : plutôt que de ne publier que des œuvres alternatives et avant-gardistes, l'éditeur garantit sa survie avec la publication d'œuvres qui présentent un attrait pour un public plus large et qui ne comportent donc pas de grands risques financiers.

³⁶² À l'origine, cette ancienne friche industrielle reconvertie en espace dédié à la culture était détenue par une entreprise privée à but lucratif. En 2019, les locataires se sont constitué-es en association pour garantir la pérennité du lieu ; il est possible que dans le futur proche, cet espace tende vers un modèle organisationnel semblable à celui d'ExRotaprint. Ces deux espaces sont d'ailleurs systématiquement comparés dans le mémoire de L. Birckel et pris comme exemples de l'évolution des pratiques à Gesundbrunnen. L. BIRCKEL, *Pratiques quotidiennes d'espaces, détournements et représentations spatiales dans deux anciens espaces industriels : Vers une poétique de l'espace dans ExRotaprint et les Uferhallen à Berlin*, op. cit.

II. Le catalogue de Reprodukt : une cohérence dans l'incohérence ?

De 1991 à 2021, Reprodukt a publié au moins 639 bandes dessinées³⁶³ et en propose de nombreuses autres à la vente, ayant racheté les stocks d'autres entreprises. Pour un éditeur dit alternatif, il s'agit d'un nombre important et comparable, voire supérieur à celui de maisons d'édition semblables dans des aires culturelles pourtant plus bédéphiles³⁶⁴. Cette quantité d'œuvres réunies dans un même catalogue possède néanmoins un caractère parfois éclectique et n'a cessé d'évoluer. Dans cette partie, nous allons proposer une analyse statistique de ce catalogue afin de dégager les tendances qui le traversent, mais aussi de relever sa diversité. Avec les informations que nous avons pu réunir dans notre base de données, il nous est possible de catégoriser les bandes dessinées selon leur contenu, plus précisément selon leur catégorisation chez Reprodukt. En outre, nous pouvons étudier d'une part les caractéristiques matérielles des publications de Reprodukt : nombre de pages, type de reliure, taille – en somme, le format –, mais aussi le prix et la couleur qu'elles contiennent. Enfin, nous pouvons nous pencher sur les artistes des œuvres, plus précisément sur leur genre et leur nationalité, mais aussi sur leur éditeur original.

³⁶³ En introduction de ce travail, nous avons évoqué qu'il pouvait y avoir des œuvres qui nous ont échappé, puisque pas répertoriées non Reprodukt, la base de données Comicguide, ou les catalogues en ligne des bibliothèques du monde entier. La petite taille de la maison d'édition à ses débuts a pu mener à la publication presque informelle de certaines œuvres, tirées à peu d'exemplaires, et donc indisponibles à la vente (ou dans les collections des bibliothèques) aujourd'hui.

³⁶⁴ À défaut de posséder une base de données avec les mêmes critères que les nôtres pour des éditeurs spécifiques, nous pouvons nous aider de la base de données BD Gest' pour les éditeurs francophones, de comics.org pour les éditeurs anglophones, et de Comicguide pour les germanophones, bien que cette dernière soit très incomplète, comme nous l'avons précisé dans l'introduction de ce travail. Selon ces bases de données, jusqu'en 2021, Reprodukt aurait publié à peu près autant que L'Association (598 œuvres) et Drawn & Quarterly (659), et près du double de Cornélius (321), trois entreprises fondées à peu près au même moment que Reprodukt et publiant des œuvres souvent similaires. Ainsi, l'entreprise allemande aurait une production équivalente à des représentantes importantes de l'édition indépendante internationale, qui peuvent pourtant compter sur un public plus nombreux.

A. Catégoriser le catalogue : comment désigner ses œuvres ?

Au début de notre recherche, nous avons envisagé de classer les œuvres de Reprodukt selon leur appartenance à un genre narratif : science-fiction, biographie, humour... La tâche s'est avérée peu concluante, puisque l'attribution d'une œuvre à un ou deux genres précis relevait de notre impression subjective. Les œuvres d'un R. Crumb sont certes humoristiques et contiennent des rapports à l'autobiographie, mais des éléments fantastiques ou érotiques peuvent s'y insérer. Lorsqu'il s'agit d'une anthologie de bandes dessinées différentes, parues à des époques diverses et contenant des histoires de style varié, comment classer l'œuvre ? Les notions d'humour et d'érotisme, éminemment subjectives, compliquaient le travail, d'autant qu'elles évoluent avec le contexte culturel et temporel de la création. Enfin, la dénomination ou l'existence même de certains genres ou courants artistiques est également source de conflits. Par exemple, une bande dessinée dite « *underground* » a beau traiter de sujets divers, son esthétique est souvent suffisamment reconnaissable et son cadre temporel suffisamment restreint pour la définir comme un genre ou un courant artistique précis. Pour autant, les œuvres qui imitent cette esthétique des années 1963–1975 peuvent-elles être désignées comme « néo-*underground* » ou comme « deuxième vague de l'*underground* » ? Lorsqu'une série comme *Donjon* reprend les codes de l'*heroic fantasy* tout en les parodiant, fait-elle néanmoins partie du genre de l'*heroic fantasy*, ou appartient-elle uniquement au genre de la « parodie » ? Et ne pourrions-nous pas aussi classer cette œuvre selon son format, à savoir l'« album » ?

In fine, le genre attribué de manière visible à une œuvre, ainsi que l'horizon d'attente qui en découle, dépendent avant tout de notre propre expérience et du classement opéré par le point de vente. En fonction des sensibilités de ses employé-es, de la clientèle et du pays, une librairie classera peut-être les *Donjon* dans le rayon « fantastique », « humour », « bande dessinée » (par opposition à « manga » ou « comics »), « album », voire « adolescent » ou « jeune garçon »³⁶⁵.

³⁶⁵ Notamment au Japon, les bandes dessinées sont classées selon l'âge et le genre supposés du lectorat. Les genres « *shōnen* » ou « *shōjo* » (respectivement pour jeunes garçons et jeunes filles) ne donnent ainsi pas d'indication sur

Plutôt que de devoir trancher nous-même ou de consulter une librairie précise³⁶⁶, nous avons souhaité laisser la parole à Reprodukt en étudiant sa propre catégorisation. Cette approche nous permet d’insister davantage sur la manière dont l’éditeur présente son catalogue plutôt que sur celle dont nous le percevons. La maison d’édition catégorise ses œuvres de deux manières dans son catalogue en ligne : d’une part, pendant la période que nous étudions, elle classe ses œuvres en tant que « Comics », « Graphic Novels », « Kindercomics » et « Manga ». Il s’agit du classement le plus visible, dans l’en-tête du site internet et mentionné sur chaque fiche d’information d’œuvre. La catégorisation éclectique, que nous analyserons de manière extensive par la suite, inclut des critères formels et géographiques, mais indique aussi le public visé – en cela, on peut voir dans ces catégories une esquisse de « genres » de bandes dessinées. Pour le chercheur Jean-Mathieu Méon, de tels « labels de qualification générique sont censés spécifier la nature d’une œuvre et indiquer comment estimer sa valeur »³⁶⁷ – ce dernier point étant d’une importance capitale dans l’aire germanophone.

D’autre part, Reprodukt appose des *tags* de métadonnées à certaines œuvres : des balises électroniques permettant de marquer une œuvre et de la retrouver lorsque l’on cherche des mots clés associés à la balise avec le moteur de recherche intégré au site internet. Plus précisément, sont ainsi regroupées :

le contenu ou la tonalité des œuvres, mais tout au plus sur les magazines dans lesquels elles sont prépubliées. Bien qu’on puisse souvent associer certains codes narratifs et esthétiques à chaque genre de manga, dans les faits, les catégories sont aussi flexibles que le sont les genres littéraires précédemment évoqués.

³⁶⁶ À notre avis, même la classification des bandes dessinées dans la librairie Modern Graphics de la Kastanienallee relève de la sensibilité de ses employé-es et non pas directement de Reprodukt. Le rayonnement y change d’ailleurs régulièrement en fonction de la saison ou d’événements spécifiques (Journée Internationale des Droits des Femmes, *Comicfestival* à Erlangen...) et ne nous aurait pas permis de définitivement classer une œuvre dans un rayon précis.

³⁶⁷ « A label of generic qualification, such as “graphic novel,” is meant to specify the nature of a work and to indicate how to assess its value », J.-M. MÉON, « What do their peritexts tell us about the early “graphic novels”? », lors de la rencontre *Reading Comics at the Threshold: A Round Table on Letter Columns & Other Comics Paratexts*, 22 septembre 2020 (en ligne : <https://themiddlespaces.com/2020/09/22/reading-comics-at-the-threshold-part-2/> ; consulté le 16 mars 2022)

- les œuvres appartenant à une même série (selon la définition de cette série donnée par Reprodukt)
- créées par les mêmes « *Autor*innen* » (auteur·ices)³⁶⁸
- celles appartenant à la collection « R-24 »
- celles créées par un·e artiste germanophone, avec le tag « *Deutsche Autor*innen* » (auteur·ices allemand·es). Cette métadonnée est différente de celle de l'auteur·ice, puisqu'elle s'y superpose (une œuvre va ainsi être taguée « Katja Klengel » et « *Deutsche Autor*innen* »). De manière surprenante, l'artiste autrichien Nicolas Mahler est également inclus dans cette catégorie, ce que fait remarquer l'éditeur avec humour en indiquant que « le dessinateur de bandes dessinées viennois [...] n'a été naturalisé allemand qu'ici, [dans le but de le répertorier sur la page internet] »³⁶⁹.

Depuis l'en-tête du site internet, on peut donc classer les œuvres selon leur appartenance à une série ou selon leur auteur·ice. Toutefois, cette catégorisation est déjà prise en compte dans notre prise de relevés, et ne correspond pas à l'idée d'un « genre » de bande dessinée. Quant à l'inscription « R-24 », elle indique clairement quelle œuvre fait partie de cette collection d'œuvres à 24 pages. En somme, ces trois manières de classer les publications de Reprodukt ne nécessitent pas d'analyse particulière, tant elles semblent objectives. Dans les faits, il faut dire que l'attribution d'une œuvre à une série – ou non – relève en réalité de l'appréciation de l'éditeur. Comme nous l'avons détaillé dans « *How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish* » [Comment un éditeur allemand s'approprié des œuvres qu'il n'a

³⁶⁸ Reprodukt les appelle « *Autor*innen* », donc « auteur·ices », gommant la différence entre scénaristes et dessinateur·ices, tout comme nous le faisons dans ce texte en employant le terme générique « artiste ». En mettant l'accent sur l'écriture, Reprodukt souhaite sans doute inscrire les créateur·ices d'œuvres dans la tradition littéraire et renforcer l'impression que les œuvres qu'elle publie émanent d'une seule personne responsable du texte et de l'image. Cela renforce l'idée que ses publications reflètent un point de vue subjectif, comme promis dans le « *Selbstverständnis* » (la description des valeurs fondamentales de l'entreprise) de Reprodukt. De plus, ce terme rappelle l'auto-désignation comme « *Autorenverlag* » [Maison d'édition de livres d'auteur·ices].

³⁶⁹ « Hier präsentieren wir Titel von deutschsprachigen Autoren wie Mawil, Arne Bellstorf, Line Hoven, Sascha Hommer, Aisha Franz, Anke Feuchtenberger, Martin tom Dieck – aber auch vom Wiener Comiczeichner Nicolas Mahler, den wir nur zu diesem Zweck und nur an dieser Stelle eingemeindet haben. », « *Deutsche Autor*innen* », sur *Site de Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://reprodukt.com/collections/deutsche-autor-innen> ; consulté le 9 février 2023).

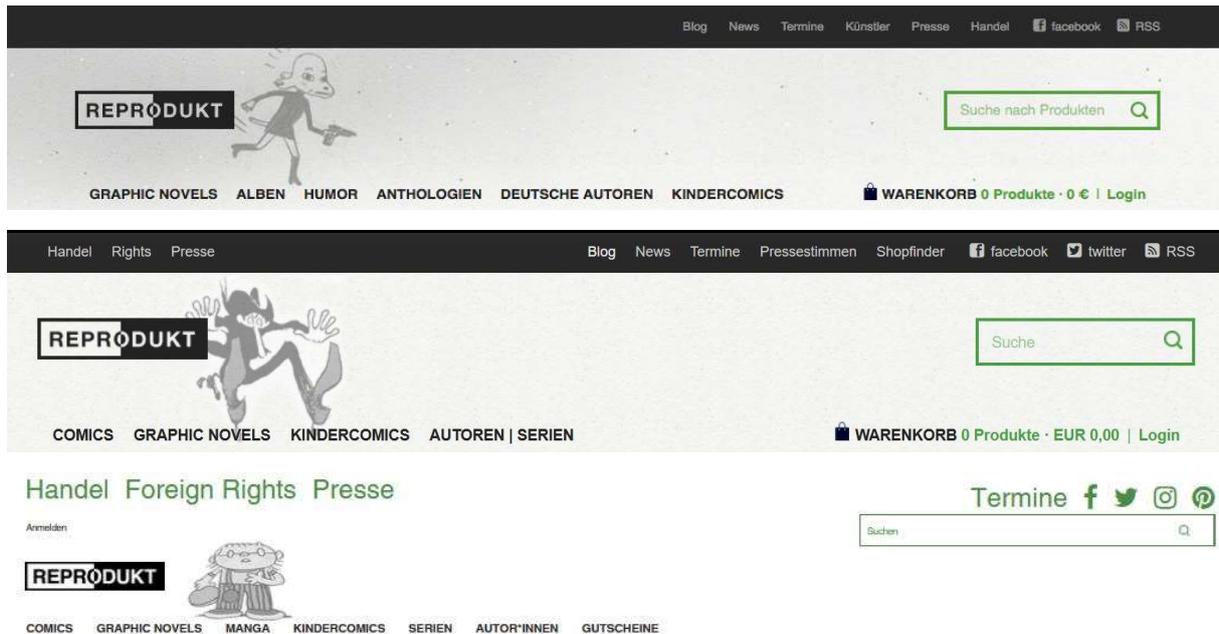
pas publiées à l'origine], paru dans le volume *Comics and Agency*, Reprodukt a notamment attribué à la série des *Herr Hase* des œuvres explicitement appelées *Die erstaunlichen Abenteuer ohne Herrn Hase* [*Les formidables aventures sans Lapinot*]³⁷⁰, qui n'en font donc pas tout à fait partie. En dehors de quelques cas contentieux, cette manière de trier les œuvres ne pose cependant pas problème.

Un dernier *tag* pour comptabiliser les différents genres de bandes dessinées chez Reprodukt pose davantage de questions : 144 œuvres publiées entre 1991 et 2021 sont classées comme œuvres « *Humor* » (humour), sans que cette information soit mise en avant dans le catalogue. Aujourd'hui, on ne peut pas simplement cliquer sur un bouton « *Humor* » depuis la page d'accueil du site (contrairement aux bouton « *Manga* », par exemple), mais uniquement à partir de la page d'information d'une œuvre signalée comme étant humoristique. Dès lors s'affiche une liste des œuvres qui appartiennent, selon la maison d'édition, au genre flou de « l'humour ». En 2013, au moment où le site de Reprodukt a été relancé avec un nouveau design, il comportait encore une catégorie « *Humor* », ce qui explique l'existence de cette métadonnée, désormais difficilement accessible. Le fait de pouvoir signaler une œuvre comme étant humoristique permet également à la clientèle de pouvoir, tout simplement, taper « humour » dans le moteur de recherche et de trouver ainsi toute œuvre susceptible de contenir de l'humour tel que défini par l'éditeur. Si d'autres mots, tels « *Romanze* » [romance] ou « *Abenteuer* » [aventure] donnent également des résultats, c'est soit que le mot est contenu dans le titre de livres, soit qu'il est utilisé dans la fiche descriptive établie par Reprodukt. Pour autant, cela ne donne pas d'indication fiable sur le contenu de l'œuvre, puisque le titre peut ne pas correspondre au contenu (*Die neuen Abenteuer von Herrn Hase* [*Les nouvelles aventures de Lapinot*] ne peut ainsi que difficilement être considérée comme œuvre d'aventure) ou que le descriptif peut contenir un mot sans pour autant y associer une œuvre (on imagine aisément un descriptif de type « Contrairement aux apparences, *X* n'est pas une romance »). On ne peut pas ainsi

³⁷⁰ R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », dans V. Ossa, J.-N. Thon et L. R. A. Wilde (éd.), *Comics and Agency*, Berlin, De Gruyter, 2022, p. 67-68.

prétendre que les mots du titre et de la description permettent réellement à l'éditeur de catégoriser ses œuvres, contrairement au *tag* « *Humor* » consciemment apposé aux bandes dessinées dans le même espace que celui dédié aux œuvres appartenant à une même série.

Comme le montre l'illustration ci-contre, au moment du lancement du site de Reprodukt en juin 2013, des catégories « *Anthologie* » et « *Alben* » existaient, possédaient leur propre *tag* de métadonnées, et étaient présentes dans la bannière du site. Ces catégorisations sont, à notre connaissance, désormais complètement inaccessibles au public, tandis que « *Humor* » et « *Deutsche Autoren* » sont devenues des options dissimulées sur le site. Si à une époque, il a pu lui sembler pertinent d'indiquer clairement quelles œuvres étaient humoristiques et lesquelles étaient au format « album », dès le mois de juillet 2013, Reprodukt a simplifié sa bannière et ne proposait plus que les catégories « *Comics* », « *Graphic Novels* » et « *Kindercomics* », et permettait de chercher les œuvres en fonction de leur série et de leur auteur·ices. Dix ans plus tard, Reprodukt conserve peu ou prou la même catégorisation, avec l'ajout de la catégorie « *Manga* ». Le fait qu'il y ait eu un jour d'autres catégories et que l'ordre de celles encore employées ait changé (ainsi que la désignation épiciène « *Autor*innen* » plutôt que le masculin générique « *Autoren* ») nous indiquent que Reprodukt a bien réfléchi à la manière de diviser son catalogue et de la rendre plus compréhensible pour son lectorat. Certaines des métadonnées que nous avons pu récolter ne sont ainsi plus pertinentes pour Reprodukt, mais sont la trace de ses tentatives de rationaliser son catalogue. Début 2023, Reprodukt a décidé d'ajouter la catégorie « *Jugendcomics* » [bandes dessinées pour adolescent·es] à son site, dont le nom a été changé en « *Young Adult* » [jeune adulte] en mai de la même année. Cette catégorie ayant été créée en dehors de la période que nous étudions et sa pérennité n'étant pas garantie, nous ne l'analyserons pas dans cette thèse, mais y reviendrons dans notre conclusion.



*Illustration 16 : Différentes versions de la bannière du site internet de Reprodukt.
 En haut : Bannière datant de juin 2013. Le personnage représenté est Brigitte, issue de Brigitte und der Perlenhort, écrit et illustré par Aisha Franz.
 Au milieu : Bannière datant de juillet 2013. L'illustration, qui montre le personnage Gus, est reprise de la couverture de Gus 1: Nathalie, œuvre écrite et illustrée par Christophe Blain.
 En bas : Bannière datant de décembre 2021. Le personnage représenté est Mirko, protagoniste du Kinderland de Mawil.*

Pour résumer, en 2021, en dehors des catégories « Comics », « Graphic Novels », « Kindercomics » et « Manga », l'éditeur n'indique de façon claire uniquement *qui* a créé une œuvre et de quelle série elle fait potentiellement partie, si l'auteur-ice est germanophone, si selon lui, une œuvre contiendrait de l'humour ou non, et si elle fait partie de la collection R-24. Dans la partie qui suit, nous nous interrogerons sur la part de subjectivité dans cette catégorisation et sur la vision et les stratégies commerciales qu'elles reflètent.

1) Du Comic au Manga : une question de distinction

Sur les 639 publications de Reprodukt que nous avons répertoriées, 630 sont rangées parmi une des catégories en en-tête du site. On peut ainsi prétendre que l'entreprise est très consciencieuse quant à l'attribution d'au moins une de ces désignations à chacune de ses œuvres : il s'agit, après tout, de son moyen principal de catégoriser des œuvres, là où d'autres se servent plutôt de

collections, de genres littéraires ou d'autres critères pour ordonner leur catalogue. Seules 8 bandes dessinées, essentiellement datant des années 1990, n'ont pas pu être classées parmi les « Comics », « Graphic Novels », « Manga », ou « Kindercomics », et pour cause : elles ne se trouvent plus dans le catalogue de Reprodukt et nous n'en avons eu connaissance qu'en consultant directement le portfolio des artistes concerné-es.

Il est intéressant de noter que des changements catégoriels ont été effectués ces dernières années, pendant la réalisation de notre travail, exigeant un suivi de cette évolution et de nouvelles analyses au long cours. C'était notamment le cas des deux premiers tomes de *Pablo* de Clément Oubrierie et de Julie Birmant, qui n'étaient présents dans aucune des catégories de Reprodukt alors que les deux derniers tomes avaient été clairement classés parmi les « Graphic Novels ». Étant donné que cette non-classification incohérente a été changée fin 2022 au plus tard, il ne fait pas de doute qu'il s'agissait tout simplement d'une erreur. La classification des œuvres se fait par les employé-es de la maison d'édition et D. Rehm au moment de leur sortie et de tels oublis surgissent donc naturellement, par exemple lors des changements de personnel ou de l'instauration de nouveaux critères de classification. Alors qu'en 2020, il y existait encore quatre œuvres répertoriées comme « *Bilderbuch* » [livre illustré] – catégorie qui n'était pas mise en valeur par Reprodukt à l'époque, de la même manière que « *Humor* » –, peut-être parce qu'elles ne contiennent pas de bulles et se distinguent ainsi d'autres publications, elles ont désormais toutes quatre été reclassifiées comme « *Kindercomics* ». Y avait-il encore davantage de catégories cachées avant que nous ne commencions nos relevés ? En tout état de cause, Reprodukt a finalement opté pour une classification plus large et a éliminé les désignations qui ne concernaient que trop peu d'œuvres ou ne lui semblaient pas suffisamment bien définies. Plutôt que des catégories par défaut, il faut considérer « *Comics* », « *Graphic Novels* », « *Kindercomics* », et « *Manga* » comme ayant été explicitement retenues par l'éditeur parce qu'elles ont pour lui une réelle pertinence.

Plutôt que de servir à ordonner le catalogue de manière précise, notamment pour des raisons internes à l'entreprise, les catégories doivent plutôt présenter les œuvres d'une certaine manière

auprès de personnes extérieures. En effet, même si ces quatre classes de bandes dessinées sont signifiantes pour Reprodukt, elles ne se suffisent apparemment pas à elles-mêmes, puisque 115 livres (donc près du cinquième du catalogue entier) ont été répertoriés dans plusieurs d'entre elles. En désignant une œuvre comme « *Comic* » et en même temps comme « *Manga* », il s'agit de parler à la fois à un public qui serait intéressé par la première catégorie et à un autre, plutôt intéressé par la seconde, en supposant que les lectorats de ces catégories seraient distincts. Avant d'analyser les désignations choisies par Reprodukt et ce qu'elles impliquent pour leur lectorat et l'éditeur, observons leur répartition statistique au sein du catalogue.

Catégorie	Nombre de titres	Pourcentage au sein du catalogue
Comic	286	44,76 %
Graphic Novel	144	22,54 %
Kindercomic	80	12,52 %
Comic et Graphic Novel	79	12,36 %
Comic et Kindercomic	24	3,76 %
Vide – aucune catégorie	8	1,25 %
Manga	6	0,94 %
Comic et Graphic Novel et Manga	5	0,78 %
Comic et Manga	3	0,47 %
Comic et Graphic Novel et Kindercomic	2	0,31 %
Graphic Novel et Kindercomic	1	0,16 %
Graphic Novel et Manga	1	0,16 %
Total général de titres	639	100,00 %

Tableau 1 : Nombre d'œuvres associées à chaque catégorie utilisée par Reprodukt sur son site.

En comptant les œuvres classées dans plusieurs catégories comme appartenant à chacune d'entre elles (et dépassant donc le nombre réel d'œuvres publiées par l'éditeur), Reprodukt aurait publié au moins : 399 « *Comics* » (62 % du catalogue entier), 232 « *Graphic Novels* » (36 %), 107 « *Kindercomics* » (17 %) et 15 « *Mangas* » (2 %). Certaines catégories sont plus perméables que d'autres, puisque 113 « *Comics* » (soit 28 % des œuvres ainsi classées), 88 « *Graphic Novels* » (38 %), 27 « *Kindercomics* » (25 %), et 9 « *Mangas* » (60 %) ont été comptabilisés dans plusieurs d'entre elles. Nous reviendrons sur ces chiffres en analysant chacune de ces classes et la logique interne à laquelle elles répondent. Plutôt que de chercher à définir parfaitement chacune de ces désignations, il sera plus intéressant pour nous de voir ce

que l'éditeur souhaite transmettre à travers elles. Comme le précise J.-M. Méon lors d'une table ronde organisée par la revue en ligne *The Middle Spaces*, « le péri-texte [dont les désignations d'œuvres font partie] étant directement contrôlé par les éditeurs, ils peuvent davantage [y] révéler leurs intentions et ambitions »³⁷¹. En appelant une œuvre « *Manga* » plutôt que « *Kindercomic* », par exemple, la maison d'édition Reprodukt révèle davantage d'elle-même que des œuvres qu'elle désigne ainsi.

2) Comics

Les chiffres nous permettent d'ores et déjà de repérer que Reprodukt se sert de la catégorie de « *Comic* » pour y ranger des œuvres hétéroclites : sa définition large englobe apparemment le mieux la majorité de ses publications. A priori, ce n'est pas surprenant, puisque ce mot est le terme générique désignant la bande dessinée en allemand. De la même manière que toute production filmique, court-métrage comme long-métrage, science-fiction comme documentaire, pourrait théoriquement être catégorisée comme « film », toute œuvre du neuvième art devrait pouvoir être considérée comme « *Comic* » en allemand ou comme « bande dessinée » en français. Pourtant, Reprodukt n'a pas classifié chacune de ses œuvres comme cela, mais uniquement 62 % : bien que son acception soit large, le mot correspond donc à une idée plus précise de la bande dessinée. Nous l'avons évoqué en introduction de ce travail : « *Comic* » renvoie étymologiquement parlant au « comique », à la « *Komik* » allemande, et donne ainsi l'impression que les œuvres désignées comme cela seraient intrinsèquement drôles. Cette terminologie donnant d'emblée une indication sur le contenu supposé des œuvres, l'association entre « *Comic* » et histoires légères, voire histoires pour enfants, semble évidente dans l'espace germanophone. À l'inverse, comme le rappelle Jean-Paul Gabilliet, le mot français « bande dessinée » « a le mérite de désigner la forme du moyen d'expression », à savoir qu'il s'agit de dessins généralement arrangés liés entre eux dans une forme rectangulaire, en « bande », tandis

³⁷¹ « In that sense, since the peritext is directly controlled by editors, they can be more revelatory of their intentions and aspirations. », J.-M. MÉON, « Reading Comics at the Threshold », *op. cit.*

que les « traductions anglaises (*comics*) et japonaises (*manga*, littéralement ‘images dérisoires’) mettent l’accent sur la nature légère des contenus, donc sur un genre qui serait l’apanage entier et exclusif du moyen d’expression »³⁷². Contrairement à une désignation concurrente telle que « petits miquets », le terme « bande dessinée » en soi ne véhicule donc pas cette association avec l’humour et l’enfance, bien qu’elle puisse exister dans les faits. Outre diverses raisons historiques et culturelles, c’est en partie cette différence de vocabulaire qui pourrait expliquer la méfiance des populations plus âgées face aux « *Comics* », comme nous l’avancions plus longuement dans un article pour la *Revue française d’histoire du livre*³⁷³. En désignant une bande dessinée comme « *Comic* », Reprodukt n’utilise pas simplement un terme générique, mais elle puise aussi inévitablement dans l’imaginaire qui y est associé – à l’inverse, en employant un autre vocabulaire, l’entreprise tente justement de s’en distancier.

Le segment des œuvres « *Humor* » témoigne du sens que donne Reprodukt à cette catégorie des « *Comics* » : sur 144 œuvres que l’éditeur a marquées avec le *tag* « humour », 135 sont classées parmi les « *Comics* », 6 parmi les « *Comics* » et les « *Graphic Novels* », et 3 uniquement comme « *Graphic Novel* ». Si tous les « *Comics* » de Reprodukt ne sont donc pas des œuvres humoristiques selon l’éditeur (35 %, néanmoins, et 47 % pour les œuvres uniquement classées comme « *Comic* »), à l’inverse, quasiment toutes ses œuvres explicitement humoristiques sont des « *Comics* ». On y retrouve ainsi les œuvres de Fil et de Nicolas Mahler, qui s’inscrivent toujours dans une tonalité comique. De même, sur la centaine de bandes dessinées au format dit « album », ancré dans le contexte franco-belge, toutes sauf deux sont classées parmi les « *Comics* ». La quasi-totalité des œuvres de Christophe Blain et de Lewis Trondheim, publiée dans ce format, est ainsi classifiée dans cette catégorie. Enfin, une analyse géographique de la catégorie permet de relever que la désignation s’applique moins facilement aux œuvres issues de certaines zones de production. En effet, alors que plus de la moitié des bandes dessinées produites par des artistes français-es et allemand-es est entre autres classés comme « *Comics* »

³⁷² J.-P. GABILLIET, « BD, mangas et comics : différences et influences », *Hermès, La Revue*, vol. 54, n° 2, 2009, p. 35.

³⁷³ R. BECKER, « La bande dessinée alternative de langue allemande - portrait d’un éditeur caméléon », *Revue française d’histoire du livre*, n° 143, 2022, p. 83-104.

(respectivement 65 % et 80 %), selon Reprodukt, le terme s'applique uniquement à 38 % des œuvres étasuniennes ou finlandaises, par exemple³⁷⁴. À l'inverse, parmi les pays les plus représentés dans le catalogue, 69 % des œuvres publiées d'abord aux États-Unis et 54 % de celles issues du Canada sont catégorisées entre autres comme « *Graphic Novels* ».

À partir de ces données, on peut identifier que pour la maison d'édition, la catégorie « *Comics* » revêt un rôle double : d'une part, il s'agit bel et bien d'un mot générique, employé pour toutes les œuvres du catalogue n'entrant dans aucune des catégories plus précisément définies, ce qui explique le nombre élevé d'œuvres qui en font partie. En outre, de nombreuses publications (113) appartenant à une de ces autres classifications sont aussi classées comme « *Comics* » et seules deux œuvres multi-catégorielles ne le sont pas. Les autres classifications ne se suffisent de toute évidence pas toujours à elles-mêmes, alors que « *Comic* » est largement la catégorie la plus plastique et s'adapte à une grande variété d'œuvres (ce qui signifie aussi que c'est la catégorie la moins bien circonscrite). D'autre part, les « *Comics* » répondent aussi à une certaine définition de la bande dessinée, tant au niveau de sa forme que de son contenu et de son origine. Les œuvres germanophones en particulier (84 % d'entre elles) et dans une moindre mesure les francophones (65 %) semblent bien correspondre à ce que Reprodukt entend par « *Comics* ». À l'inverse, moins de la moitié des œuvres anglophones (48 %) est étiquetée comme « *Comic* » pour l'éditeur³⁷⁵. Ce dernier point est d'autant plus surprenant que dans la catégorisation utilisée dans les librairies et maisons d'édition francophones, on désigne essentiellement comme « *comics* » (toujours au pluriel) les bandes dessinées des États-Unis, en particulier les récits super-héroïques. Le catalogue de Reprodukt fait ainsi la preuve que le même mot d'origine étrangère ne possède pas la même connotation en français et en allemand : pour l'éditeur berlinois, les « *Comics* » sont avant tout des bandes dessinées d'Europe occidentale, au

³⁷⁴ De nombreux pays moins représentés dans le catalogue, par exemple la Lettonie ou la Chine, affichent une répartition plus franche (0 % ou 100 % des œuvres classées parmi les « *Comics* »). Ces statistiques ne concernant qu'une ou deux œuvres publiées, nous avons ici choisi de nous concentrer sur les pays dont les artistes sont les plus représentés chez Reprodukt.

³⁷⁵ Reprodukt répertorie 75 % des œuvres canadiennes anglophones comme « *Comic* » et 74 % de celles du Royaume-Uni. Toutefois, 38 % des œuvres étasuniennes, largement plus nombreuses, sont classés comme « *Comic* », d'où le nombre inférieur à 50% pour la totalité des œuvres anglophones.

format canonique et dont le contenu ne se veut pas forcément sérieux ou (auto)biographique, mais plutôt humoristique.

3) Graphic Novels

La catégorie « *Graphic Novel* » [roman graphique] représente, quant à elle, l'exact opposé : des œuvres qui sortent de ce que l'on associe traditionnellement à la bande dessinée de langue allemande, à savoir des œuvres perçues comme plus sérieuses et au format inhabituel pour cette région de l'Europe, notamment des œuvres plus volumineuses, ne s'inscrivant pas dans une série. Selon J.-P. Gabilliet, plutôt que de décrire les qualités censément littéraires d'une œuvre (« roman graphique »), le mot anglais désignerait « toute bande dessinée diffusée en format album par opposition aux *comic books*, fascicules périodiques »³⁷⁶. Un « roman graphique » ne ferait donc pas partie d'une série (ou du moins d'une série publiée régulièrement) et s'opposerait formellement aux courts fascicules à la couverture souple dans lesquels sont traditionnellement publiés les récits superhéroïques.

Ces caractéristiques se retrouvent effectivement dans le catalogue de Reprodukt : la *Graphic Novel* moyenne chez Reprodukt compte ainsi 175 pages, bien plus que les 108 pages moyennes d'un *Comic* ou que les 68 d'un *Kindercomic*. En outre, dans 44 % des cas, elle possède une couverture rigide, davantage que les 27,5 % des *Comics* ou les 7 % d'œuvres classées comme « *Manga* ». La longueur plus importante est partiellement corrélée au type de reliure et de couverture, mais comme nous le constatons avec les bandes dessinées pour enfants et les mangas, d'autres raisons peuvent aussi jouer. Enfin, les *Graphic Novels* font en effet plus rarement partie d'une suite d'œuvres que les autres catégories du catalogue. Tandis que 60,5 % des *Comics* font clairement partie d'une série, et peut-être même 3,5 % de plus³⁷⁷, et que 3,5 %

³⁷⁶ J.-P. GABILLIET, « BD, mangas et comics : différences et influences », *op. cit.*, p. 40.

³⁷⁷ Il s'agit en grande partie d'œuvres autobiographiques comme celles de Nicolas Mahler, Robert Crumb ou Julie Doucet qui, par leur nature narrative et leur esthétique régulière, constituent une suite (chaque œuvre retraçant des moments particuliers de la vie de ces artistes), mais qui ne sont pas clairement affichées comme telles sur le site

d'entre eux sont des intégrales (contenant donc des œuvres publiées d'abord de manière périodique), tout au plus 29 % des *Graphic Novels* s'intègrent dans une suite (16,5 % de suites clairement définies comme telles, 5,5 % de suites potentielles et 7 % d'intégrales). On retrouve ici les *Love & Rockets*, ainsi que les tomes d'*Aya* et de *Pablo*, illustrés par Clément Oubrerie et écrits par Marguerite Abouet pour les premiers et par Julie Birmant pour les seconds. Bien que le taux de séries soit plus faible que dans les *Comics*, les *Kindercomics* et les *Manga* (avec respectivement 84 % et 60 % de séries, en comptant les intégrales et les suites potentielles), force est de constater que la définition de J.-P. Gabilliet, qui a trait à des aspects de forme et de production, ne correspond pas tout à fait à ce que Reprodukt entend par « roman graphique », même si elle s'en rapproche. En général, la signification de ce mot n'est pas figée, révélant à nouveau une grande plasticité de la terminologie employée par Reprodukt.

Après une utilisation sporadique dans le milieu du fanzinat étasunien³⁷⁸, la diffusion plus large de l'expression remonte à l'artiste étasunien Will Eisner qui, habitué aux séries périodiques, avait souhaité publier en 1978 une bande dessinée sans suite et au récit partiellement autobiographique chez l'éditeur de littérature Bantam Books (mais qu'il publiera finalement chez Baronet Books). Pour convaincre la maison d'édition et attirer un public non habitué aux bandes dessinées, Eisner a défini son projet comme étant un « *graphic novel* », un roman graphique³⁷⁹. Preuve de l'importance prêtée à ce terme par l'artiste et son éditeur, à partir de sa première édition brochée³⁸⁰, *Un pacte avec Dieu* comportera la mention « roman graphique » sur la couverture. Dès le début, le « roman graphique » est donc pensé comme outil de marketing avant tout, permettant de viser un public davantage intéressé par la littérature (le « roman ») que par la bande dessinée. En complément de cette fonction de communication

de Reprodukt. S'y ajoutent des bandes dessinées journalistiques comme celles de Sarah Glidden, d'Igort, et de Guy Delisle, qui certes reprennent chacune des aires géographiques distinctes, mais dont la tonalité et la composition formelle sont si semblables qu'on peut imaginer qu'elles constituent une série.

³⁷⁸ B. SCHELLY, *Founders of Comic Fandom: Profiles of 90 Publishers, Dealers, Collectors, Writers, Artists and Other Luminaries of the 1950s and 1960s*, Jefferson, McFarland, 2010, p. 117.

³⁷⁹ B. EDER, « Graphic Novels », dans J. Abel et C. Klein (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016, p. 156-157.

³⁸⁰ « *Graphic Novel* » n'apparaît pas sur la première édition cartonnée.

éditoriale, le label « roman graphique » pourrait aussi indiquer les caractéristiques narratives d'une œuvre. Selon la définition du collectif Graphic-novel.info, auquel nous reviendrons, les romans graphiques « sont clos sur eux-mêmes. Cela les distingue par exemple des séries de bandes dessinées qui sont conçues d'une autre manière dès le début, précisément pour un mode de parution en série. »³⁸¹ Cette définition a posteriori ne correspond pas en réalité au premier « roman graphique » auto-proclamé : *Un pacte avec Dieu* contient plusieurs histoires courtes centrées autour de personnages différents et aura deux suites. Chez Reprodukt, pourtant à l'origine de Graphic-Novel.info avec d'autres éditeurs, une partie des *Graphic Novels* (entre 1/6 et 1/3) ne correspond pas non plus à cette définition problématique.

Comme le rappellent Maheen Ahmed, Rikke Cortsen, et Julia Round, « 'roman graphique' est un terme contesté qui, tout comme la définition de la bande dessinée, a été débattu en détail [par la communauté scientifique et l'industrie de la bande dessinée] pendant son histoire relativement courte »³⁸². Une définition par la sérialité ou par la forme pose en effet de nombreuses questions : une œuvre conçue comme œuvre unique, puis transformée en série, reste-t-elle un roman graphique ? À l'inverse, l'édition intégrale d'une série transforme-t-elle l'œuvre en roman graphique ? À partir de combien de pages et de quelle rigidité de couverture une œuvre passe-t-elle du statut de « bande dessinée » à celui de « roman graphique »³⁸³ ? Pour ce qui est d'une définition par le contenu, elle dépendrait de l'appréciation subjective de la personne qui souhaite attribuer à une œuvre un genre. Comment définir la littérarité d'un texte, sa proximité avec le roman – en fonction du nombre de mots ? Le fait que 5 œuvres dites

³⁸¹ « Sie sind in sich abgeschlossen. Das unterscheidet sie von beispielsweise Comicserien, die von vornherein ganz anders, eben auf die serielle Erscheinungsweise, angelegt sind. », S. OEHLER, « Was sind Graphic Novels? », sur *Graphic-Novel.info*, s. d. (en ligne : <https://graphic-novel.info/was-sind-graphic-novels/> ; consulté le 22 février 2023).

³⁸² « Graphic novel is a contested term that, just like the definition of comics, has been discussed in detail throughout its relatively short history. » Pour un récapitulatif de ces débats, voir J. ROUND, R. P. CORTSEN et M. AHMED, *Comics and Graphic Novels*, Londres, Bloomsbury Publishing, 2022, p. 50-52.

³⁸³ Ces interrogations quant aux définitions peuvent d'ailleurs également s'étendre à d'autres formes d'art : la différence entre long-métrage et court-métrage, série et mini-série est ainsi très mince, et dépend davantage du nom que souhaitent lui apposer les instances de production que de chiffres arbitraires (à partir de combien de minutes, de combien de parties, une œuvre passe-t-elle de l'un à l'autre ?). La frontière entre ces types d'œuvres n'est pas étanche.

« *Graphic Novel* » ne comportent aucun texte hormis le paratexte relativise la supposée qualité littéraire des œuvres chez l'éditeur. D'autres aspects du contenu sont plus probants, chez Reprodukt : seuls 4 % des *Graphic Novels* seraient humoristiques selon les critères de l'éditeur (contre 35 % des *Comics* et 22,5 % des publications en général). Cela reste toutefois insuffisant pour définir le roman graphique selon l'entreprise, puisqu'aucun « *Manga* », ni aucun « *Kindercomic* » n'est marqué du sceau « *Humor* ». Cela ne signifie pas que ces œuvres ne contiendraient aucun trait d'humour, impossible à quantifier : nous constatons juste que l'éditeur indique surtout explicitement pour les « *Comics* » qu'ils en contiennent.

C'est une dernière définition, celle des artistes Art Spiegelman et Alan Moore, qui retiendra enfin notre attention, tout comme elle a retenu celle des chercheurs Jan Baetens et Hugo Frey dès l'introduction de leur ouvrage dédié au roman graphique. Selon le premier, on désignerait une œuvre comme « 'roman graphique' dans une quête d'acceptabilité sociale »³⁸⁴, tandis que le second dit plus crûment qu'il s'agirait purement d'un « terme marketing. [...] qui s'est mis à signifier 'bande dessinée chère' »³⁸⁵. C'est plutôt dans cette direction qu'il faut chercher la définition de la « *Graphic Novel* » à laquelle répond l'éditeur berlinois. Comme nous l'avons expliqué plus haut, le mot « *Comic* » comporte une connotation enfantine, voire puérile en langue allemande : pour rendre la forme d'art plus intéressante pour un public qui y est habituellement hostile, pour lui faire gagner en légitimité sociale et culturelle, un changement de nom peut s'avérer utile. Le terme « roman graphique » sert alors à « ancrer de manière tacite, mais durable [la bande dessinée] dans le canon de la culture bourgeoise »³⁸⁶ et de démarquer

³⁸⁴ « They were dubbed graphic novels in a bid for social acceptability », A. SPIEGELMAN, « Comix: An Idiosyncratic Historical and Aesthetic Overview », dans *Comix, Essays, Graphics and Scraps*, s. l., Grafiche Renna, 1998, p. 81, cité dans J. BAETENS et H. FREY, *The Graphic Novel: An Introduction*, s. l., Cambridge University Press, 2014, p. 1.

³⁸⁵ « It's a marketing term. [...] The problem is that 'graphic novel' just came to mean 'expensive comic book'. », B. KAVANAUGH, « The Alan Moore Interview: Northampton / "Graphic novel" », sur *Blather*, 16 novembre 2013 (en ligne : <http://www.blather.net/projects/alan-moore-interview/northhampton-graphic-novel/> ; consulté le 23 février 2023), cité dans J. BAETENS et H. FREY, *The Graphic Novel: An Introduction*, op. cit., p. 2.

³⁸⁶ « Wenn dementsgegen versucht wird, dem Terminus nachträglich einen Sinn jenseits der Vermarktungsdimension zu geben und Comics auf die Romantradition zu verpflichten, um sie unausgesprochen, aber dauerhaft im Kanon bürgerlicher Kultur zu verankern (Blank 2014, 32–37), beweist dies, dass 'Graphic Novel' als 'Spaltbegriff' betrachtet werden kann [...]. », O. FRAHM, « Produktion, Distribution und Rezeption von Comics

une partie des bandes dessinées du gros de la production. Pour le journaliste spécialisé en bandes dessinées Lars von Törne, dans l'espace germanophone, le mot aurait ainsi servi de véritable « *Streitaxt* » [hache de guerre] pour enfoncer des portes jusqu'alors fermées au neuvième art, dont celles des librairies généralistes et des institutions culturelles³⁸⁷. Tandis que comme l'a dit le chercheur J.-M. Méon, « en France, où les bandes dessinées étaient déjà dans les librairies, le label [roman graphique] était un moyen de trouver *une autre* place dans les librairies »³⁸⁸, dans les pays germanophones, il s'agissait de trouver *une* place dans les librairies, quelle qu'elle soit.

Une planche d'Arne Bellstorf publiée en 2013 dans le 7^e prospectus distribué par Graphic-Novel.info témoigne de l'utilité de l'expression dans l'aire germanophone. Ce pamphlet s'insère dans une campagne de lobbying financée par les maisons d'édition Reprodukt, Carlsen, Egmont Ehapa, Jacoby & Stuart, Panini, Schreiber & Leser, Suhrkamp, avant-Verlag, Edition Moderne et menée par le biais du site internet Graphic-Novel.info. Son but était de diffuser l'utilisation du terme « *Graphic Novel* », notamment auprès de diverses institutions culturelles, et de convaincre les librairies généralistes de proposer des bandes dessinées sur leurs rayonnages. La plateforme en ligne comporte ainsi des recommandations pour les libraires et bibliothécaires pour composer un premier rayon de bandes dessinées (essentiellement des publications des éditeurs cités plus haut), des listes de nouvelles sorties, d'événements autour de la bande dessinée, etc.

und Graphic Novels », dans J. Abel et C. Klein (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016, p. 39, citant J. BLANK, *Vom Sinn und Unsinn des Begriffs Graphic Novel*, s. l., Christian A. Bachmann Verlag, 2014, p. 32-37.

³⁸⁷ L. von TÖRNE, « Vom Türöffner zur Streitaxt », *Der Tagesspiegel*, 4 juillet 2014 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/graphic-novels-vom-tueroeffner-zur-streitaxt/10144890.html> ; consulté le 8 avril 2022).

³⁸⁸ « In France, where comics already were in bookstores, the label was a means to find *another* place in bookstores. », J.-M. MÉON, « Reading Comics at the Threshold », *op. cit.*

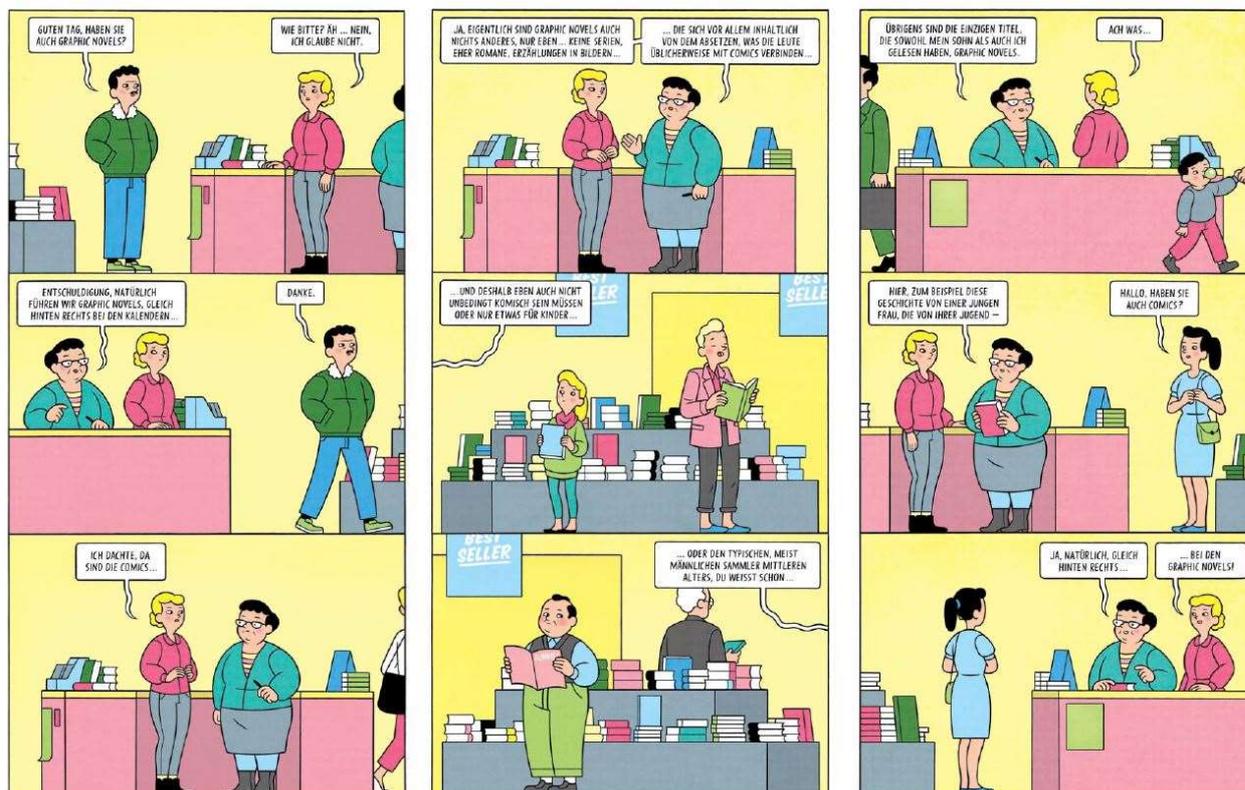


Illustration 17 : Bande dessinée d'Arne Bellstorf publiée dans le 7^e prospectus de Graphic-Novel.info.

Texte : « Colonne de gauche, case 1 : - Bonjour, vous avez aussi des romans graphiques ? - Pardon ? Euh... Non, je ne crois pas. Case 2 : Excusez-nous, bien sûr que nous avons aussi des romans graphiques, au fond à droite, juste à côté des calendriers. - Merci. Case 3 : Je pensais que c'était là que se trouve le rayon des bandes dessinée... Colonne du milieu, case 4 : - Oui, en fait, les romans graphiques ne sont pas autre chose, juste... Ce ne sont pas des séries, plutôt des romans, des histoires en images... qui se distinguent d'abord par leur contenu de ce que les gens associent d'habitude aux bandes dessinées... Case 5 : - ... et donc ils ne sont pas forcément drôles ou seulement pour les enfants... Case 6 : - ni pour le collectionneur typique masculin le plus souvent d'un certain âge, tu vois ce que je veux dire... Colonne de droite, case 7 : - D'ailleurs, les seuls titres que j'ai lus, tout comme mon fils, sont des romans graphiques. - C'est pas vrai... Case 8 : - Tiens, par exemple cette histoire sur une jeune femme qui depuis sa jeunesse... - Bonjour, avez-vous aussi des bandes dessinées ? Case 9 : - Oui, bien sûr, au fond à droite... - ... à côté des romans graphiques. »

L'illustration ci-dessus témoigne de la campagne menée depuis 2007 et de sa volonté d'élargir le lectorat de la bande dessinée. Le « roman graphique » serait une sous-catégorie de bandes dessinées « pas forcément drôle ou juste pour les enfants... ni pour le collectionneur masculin d'un certain âge, typique [de la bande dessinée] », et donc susceptible d'être vendu dans toute librairie. En utilisant cette désignation, on signifierait ainsi qu'une œuvre peut viser un public plus féminin et plus adulte que celui qui serait habituel à cette forme d'art – ce que renforcent

les illustrations, sur lesquelles on aperçoit avant tout des personnes que nous interprétons comme femmes adultes. Dans les faits, les artistes de « *Graphic Novels* » chez Reprodukt sont plus souvent féminin-es que leurs homologues dans les « *Comics* », ce qui laisse effectivement supposer que le lectorat sera, lui aussi, moins empreint de l'hégémonie masculine repérée par A. Bellstorf.

Du côté de Reprodukt, D. Rehm ne laisse pas de doute quant à l'utilisation de la catégorie « *Graphic Novel* » ; il s'agit effectivement de satisfaire un public non-bédéphile, et non pas de hiérarchiser sa production :

« Je ne l'aime pas vraiment [l'expression 'roman graphique'], puisque je la considère comme pur instrument de marketing. Nous en faisons depuis que la maison d'édition existe, c'est juste qu'avant, on appelait ça bande dessinée et que maintenant, on appelle ça roman graphique. [...] Mais bon, le public trouve le terme génial. Et si ça aide à rendre les bandes dessinées plus populaires, je trouve que ça a du sens. »³⁸⁹

Selon le discours de l'éditeur, les œuvres qu'il désigne comme romans graphiques portent cette appellation non pas parce qu'il trouve qu'elles se distinguent fondamentalement de ses autres « *Comics* », mais parce que cela leur permet de devenir plus « populaires », donc d'attirer un public plus large, tout comme l'ambitionne la campagne de *Graphic-Novel.info*. Plutôt qu'un outil pour classer les œuvres de manière claire et se repérer plus facilement dans le catalogue, le terme agit selon D. Rehm comme une étiquette collée sur une œuvre pour la rendre visible pour ce lectorat non habitué – souvent comme étiquette secondaire, apposée à côté d'une autre, permettant de réunir un public plus large. Nous remarquons en effet que 40 % des « *Graphic*

³⁸⁹ « Ich mag ihn nicht so wirklich, weil ich ihn als reines Marketinginstrument betrachte. Wir machen das, seit der Verlag existiert, bloß hieß es früher Comic und jetzt nennt man es Graphic Novel.[...] Aber klar, das Publikum findet den Begriff super. Und wenn das hilft, Comics populärer zu machen, finde ich ihn auch sinnvoll », Dirk Rehm in M. BRAKE, « „Sonst müssen alle Quatsch machen“ », *op. cit.*

Novels » sont aussi classés dans une autre catégorie, tout particulièrement parmi les « *Comics* » (37 %). Force est de constater que Reprodukt choisit soigneusement laquelle de ses œuvres pourrait plaire à un public habituellement non-bédéphile. La maison d'édition décide donc de la classer parmi les « romans graphiques », dans l'espoir que ce lectorat soit séduit par ce qui serait tout sauf un « *Comic* ». Dans les faits, près de 40 % des romans graphiques apparaissent pourtant aussi sur les parties du site internet dédiées aux œuvres qui n'en seraient supposément pas.

Catégorie	Nombre de titres	Pourcentage parmi les œuvres catégorisées comme « <i>Graphic Novel</i> »
Graphic Novel	144	62,07 %
Comic et Graphic Novel	79	34,05 %
Graphic Novel et Kindercomic	1	0,43 %
Graphic Novel et Manga	1	0,43 %
Graphic Novel, Comic, et Kindercomic	2	0,86 %
Graphic Novel, Comic, et Manga	5	2,16 %
Total général	232	100,00 %

Tableau 2 : Nombre d'œuvres catégorisées par Reprodukt à la fois comme romans graphiques et parmi d'autres catégories de son catalogue.

Enfin, comme le remarquait avec cynisme A. Moore, le prix moyen de ces œuvres appelées romans graphiques est bel et bien plus élevé que celui des œuvres estampillées « *Comics* » (22,50 € contre 15,90 €), ce qui s'explique en grande partie par la longueur moyenne plus élevée ou par le type de couverture. Le label « *Graphic Novel* » agit ici comme un justificatif de cette augmentation du prix : il ne s'agirait pas, après tout, de « vulgaires » bandes dessinées. La longueur et le prix plus importants, ainsi que la désignation liant les œuvres à l'art culturellement plus légitime de la littérature, en font un objet visant davantage un public au capital culturel et économique, mais aussi à l'âge plus élevés. En dehors des romans graphiques muets de Tommi Musturi, de Geneviève Castrée et d'autres, la désignation s'applique en effet surtout à des livres volumineux, attirant un public déjà habitué à lire des œuvres longues et ayant le temps de se consacrer à leur lecture. Ainsi, comme le déclare J.-M. Méon lors de la table ronde précédemment évoquée, et comme nous avons pu le constater à travers les

caractéristiques diverses des « *Graphic Novels* » de Reprodukt, « ‘roman graphique’ est davantage un outil de positionnement qu’une qualité essentielle »³⁹⁰.

4) Kindercomics

Les « *Kindercomics* », quant à eux, possèdent une qualité commune clairement définie par leur nom : ces œuvres sont explicitement destinées à un très jeune public. La construction du mot se rapproche du mot « *Kinderbuch* », « livre pour enfants », communément utilisé par les éditeurs de littérature. Le terme lie donc les œuvres de Reprodukt à une forme narrative plus traditionnelle. Si dans l’espace germanophone, le terme « *Comics* » évoque lui aussi la jeunesse, on constate que le déterminant « *Kinder* » [enfants] renforce cette relation pour les « *Kindercomics* » et permet donc à l’inverse de relativiser le lien entre la jeunesse et les « *Comics* » sans enfants dans leur nom. Puisqu’il existe des « bandes dessinées pour enfants », cela signifierait que les œuvres simplement appelées « bandes dessinées » sont à l’inverse destinées aux adultes, ou du moins aux adolescent-es.

En effet, pour 93 des 107 œuvres catégorisées comme « *Kindercomic* », l’éditeur recommande explicitement un âge pour le lectorat : 5 livres pour les 2 ans ou plus, 26 pour les plus de 3 ans, 59 pour les plus de 6 ans, et enfin 3 pour les plus de 8 ans. Même si cet âge n’est pas précisé dans les métadonnées des livres (ce qui permettrait d’afficher une liste avec toutes les œuvres marquées pour un âge précis), il est écrit dans la fiche descriptive des œuvres du catalogue de Reprodukt et peut donc être trouvé avec les moteurs de recherche. Il y a 6 autres œuvres de l’éditeur avec un âge de lecture ouvertement recommandé : 3 sont destinées aux plus de 16 ans (*Mädchenworld* [Fillesworld] de Fil et deux œuvres de B. Vivès) et 2 pour les plus de 18 ans (il s’agit de mangas), dont logiquement aucune ne se retrouve classée parmi les « *Kindercomics* ». Une dernière, la version brochée de *Hilda und der Bergkönig* [*Hilda et le roi de la montagne*],

³⁹⁰ « ‘Graphic novel’ is a positioning tool more than an essence », J.-M. MÉON, « Reading Comics at the Threshold », *op. cit.*

est recommandée pour les plus de 6 ans, mais est catégorisée comme simple « *Comic* » – vraisemblablement une erreur de classement, puisque toutes les autres œuvres de la série sont répertoriées en tant que « *Comics* » et en tant que « *Kindercomics* ». La grande majorité des « bandes dessinées pour enfants » selon Reprodukt est donc effectivement destinée à un public enfantin, qui, parfois, n'est même pas en âge de lire lui-même les œuvres. Le lectorat visé n'ayant pas non plus l'âge d'acheter lui-même les œuvres qui lui sont destinées, il est évident que le label « *Kindercomics* » et les indications sur l'âge du lectorat s'adressent aux acheteurs et acheteuses plutôt qu'au public véritable.

La désignation se veut rassurante pour les adultes qui achèteront et/ou liront les œuvres aux enfants : les œuvres sont explicitement pensées pour les plus jeunes et ne leur présenteront pas de contenu inapproprié pour leur âge. Plus encore, dans la continuité des « *Kinderbücher* », le contenu des livres pourrait même présenter une valeur pédagogique. Dans son interview accordée à la radio nationale *Deutschlandfunk Kultur*, D. Rehm défend en tout cas l'idée que ces œuvres pourraient éveiller la curiosité des enfants et les aider à apprendre à lire, tant les images que le texte.

- Pensez-vous que les enfants apprennent à mieux lire des images grâce aux bandes dessinées ?
- C'est certain. Donc, je crois que les images, mais bien sûr aussi le texte, que les deux vont ensemble, que les images éveillent aussi l'intérêt pour le texte [...] Avec *Kleiner Strubbel*, il n'y a bien sûr pas de problème, c'est une bande dessinée sans paroles, même si là aussi, il faut apprendre à suivre l'ordre des images [...] À l'étape suivante, quand il y a des mots, alors l'enfant – c'est comme ça que je vois les choses, que je me le représente, en tout cas – devient

curieux : « Qu'est-ce qu'il y a d'écrit là, au fait ? », et alors on épelle les mots et on finit par s'en sortir. Mais je pense que oui, cela permet l'éveil à la lecture. »³⁹¹

À juste titre, D. Rehm rappelle qu'une bonne partie de ses œuvres pour enfants sont muettes : 19,5 % des « *Kindercomics* » chez Reprodukt ne comportent pas de texte en dehors du paratexte (contre 4,5 % des « *Comics* » et 2 % des « *Graphic Novels* »). Même si cela pourrait remettre en cause la valeur pédagogique et littéraire de ces livres pour enfants, force est de constater que l'absence de texte favorise l'autonomie et permet au lectorat de mieux s'approprier l'objet : nul besoin que l'histoire soit lue à haute voix pour que l'enfant saisisse l'intégralité de l'intrigue. Cet argument de vente est contenu dans la désignation même de cette catégorie d'œuvres : elles sont explicitement pensées pour être lues par et pour des enfants, ce qui implique parfois qu'elles ne contiennent pas de texte à lire ou que celui-ci est adapté à son public.

Cette construction des œuvres pour un très jeune public dans une visée pédagogique revêt une importance particulière en Allemagne, où, historiquement, la protection de l'enfance dans la culture est vue comme primordiale. Comme nous l'avions précisé dans un article pour *Allemagne d'Aujourd'hui*³⁹², la bande dessinée, d'abord outil de propagande nazie efficace³⁹³, fut progressivement perçue par la société allemande et le pouvoir politique comme *Schundliteratur*, [Littérature « sale », de bas étage] – que ce soit en raison de la propagande de guerre américaine qui y était diffusée pendant la guerre³⁹⁴, de l'identité juive de nombre de créateurs de bandes

³⁹¹ « - Glauben Sie, dass Kinder mit Comics auch besser Bilder lesen lernen? - Mit Sicherheit. Also ich glaube, Bilder, aber natürlich auch Schrift, dass das einfach zusammengeht, dass einfach auch das Interesse für die Schrift auch erweckt wird durch die Bilder. [...] Bei *Kleiner Strubbel* ist das natürlich kein Problem, das ist ein Comic ganz ohne Worte, wobei man auch da lernen muss, natürlich der Reihenfolge der Bilder zu folgen [...] Im nächsten Schritt, wenn da Worte sind, dann wird man natürlich als Kind, so sehe ich das – denke ich das jedenfalls -, auch neugierig „Was steht denn da eigentlich geschrieben?“ und dann buchstabiert man sich die Worte und kommt so zusammen. Aber es ist denke ich schon eine Leseerweckung dadurch auch möglich. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 21:07–21:56.

³⁹² R. BECKER, « Les Aventures de Reprodukt à Berlin – quels espaces pour la bande dessinée alternative ? », *op. cit.*, p. 156-157.

³⁹³ R. PALANDT, « “Blühender Blödsinn” an der Propagandafrent », *op. cit.*.

³⁹⁴ J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men*, *op. cit.*, p. 21-22.

dessinées³⁹⁵, ou, de manière plus pragmatique, en raison de la pénurie de papier causée par la guerre³⁹⁶. Comme le détaillent plus longuement Bernd Dolle-Weinkauff, ainsi que les chercheurs Goran Jovanovic et Ulrich Koch qui s'appuient sur lui, cette mauvaise réputation continue de coller au neuvième art dans l'après-guerre : propagande impérialiste d'un côté du rideau de fer, propagande des occupants étrangers de l'autre, la bande dessinée fait face à des vagues de censure, voire à des autodafés³⁹⁷. Alors que de telles campagnes ont également eu lieu aux États-Unis, en France et dans d'autres pays³⁹⁸, elles ont pourtant été particulièrement violentes en Allemagne de l'Ouest, et s'attaquaient à la forme d'art en général, comme le précise Dietrich Grünewald :

Tandis qu'aux États-Unis, la critique se dirigeait contre les bandes dessinées d'horreur en particulier et contre celles faisant l'apologie de la violence, les critiques allemands condamnaient les bandes dessinées dans leur entièreté.³⁹⁹

S'appuyant sur les mêmes sources que G. Jovanovic et U. Koch, D. Grünewald accumule les reproches faits au médium, et qui expliquent le désamour allemand pour la bande dessinée :

On désigna les bandes dessinées comme 'peste', 'poison', 'opium entraînant la dépendance', 'fléau national', on les accusa de mener à 'l'analphabétisme' et à 'la débilité par l'image', de 'tuer l'imagination', de mettre en péril et d'abrutir la 'substance de l'âme', de miner le 'noyau éthique de la culture

³⁹⁵ *Ibid.*, p. 161.

³⁹⁶ M. F. SCHOLZ, « "Comics" in der deutschen Zeitungsforschung vor 1945 », *op. cit.*, p. 76.

³⁹⁷ B. DOLLE-WEINKAUFF, *Comics, op. cit.*, p. 96-115 ; G. JOVANOVIC et U. KOCH, « The Comics Debate in Germany: Against Dirt and Rubbish, Pictorial Idiotism and Cultural Analphabetism », dans J. A. LENT (éd.), *Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-Comics Campaign*, Madison, Fairleigh Dickinson University Press, 1999, p. 93-128.

³⁹⁸ Pour comparer différentes campagnes internationales anti-bande dessinée, voir l'ouvrage dirigé par John A. Lent, où l'on parle également du Canada, du Royaume-Uni et de l'Asie. J. A. LENT (éd.), *Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-Comics Campaign*, Madison, Fairleigh Dickinson University Press, 1999.

³⁹⁹ « Während sich die Kritik in den USA speziell gegen Horror- und gewaltverherrlichende Comics richtete, verurteilten deutsche Kritiker die Comics pauschal. », D. GRÜNEWALD, *Comics, op. cit.*, p. 127.

occidentale’, d’être une littérature pour ‘les demeurés et les criminels potentiels’.⁴⁰⁰

Les critiques contre la bande dessinée sont violentes et mettent l’accent sur l’influence supposément néfaste sur la jeunesse. Avec la création de la *Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften* [instance fédérale de surveillance des écrits pouvant mettre en danger la jeunesse] en 1954, l’Allemagne de l’Ouest entérine l’idée que la protection de l’enfance, en particulier dans la bande dessinée, doit primer sur la liberté de l’art accordée par l’article 5 du *Grundgesetz*, la Loi Fondamentale. Aujourd’hui encore, toute bande dessinée pouvant supposément pervertir la jeunesse encourt une *Indexierung* [mise sur index], sera donc interdite de publicité/d’exposition dans les vitrines et rayons des magasins, et ne pourra être vendue qu’à des majeur-es, sur demande et sur présentation de leur carte d’identité.

Bien que la vente ne soit pas ainsi tout à fait interdite après un passage par la *Bundesprüfstelle* ou les organisations qui lui ont succédé⁴⁰¹, une *Indexierung* met, de fait, une œuvre sur le même plan que des écrits nazis et autres productions racistes : un stigmate qui pèse lourd sur une œuvre, un éditeur, et les honoraires de ses avocat-es, et qu’il s’agit donc à tout prix d’éviter. Le journaliste Christian Muschweck, qui a eu accès aux protocoles des décisions de la *Bundesprüfstelle*, déclare que « dans le contexte actuel, on ne peut exclure une intervention du *Jugendamt* [office de protection de la jeunesse] et avec elle un procès de la BPjM [*Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien*, héritière de la BPjS de 2002 à 2021] ». Selon

⁴⁰⁰ « Comics wurden als „Pest“, „Gift“, „süchtig machendes Opium“, „Volksseuche“ bezeichnet, wurden beschuldigt, zu „Analphabetentum“ und „Bildidiotismus“ zu führen, die „Fantasie abzutöten“, die „seelische Substanz“ zu bedrohen und zu „verrohen“, den „ethischen Kern abendländischer Kultur“ zu untergraben, eine Literatur für „intellektuell Zurückgebliebene und potentielle Kriminelle“ zu sein. » *Id.*, citant B. DOLLE-WEINKAUFF, *Comics*, *op. cit.*, p. 96 ; W. FUCHS et R. REITBERGER, *Comics-Handbuch*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 1978, p. 142 ; A. C. KNIGGE et G. LETTKEMANN, *Fortsetzung folgt*, *op. cit.*, p. 173.

⁴⁰¹ Au fil du temps, cette agence fédérale a élargi son périmètre de contrôle et ne concerne plus uniquement les « écrits » pouvant mettre en péril la jeunesse, mais les « médias » en général. En 2023, la BPjS s’appelle « *Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz* » [Centrale fédérale pour la protection de l’enfance et de la jeunesse face aux médias].

lui, ni aucun-e artiste, ni aucune maison d'édition « qui rêve[nt] de succès ou de reconnaissance prendra[ient] »⁴⁰² le risque de publier une œuvre pouvant être mise à l'index.

Comme aux États-Unis où, par ailleurs, la croisade contre la bande dessinée avait été en grande partie menée par un psychiatre d'origine allemande⁴⁰³, l'industrie privilégie alors d'éviter certaines thématiques (drogues, sexe...) pour éviter tout soupçon de corruption de mineur-es et fonde un organisme d'auto-régulation. *Comics Code Authority* aux États-Unis dès 1954⁴⁰⁴, *Freiwillige Selbstkontrolle für Serienbilder* [Auto-régulation volontaire pour les images en série] (FSS) en Allemagne dès l'année suivante : pour continuer à vendre des bandes dessinées sans encourir l'ire populaire et la condamnation officielle, il s'agit d'en faire un art explicitement infantin, évitant tout sujet controversé. L'expression allemande « *Schere im Kopf* » [ciseaux dans la tête] reflète bien cette régulation anticipée : il s'agit de s'autocensurer au moment de la conception, avant celui de la publication.

En publiant des œuvres explicitement appelées « *Kindercomics* », Reprodukt se positionne en connaissance de cette longue histoire d'hostilité envers la bande dessinée et dans la droite lignée de la FSS. La désignation se veut garante de contenus non controversés, appropriés pour les enfants, et exempts de tout soupçon d'être de la *Schundliteratur*. Cela explique peut-être l'exclusion de *L'Expérience Extraordinaire* et de *La Tribu des Bonapéti* de la série des *Kleiner Strubbel* chez Reprodukt, que nous l'évoquerons dans la dernière partie de notre recherche. À l'inverse, les « *Graphic Novels* », avec leur nom qui ne contient pas de référence à l'humour,

⁴⁰² « Dans le contexte actuel [en 2016, au moment où cet article est publié], on ne peut exclure une intervention du *Jugendamt* et avec elle un procès de la BPjM, quelle qu'en soit l'issue ; il est peu probable qu'un artiste qui rêve de succès ou de reconnaissance prenne ce chemin [de publier une œuvre scandaleuse pour augmenter ses ventes]. D'autant qu'il n'y a pas de maison d'édition qui courra le risque. », « Bei der derzeitigen Lage, in der eine Intervention durch ein Jugendamt und damit ein BPjM-Verfahren, mit welchem Ausgang auch immer, nicht ausgeschlossen ist, ist kaum zu erwarten, dass ein Künstler, der von Erfolg und Anerkennung träumt, diesen Weg einschlagen wird. Zumal es auch keinen Verlag geben wird, der das Risiko eingeht. », C. MUSCHWECK, « Zwischen Kunstschutz und Jugendschutz: Über die Spruchpraxis der Bundeprüfstelle für jugendgefährdende Medien », sur *Comicgate*, 3 octobre 2016 (en ligne : <https://comicgate.de/meinung/zwischen-kunstschutz-und-jugendschutz-ueber-die-spruchpraxis-der-bpjm-teil-1/> ; consulté le 29 avril 2021)

⁴⁰³ J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men*, op. cit., p. 229-232.

⁴⁰⁴ Pour plus d'informations sur cet organe d'auto-régulation, voir *Ibid.*, p. 237-239.

peuvent proposer des contenus plus adultes sans pour autant risquer d'être immédiatement censurés. Là où le terme « *Kindercomics* » agit comme gage de confiance auprès d'adultes inquièt-es, « *Graphic Novels* » signale au contraire que le contenu peut ne pas correspondre au public habituellement associé aux bandes dessinées.

Dans les années à venir, il sera intéressant d'observer l'usage que fera Reprodukt de la catégorie « *Young Adults* », introduite en 2023 : son nom la positionne comme étant à mi-chemin entre les bandes dessinées pour enfants et les romans graphiques visant un public adulte. Avec un public relativement jeune, perçu comme corruptible, et des sujets tels que la sexualité, l'usage de drogues, et les tueries de masse, ces bandes dessinées pourraient être mal considérées par les instances qui avaient déjà œuvré pour la censure du neuvième art. Or, selon notre hypothèse, si l'éditeur a créé cette nouvelle dénomination au sein de son catalogue, il doit estimer que les temps ont changé et qu'il pourra éviter de s'attirer les foudres de la *Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz* [Centrale fédérale pour la protection de l'enfance et de la jeunesse face aux médias], héritière de la BPjS.

5) Manga

Enfin, Reprodukt répertorie aussi une partie de ses bandes dessinées comme « *Manga* ». Ne concernant qu'une poignée d'œuvres, le terme est à la fois précis, mais aussi suffisamment flou pour s'accorder aisément avec d'autres catégories. Ainsi, il y a davantage de « mangas » également catégorisés en tant qu'autres types de bandes dessinées que d'œuvres uniquement classées comme « mangas ». À première vue, la raison en est simple : « manga » est en lien avec une réalité géographique et ne dit, en théorie, rien du contenu de l'œuvre, ni du public visé, éléments auxquels se réfèrent davantage les autres catégories du catalogue. En effet, le terme « manga » est simplement celui utilisé aujourd'hui au Japon pour désigner tout type de bande dessinée. Dans son acception japonaise, ce mot générique ressemble ainsi à « bande dessinée » en français, à « *comic* » en anglais ou à « *Comic* » en allemand. Or, tout comme en français, le terme « comics » renvoie à la bande dessinée nord-américaine, ailleurs qu'au Japon, « manga »

désigne aujourd'hui simplement une bande dessinée japonaise. Cela n'a pas toujours été le cas : avant d'adopter son acception moderne purement géographique pour les bandes dessinées, le terme a d'abord été connoté négativement dans le discours médiatique, appliqué sans distinction à des séries animées et à des jeux vidéo, et régulièrement associé à l'idée de « japonaiseries »⁴⁰⁵. Avec le succès croissant de cet objet culturel, le terme gagne en précision et perd une partie de son aura négative. C'est ce qu'observe la chercheuse Bounthavy Suvilay, spécialisée en histoire et réception des mangas :

Terme péjoratif mais vendeur dans les années 1990, *manga* prend une connotation plus neutre à mesure que son poids économique dans le secteur du livre en France augmente. L'entrée des grands groupes d'édition et de presse dans le marché du manga contribue également à modifier la perception du mot et ses diverses appropriations par les discours journalistiques.⁴⁰⁶

Par extension, en français, en allemand, et dans d'autres langues, la désignation « manga » peut également s'appliquer à des œuvres non-japonaises qui adoptent des codes du manga japonais (on parle parfois de « *Frangas* » pour les œuvres françaises semblables aux mangas, et de « *Germangas* » pour les allemandes), mais aussi à d'autres bandes dessinées d'Asie de l'Est. Comme le rappelle B. Suvilay, « avant de désigner le médium bande dessinée, *manga* est initialement le terme vicair pour tous produits de la culture populaire venant d'Asie. »⁴⁰⁷ Si les connaisseurs et connaisseuses distingueront aujourd'hui volontiers les *mangas* japonais des *manhuas* chinois ou des *manhwas* sud-coréens, il n'est pas rare de les voir encore côte à côte

⁴⁰⁵ Le terme aurait été utilisé pour la première fois dans un article de *Télérama* avant d'être repris par diverses personnalités et institutions politiques souhaitant réglementer la diffusion de dessins animés japonais à la télévision française. Anon., « Télé : piège à mômes », *Télérama*, n° 2018, 14 septembre 1988, p. 76, cité dans Y. ROCHERON, « La télévision française déchainée - piège à mômes ou piège pour tous? », *Modern & Contemporary France*, vol. 4, n° 1, janvier 1996, p. 31-40.

⁴⁰⁶ B. SUVILAY, « Masculin ou féminin, singulier ou pluriel : le manga, objet indigne en cours de consécration », *À l'épreuve*, n° 4, 2017 (en ligne : <https://alepreuve.org/node/140> ; consulté le 3 mai 2023).

⁴⁰⁷ *Id.*

dans le rayon « manga » des librairies ou dans les collections d'éditeurs. À ce sujet, B. Suvilay note que « la collection 'Casterman Manga' comprend à la fois des œuvres dont les auteurs ont des origines japonaises, chinoises et coréennes »⁴⁰⁸. Chez Reprodukt, ce flottement sémantique n'existe pas : à ce jour, l'éditeur n'a pas publié d'œuvres issues d'un autre pays d'Asie de l'Est que le Japon. En effet, *Running Girl* [La fille qui court] de l'artiste chinoise Yi Luo, classifiée comme « *Comic* », est une production originale de Reprodukt. Les œuvres comme *LastMan*, à l'esthétique inspirée par des mangas *shōnen* (destinés à un public de jeunes garçons), ou *Autoroute du Soleil* de Baru, commandée par un éditeur japonais et prépubliée dans un magazine japonais, ne sont pas non plus catégorisées comme mangas. L'éditeur berlinois ne désigne donc par le terme de « *Manga* » que des œuvres créées par un·e artiste japonais·e et initialement publiées en langue japonaise.

Alors que chez Reprodukt, « *Comics* » se veut générique, que « *Graphic Novels* » doit positionner la bande dessinée comme art légitime, que « *Kindercomics* » indique le public visé par les œuvres, « *Manga* » renvoie donc uniquement à l'origine géographique de l'auteur·ice d'une œuvre, sans donner d'*a priori* sur ce qu'elle contient. Pour autant, les mangas de Reprodukt possèdent des qualités communes autres que leur langue originelle. D'une part, tous ont été écrits et dessinés par des hommes – une répartition genrée que nous analyserons plus tard, et qui reflète davantage les choix éditoriaux de Reprodukt et des éditeurs étrangers qu'un manque d'artistes féminines au Japon. D'autre part, toutes ces œuvres ont été dessinées en noir et blanc. Même si cet élément esthétique est courant chez cet éditeur, aucune autre catégorie du catalogue de Reprodukt ne montre une telle hégémonie. La prévalence du noir et blanc au Japon est intimement liée au modèle de publication de l'industrie de la bande dessinée. En effet, de nombreux mangas sont prépubliés chapitre par chapitre dans des magazines périodiques avant qu'on réunisse plusieurs de ces chapitres dans des *tankōbon* [édition intégrale] qui pourront ensuite être vendus en librairie et repris par les éditeurs étrangers. Contrairement à la prépublication en France et en Belgique, où on publie plutôt entre une et quatre planches par

⁴⁰⁸ *Id.*

numéro, le rythme est plus intense au Japon, où les chapitres hebdomadaires comportent environ une vingtaine de pages. Les artistes japonais-es et leurs assistant-es n'auraient ainsi pas toujours suffisamment de temps à consacrer à la colorisation de leur œuvre. À cela s'ajoute que ces magazines de prépublication sont plus volumineux que leurs équivalents européens : alors que *Spirou* comporte une cinquantaine de pages de bandes dessinées et *Fluide Glacial* moins d'une centaine, *Weekly Shōnen Jump* ou *Weekly Shōnen Magazine* tournent autour de 500 pages. Afin de limiter les coûts pour l'éditeur et le prix de vente pour le public, le papier sur lequel sont imprimés les mangas est très bon marché. Fibreux et non pas blanc, mais coloré, ce papier ferait « saigner » les couleurs et en estomperait la vivacité. Hormis quelques exceptions⁴⁰⁹, le coût de l'impression en couleur ne se justifie donc pas pour ces magazines, poussant les artistes à se limiter à des œuvres en noir et blanc.

Le dernier point commun entre tous les mangas publiés chez Reprodukt est leur longueur importante, héritée du mode de publication que nous venons d'évoquer, qui incite les artistes à écrire des scénarios feuilleton, compilés ensuite dans les *tankōbon*. En moyenne, une œuvre chez Reprodukt compte 116 pages – une longueur déjà considérable, dépassant largement celle de formats canoniques en France et en Belgique. Chez l'éditeur berlinois, une œuvre répertoriée parmi les « *Manga* » compte 351 pages en moyenne, soit trois fois plus que le reste du catalogue. Le nombre de pages élevé reflète la complexité des intrigues et surtout la génétique des œuvres, pensées pour être publiées chapitre par chapitre sur plusieurs années.

Même si à première vue, les mangas de Reprodukt se ressemblent donc, tant esthétiquement que formellement, leur contenu et le public qui y est associé diffèrent d'une œuvre à l'autre. Les œuvres érotico-grotesques d'un Suehiro Matsuo, déconseillées à un public de moins de 18 ans, côtoient ainsi les aventures fantastiques pour enfants de Shigeru Mizuki et l'autobiographie de

⁴⁰⁹ Certaines pages des magazines – au début et au milieu – sont faites de papier glacé afin d'y imprimer des publicités. Les nouvelles séries et celles qui sont très populaires ont régulièrement la possibilité de proposer une ou deux pages en couleur, à l'arrière de ces annonces publicitaires. Il s'agit ici d'exceptions à la règle, qu'on ne retrouve en couleur que dans certaines intégrales *tankōbon*, d'autres convertissant les illustrations colorées en nuances de gris pour la sortie en librairie.

ce dernier. Si ces œuvres disparates sont néanmoins réunies sous la même bannière chez Reprodukt, c'est que le terme « *Manga* » possède un attrait certain pour une partie du lectorat. Pour ce public fan de mangas, l'indication géographique en elle-même témoigne de certaines qualités et renvoie à un imaginaire et un contexte culturel spécifiques. Ce lectorat particulier est fan de culture japonaise en général et non pas seulement de bandes dessinées issues de l'aire japonaise : il est en quête d'authenticité⁴¹⁰. D'où le dernier point commun à tous les mangas publiés chez Reprodukt : ils sont imprimés et reliés de manière à être lus de droite à gauche, dans le sens de lecture original en langue japonaise.

B. Rythme de publication

Dans la première partie de cette thèse, nous avons déjà suivi la trajectoire de Reprodukt, petit éditeur d'œuvres alternatives, voire *underground*, devenu maison d'édition de taille moyenne et avec un programme éditorial divers. Dans cette sous-partie, nous suivrons cette évolution à travers le nombre de ses publications. En effet, la taille fluctuante de la maison d'édition est partiellement quantifiable, même si la portée de ses œuvres et l'influence qu'elle a pu avoir sur l'industrie ne l'est pas. Publier davantage d'œuvres différentes témoigne d'une capacité de travail accrue, d'un nombre d'employé-es et de travailleurs et travailleuses associé-es plus important, et plus largement d'une bonne santé financière de l'entreprise. En somme, le rythme de production constitue une facette visible de sa santé économique et du succès de l'entreprise. Nous n'avons toutefois pas pu nous appuyer sur le chiffre d'affaires, pas communiqué par les entreprises germanophones du livre, en dehors de quelques-uns récoltés par Volker Hamann et Matthias Hofmann pour le magazine *Comic Report*, puis la rubrique du même nom publiée dans *Alfonz – Der Comicreporter*. Par ailleurs, les ventes ne sont pas toujours représentatives de

⁴¹⁰ Voir M. FABBRETTI, « The Use of Translation Notes in Manga Scanlation », *TranscUlturAl: A Journal of Translation and Cultural Studies*, vol. 8, n° 2, 22 novembre 2016, p. 86-104 ; M. PRUVOST-DELASPRE, « La communauté de fansub d'animation japonaise : de la quête d'authenticité au traducteur signalé », *op. cit.*

la santé de l'entreprise, puisque le résultat net dépend également des investissements faits (campagnes de publicité, embauches...).

1) Premiers succès, première crise : Reprodukt de 1991 à 2010

Loin d'une augmentation progressive et linéaire, les chiffres de production témoignent des hauts et des bas de l'entreprise, des périodes d'activité plus intense et d'accalmies. Les toutes premières années de Reprodukt reflètent le statut de ce qui n'est alors qu'une micro-entreprise créée par un étudiant. D. Rehm ne se consacre pas alors à plein temps à sa maison d'édition, et il n'a que l'ambition de présenter les œuvres des frères Hernandez et de Daniel Clowes au public germanophone : trois œuvres en trois ans. La cadence augmente entre 1994 et 2001, puisqu'avec la décision de D. Rehm de devenir éditeur à temps plein, Jutta Harms, associée de D. Rehm et traductrice des premières œuvres de l'entreprise, décide de s'installer à Berlin en 1996 et de se consacrer à Reprodukt, elle aussi⁴¹¹. L'augmentation de la production s'appuie sur deux nouveaux pôles. D'un côté, Reprodukt commence à publier des magazines créés par des artistes germanophones, que ce soit en les publiant pour la première fois ou en rééditant des numéros auparavant publiés en auto-édition⁴¹². Progressivement, des artistes locaux berlinois comme Reinhard Kleist, Fil et ATAK rejoignent la jeune entreprise, l'ancrant alors dans le paysage

⁴¹¹ « Elle est passée au statut de travailleuse indépendante dans le domaine de la culture à partir du moment où, à côté de son travail dans le bureau d'avocat, elle s'est engagée de plus en plus pour la maison d'édition Reprodukt, et où les deux activités sont devenues incompatibles. C'était au milieu des années 1990. Harms devait se décider – et pour cette passionnée de bandes dessinées, la décision a été relativement simple à prendre. », « In die freie Kulturarbeit rutschte sie, als sie sich neben ihrer Tätigkeit im Rechtsanwaltsbüro immer stärker für den Reprodukt Verlag engagierte, bis beide Tätigkeiten irgendwann nicht mehr miteinander zu vereinbaren waren. Das war Mitte der 90er-Jahre. Harms musste sich entscheiden – und der passionierten Comicliebhaberin fiel die Entscheidung recht leicht. » J. SUNDERMEIER, « Selbstbewusst und sehr genau mit sich », *taz*, 26 avril 2006, p. 25.

⁴¹² Afin d'éviter des dates multiples pour une même publication – la date de première publication par l'éditeur original ? Celle à partir de laquelle Reprodukt a acquis les droits de vente ? –, pour certaines œuvres, nous avons dû trancher pour savoir s'il fallait les considérer comme nouvelles publications de Reprodukt ou non. Dans Figure 2, nous n'avons donc comptabilisé que les œuvres publiées par Reprodukt dès la première édition ; nous avons omis celles publiées par d'autres éditeurs, mais reprises par Reprodukt. Dans le cas des trois premiers numéros de *Artige Zeiten* (auto-publiés entre 1991 et 1993), l'éditeur a seulement publié les éditions suivantes (à partir de 1994) et son logo n'apparaît pas sur la couverture. En revanche, l'entreprise a été l'éditeur du quatrième numéro dès la première édition, et nous l'avons donc compté parmi ses publications de 1994. Dans les faits, l'éditeur est donc davantage représenté dans les librairies dans les années 1990 que ne le laisse supposer notre graphique.

culturel allemand. D'autre part, D. Rehm et J. Harms, rejoint-es par Claudia Jerusalem-Groenewald en 2000, rencontrent des artistes étranger-es de passage à Berlin et se lient d'amitié avec elles et eux, puis nouent aussi des contacts avec des artistes que ces dernier-es connaissent. Julie Doucet, Jean-Christophe Menu, Patrice Killoffer et d'autres artistes majoritairement francophones s'ajoutent ainsi au répertoire de Reprodukt.

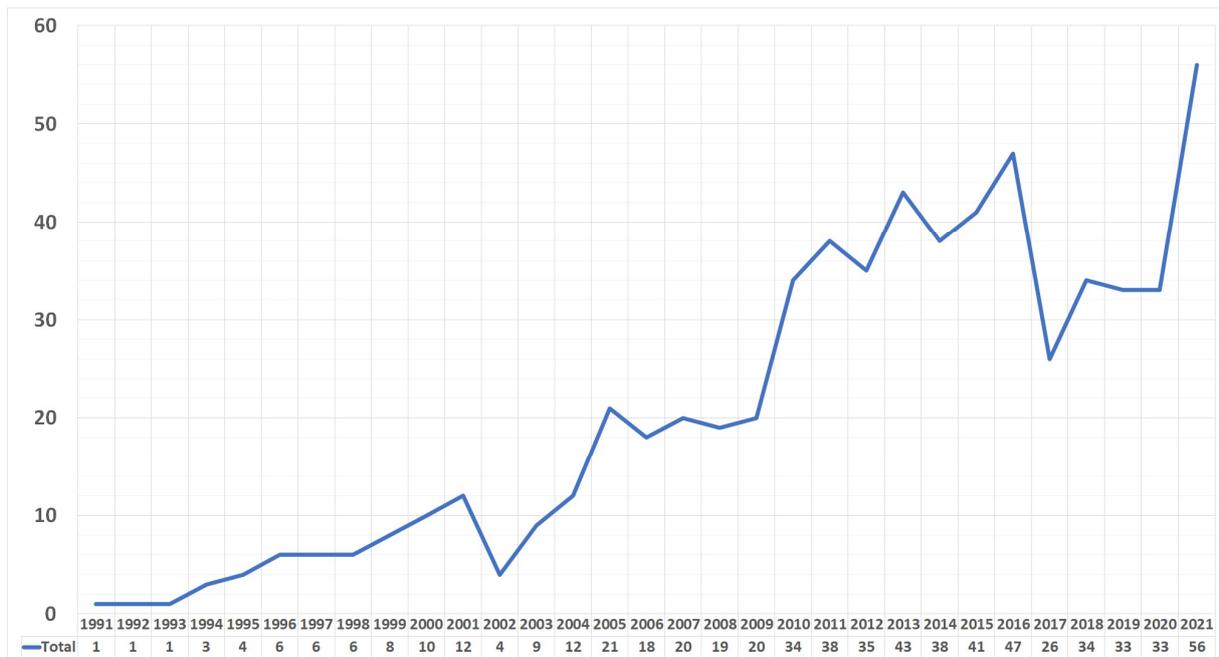


Figure 2 : Évolution du nombre d'œuvres publiées par année par Reprodukt.

Entre 2001 et 2002, la production de Reprodukt, qui avait alors été en progression constante, s'effondre et le nombre de nouvelles publications est divisé par trois. Ce moment coïncide avec le départ de D. Rehm pour se consacrer pleinement à son poste de directeur éditorial chez Carlsen. Au moment de son départ fin de l'an 2000, l'éditeur avait eu le temps de préparer l'année 2001, qui s'est révélée la plus productive pour l'entreprise jusqu'ici. En revanche, son absence se fait sentir en 2002. L'avenir de l'entreprise, désormais uniquement composée de J. Harms et de C. Jerusalem-Groenewald, n'est alors pas clair, et les deux éditrices réfléchissent à la transformer partiellement en association à but non lucratif⁴¹³. Même si selon elles, l'objectif du changement de statut n'était pas de cesser tout travail éditorial, le nombre très réduit de

⁴¹³ C. MAIWALD, « Interview mit Reprodukt Comics », *op. cit.*

publications cette même année témoigne en tout cas d'une incertitude sur l'avenir de l'entreprise.

Après le retour à plein-temps de D. Rehm en 2003, année où la production double par rapport à la précédente, s'ouvre une période de croissance, sans doute liée à la plus grande ambition de l'éditeur et à son expérience acquise chez Carlsen. En 2004, Reprodukt atteint le même niveau qu'en 2001 avec 12 nouvelles publications, et en 2005, la production monte en flèche pour rester stable jusqu'en 2009, avec environ 20 nouveaux livres par an. C'est une période pendant laquelle Reprodukt signe des contrats avec de nouveaux éditeurs étrangers, notamment Delcourt et Dargaud, qui deviendront alors des partenaires commerciaux privilégiés. L'augmentation soudaine coïncide aussi avec l'acquisition des droits de publication de la série *Donjon* : avec 2 tomes publiés en 2005, 3 en 2006, 5 en 2007 et en 2008, la série de Lewis Trondheim et de Joann Sfar devient l'un des moteurs principaux de Reprodukt. En général, l'entreprise s'appuie alors davantage sur des séries plutôt que sur des œuvres isolées, ce qui lui permet de travailler de manière plus efficace : pour les livres d'une même série, on peut en effet s'appuyer sur les mêmes traducteurs et traductrices et les mêmes lettrés et lettrées (qui peuvent d'ailleurs utiliser la même fonte), ainsi que garder les mêmes caractéristiques de fabrication.

2) Intensification de la production : Reprodukt de 2010 à 2016

En 2010, on perçoit une nouvelle accélération du rythme de publication, qui n'atteint pas de plateau cette fois-ci : l'entreprise passe de 20 publications annuelles à 34, pour atteindre jusqu'à 47 publications annuelles en 2016, avec une alternance d'années très productives et d'autres (2012 et 2014) qui reviendront à un niveau antérieur. Bien que le rythme de sortie des *Donjon* puisse partiellement expliquer le saut de 2010 (9 nouveaux tomes en une année), il ralentit dès lors (6 en 2011, puis aucune sortie jusqu'en 2014) et n'explique pas à lui seul la production accrue jusqu'en 2016. Nous pouvons avancer d'autres hypothèses pour ces années riches en nouvelles publications. Le succès des *Mumins* de Tove Jansson, dont le premier tome paraît en 2009 chez Reprodukt, a notamment permis à l'entreprise d'investir dans plus de nouvelles

œuvres l'année suivante. En général, pendant la première moitié de la décennie, l'entreprise acquiert (ou réacquiert) les droits d'adaptation pour des œuvres d'artistes à renommée internationale, dont Claire Bretécher et Bastien Vivès en 2010, Craig Thompson en 2011⁴¹⁴, et Robert Crumb en 2012⁴¹⁵. En 2014, avec *Kinderland* de Mawil, la maison d'édition tient aussi le premier best-seller dont elle est à l'origine ; *Irmina* de Barbara Yelin se vend également mieux que prévu. Ces œuvres à succès ont pu permettre à l'éditeur d'accroître sa productivité.

C'est aussi durant cette phase d'expansion de sa production que la maison d'édition diversifie encore davantage son programme éditorial. Premièrement, la proportion d'œuvres désignées comme « Comics » baisse, même si elle reste majoritaire – sachant qu'une œuvre peut être classée dans plusieurs catégories. Ce mouvement de recul est amorcé à partir de 2007⁴¹⁶, et les « Comics » passent sous la barre des 50 % des publications dès 2012. À la place, Reprodukt publie d'abord de plus en plus d'œuvres qu'elle désigne comme « *Graphic Novels* » : notamment grâce à la campagne de Graphic-Novel.info, lancée en 2007, le terme est en vogue et l'entreprise s'en sert pour élargir son public. Certes, l'éditeur a toujours publié des « *Graphic Novels* », mais il profite de l'effet de mode pour accélérer la cadence de publication. Deuxièmement, à partir de 2013, Reprodukt lance sa gamme de « *Kindercomics* », qui compose dès lors entre 15,5 % (en 2019) et 35,5 % (en 2014) des nouvelles publications, puis, plus tard, les « *Manga* », représentant entre 5 % et 9,5 % de la production annuelle. Sur la période 2010-2016, la diversification du programme éditorial correspond aussi à une intensification de la production et, à notre sens, en est partiellement à l'origine.

⁴¹⁴ C. Thompson n'avait publié qu'une œuvre avec l'éditeur en 2005, *Tagebuch einer Reise*, avant que l'entreprise Carlsen n'obtienne les droits pour l'adaptation de son *Blankets* en 2009. En 2011, Reprodukt signe un contrat pour publier en allemand toutes les autres œuvres de l'artiste, dont celles à venir. En octobre 2023, l'éditeur berlinois publie enfin *Blankets*, seule œuvre qui lui manquait pour compléter son portfolio C. Thompson.

⁴¹⁵ Reprodukt avait déjà publié une nouvelle édition du *Fritz the Cat* de R. Crumb en 1999, mais il s'agissait là de droits d'adaptation qui ne concernaient qu'une seule œuvre. Depuis 2012, l'entreprise publie régulièrement des intégrales de bandes dessinées de R. Crumb.

⁴¹⁶ Les années avant 2005 sont moins parlantes quant à la proportion des différentes catégories du catalogue. Reprodukt publiant alors moins de 20 œuvres par an, les proportions fluctuent vite et facilement. À partir de cette date, les changements se font de manière plus progressive et reflètent mieux des tendances de fond.



Figure 3 : Répartition des catégories dans lesquelles sont répertoriées les œuvres de Reprodukt, par année de publication.

Pour lancer sa nouvelle gamme de bandes dessinées, l'éditeur n'attend pas la demande avant d'augmenter l'offre. Alors qu'en 2003, l'entreprise avait été refroidie par l'insuccès de son premier manga et avait alors décidé de cesser d'en publier, en 2013, Reprodukt frappe fort dès le début de ses œuvres pour enfants : 10 « *Kindercomics* » la première année, 16 la suivante, puis 15. La tactique commerciale est bien rodée : publier plusieurs tomes d'une même série à quelques semaines ou mois d'intervalle afin de rester plus longtemps en vitrine des magasins ou dans le rayon des nouveautés, de ne pas perdre le lectorat d'une œuvre à l'autre, et de lui démontrer le dynamisme du segment commercial. En 2014, Reprodukt publie par exemple 4 tomes des *Mumins* (2 en mars, 2 en septembre), 3 de *Kleiner Strubbel*, ainsi que 2 *Hilda* et 2 *Ariol*. Les parents auront ainsi forcément plusieurs œuvres avec les mêmes protagonistes à proposer à leurs jeunes enfants et imagineront – à juste titre – que les prochaines aventures paraîtront peu de temps après. Pendant quelques années, D. Rehm et son équipe inondent alors le marché de cette gamme de livres jusqu'alors quasi-inconnue en Allemagne et parient sur son succès. Cette surproduction, qui précède la demande du public, est coûteuse en argent et en temps de travail, même s'il faut dire que la traduction et le lettrage de ces œuvres pour enfants sont généralement moins chronophages que celles d'œuvres pour adultes. Dans une interview à la radio, D. Rehm concède que le lancement des « *Kindercomics* » était un pari risqué, qui n'a été gagné qu'au bout de plusieurs années.

- Quelle a été votre décision la plus courageuse et celle qui a eu le plus de conséquences ?
- [...] Peut-être que la [décision] avec le plus de retentissements a été, en 2013, de publier des bandes dessinées pour enfants, parce qu'à l'époque, il y avait peu de bandes dessinées pour les lecteurs plus jeunes, du CE2 à la 6^e, en dehors des *Lustige Taschenbücher* et de ce que l'on trouve dans les kiosques des gares. [...] Et à l'époque, au début, c'était un investissement, un saut dans l'inconnu, parce que nous ne savions justement pas si ce serait accepté. Et effectivement, ça a mis quelques années : je dirais qu'à partir de 2017, 2018 environ, nous avons commencé à ne plus être dans le rouge. Mais ça a mis du temps. Et ça paie.⁴¹⁷

Même si cet investissement a donc porté ses fruits au bout d'un certain temps, la période de production intense qui a précédé et préparé ce succès a été très, voire trop, coûteuse pour l'entreprise.

3) Effondrement et réorganisation : Reprodukt de 2017 à 2021

Notre Figure 2 à la page 195, illustrant le nombre de nouveautés annuelles de Reprodukt, montre bien en effet qu'en 2017, la production de Reprodukt s'effondre. Alors qu'en 2014, D. Rehm pouvait déclarer avoir « fait du profit grâce à *Kinderland* et à *Irmina* », il doit avouer

⁴¹⁷ « – Was war ihre mutigste und weitreichendste Entscheidung? – [...] Vielleicht ist die weitreichendste [Entscheidung] die gewesen, im Jahre 2013 sich dafür zu entscheiden, Kindercomics zu verlegen, weil es gab zu dem Zeitpunkt wenig Comics, die jetzt neben den *Lustigen Taschenbüchern* und den Sachen, die man hauptsächlich im Bahnhofskiosk sieht für jüngere Leser, 3. Bis 6. Klasse. [...] Und das war zunächst mal eine große Investition ins Unbekannte, zu der Zeit, weil wir eben nicht wussten, ob es angenommen werden würde. Und es hat tatsächlich einig paar Jahre gedauert: Ich würde sagen so ab 2017, 2018 sind wir allmählich in den schwarzen Zahlen gewesen. Aber es hat lange gedauert. Und macht sich aber bezahlt. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 1:29-2:31.

qu'« en 2015, nous avons accusé des pertes.»⁴¹⁸ Même en produisant davantage d'œuvres et en créant une nouvelle gamme de bandes dessinées, le succès de rares œuvres ne suffit pas à compenser les pertes causées par d'autres : après deux années consécutives de pertes, Reprodukt est contrainte de ralentir fortement sa production. Si la chute est certes moins rude qu'en 2002 – la baisse n'est « que » de 44,5 % en 2017 contre 66,5 % en 2002 –, elle reste terrible. En raison de pertes financières trop importantes, Reprodukt passe en effet de 47 nouveautés en 2016 à 26 l'année suivante. Ce n'est que quatre ans plus tard, en 2021, que l'entreprise réussira à nouveau à atteindre (et à dépasser) le niveau de production de la première moitié des années 2010. Si la réduction des nouveautés affecte toutes les parties du catalogue de Reprodukt, les « romans graphiques », généralement plus longs à publier et moins rentables, sont plus durement touchés. Dès 2017, la proportion des « *Graphic Novels* » baisse ainsi au profit des « *Comics* » (qui avaient pourtant tendance à devenir moins nombreux). À cette petite « crise du roman graphique » succède en 2019 l'arrivée du manga, qui réduira aussi la part des autres segments du catalogue.

À la crise financière s'ajoute aussi la crise personnelle – ou plutôt « du personnel » – pour Reprodukt : des employé-es historiques quittent l'entreprise, ce qui freine nécessairement son activité et change profondément son fonctionnement. Moins d'éditeur-ices, cela signifie pour les artistes germanophones que les corrections seront plus longues, et qu'ils et elles ne seront plus accompagné-es par la personne qui les avait suivi-es dès leurs premiers pas chez Reprodukt, tandis que pour les maisons d'édition étrangères, les traducteurs et traductrices, lettrés et lettrées, mais aussi pour les imprimeries, il manque des interlocuteur-ices. *In fine*, ce n'est donc pas tant l'aspect financier qui a forcé Reprodukt à ralentir sa production, que le départ des employé-es, en grande partie lié aux problèmes économiques. L'explication de D. Rehm à ce

⁴¹⁸ « Non, pour l'instant, je ne peux pas [vivre de l'édition de bandes dessinées]. Bien sûr, nous payons de manière régulière les salaires des employés de la maison d'édition, mais nous avons accusé des pertes en 2015. En 2014, par contre, nous avons fait du profit grâce à *Kinderland* et à *Irmina*. », « Nein, das kann ich derzeit nicht. Gehälter an die Verlagsmitarbeiter werden natürlich regelmäßig gezahlt, aber wir haben 2015 Verlust gemacht. 2014 hingegen haben wir dank 'Kinderland'. und 'Irmina' einen Gewinn erwirtschaftet », D. Rehm in L. VON TÖRNE, « „Comics bleiben ein schwieriges Geschäft“ », *op. cit.*

sujet laisse entrevoir que ces problèmes ont certes été l'aspect le plus important, mais non pas le seul à pousser l'équipe à la porte⁴¹⁹.

Donc à côté de Jutta [Harms], il y avait surtout Sebastian Oehler et Michael Groenewald et moi [...] ainsi que Filip Kolek, qui s'occupe de la presse, qui construisions le programme [éditorial] ensemble [au cours de nombreuses discussions]. Et en 2016, il y a eu un changement profond, c'est quand Monsieur Oehler et Michael Groenewald sont partis et qu'un an plus tard, Jutta Harms est partie, elle aussi. Au fond, c'est parce que nous étions dans une grave crise, financière surtout, qui a en fait mené à un malaise et une insatisfaction chez tout le monde.⁴²⁰

À la suite de leur départ, S. Oehler et M. Groenewald fonderont en 2019 leur propre maison d'édition, Kibitz Verlag. Cette dernière ne publie que des bandes dessinées pour enfants, genre que les deux éditeurs avaient contribué à introduire chez Reprodukt. Certain-es artistes qu'ils encadraient pour leur ancien employeur les suivent alors : c'est le cas d'Anke Kuhl, d'Uwe Heidschötter et de Patrick Wirbeleit, qui avaient déjà publié des œuvres avec Reprodukt. La perte de ces derniers est lourde, puisque leur série *Kiste* était l'un des plus grands succès parmi les « *Kindercomics* ». En outre, Klara Groß, ancienne chargée de la fabrication des livres pour Reprodukt, ainsi que Filip Kolek, déjà chargé de presse pour plusieurs autres maisons

⁴¹⁹ Sans doute par pudeur et par respect de sa vie privée, D. Rehm n'évoque pas la maladie de J. Harms qui causera son décès quelques années plus tard, en 2019. Selon l'hommage de Lars von Törne dans le quotidien *Tagesspiegel*, ce ne serait pas la crise chez Reprodukt, mais bien la maladie qui aurait forcé J. Harms à se mettre en retrait de son activité d'éditrice. L. VON TÖRNE, « Wegbereiterin für den Autorencomic: Jutta Harms gestorben », *Der Tagesspiegel*, 13 décembre 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/jutta-harms-gestorben-4127092.html> ; consulté le 5 juin 2023).

⁴²⁰ « Also neben Jutta [Harms] waren das Sebastian Oehler und Michael Groenewald vor allen Dingen, und ich. [...] Filip Kolek, unser Presseemann jetzt eben auch, die [in vielen Diskussionen] das Programm gestaltet haben. Und 2016 gab es einen Umbruch, da sind Herr Oehler und Michael Groenewald ausgestiegen, und Jutta Harms ist auch ein Jahr später gegangen. Im Grunde genommen, weil wir in einer großen Krise waren, hauptsächlich finanziellen Krise, die bei allen eigentlich zu Unmut und zu Unzufriedenheit führte. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 10:00-10:28.

d'édition, rejoignent l'équipe de Kibitz. Le départ de deux employés a ainsi eu des répercussions à long terme pour Reprodukt et pour le milieu de la bande dessinée berlinois en général.

Toutefois, dans une industrie si petite, aux allures de famille, les divorces sont rarement définitifs. La crise sanitaire du COVID-19 et les difficultés qu'elle a causées aux nouvelles entreprises mettra fin aux plans des S. Oehler et de M. Groenewald de se consacrer uniquement à Kibitz. En 2021, tous deux continuent de travailler à temps partiel pour Reprodukt, l'un comme éditeur, l'autre comme chargé de la distribution. Jutta Harms, quant à elle, continue de travailler avec l'éditeur de manière ponctuelle jusqu'à son décès en 2019. Le personnel de l'entreprise a beau changer temporairement, dans les faits, il ne fluctue guère plus que d'autres années. Néanmoins, les rapports de force au sein de l'entreprise sont durablement renversés par cette restructuration. Selon ses propres dires, D. Rehm devient « presque dictateur »⁴²¹, en cela qu'il endosse désormais la responsabilité d'établir seul le programme éditorial de l'entreprise, sans avoir à en discuter au préalable avec ses employé-es.

La description que fait D. Rehm de Reprodukt laisse à penser que même si la capacité de la maison d'édition à produire de nouvelles œuvres est réduite à la suite du départ de ses employé-es les plus important-es, le fonctionnement devient désormais aussi plus efficace. Le directeur de l'entreprise peut désormais décider seul de la ligne éditoriale et décider de publier – ou non – certaines œuvres. Cette manière de fonctionner moins démocratique, couplée au succès des « *Kindercomics* » plus de quatre ans après leur introduction, permet à l'éditeur de rebondir en 2018 et d'augmenter à nouveau la cadence. Pourtant, le nombre de nouveautés reste bien inférieur à 2016, probablement non plus par manque d'employé-es, mais plutôt parce que D. Rehm décide alors de publier moins d'œuvres peu rentables. Désormais bien conscient d'avoir « une structure de 8, 9 employés qui doivent être payés tous les mois » qui dépend de ses décisions, le chef d'entreprise « doit bien réfléchir à ce qu'[il] va faire avec [s]on argent »⁴²² et se

⁴²¹ *Id.*, 10:28-10:59.

⁴²² « Mit Reprodukt haben wir eben einen Apparat von 8, 9 Mitarbeitern, die jeden Monat bezahlt werden müssen. Da muss ich genau gucken, 'was mach ich mit meinem Geld?'. », *Id.*, 24:08-24:18.

concentre sur des bandes dessinées qui peuvent lui garantir de maintenir le salaire de ses employé-es. Ne pouvant pas quantifier le degré d'avant-garde des œuvres, nous ne pouvons ici nous fier qu'à notre propre avis : pendant les années suivant la chute de sa productivité, Reprodukt semble mettre de côté les œuvres expérimentales et se concentre davantage sur de potentiels best-sellers et des séries et artistes déjà établi-es. De plus, si les années 2013 à 2016 étaient marquées par une certaine surproduction (notamment afin d'établir les bandes dessinées pour enfants dans les librairies et les mœurs), la période de 2018 à 2020 présente une production stable où l'entreprise ne prend pas de risques inconsidérés.

En même temps qu'il peut (voire doit) désormais freiner des publications au public trop restreint, D. Rehm peut aussi insister sur des œuvres moins appréciées au sein de l'entreprise. C'est sous son impulsion que la maison d'édition lancera effectivement enfin sa gamme de mangas en 2019 ; jusqu'ici, l'entreprise s'y était refusée, à la fois parce que ce type d'œuvres ne plaisait pas aux employé-es, et en raison de la première tentative infructueuse d'en publier en 2003. Le risque d'échec est alors minime : l'entreprise a bien rodé sa stratégie de vente, et les mangas sont plus que bien établis sur le marché germanophone. Le manque d'horizontalité au niveau de la prise de décision aboutira ici à un succès commercial, mais change aussi, il faut le dire, la face de l'entreprise.

Avec ses mangas et ses bandes dessinées pour enfants devenus des moteurs de l'entreprise, des rééditions de best-sellers au format poche, et l'accent plus fort mis sur des œuvres grand public, Reprodukt gagne à nouveau en puissance. Après plusieurs années de stabilité, trente ans après sa création, la maison d'édition redouble d'ambition et augmente à nouveau la cadence de ses sorties. En 2021, elle publie 56 œuvres nouvelles, un niveau jamais atteint auparavant. L'explication ne se trouve cependant pas seulement dans le relatif succès des années précédentes. Il y a là, d'une part, les effets de la pandémie de COVID-19. La sortie de certains livres ayant dû être retardée en 2020, d'autant que la fin de l'état d'exception n'était pas en vue, elle a mécaniquement été reportée à l'année suivante. Par ailleurs, puisque certains emplois ne pouvaient plus être pratiqués durant les périodes de « *Lockdown* » [confinement], des artistes

ont pu terminer des œuvres plus vite que prévu. Il faut ajouter que cela concerne néanmoins davantage d'artistes masculins que féminines. L'année 2021 marque aussi un retour massif de L. Trondheim dans le catalogue de l'éditeur : lui qui n'avait publié *que* 10 œuvres entre 2017 et 2020 (et 10 de 2013 à 2016) en publie 9 en une seule année. Shigeru Mizuki, avec 4 œuvres en une année, s'impose comme un autre pilier de l'entreprise. Enfin, il y a aussi un effet « anniversaire » de cette année des trente ans de Reprodukt. L'éditeur publie en effet 9 rééditions (version intégrale, à couverture souple, à couverture rigide, au format poche...), dont certaines explicitement pour célébrer le jubilé de l'entreprise. Tout au long de l'année, l'éditeur communique sur sa longévité, incite des artistes à lui envoyer leurs meilleurs vœux (ensuite rediffusés sur les réseaux sociaux), et organise des concours. Sachant qu'elle profitera d'une attention médiatique redoublée pendant cette période, la maison d'édition a fait le pari d'une productivité accrue (ce qu'elle n'avait fait ni en 2001, ni en 2011).

Ce regard sur les nouvelles publications de l'éditeur se veut complémentaire de celui, plus global, que nous avons jeté sur son histoire, et des analyses plus précises que nous faisons sur des œuvres précises et les pratiques éditoriales ; à lui seul, il ne suffit pas à *tout* dire de l'évolution de la maison d'édition. Il faut en effet nuancer le rapport de causalité entre succès économique et évolution de la production. Le nombre de livres publiés chaque année par l'éditeur découle certes en partie des chiffres de vente, mais il résulte aussi d'autres éléments : le nombre de personnes travaillant pour et avec l'entreprise – tant les artistes que les autres travailleurs et travailleuses (éditeur·ices, employé·es d'imprimerie, traducteur·ices, etc.) –, mais aussi la charge de travail qu'ils et elles souhaitent ou peuvent endosser. Naissances, maladies, motivation fluctuante : pour une entreprise de cette taille, la sphère personnelle peut avoir une incidence sur la production (nous l'avons vu avec le départ d'employé·es majeur·es), sans oublier que les évolutions technologiques permettent une plus grande productivité. Dans l'introduction de ce travail, nous avons déjà évoqué cette réplique de D. Rehm selon laquelle « il suffit désormais de cliquer une fois sur la bonne touche »⁴²³ : le progrès technique a certainement permis à

⁴²³ « Wo wir früher Stunden um Stunden in der Dunkelkammer verbringen mussten, um Filme zu belichten, reicht jetzt ein Klick auf die richtige Taste. », J. MANSO, « Interview mit Verleger Dirk Rehm von Reprodukt », *op. cit.*.

l'éditeur de travailler de manière plus efficace. En outre, le nombre de nouvelles œuvres ne comprend pas les réimpressions et les rééditions d'œuvres (hormis celles qui créent une nouvelle référence ISBN), qui représentent pourtant aussi une charge de travail pour l'éditeur. Néanmoins, nous affirmons que l'évolution du rythme de production reflète en grande partie l'évolution de l'entreprise. Il en va de même pour la suite de cette partie où nous analysons le catalogue de la maison d'édition : l'étude quantitative des caractéristiques de livres nous permettra de mettre en lumière des tendances de fond, complétées par l'analyse qualitative de certaines œuvres choisies.

C. Formats, couvertures, pages : un catalogue protéiforme

1) Formation accélérée sur le format

Parlons d'abord des caractéristiques physiques des œuvres publiées par Reprodukt. Hormis le poids, que l'éditeur n'indique jamais dans son catalogue, nous avons pu réunir des informations sur la hauteur et la largeur (donc la taille) de presque toutes les œuvres⁴²⁴, sur leur nombre de pages (donc la longueur), ainsi que sur certains types de reliure et de couverture qu'elles possèdent. Le terme générique de « format » est utilisé pour évoquer ces éléments, mais renvoyant à différentes caractéristiques, il peut manquer de précision. Ainsi, les pages d'un livre au format dit « broché » sont le plus souvent collées au dos (qui est alors « carré »), mais il existe aussi des exemples où elles peuvent être cousues (donc reliées) au dos, ce qui rapprocherait alors ces livres d'un format « relié ». Ce qui rassemble à l'inverse tous les livres dits brochés est leur couverture souple. À cela s'ajoute que, quel que soit le matériau de sa couverture ou son type de reliure, si la taille d'un livre est inférieure à 22x15 cm, on peut parler d'un livre au format « poche ». Selon la langue, on va également distinguer les formats de livres selon d'autres critères : alors qu'en France, le type de reliure semble déterminant, en anglais, on distingue les *paperbacks* (dos papier) des *hardcovers* (couverture dure, dite « cartonnée » en français), donc

⁴²⁴ 5 œuvres des années 1990 et 2000, disparues du site de Reprodukt, ont échappé à notre analyse. Alors que pour certaines, nous avons pu trouver le format grâce à d'autres points de vente, ces quelques œuvres possèdent des informations incomplètes dans notre relevé de données.

en fonction du matériau et de la souplesse de la couverture. Pour désigner le format de livres, la langue allemande reprend des éléments des deux classifications, puisqu'on parle de « *Broschur* » [livre broché], mais aussi de « *Hardcover* ». En somme, le terme « format » renvoie à différentes réalités et nous nous efforcerons d'utiliser une terminologie plus précise lorsqu'il s'agit de distinguer différentes œuvres selon leurs caractéristiques physiques.

En raison de l'immensité de la tâche, nous ne pouvons pas établir de statistiques sur la longueur moyenne et le format habituel de la totalité des bandes dessinées publiées dans l'espace germanophone. Pour autant, cela ne signifie pas qu'il n'existe pas de formes prototypiques pour le neuvième art, formes que Reprodukt pourrait reproduire ou à l'inverse contester. En l'occurrence, le format de prédilection pour la bande dessinée dite franco-belge (qui prend une part importante dans le catalogue de l'éditeur allemand), celui de *Tintin*, d'*Astérix* et de bien d'autres, est « l'album », également désigné comme « 48CC » par les amateurs et amatrices de bandes dessinées. Comme l'explique l'historien Sylvain Lesage dans un article sur le poids des standards éditoriaux dans l'industrie franco-belge de la bande dessinée, en France, « le canon reste [aujourd'hui] le 48CC, format de prédilection empreint d'une certaine dignité, mais aussi format rentable économiquement. »⁴²⁵ Sa couverture cartonnée, son impression en couleur (d'où le « CC » pour « cartonné » et « couleur ») et ses 48 pages⁴²⁶ (dont 40–44 de récit et les pages de garde) résultent d'une « stratégie de rationalisation »⁴²⁷ visant à réduire les coûts de production. Selon lui, c'est ce format précis qui, lors d'une évolution qu'il désigne un peu ironiquement comme « phénomène Astérix », et qui a offert à l'album une position centrale dans l'espace éditorial, aurait permis à la bande dessinée franco-belge de devenir un produit de consommation de masse⁴²⁸. La rentabilité du format s'explique non seulement par l'adhésion du public à ce format relativement court, par la production facilitée en imprimant par multiples

⁴²⁵ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? Le poids des standards éditoriaux et la résistance de la bande dessinée franco-belge au format de poche », *Comicalités. Études de culture graphique*, 16 mai 2011 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/221> ; consulté le 3 mars 2020)

⁴²⁶ Dans les faits, tout album de bandes dessinées ne possède pas forcément 48 pages, mais traditionnellement un multiple de 16 (donc parfois 64, comme c'est le cas de nombreux albums *Tintin*).

⁴²⁷ S. LESAGE, *Publier la bande dessinée*, op. cit., p. 73.

⁴²⁸ S. LESAGE, *L'effet livre : métamorphoses de la bande dessinée*, op. cit., p. 17-18.

de 16⁴²⁹, mais aussi par l'habitude prise par les imprimeurs d'imprimer des œuvres du même format. Les réglages à effectuer sur les presses prennent du temps et sont onéreux, ce qui pousse les éditeurs à privilégier des formats déjà connus et éprouvés. La standardisation des formats peut se révéler essentielle, notamment en cas de pénurie de papier – comme celle que vit l'industrie du livre depuis la pandémie du nouveau coronavirus en 2020⁴³⁰ –, qui augmente encore le coût de l'impression. S'écarter de telles tendances peut alors compliquer la publication d'œuvres, mais aussi témoigner de l'individualité d'une maison d'édition par rapport aux autres.

C'est ainsi que selon K. Le Bruchec, pour les maisons d'édition franco-belges, le fait de s'écarter du format canonique est essentiel pour s'affirmer comme éditeur dit « alternatif » - nous l'avions déjà évoqué en introduction de cette thèse.

Ces différents éléments [de distinction entre structures éditoriales] se sont matérialisés à travers la mise en place par ces nouveaux éditeurs de formats d'ouvrages dont la caractéristique commune est une rupture explicite avec le format standardisé de l'album.⁴³¹

C'est en raison du refus de ces formats canoniques que les éditeurs dits « alternatifs » considèrent proposer « 'autrement' une 'autre' bande dessinée »⁴³².

⁴²⁹ En effet, les imprimeurs impriment généralement les planches d'un 48CC sur une feuille de format A1 en recto/verso, puis la plient 4 fois, obtenant ainsi des cahiers de 16 pages, agrafés ou collés ensuite les uns aux autres pour donner un album complet. Avec l'évolution des techniques d'impression, cette contrainte peut être contournée et la taille des pages et leur nombre ainsi fluctuer, au risque d'augmenter le coût de production.

⁴³⁰ Les nombreuses causes de la pénurie, dont toutes ne sont pas imputables au contexte pandémique, sont énumérées par le Syndicat National de l'Édition : « réduction trop rapide des capacités européennes de production de papiers graphiques entraînant un déséquilibre entre l'offre et la demande », « incapacité d'absorber les aléas de production (panne, grève, météo...) ou les besoins non prévus (flambée des ventes, export...) », pour n'en citer que deux. D. Rehm nous a confirmé que cette pénurie touchait également Reprodukt et les autres maisons d'édition allemandes. « Pénurie de papier : une crise inédite », sur *Site du Syndicat national de l'édition*, s. d. (en ligne : <https://www.sne.fr/actu/penurie-de-papier-une-crise-inedite/> ; consulté le 29 septembre 2022) ; entretien informel avec D. Rehm le 29/10/2021 à Berlin.

⁴³¹ K. LE BRUCHEC, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs », *op. cit.*

⁴³² *Id.*

Quels formats pour le monde germanophone ?

Le caractère désormais habituel, voire hégémonique en France et en Belgique, de l'album ne se retrouve pas de la même manière sur le marché germanophone. Ce dernier est également dominé par d'autres formats, pourtant parfois rares ailleurs dans le monde. Selon une catégorisation et une recherche menée par le journaliste Matthias Hofmann, en 2014, plus du quart des bandes dessinées allemandes était ainsi publié au format poche et un autre quart au format cahier⁴³³. Alors que selon S. Lesage, pour ce qui concerne le marché franco-belge, « la bande dessinée, si elle n'est pas totalement inexistante en format de poche, ne pèse sur ce secteur que de manière extrêmement marginale »⁴³⁴, c'est tout l'inverse pour le marché qui nous intéresse ici. Alors que les critères de chaque catégorie de format ne sont pas clarifiés dans l'article de M. Hofmann⁴³⁵, on peut aisément imaginer que l'importance du format poche s'explique en partie par le poids croissant du manga – non pris en compte par S. Lesage dans son article –, tandis que le format « cahier » pourrait inclure les *comic books*, ces fascicules périodiques, à la couverture souple, longs d'une quarantaine de pages et qui sont le format privilégié des récits super-héroïques ; leur reliure agrafée (« *geheftet* ») pourrait alors pousser M. Hofmann à les désigner comme cahiers (« *Hefte* »). Force est de constater que même en dehors du segment du manga, la bande dessinée de poche continue de prospérer dans les pays germanophones, là où S. Lesage constate sa quasi-disparition dans l'espace franco-belge en 2011. Comme le rappelle M. Hofmann dans son article, le mensuel *Lustiges Taschenbuch* (dont le nom, « Livre de poche amusant », indique le format) comptait parmi les publications les plus vendues du pays en 2014⁴³⁶ et reste à ce jour l'un des avatars les plus connus de la bande dessinée dans les pays germanophones.

⁴³³ M. HOFMANN, « Freudige Gesichter - Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahre 2014 », *op. cit.*, p. 103.

⁴³⁴ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? », *op. cit.*

⁴³⁵ Les statistiques de M. Hofmann ne précisent pas ce qu'il désigne précisément par « *Taschenbuch* », « *Hefte* », etc. Étant donnée la précision des chiffres et le manque d'œuvres non catégorisées dans un travail de si grande ampleur, on peut imaginer qu'il s'agit là d'informations données par les éditeurs eux-mêmes, selon leurs propres définitions.

⁴³⁶ M. HOFMANN, « Freudige Gesichter - Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahre 2014 », *op. cit.*, p. 105.

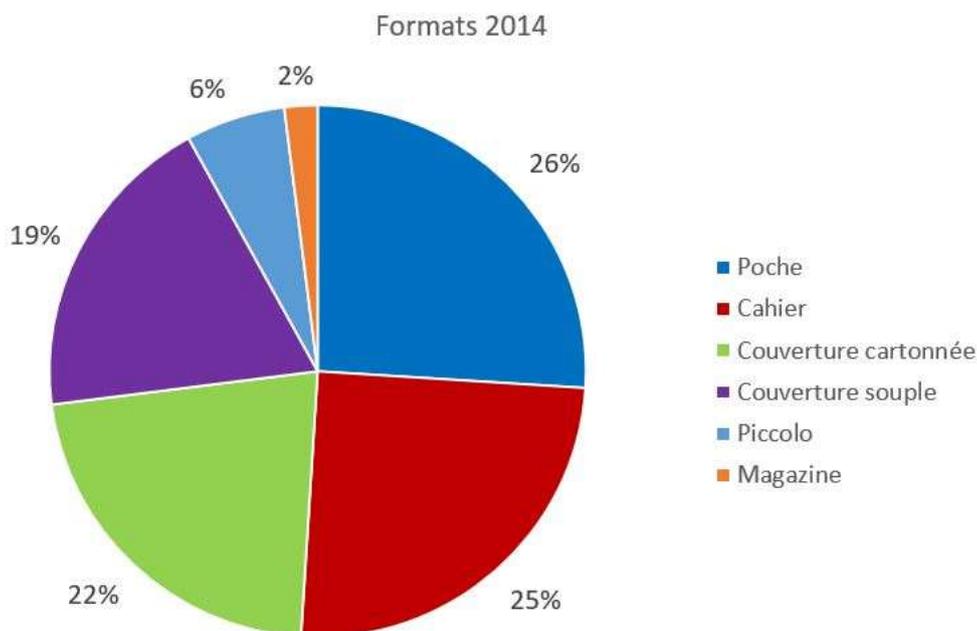


Figure 4 : Répartition des formats des bandes dessinées publiées en Allemagne en 2014. Chiffres de Matthias Hofmann.

Dernière particularité de cette aire culturelle : le maintien du format dit « *Piccolo* », qui constituait quelque 6 % de la production de bandes dessinées en 2014. Il s'agit ici de bandes dessinées généralement courtes et à couverture souple, mais dont la largeur est supérieure à la hauteur : leur format est horizontal. Alors que le format des *comic books* s'emploie notamment pour des récits super-héroïques d'Amérique du Nord, le format *Piccolo* est celui des récits d'aventures signés avant tout par des artistes d'Italie, d'où le nom issu de l'italien. Ce format est rendu singulièrement populaire en Allemagne sous la plume du prolifique Hansrudi Wäscher⁴³⁷ ; aujourd'hui, ce sont les rééditions d'œuvres comme *Akim*, *Sigurd*, *Falk*, etc. qui expliquent la part de marché que conserve le *Piccolo*, même si elle diminue au fil des années. Certes, Reprodukt a publié 39 œuvres au format horizontal, mais aucune d'entre elles ne présente les caractéristiques typiques de ce format (hauteur d'environ 8 cm et largeur d'environ 17 cm, couverture en papier, reliure agrafée).

⁴³⁷ Voir A. C. KNIGGE et H. BECKER, *Allmächtiger! Hansrudi Wäscher, Pionier der deutschen Comics*, op. cit.

Enfin, les formats que M. Hofmann appelle « *Softcover* »⁴³⁸ et « *Hardcover* », donc « couverture souple » et « couverture dure/cartonnée », représentent respectivement 19 % et 22 % de la production de bandes dessinées en allemand. Bien que d'autres formats puissent posséder une couverture souple dans les statistiques de M. Hofmann, l'auteur distingue ici sans doute les œuvres dont la taille (format poche), la longueur, la reliure (format cahier), ou l'orientation (format *Piccolo*) diffèrent d'une certaine norme. On peut donc imaginer que pour M. Hofmann, une œuvre catégorisée comme « *Softcover* », ne tombant donc pas dans une autre de ses catégories, comporte plus d'une trentaine de pages au format vertical et mesure sans doute plus de 22 cm de haut et plus de 15 cm de large (la définition du format pouvant varier d'un éditeur à un autre). Cette catégorisation quelque peu éclectique reflète la polysémie déjà évoquée du terme « format ».

2) Le format chez Reprodukt : comment se distinguer du reste de l'industrie ?

Vers une individualisation des livres

Afin de comparer les recherches de M. Hofmann avec le catalogue de Reprodukt, nous pouvons reprendre une partie de la catégorisation de l'éditeur : lui aussi distingue ses œuvres selon le type de couverture et indique que certaines œuvres sont selon lui au format poche. Cependant, Reprodukt introduit aussi de nouvelles catégories, non prises en compte dans l'étude que nous citons jusqu'ici. Contrairement à M. Hofmann, dans la fiche technique de ses œuvres, la maison d'édition ajoute ainsi :

⁴³⁸ Notons que le terme *Softcover* est un pseudo-anglicisme : en anglais, nous l'avons évoqué, le terme « *paperback* » désigne les livres à couverture souple/non cartonnée. Cette formation lexicale pourrait indiquer le côté inhabituel pour de telles couvertures dans le domaine du livre, et donc la nécessité d'inventer un mot à consonnance non-native. Pourtant, l'existence du mot « *Hardcover* », également idiomatique en anglais, montre qu'il s'agit sans doute plutôt du résultat d'une anglicisation de la langue allemande, notamment dans l'industrie culturelle. En littérature, le terme « *broschiert* » est plus usuel pour les *Softcover* « brochés », et montre ici aussi l'influence étrangère (ici : française) sur la terminologie du livre.

- un autre type de reliure (« *Ringbindung* » – reliure à anneaux)
- deux autres types de couverture (« *Flexicover* » – couverture flexible en plastique ; « *Klappenbroschur* » – livre broché avec couverture à rabats)
- un autre matériau de couverture (« *Wattiertes Hardcover* » – couverture rigide ouatée)
- un autre matériau pour les pages (« *Pappbilderbuch* » – livre illustré à pages cartonnées)
- les finitions sur certaines couvertures (« *Hardcover mit Leinenrücken* » – couverture rigide avec dos recouvert de tissu ; « *Hardcover mit Prägung* » – couverture rigide avec embossage ; « *Klappenbroschur mit Spottlack* » – livre broché avec couverture à rabats vernie)
- le contenant des livres ou leur jaquette (« *Hardcover mit Schuber* » – couverture rigide avec fourreau protecteur ; « *Hardcover mit Schutzumschlag* » – couverture rigide avec jaquette ; « *Softcover mit Schutzumschlag* » – couverture souple avec jaquette)
- la forme des pages (« *Softcover mit runden Ecken* » – couverture souple avec coins arrondis).

Ces informations supplémentaires, dont certaines ne concernent qu'une seule œuvre du catalogue de Reprodukt, révèlent la grande diversité des formats, reliures et autres détails de la production de livre, ainsi qu'un souci de précision de la part de l'éditeur. Bien qu'une certaine standardisation de la fabrication ait des avantages indéniables pour le coût et la cadence de production, nous l'avons dit, l'éditeur berlinois multiplie les œuvres qui s'écartent des normes éditoriales. Pour K. Le Bruchec, « la forme même des livres est encore aujourd'hui un enjeu de luttes particulièrement prégnant pour l'édition de bande dessinée » : en refusant le « formatage industriel », cela « permettrait [à un éditeur], par rebond, de distinguer ce qu'est un éditeur alternatif de bande dessinée des éditeurs dominant le secteur. »⁴³⁹ Avec sa multiplication des formats et son refus du canon imposé par le marché, Reprodukt s'inscrirait donc dans une démarche presque politique, dans la droite ligne du syndicat des éditeurs alternatifs (S.E.A.) étudié par K. Le Bruchec. Ce dernier tempère néanmoins en expliquant que depuis le succès de

⁴³⁹ K. LE BRUCHEC, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs », *op. cit.*

certaines œuvres alternatives, les groupes *mainstream* ont également commencé à diversifier leur gamme de formats.

Ainsi les différents éditeurs composant les groupes dominant ce secteur de l'édition ont également pris en compte la matérialité des ouvrages qu'ils éditent (LABARRE, 2018, p. 29) en diversifiant de plus en plus les formats. C'est même une des principales critiques que leur adresse Jean-Christophe Menu [éditeur et artiste chez L'Association] lorsqu'il évoque et critique la « récupération » des grands éditeurs, notamment vis-à-vis des formats mis en place par L'Association et d'autres éditeurs de la décennie 1990 (MENU, 2005, p. 26-41, HABRAND, 2010).⁴⁴⁰

Les statistiques les plus récentes de M. Hofmann, datant de 2022, montrent qu'en effet, le marché allemand a évolué depuis ses relevés précédents, en 2014. Le format poche a ainsi gagné en popularité (en passant de 26 % à 36 % de nouveautés), sans doute sous l'impulsion des mangas. Le « *Hardcover* », est quant à lui passé de 22 % à 29 %. L'adoption en plus grand nombre de ce type de couverture pourrait être le fruit de la « récupération » pointée du doigt par J.-C. Menu. À l'inverse, en 2022, le « *Softcover* » est passé de 19 % à 14 %, le « cahier » de 25 % à 19 % ; le « *Piccolo* » et le format « magazine » ne concerneraient plus que 1 % de la production germanophone, alors qu'ils représentaient respectivement 6 % et 2 % en 2014. Ces données sortent certes en partie du cadre temporel que nous nous sommes fixé, mais elles illustrent le fait que la répartition des formats est dynamique pour l'industrie en général, et non pas seulement pour Reprodukt.

⁴⁴⁰ *Id.* ; N. LABARRE, *La bande dessinée contemporaine*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, 2018 ; J.-C. MENU, *Plates-bandes*, Paris, L'Association, 2005 ; T. HABRAND, « Les Indépendants de la bande dessinée entre édition établie et édition sauvage », dans C. Dony, T. Habrand et G. Meesters (éd.), *La bande dessinée en dissidence: alternative, indépendance, auto-édition*, Liège, Presses universitaires de Liège, 2014, p. 48-57.



Illustration 18: Sélection de publications de Reprödukt aux formats et couvertures hétérogènes.

Si les éditeurs dominants s'écartent donc désormais parfois des formats standardisés, à l'inverse, certains formats canoniques restent importants pour l'entreprise berlinoise – notamment l'album de 48 pages, surtout à couverture souple (usuelle en Allemagne), adopté par 99 œuvres de l'éditeur. Force est néanmoins de constater que l'entreprise se distingue d'autres maisons d'édition (notamment de L'Association, qui catégorise ses œuvres en collections au format fixe) par son refus d'adopter une apparence standard (par exemple taille ou mise en page similaires), reconnaissable dans une étagère à livres : nous avons comptabilisé pas moins de 162 différentes tailles de livre chez Reprodukt, certaines ne divergeant que de quelques millimètres. Il en va de même pour le design de la couverture, mais aussi pour le logo de l'entreprise, qui diffère systématiquement d'une œuvre à une autre. Nous le constaterons à la fin de cette sous-partie sur l'apparence des livres : l'éditeur demande presque toujours à « ses » artistes de réinventer la marque, de se l'approprier et de l'intégrer à l'œuvre.

Ajoutons que la mise en page, le logo Reprodukt, mais aussi le format restent toutefois constants d'une œuvre à l'autre lorsque celles-ci s'inscrivent dans une logique de série. Ainsi, une centaine de bandes dessinées de l'éditeur mesure exactement 29,5 cm de haut et 22 cm de large, comporte 32, 48 ou 64 pages (et sont donc des albums 32CC, des 48CC ou des 64CC – ou « SC », selon la souplesse de la couverture). Il s'agit là de la plupart des œuvres créées par L. Trondheim, notamment des *Donjon*, *Die erstaunlichen Abenteuer von Herrn Hase* [*Les formidables aventures de Lapinot*], et *Ralph Azham*, mais aussi d'autres séries franco-belges (dont les *Isaak der Pirat* [*Isaac le pirate*] de Christophe Blain et de Joann Sfar, par exemple). D'autres tailles sont régulièrement plébiscitées par la maison d'édition (31 œuvres au format 24x17 cm ; 24 au format 29,5x21 cm ; 21 au format 26x17 cm, etc.), mais ici aussi, le design et le logo distinguent les différentes œuvres les unes des autres. Enfin, 82 tailles spécifiques ne concernent qu'une unique œuvre du catalogue, rendant une collection physique des œuvres de cet éditeur systématiquement hétéroclite. Tout cela illustre le fait que la maison d'édition accepte non seulement les souhaits et exigences des artistes quant à leurs livres (plutôt que de les inciter à adopter des formes standards, moins onéreuses), mais aussi qu'elle est capable d'y répondre. En communiquant sur les multiples formes que prennent les livres chez Reprodukt et en allant

jusqu'à préciser des détails de la finition, l'entreprise montre ouvertement que comme d'autres maisons d'édition alternatives, elle peut « proposer 'autrement' une 'autre' bande dessinée »⁴⁴¹, qu'elle refuse de se limiter à des formes préexistantes. La marque de fabrique de Reprodukt pourrait bien être qu'elle n'en possède pas.

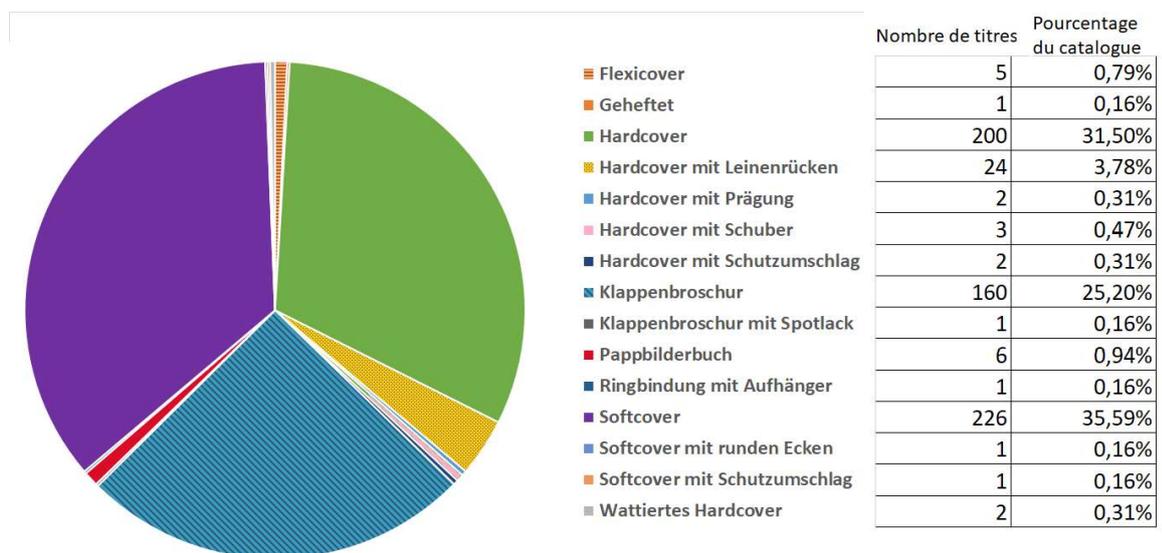


Figure 5 : Répartition des publications de Reprodukt selon le format tel qu'indiqué par l'éditeur. Certains formats sont si rares que le diagramme en devient illisible.

En reprenant la classification de couvertures opérée par Reprodukt pour ses publications⁴⁴², les statistiques résultantes sont difficiles à visualiser et encore plus à comparer à celles de M. Hofmann : certains types de reliure ou de finition, par exemple, ne sont utilisés que pour une poignée d'œuvres et prennent donc une place réduite dans le graphique, mais importante dans sa légende. De plus, les formats qui se distinguent par leur taille ou leur type de reliure (plus rarement indiqué par Reprodukt), plus précisément le « poche » ou le « cahier », ne sont ici pas représentés, puisque se superposant aux informations données sur la couverture. Toutefois, en dépit des défauts de ce diagramme fait à partir des indications de l'éditeur seul,

⁴⁴¹ K. LE BRUCHEC, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs », *op. cit.*

⁴⁴² Outre les œuvres que notre base de données ne répertorie peut-être pas, nous n'avons aucune information concernant la taille, le type de couverture, ou le prix de six œuvres publiées entre 1991 et 2004. Ces quelques œuvres, mentionnées par les artistes dans leur portfolio, mais non par leur éditeur, ne sont plus disponibles à la vente et nous n'avons pas pu trouver d'informations ni sur les sites de collection, ni dans les archives qui pourraient en détenir.

on distingue nettement la domination des formats *Hardcover*, *Softcover* (comptant respectivement pour plus d'un tiers des publications de l'éditeur) et de la *Klappenbroschur* [broché avec couverture à rabats].

À travers ces formats, nous pouvons constater une volonté affichée d'imiter les arts perçus comme plus légitimes, comme le laisse aussi sous-entendre la catégorisation des œuvres dans le catalogue. En particulier, l'importance des livres brochés avec rabats (inhabituels dans le milieu de la bande dessinée francophone selon notre estimation) est remarquable, puisqu'avec 161 bandes dessinées dans ce format, ils représentent plus du quart des publications de l'éditeur. Grâce aux rabats, ce format ouvre de nouveaux espaces paratextuels et permet à l'éditeur d'y inscrire par exemple des éléments biographiques sur l'artiste et un résumé de l'œuvre. La possibilité d'ajouter davantage d'informations sur la personne de l'artiste – et de le faire dans un espace aussi visible de l'objet-livre – correspond bien à la ligne éditoriale de Reprodukt. En outre, les œuvres à couverture rigide et plus longues que le format album traditionnel (144 œuvres à couverture rigide qui comptent plus de 64 pages) reprennent, elles aussi, un format et une reliure que l'on connaît davantage pour les romans, encyclopédies, etc. que pour les bandes dessinées. Afin de mieux comparer ces statistiques avec les chiffres dont nous disposons sur le marché germanophone en général et rendre notre graphique plus lisible, nous devons regrouper les formats de Reprodukt dans les catégories identifiées par M. Hofmann quand cela est possible. Cela nous permet d'affirmer que la maison d'édition indépendante ne suit effectivement pas les tendances du marché telles que le journaliste les constate.

Quelles différences avec le marché germanophone ?

Dans le diagramme suivant, nous reprenons la catégorisation de M. Hofmann et non pas celle de Reprodukt. Pour y parvenir, nous avons décidé de prioriser la reliure d'une œuvre, puis sa taille, et enfin la rigidité de sa couverture (ainsi, les œuvres dont les pages sont agrafées et dont Reprodukt indique qu'elles sont « *geheftet* » sont considérées comme étant au format « Cahier » ou « Magazine » plutôt que « Poche » ou « *Softcover* »). Pour distinguer les « Cahiers » des

« Magazines », pourtant reliés de la même manière (indiquée par Reprodukt sur son site), nous classifions les œuvres qui ont eu des suites numérotées régulières (c'est le cas des quatre numéros de *KRMKRM* de Markuss Golchinski, par exemple) comme étant des magazines. Pour ce qui est du format poche, nous avons choisi de suivre la classification de Reprodukt, tout comme M. Hofmann a repris les définitions données par les éditeurs : bien que certaines œuvres qu'elle ne classe pas comme livres de poche pourraient en avoir les dimensions, l'entreprise distingue clairement ces derniers d'autres bandes dessinées (en ajoutant « *Taschenbuch* » au nom), que ce soit pour des questions économiques (les livres dits de poche se vendant généralement à des prix moins élevés) ou techniques (un livre de poche chez Reprodukt pourrait par exemple nécessiter d'avoir une certaine longueur avant d'être considéré comme tel). Enfin, nous ne distinguons pas les œuvres selon leur type de jaquette ou de rabats. Préférant rester au plus près de la répartition de M. Hofmann, nous classons les cinq œuvres à *Flexicover* ainsi que celles possédant une reliure à anneaux parmi les *Softcovers*, et le livre illustré à pages cartonnées parmi les *Hardcovers*.

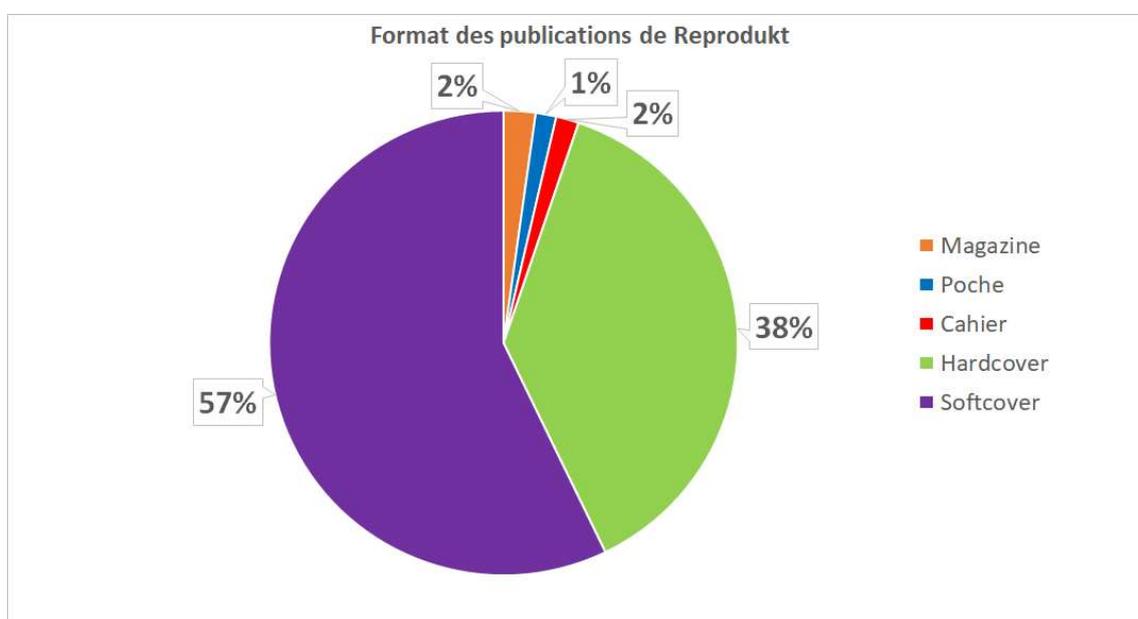


Figure 6 : Répartition des publications de Reprodukt selon le format tel que le catégorise Matthias Hofmann.

Avec cette analyse appliquant la catégorisation de M. Hofmann à la production de Reprodukt, nous constatons ainsi, nous l'avons dit, plusieurs points d'écart par rapport à la production

germanophone en général (Figure 4, page 209). Alors que les œuvres qui sortaient des catégories du poche, du magazine, du cahier ou du piccolo représentaient à peine 41 % de la production globale en Allemagne en 2014 et 43 % en 2022, elles constituaient 96 % des publications de Reprodukt. La surreprésentation des œuvres à couverture souple (dont celles à *Klappenbroschur* font partie), trois fois plus communes chez l'éditeur que dans l'industrie germanophone (364/633 œuvres prises en compte ici), est remarquable, tout comme l'importance des livres « *Hardcover* » (239/633), entre 30 % et 70 % plus courants chez Reprodukt que sur l'ensemble du marché, selon les chiffres de 2014 ou de 2022. Si, pour affiner notre comparaison, nous ne prenons pas en compte la totalité des publications de Reprodukt, mais uniquement celles de 2014, 74 % des publications de Reprodukt (28 œuvres) auraient été catégorisées comme « *Hardcover* » et les 26 % restants (10 œuvres) comme « *Softcover* » – leur surreprésentation n'est donc pas récente, ce qui nous conforte dans l'idée que les publications de cette maison d'édition sortent des formats habituels pour l'industrie de la bande dessinée germanophone. Les chiffres nous permettent d'affirmer que l'éditeur berlinois ne produit pas des bandes dessinées dans les mêmes formats que la moyenne des maisons d'édition germanophones, et ce, pour plusieurs raisons.

La première cause de cette divergence par rapport au gros de la production germanophone, nous l'avons dit, est que Reprodukt se rapproche de formats de livres possédant une certaine légitimité culturelle. L'autre raison est que plutôt que d'émuler ce que font d'autres éditeurs germanophones, l'entreprise se rapproche davantage des pratiques éditoriales des pays dont elle importe des œuvres, notamment celles de la France et la Belgique. Rappelons-le, les formats poche, cahier, piccolo et magazine « ne pèse[nt] sur ce secteur [de la bande dessinée] que de manière extrêmement marginale »⁴⁴³ dans ces pays. Mais même en ne prenant en compte que les productions originales de Reprodukt (donc non-importées), la répartition se distingue de la majeure partie de l'industrie germanophone. Pour ce segment des publications de l'éditeur, les œuvres que nous avons classées comme magazines augmentent à environ 9 % de la production

⁴⁴³ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? », *op. cit.*

(14 œuvres sur 148 dont nous connaissons le format), tandis que les livres brochés (*Softcovers*) baissent à 51 % (75/148) et que les couvertures cartonnées (*Hardcovers*) montent à 36 % (53/148). Bien que ce premier format gagne alors en importance, il faut ajouter que la dernière publication que nous classifions comme magazine remonte à 2001⁴⁴⁴ et que ce format ne correspond donc plus aux pratiques éditoriales de cet éditeur depuis deux décennies.

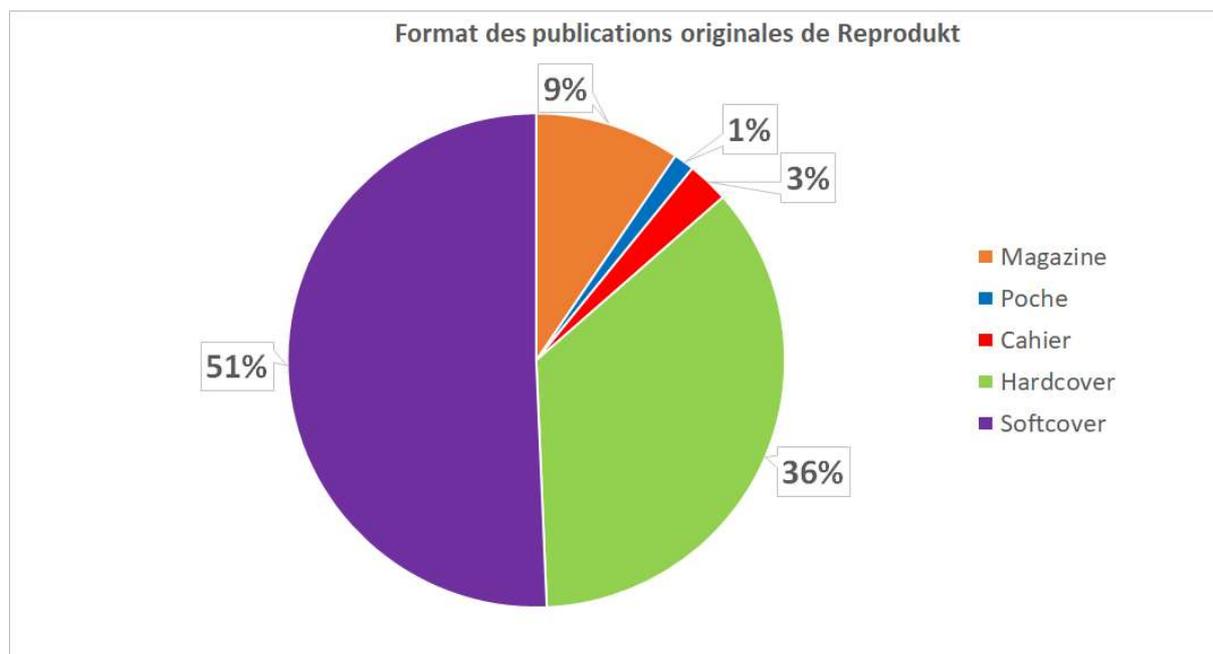


Figure 7 : Répartition des publications originales de Reprodukt selon le format tel que le catégorise Matthias Hofmann.

Alors que la répartition parmi les œuvres originales de Reprodukt est donc légèrement différente de celle de la totalité de ses publications, nous constatons que même pour celles-ci, l'éditeur privilégie très clairement les formats qui se rapprochent davantage de ceux de la littérature que de ceux de la bande dessinée germanophone. Nous constatons, en outre, que l'éditeur allemand se rapproche des pratiques de ses pairs étrangers pour ses productions originales.

⁴⁴⁴ En raison de leur longueur (plus de 100 pages en moyenne), de leur prix relativement élevé, de leur reliure non agrafée, et de leur classification par Reprodukt, nous n'avons pas comptabilisé les cinq numéros d'*Orang* parus chez Reprodukt parmi les magazines. Si nous l'avions fait, ces recueils d'histoires courtes auraient fait remonter la dernière publication d'un magazine chez Reprodukt à 2013.

L'habit fait-il le livre ? Des formats privilégiés en fonction de l'époque et du livre

L'évolution des formats chez l'éditeur reflète également la volonté de plus en plus forte de se rapprocher de formes plus légitimes du livre. Alors qu'à ses débuts – du moins pour les œuvres sur lesquelles nous avons des informations précises –, il n'était pas inhabituel de retrouver des magazines et des cahiers chez Reprodukt, qui ne produisait par ailleurs que des œuvres à couverture rigide, les livres à couverture souple sont progressivement devenus hégémoniques avant de laisser progressivement à nouveau leur place aux livres à couverture rigide. La prépondérance du *Hardcover* jusqu'en 1995 s'explique parce que Reprodukt, en tant qu'éditeur débutant, souhaitait apporter un soin tout particulier à ses adaptations des frères Hernandez et de Daniel Clowes ; la part importante du format magazine, quant à elle, renvoie à la nature *punk* de la jeune entreprise, qui publiait alors les œuvres contre-culturelles, proches du fanzinet, d'artistes allemand-es comme M. Zaribaf et M. Golchinski.

Entre 1998 et 2003, le cahier (qui, selon notre classification, n'a pas de suite, contrairement au magazine) fait une brève apparition chez Reprodukt : en dehors du *Chicanisma* de M. Zaribaf, il s'agit essentiellement d'œuvres appelées « R-24 » par Reprodukt, qui s'inscrivent dans une des seules tentatives de l'éditeur d'établir une collection. Ces petits fascicules de 24 pages, mesurant 15 cm x 10,5 cm, imprimés en noir et blanc, et coûtant l'équivalent de 3€, sont pour la plupart des traductions⁴⁴⁵ issues de la collection « Pattes de Mouches » de l'éditeur L'Association (et en possèdent les mêmes caractéristiques physiques). Une œuvre originale d'ATAK, de Calle Claus, et de Frank Schmolke, non disponibles chez l'éditeur francophone, font également partie de ces œuvres publiées sous le label R-24. Reprodukt souhaitait ainsi lancer sa propre version de « Pattes de Mouches », une collection au format réduit et au prix très abordable, composée d'importations, mais aussi de productions originales. Cette collection est interrompue à partir de 2003, que ce soit parce que les objectifs commerciaux n'ont pas été atteints ou parce que

⁴⁴⁵ Trois des huit œuvres R-24 que nous avons identifiées sont muettes, c'est-à-dire qu'en dehors du titre, elles ne contiennent pas de texte et n'ont donc pas nécessité d'effort particulier des traducteurs et traductrices. En général, les œuvres R-24 ne comportant que 24 pages, le travail de traduction reste limité.

D. Rehm reprend à nouveau pleinement la direction de Reprodukt après son passage chez Carlsen, et impose une nouvelle ligne à la maison d'édition.



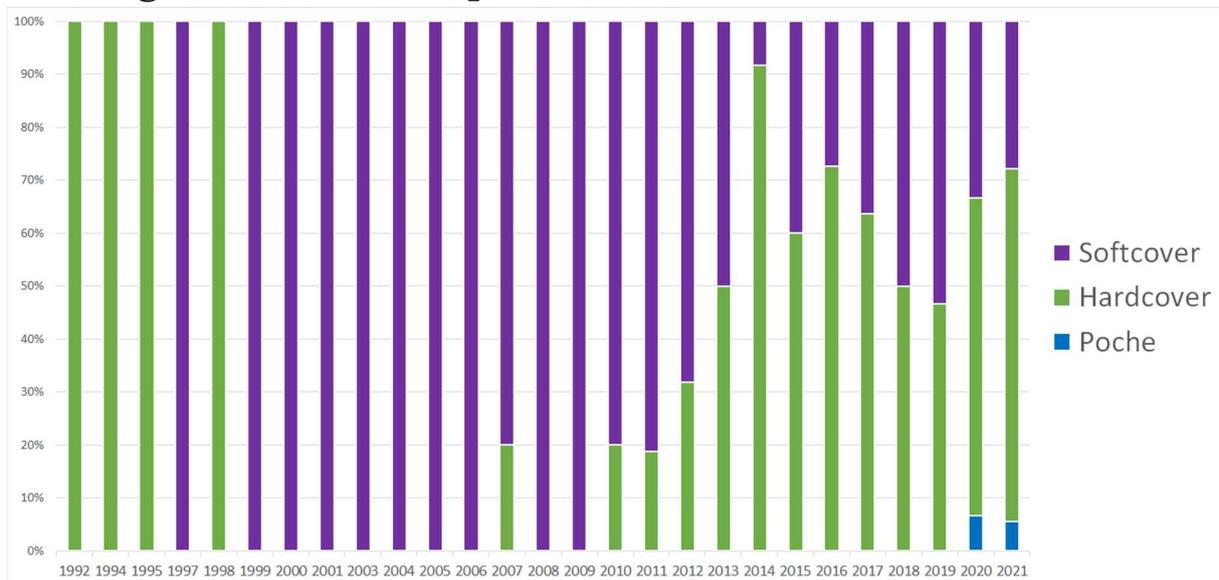
Figure 8 : Répartition des publications de Reprodukt par année selon le format tel que le catégorise Matthias Hofmann.

Alors que les œuvres à couverture rigide s'étaient faites rares de 1996 à 2004 (voire avaient ponctuellement disparu) et que leur proportion restait basse jusqu'en 2011, dès 2012, leur nombre croît rapidement et représente dès lors systématiquement une grande partie de la production de l'éditeur, en dépit de l'importance que revêtent toujours les livres à couverture souple (notamment les brochés avec rabats). La publication d'un nombre de plus en plus élevé de séries avec une couverture rigide (dont les *Mumins* des Jansson, mais aussi les *Kleiner Strubbel* de Céline Fraipont et de Pierre Bailly) explique une partie de cette évolution. Cependant, il faut surtout remarquer que les œuvres catégorisées comme « *Graphic Novel* », presque toutes dotées d'une couverture souple entre 1999 et 2009⁴⁴⁶, sont bien plus nombreuses à avoir une couverture cartonnée à partir de 2012 : désormais, une majorité d'entre elles possède une telle reliure rigide (50 % en avaient une en 2013, 92 % en 2014, 60 % en 2015, 73 % en 2016,

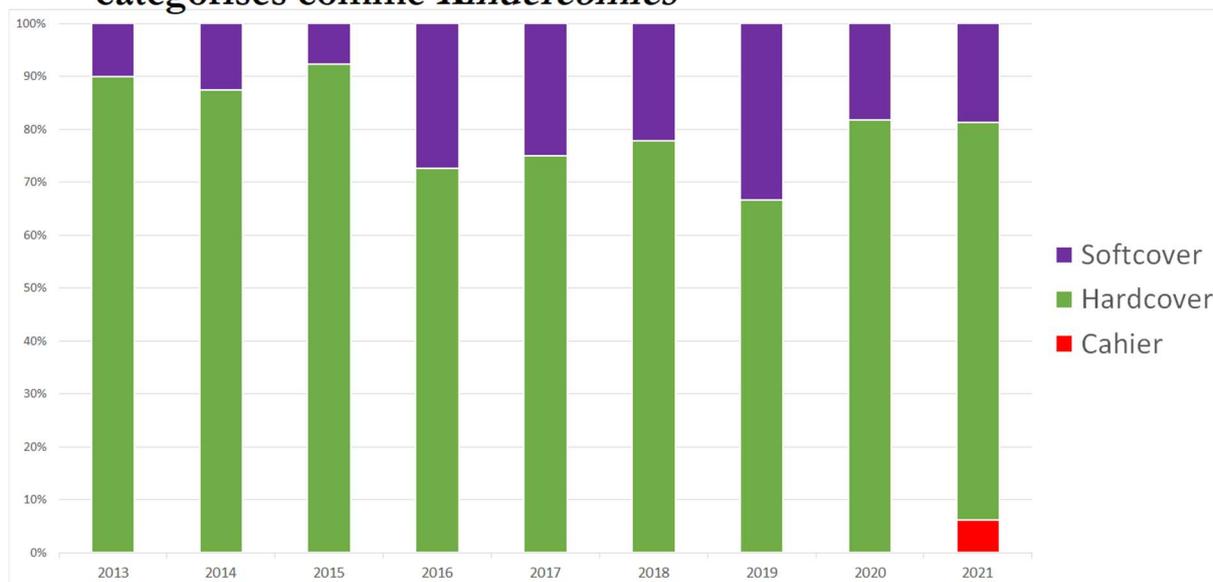
⁴⁴⁶ En dehors de 2007, où *Der unschuldige Passagier* de Martin tom Dieck était la seule « *Graphic Novel* » à posséder une couverture rigide, 100 % des romans graphiques de Reprodukt avaient été publiés avec une couverture souple sur cette période.

etc.). Les « *Kindercomics* », catégorie d'œuvres que l'éditeur publie depuis 2013, ont toujours été majoritairement pourvus d'une couverture rigide, contrairement aux mangas, plus rares, qui possèdent presque toujours une couverture souple. Quant aux « *Comics* », malgré une légère surreprésentation du livre broché durant les dernières années de nos relevés, la répartition de leurs formats reflète celle des publications en général, preuve que cette catégorie est « fourre-tout » pour l'éditeur, qui classe nombre d'œuvres simultanément dans les *Comics* et dans une autre catégorie d'œuvres.

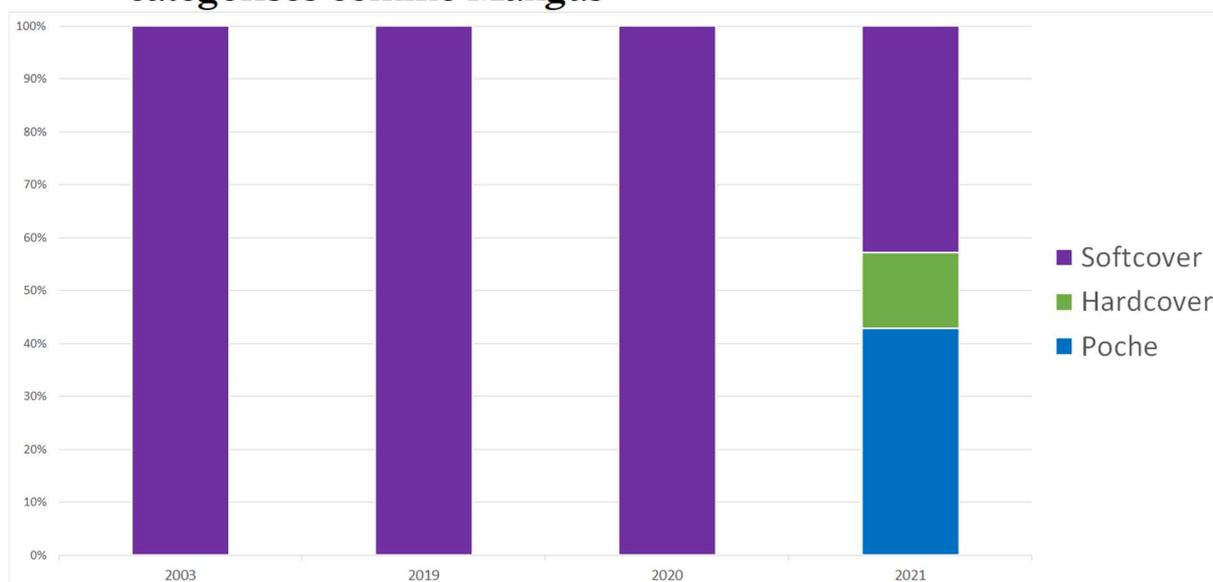
Répartition du format selon l'année pour les livres catégorisés comme *Graphic Novels*



Répartition du format selon l'année pour les livres catégorisés comme *Kindercomics*



Répartition du format selon l'année pour les livres catégorisés comme *Mangas*



Répartition du format selon l'année pour les livres catégorisés comme *Comics*

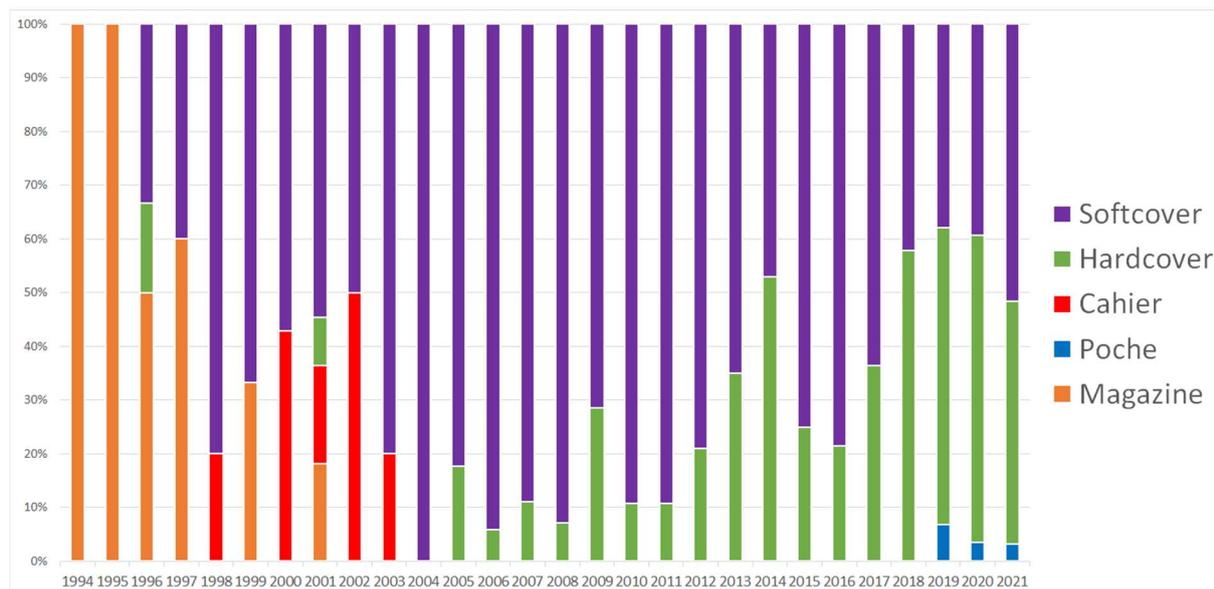


Figure 9 : Répartition du format de différentes catégories de publication de Reprodukt par année.

Pour les œuvres considérées par l'éditeur comme *Graphic Novels*, mais surtout pour les *Kindercomics* et *Mangas*, il y a certainement corrélation entre le format et l'appartenance à une catégorie du catalogue. Ainsi, au Japon, le manga possède traditionnellement une couverture souple. Son public généralement supposé populaire et adolescent, son prix réduit, ses lieux de vente et de lecture privilégiés (gares, transports en commun...) : tout concorde pour favoriser non seulement une couverture, une reliure, une qualité de papier peu onéreuses, mais aussi une taille réduite. L'éditeur berlinois ne reproduit ici que les pratiques éditoriales de ses pairs japonais et occidentaux qui publient depuis longtemps des mangas dans ce format. Il faut cependant nuancer notre propos, puisqu'en dehors des *Kitaro* de Shigeru Mizuki, destinés à un public plus jeune et répertoriés comme étant des livres de poche, Reprodukt se concentre sur des mangas plus longs et plus coûteux que la production *shōnen* ou *shōjo*, qui dominent le marché du manga tant au Japon que dans le monde entier. Ainsi, bien qu'usuelle pour le type de mangas publiés par Reprodukt, leur longueur (et surtout leur prix) ne correspondrait pas tout à fait à celle de la majorité des mangas. Enfin, *GoGoMonster* de Taiyo Matsumoto s'écarte encore davantage de la règle puisque l'œuvre possède une couverture rigide, comme cela avait

été le cas de certaines éditions de l'œuvre au Japon. Pour ce qui est des *Kindercomics* de Reprodukt, ils empruntent leur format au livre illustré pour enfants : généralement rigides (et parfois dotés d'une surface ouatée) pour résister au traitement des enfants en bas âge, même les pages peuvent être cartonnées, selon que l'œuvre est censée être lue par un-e adulte à un enfant ou que ce dernier peut lire le livre en toute autonomie. Ces bandes dessinées se retrouvant dans les mêmes étagères que des livres illustrés, il s'agit également d'adopter leur formatage pour ne pas trop sortir du lot et ainsi éveiller les soupçons d'être de la *Schundliteratur*, cette littérature supposée dangereuse pour les enfants.

Enfin, le roman graphique, dont l'appellation suppose un rapprochement avec le roman littéraire, adopte progressivement un format semblable à ce dernier. En effet, dans le monde germanophone, les couvertures rigides ne sont pas réservées aux bandes dessinées, aux livres d'art et aux éditions de luxe (comme c'est notamment le cas en France), mais concernent également les romans contemporains et autres textes de prose. Ainsi, une couverture cartonnée ne confère pas seulement un aspect plus luxueux aux œuvres plus longues qu'un album, mais elle suggère aussi une filiation directe avec la littérature. Même parmi les livres brochés, les rabats des livres *Klappenbroschur*, inhabituels pour la bande dessinée francophone, permettent à l'éditeur d'y inscrire des éléments paratextuels et de se rapprocher ainsi de pratiques courantes dans l'édition de romans. Alors que le contenu des œuvres de Reprodukt ne laisse jamais planer le doute sur le fait qu'il s'agit de bandes dessinées, leur apparence extérieure pourrait tromper celles et ceux qui ne regardent pas sous la couverture. S'il est improbable que des acheteurs et acheteuses puissent s'y tromper, il est possible qu'il soit moins stigmatisant de lire en public ou d'accumuler dans sa bibliothèque des bandes dessinées qui possèdent l'apparence de littérature.

[Le livre de poche : une stratégie pour s'en mettre plein les poches ?](#)

Avec ses ouvrages à couverture rigide, semblables à des œuvres littéraires ou à des livres d'art, ou ses livres brochés, Reprodukt va souvent à contre-courant de l'industrie de bandes dessinées germanophones. Pourtant, en 2019, l'émergence tardive d'un nouveau format chez l'éditeur

témoigne de sa volonté de s'adapter au public local. En effet, à travers la vente de bandes dessinées au format poche, Reprodukt souhaite toucher un lectorat plus large, distinct de sa clientèle habituelle. Pour S. Lesage, « le poche » s'oppose de manière intrinsèque aux formats perçus comme étant plus respectables :

Au petit format [correspondent] auteurs anonymes ou tâcherons à la chaîne, et lecteurs « faibles » : enfants des classes populaires, adultes immatures (bidasses, ouvriers...). Dans ce schéma rarement explicité, mais sous-jacent dans les histoires de la bande dessinée, le petit format constitue une lecture de perdition, mauvais genre revendiqué ou dénoncé, que tout opposerait à l'univers de la librairie.⁴⁴⁷

Avec ce format poche, Reprodukt se distancie donc de la stratégie de légitimation poursuivie avec la publication de livres dans un format réputé qualitatif. Même si en ce qui concerne sa respectabilité, la maison d'édition pourrait ternir son image, elle en tire aussi des bénéfices. D'une part, l'éditeur se rapproche ainsi simplement d'un format répandu sur le marché, auquel le public germanophone est habitué, du moins pour ce qui concerne les bandes dessinées. D'autre part, les propriétés mêmes du format lui permettent d'accéder à un vivier d'acheteurs et d'acheteuses très large. Dans son article sur la réticence franco-belge aux bandes dessinées au format poche, S. Lesage énumère plusieurs de ces caractéristiques :

Son prix, d'abord, facilite son acquisition ; il permet également de faciliter l'achat impulsif. Le réseau de diffusion du poche permet par ailleurs de diffuser la bande dessinée dans d'autres lieux que les librairies : relais de gares, kiosques, maisons de la presse... Enfin, son format incite à une lecture décomplexée, une lecture nomade ; la bande dessinée de poche se glisse dans

⁴⁴⁷ S. LESAGE, *L'effet livre : métamorphoses de la bande dessinée*, op. cit., p. 274.

le cartable et s'échange à la récréation, contrairement à l'album, qui ne s'est pas totalement départi de la solennité un brin rigide de ses origines.⁴⁴⁸

Le premier argument avancé par S. Lesage est donc celui du prix de vente, forcément inférieur à celui d'un livre de taille standard. Ce prix réduit s'explique en grande partie par la plus petite quantité de papier nécessaire à la confection du livre. En toute logique, la surface des pages d'un livre de petite taille sera inférieure à celle d'une œuvre plus grande.

Cependant, dans le cadre de rééditions d'une même œuvre au format poche (plutôt qu'une publication originale, pensée d'emblée pour le format poche), ce qui est le cas pour 4 des 10 livres de poche de Reprodukt, le nombre de pages nécessaires pourrait en théorie varier. Lorsque l'adaptation au format poche consiste uniquement à réduire la taille des images et du texte – tout en conservant les mêmes proportions et la même disposition sur la page –, le nombre de pages reste logiquement le même et le format poche s'avère alors bien moins onéreux. C'est le cas de toutes les rééditions de Reprodukt au format poche, qui ont donc toutes la même longueur que la première édition.

Dans le cas où la mise en page ne serait pas conservée, mais nécessiterait un réagencement des planches, le livre au format poche peut comporter davantage de pages que le format d'origine⁴⁴⁹, ce qui limite alors la quantité de papier gagnée avec le nouveau format. Hormis le prix inférieur pour la couverture, ce cas de figure peut ainsi s'avérer tout aussi onéreux pour l'entreprise et la clientèle. Toutefois, en republiant une œuvre pour laquelle on a déjà payé l'artiste (même si une partie des gains de la nouvelle édition lui reviendra), acheté les droits d'exploitation et/ou effectué la traduction et le lettrage, l'entreprise dépensera moins pour rééditer le livre, ce qui pourra aussi se répercuter sur le prix de vente. Enfin, des économies peuvent également être

⁴⁴⁸ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? », *op. cit.*.

⁴⁴⁹ Dans notre article sur les différentes éditions de la bande dessinée *The Killing Joke*, nous avons évoqué une édition de poche de 125 pages, plus de deux fois plus longue que l'œuvre au format standard, d'une longueur de 48 pages. R. BECKER, « Telling The Killing Joke: How Editorial Intent Co-constructs a Comic », *Comicalités*, 1^{er} avril 2021 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/5754> ; consulté le 23 novembre 2022).

faites sur la qualité du papier, et non pas seulement sur sa quantité. On constate ainsi que les formats poche chez Reprodukt présentent un papier plus fibreux et moins blanc que les bandes dessinées dans d'autres formats. Ce type de papier nécessitant moins de travail de raffinage, il est aussi moins onéreux, ce qui permet aussi de réduire le prix de vente du produit imprimé.

Tous ces facteurs réunis permettent donc à Reprodukt de publier des œuvres au format poche plus abordables que ne l'était leur première édition : *Sommer am See* [Cet été-là] de Jillian et Mariko Tamaki, *Pirouetten* [Spinning] de Tillie Walden et *Kinderland* de Mawil sont ainsi trois fois moins chères au format poche que dans leur première édition, passant d'un prix de vente de 29 € à 10 €. Le prix d'*Irmina* de Barbara Yelin baisse de 39 € à 15 € en même temps que sa taille réduit. Des bandes dessinées dont le prix les destinait sans doute à un public plus fortuné peuvent ainsi devenir l'objet d'un « achat impulsif »⁴⁵⁰ dans de nouveaux points de vente, et par là même toucher un lectorat potentiellement plus jeune, issu d'autres couches socio-économiques. La possibilité d'être vendue dans des tabacs ou stands de journaux a d'autant plus d'effet dans les pays germanophones que la bande dessinée ne trouve que rarement sa place dans les librairies généralistes. Par ailleurs, le fait d'être plus abordable pour les jeunes permet aux bandes dessinées de toucher plus directement le public qu'on leur associe dans cette aire culturelle et linguistique.

Un dernier point abordé par S. Lesage requiert notre attention : la capacité du format poche de « se glisse[r] dans le cartable »⁴⁵¹. Si le chercheur évoque ici le fait que ce format peut être acheté par un public plus jeune et être lu dans les cours d'école, il fait sans doute aussi référence à la possibilité des bandes dessinées au format poche de devenir des lectures scolaires. Le format et le prix réduits permettent effectivement à ces livres d'être des choix de lecture raisonnables pour des cours de littérature, d'éducation civique ou d'histoire. C'est donc sans surprise que la plupart des œuvres que Reprodukt a publiées au format poche peuvent être lues par un public adolescent et que leur contenu présente un intérêt éducatif. *Irmina* et *Kinderland* sont sans

⁴⁵⁰ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? », *op. cit.*

⁴⁵¹ *Id.*

doute les bandes dessinées les plus représentatives de ce cas de figure : la première retrace le parcours d'une femme allemande du début du Troisième Reich aux années 1980, tandis que la seconde, sous-titrée « *Eine Kindheit im Schatten der Mauer* » [Une enfance à l'ombre du Mur], évoque la vie en RDA.

L'éditeur est conscient de l'usage scolaire qui peut être fait de ces deux œuvres en particulier, publiées à des moments stratégiques (respectivement soixante-quinze ans après la fin du Troisième Reich et trente ans après la chute du Mur). En témoigne la deuxième édition de *Kinderland* en poche : afin de renforcer le potentiel éducatif de l'œuvre, la maison d'édition a décidé d'ajouter des pages supplémentaires par rapport à la première version poche, afin de faciliter son utilisation dans le cadre d'un cours d'histoire ou de littérature. Le glossaire ainsi créé par Mawil et Jochen Schmidt, un proche collaborateur de l'artiste, donne des explications sur différents éléments historiques, culturels et linguistiques présents dans l'œuvre, permettant même à un public plus jeune de comprendre tous les aspects de la trame, en toute autonomie. En outre, on peut imaginer que ce texte explicatif puisse être l'objet d'évaluations scolaires. Avec son prix abordable de 10 €, cette nouvelle version de *Kinderland* semble faite pour être étudiée dans l'enseignement secondaire.

Kleines DDR-
GLOSSAR von Jochen Schmidt & m.d.w./L

DDR – Deutsche Demokratische Republik. Nach dem Sieg der Alliierten über Nazi Deutschland in der östlichen Landeshälfte 1949 unter der sowjetischen Militäradministration gegründet, regiert von einer sozialistischen Einheitspartei und – ähnlich wie die Nachbarstaaten das Ostblocks – mehr oder weniger unter Kontrolle von Moskau stehend. Die soziale Situation und medizinische Versorgung waren gut, doch die steigende Unzufriedenheit über fehlende Meinungs- und Reisefreiheit sowie der Niedergang der staatlich gelenkten Wirtschaft und die mangelnden Konsummöglichkeiten führten schließlich 1989 zur Öffnung der Mauer und zur Wiedervereinigung mit Westdeutschland.



83.7 Michail Gorbatschow, Reformator und Chef der kommunistischen Partei der Sowjetunion. Ihm wird das Zitat »Wer zu spät kommt, den bestrafte das Leben« zugeschrieben, das er aber wörtlich so nie ausgesprochen hat.



der zahlreiche autobiografische Romane über Abenteuer im Wilden Westen und in anderen Regionen der Welt schrieb, ohne bis dahin selbst dort gewesen zu sein. In dieser Beziehung war er auf seine Fantasie angewiesen, vielleicht war er auch deshalb so beliebt in der DDR, obwohl seine Werke dort erst spät erscheinen durften. Es gab eine regelrechte Wildwest-Subkultur mit Reenactments, wobei man sich eher mit den Indianern identifizierte.



103.3 Tian'anmen-Massaker. Brutale Niederschlagung der studentischen Reformbewegung durch das chinesische Militär am

3. und 4. Juni 1989. In der DDR herrschte daraufhin die Angst, dass auch hier gegen Protestbewegungen so vorgegangen werden könnte.



105.3 Gefängnis für politische Gefangene (v. a. »Republikflüchtlinge«) in Bautzen.



151.5 Westpakete. Postsendungen von Westdeutschen an Familienangehörige und Freunde in der DDR. Besonders beliebt waren Kaffee, Kleidung (auch gebrauchte), Kaugummi oder Tintenkiller. Das Versenden von Pornografie und Comicheltern war verboten. Dem Gericht nach sortierten die Mitarbeiter des Zolls solche Dinge aus und behielten sie für ihre eigenen Familien bzw. verkauften sie weiter.



120 Winnetou und Old Shatterhand. Der Häuptling der Apachen und der aus Deutschland stammende, den meisten Gegnern moralisch und körperlich überlegene Abenteurer waren die populärsten Figuren des deutschen Schriftstellers Karl May (1842-1912),

152.1 & 210.6 Stasi, Ministerium für Staatssicherheit, umgangssprachlich auch »Die Firma«. Geheimdienst der DDR, die Inlandsabteilungen funktionier-



17.1 & 6. Tamara Bunke, sozialistische Revolutionärin und Agentin aus der DDR, starb 1967 an der Seite von Che Guevara im bolivianischen Dschungel beim Versuch, die kubanische Revolution nach Südamerika zu exportieren.



28. & 105 Republikflucht. Eine offizielle Auswanderung aus der DDR war schwierig und nur unter Schikanen möglich. Fluchtversuche mit Fluchthelfern, über die Mauer oder die Ostsee endeten oft im Gefängnis oder tödlich.



43.2 Partisan. Untergrundkämpfer, z. B. während des Zweiten Weltkriegs in den von der Wehrmacht besetzten Gebieten.



44.3 ABV – Abschnittsbevollmächtigter. »Kiezpolizist« und lokaler Ansprechpartner der Polizei.

46.1 & 123.3 & 142 Sirene. Jeden Mittwoch um 13 Uhr wurden in der gesamten DDR die Zivilschutz-Sirenen getestet. Man fragte sich immer, was passiert wäre, wenn irgendwo genau um 13 Uhr ein Brand ausgebrochen wäre...



47 Mauer, offiziell »antifaschistischer Schutzwall«, ab 1961 zur Verhinderung der illegalen Ausreise bzw. Flucht im Westen und die DDR errichtet, später ausgebaut mit Stacheldraht, Wachtürmen, Wochhunden, Minen, Selbstschussanlagen.

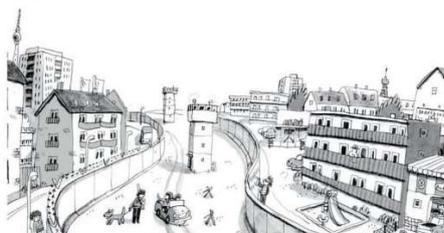


Illustration 19 : Extrait du glossaire ajouté à la deuxième édition de Kinderland au format poche. Termes expliqués en haut à gauche : RDA – République Démocratique d'Allemagne. En haut à droite : Mickaïl Gorbatchev ; le massacre de la place Tian'anmen ; Bautzen II (prison de la Stasi [services de police politique en RDA]) ; série de films Winnetou et Old Shatterhand ; NVA [Armée Populaire Nationale] ; Westpakete [colis livrés depuis l'Allemagne de l'Ouest] ; Stasi. En bas : Tamara Bunke ; Republikflucht [fuite vers l'Ouest] ; partisan [de la Résistance] ; ABV [policier-e de proximité] ; sirène d'alarme ; le Mur.

Parmi les autres œuvres au format poche, *Pirouetten* et *Ein Sommer am See*, avec leurs protagonistes adolescentes et leurs thématiques proches de préoccupations des jeunes (puberté,

amour, rapport aux parents...), sont propices à une lecture dans le cadre d'un cours d'allemand pour des collégien·nes. *Autoroute du soleil* de Baru, véritable *Bildungsroman* (graphique) qui traite davantage de politique, de discriminations, etc., peut quant à lui correspondre au lectorat plus âgé de l'*Oberstufe* [équivalent des classes de lycée]. Pour cette œuvre, la question se pose de savoir s'il s'agit vraiment d'un livre de poche, alors que l'éditeur l'affirme : sa taille, 21 cm de hauteur sur 15 cm de largeur, est grande pour une œuvre de ce type chez l'éditeur.

On ne peut toutefois pas dire que Reprodukt vise explicitement l'environnement scolaire pour la lecture de ses œuvres de poche ; ce serait alors un résultat secondaire, mais pas le projet initial de ces rééditions. À notre connaissance, aucun livre de poche autre que *Kinderland* n'a eu de réédition avec glossaire ou frise historique, sachant que cette bande dessinée n'en avait pas lors de sa première impression, mais seulement à partir d'un second tirage. On peut alors imaginer que ce n'est qu'après des retours d'enseignant·es que l'entreprise s'est véritablement penchée sur la possibilité de mettre le livre au programme. Par ailleurs, d'autres œuvres, celles-ci directement éditées au format poche, sont au contraire inappropriées pour un public scolaire. Si la question se pose pour la série des *Kitaro* de Shigeru Mizuki, certes destinée à des enfants, mais au contexte peut-être trop japonais pour un cours de littérature allemande, les intégrales de Fil comme *Stups & Krümel – Mega-Sammelband* [Stups & Krümel – Mega-intégrale] ou *Always Ultra – Taschenbuch* [Toujours ultra – Livre de poche] sont, quant à elles, explicitement destinées à un public adulte.

Les œuvres de l'artiste berlinois, à l'humour potache et à l'esthétique résolument *underground*, ne devraient sans doute pas intéresser le même public que celui des œuvres précédemment citées. Le fait de les publier au format poche ne répond ici pas au projet de toucher un public plus jeune, même si les effets du format restent les mêmes. Ici aussi, la petite taille du livre rend possible « une lecture décomplexée, une lecture nomade »⁴⁵², par exemple dans les transports en commun. À nouveau, on peut imaginer que l'objectif d'un prix modique soit de toucher un

⁴⁵² *Id.*

public qui n'a pas les moyens d'acheter des œuvres plus chères ou qui n'en a pas l'habitude. Chez Fil, le format pourrait aussi correspondre à un parti pris artistique, puisque l'artiste, qui écrit dans une langue orale et dont la plupart des personnages sont issus de milieux paupérisés, crée des œuvres résolument populaires. Initialement publiées dans des magazines locaux comme *zitty* ou *Jungle World*, les bandes dessinées de l'artiste sont d'emblée conçues pour un support peu onéreux et un public potentiellement peu habitué à acheter des bandes dessinées. Afin de conserver cet esprit, il est cohérent de proposer ses intégrales dans un format qui peut prétendre à un certain caractère populaire. Il faut cependant nuancer cela, puisqu'*Always Ultra – Taschenbuch* n'a en fait de poche que le nom : avec ses 24 cm de longueur et ses 17 cm de largeur, l'œuvre est ainsi la plus grande de celles que Reprodukt désigne comme « livre de poche » et aussi, du point de vue du nombre de pages, la plus onéreuse. Bien qu'elle coûte le même prix que *Stups und Krümel*, 10 €, elle fait cependant la moitié de sa longueur (144 pages contre 288). Dans ce cas précis, le terme « *Taschenbuch* » pourrait être une blague de l'artiste, qui se moque peut-être des rééditions d'ouvrages (cette intégrale n'existant sous aucun autre format) ou de la définition même de ce qui constitue un « poche ».

Les mains dans les poches ? Une conversion parfois difficile

L'introduction du format poche, en plus de celle du manga au même moment, constitue l'évolution la plus récente du répertoire de Reprodukt. Depuis la fin de la constitution de notre base de données, l'entreprise n'a eu de cesse de persévérer sur cette voie et a publié de plus en plus de livres de poche et de mangas... ou plutôt de mangas au format poche. Fin 2021, 3 des 10 livres de poche parus chez Reprodukt étaient des mangas issus de la série des *Kitaro* ; en 2023, cette série comportait à elle seule 13 tomes, et a été rejointe par de nouvelles œuvres de Taiyo Matsumoto. Désormais, le catalogue poche de l'éditeur se compose ainsi majoritairement de mangas, bien qu'il y ait eu aussi de nouvelles rééditions d'ouvrages à format réduit. Le succès des éditions de poche semble, de toute évidence, avoir été une raison suffisante pour que Reprodukt continue d'en produire. Pour autant, la maison d'édition n'a pas abandonné ses œuvres de grande taille, qui constituent la majorité de sa production. Plutôt que d'imaginer ici

une rentabilité supérieure des grands formats, on peut supposer que ni les artistes, ni la maison d'édition ne pensent que toute œuvre doive ou puisse être publiée au format poche.

La conversion d'une œuvre vers ce format cache effectivement des pièges. D'une part, la qualité du dessin et du lettrage peut être dégradée lorsque la taille de ces derniers est réduite. Les dessins originaux se font en effet généralement dans un format plus grand que celui de la publication – on le constate lorsque les planches originales sont exposées dans des musées⁴⁵³ – ; sauf exception, toute publication sous forme de livre changera donc leur taille. Cependant, plus la taille est réduite, moins les détails du dessin, les techniques ou matériaux utilisés seront visibles, ce qui affecte naturellement en particulier les publications au format poche. À cela s'ajoute la qualité du papier, que nous avons déjà évoquée : lorsque le papier est jauni et fibreux, les couleurs ont tendance à baver et les traits sont moins nets. En somme, s'il y a toujours un écart entre un dessin et sa publication sous forme imprimée, il peut y avoir un fossé entre un original et une publication au format poche. D'autre part, comme le rappelle S. Lesage, pour changer de format, on ne peut souvent pas « se contenter de réduire les planches [puisque cela] rendrait à la fois textes et dessins illisibles »⁴⁵⁴. Dans certains cas, le lettrage peut être suffisamment grand et le dessin suffisamment clair et simple pour que l'œuvre puisse être appréciée même à taille réduite. Dans d'autres, notamment ceux publiés par la maison d'édition J'ai Lu et évoqués par S. Lesage dans son article sur le format poche, l'éditeur a dû entièrement remodeler la mise en page afin d'agrandir certaines cases, qui sans cela auraient été peu lisibles. Par son intervention dans l'œuvre, l'éditeur peut altérer le rythme, mais également ajouter ou couper des dessins, voire des cases entières. Le chercheur conclut ainsi :

⁴⁵³ Lors d'une communication au colloque annuel de la ComFor, la chercheuse Erin La Cour a exploré le décalage entre le format des planches originales et celui des œuvres publiées. En outre, elle s'est interrogée sur des possibilités de muséalisation des bandes dessinées autres que celles passant par des dessins originaux. E. LA COUR, « No Longer In-Between: Towards a Social Abstraction in Comics Exhibitions », lors de la rencontre *Spaces Between: Gender, Diversity, and Identity in Comics*, Cologne, 18 septembre 2018.

⁴⁵⁴ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? », *op. cit.*

Alors que le passage de la littérature au format de poche s'apparente à une nouvelle édition, dans le cas de la bande dessinée, c'est plutôt d'une nouvelle création, d'une nouvelle œuvre, qu'il s'agit.⁴⁵⁵

Bien que certaines éditions de bandes dessinées puissent être considérées comme des œuvres d'art distinctes⁴⁵⁶, tant le remodelage est important, ce n'est le cas d'aucune des éditions de poche de Reprodukt sur la période que nous avons étudiée. Les œuvres choisies par l'éditeur pour être publiées au format poche – quand ce n'est pas le projet initial de l'artiste – le sont ainsi non pas seulement en raison de l'attrait qu'elles présentent pour un nouveau public, mais aussi parce que leur conversion vers un nouveau format leur permet de rester suffisamment fidèles à l'original. Il s'agit justement d'œuvres où images et texte peuvent conserver les mêmes proportions et où la mise en page n'a pas à être modifiée pour que le livre reste lisible. Pour ce qui est des mangas de Reprodukt, ils sont prépubliés au Japon en noir et blanc sur du papier de piètre qualité, encore moins raffiné que celui des livres de poche, et supportent donc aisément un passage au format poche. Ainsi, des éditions de poche sur le même modèle que celles de la collection poche de J'ai Lu, avec une mise en page altérée, demanderaient non seulement davantage de travail à l'éditeur, mais elles dénatureraient aussi de nombreuses caractéristiques de l'œuvre originale. Pour un éditeur qui se targue de vouloir rester le plus proche possible de la vision des artistes, il serait contradictoire de convertir des œuvres vers un format qui leur serait inadapté.

Ainsi, on peut donc affirmer que même si le rythme de publication des formats poche s'est accéléré et que leur rentabilité s'est confirmée, Reprodukt continue de choisir soigneusement les œuvres auxquelles accorder une réédition ou une première publication au format poche. On peut néanmoins imaginer qu'en cas de succès fulgurant, l'éditeur pourrait à l'avenir essayer de

⁴⁵⁵ *Id.*

⁴⁵⁶ Nous en parlons dans notre article sur *The Killing Joke*, où nous nous référons à l'article de Roy Cook et Aaron Meskin qui traite de la même œuvre. R. T. COOK et A. MESKIN, « Comics, Prints, and Multiplicity », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 73, n° 1, janvier 2015, p. 57-67 ; R. BECKER, « Telling The Killing Joke », *op. cit.*

pousser ses artistes germanophones à concevoir des œuvres spécifiquement en vue d'une publication au format poche.

3) Pages, prix, couleurs

Toujours plus longs, toujours plus forts ?

Si l'on peut prétendre qu'avec l'introduction du format poche et des œuvres pour enfants, la taille moyenne des livres de Reprodukt a eu tendance à diminuer, leur longueur n'a cependant pas cessé d'augmenter depuis le milieu des années 1990. Cette évolution ne s'est pas vraiment faite de manière graduelle, mais peut être divisée en plusieurs périodes distinctes durant lesquelles la longueur moyenne des livres bondit de palier en palier. À partir de nos statistiques, nous avons pu identifier ces cinq périodes (1991-1993 ; 1994-2002 ; 2003-2010 ; 2011-2018 ; 2019-2021) et trouver la cause des changements soudains. Bien que le nombre de pages soit un élément purement matériel du livre, il nous donne des indices sur la politique éditoriale de la maison d'édition.

Pendant ses toutes premières années, l'entreprise publie des intégrales des bandes dessinées des frères Hernandez ainsi qu'une œuvre en un volume de Daniel Clowes⁴⁵⁷ : ces œuvres sont particulièrement volumineuses pour l'époque, puisqu'elles comptent toutes plus de 135 pages. Nous avons déjà pu observer en d'autres lieux que pour Reprodukt, les années 1991-1993 sortaient de la norme, notamment parce que ces premières publications sont aussi des livres à couverture rigide. Cela se confirme dans les statistiques concernant la longueur moyenne des

⁴⁵⁷ Rappelons que sur ces premières années, les quelques rares sources se contredisent et que nous ne pouvons pas déterminer avec certitude toutes les publications de la maison d'édition, ni leurs caractéristiques. Ainsi, Reprodukt ne présente pas la première édition de *Wie ein samtener Handschuh* de Daniel Clowes sur son site internet, mais l'œuvre est bien répertoriée sur le site Comicguide comme étant sortie en 1994. Pourtant, une recherche à partir de la référence ISBN nous indique une publication en 1993. Dans ce cas, nous avons décidé de nous fier aux informations de l'éditeur et de suivre la date de première publication corroborée par l'ISBN.

publications de l'éditeur : ce n'est que bien plus tard, à partir de 2016, que ses nouveaux livres auront un volume comparable.

En 1994, l'éditeur adopte un nouveau projet éditorial et commence à publier des bandes dessinées allemandes, puis des œuvres francophones. Cette nouvelle gamme d'œuvres se présente aussi sous une nouvelle forme, donnant à la maison d'édition une autre identité visuelle. Il s'agit en effet, pour la plupart, de courts fascicules à la couverture souple, bien loin des « romans graphiques » de la série *Love & Rockets*. Les différents numéros de *KRMKRM* de Markuss Golchinski et d'*Artige Zeiten* de Minou Zaribaf et d'Andreas Michalke, qui comptent entre 28 et 36 pages, mais aussi les premiers Julie Doucet, Charles Burns, etc. font fortement baisser la longueur moyenne des publications de Reprodukt.

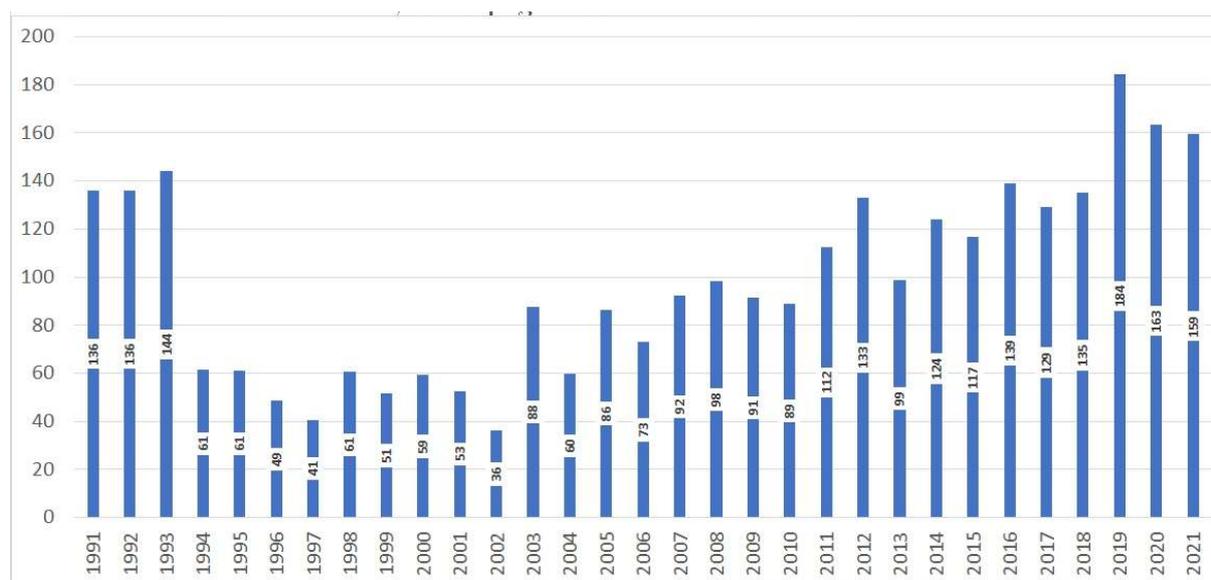


Figure 10 : Nombre moyen de pages des publications de Reprodukt selon l'année de parution.

De 1994 à 2002, l'éditeur se spécialise dans les œuvres courtes à la couverture souple ; le format d'une partie d'entre elles est décrit par l'éditeur comme format « cahier ». Loin d'être alors la maison d'édition qu'elle deviendra plus tard, qui édite des ouvrages aux allures de romans, Reprodukt publie alors des livres semblables à des prospectus, qui peuvent se vendre à des festivals ou dans des boutiques spécialisées plutôt que dans des librairies généralistes. Même si la longueur moyenne de 53 pages durant ces années 1994 à 2002 pourrait donner l'impression

que l'éditeur s'appuie sur l'album de 48 pages, force est de constater que ce format reste encore rare chez Reprodukt. L'entreprise oscille plutôt entre les œuvres de 32 pages ou moins (24 pages est la longueur la plus fréquente, notamment grâce à la collection R-24) et celles qui comptent entre 64 et 80 pages. Même si ces nombres ne sont pas aussi canoniques que 48, il s'agit là de longueurs faciles à transposer à un produit imprimé. En effet, une feuille pliée trois fois ayant 8 faces (16 si on la plie à nouveau), les méthodes d'impression industrielles seront plus efficaces en temps et en matériau avec un nombre de pages multiple de 8 (et encore davantage avec des multiples de 16).

En 2003, la longueur moyenne des œuvres de Reprodukt double soudain d'une année sur l'autre pour atteindre 88 pages, alors qu'elle était à son point bas en 2002, avec 36 pages. Le chiffre très élevé pour cette période est entièrement dû à *Der lachende Vampir* de Suehiro Matsuo, premier manga de Reprodukt (qui restera le seul pendant près vingt ans). En général, les mangas sont de loin la catégorie d'œuvre la plus longue chez Reprodukt : avec leurs 351 pages en moyenne, ils augmentent forcément la longueur moyenne des publications de la maison d'édition en 2003 et à partir de leur introduction définitive, en 2019.

Pourtant, même sans la présence d'œuvres japonaises entre ces deux dates, le nombre de pages moyen augmente durablement à partir de 2003. Entre cette année et 2010 (année où Reprodukt augmente massivement sa production), la longueur moyenne de ses bandes dessinées passe à 86 pages. La maison d'édition publie alors davantage d'œuvres dont le format dépasse largement celui de l'album et abandonne complètement les fascicules que nous avons catégorisés comme étant au format « cahier » ou « magazine ». On peut estimer qu'autour de cette période commence une certaine mode du roman graphique, en particulier des œuvres autobiographiques, suscitée par le succès international de *Persepolis* de Marjane Satrapi, sorti en allemand chez Edition Moderne en 2004. Pour la chercheuse Marie Schröer, en 2008 au plus

tard, ce type d'œuvre s'est établi comme véritable tendance outre-Rhin⁴⁵⁸. Avec l'essor de cette dénomination de « roman graphique » et l'entrée de bandes dessinées longues dans les habitudes de lecture, les artistes sont désormais plus enclins à écrire des œuvres plus longues, et les éditeurs à les publier. Cette volonté de créer des livres plus volumineux n'émane cependant pas seulement des artistes, puisque des maisons d'édition peuvent également inciter leurs artistes à écrire davantage, afin de pouvoir marketer leur livre comme « roman graphique » plutôt que comme « bande dessinée ». Si le « *Comic* » moyen compte 108 pages chez Reprodukt, il n'est pas surprenant de voir que la catégorie des « *Graphic Novel* », réputée plus adulte que la précédente, inclut des œuvres plus longues, avec 175 pages en moyenne, tandis que les œuvres pour enfants sont plus courtes, avec une longueur moyenne de 68 pages.

Chez Reprodukt, nous l'avons vu, les œuvres désignées comme « *Graphic Novels* » sont encore relativement rares durant ces années, alors même que la longueur moyenne des livres augmente. La raison de ce décalage temporel est que sur la période 2003–2010, une grande partie des « *Graphic Novels* » est également catégorisée parmi les « *Comics* ». Il se pourrait que l'éditeur ne souhaite alors pas encore trop s'appuyer sur une désignation qu'il considère comme un simple outil marketing. La maison d'édition n'ambitionne la dignité littéraire que plus tard, à partir des années 2010 environ.

⁴⁵⁸ « Dans l'espace germanophone, où on a été – et où on est encore – sceptique face à la bande dessinée, il a fallu plus de temps jusqu'à ce que les bandes dessinées à dimension autobiographique s'établissent. C'est au plus tard le catalogue d'exposition *Kopfkino* [Se faire des films] (2008) qui montre que la tendance a également atteint l'Allemagne. », « Im deutschsprachigen Raum, in dem man dem Comic skeptischer gegenüberstand und -steht, dauerte es länger, bis sich autobiografisch gefärbte Comics etablierten, aber spätestens der Ausstellungskatalog *Kopfkino* (2008) illustriert, dass der Trend auch Deutschland erreicht hat. » M. SCHRÖER, « Graphic Memoirs – autobiografische Comics », dans J. Abel et C. Klein (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016, p. 266.

Catégorie dans le catalogue de Reprodukt	Nombre de pages moyen
Comics	108
Graphic Novels	175
Kindercomics	68
Manga	351
Toutes catégories confondues	116

Tableau 3 : Nombre de pages moyen selon la catégorie des œuvres dans le catalogue de Reprodukt.

L'augmentation du nombre de pages moyen est en revanche contrebalancée par l'introduction massive des œuvres de Lewis Trondheim et de Joann Sfar en particulier, et dans une moindre mesure de Christophe Blain, Manu Larcenet, et d'autres artistes franco-belges. Désormais, ces bandes dessinées se présentent plus régulièrement au format « classique » de l'album de 48 ou 64 pages. Entre 2006 et 2011, le format « 48CS » (équivalent du 48CC avec couverture souple, plus commune en Allemagne) représente entre 25 % et 44 % des nouveautés de l'éditeur. En 2006, 2007 et 2010, plus de 40 % des publications de la maison d'édition présentent une longueur d'exactly 48 pages.

En 2010, le rythme de publication de Reprodukt augmente subitement mais s'effondre en 2017 (nous en avons parlé à partir de la page 199). Pour ce qui est du niveau de la longueur des livres cependant, on observe entre 2011 et 2018 une nouvelle dynamique : sur cette période, l'œuvre moyenne de Reprodukt compte 122 pages, contre 86 pages entre 2003 et 2010. Cette fois-ci, l'augmentation du nombre de pages moyen ne sera pas tant liée à un renforcement du phénomène « roman graphique » qu'à un essoufflement de l'album de 48 pages. Si en 2011, environ 40 % des publications ont encore cette longueur traditionnelle, leur proportion ne dépassera que rarement la barre des 10 % les années suivantes et oscillera entre 2,5 % et les 14,5 % atteints en 2021. Après 2011, l'entreprise continue à publier ses œuvres les plus longues, mais ralentit sa production d'œuvres courtes.

Pourtant, même si l'entreprise évite désormais l'album de 48 pages, elle ajoute aussi des bandes dessinées pour enfants à son répertoire. L'introduction de cette catégorie en 2013 explique

pourquoi cette même année, la longueur moyenne passe sous les 100 pages pour la seule fois après 2011. Ce segment du catalogue de Reprodukt est de très loin le plus court : dans un tiers des cas, les livres pour enfant comprennent 32 pages ou moins. Si la longueur moyenne des nouveautés de Reprodukt augmente en dépit de cela, c'est que d'une part, la production de l'éditeur s'appuie un peu moins sur les « *Kindercomics* » que sur les albums⁴⁵⁹, et que d'autre part, avec 68 pages en moyenne, cette nouvelle catégorie reste plus volumineuse que les albums de 48 pages.

Enfin, un dernier palier est atteint en 2019 : jusqu'à la fin de nos relevés en 2021, les nouvelles publications de Reprodukt ont une longueur de 167 pages en moyenne, soit plus de trois fois plus qu'entre 1994 et 2002 et deux fois plus que de 2003 à 2010. Nous avons déjà évoqué l'introduction des mangas pour expliquer cette hausse soudaine, mais il nous faut ajouter que durant ces années, la maison d'édition publie aussi des rééditions de bandes dessinées en d'autres formats, notamment des éditions intégrales et des versions poche d'œuvres longues. Ainsi, sur les 10 bandes dessinées les plus volumineuses de la maison d'édition⁴⁶⁰, 7 ont été publiées entre 2019 et 2021 ; elles sont 13 à figurer parmi les 20 plus longues.

Même si en trente ans d'existence, cela a été régulièrement le cas, il est aujourd'hui difficile d'imaginer qu'à l'avenir un autre palier de la sorte puisse être franchi quant au nombre moyen de pages. Certes, la maison d'édition pourrait s'appuyer encore davantage sur les mangas, mais tant que les livres pour enfants restent un pilier de son répertoire et rééquilibrent les chiffres, la longueur moyenne ne devrait plus augmenter autant qu'elle a pu le faire auparavant. Enfin, des questions matérielles limitent la longueur des livres imprimés : en théorie, ils doivent rester lisibles et maniables, et ne peuvent donc pas être trop volumineux ou trop lourds, sauf

⁴⁵⁹ En comptant les double- et triple-assignations, les « *Kindercomics* » représentent entre 23 et 43 % des publications à partir de leur introduction en 2013 ; 30,5 % des nouveautés en moyenne. Au sommet de leur popularité chez Reprodukt, entre 2006 et 2011, les albums de 48 pages constituent entre 25 et 41 % des sorties ; 37,5 % en moyenne.

⁴⁶⁰ Nous prenons en compte le nombre de pages indiqué dans le catalogue de Reprodukt. Certaines œuvres, dont *Didi & Stulle - Die Gesamtausgabe* ou *Berichte aus Japan - 3 Bände im Schubert* sont en fait composées de plusieurs livres dans un seul et même fourreau protecteur ; l'éditeur additionne alors les pages des différentes composantes.

exception. Dans le cadre de l'intégrale de *Didi & Stulle* de Fil, datant de 2016, les 736 pages de l'œuvre sont ainsi divisées en trois volumes différents pour en faciliter la lecture. Sachant que le nombre de pages influe également sur le prix d'une œuvre, Reprodukt a aussi tout intérêt à conserver ses livres à un prix – et donc une longueur – qui reste abordable.

Un prix qui augmente...

Puisque la longueur moyenne des publications de Reprodukt a augmenté au cours de son existence, il serait intuitif de penser que le prix moyen ait suivi la même courbe. Or, même s'il est lié au nombre de pages, le prix d'un livre est également déterminé par d'autres facteurs et a des limites contraignantes. Nos relevés statistiques témoignent ainsi certes d'une évolution du prix moyen, mais qui ne suit pas tout à fait celle du nombre de pages, et atteint un plafond bien avant ce dernier.

Notons ici que nos calculs se fondent sur le prix de vente en euros recommandé par Reprodukt en 2021. Avant l'introduction de cette monnaie en Allemagne en 2002, le prix des livres était donné en *Deutsche Mark* (DM) ; les œuvres de l'époque qui sont encore commercialisées par l'entreprise possèdent aujourd'hui un nouveau prix, indiqué en euros. À l'inverse, certaines œuvres de cette époque pré-2002 n'étant désormais plus vendues par l'éditeur et ne figurant plus dans son catalogue en ligne, elles n'ont jamais eu de prix en euros, et nous les avons donc exclues de notre analyse sur les prix⁴⁶¹. Enfin, il faut prendre en compte la politique du prix unique du livre [*Buchpreisbindung*], en vigueur en Allemagne depuis le XIXe siècle (mais entériné dans la loi en 2002) et en Autriche depuis l'an 2000. Selon la législation, le prix affiché dans les points de vente ne peut pas différer de celui indiqué par les maisons d'édition ; il ne pourra pas non plus évoluer dans le temps. À moins qu'une œuvre ne soit rééditée (qu'elle se

⁴⁶¹ En effet, bien que nous connaissions le prix de vente de ces œuvres en DM, la conversion en euros serait périlleuse : nous faudrait-il utiliser le taux de conversion initial de 2002 ? Ajuster le prix à l'inflation ? Mais alors celle de quelle année ? Devrions-nous utiliser la moyenne du taux de conversion employé par Reprodukt pour les œuvres où nous connaissons le prix en DM et le nouveau, en euros ? Pour éviter d'avoir à faire des choix forcément subjectifs, nous avons opté pour l'exclusion de ces œuvres dans nos statistiques concernant le prix.

présente donc sous la forme d'un autre livre, avec son propre code ISBN), elle coûtera autant en librairie qu'en hypermarché, et son prix sera le même en 2008 qu'en 2021, quel que soit le niveau d'inflation de la monnaie. Depuis 2007, la Suisse alémanique ne possède plus de telle réglementation, ce qui permet aux librairies suisses de vendre les livres de Reprodukt à un prix plus ou moins élevé que celui recommandé par l'entreprise. Ce prix de vente libre pouvant différer d'un magasin à un autre et se faisant, en outre, dans une monnaie autre que l'euro, avec un taux de conversion fluctuant, nous ne pourrions pas le prendre en compte⁴⁶².

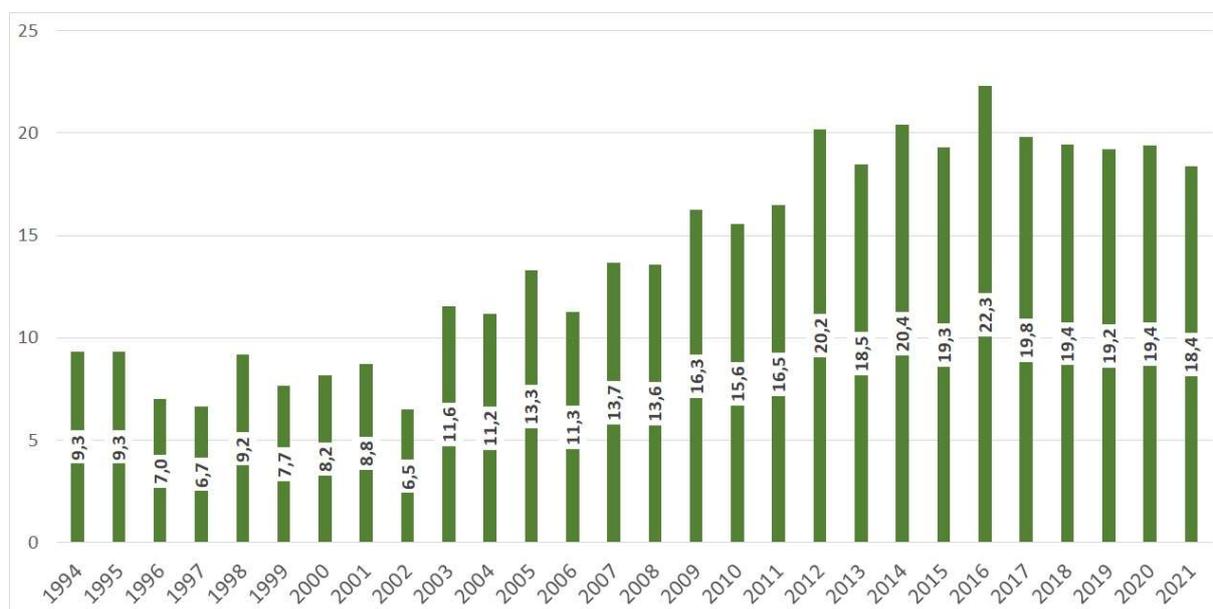


Figure 11 : Prix moyen des publications de Reprodukt selon l'année de parution.

Le prix de vente moyen d'un livre de Reprodukt – du moins pour ceux dont nous connaissons le prix en euros – se situe systématiquement sous la barre des 10 € avant 2003, soit 20 DM. D'une année sur l'autre, ce prix moyen double quasiment, pour passer de 6,50 € en 2002 à 11,60 € en 2003, et il ne redescendra dès lors plus en dessous des 11 €. À première vue, cette augmentation soudaine pourrait être liée à l'introduction de la nouvelle monnaie, mais elle intervient un an après le passage à l'euro en 2002. En fait, l'explication de cette augmentation

⁴⁶² Les autres pays (partiellement) germanophones sont dans le même cas de figure que la Suisse : le Luxembourg, la Belgique et le Liechtenstein laissent eux aussi le prix du livre libre. Reprodukt n'ayant pas de distributeur au Luxembourg et en Belgique, ses livres n'y sont vendus que très rarement. Quant au Liechtenstein, sa convention monétaire avec la Suisse nous permet aussi de l'exclure d'emblée de notre analyse.

est à chercher dans le type de livres que publie l'entreprise dès cette année. À partir de 2003, nous l'avons vu dans la sous-partie précédente, Reprodukt produit des œuvres largement plus volumineuses qu'auparavant et abandonne les fascicules agrafés. Les livres comprenant plus de pages et nécessitant davantage de matière pour être fabriqués, il est logique que leur prix évolue, lui aussi. Une nouvelle fois, le nombre moyen de pages bondira à partir de 2011, puis en 2019, nous l'avons vu. Pourtant, au niveau du prix, ces années ne sont pas des dates charnières pour l'entreprise, puisque le prix de vente moyen augmente progressivement entre 2003 et 2011, puis brusquement en 2012, et reste enfin sensiblement le même entre 2012 et 2021. Bien que l'introduction des « *Kindercomics* », généralement plus courts, fasse baisser le prix moyen en 2013, ce dernier remonte dès l'année suivante et reste au même niveau, même avec la publication de livres particulièrement longs dès 2019. En somme, même s'il y a certainement une corrélation entre le nombre de pages d'un livre et son prix, d'autres facteurs peuvent influencer.

En effet, une analyse non pas chronologique, mais selon la catégorie de bandes dessinées révèle que la désignation d'un livre peut influencer sur son prix de vente. En l'occurrence, une œuvre que Reprodukt appelle « *Graphic Novel* » est par exemple, en moyenne, 41 % plus chère qu'une œuvre désignée comme « *Comic* » et coûte 59 % de plus qu'un « *Kindercomic* »⁴⁶³. Sachant que la maison d'édition publie proportionnellement de plus en plus de ces romans graphiques entre 2006 et 2012, année où ils constituent la majorité des publications, la courbe des prix sur cette période (et le pic en 2012) s'explique en partie grâce à leur présence accrue. Bien qu'il y ait également une corrélation entre ces catégories du catalogue et le nombre de pages – les mangas sont en moyenne plus longs, les bandes dessinées pour enfants plus courtes – le prix de vente semble aussi directement dépendre de la désignation de l'œuvre. L'aura qui entoure le terme de « roman graphique », du moins par rapport à celui de « *Comic* », permet par exemple de vendre une même œuvre à un prix plus élevé : une œuvre répertoriée à la fois comme « *Comic* » et

⁴⁶³ Ce sont les chiffres lorsque nous comptons les œuvres attribuées à plusieurs catégories comme appartenant à chacune d'entre elles. En ne prenant en compte que les « *Graphic Novels* », « *Kindercomics* » et « *Comics* » catégorisés uniquement comme tels, les premiers coûtent en moyenne 22,70 €, soit 62 % de plus que ces derniers, avec leur prix moyen de 14 €. Les purs « *Kindercomics* », quant à eux, s'achètent à 13,20 € en moyenne ; un roman graphique coûte ainsi 71 % de plus.

comme « *Graphic Novel* » coûte ainsi 22 € en moyenne, un prix plus proche de la seconde catégorie. L'équation d'Alan Moore selon laquelle un roman graphique serait tout simplement une « bande dessinée chère »⁴⁶⁴ se vérifie ici.

Catégorie dans le catalogue de Reprodukt	Prix moyen	Prix moyen par page
Comics	15,90 €	0,20 €
Graphic Novels	22,40 €	0,16 €
Kindercomics	14,10 €	0,28 €
Manga	18,80 €	0,05 €
Toutes catégories confondues	17,10 €	0,20 €

Tableau 4 : Prix moyen et prix moyen par page (prix total/nombre de pages) selon la catégorie dans le catalogue de Reprodukt.

En même temps, il faut considérer ici le public potentiel selon la catégorie de l'œuvre. Un public attiré par la désignation « roman graphique », qui serait en quête d'œuvres avec une certaine légitimité culturelle, appartient sans doute plus fréquemment à une couche de la population fortunée et/ou plus encline à dépenser plus pour un livre. À l'inverse, les « *Kindercomics* » étant plutôt des œuvres que l'on offre en cadeau (le lectorat visé n'ayant généralement pas de revenus fixes), et dont on peut imaginer qu'elles ne correspondront plus au goût du lectorat au bout de quelques années, leur prix se doit d'être inférieur pour attirer les potentiel-les acheteurs et acheteuses. Il existe, de toute évidence, des prix acceptables pour le public, plus ou moins décorrélés du véritable coût de production. Notre graphique sur le prix moyen des publications de Reprodukt (Figure 11) indique ainsi qu'il existe un point d'infléchissement à 20 €, autour duquel gravite le prix moyen des produits de Reprodukt depuis 2012. En dépit de l'inflation de la monnaie, d'une pandémie, de hausses des coûts de production, de crises subies par l'entreprise, ce prix moyen d'environ 20 € (précisément 19,70 €) reste stable. Cela pourrait être lié au comportement des consommateurs et consommatrices, pour qui en moyenne, 20 € seraient un prix acceptable pour l'achat d'une bande dessinée. L'entreprise se plierait ainsi à la demande et produirait des livres à un prix auquel elle sait qu'ils pourront se vendre de manière

⁴⁶⁴ B. KAVANAUGH, « The Alan Moore Interview: Northampton / "Graphic novel" », op. cit., cité dans J. BAETENS et H. FREY, *The Graphic Novel: An Introduction*, op. cit., p. 2.

optimale – ou, d'un point de vue moins tourné vers le profit, elle chercherait à permettre au plus grand nombre d'avoir accès à sa production. Quitte à rogner sur ses marges de profit, Reprodukt maintient ainsi ce prix moyen « magique » depuis près d'une dizaine d'années.

... mais qui se justifie

Notons toutefois que l'écart type entre les prix réels et cette moyenne fluctue grandement et qu'il est important ; il est d'environ 9,5 en moyenne sur cette période au prix stable, signifiant que la majorité des valeurs se situe dans une fourchette allant de 10,20 € à 29,20 €. Cette dispersion autour de la moyenne reflète la diversité des publications de Reprodukt sur cette période post-2012, qui comprend à la fois l'intégrale *Didi & Stulle* à 120 € – un véritable objet *collector* s'adressant aux fans les plus assidu-es – et les tomes de *Kitaro*, vendus 7 € l'unité. Nous remarquons aussi que cette répartition des prix, avec une grande majorité d'œuvres en dessous de 29 €, permet sans doute indirectement à l'entreprise d'accroître ses ventes lorsqu'elles se font via internet. En effet, une livraison commandée sur le site de Reprodukt n'est gratuite qu'à partir d'un panier de 29 € ; la plateforme de vente en ligne Amazon, quant à elle, livre gratuitement dès 39 €, à moins d'avoir un abonnement particulier au site. Ces sommes minimales incitent ainsi les consommateur-ices à acheter au moins un autre produit, possiblement (voire certainement, sur le site de Reprodukt) une nouvelle publication de la maison d'édition, afin d'éviter un surcoût pour la livraison. Pour l'entreprise, il peut alors s'avérer payant de fixer le prix des œuvres de manière à pousser un maximum de client-es à acheter plusieurs livres pour dépasser cette barre des 29 €.

Outre le prix de l'œuvre complète, on peut aussi observer le prix moyen que coûte chacune de ses pages. En divisant ce premier par le nombre de pages, on peut en effet calculer le prix par page, ce qui permet de se rendre compte du surcoût de certains types d'œuvres par rapport à la longueur de leur contenu. Quant au prix par page, les « *Kindercomics* » sont ainsi près de 6 fois plus onéreux que les mangas, dont chaque page imprimée coûte environ 5 centimes. Le prix moyen par page étant de 20 centimes pour l'ensemble des catégories, on peut affirmer que les

mangas sont très bon marché, tandis que les œuvres pour enfants, à 28 centimes la page, sont les plus chères produites par Reprodukt. Ce prix par page est corrélé à la longueur de l'œuvre, ce qui explique en partie pourquoi la catégorie de bandes dessinées la plus courte est la plus chère du point de vue du coût par page. Le coût de fabrication proportionnel diminue en effet naturellement à mesure que le nombre de pages augmente. Premièrement, une part du coût de l'impression est fixe (réglage des fichiers, configuration et entretien des machines...) et sera amorti par un nombre de pages plus important. Deuxièmement, les prix pourront être négociés à la baisse à mesure que l'envergure de la commande augmente. Il est ainsi naturel que dans la plupart des cas, un manga d'environ 350 pages coûte proportionnellement moins cher qu'une bande dessinée pour enfants de 70 pages.

Le nombre de pages ne détermine cependant pas la totalité du coût, puisque la qualité du papier, le nombre de couleurs utilisées, ainsi que le type de reliure et de couverture influent également sur le prix de vente. N'ayant pas pu trouver d'informations sur suffisamment d'œuvres pour ce qui concerne le type de papier utilisé, nous ne pouvons pas faire d'estimations globales quant à son influence sur le prix. Pour les mangas et les livres de poche cependant, dont nous savons que le papier est fibreux et bon marché, la qualité du matériau utilisé se répercute certainement sur leur prix, généralement très peu élevé. On peut aussi imaginer que la nécessité d'utiliser un papier moins absorbant, voire du papier glacé, rende les bandes dessinées en couleur plus chères que celles en noir et blanc. Grâce à nos données sur la couleur des publications de Reprodukt, nous pouvons effectivement constater que les œuvres désignées comme étant en couleur [*farbig*] sont en moyenne plus coûteuses que celles qui sont en noir et blanc. Le prix du papier, mais aussi et surtout l'utilisation d'encres différentes se répercutent ici sur le coût de production. Ainsi, une bande dessinée entièrement en couleur coûte en moyenne 13 % plus cher qu'une œuvre en noir et blanc – mais comme elle est aussi généralement plus courte (100 pages contre 138 pages pour les livres en noir et blanc), son prix par page imprimée est 64 % plus élevé (23 centimes vs. 14 centimes). A priori, ce n'est ici pas dû au fait que l'encre noire

serait moins onéreuse qu'une encre de couleur, puisque les bandes dessinées monochromes⁴⁶⁵ ou bichromes, c'est-à-dire imprimées en nuances d'une seule couleur, ont un prix par page quasi-identique. À l'inverse, le procédé technique pour obtenir plusieurs couleurs par le biais de quatre types d'encre, la quadrichromie, est à l'origine du surcoût des livres dits « en couleur ».

Type de colorisation	Prix moyen	Prix moyen par page
Noir et blanc	15,50 €	0,14 €
Noir et blanc avec couleur ⁴⁶⁶	19,60 €	0,14 €
Monochrome	11,30 €	0,14 €
Bichrome	17,10 €	0,16 €
Couleur ⁴⁶⁷	17,60 €	0,23 €

Tableau 5 : Prix moyen et prix moyen par page selon la colorisation des œuvres publiées par Reprodukt.

Enfin, le format d'une bande dessinée influe également sur son prix. Rappelons que le terme de « format » regroupe à la fois des considérations de taille, de type de couverture (et la reliure qui l'accompagne), et parfois de nombre de pages. Pour ce qui est de la taille des feuilles de papier, une page plus grande nécessitera davantage de matière première et coûtera donc naturellement plus cher. Cela se vérifie dans nos chiffres. La superficie moyenne d'une page publiée chez Reprodukt est de 490 cm² : en moyenne, les formats inférieurs à cette superficie coûtent 15 centimes par page, tandis que ceux qui la dépassent coûtent 25 centimes par page. Ajoutons que les grands formats, outre qu'ils nécessitent davantage de papier, pèsent aussi plus lourd et

⁴⁶⁵ Ce type de colorisation est distinct du noir et blanc, puisque le noir est généralement remplacé par une autre couleur, parfois en différentes nuances. Toutefois, nous avons pu observer que certaines œuvres désignées comme « einfarbig » [monochrome] sont, de fait, imprimées en noir et blanc. Bien que cela puisse être une simple erreur de catégorisation de la part de la maison d'édition, nous avons conservé cette désignation pour nos statistiques.

⁴⁶⁶ Nous résumons ici plusieurs dénominations employées par Reprodukt. Avec « noir et blanc avec couleur », nous désignons les œuvres qui sont « farbig und schwarzweiß » [colorées et noir et blanc], « schwarzweiß mit Schmuckfarbe » [noir et blanc avec couleur d'accompagnement], « schwarzweiß und zweifarbig » [noir et blanc et bichrome], ou encore « teilweise farbig » [partiellement en couleur]. Les œuvres avec ce profil de couleur sont surtout en noir et blanc, mais comportent quelques rares pages en couleur ou avec des taches de couleur.

⁴⁶⁷ Nous avons exclu les œuvres ne comportant de la couleur qu'à quelques rares endroits ou qui ont été imprimées en une ou deux couleurs ou en nuances d'une seule couleur. Pour que nous comptions une œuvre comme « farbig » [colorée] – ou que Reprodukt la classifie comme telle –, il faut qu'elle soit imprimée au moins en trichromie. Nous reviendrons sur notre classification des couleurs dans la prochaine sous-partie.

ont ainsi plus souvent besoin d'une reliure et d'une couverture résistantes, qui s'ajoutent au coût. En général, toute taille qui dévie d'un standard DIN (*Deutsches Institut für Normung* [Institut allemand des normes]), par exemple le format A4 ou A5, ou d'une taille standard de l'imprimerie, demandera un travail de découpage spécifique et entraînera donc un coût supplémentaire. Or, Reprodukt se distingue par la non-standardisation de ses formats, ce qui augmente le prix de ses livres par rapport à celui des œuvres produites par des entreprises utilisant un format homogène.

Enfin, le type de couverture, corrélé à la superficie des pages et à leur nombre, constitue le dernier élément matériel pouvant déterminer le prix de vente d'une œuvre. Sans surprise, nos chiffres illustrent qu'une couverture rigide, où les pages sont collées ou cousues, est généralement le signe d'un livre plus onéreux, contrairement à des pages agrafées (pour un format « cahier » ou « magazine », selon la catégorisation de M. Hofmann) ou à une couverture souple. L'écart de prix moyen entre les livres à couverture cartonnée et les livres brochés s'explique en grande partie par la couverture, puisque la longueur et la taille moyennes sont similaires, et que ces deux catégories comportent une majorité d'œuvres imprimées en couleur⁴⁶⁸. Ici, en plus de comparer la totalité des œuvres entre elles, nous avons aussi la possibilité de comparer les deux éditions d'un même livre et constater la différence de prix. Tandis que les tomes de la série *Hilda* de Luke Pearson coûtent entre 18 et 20 € dans leur version avec une couverture rigide, leur version « SC », quant à elle, coûte entre 13 et 15 €. De même, on peut acquérir la version brochée de *Weltraumkrümel* [*Space boulettes*] de Craig Thompson ou de *Kinderland* pour 29 €, tandis que l'édition « *Vorzugsausgabe* », qui comporte une couverture cartonnée, revient à 49 € et 45 € respectivement. Certes, dans notre deuxième exemple, ces versions « *Hardcover* » sont explicitement appelées « édition préférentielle » et possèdent un tirage limité, ce qui justifie en partie leur prix auprès du public. Néanmoins, si

⁴⁶⁸ Proportionnellement, il y a davantage de « *Hardcover* » entièrement en couleur (autour de 75 %, contre environ 60 % des « *Softcover* ». De plus, il y a plus de livres à couverture rigide qui sont classés parmi les bandes dessinées pour enfants et les romans graphiques, plus coûteux en moyenne. En somme, d'autres facteurs s'ajoutent au prix de la couverture.

l'idée de rareté est liée à une couverture rigide chez Reprodukt, cela illustre que ce type de format est considéré comme plus précieux et plus prestigieux, ce qui se reflète donc dans les prix.

Format	Prix moyen	Prix moyen par page
Hardcover	21,20 €	0,24 €
Softcover	15,40 €	0,18 €
Cahier	3,90 €	0,15 €
Magazine	4,30 €	0,15 €
Poche	10,60 €	0,04 €
Album de 48 pages	11,90 €	0,25 €
Tous formats confondus	17,10 €	0,20 €

Tableau 6 : Prix moyen et prix moyen par page (prix total/nombre de pages) selon le format tel que le catégorise Matthias Hofmann (ainsi que pour les formats poche et les albums).

Nous avons également pu calculer le prix moyen des formats canoniques que sont le livre de poche et l'album de 48 pages – qu'il soit à couverture souple (c'est le cas le plus fréquent chez Reprodukt) ou à couverture rigide. Même si le prix de vente des deux formats en magasin est proche, entre 10,5 et 12 €, on constate que leur prix par page se situe aux deux extrêmes de nos données. Tandis que la bande dessinée au format poche est de très loin la moins onéreuse au vu de son nombre de pages (4 centimes par page), l'album brille par son prix par page plus de six fois plus élevé. Tous les aspects que nous avons évoqués précédemment expliquent cet écart : le poche est fait de papier de qualité médiocre et de taille réduite, et coûte donc naturellement moins cher en matières premières, tandis que les pages de l'album possèdent une taille homogène de 29,5 cm x 22 cm et sont faites de papier très lisse, voire glacé. Les différentes finitions du papier, quant à elles, s'expliquent parce que la plupart des livres de poche chez Reprodukt sont en noir et blanc, tandis que presque tous les albums sont imprimés en quadrichromie. En outre, le « 48CC » ou le « 48CS » comportent toujours, comme l'indique le nom, 48 pages, tandis que la bande dessinée de poche moyenne atteint les 300 pages, ce qui permet de rationaliser le processus de fabrication et de mieux répartir les coûts fixes. Enfin, chez Reprodukt, le format poche est utilisé soit pour des mangas au public relativement jeune, soit pour des rééditions d'œuvres destinées au grand public ou à l'environnement scolaire ; son prix de vente doit donc être limité pour pouvoir toucher ce marché. L'album vise, quant à lui, un

lectorat déjà initié aux bandes dessinées, et sans doute prêt à compléter sa série ou collection, quitte à payer plus cher.

Les couleurs chez Reprodukt : tout est-il noir et blanc ou faut-il nuancer ?

Bien que nous ayons pu classer le catalogue de Reprodukt selon la longueur des livres ou leur prix, l'entreprise ne distingue pas ses œuvres selon leur esthétique – ni ne le pourrait de manière objective. À partir de quand un trait serait-il réaliste et quand aurait-il une apparence avant-gardiste, par exemple ? Cependant, pour chacune de ses œuvres, la maison d'édition indique le type de couleurs qu'elle contient, et nous permet ainsi de distinguer ses publications selon un critère d'apparence. Bien qu'elle ne soit pas toujours déterminante dans l'achat d'une bande dessinée, la colorisation se répercute sur son prix et peut influencer sur la décision de s'intéresser – ou non – à une œuvre. Les couleurs déterminent ainsi en partie le public potentiel d'une œuvre et lui offrent parfois même une certaine protection légale, comme nous verrons.

Type de colorisation	Nombre d'œuvres
Couleur	396
Noir et blanc	183
Noir et blanc et couleur	26
Bichrome	16
Monochrome	6
Noir et blanc et bichrome	3
Partiellement en couleur	3
Couleur 3D	2
Monochrome (Pantone)	2
Noir et blanc et couleur d'accompagnement	1
Pantone	1

Tableau 7 : Différentes colorisations répertoriées par Reprodukt et nombre d'œuvres qui y correspondent.

Avant d'analyser la répartition des œuvres de différentes couleurs dans le catalogue, penchons-nous d'abord sur la manière dont l'entreprise les distingue. Comme lorsqu'elle indique le format des œuvres ou la langue originale et le type de lettrage utilisé, Reprodukt tend à l'exhaustivité pour les informations qu'elle donne sur la couleur. Nous avons comptabilisé pas

moins de 11 dénominations différentes, dont « *farbig* » [coloré] et « *schwarzweiß* » [noir et blanc] sont les plus répandues, puisqu'elles désignent respectivement 62 % et 28,5 % des publications. Parmi les autres types de colorisation, certaines nous semblent redondantes :

- les œuvres dites « *einfarbig* » [monochromes] sont imprimées en nuances d'une seule et même couleur sur fond blanc ; lorsque cette couleur est le noir, elles ne se distinguent pas des œuvres en noir et blanc.
- « *teilweise farbig* » [partiellement en couleur] et « *schwarzweiß und farbig* » [noir et blanc et coloré] concernent des œuvres à majorité en noir et blanc, avec quelques rares pages en couleur. Nous n'avons pu constater aucune différence entre les deux désignations.
- Les livres qui sont « *3-D-farbig* » [en couleur 3D] sont imprimés en noir, rouge, et cyan et ne sont donc pas essentiellement différents des œuvres « en couleur » en ce qui concerne leur colorisation. Cependant, le dessin est conçu pour être vu à travers des lunettes stéréoscopiques avec un filtre cyan et un filtre rouge. En cela, elles se distinguent d'autres œuvres non pas à cause de la présence d'une couleur particulière, mais plutôt en raison de la visée de ces couleurs.
- Les œuvres marquées comme « *einfarbig (Pantone)* » [monochrome (Pantone)] ne comportent pas plus de couleurs que celles des œuvres dites monochromes et les livres « Pantone » sont aussi colorées que les œuvres « *farbig* ». La différence se situe dans la technique d'impression, puisque pour l'impression pantone, les couleurs sont mélangées *avant* l'impression (selon le nuancier de couleurs de l'entreprise Pantone), et non pas *durant* l'impression, comme c'est notamment le cas en quadrichromie. Cela donne certes un rendu plus net, mais le produit n'est pas plus ou moins coloré qu'une autre œuvre « en couleur » de Reprodukt. Il en va de même pour l'œuvre en « *schwarzweiß mit Schmuckfarbe* » [noir et blanc et couleur d'accompagnement], dont la couleur est un « ton direct » mélangé avant l'impression, qui ne se distingue donc que peu du visuel des œuvres « partiellement en couleur ».

Si Reprodukt fait preuve d'autant de nuance quant aux couleurs de ses œuvres, quitte à être redondante, c'est avant tout pour prouver ses compétences aux artistes et autres acteurs et actrices du milieu de la bande dessinée, et non pas pour mieux cataloguer ses productions. En indiquant les différentes techniques d'impression utilisées, l'entreprise démontre qu'elle et ses imprimeries partenaires les connaissent et les maîtrisent. En outre, elle sait apparemment rester fidèle à la volonté des artistes, même lorsqu'ils ou elles souhaitent faire imprimer leur œuvre d'une manière inhabituelle. La communication autour de l'impression de l'*Arsène Schrauwen* d'Olivier Schrauwen, que nous avons déjà analysée à plusieurs reprises, illustre d'ailleurs non seulement cet engagement, mais aussi la volonté de l'exhiber. Ces multiples désignations ne sont pas sans rappeler les panneaux explicatifs sous des œuvres exposées dans un musée, qui explicitent les techniques et types de couleurs utilisées sans pour autant nécessairement apporter de clés à l'interprétation. Est-il vraiment nécessaire pour l'éditeur d'indiquer qu'une œuvre est en noir et blanc, alors qu'un simple regard à l'intérieur du livre permettrait de s'en apercevoir ? Nous pensons que ces précisions permettent surtout de renforcer la prétention des bandes dessinées à être considérées comme œuvres d'art plutôt que comme produit de consommation.

Afin de simplifier les statistiques suivantes, nous distinguerons moins de catégories de colorisation que Reprodukt et regrouperons ainsi les œuvres « noir et blanc et couleur », « noir et blanc et bichrome », « noir et blanc et couleur d'accompagnement », ainsi que « partiellement en couleur ». En outre, le « monochrome (Pantone) » sera comptabilisé parmi les œuvres « monochromes », l'œuvre « Pantone » et celle en « couleurs 3D » parmi les œuvres « couleur ». Selon cette répartition, environ 62,5 % des œuvres publiées par Reprodukt (399 livres) sont en couleur, 28,5 % (183 œuvres) en noir et blanc, 33 publications, soit 5 %, sont partiellement en couleur, 16 sont bichromes et 8 monochromes, respectivement 2,5 % et 1 % du catalogue. Ces chiffres, qui révèlent la prédominance des œuvres en couleur chez Reprodukt, ne reflètent cependant pas les grandes disparités de cette répartition en fonction des années.

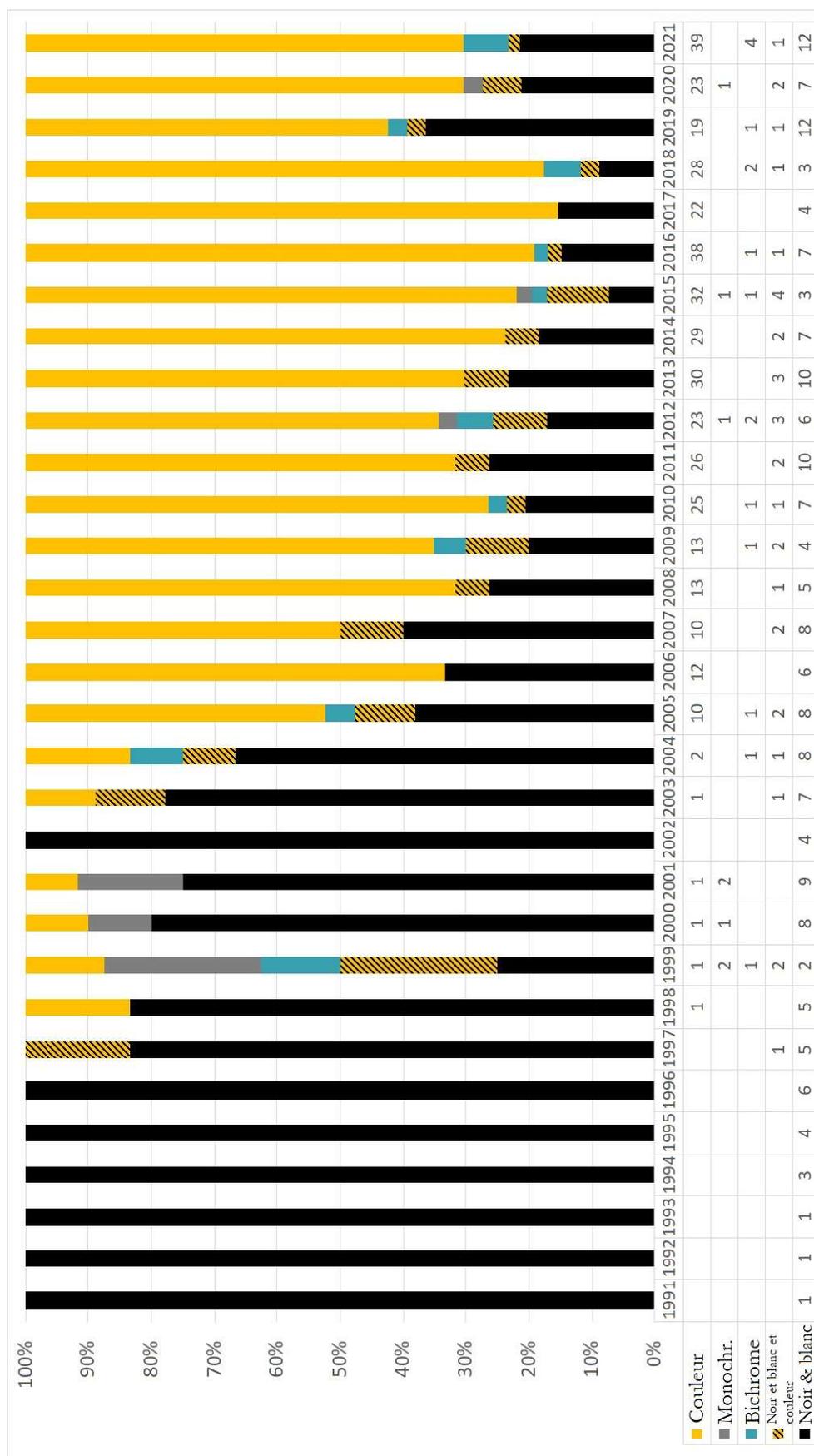


Figure 12 : Répartition des publications selon leur colorisation, en fonction de leur année de parution.

Quand nous avons étudié le positionnement de Reprodukt comme entreprise *punk* autoproclamée, aux œuvres résolument contre-culturelles, nous avons alors déjà constaté que la maison d'édition possédait une identité visuelle forte, à savoir que presque toutes ses publications étaient en noir et blanc. Effectivement, jusqu'en 2005, à l'exception de l'année 1999, la grande majorité des publications ne contient que des pages en noir et blanc. En plus des sujets « adultes » proposés par les œuvres, on peut estimer que Reprodukt se situe alors clairement dans la bande dessinée non-mainstream, à contre-courant de ce qui se fait alors dans les pays germanophones. Le ton de ses livres est alors sombre, au sens propre comme au figuré. La désignation « monochrome » fait son apparition de 1999 à 2001 avec les 4 numéros du *Wondertüte* [Sachet de miracles] d'ATAK parus chez Reprodukt, mais ne se distingue pas encore esthétiquement du noir et blanc. Le bichrome du *Ghost World* de Daniel Clowes ou du *Smalltown Boy* d'Andreas Michalke, également parus en 1999, reste également très sombre, en jouant sur le noir et le bleu-vert.

En 2005, la couleur fait bel et bien irruption chez Reprodukt. Les quelques œuvres qui en contenaient jusqu'alors, comme les *Didi & Stulle* de Fil ou *Konstellationen* de Debbie Drechsler, visent plutôt un public adulte en dépit de la couleur : dans le cas du premier, le dessin coloré sert à mieux parodier les œuvres pour enfants avec un humour graveleux ; dans le second exemple, la couleur contrebalance les sujets graves abordés dans l'œuvre. L'arrivée de plus en plus massive de séries franco-belges comme les *Donjon*, *Isaak der Pirat*, ou encore *Monsieur Jean* à partir de 2005 change à la fois la tonalité et l'apparence visuelle des publications de Reprodukt. Ces œuvres pouvant également toucher un public adolescent et correspondant au format « album », il n'est pas surprenant qu'elles reprennent le visuel coloré régulièrement associé à ce type d'œuvres. Dès lors, les livres en couleur dominant la production de la maison d'édition et réduisent peu à peu la part du noir et blanc. On peut constater un léger regain de ce dernier de 2019 à 2021, lié à la gamme de mangas alors introduite par l'entreprise.

En effet, la catégorie « *Manga* » du catalogue s'appuie très majoritairement sur le noir et blanc, puisque 13 œuvres sur 15 correspondent à cette dénomination, tandis que les 2 restantes contiennent quelques rares pages bichromes ou en couleurs. C'est tout l'inverse des « *Kindercomics* », où seules 2 œuvres sur 107 ne sont pas entièrement en couleur. Pour les mangas, les contraintes de production dans le pays d'origine, à savoir la pré-publication dans des magazines volumineux, sur du papier bon marché, explique la prépondérance du noir et blanc. Les rares pages de couleur dans ces magazines sont réservées à de la publicité et à la première page des chapitres de séries populaires – cela explique pourquoi certains mangas de Reprodukt contiennent néanmoins des pages de couleur. Les bandes dessinées pour enfants, quant à elles, sont entièrement en couleur en raison de leur public principal. Sans doute y a-t-il une réelle préférence de ce jeune public pour les illustrations colorées, qui amélioreront par ailleurs la lisibilité des dessins en délimitant distinctement différentes surfaces. Nous pensons qu'en outre, des conventions associées à l'âge jouent également un rôle important : lorsqu'une industrie présuppose que les enfants apprécient les couleurs vives et les dessins peu détaillés et réalistes, toutes les œuvres publiées pour cette tranche d'âge se ressemblent.

Les romans graphiques de Reprodukt possèdent une répartition relativement équilibrée entre les œuvres tout en couleur et celles qui sont plus monotones, puisque ces premières constituent environ la moitié des publications. Par rapport au reste du catalogue, le noir et blanc possède en effet un plus grand poids, ce qui est lié à divers facteurs. D'une part, tout comme le manga, les romans graphiques sont en moyenne plus longs que les autres livres ; la production en noir et blanc permet ainsi de limiter le coût d'impression de l'œuvre et le temps de travail pour les artistes. D'autre part, les dessins en noir et blanc sont un élément désormais conventionnel des récits (auto-)biographiques en bande dessinée. Qu'il s'agisse du *Maus* d'Art Spiegelman, de *Persepolis* de Marjane Satrapi, de *L'Ascension du Haut Mal* de David B. ou de *Fun Home* d'Alison Bechdel : les œuvres qui s'inspirent de ces biographies à succès international adoptent volontiers une esthétique similaire. D'après notre estimation, environ un quart des livres désignés par Reprodukt comme « romans graphiques » correspondent à ce cas de figure qu'est

l'autobiographie en noir et blanc. Enfin, l'absence de couleurs permet d'indiquer extérieurement qu'une œuvre s'adresse à un public plus âgé.

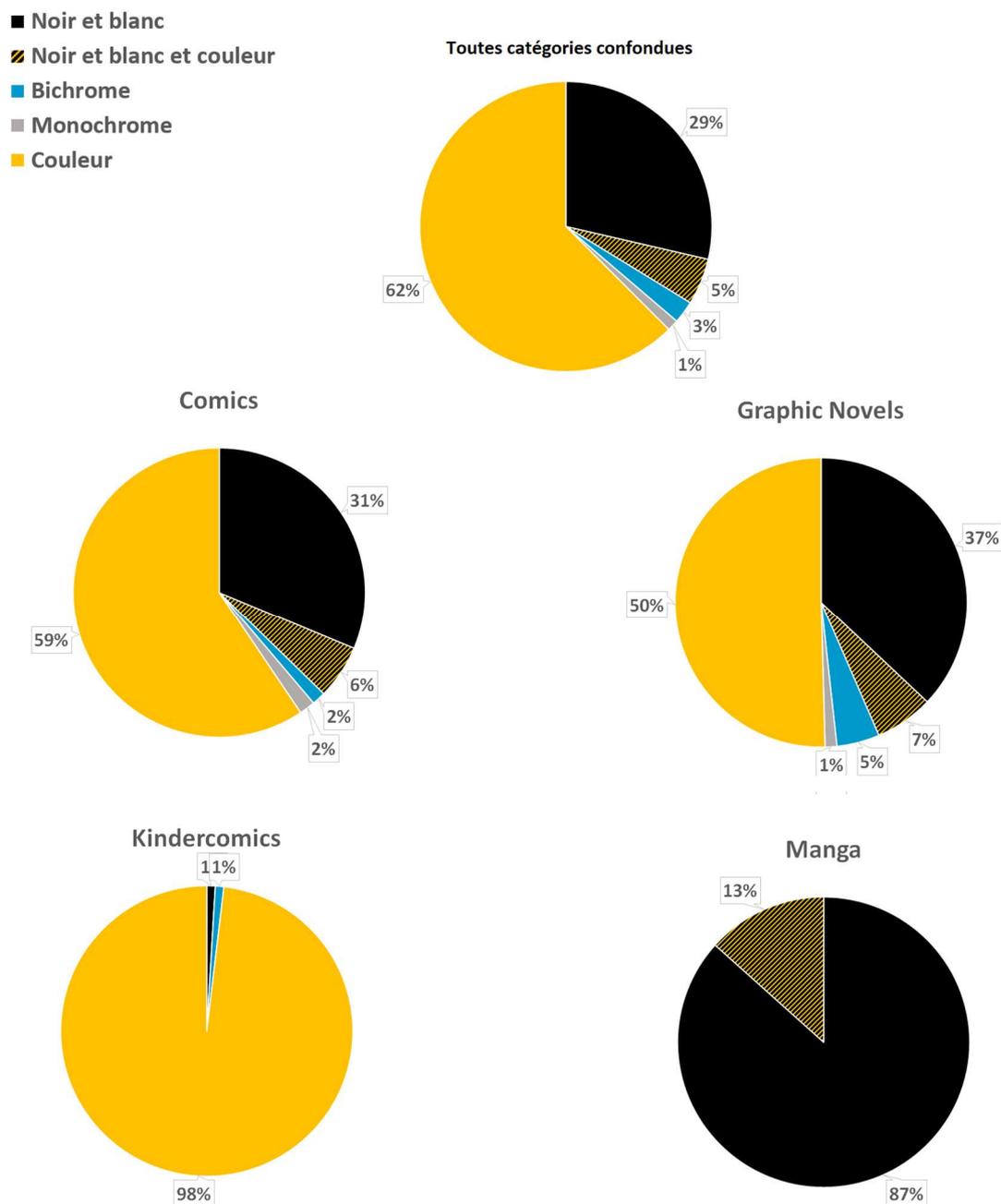


Figure 13 : Répartition des publications selon leur colorisation, en fonction de leur catégorisation dans le catalogue de Reprodukt.

Effectivement, une partie de la réception d'une bande dessinée dépend des couleurs qu'elle contient. Réputée infantile et au ton léger (ce dont témoigne le terme anglo-allemand « Comic »), la bande dessinée est aisément associée à des images colorées et rapprochée du livre

illustré. Dans ce contexte, publier une œuvre en noir et blanc témoigne du rejet de la norme majoritaire et d'une volonté de s'émanciper des attentes qui pèsent habituellement sur cette forme d'art. À la manière des livres pour enfants contenant des illustrations colorées, puis ne comportant plus que du texte noir sur un fond blanc dès lors que le public devient plus âgé, les bandes dessinées en noir et blanc semblent toutes destinées à un public adolescent ou adulte. Dans le contexte allemand en particulier, il est essentiel de signaler quand le lectorat d'une bande dessinée diffère de celui qu'on lui associe d'ordinaire.

Kinder lieben Comics!

REPRODUKT

30 Jahre

In den letzten 30 Jahren hat sich enorm viel verändert – nur eines nicht: die Liebe, die Leidenschaft und die Sorgfalt, mit der wir Comics machen. Mit unserer Begeisterung für Comics wollen wir auch die jüngsten Leser:innen anstecken. In unserem Kinderprogramm tummeln sich starke Figuren aus der Feder großartiger Comiczeichner:innen.

Vom KLEINEN STRUBBEL über ARIOL bis zu MARGO MALOO – mit Kindercomics von Reprodukt kommen Mädchen und Jungen bestens unterhalten durch die Kindheit!

KINDERCOMIC-JUBILÄUMSPAKET
45% Aktionsrabatt | Erscheint im Juni
Bestellnr. 10005 | Nemo EK: EUR (D) 100,10 | EUR (A) 103,10

10 Kindercomic-Bestseller je 1x enthalten

+ als kostenlose Werbemittel für Sie dabei

ISBN 978-3-95640-258-6 EUR 20,- EUR 20,60	ISBN 978-3-95640-259-9 EUR 24,- EUR 24,70	ISBN 978-3-95640-224-1 EUR 18,- EUR 18,50
ISBN 978-3-95640-037-7 EUR 18,- EUR 18,30	ISBN 978-3-95640-176-3 EUR 9,90 EUR 10,30	ISBN 978-3-95640-221-0 EUR 14,- EUR 14,50
ISBN 978-3-95640-204-3 EUR 20,- EUR 20,60	ISBN 978-3-95640-106-9 EUR 14,- EUR 14,50	ISBN 978-3-962145-67-6 EUR 14,- EUR 14,50

KINDER LIEBEN COMICS! Plakat (DIN A3) Endlosdruckmaschine (25 Str./Einheit) Thematik 9219

KINDERCOMICS HERBST 2021 Endlosdruckmaschine (25 Str./Einheit) Thematik 9224

Illustration 20: Extrait du fascicule qui présente le programme d'automne 2021 de Reprodukt. Les parties dédiées aux bandes dessinées pour enfants – et les couvertures de livres qu'elles contiennent – sont particulièrement colorées.

Slogan en haut à gauche : « Les enfants aiment les bandes dessinées ! »

De même que l'appellation « *Graphic Novel* » offre une certaine protection légale aux éditeurs de bandes dessinées dans l'espace germanophone en les protégeant de l'organe de censure *Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften* (BPjS) et de ses incarnations plus modernes,

on peut aussi estimer que la publication d'œuvres en noir et blanc sert de signal extérieur pouvant avertir le public que le contenu n'est pas forcément destiné aux enfants.

L'esthétique a en effet été déterminante lors de la défense de l'artiste Ralf König devant la BPjS, puis devant un procureur de Thuringe qui l'avait accusé de créer du contenu pornographique pour enfants. L'organe de censure avait alors tranché en faveur de la bande dessinée *Bullenklöten* [*Couilles de Taureau*], qui contient effectivement de nombreuses scènes de sexe et de consommation de drogues, mais vise en fait un public adulte. Selon les protocoles de la décision, « rien qu'en raison de l'apparence extérieure, il ne s'agit pas d'un livre vers lequel se dirigeront des enfants »⁴⁶⁹, et il n'était donc pas nécessaire d'interdire la vente. En raison de cette esthétique, du ton satirique et de la trame complexe, selon la BPjS, « le livre est de 'l'art' au vu de l'article 5 de la Loi Fondamentale [qui garantit la liberté de l'art] »⁴⁷⁰, et doit donc être protégé des demandes d'interdiction. Pour R. König, il a donc été bénéfique d'utiliser un style visuel et narratif qui n'est pas censé plaire aux enfants et de ne pas ajouter de couleurs à ses illustrations. Ainsi, en particulier lorsque les sujets abordés dans une œuvre sont inadaptés à un jeune public – c'est le cas de la plupart des premières bandes dessinées de Reprodukt et de ses « *Graphic Novels* » –, l'impression en noir et blanc peut s'avérer essentielle pour éviter les polémiques et les organes de censure, puisqu'elle agit comme signal extérieur que l'œuvre est destinée à un public averti.

Revendiquer les disparités

Le catalogue de Reprodukt est marqué par son manque d'homogénéité : bien que l'entreprise le divise en plusieurs catégories distinctes et explicite de nombreux paramètres de fabrication et

⁴⁶⁹ « [Da es sich] schon dem äußeren Augenschein nach nicht um ein Buch handelt, zu dem Kinder in erster Linie greifen werden. », protocoles de la décision de la *Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften* au sujet de *Bullenklöten* (décision 4512 du 06/071995), cités dans C. MUSCHWECK, « Zwischen Kunstschutz und Jugendschutz », *op. cit.*

⁴⁷⁰ « Das Buch ist 'Kunst' im Sinne des Art. 5 Grundgesetz. », J. BARTHOLOMAE, « Konrad und Paul verführen die Nation », dans J. Bartholomae (éd.), *Mal mir mal nen Schwulen: Das Buch zu Ralf König*, Hamburg, MännerschwarmSkript, 1996, p. 8.

éléments matériels permettant de classer les ouvrages, on constate une grande diversité des livres. En dépit de certaines constantes au sein des catégories mêmes, la variabilité des formats, dont la taille et le type de couverture, du nombre de pages, des couleurs, etc. ne permettent pas à cette maison d'édition d'adopter une apparence uniforme et définitive. Au contraire, la production de l'entreprise est fluide et évolue avec le temps et l'expérience des employé-es, ce qui en fait une véritable maison d'édition « caméléon »⁴⁷¹. Tandis que d'autres éditeurs possèdent des formats de prédilection, que ce soit pour leur catalogue entier ou uniquement au sein d'une collection – c'est le cas de L'Association, chez qui les différents segments du catalogue correspondent chacun à un format précis –, Reprodukt multiplie les tailles, longueurs, et les types de fabrication.

À notre avis, cet éparpillement n'est pas dû à un manque de personnalité de l'éditeur, mais constitue au contraire une marque forte de son identité. Reprodukt communique ouvertement sur la plupart des éléments matériels de ses publications et ne cache pas leur diversité. L'entreprise donne ainsi un gage de transparence et affirme sa fidélité aux œuvres originales. À première vue, ces éléments de communication pourraient n'intéresser que les artistes et ayants droits, mais aussi les travailleurs et travailleuses de la bande dessinée. Pourtant, le public peut lui aussi constater l'aspect disparate des livres de Reprodukt. Bien sûr, la taille très variable des livres saute immédiatement aux yeux : en dehors d'œuvres appartenant à une même série, la plupart des publications de l'éditeur ont une taille visiblement différente (voir Illustration 18 page 213), que l'on constatera inévitablement sur une étagère. Différents livres de la collection « Côtelette » ou « Espôlette » de L'Association, ou bien ceux de la collection « Écritures » de Casterman, auront par exemple un seul et même format et une mise en page homogène de la couverture : elles feront toutes la même hauteur dans une étagère et, ayant la même couleur extérieure et intérieure, se fondront dans la masse. En cela, ces ouvrages se rapprochent de livres

⁴⁷¹ Formule empruntée à un article que nous avons écrit à son sujet. R. BECKER, « La bande dessinée alternative de langue allemande - portrait d'un éditeur caméléon », *op. cit.*

de littérature comme ceux des Éditions de Minuit ou de la collection « Blanche » chez Gallimard.

Chez Reprodukt, en dehors de la centaine d'albums qui présentent la même hauteur et largeur, presque chaque livre a une taille unique, forcément différente de celle de son voisin. Alors que cela peut repousser des acheteurs et acheteuses qui souhaitent donner une apparence uniforme à leur bibliothèque et que cela entre en contradiction avec ses ambitions littéraires, l'entreprise a fait le choix d'un désordre si constant qu'il en devient régulier. Il en ressort l'impression d'une maison d'édition qui privilégierait les goûts individuels des artistes qu'elle publie, qui rechercherait l'apparence parfaite pour chaque œuvre, plutôt que de mettre en avant une harmonie (visuelle) de sa production. En cela, la maison d'édition met l'accent sur la personnalité des artistes, à l'image de sa ligne éditoriale.

Cette idée est renforcée par la marque de Reprodukt qui orne chacun de ses livres, ou plutôt : qui n'orne aucun de ses livres. En effet, en dehors de très rares exceptions, le nom de l'entreprise sur le livre est (ré)écrit par l'illustrateur ou l'illustratrice, le lettreur ou la lettreuse de l'œuvre. Sur chaque couverture et dos de bande dessinée publiée par l'entreprise, le nom « Reprodukt » aura donc une apparence différente, même pour plusieurs œuvres illustrées par un-e seul-e et même artiste. Puisque le nom de l'entreprise est dessiné (ou typographié) individuellement pour chaque publication, et correspond aux traits des illustrations ou phylactères, la marque ne ressort pas forcément de la page de couverture, mais s'y fond. À tel point qu'elle pourra parfois même être tout à fait intégrée à l'illustration de couverture, comme dans la deuxième édition de *Wir können ja Freunde bleiben* [On peut rester ami-es] de Mawil, où « Reprodukt » orne la plaque d'immatriculation d'une voiture.

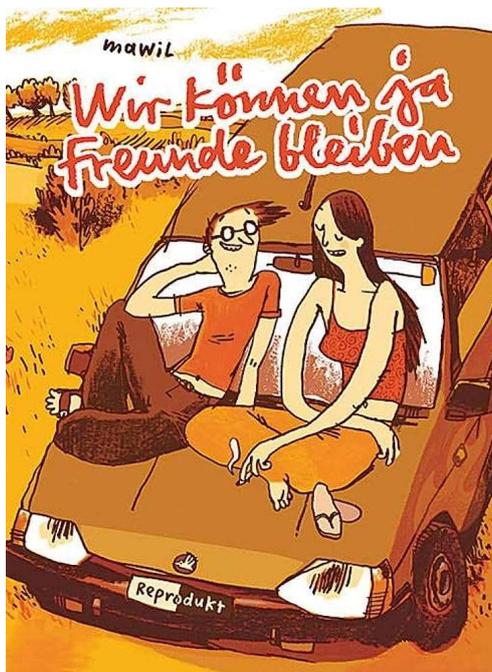


Illustration 21 : Couverture de la deuxième édition de *Wir können ja Freunde bleiben* de Mawil. Le logo de *Reprodukt*, dessinée à la main, se trouve ici sur la plaque d'immatriculation de la voiture.

En outre, sur la page de garde de chacun des livres, l'artiste est invité-e à redessiner le logo de *Reprodukt*, à savoir deux rectangles noirs et blancs où est écrit « *Reprodukt* », et de remplir le carré blanc et noir au-dessus d'une illustration de son choix. Certains logos contiennent simplement un dessin issu de l'œuvre, tandis que d'autres sont une illustration inédite. Parfois, l'artiste joue avec les propriétés du logo et en dessine lui ou elle-même les contours. Dans son *Meister Lampe* [*Maître Lampin*], Mawil va encore plus loin en transformant le logo bicolore en bande dessinée à deux cases.

Cette personnalisation du logo et de la marque « *Reprodukt* » possède une valeur symbolique forte : d'une part, elle donne l'impression d'une entreprise suffisamment proche des artistes qu'elle publie pour que ces dernier-es acceptent d'effectuer un travail supplémentaire, au-delà de la création de l'œuvre, aussi minime puisse-t-il paraître. Pour les artistes de l'étranger, la personnalisation de la couverture renforce l'idée que le travail de la maison d'édition ne consiste pas seulement en la seule traduction du texte, et qu'elle reste au contact des artistes tout au long du processus d'édition. Dans les faits, « *Reprodukt* » peut simplement avoir été écrit par le lettreur ou la lettreuse de l'œuvre dans le style de l'artiste original-e, et le logo peut être l'objet

d'un montage par l'entreprise, notamment dans le cas où l'artiste serait indisponible ou décédé·e. Notons d'ailleurs que dans un grand nombre des cas, c'est D. Rehm, le dirigeant de l'entreprise, qui est chargé du lettrage – nous en parlerons plus longuement dans la dernière partie de ce travail. Ces informations n'étant pas forcément connues du lectorat, il privilégiera sans doute l'interprétation d'une maison d'édition proche et appréciée des artistes qu'elle publie.

D'autre part, l'adaptation de ces éléments à chaque œuvre symbolise une nouvelle fois le dévouement de l'entreprise à la vision des artistes. Le *branding* de l'entreprise est en effet entre leurs mains (et celles des responsables du lettrage), qui le modèlent comme bon leur semble. Elle assume alors pleinement la disparité de ses livres, qui ne fait que refléter celle des gens qu'elle publie. D'ailleurs, la bannière du site internet de Reprodukt se situe dans la même optique : celle-ci alterne entre cinq motifs différents, mettant en scène le ou la protagoniste d'une œuvre publiée par l'éditeur⁴⁷² (voir Illustration 16, page 169). La maison d'édition se subordonne ainsi au moins visuellement à l'intention de ces travailleurs et travailleuses de la bande dessinée, donnant l'image d'une maison d'édition qui se plie aux exigences d'autrui plutôt que l'inverse.

⁴⁷² Ces différentes bannières représentent des séries ou œuvres dont les personnages deviennent ainsi en quelque sorte des mascottes de Reprodukt. Il s'agit des protagonistes des œuvres : *Mumins*, *Jimmy Corrigan*, *Gus*, *Kinderland*, *Brigitte und der Perlenhort*.



Illustration 22 : Sélection de logos de Reprodukt personnalisés par différent-es artistes dans différentes œuvres. On retrouve toujours le nom de la maison d'édition et une illustration où l'on contraste le noir et blanc. Certains de ces logos contiennent des personnages et/ou des scènes issues de l'œuvre ; d'autres comportent une illustration qui symbolise le contenu et le ton de la bande dessinée.

Certaines autres maisons d'édition alternatives, comme Atrabile ou Les Requins Marteaux adaptent également l'empreinte qu'elles laissent sur l'œuvre à l'esthétique de cette dernière, puisque leur nom est écrit différemment selon le lettrage et les couleurs dominantes sur la couverture. Ce sont donc plutôt des entreprises de taille restreinte, que l'on peut considérer comme alternatives à la production majoritaire, qui possèdent un rapport plus ludique à leur image de marque. À notre connaissance, aucun éditeur germanophone de bandes dessinées ne pratique la même modification de son logo, ni d'ailleurs la plupart des entreprises du livre francophones, japonaises, ou nord-américaines. Pour ces éditeurs de bandes dessinées, le fait d'avoir un logo stable pourrait être un gage de sérieux qui les rapprocherait d'éditeurs de littérature établis, voire d'entreprises à succès en général. En outre, on se remémorera plus facilement un logo inchangé et on le repérera vite en magasin.

Si Reprodukt se situe à contre-courant de ses concurrentes, c'est donc qu'elle préfère donner une autre image à son entreprise. Plutôt que de vouloir ressembler à une organisation pérenne et constante dans son approche, de rechercher une légitimité en tant qu'entreprise importante, la maison d'édition essaie au contraire de se distancier du fonctionnement capitaliste habituel. Puisque le logo est apparemment façonné par des artistes et non pas par un *corporate design* rigide, l'entreprise semble être aux mains de ses employé-es et non pas d'entrepreneurs et d'entrepreneuses. L'idée même d'une marque est en quelque sorte parodiée, puisque chaque artiste livre son idée de ce qu'est « Reprodukt », et que l'entreprise se plie à chaque lubie de l'artiste, quitte à ce qu'aucun ouvrage ne ressemble à un autre. La multiplication des formats et des techniques d'impression contribue ainsi à renforcer l'image d'une entreprise véritablement alternative, qui ne se plie pas aux logiques de rationalisation imposées aux autres par le marché.

En réalité, la maison d'édition ne laisse bien sûr pas tout à fait carte blanche aux artistes, et elle suit une certaine logique commerciale dans sa politique éditoriale. Plus cyniquement, on peut même remarquer que c'est la main de D. Rehm, chef de l'entreprise, qui décore une grande partie des couvertures, puisque c'est lui aussi qui est chargé du lettrage de nombre d'entre elles. Il nous est impossible de déterminer avec certitude combien de logos et titres de livres ont

véritablement été dessinés par les artistes et combien l'ont été par D. Rehm imitant l'un-e d'entre elles et eux. Peu importe la réalité des faits : pour les institutions culturelles et les jeunes artistes, c'est l'image que l'éditeur a soignée depuis des décennies qui est déterminante. Reprodukt donne en partie l'impression d'être toujours cette petite entreprise de *punk* squatteurs qu'elle a été il y a trente ans, qui se moque des marques, alors même que son rythme de publication et son succès critique (et plus rarement commercial) la rangent parmi les maisons d'édition les plus influentes du milieu. Rien qu'à partir de l'apparence physique des œuvres, la créativité des artistes est mise en avant et la diversité de leur vision artistique s'en retrouve valorisée. Bien que le catalogue de Reprodukt suive en partie des tendances (de l'époque, du marché, etc.), elle apparaît comme une entreprise au service de l'art plutôt que de l'industrie.

D. Qui crée les œuvres chez Reprodukt ?

1) Un réseau d'éditeurs international

Même si presque tous les livres vendus par Reprodukt sont bel et bien produits par la maison d'édition, exception faite de quelques œuvres rachetées auprès d'autres entreprises allemandes⁴⁷³, tous n'ont pas été créés en vue d'être publiés par elle. Nous l'avons dit : la majorité des bandes dessinées que publie la maison d'édition sont en fait des importations, publiées dans un ou plusieurs autres pays avant d'être repérées par D. Rehm et son équipe. Avant de nous

⁴⁷³ Selon notre compte, il s'agit de 43 œuvres proposées à la vente sur le site de Reprodukt sans pour autant avoir été créées par la maison d'édition. On y retrouve : des numéros auto-édités de séries dont l'entreprise a publié certains tomes (dont les premiers *Artige Zeiten* et *Orang*), des stocks d'entreprises ayant fait faillite (Salleck Publications, Stromboli, Berlin Comix, Zitty Verlag, et Jochen Enterprises), ainsi que des invendus d'œuvres dont les artistes sont désormais sous contrat chez Reprodukt (c'est le cas de certaines œuvres de Lewis Trondheim parues chez Carlsen, ou de celles de Jason sorties chez Schwarzer Turm). Enfin, il y a aussi des livres ou des magazines d'artistes phares qui ont été publiés par d'autres entreprises, pour lesquels Reprodukt fait donc en quelque sorte de la publicité. On retrouve ainsi le magazine pour enfants *Polle*, les romans de Fil, des livres de Nicolas Mahler publiés chez Edition Moderne, etc. Aucune de ces 43 œuvres n'a été prise en compte dans nos statistiques, puisqu'elles ne reflètent pas tant la ligne éditoriale de Reprodukt que son rôle au sein du réseau de la bande dessinée germanophone.

pencher sur le profil des artistes qui travaillent avec elle, observons d'abord les entreprises dont Reprodukt adopte (et adapte) les œuvres.

Selon notre décompte⁴⁷⁴, en plus de ses productions originales, l'entreprise aurait publié des livres de 80 maisons d'édition différentes, de taille variable et localisées dans divers pays – sachant que leur nombre augmente plus rapidement depuis le début des années 2010. Certaines partenaires commerciales entretiennent cependant des rapports plus fréquents avec l'entreprise berlinoise que d'autres. Ainsi, Reprodukt a publié 76 œuvres initialement parues chez Delcourt, 62 venant de Dargaud, et 44 productions de Dupuis. Ces maisons d'édition francophones sont toutes de très grande taille, mais se distinguent dans leur fonctionnement interne : Dargaud et Dupuis appartiennent au groupe Média-Participations, l'un des plus grands d'Europe, tandis que Delcourt est une entreprise indépendante, c'est-à-dire qu'elle n'est pas détenue par une autre entité commerciale. Toutefois, une maison d'édition indépendante n'est pas nécessairement de petite taille et ne publie pas toujours d'œuvres sortant de la production majoritaire – d'où un « malaise [qui] traverse le discours scientifique » lorsque le terme « indépendant » est utilisé pour désigner « la production en rupture avec les codes établis »⁴⁷⁵. Comme l'ont constaté les chercheurs et chercheuses présent-es au colloque du groupe ACME intitulé « Figures indépendantes de la bande dessinée mondiale » qui a eu lieu en novembre 2011 à Liège, et qui ont ensuite contribué au volume *La bande dessinée en dissidence*, il s'agirait de « substituer le paradigme de l'*alternatif* à celui de l'indépendance »⁴⁷⁶. Or, Delcourt a beau être indépendante, vu son succès et sa ligne éditoriale, elle n'est pas une maison d'édition alternative. L'entreprise qui collabore le plus fréquemment avec Reprodukt et qui *peut* prétendre à cette désignation est L'Association, dont 23 œuvres sont parues à Berlin. Avec 18 publications chez Reprodukt, Drawn & Quarterly est l'entreprise nord-américaine la plus

⁴⁷⁴ Nous n'avons que compté la première maison d'édition chez qui est paru un livre (donc pas les rééditions auprès d'autres éditeurs), et avons exclu les œuvres dont la première publication s'est faite en auto-édition, donc sans structure éditoriale établie, ainsi que les publications en ligne qui se sont faites sans maison d'édition. De plus, lorsque la première publication s'est faite conjointement entre deux maisons d'édition, nous avons comptabilisé toutes les entreprises.

⁴⁷⁵ T. HABRAND, « Les Indépendants de la bande dessinée entre édition établie et édition sauvage », *op. cit.*, p. 49.

⁴⁷⁶ *Id.*

importante pour l'objet de notre étude – en plus de 19 tomes des *Mumins* publiés d'abord dans le journal anglais *Evening Standard*, mais compilés par l'éditeur montréalais. Même s'il s'agit du plus grand éditeur de bandes dessinées du Canada, sa ligne éditoriale le positionne à notre avis parmi les alternatifs.

Suivent ensuite, avec entre 10 et 16 livres importés par Reprodukt : Gallimard, Bayard et Casterman pour les très grandes maisons d'édition, Fantagraphics Books, Nobrow Press, et Les Humanoïdes Associés pour les éditeurs historiques d'œuvres alternatives. Une dizaine d'autres entreprises de taille tout aussi variable ont vendu les droits d'entre 5 et 10 œuvres à Reprodukt, une vingtaine d'éditeurs entre 2 et 5, et plus d'une trentaine n'ont publié qu'une œuvre originale qui a ensuite été éditée par l'éditeur berlinois. Ici aussi, on retrouve des géants internationaux comme Mondadori (Italie), Shōgakukan (Japon) et Random House (États-Unis), ainsi que de petites structures comme La Pastèque (Canada), Vraoum ! (France), Liels un maza (Lettonie), et La Cúpula (Espagne). Étant donné que les sièges de ces 80 entreprises se trouvent dans 15 pays différents, on peut dire que le catalogue de Reprodukt possède un caractère transnational. Le poids important des maisons d'édition franco-belges et nord-américaines reflète celui des artistes de ces parties du monde pour l'éditeur, ce que nous analyserons en profondeur dans les prochaines sous-parties.

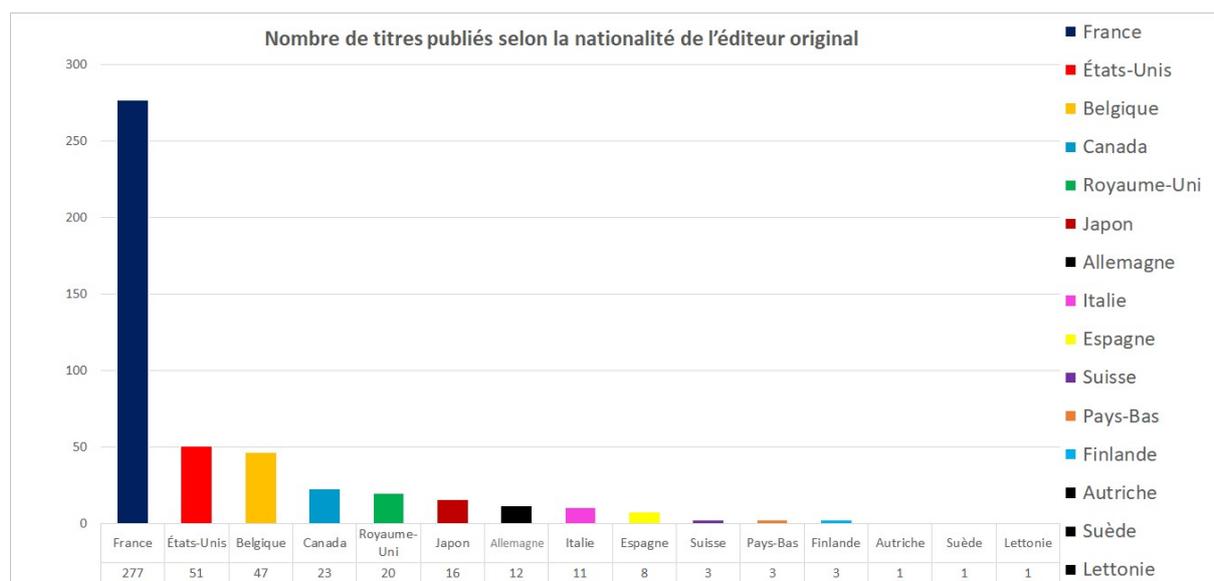


Figure 14 : Nombre de titres dont Reprodukt a acheté les droits de publication selon l'emplacement du siège social de l'éditeur d'origine. Les publications partagées entre plusieurs éditeurs ont été comptées pour chacune des nationalités représentées.

Outre les questions de nationalité, on constate qu'en dépit de sa taille réduite et de ses publications parfois avant-gardistes et contestataires, la maison d'édition se fait très régulièrement la porte-parole d'importantes entreprises *mainstream*. Reprodukt possède alors une allure qui détonne au sein de l'industrie de bandes dessinées : chez un même éditeur, on retrouve des œuvres lissées pour un grand public, qu'on pourrait parfois considérer comme classiques (outre les albums à 48 pages, traditionnels par leur forme, les différents tomes de *Ratgeber für schlechte Väter* [Guide du mauvais père] de Guy Delisle sont, par exemple, peu contestataires et acceptables pour un large public), mais aussi des livres alternatifs pour un lectorat de niche, tant des adultes que de très jeunes enfants (on pensera à *Birgit* de Max Baitinger, avec ses quelques cases non figuratives, ou aux aventures grotesques du personnage éponyme dans *Jim Curious* de Matthias Picard, inhabituelles pour un lectorat jeune). À ce sujet, nous avons constaté qu'entre 2021 et 2023, Reprodukt avait changé son auto-définition (le « *Selbstverständnis* » déjà mentionné) sur son site. Corroborant ainsi notre impression, l'éditeur y a ajouté la phrase :

En tant que maison d'édition indépendante, Reprodukt publie des bandes dessinées issues de tout le spectre du médium.⁴⁷⁷

Maintenant que nous avons observé ce dépassement des différents pôles qui sous-tendent l'industrie européenne, nous pouvons aussi le lier à la diversité des visions artistiques et formats chez Reprodukt. On peut alors voir un parallèle entre la ligne éditoriale de la maison d'édition et les œuvres de Lewis Trondheim telles que les décrit le chercheur Bart Beaty :

Trondheim est une véritable industrie à lui tout seul, travaillant autant pour les petits éditeurs que pour les grands, dans toutes sortes de genre, dans des douzaines de formats. En effet, dans son œuvre, on peut lire toute la transformation de l'industrie de la bande dessinée européenne qui a eu lieu dans les années 1990.⁴⁷⁸

Nous constatons que Reprodukt, qui a « simplement suivi [Trondheim] »⁴⁷⁹ dans son aventure transgressant les limites, est devenue elle aussi « une véritable industrie à [elle] tout[e] seul[e] ». Dans les prochaines sous-parties, nous interrogerons cette idée et verrons que même si l'entreprise exhibe une grande partie du spectre de la bande dessinée contemporaine, il y a des angles morts et des préférences très claires dans la ligne éditoriale de la maison d'édition.

⁴⁷⁷ « [Reprodukt] veröffentlicht als konzernunabhängiger Verlag Comics aus dem gesamten Spektrum des Mediums », « Verlag », sur *Site de Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://reprodukt.com/pages/verlag> ; consulté le 22 juin 2023).

⁴⁷⁸ « Trondheim is a veritable industry unto himself, working for presses both small and large, in genres of all sorts, and in dozens of formats. Indeed, the entire transformation of the European comic book industry that occurred in the 1990s can be read from his work. », B. BEATY, *Unpopular culture: transforming the European comic book in the 1990s*, Toronto, University of Toronto Press, 2007, p. 206.

⁴⁷⁹ « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 18:22–18:26.

2) Quelques habitué-es, beaucoup d'occasionnel·les

Selon nos calculs, Reprodukt a publié les œuvres de 239 personnes différentes, ou plutôt les a créditées comme ayant contribué à la publication de l'une d'entre elles⁴⁸⁰. Ce chiffre est élevé, compte tenu du fait que la maison d'édition emploie actuellement moins d'une dizaine d'éditeur·ices pouvant les accompagner ou leur faire suivre le processus d'édition. En réalité, l'entreprise n'a pas été en contact avec chacune de ces personnes. Dans certains cas, un·e artiste peut être décédé·e avant que la licence d'adaptation de son œuvre n'ait été achetée ; c'est notamment le cas de Shigeru Mizuki. De plus, lorsqu'il s'agit de l'adaptation d'un roman, l'auteur·ice d'origine est crédité·e au même titre que les artistes de bandes dessinées qui l'ont réimaginé, quand bien même celui ou celle-ci n'aurait eu aucun contact avec l'éditeur berlinois. C'est ainsi que l'on retrouve notamment Roald Dahl et Malika Ferdjoukh parmi la liste des artistes publiés chez Reprodukt, alors que pour la traduction de leurs œuvres, l'entreprise a communiqué avec Pénélope Bagieu et Lucie Durbiano, qui les avaient adaptées sous forme de bandes dessinées. Enfin, certaines œuvres collectives ou compilations possèdent un grand nombre de contributeur·ices : dans ce cas de figure, l'éditeur entre plutôt en discussion avec la personne qui a dirigé l'ouvrage [*Herausgeber*in*], mais n'aura pas à contacter tout le monde.

Reprodukt accompagne toutefois la plupart des artistes directement pour la création de l'œuvre (lorsqu'il s'agit d'une œuvre originale) ou leur fait suivre le processus d'adaptation (dans le cas d'œuvres dont les droits ont été achetés). Et selon D. Rehm, les artistes, en particulier les germanophones, ont tendance à rester attaché·es à la première maison d'édition qui aura publié leurs œuvres.

⁴⁸⁰ Sur son site internet, en mai 2023, Reprodukt comptait 232 artistes et auteur·ices différent·es. La différence avec nos chiffres s'explique parce que l'entreprise ne comptabilise pas toujours toutes les personnes qui ont contribué à une œuvre collective, particulièrement quand elles sont nombreuses. Par ailleurs, Reprodukt ne mentionne pas les coloristes, encreurs et encreuses, etc., qui peuvent avoir contribué à la création d'une œuvre.

Il est relativement rare que les dessinateurs allemands changent de maison d'édition. Alors en réalité, tous sont très fidèles à leur maison d'édition, celle qui les a publiés en premier.⁴⁸¹

Naturellement, selon la vitesse de travail des différent-es artistes, la maison d'édition publiera un nombre plus ou moins important de leurs œuvres. Les considérations sur le succès d'un-e artiste jouent bien entendu également un rôle dans la présence accrue (ou non) de celui ou celle-ci. En effet, une absence de succès critique et commercial, surtout répétée, peut pousser la maison d'édition à cesser la publication de certaines œuvres et à en céder les droits. En outre, même si c'est rare selon D. Rehm, un-e artiste peut également souhaiter changer d'éditeur, que ce soit en raison de conflits interpersonnels, parce que le contrat de publication est plus favorable ailleurs, ou parce qu'une œuvre précise correspond davantage à la ligne éditoriale d'une autre entreprise. Dans ce dernier cas, Reprodukt elle-même peut proposer à l'artiste de changer d'affiliation, même si ce n'est que temporaire. D'autres fois, la rupture est permanente. À titre d'exemple, Reinhard Kleist, qui publiait initialement ses œuvres chez Feest-Verlag, est passé chez Reprodukt au début des années 2000, au moment où son premier éditeur a été racheté par Egmont Ehapa. L'artiste a ensuite quitté Reprodukt quelques années plus tard, en même temps que son éditrice Claudia Jerusalem-Groenewald, pour rejoindre Carlsen avec elle. Le changement s'est donc fait pour des raisons personnelles – R. Kleist ayant suivi celle qui accompagnait ses œuvres jusque là –, mais également professionnelles, puisque chez ce plus grand éditeur, l'artiste a réussi à toucher un public plus large et un salaire plus élevé. Aujourd'hui, il est l'un des créateurs les plus célèbres de la bande dessinée germanophone.

En somme, dans la plupart des cas, Reprodukt essaie de publier plusieurs œuvres d'un-e artiste et de le ou la suivre tout au long de sa carrière créative. Cela est cohérent avec la volonté affichée

⁴⁸¹ « Es ist relativ selten, dass deutsche Zeichner die Verlage wechseln. Also eigentlich sind da alle sehr treu, ihren Verlagen gegenüber, die sie zuerst verlegt haben. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 13:56–14:05.

par l'éditeur de « mettre en avant la personne et les expériences de l'auteur »⁴⁸² : la publication de plusieurs de ses œuvres permet de mieux cerner une personne (plutôt qu'un seul univers fictionnel qu'elle a créé). Bien que la maison d'édition ait été une simple étape dans la carrière de R. Kleist, pour d'autres artistes, la totalité du parcours s'effectue chez l'éditeur, qui montre ainsi leur évolution et différentes facettes de leur production artistique. D. Rehm déclare par exemple connaître l'artiste Mawil depuis ses 15 ou 16 ans – il proposait alors des manuscrits à l'éditeur lors de festivals de la bande dessinée –, mais avoir attendu la fin de ses études avant de publier ses premières œuvres ; depuis, l'éditeur l'a accompagné durant toute sa carrière⁴⁸³. Il n'est ainsi pas surprenant de découvrir qu'un certain nombre de créateurs et de créatrices a publié de nombreux livres avec l'éditeur.

Parmi les dix artistes les plus représenté-es chez Reprodukt, les deux premiers sont évidents au vu de l'importance de la série *Donjon* pour l'éditeur : Lewis Trondheim, dont 85 œuvres ont été publiées par l'éditeur, et Joann Sfar, qui en compte 47. Leur omniprésence s'explique par l'extrême productivité de ces artistes, qui collaborent presque systématiquement avec d'autres pour accélérer le rythme de parution de leurs œuvres, faisant essentiellement partie de longues séries. L. Trondheim a toutefois aussi publié 40 œuvres dont il est l'unique créateur chez Reprodukt, ce qui le distingue de Joann Sfar, dont les œuvres « en solo » sont publiées chez avant-Verlag. Les chiffres des autres membres du « Top 10 » sont ensuite nettement plus bas, mais témoignent néanmoins d'une carrière longue, d'une capacité de travail importante, mais aussi souvent de publications courtes. Le catalogue de Reprodukt contient : 24 livres de Marc Boutavant, 21 de Manu Larcenet, 19 de Fil, 18 de Tove Jansson, 18 de Christophe Blain, 17 de Bastien Vivès, 16 de Céline Fraipont avec Pierre Bailly, et enfin 16 de Mawil. Tandis que les artistes berlinois Fil et Mawil, tout comme la Finlandaise Tove Jansson, travaillent seul-es la plupart du temps, les autres artistes – tous et toutes Français-es ou Belges – travaillent le plus

⁴⁸² « Bei einem Großteil der Veröffentlichungen stehen Person und Erfahrungen des Autors im Blickpunkt. », « Verlag », *op. cit.*

⁴⁸³ Après deux œuvres auto-éditées, la première longue bande dessinée de l'artiste paraît chez Schwarzer Turm. Reprodukt achètera les droits de cette œuvre et l'éditera après avoir publié le travail de fin d'études de Mawil. « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 13:41–13:51.

souvent en bi-, voire en trinôme. On peut y voir un mode opératoire de la bande dessinée franco-belge, où la répartition du travail entre scénariste et illustrateur·ice est habituel, ce qui permet un rythme de publication accéléré, tandis qu'en Allemagne, le travail est plus solitaire. S'ajoute aussi le fait que les bandes dessinées pour enfants, donc toutes les œuvres de M. Boutavant, de C. Fraipont et de P. Bailly, sont généralement plus courtes et s'inscrivent dans des séries, ce qui entraîne un temps de travail moindre.

Quelques autres artistes, dont Sascha Hommer, Anke Feuchtenberger, Guy Delisle, Charles Burns, et le duo Kerascoët, ont contribué à plus de dix œuvres publiées par l'éditeur berlinois, une dizaine d'autres a co-créé entre cinq et dix œuvres. Le plus gros du contingent, plus d'une centaine d'auteur·ices ou d'illustrateur·ices, a publié entre 2 et 5 œuvres, et plus d'une soixantaine n'a contribué qu'à une seule œuvre⁴⁸⁴. En dehors de l'estime particulière de Reprodukt pour certain·es artistes, cette répartition des publications témoigne des réalités du paysage de la bande dessinée. Tandis qu'une poignée d'artistes peut vivre uniquement de la bande dessinée et en faire son activité principale, s'y consacrant donc à plein temps et pouvant publier de nombreuses œuvres sur le long terme, la vaste majorité des personnes publie à un rythme moins soutenu et/ou n'a pas d'éditeur fixe. Pour ces artistes plus occasionnel·les du catalogue, le fait de devoir multiplier les activités professionnelles contribue certainement à cette lenteur relative. Les goûts des employé·es de Reprodukt, qui peuvent n'apprécier qu'une ou deux œuvres d'un·e artiste, et non pas le reste de sa production, jouent également un rôle dans cette répartition. Enfin, la présence d'un·e artiste peut aussi être limitée par l'insuccès de ses œuvres en Allemagne et par un prix disproportionné pour les droits d'adaptation.

Ce premier regard sur les artistes dont Reprodukt publie les œuvres permet d'ores et déjà de dégager certaines tendances : une poignée d'artistes prend une place particulièrement

⁴⁸⁴ En raison des limites du logiciel Excel et de la manière dont nous avons noté les artistes responsables d'une œuvre dans notre base de données, il nous est difficile de donner ici des chiffres plus précis. Le cas de figure très récurrent des collaborations artistiques complique en effet le fait d'attribuer une œuvre à plusieurs personnes en même temps.

importante au sein de l'entreprise, tandis qu'une majorité publie de manière plus occasionnelle. En général, l'éditeur prend soin de publier plusieurs œuvres de chaque artiste, que ce soit avec la volonté de compléter son catalogue (« Nous publions *toutes* les œuvres de ce-tte artiste ») ou de poursuivre son projet éditorial, à savoir : présenter des artistes avec une vision et une expérience toutes personnelles. Nous pouvons aussi observer des caractéristiques récurrentes chez ces artistes. En moyenne, l'entreprise publie davantage d'œuvres d'artistes franco-belges, et en particulier de personnes identifiées comme masculines. Les prochaines sous-parties seront l'occasion de vérifier si ces intuitions se vérifient statistiquement.

3) Nationalité des artistes

Comme nous l'avons indiqué dans la partie introductive de ce travail, nous avons pu relever la nationalité des artistes ayant co-produit une œuvre publiée chez Reprodukt. Toutefois, on se heurte ici à des limites, puisque certaines nationalités (notamment lorsqu'une personne en possède plusieurs) ne sont pas forcément connues par l'éditeur, ni dans la sphère publique, et ont donc pu échapper à nos relevés. De plus, nous l'avons dit, la nationalité ne rend compte ni de la culture d'une personne, ni de ses conditions de travail, et n'est donc pas nécessairement corrélée au type d'œuvres que publie un-e artiste. Même si pour une étude qualitative, la donnée de la nationalité doit être mise en perspective et croisée avec d'autres informations, pour une analyse quantitative, elle nous permet de dégager des tendances qui traversent le catalogue de la maison d'édition.

Sans surprise, les artistes français-es dominant dans le catalogue, puisque sur les 239 artistes ayant explicitement publié une œuvre avec l'éditeur, nous en avons compté 80 de nationalité française. En ce qui concerne la production, ils et elles ont contribué à 267 œuvres sur les 639 de notre base de données. Parmi ces œuvres, 244 ont été créées par des personnes dont la seule nationalité connue est la française, 6 par Riad Sattouf, qui est également syrien, et les 17

restantes ont été le produit d'une collaboration multinationale⁴⁸⁵ dont au moins un membre vient de France. Cette répartition reflète logiquement le poids de créateur·ices de France comme L. Trondheim, M. Boutavant, ou M. Larcenet⁴⁸⁶. Selon nos relevés, 134 œuvres proviennent d'artistes allemand·es, et 5 d'entre elles sont le fruit d'un travail avec des artistes d'autres pays. Il y a environ une soixantaine d'artistes allemand·es ; davantage si l'on compte les nombreuses personnes ayant participé aux anthologies *Orang*. L'ancrage de l'entreprise dans le milieu de la bande dessinée allemande se traduit donc bien dans les chiffres : même si ce n'est pas l'activité principale de la maison d'édition, la publication d'artistes d'Allemagne reste pour elle un pilier majeur. Bien que nombreux et nombreuses, les artistes allemand·es publient toutefois en moyenne moins d'œuvres que leurs collègues français·es ; est-ce dû aux difficultés de cet art outre-Rhin ou à une volonté de l'éditeur de diversifier les voix allemandes ? En tout cas, plus de la moitié des œuvres publiées par Reprodukt provient exclusivement de ces deux pays, au cœur de la ligne éditoriale.

Les 23 artistes des États-Unis, en troisième position en dépit de leur importance au moment de la fondation de l'entreprise, sont à l'origine de 67 œuvres (dont une en coopération avec l'artiste français M. Boutavant et une autre créée par Derek Kirk Kim, qui est également Sud-Coréen). Nous supposons que la surreprésentation des artistes français·es et allemand·es chez Reprodukt est en grande partie liée à la proximité géographique. Puisque l'on peut régulièrement rencontrer les ayants droit en personne, notamment au Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême, il est simplement plus facile d'engager des négociations avec des entreprises françaises plutôt qu'avec des américaines. Quant aux publications, les États-Unis sont tout de même deux fois plus représentés que la Belgique, dont les 7 artistes ont publié 31

⁴⁸⁵ À ces œuvres s'ajoutent 8 bandes dessinées qui ont été le fruit d'une coopération internationale si large que nous n'avons pas souhaité les intégrer à ces statistiques par pays. Par exemple, les compilations de bandes dessinées parues dans *Le Monde Diplomatique* et publiées par Reprodukt sous forme de livre comportent chacune des œuvres d'environ une cinquantaine d'artistes avec des dizaines de nationalités différentes. Puisque Reprodukt n'indique pas la totalité des artistes présent·es dans ce type d'œuvres sur son site internet, nous avons préféré les classer comme œuvres « internationales » plutôt que de les attribuer uniquement aux pays dont les artistes ont été cités.

⁴⁸⁶ J. Sfar, deuxième artiste le plus représenté chez Reprodukt, travaille toujours aux côtés de L. Trondheim, de Boulet, ou de C. Blain pour les œuvres publiées dans cette maison d'édition. Sa nationalité ne joue donc pas un rôle plus important que celle de ses collègues dans nos statistiques.

œuvres pour l'éditeur (l'une d'entre elles étant illustrée par Judith Vanistendael, mais écrite par l'Espagnol Mark Bellido). Certes, la Belgique reste ainsi un pays d'origine important pour les bandes dessinées de Reprodukt, mais on constate que ses œuvres « franco-belges » sont plus « franco » que « belges ». En général, cette terminologie se maintient vraisemblablement plus par tradition historique qu'en raison de la réalité actuelle de l'industrie de la bande dessinée européenne. Notons aussi que l'éditeur travaille avec davantage d'artistes flamand·es (4), donc néerlandophones, que de francophones (3), qui sont pourtant à l'origine du concept de « franco-belge ». En cela, l'éditeur reste fidèle à ses racines anti-*establishment*, puisque la bande dessinée flamande vise un public plus restreint et ne possède pas la notoriété de sa voisine wallonne. Chez Reprodukt, les artistes belges francophones comme P. Bailly et C. Fraipont créent avant tout des albums pour enfants, tandis que les néerlandophones, dont Brecht Evens et Olivier Schrauwen, sont à l'origine d'œuvres plus expérimentales destinées aux adultes.

Viennent ensuite, dans l'ordre, le Canada avec 28 œuvres (pour 8 artistes), la Finlande avec 23 bandes dessinées (entre 4 et 14 artistes⁴⁸⁷), puis le Royaume-Uni avec 21 œuvres (dont 2 coopérations internationales) et 7 artistes. Le Canada est certes réputé pour sa bande dessinée alternative, mais les affinités personnelles de Reprodukt avec Julie Doucet, Geneviève Castrée, Guy Delisle, ainsi qu'avec la maison d'édition montréalaise Drawn & Quarterly, permettent à ce pays d'être particulièrement bien représenté chez l'éditeur berlinois. Il faut ajouter que l'éditeur peut souvent compter sur des collègues françaises, dont Delcourt et L'Association, pour publier des artistes du Canada. Cela lui permet d'accéder plus facilement à de nouvelles publications intéressantes et d'en négocier les droits. Le Royaume-Uni, quant à lui, est surtout représenté par l'Angleterre à travers l'artiste Luke Pearson, dont les rééditions d'œuvres augmentent grandement le poids du pays dans nos statistiques. La Finlande se situe dans le même cas de figure, puisque Tove et Lars Jansson sont particulièrement présent·es dans la production de la maison d'édition. Toutefois, les artistes Tommi Musturi et Ville Ranta

⁴⁸⁷ Sur ces 14 artistes, 10 n'ont publié qu'une anthologie de la bande dessinée finlandaise chez Reprodukt. Selon que nous comptons ces artistes avec qui l'entreprise n'a communiqué qu'à travers les directeur·ices d'ouvrage, il y aurait donc 4 ou 14 artistes de Finlande chez Reprodukt.

marquent également le catalogue de Reprodukt, ainsi que le *Comic Atlas Finnland* [Atlas de la bande dessinée finlandaise], encyclopédie unique en son genre chez l'éditeur, d'autant plus étonnante que les bandes dessinées alternatives du pays ne sont pas internationalement reconnues. À nouveau, les liens personnels permettent à ces artistes d'être publiés chez Reprodukt : au Festival d'Angoulême, le stand de la Finlande se trouve en effet juste en face (et parfois à côté) de celui des bandes dessinées germanophones, ce qui favorise les rencontres entre éditeurs et artistes d'un pays avec celles et ceux de l'autre.

À l'inverse, on peut s'étonner de la représentation plus faible d'autres pays germanophones : 16 livres de la part de 4 Suisses (dont 3 sont francophones ; Luka Lenzin est germanophone), parmi lesquels deux ont été créés en collaboration avec le Français Pierre-Oscar Lévy, et 9 ouvrages écrits et illustrés par l'Autrichien Nicolas Mahler, seul représentant de son pays. Cette absence relative s'explique en grande partie parce qu'il y a tout simplement moins d'artistes dans ces pays qui créent des bandes dessinées. Avec les chercheuses autrichiennes Jana Rutar et Katharina Serles, nous avons mené une étude sur les conditions de vie et de travail des artistes de bandes dessinées dans les pays germanophones. Sur les centaines de réponses que nous avons obtenues, 79 % nous venaient d'Allemand-es, 7 % de Suisse-ses et 6,5 % d'Autrichien-nes. Le questionnaire ayant été diffusé dans les trois pays, nous supposons que les chiffres sont représentatifs de l'industrie germanophone en général, bien qu'ils n'aient pas encore été publiés, ni revus par les pairs. Ces chiffres coïncident aussi plus ou moins avec la population de ces pays, l'Autriche et la Suisse étant chacune près de 10 fois moins peuplées que l'Allemagne. Puisqu'il y a moins d'habitant-es dans ces deux pays, il est logique qu'il y ait aussi davantage d'artistes en Allemagne. Il faut également ajouter que Reprodukt est localisée à Berlin : les artistes vivant en Autriche ou en Suisse alémanique auront moins de difficultés à entrer en contact, puis à travailler avec une maison d'édition proche de chez elles et eux. L'entreprise allemande sera ainsi sans doute moins sollicitée par les artistes de Zurich, dont on peut supposer qu'ils et elles travaillent plutôt avec Edition Moderne, tandis que les Viennois-es iront chez Luftschacht, par exemple.

Cette analyse sur le nombre de publications créées par des artistes de nationalités différentes nous dévoile l'aspect transnational de l'activité éditoriale de Reprodukt... mais le relativise également. L'éditeur publie essentiellement des œuvres françaises ou allemandes, souvent nord-américaines, et rarement issues d'autres pays européens. En somme, il diffuse une vision très occidentale, et non pas mondiale, de la bande dessinée. Bien qu'une petite partie du continent asiatique soit présente avec une quinzaine de mangas (de 5 artistes) et une œuvre de l'artiste chinoise Yi Luo, de larges parties du globe sont presque entièrement ignorées. Dylan Horrocks est l'unique Océanien, Carlos Sampayo et José Muñoz représentent à eux deux l'Amérique du Sud, tandis que Malika Ferdjoukh⁴⁸⁸ et Marguerite Abouet sont les seules artistes originaires d'Afrique, bien que toutes deux vivent en France depuis leur enfance. Dans un article sur la francophonie chez Reprodukt, nous remarquons déjà que pour l'éditeur, celle-ci semblait se limiter à la France et ne véhiculait donc qu'une image très partielle de la diversité que représente la francophonie⁴⁸⁹. En allant plus loin, on peut prétendre que pour cette maison d'édition, la bande dessinée se limite à l'Occident et à l'hémisphère nord.

Ce constat sévère ne prend pas en compte la sous-représentation structurelle des pays du Sud et de l'Orient dans le milieu de la bande dessinée. Cet art est peut-être moins apprécié dans des pans de ces régions, certes, mais nous pensons aussi que les entreprises du livre ont une responsabilité certaine dans l'hégémonie de l'Occident. À la réticence des éditeurs européens à publier des artistes étranger-es s'ajoute le manque d'éditeurs majeurs africains, sud-américains, etc. en contact avec les entreprises européennes. Dans notre article paru dans *The Comics Journal*, nous faisons le constat que même si Reprodukt ou une autre maison d'édition souhaitait contrecarrer cette domination des artistes occidentaux sur le marché européen, elle se heurterait à des obstacles

⁴⁸⁸ L'autrice de romans ne travaille pas directement dans le milieu de la bande dessinée, mais une de ses œuvres a été adaptée par la Française Lucie Durbiano et publiée chez Reprodukt.

⁴⁸⁹ R. BECKER, « Which Francophone comics are transferred to the German-speaking world... and how? », *Journal of Comics & Culture*, vol. 7, 2023, p. 91-93.

Sachant que les groupes mainstream [franco-belges] sont enclins à rechercher la stabilité commerciale plutôt que l'innovation artistique ou la mise en valeur de régions sous-représentées, les éditeurs allemands qui travaillent avec eux sont contraints de les suivre. Parce qu'avec ces éditeurs français ou belges, les bandes dessinées écrites et dessinées par des Français-es sont plus communes que celles de Congolais-es ou de Suisse-ses, et parce que ceux-ci et celles-ci rencontrent davantage de succès commercial, il n'est pas surprenant qu'un éditeur étranger ait tendance à acheter les droits d'œuvres plus facilement disponibles.⁴⁹⁰

Pour autant, avec ses œuvres essentiellement occidentales, on ne peut pas dire que Reprodukt suive tout à fait la surreprésentation structurelle de certains pays. D'après les statistiques de Matthias Hofmann, en 2014, 34 % des bandes dessinées publiées en allemand provenaient⁴⁹¹ d'Amérique du Nord (30 % en 2021) et 28 % d'Asie (principalement du Japon et de Corée) – 38 % en 2021 –, contre seulement 16 % des pays germanophones (12 % pour les chiffres les plus récents) et 16 % de France ou de Belgique. Seuls 6 % (4 % en 2021) provenaient d'autres pays ou continents⁴⁹². La même année, Reprodukt publiait plus de 25 % de bandes dessinées publiées par des maisons d'édition de ces autres pays et 63 % d'œuvres issues de France, Belgique, ou des pays germanophones – deux fois plus que le reste de l'industrie.

⁴⁹⁰ « Seeing as how the latter mainstream conglomerates may be more inclined to seek commercial stability rather than to innovate artistically or highlight underrepresented regions, the German publishers working with them have to follow suit. Because with these French or Belgian publishers, comics written and drawn by French people are more prevalent than Congolese or Swiss ones, for example, and because those generally encounter more commercial success, it is unsurprising that a foreign publisher would tend to buy the rights to the more commonly available pieces. », *Ibid.*, p. 93.

⁴⁹¹ M. Hofmann ne précise pas s'il s'agit du pays d'origine des artistes de ces bandes dessinées, ou du pays d'origine des œuvres, donc le pays où elles ont été publiées pour la première fois. Les statistiques comparatives des prochaines pages se concentreront sur le deuxième cas de figure (donc le premier pays de publication des œuvres).

⁴⁹² M. HOFMANN, « Freudige Gesichter - Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahre 2014 », *op. cit.*, p. 102 ; M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *op. cit.*, p. 11.

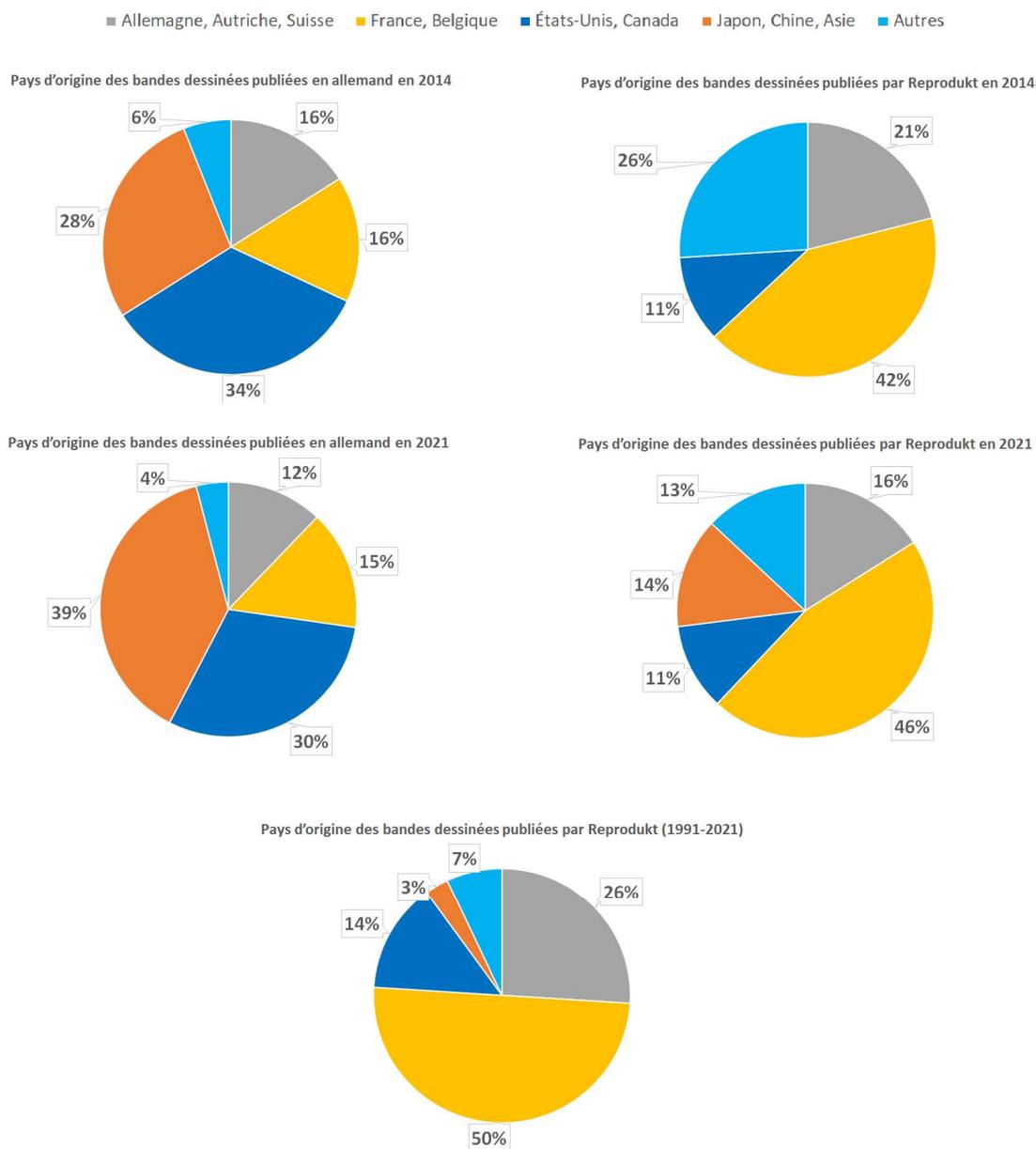


Figure 15 : Proportion des œuvres selon la nationalité des artistes qui les ont créées. Les artistes ou équipes possédant plusieurs nationalités ont été comptées pour chacune d'entre elles. Les nationalités ont été regroupées selon les critères de Matthias Hofmann.
 Colonne de gauche : œuvres publiées sur le marché germanophone en général en 2014 et 2021.
 Colonne de droite : œuvres publiées par Reprodukt en 2014 et en 2021.
 En bas : œuvres publiées par Reprodukt sur la totalité de la période 1991-2021.

Cette année 2014 était quelque peu exceptionnelle quant au nombre d'artistes de pays sous-représentés dans l'industrie germanophone. Si nous prenons en compte la production de Reprodukt sur toute la période que nous avons observée, les œuvres venues d'éditeurs de pays

tiers, que M. Hofmann résume sous l'appellation « *Andere* » [Autres], ne concernent plus que 7 % des publications de l'éditeur berlinois ; si nous nous plaçons du côté des artistes, 18% d'entre elles et eux venaient d'un tel pays⁴⁹³. Ce chiffre reste toutefois au-dessus de la part que prennent les éditeurs issus de pays autres que ceux qui dominent l'industrie en Allemagne (à savoir : 6 % en 2014, 4 % en 2021). Ainsi, bien que de grandes parties du monde soient exclues du catalogue Reprodukt (comme elles le sont dans l'industrie germanophone, voire occidentale, en général), on constate que l'entreprise publie régulièrement des œuvres d'éditeurs et d'artistes de pays européens mis de côté. Réunis sous la même bannière « Reprodukt », on retrouve ainsi des artistes anglais-es, écossais et italiens, certes, mais aussi des Lettones, des Suédois, et un Norvégien... L'entreprise allemande ne se fait donc pas porte-parole de *toutes* les régions sous-représentées dans l'industrie de la bande dessinée – cela pourrait être la mission de maisons d'édition plus spécialisées –, mais elle affiche néanmoins régulièrement la diversité des bandes dessinées européennes.

Au fil des années, l'accent qu'a mis l'entreprise sur différentes zones géographiques a évolué. Nous avons déjà explicité à plusieurs reprises les raisons de ces changements : évolution de la ligne éditoriale et du rythme de publication (qui favorise les œuvres importées), contrats signés avec des artistes particulièrement prolifiques, introduction du manga... Le graphique suivant, où nous avons repris les catégories identifiées par M. Hofmann et choisi de compter les artistes ou équipes plurinationales pour chacune des nationalités identifiées, nous permet de mieux observer l'évolution de cet aspect dans le temps.

⁴⁹³ La différence entre le pourcentage d'artistes issu-es de certains pays et celui d'œuvres publiées à l'origine par des éditeurs de certains pays est grande. Cela illustre qu'afin de pouvoir publier leurs œuvres auprès d'un public plus large, des artistes issu-es de pays peu bédéphiles publient leurs œuvres avec des maisons d'édition plus importantes, de pays où la bande dessinée est plus acceptée.

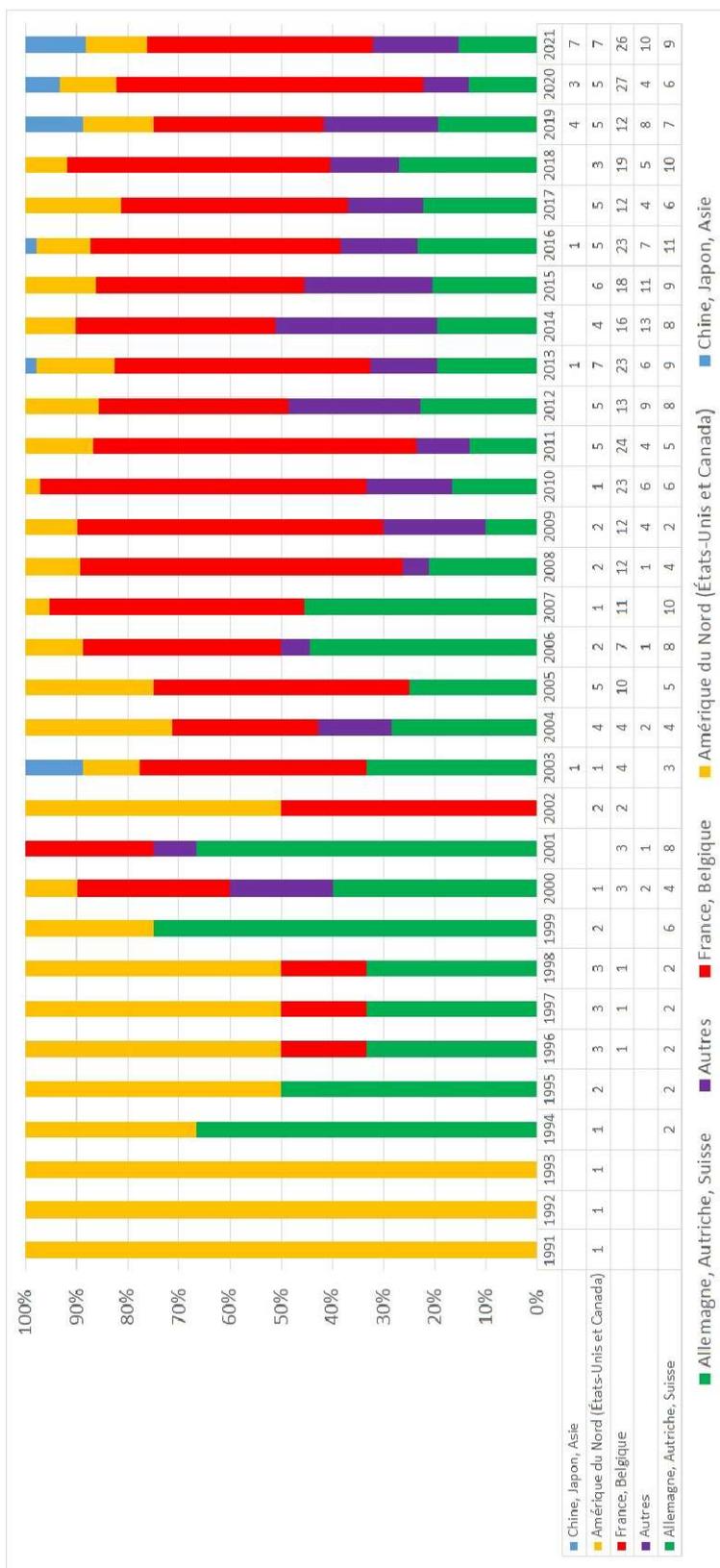


Figure 16 : Répartition des publications de Reproduct au fil des années et selon l'origine des artistes, telle que la répertorie Matthias Hofmann. Les équipes plurinationales issues de différentes aires géographiques ont été comptabilisées pour toutes les aires concernées.

À nouveau, les premières années de la maison d'édition se distinguent par leur appui sur des artistes d'Amérique du Nord, puis aussi sur des Allemand-es. Les artistes franco-belges vont peu à peu marginaliser celles et ceux du Canada et des États-Unis, devenant ainsi le pilier principal de Reprodukt à partir de 2002, 2003 environ. L'entreprise entre ensuite dans un rythme de publication de plus en plus soutenu, où la part des artistes germanophones diminue, mais se stabilise autour de 20 % des publications à partir de 2008. Pour des raisons budgétaires et organisationnelles, la maison d'édition ne peut en effet pas augmenter le nombre de bandes dessinées originales au même rythme que les importations. Bien que moins nombreuses, les œuvres Nord-Américaines paraissent elles aussi à une fréquence constante depuis 2006 et représentent entre 10 % et 15 % de la production. Enfin, les bandes dessinées dont l'un-e des artistes est issu-e d'un pays autre que ceux spécifiés par M. Hofmann deviennent un pilier incontournable de l'éditeur à partir de 2009, moment où elles paraissent sans interruption et constituent en moyenne 18 % des nouveautés, avec des fluctuations entre 9 % et 33 %. Enfin, l'adoption définitive du manga par Reprodukt en 2019 permet aux pays asiatiques d'avoir une présence permanente dans son catalogue, sans néanmoins « exploser » comme cela a été le cas sur le marché germanophone et européen.

Nous avons également souhaité observer la production de l'entreprise en termes absolus et non pas proportionnels, en distinguant cette fois-ci les publications originales des œuvres dont les droits ont été achetés à une autre entreprise. En effet, cette distinction est celle qui présente le plus grand intérêt aux yeux de l'éditeur. Tandis qu'une œuvre française ou italienne, par exemple, possèdera des caractéristiques similaires quant au travail pour l'éditeur, il sera presque toujours plus coûteux en temps et en argent de produire des bandes dessinées originales⁴⁹⁴. Pour ces dernières, il faut effectivement rémunérer les artistes avec des avances sur droits et engager des employé-es qui les accompagnent tout au long de la création d'une œuvre, qui les aident à

⁴⁹⁴ L'exception à cette règle pourraient être les œuvres dont la licence d'adaptation est particulièrement coûteuse, ou celles où le travail d'adaptation, tant la traduction que le lettrage, est ardu. Tandis que *Jimmy Corrigan* tombe dans la deuxième catégorie, la série *LastMan* fait plutôt partie de la première. Il faut ajouter qu'il y a aussi des œuvres si onéreuses (sans doute en raison de leur popularité) que Reprodukt ne peut même pas envisager de les importer.

trouver des financements, des formations, etc. Pour poursuivre son activité telle qu'elle le souhaite, la maison d'édition doit ainsi limiter le nombre d'artistes allemand-es qu'elle suit. D'après D. Rehm, l'entreprise aurait même cessé d'accepter de nouveaux et de nouvelles artistes allemand-es depuis 2018, en raison du poids financier que cela constitue⁴⁹⁵.

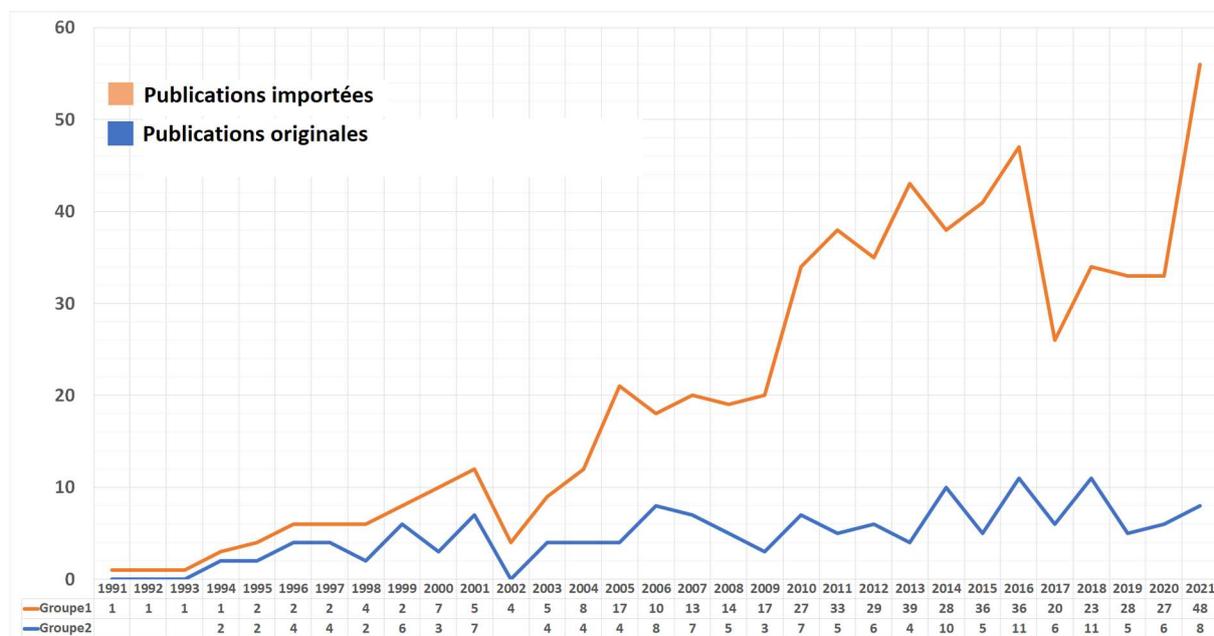


Figure 17 : Nombre d'œuvres originales et importées publiées par Reprodukt selon l'année de parution.

Les limites de la capacité de l'entreprise à publier des artistes germanophones se constatent bien dans les chiffres. Alors que le nombre d'œuvres importées augmente au cours de la période que nous avons observée, les productions originales restent à un niveau plus stable, entre 5 et 11 nouvelles publications par an pendant la dernière décennie. Même lorsque le nombre d'importations grimpe en flèche, comme en 2005, en 2010, ou en 2021, les artistes germanophones publient à leur rythme habituel, avec des années plus ou moins productives. On peut en conclure que l'entreprise évite effectivement de prendre sous contrat des artistes germanophones en trop grand nombre ; la légère fluctuation se fait alors au gré de leur rythme

⁴⁹⁵ « Parce que [la maison d'édition] Kibitz fait avec les auteurs allemands ce que nous ne pouvons plus nous permettre pour des raisons économiques, ou parce que j'ai mis un point final il y a deux ans [en 2018]. », « Weil Kibitz mit deutschen Autoren jetzt das macht, was wir aus wirtschaftlichen Gründen nicht leisten können, oder wo ich mal vor zwei Jahren einen Schlusstrich gezogen habe. », « Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », *op. cit.*, 23:37–23:47.

de travail plutôt qu'en raison de nouveaux ou de nouvelles artistes. L'expansion de l'entreprise dépend alors essentiellement des importations : un budget de plus en plus important est investi dans les licences d'œuvres étrangères (et dans le travail d'adaptation), alors que celui des bandes dessinées locales reste à poids constant. Puisque l'entreprise préfère bien encadrer les artistes allemand-es – en plus de l'unique autrichien et de quelques étranger-es – qu'elle a déjà sous contrat plutôt que d'en accepter d'autres, le nombre d'employé-es chargé-es de les suivre (qui sont donc *Lektor*in*) n'augmente pas, alors qu'elle nécessite de plus en plus de mains pour la fabrication, la traduction, etc. Le maintien des productions originales à un même niveau illustre aussi l'attachement de l'entreprise à ce segment de son catalogue. En dépit des aléas, des départs, et des crises, l'éditeur a continué de publier de nouvelles œuvres d'artistes germanophones. Cet attachement est d'ordre personnel, puisque l'éditeur connaît bien ces artistes avec qui il travaille sans intermédiaire. Reprodukt assume aussi en quelque sorte une responsabilité en continuant de publier des artistes locaux et locales, puisqu'elle est l'une des rares entreprises à le faire avec un certain succès, mais aussi parce que la relation employeur/employé-e la contraint à poursuivre sur cette voie. L'entreprise ne rémunère effectivement pas seulement des artistes, mais aussi ses employé-es, qui ont tout intérêt à ce qu'il continue à y avoir des publications originales pour conserver leur emploi. Il va sans dire que le soutien à des artistes d'Allemagne permet, en outre, à l'entreprise de bénéficier d'aides de l'État, du *Land*, et de fonds privés qui se penchent spécifiquement sur les artistes œuvrant dans le pays.

Comme pour les multiples maisons d'édition dans lesquelles puise Reprodukt pour ses publications, la multitude d'artistes de pays différents donne l'impression d'une maison d'édition transnationale qui conserve néanmoins un fort attachement à certaines régions du monde. Elle s'appuie en partie sur ses productions originales avec des artistes le plus souvent germanophones, mais fonde surtout son activité sur les productions importées auprès de quelques éditeurs (petits et grands, alternatifs et *mainstream*) et créées par des artistes de certaines parties du monde. Mais la nationalité des artistes n'est pas le seul aspect de leur identité qui influe sur le profil d'une maison d'édition. Dans la prochaine sous-partie, voyons ce que leur genre nous dit de Reprodukt.

4) Genre des artistes

Avec l'attention accrue accordée aux questions de genre dans le discours médiatique, il est possible que les éditeurs de bandes dessinées soient aujourd'hui plus enclins à publier les œuvres d'artistes qui sont identifiées comme étant des femmes. Cependant, le regard statistique sur la production de Reprodukt prouve que le chemin vers une représentation diversifiée et paritaire des artistes est encore long. Même si l'éditeur publie des livres qui contiennent des idées queer-féministes⁴⁹⁶, dans la pratique, celles-ci ne se reflètent pas forcément de manière quantifiable. Selon le type de bande dessinée et de travail, on peut constater que la dynamique de genre joue un rôle et que les travailleurs et travailleuses perçus en tant que femmes peuvent ainsi être proportionnellement plus ou moins sous-représentés. Nous évoquerons la répartition genrée du travail pour la traduction et pour le lettrage dans notre partie dédiée aux traductions et au lettrage – une dynamique similaire se retrouve au niveau de la conception des œuvres. Enfin se pose aussi la question de la faisabilité d'un travail d'édition réellement inclusif dans une industrie structurée de manière patriarcale, ainsi que celle de la mesurabilité réelle des ambitions et des résultats queer-féministes de Reprodukt.

Grâce aux statistiques tirées de notre base de données, on constate rapidement que Reprodukt publie davantage de bandes dessinées écrites et dessinées uniquement par des hommes que de bandes dessinées dont une ou plusieurs femmes sont co-responsables. Sur les 639 bandes dessinées analysées, 466 (73 %) ont été créées uniquement par des artistes identifiés comme hommes, 101 (16 %) uniquement par des femmes, 71 (11 %) par des équipes mixtes, où au moins une personne attribuée à un autre genre a donc participé, et une bande dessinée par un-e artiste non-binaire, qui ne se définissait pas encore publiquement comme tel-le au moment de

⁴⁹⁶ Pour schématiser, l'approche queer-féministe est une forme « aiguisée des engagements féministes », qui interroge non seulement l'aspect du genre, mais aussi celui de la sexualité. En cela, c'est un élément essentiel de l'intersectionnalité, approche qui traite aussi de l'assignation raciale, de la classe, de la santé, de l'âge, etc. Pour un aperçu plus en détail, voir le début d'introduction de *Queer feminist science studies: a reader*, ouvrage qui définit une approche queer-féministe pour l'épistémologie. C. CIPOLLA et al. (éd.), *Queer feminist science studies: a reader*, Seattle, University of Washington Press, 2017, p. 7 ; *Ibid.*, p. 3-17.

nos relevés. Si l'on ne regarde pas les publications individuelles, mais le nombre d'artistes différents travaillant avec Reprodukt, on obtient environ 174 créateur-ices de bandes dessinées classé-es comme hommes et 64 classé-es comme femmes, qui représenteraient donc environ 27 % des artistes de bandes dessinées chez Reprodukt.

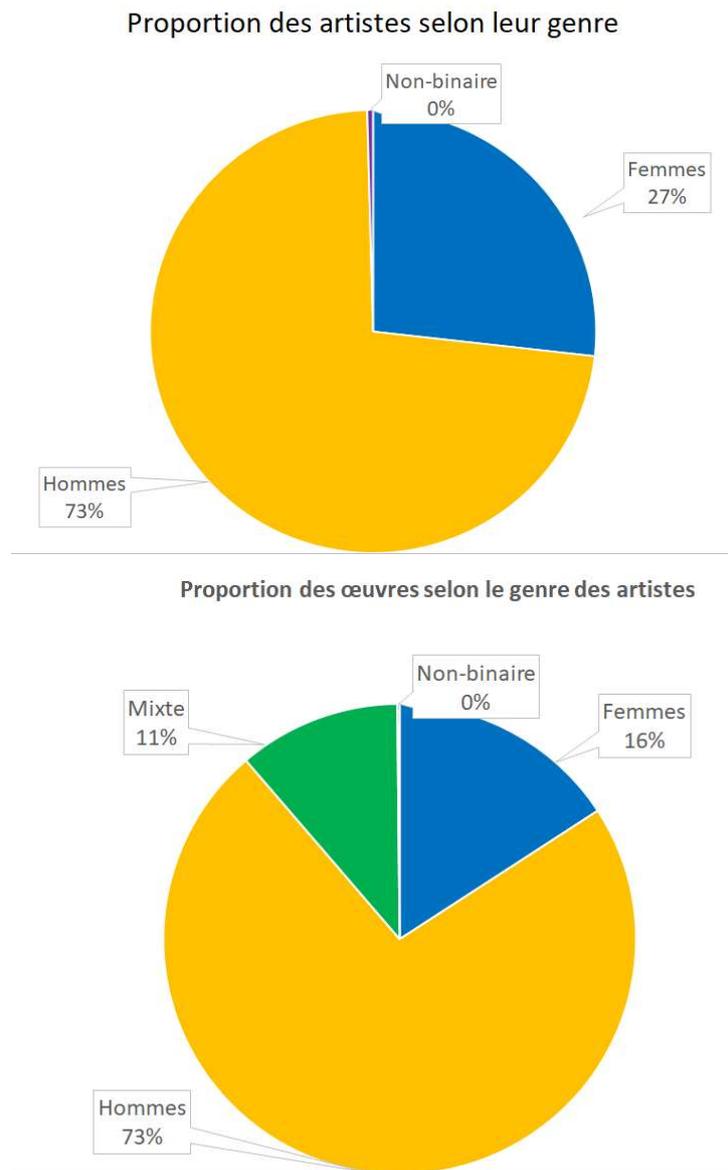


Figure 18 : En haut : Proportion des scénaristes et illustrateur-ices publiées par Reprodukt selon leur genre.

En bas : Pourcentage des œuvres publiées par Reprodukt selon le genre des artistes qui les ont créées.

Ces effectifs réduits doivent être contextualisés, car Reprodukt se situerait ainsi au-dessus de la moyenne de l'industrie franco-belge, selon la dernière estimation de l'Association des Critiques

et Journalistes de la Bande Dessinée (ACBD) en 2016 : en France et en Belgique, seuls 18 % des artistes de bandes dessinées étaient des femmes (12,8 % si on compte uniquement les personnes qui écrivent *et* illustrent)⁴⁹⁷. À part cette estimation, il y a eu quelques rares autres études, dont celle des États Généraux de la Bande Dessinée (EGBD) qui, en 2016, partait plutôt du principe que dans l'industrie franco-belge, 27 % des artistes de bande dessinée se considèrent comme femmes et qu'1 % ne se reconnaît pas dans les deux catégories de genre proposées⁴⁹⁸. Selon nos relevés et ceux des EGBD, Reprodukt se situerait donc très exactement dans la moyenne de la bande dessinée franco-belge. Il convient de mentionner que les résultats des chercheurs des EGBD sont plus élevés que ceux de l'ACBD, qui n'a compté dans son rapport que les artistes ayant déjà publié trois œuvres et disposant actuellement d'un contrat de travail dans l'industrie de la bande dessinée. Comme les artistes masculins publient en moyenne plus de bandes dessinées, ils peuvent plus facilement se consacrer à plein temps à cet art, et obtenir ainsi des contrats (ce que l'étude de l'EGBD a également mis en évidence). Ces statistiques surestiment ainsi systématiquement la part des hommes, puisqu'ils sont donc plus susceptibles d'être pris en compte par les études.

Ajoutons que dans une étude australienne de 2021, 36 % des répondant-es se sont identifié-es comme femmes et 10 % comme trans ou non-binaires⁴⁹⁹. Si la comparaison avec une maison d'édition allemande n'est pas forcément pertinente du fait d'un contexte géographique et culturel éloigné, on peut néanmoins noter que la sous-représentation des personnes identifiées comme féminines et non-binaires n'est pas aussi manifeste partout qu'en France/Belgique ou chez Reprodukt. Enfin, notre étude sur les conditions de vie et de travail des artistes de bandes dessinées dans les pays germanophones, menée avec K. Serles, J. Rutar et le syndicat *Comic*

⁴⁹⁷ G. RATIER, 2016: *L'année de la stabilisation*, Rapport de l'Association des critiques et journalistes de la bande dessinée, 2016, p. 29.

⁴⁹⁸ D. BAJRAM *et al.*, « Les États Généraux de la Bande Dessinée - Enquête Auteurs 2016 », *op. cit.*, p. 7.

⁴⁹⁹ Un certain nombre de personnes trans pourrait aussi s'identifier uniquement aux catégories binaires d'« homme » et de « femme », et non pas à « trans ». En général, il faut garder à l'esprit qu'aucune enquête ne pourra rendre compte de la diversité et pluralité des identités des répondant-es. P. GRANT *et al.*, *Graphic Storytellers at Work: Cross-industry opportunities for cartoonists, illustrators and comics-makers*, s. l., Australia Council for the Arts, 2021, p. 12.

Gewerkschaft, mais non encore publiée, indique que le milieu est moins masculin qu'il ne l'est en France et en Belgique. Les artistes s'identifiant comme hommes constituaient en effet une minorité des plus de 700 personnes ayant répondu à cette enquête sociologique et que nous avons comptabilisées dans l'étude. Dans cette étude quantitative, sur les personnes ayant répondu à la question sur leur genre, seuls 35 % des répondant-es s'identifiaient comme hommes, 55 % comme femmes, et les 10 % restants ne souhaitaient intégrer aucune des deux catégories (8,5 % se désignaient comme non-binaires, les autres donnaient une réponse alternative). En somme, il est probable que dans les pays germanophones, la proportion du genre des artistes soit différente de celle observée en France et en Belgique ; si Reprodukt se rapproche de la proportion observée dans ces pays voisins, cela serait donc davantage dû à sa propre politique éditoriale qu'au vivier d'artistes présent-es dans l'espace germanophone.

Au vu de ces chiffres, on peut donc affirmer que Reprodukt ne travaille pas de manière préférentielle avec des artistes considéré-es comme des femmes. Bien entendu, le nombre de publications de ces dernier-es a évolué au fil des années et dépend aussi de l'origine des œuvres publiées. En effet, à quelques exceptions près, Reprodukt publie de plus en plus de bandes dessinées créées par des artistes que Reprodukt considère comme féminines : alors qu'entre 1999 et 2003, une seule bande dessinée créée ou co-créée par une femme paraissait chaque année, ce chiffre est passé à 4 en 2004 et à 16 en 2014. Une fois de plus, il convient de relativiser, car le succès croissant de la maison d'édition n'augmente pas seulement le nombre de publications d'artistes femmes, mais aussi celui des bandes dessinées en général.

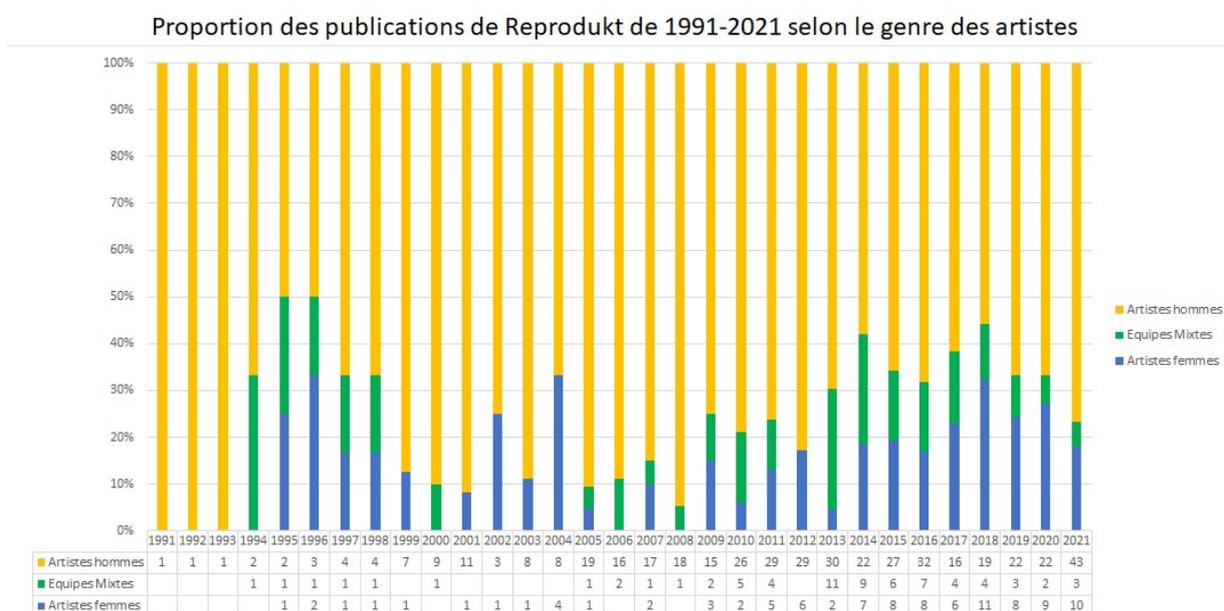
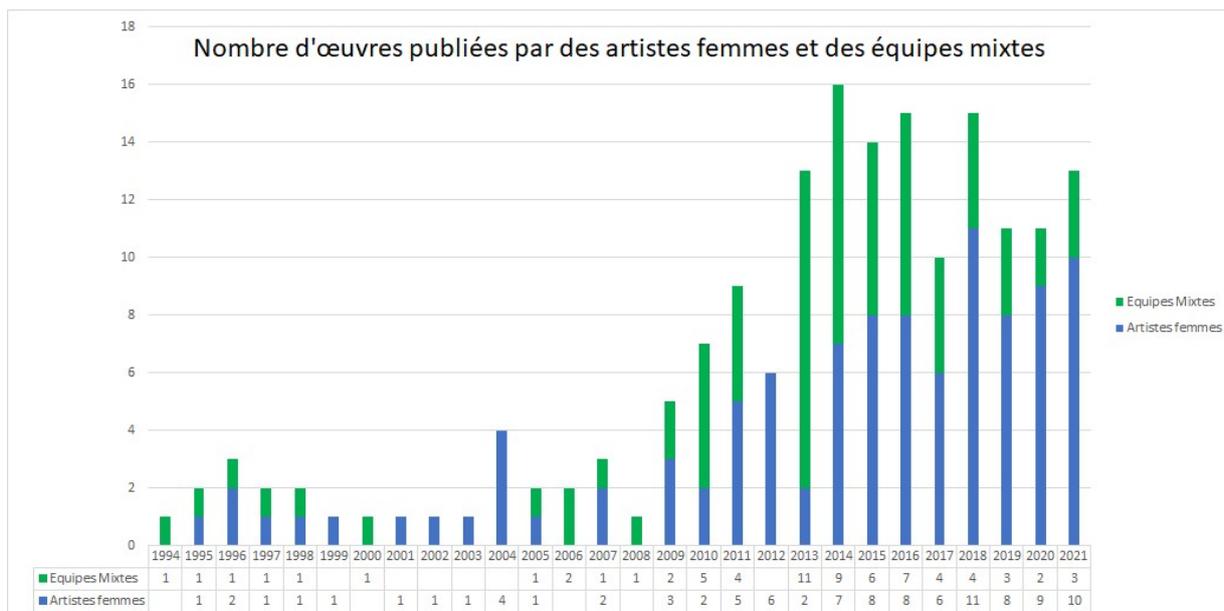


Figure 19 : En haut : Œuvres publiées par Reproduct et créées par des femmes ou des équipes contenant au moins une artiste femme, en fonction des années.
 En bas : Proportion des œuvres publiées par Reproduct selon le genre des artistes impliqués en fonction des années.

Si l'on analyse donc la proportion de bandes dessinées réalisées par des artistes aux identités de genre différentes parmi les nouvelles publications de la maison d'édition, on ne peut pas identifier de tendance à la hausse qui serait constante sur les 30 années étudiées. Une évolution peut toutefois être constatée avec les chiffres post-2005, statistiquement plus significatifs en raison de la plus grande productivité de l'éditeur. Dès 2014, on constate en effet une

augmentation visible et durable du nombre de bandes dessinées dans lesquelles des personnes désignées comme femmes ont été impliquées – la part de ces œuvres est désormais constamment supérieure à 32 % des publications et au-dessus de 17 % pour ce qui concerne les bandes dessinées réalisées uniquement par des artistes identifié-es comme femmes. C'est plus que la moyenne déjà mentionnée, calculée sur trente ans, qui est de 16 % pour leurs publications et de 27 % si l'on inclut les collaborations. L'année 2021 constitue une exception dans cette évolution, probablement d'une part parce qu'à l'occasion de son 30^e anniversaire, Reprodukt a réédité de nombreuses œuvres créées par des hommes, et a publié davantage de mangas que d'autres années. D'autre part, on peut sans doute y voir l'influence de la pandémie du coronavirus, qui a obligé les personnes identifiées comme femmes (en particulier les parents) à consacrer davantage de temps à des tâches non-rémunérées dans ce que l'on appelle la « *She-cession* »⁵⁰⁰, et ont donc potentiellement publié moins de bandes dessinées.

C'est plutôt à ses débuts, entre 1995 et 1996, que Reprodukt a atteint son maximum de publications faites par des artistes femmes. Cela s'explique d'une part par le fait que Reprodukt ne produisait que peu de bandes dessinées par an au cours de ses dix premières années d'existence et que, sur les six œuvres que la maison d'édition a publiées en 1996, trois bandes dessinées (co-)réalisées par des femmes suffisent à représenter la moitié des publications. La forte proportion de bandes dessinées qu'elles ont créées est donc tout simplement due au fait que cette proportion peut augmenter et diminuer très facilement compte tenu du peu d'œuvres publiées... mais aussi due au type de bandes dessinées que Reprodukt éditait à l'époque. À ses débuts, Reprodukt était considérée comme une maison d'édition publiant presque exclusivement des bandes dessinées à l'esthétique *punk*, pouvant parfois être classées comme « *underground* ». Puisque l'art *underground*, contre-culturel par essence, tente de rompre avec les conventions sociétales établies, les artistes féminines et non-binaires y sont naturellement

⁵⁰⁰ Néologisme formé à partir du pronom féminin « *She* » et du terme « récession ». Voir V. FREY *et al.*, « Caregiving in Crisis: Gender inequality in paid and unpaid work during COVID-19 », sur *Page de l'OCDE*, 13 décembre 2021 (en ligne : <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/caregiving-in-crisis-gender-inequality-in-paid-and-unpaid-work-during-covid-19-3555d164/> ; consulté le 20 février 2022).

présent-es en dépit des modèles patriarcaux et produisent de nombreuses œuvres politiquement engagées⁵⁰¹. La proportion de ces artistes dans le catalogue de Reprodukt dépend donc bien de l'époque, mais aussi du *genre* d'œuvres que l'éditeur publie.

Gender et Genre : qui travaille sur quoi ?

Le genre attribué à une personne influence d'emblée l'interprétation de l'œuvre qu'elle crée pour ce qui concerne son genre littéraire. C'est ce que conclut la chercheuse Irmela Schneider, qui voit un lien structurel entre genre littéraire et genre identitaire, tous deux constructions humaines plutôt que réalités naturelles :

Le genre [littéraire] comme le genre [sociologique] ont en commun d'avoir été longtemps appréhendés comme des formes naturelles, qui évoluent certes au niveau du comportement et de l'attitude, mais qui portent en elles un noyau essentialiste et ahistorique.⁵⁰²

Les catégories de classification du catalogue de Reprodukt, sur lesquelles nous basons notre analyse, comportent, elles aussi, ce « noyau essentialiste » qui les rapproche de la définition rigide du genre des personnes.

⁵⁰¹ À ce sujet, voir le travail de l'artiste Trina Robbins, où elle explique les raisons de la présence accrue de féministes dans cette bande dessinée des années 1960–1970. T. ROBBINS, *Pretty in Ink: North American Women Cartoonists 1896–2010*, Seattle, Fantagraphics Books, 2013, p. 123–138.

⁵⁰² « Gemeinsam ist Genre wie Gender, dass sie lange Zeit wie Naturformen begriffen wurden, die sich zwar im äußerlichen Verhalten und Gebaren verändern, die aber einen essentialistischen und ahistorischen Kern in sich tragen », I. SCHNEIDER, « Genre und Gender », dans E. Klaus, J. Röser et U. Wischermann (éd.), *Kommunikationswissenschaft und Gender Studies*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2002, p. 92.

Proportion des œuvres selon le genre des artistes

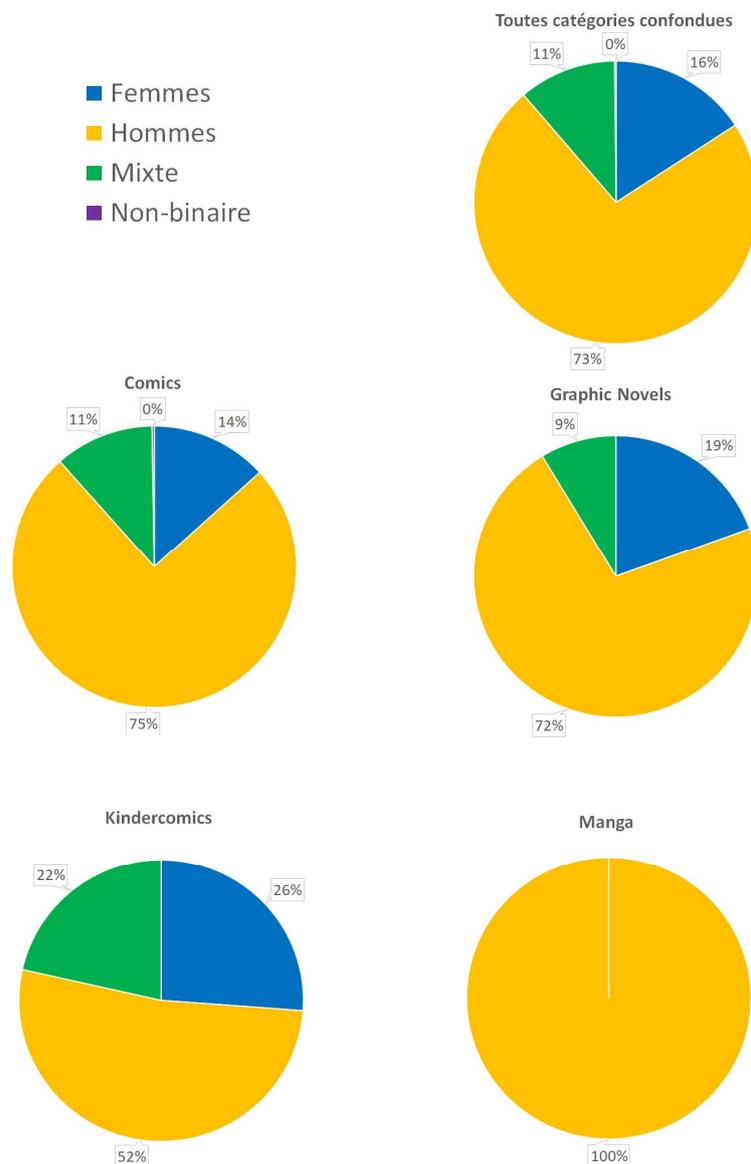


Figure 20 : Répartition des œuvres publiées par Reprodukt selon le genre des artistes qui les ont créées et en fonction de la catégorie dans le catalogue.

Par exemple, ce n'est pas un hasard si l'on constate une augmentation du nombre de bandes dessinées créées par des femmes à partir de 2014, puisque c'est aussi l'année où Reprodukt a commencé à publier massivement des œuvres pour enfants. On constate ainsi que l'image traditionnelle des femmes, à la fois en tant que mères responsables de l'éducation des enfants, mais aussi en tant qu'auteurices de littérature pour enfants et adolescents, a un effet perceptible sur la production de bandes dessinées. Dans le segment du catalogue des « *Kindercomics* », les créateur·ices de bandes dessinées socialisé·es en tant que femmes sont en effet surreprésenté·es

– leurs œuvres représentent 26 % des publications, contre 16 % pour l'ensemble du catalogue – et les équipes mixtes produisent 22 % supplémentaires. Si l'on ne considère que la part des scénaristes (c'est-à-dire les personnes qui écrivent le scénario, mais ne l'ont pas nécessairement illustré), ce chiffre passe même à 47 % d'œuvres écrites par des femmes. Les artistes dites féminines sont donc particulièrement présentes dans ce segment du catalogue, tandis que les équipes et artistes que nous identifions comme masculin-es sont sous-représenté-es. De même, on trouve proportionnellement un peu plus d'artistes désigné-es comme femmes dans les bandes dessinées classées en tant que « *Graphic Novels* », puisque ces personnes sont responsables de plus de 19 % de la production dans cette partie du catalogue. Il convient ici de noter que le nombre de collaborations entre personnes d'identités de genre différentes est faible sur ce segment, ce qui est dû au fait que ce que Reprodukt classe comme « roman graphique » est souvent (auto)biographique et présente ainsi un point de vue personnel, centré sur une perspective. Une coopération entre plusieurs artistes pouvant brouiller ce lien individuel, les artistes travaillent plutôt seul-es dans le cas des romans graphiques – à moins que ce ne soit l'inverse, et que Reprodukt classe de préférence les productions solo comme « romans graphiques », évitant de donner le label à des œuvres collaboratives.

Dans la catégorie des « *Comics* », on trouve en revanche un peu moins d'artistes que nous identifions comme féminines, même s'il faut admettre que les proportions sont presque les mêmes que pour l'ensemble du catalogue. Comme nous l'avons déjà mentionné, cela s'explique par le fait que de nombreux « *Kindercomics* » et « *Graphic Novels* » sont également classés comme « *Comics* » – cette dernière catégorie est donc utilisée comme terme générique, reflétant par là même le catalogue dans sa quasi-entièreté. En outre, la plupart des œuvres françaises font partie de ce segment du catalogue ; or, la proportion d'œuvres importées de ce pays et créées par des artistes femmes est faible. Enfin, chez Reprodukt, les femmes sont fortement sous-représenté-es dans le genre des mangas : jusqu'à présent, Reprodukt n'a en effet publié que des mangas créés par des hommes. Cette situation est d'autant plus inhabituelle que, selon un sondage réalisé en 2006, 80 % du public allemand de mangas s'identifiait alors comme

féminin⁵⁰³. Même si ces chiffres ont pu évoluer au cours des dernières années, on peut être surpris par le décalage manifeste entre le genre supposé des artisans des œuvres et celui de leur lectorat privilégié. Paul Malone l'affirme dans une conclusion que nous avons déjà citée : « l'industrie allemande de bandes dessinées dépend des mangas, et particulièrement des mangas *shōjo* [destinés à un public féminin], à un degré exceptionnel pour l'Europe occidentale »⁵⁰⁴. S'il n'est nul besoin d'être une femme pour viser un lectorat féminin, l'absence totale d'autrices sur ce segment particulier interroge. L'éditeur berlinois, fidèle à l'idée que l'on peut se faire d'une maison d'édition alternative, se situe ici à rebours de l'industrie et illustre que les mangas qu'il publie ne sont, justement, pas ceux habituellement consommés en Allemagne, donc pas d'œuvres destinées à un public féminin. Avec seulement 15 mangas dans le catalogue de la maison d'édition berlinoise sur la période étudiée, cette répartition des genres pourrait bien sûr changer dans les années à venir, mais cela paraît peu probable au vu des œuvres publiées à ce jour.

Les caractéristiques des œuvres des personnes identifiées comme hommes et femmes dépendent également en partie de ces catégories du catalogue. Par exemple, la bande dessinée moyenne écrite par une personne identifiée par nous en tant que femme est légèrement plus longue (126 pages) que celle d'un auteur masculin (117 pages), a plus souvent une couverture rigide (46 % des bandes dessinées publiées par des femmes, contre 29 % de celles qui le sont par des hommes) et est par conséquent un peu plus chère (17,80 € contre 16,80 € en moyenne). Cela s'explique en partie par le nombre plus élevé de « romans graphiques » écrits par ces premier-es – ancrés, selon les définitions que nous en avons données, dans une culture bourgeoise⁵⁰⁵ – et par la reliure rigide des bandes dessinées pour enfants, qui doivent pouvoir supporter les traitements infligés par le jeune lectorat. En outre, ces différences s'expliquent aussi par l'allongement des bandes dessinées et l'augmentation de leur prix au fil des années, parallèlement à l'augmentation progressive du nombre d'artistes femmes chez Reprodukt.

⁵⁰³ A. BELDI *et al.*, « Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom », *op. cit.*, p. 257.

⁵⁰⁴ P. MALONE, « The Manga Publishing Scene in Europe », *op. cit.*, p. 328.

⁵⁰⁵ O. FRAHM, « Produktion, Distribution und Rezeption von Comics und Graphic Novels », *op. cit.*, p. 39.

Certaines caractéristiques des bandes dessinées sont ainsi partiellement déterminées par les rôles de genre, mais aussi par l'air du temps.

Ce qui est également lié au genre est le rôle joué par différentes personnes dans le processus créatif. En effet, si l'on divise les 71 bandes dessinées auxquelles des personnes à l'identité de genre différente ont collaboré en fonction de la répartition des rôles en tant que scénaristes et dessinateur·ices, on constate que dans près de la moitié des cas, un·e artiste identifié·e comme femme était seul·e responsable du texte (pour 34 œuvres, soit 48 %), mais que dans 10 % des cas seulement (7 bandes dessinées), cette personne était responsable des dessins. 30 de ces bandes dessinées ont été *dessinées* conjointement par des personnes ayant des identités de genre différentes, 20 ont été *écrites* à plusieurs. Dans l'ensemble de ces collaborations mixtes, les femmes ont donc participé à 76 % des textes et 52 % des dessins, tandis que les artistes identifié·es comme hommes ont participé à 52 % des textes et à 90 % des dessins. Il est frappant de constater que dans un travail d'équipe, les artistes que nous avons identifié·es comme femmes se voient donc plus rarement attribuer la responsabilité exclusive des images, mais plus souvent celle des textes. Si l'on étend cette distinction entre scénaristes et dessinateur·ices au reste du catalogue, on peut donc constater que chez Reprodukt, les femmes sont plus souvent autrices que dessinatrices : certes, elles ont écrit à elles seules 135 bandes dessinées (21 % du catalogue), mais elles n'en ont dessiné que 108 (17 % du catalogue).

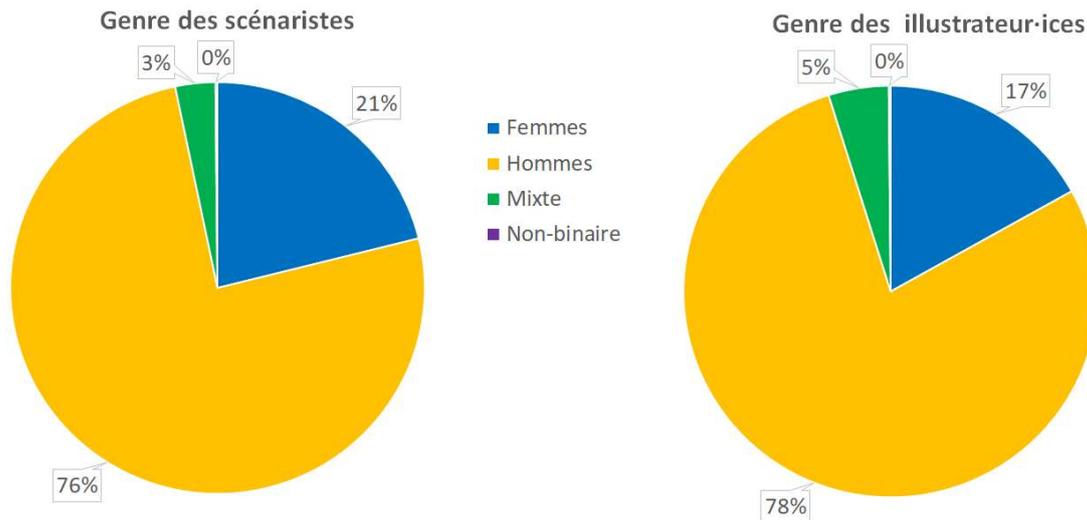


Figure 21 : À gauche : Proportion des œuvres écrites selon le genre des scénaristes.
À droite : Proportion des œuvres dessinées selon le genre des illustrateur-ices.

Il y a plusieurs raisons possibles à cette division inégalitaire du travail, même si aucune d'entre elles ne peut être considérée comme unique explication du phénomène. Dans l'ensemble, la culture mondiale de la bande dessinée est un « *boys' club* », selon l'estimation de l'artiste Lee Marrs⁵⁰⁶, dans lequel un groupe d'artistes essentiellement masculins produit des bandes dessinées pour un public qui, surtout depuis les années 1970, est majoritairement masculin, comme le constatent notamment Carolyn Cocca et Jean-Paul Gabilliet⁵⁰⁷. Puisque ces personnes en position dominante dans les sociétés occidentales possèdent le capital et le réseau nécessaires pour créer des maisons d'édition, ce sont aussi elles qui façonnent l'industrie et donnent l'impression que la bande dessinée serait destinée aux hommes. Notamment les personnes s'identifiant comme féminines ou non-binaires, ou celles qui sont racisées⁵⁰⁸, qui ne correspondent donc pas au profil des hommes blancs hétérosexuels et issus de milieux spécifiques qui sont en position de pouvoir, peuvent difficilement se soustraire à leur pouvoir

⁵⁰⁶ T. ROBBINS, *Pretty in Ink: North American Women Cartoonists 1896–2010*, op. cit., p. 125.

⁵⁰⁷ J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men*, op. cit., p. 208 ; C. COCCA, *Superwomen: Gender, Power, and Representation*, Londres, Bloomsbury Publishing, 2016, p. 11.

⁵⁰⁸ Le concept biologique de « race » n'est pas scientifiquement opérationnel en ce qui concerne l'espèce humaine. Pourtant, l'assignation raciale a bel et bien une existence sociale et peut être analysé en tant que réalité engendrant une dynamique de pouvoir. Une personne est « racisée » dès lors qu'on lui attribue une de ces races inventées, qu'on la « racise » donc. Voir S. MAZOUZ, *Race*, Paris, Anamosa, 2020 ; É. LEPINARD et S. MAZOUZ, « Pour l'intersectionnalité », dans *Pour l'intersectionnalité*, Paris, Anamosa, 2021.

programmatisée. Entrer dans une industrie aussi masculine en tant que personne qui n'est perçue ni comme homme, ni comme blanche, ni comme hétérosexuelle, ni comme personne valide, cela signifie que l'on s'expose potentiellement à plus d'obstacles et à des emplois plus précaires⁵⁰⁹ que la majorité des créateur-ices de bandes dessinées, ce qui rend alors plus improbable le fait d'être publié par une maison d'édition et d'avoir du succès. Comme l'activité de la bande dessinée est d'emblée considérée comme plutôt masculine, ce sont surtout des individus masculins qui envisagent d'y faire carrière, ce qui s'est aussi longtemps reflété dans le public des écoles de bande dessinée⁵¹⁰.

Les personnes qui *dessinent* des bandes dessinées sont particulièrement affectées par ce type de biais. En effet, leur expertise technique, qui peut être apprise dans une école et profite d'une formation solide, n'est pas nécessairement appliquée ou acceptée dans d'autres domaines artistiques. Par ailleurs, leur rôle très chronophage signifie souvent qu'elles doivent se consacrer à plein temps (ou du moins une grande partie de leur temps de travail) à leurs œuvres. L'écriture de bandes dessinées requiert bien sûr un savoir-faire particulier, elle aussi, mais prend théoriquement moins de temps et implique moins d'efforts techniques⁵¹¹. En outre, une personne qui ne serait pas formée à l'écriture de bandes dessinées pourra malgré tout s'y essayer sans grand investissement : nul besoin d'acheter matériel ou outils pour cette partie de la création. Le travail sur le scénario est ainsi plus compatible avec une profession dans quelque autre domaine, mais aussi avec le travail domestique et familial non rémunéré, surtout attribué aux personnes socialisées comme femmes. L'étude de l'EGBD que nous avons déjà citée relève

⁵⁰⁹ Voir V. ROSCIGNO et J. YAVORSKY, « Discrimination, Diversity, and Work », dans S. Vertovec (éd.), *Routledge International Handbook of Diversity Studies*, Londres, Routledge, 2014, p. 274-283.

⁵¹⁰ Selon les statistiques de École Européenne Supérieure de l'Image (EESI) à Angoulême, dont les étudiant-es souhaitent intégrer l'industrie de la bande dessinée, les hommes représentaient la majorité dans les années 1990 mais ne représentent désormais plus qu'une minorité des personnes inscrites (25 % en 2016). T. GROENSTEEN, « Les écoles de bande dessinée : un passage devenu obligatoire ? », lors de la rencontre *La bande dessinée au tournant*, Angoulême, 28 septembre 2016 (en ligne : <http://neuvieameart.citebd.org/spip.php?article1139> ; consulté le 19 février 2022).

⁵¹¹ Il est bien sûr difficile d'estimer qui des dessinateur-ices ou des scénaristes consacre davantage de temps à la conception de l'œuvre. Il est néanmoins certain que la partie purement technique et matérielle du dessin d'une planche (incluant le croquis, le crayonnage, l'encre, la colorisation...) prendra bien plus de temps que le fait de taper le scénario.

la plus grande proportion de femmes qui se tournent vers un emploi parallèle, puisque 76 % des artistes féminines interrogées exerçaient une profession autre que la création de bandes dessinées, contre 69 % des artistes masculins⁵¹². Ainsi, il est plus souvent nécessaire pour les artistes identifiées comme femmes de consacrer moins de temps à la bande dessinée, ce qui rend pour elles le statut de scénariste plus avantageux que celui de dessinatrice.

Partenariats déséquilibrés

Même s'il répond à des questions pratiques, le fait de ne travailler que sur un aspect de la création se répercute aussi nécessairement sur la stabilité financière d'un-e artiste. Créer une œuvre avec quelqu'un d'autre signifie que l'on se partage la rémunération et le succès, ce qui mène à une potentielle précarisation des artistes travaillant en groupe. Puisque le temps consacré à une œuvre est moindre dans ce cas, mais que le salaire l'est aussi, un-e scénariste ou dessinateur-ice sera incité-e à travailler à un rythme plus soutenu, sur davantage de projets en parallèle. À l'inverse, une personne qui ne pourrait pas vivre de son seul succès en tant qu'artiste de bandes dessinées et qui dépendrait d'un second emploi, qui doit donc consacrer moins de temps à la création d'œuvres, devra aussi davantage solliciter l'aide d'autrui pour mener à bien un projet. En somme, un statut précaire incite à davantage de travail collaboratif, alors même que le travail collaboratif entraîne plus facilement une précarisation des personnes impliquées.

Encore une fois, les personnes identifiées comme femmes sont davantage touchées par cette réalité. Chez Reprodukt, sur 173 œuvres créées ou co-crées par des femmes, 79 (soit 46 %) sont des travaux collectifs, tandis que seules 181 sur les 537 auxquelles ont participé des hommes (soit 34 %) le sont. Même lorsque le travail est collaboratif, ce sont plutôt d'autres hommes qui profitent de l'effort de groupe. Pour ces artistes que nous supposons masculins, la majorité des œuvres collectives, 110 (61 % de leurs collaborations, donc 20,5 % du total de leur production), sont des collaborations exclusivement masculines, contre 71 en équipe avec au moins une artiste

⁵¹² D. BAJRAM *et al.*, « Les États Généraux de la Bande Dessinée - Enquête Auteurs 2016 », *op. cit.*, p. 19.

femme (soit 13 % du total de leur production). C'est par exemple le cas de la série *Donjon*, pour laquelle L. Trondheim et Joann Sfar collaborent le plus souvent avec d'autres personnes identifiées comme des hommes. L'artiste Marie Pommepeuy, qui fait partie du duo d'illustrateur·ices Kerascoët (qu'elle compose avec son mari), n'a participé qu'à deux tomes sur les 44 parus jusqu'en 2021 – mais pour 38 autres livres, les deux auteurs principaux ont trouvé des collaborateurs masculins (4 autres ayant été faits à deux).

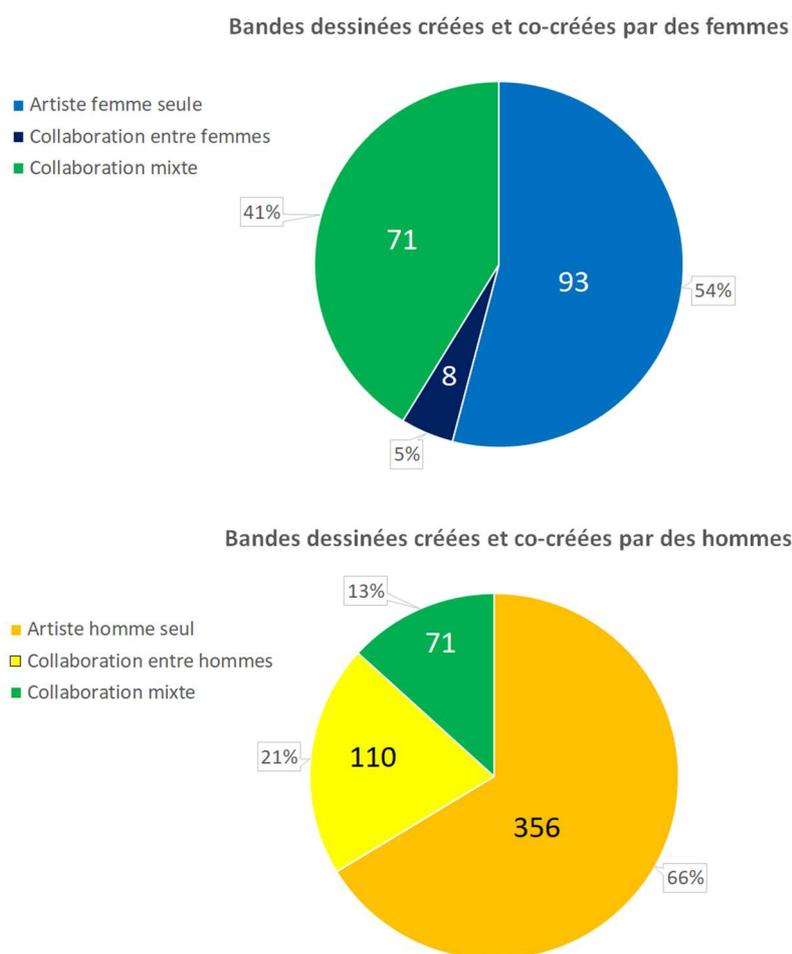


Figure 22 : À gauche : Répartition des œuvres créées et co-crées par des femmes selon si elles ont été créées par une artiste seule, à plusieurs, ou en collaboration avec des hommes. À droite : Répartition des œuvres créées et co-crées par des hommes selon si elles ont été créées par un artiste seul, à plusieurs, ou en collaboration avec des femmes.

Par opposition à cette homosocialité, les personnes que Reprodukt identifie comme étant des femmes travaillent certes seules dans la majorité des cas (54 %), mais lorsqu'elles coopèrent,

c'est le plus souvent avec des artistes masculins (71 des 79 œuvres collaboratives chez Reprodukt, soit 90 % d'entre elles et 41 % du total de leur production), et elles ne travaillent que très rarement avec d'autres femmes (pour 8 œuvres seulement, soit moins de 5 % du total). Cela signifie que pour une grande partie des bandes dessinées auxquelles elles ont œuvré, des hommes seront également crédités comme co-créateur-ices, profitant ainsi du bénéfice (tant financier que symbolique) qu'elles engendrent. L'exemple le plus parlant à cet égard est la série des *Mumins* de Tove Jansson, dont 16 ont été écrits et dessinés par elle seule et seulement deux contiennent des histoires dont son frère Lars est l'auteur. Cela fait d'elle la femme la plus représentée dans le catalogue de Reprodukt, devant Céline Fraipont (qui co-crée avec Pierre Bailly les *Kleiner Strubbel*) – mais toutes deux partagent chez Reprodukt la parentalité de leur série avec une personne désignée comme homme. Dans trois des huit collaborations entre artistes femmes, Jillian et Mariko Tamaki, qui appartiennent à la même famille, ont travaillé ensemble, et dans deux autres cas, c'est l'artiste Anke Feuchtenberger qui a été impliquée, et qui travaille presque toujours avec d'autres artistes identifié-es comme féminin-es. Le nombre réduit de ces femmes à l'origine d'œuvres créées collectivement avec d'autres femmes donne l'impression qu'il faudrait des circonstances extérieures particulières (comme un lien de sang) ou un engagement personnel fort pour publier des bandes dessinées sans l'aide d'un homme.

Une fois de plus, cela peut s'expliquer par le nombre historiquement élevé d'hommes dans l'industrie de la bande dessinée – statistiquement, il serait simplement plus probable de travailler avec l'un d'entre eux – mais aussi par la mentalité de « *boys' club* » mentionnée plus haut. Loin d'être équilibrés et de refléter simplement les affinités personnelles entre artistes, les chiffres sur les travaux collaboratifs montrent une grande disparité quant à la constitution des groupes. On aurait pu imaginer que des personnes socialisées avec le même genre travaillent plus souvent ensemble en raison de thématiques similaires qui leur seraient chères, qu'une homosocialité tant masculine que féminine aurait pu être à l'œuvre ; or, ce n'est pas le cas. Le déséquilibre manifeste – seulement 4 % des collaborations se font entre femmes, contre 58 % entre hommes (110 sur 189 au total) – montre qu'une dynamique de genre puissante, très en faveur des hommes, est à l'œuvre.

Nos chiffres suggèrent ainsi que les éditeurs de bandes dessinées sont généralement plus susceptibles d'encourager les autrices et les artistes de genre féminin à créer des bandes dessinées avec des hommes ou de les dissuader de travailler seules ou avec d'autres artistes de genre féminin – ou en tout cas que les entreprises ne contrebalancent pas cette dynamique si elle est déjà à l'œuvre en amont. Que ce soit par manque de confiance en leur expérience ou en raison de stéréotypes de genre tenaces, les artistes perçues comme femmes sont souvent accompagnées d'hommes. Nous n'avons pas tenu de statistiques sur des données sociologiques telles que l'assignation raciale et le handicap, mais il serait intéressant d'observer si les éditeurs imposent ici aussi des personnes identifiées en tant qu'hommes aux côtés de catégories marginalisées. En tout cas, étant donné que Reprodukt importe la plupart de ses bandes dessinées et n'a donc pas participé à la première édition, nos statistiques sur le genre montrent qu'il s'agit de phénomènes internationaux, répandus au moins dans l'espace franco-belge, japonais et nord-américain, avec lesquels l'entreprise berlinoise travaille le plus souvent.

Il nous faut ici réaffirmer que le travail de Reprodukt dépend beaucoup de la situation de l'industrie de la bande dessinée dans son entièreté. La maison d'édition ne pourrait par exemple que difficilement publier des autrices de mangas, si celles-ci étaient plus rares d'une part, et si de l'autre, les droits de leurs mangas avaient déjà été achetés par d'autres maisons d'édition, potentiellement plus grandes et avec davantage de moyens financiers. Pour réduire les déséquilibres déjà présents dans l'industrie, Reprodukt devrait activement se battre contre la sous-représentation structurelle des femmes, mais aussi des personnes queer, handicapées, racisées, etc., afin de donner les mêmes chances à tous les travailleurs et toutes les travailleuses – une tâche ardue que l'éditeur accomplit très partiellement. En effet, en ne prenant en compte que les productions originales de Reprodukt (sur lesquelles la maison d'édition a donc presque toujours une influence dès la conception), les bandes dessinées réalisées par des artistes genrés au féminin par l'éditeur représentent 25 % des publications (en plus de 15 % en équipe mixte), soit 36 sur 149, contre seulement 13 % des œuvres importées (plus 10 % de collaborations avec des artistes identifiés comme hommes). Les femmes sont donc près de deux fois plus représentées dans les productions originales de l'éditeur que dans celles dont il a acheté les

droits. Pour ce qui est des personnes non-binaires, à notre connaissance, on n'en retrouve *que* parmi les productions originales de l'éditeur.

Outre l'engagement de l'éditeur, cette répartition plus équilibrée pour les œuvres *made in Germany* pourrait aussi s'expliquer par une industrie plus féminisée dans le pays, que nous avons déjà évoquée auparavant. Au vu de leur répartition genrée dans le catalogue de Reprodukt, certains pays pèchent en effet davantage que l'Allemagne. Les œuvres adaptées à partir d'éditeurs français ont ainsi été écrites par des personnes identifiées comme femmes dans seulement 8 % des cas (+8 % en groupe mixte), et 16 % pour les maisons d'édition étasuniennes (+2 % en groupe mixte). Pour ce qui est des éditeurs belges et japonais, Reprodukt n'a acheté aucune licence d'œuvre créée uniquement par une ou plusieurs artistes femmes ; 47 % des œuvres d'éditeurs belges ont néanmoins été réalisées par une équipe en comportant une (tandis que du côté japonais, aucune œuvre ne possède de co-créatrice). À l'inverse, lorsque Reprodukt travaille avec des partenaires canadien-nes, dans 61 % des cas, les œuvres ont été créées uniquement par des femmes (+5 % en équipe mixte). Il faut ajouter que ces chiffres sont gonflés par la présence des *Mumins*, créés pour la plupart par T. Jansson pour le journal anglais *Evening News*, mais dont les droits internationaux sont désormais détenus par l'éditeur canadien Drawn & Quarterly. En ne prenant en compte que les bandes dessinées émanant *exclusivement* d'une entreprise canadienne, les productions de femmes s'établissent à 38 %, ce qui reste plus élevé que n'importe quel autre pays significatif dans le catalogue de Reprodukt⁵¹³.

⁵¹³ Certains éditeurs étrangers travaillant avec Reprodukt affichent un taux encore plus élevé d'artistes femmes, mais ils n'ont vendu les droits que d'une poignée d'œuvres à l'éditeur berlinois. C'est le cas de De Bezige Bij, entreprise néerlandaise dont les trois œuvres vendues à Reprodukt avaient été créées par l'artiste Judith Vanistendael (dont une co-créée avec Mark Bellido), ou encore de l'éditeur letton Liels un mazzs, qui n'a travaillé qu'une seule fois avec Reprodukt, concernant une œuvre créée par deux femmes.

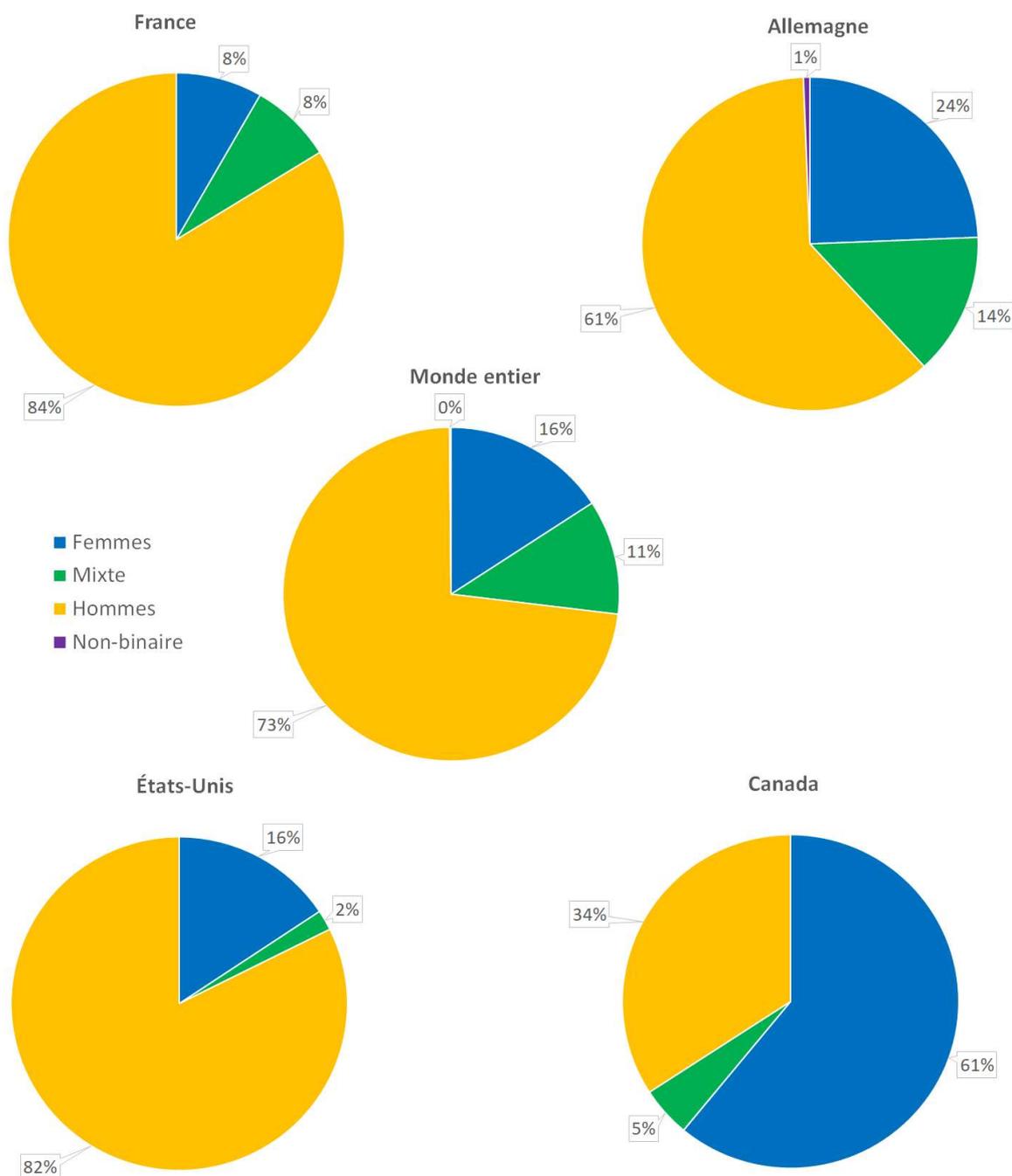


Figure 23 : Répartition du genre des créateur-ices des publications chez Reprodukt selon la nationalité des éditeurs originaux.

En somme, le contenu du catalogue de l'entreprise berlinoise dépendant largement de ce que lui vendent des entreprises étrangères, on peut imaginer que Reprodukt est tributaire de l'état du marché dans d'autres pays. Lorsqu'elle travaille davantage avec des entreprises canadiennes, par exemple, le taux d'œuvres créées par des femmes augmente naturellement, tandis qu'en travaillant avec des maisons d'édition françaises ou étasuniennes, il diminue. Les éditeurs

partenaires étant plus enclins à publier des œuvres d'hommes, de personnes cisgenres, hétérosexuelles, etc. Reprodukt n'a donc pas forcément la possibilité de soutenir davantage les artistes marginalisé-es. Néanmoins, il ne s'agirait pas de nier le pouvoir d'influence que possède Reprodukt sur les œuvres qu'elle achète : après tout, la maison d'édition peut choisir ses partenaires commerciaux et les produits dont elle fait l'acquisition. En achetant les droits d'éditeurs plus engagés sur les questions féministes, par exemple, ou en choisissant consciemment de diffuser de manière préférentielle les œuvres d'artistes femmes ou non-binaires, même si elles sont minoritaires chez leur éditeur d'origine, Reprodukt pourrait en effet équilibrer la répartition genrée des artistes dans son catalogue. Dans une autre maison d'édition berlinoise, JaJa-Verlag, qui se concentre sur ses propres productions, on constate que les artistes masculins de bandes dessinées sont ainsi minoritaires : d'après un relevé que nous avons fait en 2021, ils étaient environ 40 % contre 73 % chez Reprodukt⁵¹⁴. Cette répartition se retrouve non seulement parmi les artistes, mais aussi au sein de la maison d'édition elle-même, qui n'emploie que des femmes à temps plein⁵¹⁵, tandis que chez Reprodukt, on retrouve plusieurs hommes, dont le chef de l'entreprise. Certes, la composition de l'entreprise pourrait jouer sur le profil des artistes publié-es, mais il faut dire que lorsque Jutta Harms dirigeait l'entreprise avec Claudia Jerusalem-Groenewald, le taux d'œuvres publiées par des femmes ou des équipes mixtes n'était pas plus élevé qu'avant le départ ou après le retour de D. Rehm.

Le déséquilibre dans la répartition genrée des artistes chez Reprodukt est ainsi dû à plusieurs facteurs, tant externes qu'internes. La croissance de la proportion de femmes publiées par l'éditeur peut, elle aussi, à la fois être due à une diversification des partenaires commerciaux et de leur propre catalogue, à l'intensification de l'activité comme éditeur original, et potentiellement à une volonté éditoriale de légèrement rééquilibrer la production. Qu'il y ait un engagement particulier pour l'équité des genres ou que les œuvres de femmes soient désormais

⁵¹⁴ La seule exception est l'attaché de presse Filip Kolek, qui travaille simultanément pour la plupart des éditeurs berlinois de bandes dessinées, dont Reprodukt. A. KÖHN, « Autoren », sur *Seite von JaJa Verlag*, 2022 (en ligne : <http://www.jajaverlag.com/autoren/> ; consulté le 19 février 2022).

⁵¹⁵ A. KÖHN, « Historie », *op. cit.*

un argument de vente, force est de constater que l'entreprise berlinoise publie, en général, un peu plus d'artistes perçus-es comme féminines qu'il y a encore quelques années.

Un engagement d'apparence ?

Il nous faut enfin insister sur le fait que la proportion de femmes dans le catalogue ne dit ni tout de l'engagement féministe de l'entreprise, ni du succès que rencontrent ces artistes. Même si le nombre d'œuvres publiées par des femmes est moindre, elles bénéficient néanmoins d'une réelle attention éditoriale et médiatique et influencent durablement la scène de la bande dessinée allemande. Les œuvres pionnières de Julie Doucet, Anke Feuchtenberger et Claire Bretécher, mais aussi celles, plus récentes, de Tillie Walden, de Katja Klengel, ou de Pénélope Bagieu, ont pu inspirer des générations d'artistes et contribuer à une possible dépatricarisation de la bande dessinée dans l'aire germanophone. Des catégories d'identité telles que la « race » et le handicap (qui n'ont pas été considérées dans nos statistiques) ne sont certes que relativement rarement abordées chez Reprodukt, mais elles sont centrales dans les bandes dessinées de Marguerite Aboutet, Judith Vanistendael et Shigeru Mizuki, par exemple, et entrent dans le domaine public à l'aide de Reprodukt. À travers la publication de ce type d'œuvres, et grâce au travail éditorial parfois invisible (adaptation du format, du prix, et de la couverture au marché germanophone, distribution à des librairies intéressées, dossiers de presse insistant sur ces œuvres écrites par des personnes marginalisées...), les artistes et leurs thématiques accèdent au marché de langue allemande et touchent un public plus large. Si les personnes identifiées en tant que femmes sont certes moins représentées chez Reprodukt que les hommes, elles occupent néanmoins une place importante, sur laquelle l'entreprise insiste dans sa communication. Elles gagnent des prix, attirent l'attention dans les médias et dans des expositions⁵¹⁶, permettant ainsi à toute l'industrie de gagner en poids et en légitimité. Même si l'amplification de voix marginalisées n'est pas toujours au cœur du projet éditorial – cela ne se

⁵¹⁶ On pensera par exemple à l'exposition tournante « *Vorbilder*innen* » [Modèl-e-s], créée par Lilian Pithan et Katharina Erben en 2020, qui présentait notamment de nombreuses artistes dont les œuvres sont parues chez Reprodukt.

traduit en tout cas que peu dans les chiffres –, avec leur succès grandissant (on pensera notamment aux désormais *best-sellers* de l'artiste Liv Strömquist parus chez avant-Verlag), il y a aussi des raisons économiques d'éditer des personnes autres que des hommes.

C'est cette attention médiatique accrue et le succès qui en découle qui expliquent sans doute pourquoi Reprodukt communique désormais aussi fréquemment sur ses autrices et sur le caractère supposément féministe de leurs créations. Bien que l'éditeur évoque publiquement la qualité de ces œuvres avant et après chaque sortie, la communication autour des combats féministes se fait plus fréquente à l'occasion du 8 mars, journée internationale des droits des femmes.



Illustration 23 : Communication de Reprodukt autour du 08 mars.

À gauche : Post sur Facebook du 21 mars 2021. L'éditeur loue les mérites de Julie Doucet en tant que voix féministe et présente Julie Doucets allerschönste Comic Strips, publié l'année précédente.

À droite : Post sur Twitter du 03 mars 2018. La photo représente un présentoir de la librairie Modern Graphics où sont exposées des œuvres au contenu féministe. L'éditeur fait ainsi la promotion de différents ouvrages et de sa boutique de bandes dessinées.



Illustration 24 : Post sur Facebook du 08 mars 2019. Reprodukt publie un extrait du deuxième tome d'Unerschrocken de Pénélope Bagieu, paru l'année précédente. Plus précisément, le post redirige le public vers le blog de Reprodukt, où se trouve cet extrait. L'entreprise fait ainsi la promotion de cette bande dessinée et de son site internet.



Illustration 25 : Post sur Instagram du 05 mars 2021. L'éditeur propose un tirage au sort à l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes ; les personnes qui likent le post peuvent gagner un livre dédié (paru en 2018), un carnet de notes et des goodies (autocollants, cartes postales, extraits d'ouvrages). Le post est accompagné d'une illustration de Katja Klengel la représentant sur un cheval, à la manière de Napoléon I^{er} sur le tableau Bonaparte franchissant le Grand-Saint-Bernard de Jacques-Louis David, finalisé en 1803.

Insistant sur l'aspect révolutionnaire de cette fête internationale, Reprodukt désigne d'ailleurs souvent ce « *Frauentag* » [Journée des femmes] comme « *Frauenkampftag* » [Journée de lutte/de combat des femmes], un nom plus militant. En outre, l'éditeur n'oublie que rarement de nommer le caractère international de la fête sur lequel avait insisté l'Internationale socialiste

lors de sa création⁵¹⁷. Pendant la période où nous l'avons étudiée, la maison d'édition a publié divers textes et photos, louant une autrice ou une œuvre spécifiques – en particulier lorsque celle-ci a été publiée récemment – ou bien célébrant plusieurs héroïnes. La date du 8 mars devient également l'occasion de messages promotionnels ou de concours, comme lorsque l'entreprise publie gratuitement un chapitre de *Unerschrocken 2* [*Culottées 2*] de Pénélope Bagieu (voir Illustration 24) ou qu'elle décide d'organiser un tirage au sort où l'on peut gagner des sacs contenant des autocollants, des extraits d'autres bandes dessinées et des cartes postales, objets concernant des œuvres publiées par Reprodukt et qui présentent donc un usage publicitaire (voir Illustration 25). En somme, l'éditeur berlinois profite de cette fête internationale pour diffuser des messages promotionnels et attirer l'attention sur ses propres produits, de sorte que l'on peut se demander si l'entreprise ne pratique pas ici du « *purplewashing* »⁵¹⁸, c'est-à-dire un féminisme d'apparence, servant uniquement à des fins communicationnelles.

Par ailleurs, concernant l'artiste non-binaire déjà mentionné-e, l'entreprise l'appelle par son ancien prénom et utilise son ancien pronom pour les œuvres auxquelles cette personne avait contribué avant de rendre publique son identité non-binaire⁵¹⁹. Ce *deadnaming* [l'usage d'un nom qui n'est plus celui de la personne qu'il désignait] est contraire aux idéaux défendus dans les milieux queers, à savoir de laisser aux personnes concernées le choix de leur identification. Il faut ici ajouter que la fiche descriptive et les livres en question prédatent le coming-out de l'artiste, et que Reprodukt a sans doute simplement oublié de les mettre à jour. L'entreprise en effet ne semble pas remettre en cause l'identité de l'artiste, puisqu'elle se sert bien du prénom

⁵¹⁷ Contrairement à plusieurs légendes tenaces (dont celle d'une révolte de couturières à New-York au XIXe siècle), répandues par des journaux et revues communistes, c'est Clara Zetkin, une marxiste allemande, qui a proposé la tenue de cette journée de lutte en 1910. Pour un bref historique des légendes qui entourent cette journée, voir F. PICQ, « Journée internationale des femmes : à la poursuite d'un mythe », *Travail, genre et sociétés*, vol. 3, n° 1, 2000, p. 161-168.

⁵¹⁸ Le terme est construit selon la même structure que le « *greenwashing* », annonces pour se donner un air écoresponsable en décalage avec ses pratiques habituelles, ou que le « *pinkwashing* », appel du pied aux communautés LGBT+.

⁵¹⁹ Il s'agit d'une bande dessinée créée par cet-te artiste seul-e et de trois auxquelles cette personne a participé avec des dizaines d'autres artistes. Ces dernières ayant été créées par des équipes mixtes, l'identité non-binaire de cet-te artiste a été prise en compte dans nos statistiques parmi les « équipes mixtes ».

d'usage pour l'œuvre de l'artiste parue en 2022. Néanmoins, on peut imaginer qu'un éditeur plus engagé dans les combats pour l'égalité des genres aurait priorisé l'actualisation de son site pour mieux refléter l'identité de ses artistes.

En dépit de ces lacunes et de l'impression que l'éditeur souhaite tirer profit du féminisme, force est de constater que ses messages politiques sont parfois radicaux, à l'image des œuvres qu'il publie, et pourraient lui attirer les foudres d'institutions culturelles ou du public. Outre la promotion d'artistes militantes comme Julie Doucet et de ses œuvres les plus engagées, Reprodukt appelle ainsi explicitement à « détruire le patriarcat » [*« smash the patriarchy »*] avec un dessin de Katja Klengel où son alter ego dessiné, déguisé en Napoléon I^{er}, brandit un marteau. Le message ne prône certainement pas la non-violence et correspond en cela au terme de « *Frauenkampftag* » que l'éditeur emploie. On peut aussi estimer que Reprodukt dépasse le cadre du simple effet d'annonce et des combats féministes consensuels lorsqu'elle fait une donation à « Mpower – girls », un « collectif autonome créé par des filles et (jeunes) femmes au profil d'immigrées ou de réfugiées »⁵²⁰. En se positionnant clairement du côté de ces personnes issues de minorités et en ajoutant des actions aux paroles, on peut estimer que l'éditeur fait réellement preuve d'engagement féministe et antiraciste. Que cela puisse servir à des fins promotionnelles semble alors secondaire, d'autant qu'avec seulement 9000 *followers* sur la plateforme Instagram⁵²¹, la maison d'édition touche un public réduit.

⁵²⁰ REPRODUKT, « Post sur donation à Mpower-girls », sur *Instagram*, 26 septembre 2020 (en ligne : https://www.instagram.com/p/CFmytCAgH_r/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D ; consulté le 17 mars 2023).

⁵²¹ Nombre relevé en janvier 2023. Dans les faits, toutes les personnes qui sont abonnées à Reprodukt sur ce réseau social n'auront pas vu ces publications ; à l'inverse, on peut ne pas connaître l'entreprise et néanmoins les apercevoir sur son fil d'actualité. Le manque de transparence des algorithmes nous rend impossible d'estimer avec précision combien de personnes sont touchées par les publications de Reprodukt sur Instagram.

souhaitant sans doute ni brusquer le public, ni les partenaires commerciales, la maison d'édition s'accommode donc de la situation actuelle, où les artistes perçu-es comme femmes sont sous-représenté-es, sous-médiatisé-es, et régulièrement sous-payé-es.

Il faut néanmoins ajouter que même si elle parle parfois du sujet sur ses réseaux sociaux et dans ses œuvres, Reprodukt n'a ni l'ambition, ni la prétention d'être une entreprise féministe. Le sujet n'est pas mentionné dans le *Selbstverständnis* de l'entreprise qui décrit ses valeurs fondamentales, et n'apparaît que dans la description et la publicité autour de certaines bandes dessinées. Plutôt qu'une maison d'édition qui deviendrait de plus en plus engagée pour la cause des femmes, nous avons plutôt constaté qu'il y avait, pendant les dernières années observées, davantage d'autrices qui se revendiquent féministes (et publient des œuvres sur le sujet), et sans doute une plus grande appétence du public pour leurs œuvres. Le succès planétaire de L. Strömquist, et celui de P. Bagieu, précédé par celui de C. Bretécher, J. Doucet, et d'autres, ont inspiré de nouvelles autrices, qui ont accentué l'aspect engagé de leurs créations. Ici, ce n'est pas tant la maison d'édition qui influe sur la manière dont les artistes sont perçu-es que ces dernier-es qui façonnent l'image de l'éditeur. Que cela se vérifie dans les chiffres et la pratique ou pas : avec son lot d'artistes mobilisé-es dans le combat politique qu'est le féminisme, Reprodukt apparaît aux yeux du public comme une maison d'édition engagée.

III. Éditeur importateur : comment adapter une bande dessinée à son public ?

Dans cette dernière partie de notre recherche, nous nous penchons sur le contenu des œuvres publiées par Reprodukt ; plus précisément sur la manière dont Reprodukt peut influencer sur ce contenu et ainsi faire siennes des œuvres écrites, dessinées et publiées par d'autres personnes et entreprises. Dans un premier temps, nous observerons la partie la plus évidente (mais pourtant dissimulée) de ce travail d'adaptation, à savoir les étapes de la traduction et du lettrage. Après avoir analysé les difficultés et les particularités de la traduction de bandes dessinées, nous étudierons celles du lettrage, pour enfin consacrer nos dernières statistiques aux acteurs et actrices de ces éléments textuels de l'adaptation. Dans un deuxième temps, il s'agira d'étudier d'autres mécanismes à travers lesquels Reprodukt peut s'approprier des œuvres pensées pour un public autre que celui de l'éditeur berlinois. Nous verrons ici comment les changements de format, de prix, mais aussi la date de publication, etc. peuvent avoir une influence sur la réception de bandes dessinées. Grâce à ses diverses stratégies d'adaptation, l'entreprise se forge une image d'éditeur importateur fidèle aux idéaux artistiques des artistes, tout en étant contrainte d'altérer ses publications pour maximiser leurs chances de réussite critique et commerciale.

A. Rendre visible l'invisible : traduire le contenu de bandes dessinées

Lorsqu'un.e artiste propose une œuvre directement à Reprodukt, il s'agit pour la maison d'édition avant tout de l'accompagner dans le processus de création. C'est un cas qui a notamment été étudié dans les travaux de thèse d'Isabelle Licari-Guillaume et de Florian Moine⁵²², qui ont également pu étudier des œuvres où la maison d'édition ou le label

⁵²² I. LICARI-GUILLAUME, « *Vertigo's British Invasion* » : la revitalisation par les scénaristes britanniques des comic books grand public aux Etats-Unis (1983-2013), *op. cit.* ; F. MOINE, *Casterman (1919-1999). Une entreprise du livre, entre Belgique et France, op. cit.*

ont proposé à des artistes de créer des œuvres pour eux. Mais qu'en est-il lorsque le processus créatif est déjà abouti, que l'œuvre a déjà été publiée ailleurs ? Quel est alors le rôle d'une maison d'édition lorsqu'elle achète une licence plutôt que d'en créer une ? Étant donné que les trois quarts des œuvres publiées par Reprodukt ont été écrites par des artistes dont l'allemand n'est *pas* la langue principale⁵²³, une grande partie de son travail consiste à adapter des œuvres au marché germanophone. C'est également le cas pour la plupart des autres maisons d'édition allemandes, puisqu'en 2014 seuls 16 % des bandes dessinées – elles étaient encore 21 % en 2011⁵²⁴ – publiées en Allemagne avaient été originellement écrites par des artistes originaires d'un pays germanophone⁵²⁵. En 2021, à la fin de la période que nous avons étudiée, 12 % provenaient d'un tel pays ; l'année suivante, 10,5 %⁵²⁶. La tendance est donc à la baisse depuis plus d'une décennie, et on peut prétendre alors que l'immense majorité des bandes dessinées qui paraissent en allemand sont des traductions. Pour comparaison, en 2014, Gilles Ratier estimait que 42 % de la production francophone étaient des productions originales⁵²⁷.

Certes, proportionnellement, Reprodukt publie plus de contenu original et achète donc moins de droits que la moyenne des maisons d'édition germanophones, mais son catalogue est tout de même majoritairement composé d'œuvres étrangères. Ainsi, le travail éditorial de Reprodukt consiste le plus souvent à transformer une œuvre destinée d'abord à un public précis en une œuvre qui parlera davantage au public de l'entreprise. Par rapport aux autres éditeurs de bandes dessinées étudiés jusqu'ici par la recherche (L'Association, Casterman...), cet aspect fait l'originalité de l'objet que nous étudions, et nous nous focaliserons donc sur lui dans cette partie de notre recherche. Dans le cas de figure où il importe une œuvre, la fonction de l'éditeur de bandes dessinées est-elle alors celle d'être un simple passeur ou bien faut-il y voir un rôle plus

⁵²³ À ce jour, 25,4 % des œuvres publiées par Reprodukt ont été publiées par des artistes germanophones. De plus, certaines œuvres étant des collaborations entre des artistes de différentes nationalités, leur texte n'a pas forcément eu à être traduit par un-e employé-e de Reprodukt.

⁵²⁴ M. HOFMANN, « Volle Kraft voraus - Der deutschsprachige Comic-Markt im Jahre 2011 », *op. cit.*, p. 114.

⁵²⁵ M. HOFMANN, « Freudige Gesichter - Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahre 2014 », *op. cit.*, p. 102.

⁵²⁶ M. HOFMANN, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *op. cit.*, p. 11.

⁵²⁷ G. RATIER, 2014 : *l'année des contradictions*, s. l., Rapport de l'Association des critiques et journalistes de la bande dessinée, 2014, p. 20.

engagé, laissant une certaine autonomie à Reprodukt ? Outre la traduction du texte sous sa forme verbale et imagée, que peut faire la maison d'édition pour adapter les publications des autres à son aire culturelle et à son propre public ?

1) Traduire sans trahir : des traductions parfois anonymes, mais pas anodines

Puisque la grande majorité des publications de Reprodukt est importée, on comprend aisément pourquoi la traduction de bandes dessinées est l'une des principales activités menées par l'éditeur. Or, dans le cadre de transferts d'une culture vers une autre, la traduction « a en général un impact [très] large, car elle correspond à une nouvelle rédaction du livre, dans un habillage lié au nouveau contexte de réception, à un nouveau système rhétorique et métaphorique et à de nouvelles références littéraires et historiques. »⁵²⁸ Avec l'importance particulière de « l'habillage », pour reprendre la formule de Michel Espagne, traduire une bande dessinée implique une technicité qui la rend compliquée à appréhender pour une maison d'édition ou un-e traducteur·ice sans expérience en la matière.

En effet, pour qu'une adaptation soit la plus fidèle possible à l'œuvre originale, l'aspect de la planche dans sa globalité doit être conservé, en respectant scrupuleusement l'espace alloué au texte⁵²⁹. La bande dessinée est un art visuel avant tout ; l'intégrité visuelle de la bande dessinée est donc primordiale. Or, comme le rappelle le chercheur Côme Martin dans le livre tiré de sa thèse, « le texte en bande dessinée est [aussi] intrinsèquement visuel »⁵³⁰, ce qui signifie que lors de la traduction, la forme du signifiant (et non pas, donc, le signifié seul) nécessite une attention particulière. En somme, puisque le signe typographique a « la particularité d'être à la fois texte

⁵²⁸ M. ESPAGNE, « Transferts culturels et histoire du livre », *Histoire et civilisation du livre*, vol. 5, 2009, p. 214.

⁵²⁹ Dans sa thèse en linguistique, le chercheur Paul Chibret utilise le terme « texte » afin de désigner les éléments iconiques en plus des éléments verbaux généralement présents dans les bulles. À l'inverse de cette approche, afin de souligner le travail des traducteurs et traductrices (qui ne touchent pas aux autres icônes de la planche), nous ne désignerons par « texte » que les éléments verbaux.

⁵³⁰ C. MARTIN, *Lire le récit multimodal, à la limite de ses habitudes*, Liège, Presses Universitaires de Liège, 2020, p. 197.

et image »⁵³¹ et que cette particularité est exploitée notamment par le neuvième art, une bonne traduction de bande dessinée doit être sensible à la forme du texte autant qu'à son sens. Ainsi, un phylactère rempli à ras bord de mots courts dans l'original devrait conserver cette apparence même dans une autre langue ; il en va de même pour une bulle surtout vide, ne contenant qu'un seul mot, dont la traduction devrait chercher à rester aussi succincte. Une maison d'édition comme Reprodukt, qui se targue de faire des adaptations de grande qualité, se doit d'être sensible à la matérialité du texte, afin de respecter l'apparence (et non pas seulement le sens textuel) de l'œuvre adaptée. Ce respect particulier de la longueur et de la forme du texte est une tâche ardue, comme l'une des traductrices ayant travaillé pour Reprodukt, Marion Herbert, l'explique lors d'une rencontre du *Münchner Übersetzer-Forum* [forum des traducteurs de Munich] :

La difficulté sans doute la plus grande consiste à raccourcir le texte allemand de manière à ce qu'il entre dans la bulle correspondante, dont la taille ne peut être modifiée. L'image entière doit être harmonieuse, le visuel doit toujours être présent à l'esprit : un saut à la ligne disgracieux serait déjà une raison suffisante pour retravailler la traduction.⁵³²

⁵³¹ *Ibid.*, p. 195.

⁵³² « [...] die vielleicht größte Aufgabe besteht darin, den deutschen Text so zu kürzen, dass er in die jeweilige Sprechblase passt, deren Größe nicht verändert werden kann. Das Gesamtbild muss stimmig sein, das Grafische immer mitgedacht werden: Schon ein unschöner Umbruch ist Grund genug, die Übersetzung noch mal umzuwerfen », J. MALZ et S. LINDSEY, « Text und Bild – Übersetzen von Graphic Novels: Ein Abend mit Marion Herbert und Michael Groenewald », sur *Münchner Übersetzer-Forum*, 16 novembre 2018 (en ligne : <http://müf.de/2018/11/16/text-und-bild-uebersetzen-von-graphic-novels-ein-abend-mit-marion-herbert-und-michael-groenewald/> ; consulté le 27 juin 2021)

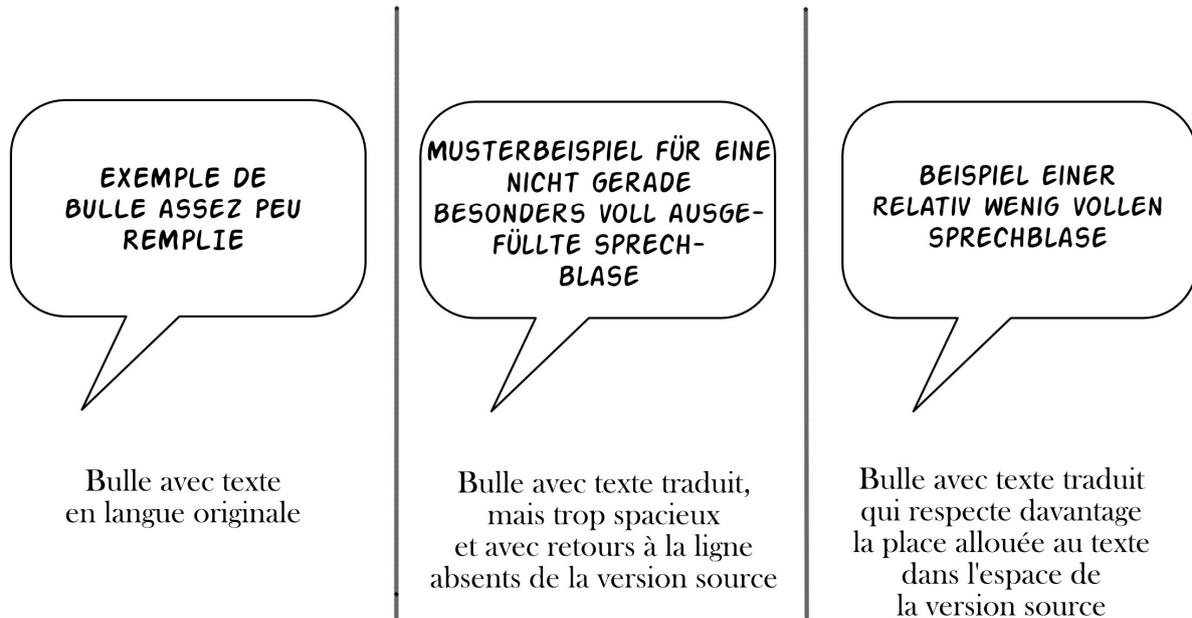


Illustration 27 : Texte similaire dans trois phylactères différents. À gauche, le texte source en français ; au centre et à droite, deux traductions différentes du même texte en allemand. Les traductions respectent la sémantique du texte source, mais celle du centre est moins fidèle à la conception graphique du phylactère source.

À cette particularité de la bande dessinée s'ajoute une spécificité de la langue allemande, que pointe également du doigt M. Herbert, à savoir l'écriture en majuscules et en minuscules⁵³³. En effet, une grande partie des textes de bandes dessinées est traditionnellement rédigée en lettres capitales, ce qui n'est pas sans poser problème dans une langue comme l'allemand, où les lettres majuscules en début de mots sont porteuses de sens⁵³⁴ et indiquent notamment leur nature grammaticale. Une traduction entièrement capitalisée devra donc trouver des solutions pour

⁵³³ « Le fait que les bandes dessinées utilisent souvent uniquement des lettres capitales, rend par exemple difficile de différencier les pronoms 'Sie' [équivalent du 'vous' de vouvoiement] et le pronom 'sie' [pronom personnel à la 3^e personne]. », « Dass Comics oft ausschließlich Großbuchstaben verwenden, macht es zum Beispiel schwierig, zwischen den Pronomen „Sie“ und „sie“ zu unterscheiden. », in *Id.*

⁵³⁴ En français aussi, une lettre majuscule en début de mot peut avoir une certaine valeur sémantique, mais ce cas est réservé à certains mots précis et ne change pas entièrement la signification du mot. La différence entre « Histoire » et « histoire », par exemple, est moins significative que celle entre « Macht » [pouvoir] et « macht » [le verbe 'faire' ou 'créer' conjugué à la troisième personne].

lever l'ambiguïté, par exemple entre « *Sie* » [pronom marquant la politesse] et « *sie* » [pronom féminin de la 3^e personne au singulier ou pronom de la 3^e personne au pluriel]⁵³⁵.

Il ne devrait donc pas être surprenant que le nom des traducteurs et traductrices figure sur la fiche descriptive des œuvres publiées par Reprodukt⁵³⁶ au même titre que celui des artistes, car ce sont bien elles et eux, dans ce cas précis, qui ont écrit le texte tel qu'il paraît chez l'éditeur. Néanmoins, force est de constater que de nommer les personnes qui traduisent est une rareté dans le milieu de l'édition de la bande dessinée, où la traduction est une activité peu valorisée, que ce soit financièrement ou symboliquement. Ulrich Pröfrock, l'un des traducteurs actifs auprès de Reprodukt, le reconnaît dans une interview :

Un gros problème de la traduction en général est le fait qu'elle soit si mal rémunérée. [...] Beaucoup de choses pourraient être mieux faites si les traducteurs avaient plus de temps et étaient un peu mieux payés. Mais c'est une plainte générale dans la traduction littéraire. Heureusement, je peux occasionnellement me payer le luxe de faire des recherches de trois jours sur des mots précis. [...] Mais personne ne reconnaît cela à sa juste valeur.⁵³⁷

Un salaire insuffisant, une pression pour traduire plus vite, et un manque de reconnaissance du travail effectué : alors qu'U. Pröfrock est traducteur depuis désormais plusieurs décennies, il n'a

⁵³⁵ C'est l'exemple évoqué par Marion Herbert, mais il ne nous semble pas être le plus évident. En français aussi, il y a ambiguïté entre le pronom pluriel « vous » et le pronom de politesse « vous » ; en anglais, on a du mal à distinguer le pronom singulier de la 2^e personne « you » du pluriel « you ». Mais puisqu'en allemand, la différence est marquée par une lettre majuscule, il serait plus inhabituel et trompeur de ne pas pouvoir aisément les distinguer dans un texte.

⁵³⁶ Outre le fait d'être mentionnés sur le site même de Reprodukt, ils figurent également sur le site de vente en ligne Amazon, sans doute plus consulté par les internautes.

⁵³⁷ « Ein großes Problem beim Übersetzen generell ist, dass es so schlecht bezahlt ist. [...] Vieles könnte besser gemacht werden, wenn die Übersetzer mehr Zeit hätten und ein bisschen besser bezahlt würden. Aber das ist eine allgemeine Klage beim literarischen Übersetzen. Ich kann mir zum Glück den Luxus erlauben, nach einzelnen Wörtern mal drei Tage lang zu forschen. [...] Das weiß aber niemand zu würdigen. », Ulrich Pröfrock in LINNEA, « Interview mit Ulrich Pröfrock », sur *Die Blaue Seite*, octobre 2014 (en ligne : <https://die-blaue-seite.de/interview-mit-ulrich-proefrock> ; consulté le 27 mars 2020).

que peu de choses positives à dire à l'égard de sa profession, même s'il apprécie les défis que lui pose le métier. Selon le traducteur, une difficulté de la traduction de bandes dessinées serait de « faire parler les personnages de manière à ce que personne ne se dise : 'personne ne parle comme ça !' »⁵³⁸ Pour lui, le texte de bande dessinée serait ainsi avant tout caractérisé par l'oralité plutôt que par une longueur moindre que celle d'un texte littéraire. Ces spécificités semblent cependant rester incomprises par ses collègues qui traduisent des textes littéraires. Ainsi, U. Pröfrock raconte de manière anecdotique comment un public de traducteurs et traductrices de romans avait critiqué l'un de ses travaux, n'en saisissant pas les enjeux : « Puis vint la remarque finale : 'C'est bien beau et excitant. Mais on doit faire un peu plus attention à la syntaxe et à la grammaire.' C'est une erreur centrale que de ne pas saisir quel est l'enjeu [de la traduction de bandes dessinées]. »⁵³⁹

Nous pouvons ainsi retenir que d'après U. Pröfrock, la traduction de bandes dessinées en particulier est peu considérée et même dénigrée par ses pairs : les œuvres sont considérées comme étant destinées à un public jeune et, dès lors, le texte comme peu important et simple à traduire. En outre, on part de l'idée que, comportant en moyenne moins de texte qu'un roman, la traduction d'une bande dessinée serait une entreprise moins chronophage. M. Herbert déclare toutefois que la traduction d'une bande dessinée lui prend davantage de temps que celle d'une œuvre littéraire : une centaine d'heures pour 330 pages pourtant surtout composées d'illustrations⁵⁴⁰. Pour la bande dessinée, la traduction est une activité qui, d'une part, est

⁵³⁸ « Blaue Seite: « In einem Comic ist relativ wenig Text im Gegensatz zu einem ganzen Roman, den man übersetzen muss. Wie lange brauchen Sie, bis Sie einen Comic übersetzt haben? »

Ulrich Pröfrock: « Das kann man nicht so pauschal sagen. Die Textmenge kann sehr unterschiedlich sein. [...] Da liegt das Geheimnis eher darin, die Figuren sowohl im direkten Dialog als auch im inneren Monolog so sprechen zu lassen, dass niemand denkt: „So redet doch keiner.“ Es geht also eher darum, diesen Ton zu treffen. », in *Id.*

⁵³⁹ « Das Publikum hatte mit Comics bis dahin nichts zu tun gehabt. Sie fanden das sehr spannend und toll – aber als letzter Satz kam dann doch: „Alles ganz schön und auch ganz aufregend. Aber man muss doch ein bisschen mehr auf das Syntaktische und das Grammatikalische achten.“ Das ist ein zentraler Fehler, nicht zu begreifen, worum es geht » Ulrich Pröfrock in *Id.*

⁵⁴⁰ « Ainsi, elle met plus de temps pour traduire une bande dessinée que pour traduire un roman [...] Pour un roman graphique de 330 pages avec des éléments textuels, elle met environ 100 heures », « Entsprechend länger braucht sie auch für die Übersetzung von Comics im Gegensatz zu Belletristik; für eine 330 Seiten lange Graphic Novel mit Fließtextelementen benötigte sie etwa 100 Stunden », J. MALZ et S. LINDSEY, « Übersetzen von Graphic Novels », *op. cit.*

primordiale dans les étapes de l'adaptation, et qui, de surcroît, requiert un travail important. Pourtant, elle n'est que rarement mise en valeur.

Une étude du catalogue en ligne de plusieurs maisons d'édition et de leurs dossiers de presse nous a permis de voir que peu d'entreprises nomment leurs traducteur·ices et détaillent les spécificités de leur travail (voir Tableau 8). Nous avons étudié le site internet – donc la vitrine numérique de diverses maisons d'édition ou de leur antenne de langue allemande ou française, consultée par les critiques, la presse, et le public général –, et avons analysé leur manière de présenter les œuvres qu'elles publient. Dans le tableau qui suit sont donc référencées une vingtaine de maisons d'édition de taille variable qui adaptent des bandes dessinées (pas forcément en tant qu'activité principale) en allemand ou en français. N'y figurent donc pas, par exemple, JaJa Verlag ou Schwarzer Turm, dont l'intégralité du catalogue a d'abord été publiée en langue allemande. Pour ces maisons d'édition, nous avons répertorié si – oui ou non – elles indiquent la langue originale des œuvres, le titre original, ainsi que le nom des traducteurs.

Maison d'édition	Indique langue originale	Indique titre original	Indique traducteur·ices
Allemagne			
Avant-Verlag	Oui	Non	Oui
Carlsen	Non	Non	Non
Edition 52	Non	Non	Non
Edition Moderne	Oui	Non	Oui
Egmont Ehapa	Non	Non	Oui
Knesebeck	Non	Non	Oui
Kult Comics	Non	Non	Non
Panini	Non	Titre d'histoires individuelles	Non
Reprodukt	Oui	Non	Oui
Rotopol	Oui, en fin de description	Oui, en fin de description	Oui, en fin de description
Splitter	Non	Non	Oui
Suhrkamp	Oui	Oui, en fin de description	Oui

Tokyopop	Non	Non	Non
France			
Çà et Là	Oui	Oui	Oui
Cambourakis	Parfois	Non	Oui
Casterman	Parfois	Non	Oui
Cornélius	Non	Non	Non
Dargaud	Non	Non	Non
Delcourt	Non	Non	Non
Dupuis	Parfois	Non	Non
Futuropolis	Non	Non	Non
Gallimard	Oui	Oui	Oui
L'Association	Non	Non	Non
Urban Comics	Non	Non	Non
Warum	Oui, en fin de description	Non	Oui, en fin de description

Tableau 8 : Liste de maisons d'édition affichant - ou non - la langue originale, le titre original, et le nom des traducteurs.

Cette brève étude nous permet de constater que le fait de mettre en valeur le nom des traducteur·ices n'est pas la règle, mais témoigne au contraire d'une volonté éditoriale. Si Reprodukt indique systématiquement qui a traduit telle ou telle œuvre, c'est un acte conscient, voire une revendication qui va à l'encontre d'une partie de l'industrie de la bande dessinée. Dans le catalogue de grandes maisons d'édition – qu'elles soient allemandes ou franco-belges – ne figurent souvent ni la langue source, ni le nom des traducteurs et traductrices⁵⁴¹.

Chez Dupuis par exemple, alors même que *Spirou à Berlin* de Flix est la première aventure du groom-reporter confiée à un artiste allemand, l'origine étrangère de cet album est loin d'être mise en avant. Celle-ci est même cachée à la fin de la description et il faut prendre la peine de cliquer sur « lire plus » pour accéder à cette donnée à la fin d'un menu déroulant. Ici, il n'est

⁵⁴¹ Nous parlons ici de descriptions de l'œuvre en ligne, sur le site internet de la maison d'édition, ainsi que de dossiers presse ou de catalogues : ces descriptions contribuent à la promotion de l'œuvre. Notons que dans l'œuvre imprimée, donc celle que l'on achète, ces informations (langue originale, nom des traducteur·ices etc.) sont généralement indiquées.

même pas fait mention du nom du traducteur ou de la traductrice⁵⁴², alors que ces données sont significatives pour l'appréhension de l'œuvre et auraient pu l'être pour la promotion par la maison d'édition. Étant donné que Dupuis ne publie que rarement des œuvres initialement publiées à l'étranger, on peut supposer qu'il puisse s'agir d'une décision consciente pour conserver une certaine homogénéité dans la mise en page des présentations. Delcourt et Dargaud adaptent quant à elles régulièrement des œuvres venues de l'étranger, mais n'indiquent pourtant pas non plus ni la langue source de l'œuvre traduite, ni l'identité des traducteurs⁵⁴³. En Allemagne, Carlsen, qui publie une majorité d'œuvres étrangères, fait de même : sur son site internet, aucune indication n'est donnée sur la traduction⁵⁴⁴. Egmont Ehapa met davantage en lumière ses traducteurs et traductrices en les nommant, sans pour autant indiquer précisément la langue d'origine du texte⁵⁴⁵. Finalement, Gallimard fait figure d'exception parmi les maisons d'édition de grande taille : non seulement les personnes qui traduisent sont nommées juste en dessous du titre de l'œuvre, mais la description comporte même le titre original⁵⁴⁶, que même Reprodukt ne mentionne généralement pas sur son site internet. En somme, peu de grandes maisons d'édition de bandes dessinées mettent en avant le travail de traduction sur leur catalogue en ligne et dans leurs dossiers presse.

⁵⁴² « Spirou à Berlin », sur *Les Éditions Dupuis*, s. d. (en ligne : <https://www.dupuis.com/le-spirou-de-flix/bd/le-spirou-de-flix-spirou-a-berlin/77294> ; consulté le 13 août 2019).

⁵⁴³ C'est le cas de *Black Hole* de Charles Burnes, par exemple, paru chez Delcourt, ainsi que de *The Black Holes* de Borja Gonzalez, publié chez Dargaud. « Black Hole L'Intégrale », sur *Delcourt*, s. d. (en ligne : <https://www.editions-delcourt.fr/serie/black-hole-l-integrale.html> ; consulté le 15 août 2019) ; « The Black Holes », sur *Dargaud*, s. d. (en ligne : <https://www.dargaud.com/bd/The-Black-Holes> ; consulté le 15 août 2019).

⁵⁴⁴ Par exemple pour *Tintin au Congo*, où Carlsen pourrait ainsi même laisser croire que l'œuvre en question aurait été écrite par un Allemand, étant donné que même le nom des héros, à consonance étrangère, a été modifié dans le titre. « Tim und Struppi 1: Tim im Kongo », sur *Carlsen*, s. d. (en ligne : <https://www.carlsen.de/softcover/tim-und-struppi-1-tim-im-kongo/21931> ; consulté le 13 août 2019).

⁵⁴⁵ « Asterix Nr. 37 - Asterix in Italien - gebundene Ausgabe », sur *Egmont*, s. d. (en ligne : <https://www.egmont-shop.de/asterix-nr-37-asterix-in-italien-gebundene-ausgabe.html> ; consulté le 15 août 2019).

⁵⁴⁶ C'est le cas dans la fiche de *Heimat* de Nora Krug, par exemple, où le titre anglais, *Belonging. A German Reckons with History and Home* est indiqué en tête de la description. Il est intéressant de noter que Gallimard a utilisé un titre en langue allemande pour cette œuvre et ne s'est pas contenté de traduire le titre dans la langue source de l'adaptation. « Heimat - Gallimard », sur *Gallimard*, s. d. (en ligne : <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bandes-dessinees-hors-collection/Heimat> ; consulté le 13 août 2019).

Les maisons d'édition de taille plus modeste, quant à elles – dont on pourrait pourtant supposer qu'elles aient davantage envie et besoin de valoriser leur travail d'édition, ne font pas non plus toutes mention du travail de traduction ou alors ne le mentionnent qu'en toute fin de description. C'est le cas chez L'Association, qui ne dévoile ni quelles œuvres avaient déjà été publiées à l'étranger, ni qui en a effectué la traduction. Cela est particulièrement flagrant pour une œuvre comme *Dri Chinisin* de Sasha Hommer, où le titre fait référence à une comptine allemande et n'a pas pu être transposé en français. Cependant, malgré ce caractère intraduisible, la fiche descriptive n'indique pas que l'œuvre est traduite de l'allemand⁵⁴⁷. Les Éditions Ça et Là, spécialisées dans l'adaptation de livres étrangers, indiquent quant à elles clairement les traducteur·ices et le titre dans la langue de l'original⁵⁴⁸. Du côté allemand, avant-Verlag indique bien la langue source et cite le nom des traducteurs (ce qui n'était pas encore le cas lors de notre première prise de relevés en 2019), de même pour Rotopol, même si elle ne mentionne ces informations qu'à la fin de la fiche descriptive⁵⁴⁹. On constate donc qu'ici aussi, il y a de grandes différences entre maisons d'édition.

Les disparités ne sont pas dues à la géographie : ni les maisons d'édition germanophones, ni les francophones que nous avons étudiées n'indiquent plus ou moins souvent le nom des traducteurs que les autres. Nous n'avons pas non plus constaté que la chronologie jouait un rôle, puisque les éditeurs historiques ne sont pas plus ou moins prompts à nommer les traducteur·ices que les entreprises plus récentes. Certes, pour les œuvres littéraires, on constate une valorisation progressive des personnes qui traduisent, parfois même citées aux côtés des auteurs et autrices ; nous n'avons pas pu faire le même constat pour les bandes dessinées, tout comme le remarquait déjà Klaus Kaindl en l'an 2000 pour expliquer les difficultés qu'il avait à étudier les traductions du neuvième art : « dans le cas des bandes dessinées, les traducteur·ices

⁵⁴⁷ Voir la fiche de *Dri Chinisin* dans « Catalogue », sur *L'Association*, s. d. (en ligne : <https://www.lassociation.fr> ; consulté le 13 août 2019).

⁵⁴⁸ La fiche descriptive de *Brigitte et la Perle cachée* en est un exemple. « Brigitte et la Perle cachée », sur *Éditions ça et là*, s. d. (en ligne : <http://caetla.fr/Brigitte-et-la-Perle-cachee> ; consulté le 22 août 2019)

⁵⁴⁹ Par exemple dans la fiche descriptive de « Crawl Space », sur *Rotopol*, s. d. (en ligne : <http://www.rotopolpress.de/en/produkte/crawl-space> ; consulté le 15 août 2019).

restent souvent anonymes »⁵⁵⁰. Les bandes dessinées restent aujourd'hui en partie les « objets anonymes »⁵⁵¹ tels que les avaient identifiés Wiltrud Drechsel, Jörg Funhoff et Michael Hoffmann dans les années 1970, puis K. Kaindl. Cependant, les scénaristes de bandes dessinées étaient longtemps elles et eux aussi resté-es anonymes, comme le détaillent Gilles Ratier et Jessica Kohn⁵⁵², alors qu'on les cite volontiers aujourd'hui ; on peut supposer et espérer qu'une évolution similaire puisse un jour également s'appliquer aux personnes qui traduisent les bandes dessinées.

Que ce soit en Allemagne ou en France/Belgique, chez les grandes ou chez les petites maisons d'édition, on constate qu'il n'est pas vraiment courant d'indiquer certains des principaux acteurs du travail d'adaptation. Si un peu plus de la moitié des maisons d'édition étudiées indique le nom des traducteurs, la plupart ne mentionnent pas la langue avec laquelle ces traducteurs et traductrices ont dû travailler. Une minorité seulement évoque le titre original : à croire que toute référence à la traduction doit rester secrète.

Pourquoi cacher l'adaptation ?

Peut-être y a-t-il là effectivement une volonté d'occulter le processus d'adaptation de manière systématique. En n'évoquant pas la langue originale, par exemple, c'est non seulement le contexte culturel dans lequel une œuvre a été créée qui est caché, mais aussi le fait qu'il y a eu adaptation de ce contexte. On voudrait alors faire croire que l'œuvre telle qu'elle est publiée

⁵⁵⁰ « Cette précondition [afin d'étudier les origines sociales et l'habitus des traducteur·ices] ne peut pas toujours être remplie dans le cas des bandes dessinées, où les traducteur·ices restent souvent anonymes. », « This precondition will not always be met in the case of comics, where translators often remain anonymous », K. KAINDL, « Thump, Whizz, Poom: A Framework for the Study of Comics under Translation1 », *Target. International Journal of Translation Studies*, vol. 11, n° 2, 1999, p. 268.

⁵⁵¹ « Im Gegensatz zur Autorenkunst sind Comics anonyme Objekte, die ohne allzu große Rücksicht auf ihren authentischen Zustand retuschiert, verschnitten, in ihrem Aussehen und in ihrem Inhalt verändert werden können. », W. U. DRECHSEL, J. FUNHOFF et M. HOFFMANN, *Massenzeichenware: die gesellschaftliche und ideologische Funktion der Comics*, 1. Aufl., Erstausg. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1975, p. 10, cité dans K. KAINDL, « Thump, Whizz, Poom: A Framework for the Study of Comics under Translation1 », *op. cit.*, p. 271.

⁵⁵² G. RATIER, *Avant la case: histoire de la bande dessinée francophone du XXe siècle racontée par les scénaristes*, Poitiers, Sangam, 2005, p. 18, cité dans J. KOHN, « Travailler dans les Petits Mickeys » : les dessinateurs-illustrateurs en France et en Belgique de 1945 à 1968, *op. cit.*, p. 228.

dans sa nouvelle langue est identique à l'originale, que rien n'a été perdu ou changé dans l'adaptation, voire qu'il n'y a pas eu d'adaptation. Un cas emblématique serait par exemple *Heimat. Ein deutsches Familienalbum* de Nora Krug⁵⁵³ : le titre de l'œuvre et le nom de l'artiste laissent penser que l'œuvre a d'abord été écrite en allemand. Puisque Penguin Verlag, la branche germanophone de Penguin Books, n'indique ni traducteurs ou traductrices, ni langue originale – ni sur son site internet, ni à l'intérieur du livre –, cela semble encore plus évident. Or, *Heimat* a en réalité d'abord été rédigé en anglais sous le titre *Belonging*⁵⁵⁴ et a dû être traduit (ou réécrit ?) par Nora Krug elle-même⁵⁵⁵. La publication allemande, *Heimat*, est en fait très différente de la version originale, puisqu'elle comporte des documents historiques distincts, que la mise en page est à certains moments altérée, et que la typographie est différente (le lettrage est fait à la main en anglais et à l'ordinateur en allemand)⁵⁵⁶. Dans ce cas précis, les différences entre original et traduction sont notables et pourtant, si l'on en croit la fiche descriptive de l'œuvre, rien ne laisse penser qu'elles existent. La version française parue chez Gallimard comporte quant à elle certes un titre partiellement allemand (*Heimat, Loin de mon Pays*) qui pourrait laisser croire que l'œuvre est à l'origine une œuvre allemande. Cependant, Gallimard indique clairement l'origine américaine de l'œuvre sur son site et dans le dossier de presse que l'on peut y télécharger⁵⁵⁷. Si *Heimat. Ein deutsches Familienalbum* avait été publié chez Reprodukt, qui avait mené des négociations de droit d'adaptation avec N. Krug avant que Penguin Verlag n'achète les droits⁵⁵⁸, l'œuvre allemande aurait-elle été différente ? Aurait-elle eu un contenu différent et un nouveau titre, et aurait-on communiqué plus ouvertement sur son origine étasunienne ? En tout cas, le fait de nommer systématiquement les traducteurs et traductrices chez Reprodukt laisse imaginer que l'œuvre aurait pu être présentée d'une autre manière.

⁵⁵³ N. KRUG, *Heimat: Ein deutsches Familienalbum*, München, Penguin Verlag, 2018.

⁵⁵⁴ N. KRUG, *Belonging: A German reckons with History and Home*, New York, Scribner, 2018.

⁵⁵⁵ A. PLATTHAUS, « „Heimat“ von Nora Krug: Durchblick im Nebelmeer der deutschen Geschichte », *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 18 août 2018 (en ligne : <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/heimat-von-nora-krug-durchblick-im-nebelmeer-der-deutschen-geschichte-15741441.html> ; consulté le 13 juillet 2023).

⁵⁵⁶ *Id.*

⁵⁵⁷ « Heimat - Gallimard », *op. cit.*

⁵⁵⁸ Entretien informel avec Nora Krug du 05/10/2019 à Portland.

Lorsqu'un éditeur cache le fait que quelqu'un a dû redessiner et réécrire le texte, il dissimule d'une certaine manière l'origine étrangère de l'œuvre. Si, au contraire, il l'indique clairement, cela revient à revendiquer l'origine des artistes et donc de l'œuvre. La non-mention des traducteurs et traductrices et du titre original peut aussi tout simplement émaner d'une volonté de concision au profit des informations essentielles : citer au moins deux éléments supplémentaires dans la fiche descriptive de l'œuvre reviendrait à ajouter plusieurs lignes de texte, et donc plus d'informations qui pourraient détourner des artistes, pourtant perçus comme essentiels dans le processus de création d'une œuvre. Valoriser la traduction et le travail d'adaptation de la version originale, ne serait-ce pas là dévaloriser le travail artistique au profit du travail d'édition ? On pourrait donc imaginer que la dissimulation de l'adaptation sert à préserver le mythe d'une œuvre créée par un·e ou plusieurs artistes sans aucune intervention extérieure, afin de mettre en avant la créativité plutôt que le travail prosaïque de l'éditeur. Ainsi, le travail de traduction, déjà peu valorisé dans le milieu de la bande dessinée, est en concurrence avec le travail des artistes et scénaristes, longtemps également anonymisés au profit du nom de leurs séries ou de leurs éditeurs⁵⁵⁹.

De la même manière, les coloristes, encruteurs et encruteuses, également considérés comme secondaires dans le processus de création d'une bande dessinée, ne sont que rarement mis·es en valeur. La logique de la plupart des éditeurs, à en croire Isabelle Merlet, coloriste professionnelle, semble être celle de cacher autant que faire se peut leur travail. Dénonçant les difficultés et le manque de valorisation de son travail, elle explique : « D'autres éditeurs [que Delcourt] – ça m'est arrivé – considèrent carrément que si votre nom figure sur la couverture, c'est une dérogation, que l'auteur vous fait une fleur. »⁵⁶⁰ Il en est de même pour les traducteurs et traductrices : admettre ouvertement leur importance, cela reviendrait à diminuer

⁵⁵⁹ J.-P. Gabilliet évoque notamment les artistes employés par Disney, dont les œuvres étaient signées par Walt Disney, alors que ce dernier n'avait jamais dessiné aucune bande dessinée. Au cours des années 1960 et 1970, le chercheur constate que davantage d'artistes revendiquent la paternité de leurs créations. J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men*, op. cit., p. 67-70.

⁵⁶⁰ Voir M. PEQUIGNOT, « Isabelle Merlet : « Les coloristes sont trop peu considérés » », sur *BoDoï*, 7 janvier 2019 (en ligne : <http://www.bodoi.info/isabelle-merlet-les-coloristes-sont-trop-peu-consideres/> ; consulté le 16 septembre 2019).

le mérite des artistes, déjà précarisé-es. Dans la même interview, I. Merlet explique qu'en militant pour une valorisation de son métier, elle ne cherche pas tant à augmenter son salaire, qu'à ce « qu'on reconnaisse que [la mise en couleur] est un travail très important pour toute l'industrie de la BD. »⁵⁶¹ Ce manque de reconnaissance – financière mais surtout symbolique – du travail des « petites mains » de la bande dessinée, celles que Howard S. Becker désigne comme « personnel de renfort »⁵⁶² de la production artistique, nous apparaît également comme un enjeu pour les acteurs et actrices de l'adaptation d'une bande dessinée à l'étranger.

C'est en tout cas ce que constate Helga Pfetsch, présidente de l'association *Freundeskreis zur Förderung literarischer und wissenschaftlicher Übersetzungen* [Amicale pour la promotion des traductions littéraires et scientifiques] en 2015, lors de la déclaration de presse annonçant le gagnant du prix Christoph Martin Wieland, que nous évoquerons en détail plus loin.

On oublie souvent que dans le domaine du Neuvième Art aussi, beaucoup d'œuvres ne nous sont rendues accessibles que par le travail silencieux des traducteur-ices. Chez les éditeurs de bandes dessinées, le fait de mentionner le nom du traducteur ne va toujours pas de soi. C'est pour cette raison que nous appelons les maisons d'édition à citer le nom des traducteurs sur la page de titre des exemplaires de livres, dans les présentations, les catalogues et dans toutes les informations bibliographiques pour la commercialisation en ligne, de la manière prévue par le droit d'auteur.⁵⁶³

⁵⁶¹ *Id.*

⁵⁶² H. S. BECKER, *Les Mondes de l'art*, op. cit., p. 96.

⁵⁶³ « Es wird oft vergessen, dass uns viele Werke, auch im Bereich der Neunten Kunst, erst durch die stille Arbeit der Übersetzenden zugänglich gemacht werden. Bei den Comicverlagen ist die Nennung des Übersetzernamens leider immer noch keine Selbstverständlichkeit. Wir rufen aus diesem Grund die Verlage dazu auf, die Übersetzernamen in den Buchausgaben auf der Titelseite, in Vorschauen, Katalogen und bei der Onlinevermarktung in allen bibliographischen Angaben so zu nennen, wie es urheberrechtlich vorgesehen ist », Helga Pfetsch in H. PFETSCH, « Pressemitteilung: Ulrich Pröfrock erhält den mit 12.000 Euro dotierten Christoph Martin Wieland-Übersetzerpreis 201 », 2015.

Certes, le nom des acteurs et actrices de l'adaptation est indiqué à l'intérieur de l'œuvre elle-même dans la plupart des cas – notamment chez Reprodukt, qui ne les met pas sur la couverture, mais sur une page de garde –, mais pas toujours. Les traducteurs et traductrices des bandes dessinées mensuelles dans *Lustiges Taschenbuch* de Disney, notamment, ne sont pas cités-es. C'est un exemple d'autant plus significatif que *Lustiges Taschenbuch* est de très loin la publication jeunesse la plus diffusée d'Allemagne, d'après une étude de marché de Krämer Marktforschung de 2019⁵⁶⁴. Même lorsque le nom des traducteur-ices est cité à l'intérieur de l'œuvre, il n'en reste pas moins que s'il n'est pas donné dans les fiches descriptives ou dans les dossiers de presse, il sera absent de l'image publique de cette œuvre. Pour rendre visibles ces personnes et leur rôle dans la construction d'un livre, il faudrait donc qu'elles soient citées nommément comme ayant travaillé l'œuvre dont il est question, que leur travail, en étant nommé, soit ainsi valorisé. Mais de toute évidence, comme le prouvent les échantillons du tableau ci-dessus, la visibilité du travail d'édition n'est pas une priorité pour la plupart des maisons d'édition, pour les raisons citées précédemment. Pourtant, pour certaines, il est important de parler des autres personnes qui ont œuvré à la publication d'une bande dessinée. Y a-t-il un avantage à parler ouvertement du travail effectué par l'équipe d'édition ?

Être transparent•e, une stratégie de gagnant•es ?

Mettre en avant ses traducteur-ices est une preuve de transparence vis-à-vis du public ; c'est aussi une forme de revendication de son identité en tant que maison d'édition fière de pratiquer l'adaptation d'œuvres étrangères. Les Éditions Ça et Là, par exemple, en font leur marque de fabrique en se disant « spécialisées dans l'édition en langue française de bandes dessinées d'auteurs étrangers »⁵⁶⁵. Le fait de mentionner clairement le titre original, non français, ainsi que le nom des personnes qui ont traduit le livre, correspond bien, dès lors, à une déclaration ouverte de cette spécialisation en adaptation d'œuvres. De surcroît, la maison d'édition indique

⁵⁶⁴ Krämer Marktforschung, « Kinder-Medien-Studie (KMS) 2019 », https://www.kinder-medien-studie.de/?page_id=367, s. d.

⁵⁶⁵ « Contacts », sur *Éditions ça et là*, s. d. (en ligne : <http://caetla.fr/Contacts> ; consulté le 22 août 2019).

alors indirectement qu'elle est consciente des enjeux de l'adaptation. Cette attitude de médiation ouverte possède plusieurs avantages. D'un côté, une telle mise en valeur des transferts opérés par l'éditeur peut attirer des clients qui souhaiteraient spécifiquement acheter des œuvres étrangères ; nous avons déjà évoqué le lectorat des mangas, particulièrement intéressé par les œuvres d'origine japonaises, sans forcément l'être par les bandes dessinées issues d'autres aires géographiques. Pour ce public japonophile, friand de détails sur les spécificités culturelles, il s'agit de ne pas cacher l'adaptation, mais au contraire de la rendre plus visible, voire d'ajouter des notes sur les difficultés de la traduction⁵⁶⁶. De l'autre côté, cette transparence peut également aider à attirer des partenaires internationaux.

En effet, le fait de citer le titre original et d'évoquer les traducteurs, potentiellement de renom, permet aussi de montrer à des maisons d'édition étrangères, susceptibles de vendre les droits de leurs œuvres, que les Éditions Çà et Là détiennent un savoir-faire en adaptations et qu'elles respectent les éditions originales. Dans le cas de Reprodukt, le titre en langue originale n'est certes pas cité, mais la langue et les personnes qui ont traduit sont mises en valeur en étant placées directement sous le nom des artistes eux et elles-mêmes. Or, certain-es traducteurs et traductrices sont particulièrement coté-es dans l'industrie de la bande dessinée, voire au-delà ; c'est le cas de Marcel Beyer ou de Harry Rowohlt (1945–2015), par exemple. Le premier est un célèbre auteur, et le second était non seulement un auteur connu, mais aussi un traducteur réputé et l'héritier d'une maison d'édition de renom. Le simple fait de mettre en exergue le rôle de H. Rowohlt dans la traduction des œuvres de Robert Crumb parues chez Reprodukt, comme *Nausea* de 2012, ainsi que la langue source, permet de prouver son expertise aux ayants droit d'autres œuvres dont l'éditeur voudrait acquérir les droits d'adaptation. H. Rowohlt avait d'ailleurs déjà été chargé de traduire R. Crumb pour l'éditeur Zweitausendeins, dans les années 1970. En conservant le traducteur attribué de l'artiste, en qui ce dernier a confiance, Reprodukt montre aussi son attachement à l'histoire de la bande dessinée alternative et *underground*. En

⁵⁶⁶ En 2016, le chercheur Matteo Fabbretti a étudié l'utilisation des notes de traduction dans les traductions illégales de mangas. Aujourd'hui, de telles notes se trouvent également dans les adaptations officielles faites par des maisons d'édition occidentales. M. FABBRETTI, « The Use of Translation Notes in Manga Scanlation », *op. cit.*

outre, il s'agit de quelqu'un d'expérimenté, dont D. Rehm a déjà pu lire les traductions d'autres œuvres de R. Crumb.

En communiquant sur les noms, l'entreprise donne premièrement l'impression d'apporter un soin particulier à ses adaptations, puisqu'elle engage des traducteurs et traductrices dont elle peut être fière au point de les citer juste en dessous du titre de l'œuvre. Leur identité n'étant pas dissimulée, les ayants droit peuvent aisément consulter leur curriculum. À ce jour, 80 traducteurs et traductrices différent-es ont travaillé pour Reprodukt⁵⁶⁷. Ce nombre est élevé par rapport aux 10 langues⁵⁶⁸ à partir desquelles le catalogue a été traduit, ce qui est aussi un signe que la maison d'édition choisit soigneusement à qui elle confie la traduction d'une œuvre. Deuxièmement, nous l'avons déjà constaté, Reprodukt fait preuve d'une transparence totale en ce qui concerne le travail d'adaptation. Elle ne cache pas qu'il y a eu une traduction, donc qu'il y a une œuvre originale distincte. Les personnes préférant lire le texte dans sa langue source, ou celles qui souhaiteraient lire des œuvres provenant d'une aire culturelle spécifique, trouveront utile la mention de la langue originale. Enfin, Reprodukt ne cède pas à la facilité et choisit d'indiquer souvent très précisément la langue d'origine. Ainsi, la description d'une bande dessinée de Dylan Horrocks, originaire d'Auckland, affiche non seulement que *Hicksville* a été traduite depuis l'anglais, mais depuis l'anglais néo-zélandais⁵⁶⁹. Cette précision, qui montre que la traduction saisit les nuances entre les différentes variantes d'une même langue, rassurera certainement les linguistes, mais pas seulement. Elle fait aussi figure de gage de qualité : pour l'artiste, en particulier lorsque son œuvre traite de spécificités de son aire géographique et

⁵⁶⁷ D'après nos relevés, 80 personnes différentes ont été citées en tant que traducteur-ices d'œuvres dans le catalogue de Reprodukt. Ce chiffre ne prend cependant pas en compte les occurrences où plusieurs traducteurs ou traductrices ont travaillé ensemble sur la même traduction, que ce soit parce qu'il s'agit d'une compilation de différentes œuvres traduites par différentes personnes ou lorsqu'une œuvre a nécessité plusieurs traducteurs, pour d'autres raisons. En comptabilisant les différentes « équipes » de traducteurs et traductrices, il y a 89 combinaisons ayant travaillé pour Reprodukt.

⁵⁶⁸ Ces langues sont l'espagnol, le français, l'anglais, néerlandais, le suédois, le japonais, le finnois, l'italien, le letton et le norvégien. On peut éventuellement compter le flamand comme une langue distincte du néerlandais, ce qui amènerait le nombre de langues différentes depuis lesquelles ont été traduites les œuvres parues chez Reprodukt à 10.

⁵⁶⁹ « Hicksville | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/hicksville/> ; consulté le 28 mars 2020).

culturelle ; pour la maison d'édition qui a travaillé sur la première publication, qui souhaite peut-être valoriser des talents locaux et attirer les personnes intéressées par la lecture d'une œuvre dans sa langue originale ; pour les organisations étatiques qui financent l'adaptation à l'étranger de certaines publications⁵⁷⁰.

Entre liberté et exigence de la traduction

Jouer la transparence devrait ainsi être bénéfique aux différent-es acteurs et actrices de l'industrie de la bande dessinée. En particulier, les éléments que nous avons cités plairont sans doute aux traducteurs et traductrices qui pourraient être amené-es à travailler pour Reprodukt. Ils et elles y voient ainsi un signe, voire la preuve que leur profession est valorisée et surtout comprise par cette entreprise. En indiquant qu'il y a une nuance entre la langue anglaise étasunienne et la néozélandaise, la maison d'édition montre qu'elle prend soin de sélectionner des traducteur-ices adapté-es au texte. À l'inverse, cela montre également aux traducteur-ices qu'on leur laissera le choix de travailler sur des œuvres pour lesquelles ces personnes s'estiment elles-mêmes compétentes. C'est en tout cas ce que laisse entendre U. Pröfrock, qui a traduit 87 bandes dessinées pour Reprodukt, ce qui fait donc de lui le traducteur auquel la maison d'édition fait le plus appel.

En général, cela se passe de la manière suivante : la maison d'édition demande si on a le temps et l'envie de traduire quelque chose. Puis, ils envoient le livre et je le regarde. Il y a des choses que je ne ferais pas, parce que je n'ai aucun rapport avec elles. Dans ce cas, je ne trouverais pas non plus le ton juste pour elles. Je ne pourrais ni ne voudrais traduire des bandes dessinées de super-héros, par exemple, parce qu'il faut pour cela être complètement immergé dans ces univers de super-héros. Ce qui n'est pas mon cas. Je ne serais pas

⁵⁷⁰ Nous avons examiné le cas particulier des pays francophones dans notre article paru dans le *Journal of Comics & Culture*. L'État canadien finance ainsi volontiers la traduction d'œuvres créées par des artistes du Canada. R. BECKER, « Which Francophone comics are transferred to the German-speaking world... and how? », *op. cit.*.

compétent pour cela. Il y a aussi des choses en français que je ne traduirais pas. Lorsqu'il s'agit par exemple d'un langage d'ados ultra branché. C'est pour cela que je me fais d'abord envoyer les livres pour y jeter un coup d'œil.⁵⁷¹

La liberté d'accepter ou non de traduire un texte semble fondamentale, mais le traducteur laisse pourtant entendre au cours de l'interview que toutes les maisons d'édition ne travaillent pas de la même manière. Plus loin, U. Pröfrock explique à quel point il apprécie l'exigence des rédacteur·ices (rappelons que l'on parle de « *Lektor* », en allemand, ce qui révèle que la relecture est au centre de leur travail) des maisons d'édition Reprodukt et Carlsen : le traducteur est apparemment plus intéressé par le travail bien fait, satisfaisant tant au niveau professionnel que personnel, que par des horaires de travail plus légers. Dans une autre interview, il critique justement le fait que dans la plupart des maisons d'édition, on ne lui laisse pas assez de temps pour effectuer chaque traduction ou qu'on ne le rémunère pas assez par rapport au temps qu'il investit dans son travail : « pour un niveau élevé de qualité, j'ai besoin de temps, et celui-là, on ne me le paie pas. »⁵⁷² Selon lui, le manque d'exigence de certaines maisons d'édition pousserait des collègues à réaliser des traductions de moins bonne qualité, faites à la va-vite. « Cela permet de gagner plus, c'est sûr. Apparemment, cela n'intéresse pas la maison d'édition, elle imprime la chose. Une idée qui est pour moi tout à fait aberrante. »⁵⁷³ Parlant de son travail avec Reprodukt, il évoque au contraire le professionnalisme et l'exigence de cette maison.

⁵⁷¹ « Es läuft in der Regel so, dass der Verlag anfragt, ob man Zeit und Lust hat, etwas zu übersetzen. Dann schicken sie das Buch und ich schaue es mir an. Es gibt Dinge, die ich nicht machen würde, weil ich zu ihnen keinen Bezug habe. Dann würde ich auch nicht die richtige Sprache finden. Ich könnte und wollte zum Beispiel keine Superheldencomics übersetzen, weil man da völlig in diesen Superheldenuniversen drin sein muss. Und das bin ich nicht. Dafür wäre ich nicht kompetent. Es gibt auch Dinge aus dem Französischen, die ich nicht machen könnte. Wenn es zum Beispiel eine zu extrem aktuelle Jugendsprache wäre. Daher lasse ich mir die Bücher zuerst schicken, um sie mir anzugucken », Ulrich Pröfrock in LINNEA, « Interview mit Ulrich Pröfrock », *op. cit.*

⁵⁷² « Für hohe Qualität benötige ich aber mehr Zeit, und die wird mir nicht bezahlt. », Ulrich Pröfrock in R. HARMSEN, « „Ein Eingriff in die Grafik ist tabu“ », sur *Goethe.de*, juin 2016 (en ligne : <https://www.goethe.de/de/kul/lit/20796112.html> ; consulté le 31 mars 2020).

⁵⁷³ « Damit verdient man mehr, keine Frage. Offenbar interessiert es den Verlag auch nicht, der druckt das Zeug. Eine Vorstellung, die mir völlig abwegig ist. », Ulrich Pröfrock in LINNEA, « Interview mit Ulrich Pröfrock », *op. cit.*

On y fait un travail de rédaction [et de relecture] très bon et très intense. En effet, [Reprodukt] dit : nous faisons des livres avec du contenu qualitatif et prenons le temps qu'il faut. Dans un projet que j'ai fait pour Reprodukt, nous avons passé quatre-vingts, quatre-vingt-dix heures rien que pour discuter du texte une fois que je l'ai traduit. Mais ce n'est que de cette manière que tout cela prend une forme dont je peux ensuite être satisfait.⁵⁷⁴

Que la maison d'édition prenne l'équivalent de plusieurs semaines de travail pour discuter d'une traduction avec celui qui l'a faite témoigne d'un grand respect pour l'œuvre, dont on souhaite que l'adaptation soit la meilleure possible, mais aussi d'une compréhension du travail du traducteur. Cette discussion « post-traduction » avec ce dernier est un réel investissement, puisqu'elle est coûteuse en temps et donc en argent ; elle semble toutefois être l'unique façon d'obtenir un résultat de qualité suffisante pour le traducteur et l'éditeur. Cette considération dont il fait l'objet et l'exigence dont fait preuve Reprodukt ne se traduisent pas nécessairement par une rémunération plus élevée – cela n'est pas à exclure pour autant. En tout état de cause, U. Pröfrock apprécie suffisamment travailler avec la maison d'édition pour en être l'un des traducteurs les plus fidèles et les plus prolifiques depuis plus de vingt ans⁵⁷⁵.

Bien entendu, l'attitude de ce traducteur, particulièrement rigoureux, ne peut pas être considérée comme universelle. Toutefois, étant donné que la majorité des traducteurs et traductrices du catalogue de Reprodukt a traduit plus d'une bande dessinée et n'a donc pas refusé de se soumettre plusieurs fois à ses exigences, on peut estimer que la maison d'édition choisit généralement de travailler avec des personnes qui partagent sa vision du travail de traduction. L'attitude d'U. Pröfrock nous révèle donc en partie comment travaillent les près de

⁵⁷⁴ « Dort wird sehr gut und sehr intensiv lektoriert. Die sagen nämlich: Wir machen Bücher von inhaltlicher Qualität und wir nehmen uns die nötige Zeit. Bei einem Projekt für Reprodukt haben wir alleine in der Nachtextbesprechung noch achtzig, neunzig Stunden gebraucht. Aber nur so wird dann eine Textgestalt daraus, mit der ich hinterher zufrieden sein kann », Ulrich Pröfrock in *Id.*

⁵⁷⁵ U. Pröfrock signe sa première traduction chez Reprodukt en 2002 et sa deuxième en 2009 seulement. Depuis 2011, il travaille plus régulièrement avec Reprodukt, puisqu'en neuf ans, il a traduit 85 autres bandes dessinées.

80 autres traducteurs et traductrices de la maison d'édition. Mais au-delà de cet amour du travail bien fait, il est possible de tirer d'autres conclusions sur ces personnes et sur leur travail.

La constance de l'inconstance

Dressons maintenant le profil de ces traductions et de ces traducteurs et traductrices affiliés de près ou de loin à Reprodukt. Parce qu'il est le traducteur ayant travaillé sur le plus grand nombre d'œuvres parues dans la maison d'édition, nous nous pencherons avant tout sur U. Pröfrock et les œuvres sur lesquelles il a travaillé, afin de pouvoir déceler plus facilement des éléments récurrents, voire systématiques. Tout au long de notre analyse, nous pourrons alors comparer le profil de ce traducteur à celui des autres, ce qui nous permettra de dégager des caractéristiques communes, attendues ou promues par la maison d'édition.

Sur les 87 bandes dessinées qu'U. Pröfrock a traduites, deux l'ont été à partir de l'anglais : *Tamara Drewe*, de Posy Simmonds, paru en 2009, et *Im Schatten des Krieges: Reportagen aus Syrien, dem Irak und der Türkei* [*Rolling Blackouts : Dépêches de Turquie, de Syrie et d'Irak*] de Sarah Glidden, publié en 2016 – toutes les autres étaient écrites en français, dans la version originale. La traduction de *Tamara Drewe* n'est que la deuxième que le Fribourgeois a faite pour Reprodukt. Prenant encore ses marques chez l'éditeur et n'y ayant rien traduit depuis 2002, le fait qu'il ait traduit une œuvre anglaise pourrait bien résulter du manque d'expérience de l'entreprise avec ce traducteur. De toute évidence, la traduction depuis le français est sa prédilection – même si nous ne nions évidemment pas ses compétences en anglais. L'œuvre étant la première du catalogue de la maison d'édition qui soit produite par une artiste du Royaume-Uni, il se peut également que Reprodukt n'ait pas disposé de traducteur-ices

spécialisé-es dans cette aire géographique et ait alors fait appel à U. Pröfrock, qu'elle connaissait déjà⁵⁷⁶.

Tamara Drewe nous permet également de constater qu'un traducteur ou une traductrice n'est pas forcément affecté à un-e artiste de manière définitive, même pour des œuvres du même style, utilisant un registre langagier similaire. Les trois œuvres de P. Simmonds publiées chez Reprodukt, à savoir *Tamara Drewe*, *Gemma Boverly*, et *Cassandra Darke*, n'ont pas toutes été traduites par la même personne, mais respectivement par U. Pröfrock, Annette von der Weppen et par Sven Scheer. Même s'il n'y a aucune continuité scénaristique entre ces œuvres, le style reconnaissable de P. Simmonds – tant artistique que textuel – est bien présent dans les trois. Toutefois, les deux plus anciennes, *Tamara Drewe* et *Gemma Boverly*, se rejoignent sur d'autres points. Toutes deux ont d'abord été publiées dans *The Guardian* comme bande dessinée feuilleton et sont des réécritures d'œuvres littéraires, à savoir *Far from the Madding Crowd* [*Loin de la Foule Déchaînée*] (1874), de Thomas Hardy, et *Madame Bovary* (1857) de Gustave Flaubert respectivement. Pour être digne des œuvres, la traduction nécessite ainsi, outre les compétences de traduction de bande dessinée habituelles, des connaissances particulières en littérature, afin de retranscrire au mieux les nombreuses références insérées dans le texte de P. Simmonds – l'adaptation ne peut donc pas être confiée à n'importe qui.

C'est pour cette raison que le changement de traducteur-ice pour des œuvres pourtant similaires nous intrigue : manque de temps ou de motivation de la part d'U. Pröfrock ? Volonté de la maison d'édition de choisir un-e traducteur-ice plus compétent-e pour cette traduction particulière ? *Tamara Drewe* étant également la seule qu'Annette von der Weppen a traduite

⁵⁷⁶ Notons que Matthias Wieland, qui a pourtant traduit 9 œuvres sur les 17 en provenance du Royaume-Uni, avait déjà traduit une bande dessinée pour Reprodukt en 2005. Toutefois, celle-ci, *Tagebuch einer Reise*, avait été écrite par Craig Thompson, un artiste américain, et il est devenu un collaborateur régulier de Reprodukt à partir de 2012 seulement. En somme, Reprodukt ne connaissait peut-être pas les qualités de M. Wieland comme traducteur d'anglais du Royaume-Uni. Par ailleurs, les œuvres qu'il a traduites depuis l'anglais britannique visent avant tout un public jeune - les spécificités de ces variétés de la langue anglaise n'y sont sans doute pas aussi présentes que dans une œuvre de Posy Simmonds, destinée à un public plus âgé.

toute seule⁵⁷⁷ depuis l'anglais (sur 37 traductions faites pour Reprodukt, dont 14 depuis l'anglais), on peut alors douter de cette dernière possibilité : ses compétences en anglais ne sont pas nécessairement meilleures ou moins bonnes que celles d'U. Pröfrock. Toutefois, elle pourrait avoir une affinité particulière pour la littérature française, à laquelle fait référence *Gemma Boverly*, après tout. On est ici en mesure de se demander si les œuvres de P. Simmonds n'échapperaient pas tout particulièrement aux efforts des traducteurs et traductrices qui ne travaillent que dans une seule langue. De pur-es anglicistes traduiraient peut-être en restant au plus près du texte en soi plutôt que de l'intertexte, essentiel et international dans ces œuvres de P. Simmonds.

Revenons sur le fait qu'U. Pröfrock a traduit des œuvres rédigées dans différentes langues originales. Nous n'avons pu identifier que deux autres traductrices ayant traduit des œuvres depuis plusieurs langues différentes pour Reprodukt⁵⁷⁸ ; tous les autres traducteurs et traductrices ne traduisent que depuis une seule langue (avec ses variations géographiques). On peut y voir un signe de la spécialisation de la majorité des traducteur-ices dans une seule langue, certes, mais aussi une preuve du fait que Reprodukt choisit d'attribuer des œuvres d'une seule langue à ses traducteurs et traductrices. Alors qu'U. Pröfrock n'a traduit que 2 œuvres sur 87 depuis l'anglais pour le compte de Reprodukt, il en traduit davantage pour d'autres maisons d'édition, comme Carlsen. Ainsi, nous ne pouvons pas exclure que davantage de traducteurs et traductrices puissent traduire des œuvres depuis différentes langues, mais que pour sa propre production, la maison d'édition les pousse à traduire des œuvres depuis une seule et même langue.

⁵⁷⁷ Notons qu'elle a traduit 12 tomes des *Mumins* aux côtés de Matthias Wieland et de Michael Groenewald. Même si l'autrice, Tove Jansson, était Finlandaise, ces œuvres spécifiques avaient été publiées en anglais dans le journal *Evening News*. Ainsi, Von der Weppen a bien traduit de nombreuses œuvres depuis l'anglais, mais l'a fait en collaboration avec d'autres traducteurs.

⁵⁷⁸ Il s'agit d'Ulrich Pröfrock, d'Annette von der Weppen, et de Marion Herbert, qui ont traduit au moins une œuvre écrite en français à l'origine et une autre dont l'anglais était la langue originale.

L'autre bande dessinée qu'U. Pröfrock a traduite depuis l'anglais, *Im Schatten des Krieges*, possède la même particularité que celle de P. Simmonds : alors que cette œuvre de Sarah Glidden a été traduite par U. Pröfrock, l'autre œuvre parue chez Reprodukt, *Israel verstehen in 60 Tagen oder weniger* [*Comment comprendre Israël en 60 jours (ou moins)*], a été traduite par Gerlinde Althoff, qui signe ici son unique traduction pour la maison d'édition. En fait, cette publication chez Reprodukt n'est pas la première publication allemande de l'œuvre de S. Glidden. En effet, la maison d'édition Panini avait déjà publié *Israel Verstehen* en 2011⁵⁷⁹, justement traduit par G. Althoff, qui travaille régulièrement auprès de cette grande maison d'édition. Reprodukt a ensuite acheté les droits pour une nouvelle publication de l'œuvre en 2017⁵⁸⁰ et n'en a pas changé la traduction. D'une part, G. Althoff est une traductrice de bandes dessinées compétente et la qualité de sa traduction convenait de toute évidence à Reprodukt, et d'autre part, une nouvelle traduction, peu importe à qui on l'aurait confiée, aurait été coûteuse. Lorsqu'elle peut éviter une telle dépense et réutiliser une traduction jugée suffisamment bonne, la maison d'édition fait donc le choix de la simplicité et de l'économie, et n'engage pas de nouveaux traducteurs ou traductrices.

Un autre élément que nous constatons avec *Im Schatten des Krieges* est que Reprodukt ne spécifie pas toujours la variété de la langue : bien que S. Glidden vienne des États-Unis, le site de Reprodukt indique qu'U. Pröfrock aurait traduit depuis l'anglais et non pas depuis « l'américain », comme c'est pourtant le cas pour *Fritz the Cat*, *Nausea*, et *Amerika* de Robert Crumb⁵⁸¹. Il n'est également pas spécifié qu'U. Pröfrock a traduit la série *Koma* de Frederik

⁵⁷⁹ S. GLIDDEN, *Israel verstehen in 60 Tagen oder weniger*, Stuttgart, Panini, 2011.

⁵⁸⁰ Dans un post de blog de décembre 2016, Reprodukt cite encore Panini comme la maison d'édition de l'œuvre. Or, il nous semble que dans un post pour faire la promotion d'une autre œuvre de la même artiste, cela aurait été l'occasion d'annoncer une nouvelle édition de son œuvre phare. Étant donné qu'*Israel verstehen* a été publié début 2018, nous pouvons être certains que les droits ont été rachetés au cours de l'année 2017. K. GROß, « Sarah Glidden: "Im Schatten des Krieges – Reportagen aus Syrien, dem Irak und der Türkei" », 2 décembre 2016 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/23586/> ; consulté le 31 mars 2020).

⁵⁸¹ « Fritz the Cat | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/fritz-the-cat/> ; consulté le 3 avril 2020) ; « Nausea | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/nausea/> ; consulté le 17 septembre 2019) ; « Amerika | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : https://reprodukt.com/products/amerika?_pos=1&_sid=4b40838d8&_ss=r ; consulté le 3 avril 2020).

Peeters et Pierre Wazem depuis le suisse romand⁵⁸², ni que les bandes dessinées écrites par Marguerite Abouet, par exemple *Aya: Leben in Yop City* [Aya : Vie à Yopougon], l'ont été depuis le français de Côte d'Ivoire par le même traducteur⁵⁸³. À titre d'autres exemples, *Grenzenlos* [Sans limites] aurait été traduit depuis l'anglais par S. Scheer⁵⁸⁴, tandis que *SuperMutant Magic Academy* [Académie Magique des SuperMutants] l'aurait été depuis l'américain par Jan Dinter⁵⁸⁵ ; pourtant, toutes deux ont été écrites par la même artiste, Jillian Tamaki, qui n'est ni anglaise, ni étasunienne, mais canadienne. La non-spécification de la variété de la langue ne saurait donc pas être liée à l'usage – ou non – de vocabulaire issu d'une telle langue, ni à la nationalité des artistes, mais témoigne avant tout de la manière parfois peu systématique dont Reprodukt présente ses œuvres. Cela témoigne à la fois du fait que plusieurs personnes différentes sont chargées d'ajouter des informations sur le site de Reprodukt, qui n'a pas de rédacteur ou de rédactrice stable, et qu'il n'y a pas de règles strictes pour l'annotation d'œuvres dans le catalogue. Ce fait, mais aussi le manque d'informations sur le parcours éditorial des œuvres, nous a non seulement posé problème dans l'analyse du catalogue de l'éditeur, mais encore nous pousse à mettre en cause le rôle de la maison d'édition comme archiviste.

Même si les différentes variétés de langue ne sont pas toujours bien spécifiées, l'origine des artistes joue un rôle parfois essentiel pour la traduction. En effet, c'est en raison de la nationalité ivoirienne de M. Abouet qu'*Aya: Leben in Yop City* a pu prétendre au soutien financier de la société Litprom avec les moyens financiers de l'*Auswärtige Amt* [Ministère des Affaires

⁵⁸² « Koma 1: Die Stimme der Schlote | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/koma/koma-1-die-stimme-der-schlote/> ; consulté le 3 avril 2020).

⁵⁸³ « Aya: Leben in Yop City | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/serien/aya-leben-in-yop-city/> ; consulté le 3 avril 2020).

⁵⁸⁴ « Grenzenlos | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/grenzenlos/> ; consulté le 4 avril 2020).

⁵⁸⁵ « SuperMutant Magic Academy | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/supermutant-magic-academy/> ; consulté le 4 avril 2020).

Étrangères d'Allemagne] »⁵⁸⁶. Étant donné que cette « Société pour la promotion de la littérature d'Afrique, d'Asie et d'Amérique Latine » milite pour « permettre par la littérature l'accès à des cultures et sociétés moins connues »⁵⁸⁷, l'origine peu commune de l'œuvre a pu lui garantir une traduction de qualité, bien rémunérée. Il en va de même pour *Mimi, Jakob und die sprechenden Hunde* des lettones Elina Brasliņa et Sanita Muižniece, dont la publication en 2021 avait reçu le soutien financier du programme « Creative Europe » de l'Union Européenne, précisément en raison de la nationalité des artistes.

Récompenser et rémunérer la traduction de bandes dessinées

Parmi les activités principales de l'association Litprom, il y a le financement de traductions d'œuvres africaines, asiatiques, sud-américaines, arabes et turques vers l'allemand, ainsi que la publication régulière d'une liste des meilleurs livres étrangers publiés en allemand⁵⁸⁸. Une recherche sur le site web de Litprom nous a permis de découvrir que sur les 9 bandes dessinées figurant dans son palmarès des meilleurs livres d'origine étrangère, 2 avaient été publiées par Reprodukt⁵⁸⁹ – une preuve que dans les pays germanophones, elle figure parmi le petit nombre de maisons d'édition de bandes dessinées qui publie des œuvres de ces aires culturelles sous-représentées. L'association étant très exigeante quant aux critères d'attribution et étant plus portée sur la littérature que sur le neuvième art, elle n'a obtenu des subventions du Ministère

⁵⁸⁶ « Die Übersetzung aus dem Französischen wurde mit Mitteln des Auswärtigen Amts unterstützt durch Litprom – Gesellschaft zur Förderung der Literatur aus Afrika, Asien und Lateinamerika e.V », in « Aya: Leben in Yop City », *op. cit.*

⁵⁸⁷ « [...] durch Literatur einen Zugang zu weniger bekannten Kulturen und Gesellschaften zu eröffnen », in « Willkommen », sur *Litprom*, s. d. (en ligne : <https://www.litprom.de/about-us.html> ; consulté le 4 avril 2022).

⁵⁸⁸ Cette liste, appelée « Weltempfänger », est publiée quatre fois par an et donne le nom de sept œuvres sélectionnées par un jury, ainsi que le nom d'une œuvre qui mériterait d'être traduite.

⁵⁸⁹ Nous avons trouvé neuf occurrences où une bande dessinée a intégré le palmarès du « Weltempfänger », ainsi qu'une bande dessinée qui avait été désignée comme œuvre qui mériterait d'être traduite en allemand. Sur toutes ces œuvres mises en avant, seule la traduction d'*Aya: Leben in Yop City* avait reçu un financement de Litprom. Avant-Verlag est également représentée avec deux œuvres dans ces palmarès, mais aucune d'entre elles n'a obtenu de subventions pour la traduction. « Résultats de recherche pour "Comic" », sur *Litprom*, s. d. (en ligne : <https://www.litprom.de/suchen/?search=comic> ; consulté le 4 avril 2022).

des Affaires Étrangères que pour 4 traductions de bandes dessinées, dont 3 ont été publiées par Reprodukt⁵⁹⁰.

La condition *sine qua non* pour obtenir un financement de Litprom : il faut garantir un « salaire d'au moins 19 euros par page normée⁵⁹¹ aux traducteur·ices. »⁵⁹² Une fois cette condition satisfaite pour une œuvre issue d'Afrique, d'Asie, ou d'Amérique latine, un comité décide de soutenir la publication – ou non.

L'association Litprom sollicite des avis d'expert·es indépendant·es qui doivent estimer la valeur littéraire de l'œuvre originale et surtout dans sa forme traduite. [...] Afin de pouvoir juger l'œuvre, il est vivement conseillé [de joindre] un échantillon de traduction significatif et qui a fait l'objet d'une relecture soigneuse.⁵⁹³

Pour un art qui, contrairement à la littérature, ne raconte pas seulement par le langage, mais surtout par le visuel, il s'avère bien sûr ardu de démontrer la qualité littéraire d'une œuvre. Mais ce qui devrait poser davantage de problèmes aux éditeurs de bandes dessinées est le salaire. L'intention qui sous-tend l'exigence d'un salaire minimal est louable, d'autant qu'avec 19 €, on se situe juste au-dessus de la moyenne en Allemagne, qui serait de 18,72 € par page, tous types de traduction littéraire confondus, selon le rapport de 2019 du *Verein der deutschsprachigen*

⁵⁹⁰ Plus précisément, le tome 2 d'*Aya* avait d'abord été publiée par Carlsen en 2007, puis en 2014 chez Reprodukt, dans une intégrale comportant aussi les tomes 1 et 3. Même si l'œuvre a été redécoupée et sans doute re-lettrée, la traduction, faite par K. Wilksen, a été conservée. De fait, trois des quatre traductions de bandes dessinées subventionnées par Litprom jusqu'en 2021 sont parues chez Reprodukt, mais l'entreprise était l'éditeur allemand original pour deux d'entre elles.

⁵⁹¹ C'est-à-dire par page de 30 lignes de 60 signes maximum.

⁵⁹² « An Förderung interessierte Verlage müssen ein Mindesthonorar von 19,- Euro je Normseite an die Übersetzer*innen zahlen. », « Informationen », sur *Litprom*, s. d. (en ligne : <https://www.litprom.de/foerderung/uebersetzungsfoerderung/litprom-suedkulturfonds/> ; consulté le 3 avril 2022)

⁵⁹³ « Litprom e.V. holt unabhängige Gutachten ein, die die literarische Bedeutung des Werkes im Original und vor allem in der Übersetzung beurteilen. [...] Eine gut lektorierte, aussagekräftige Übersetzungsprobe ist daher dringend zu empfehlen, um das Werk beurteilen zu können », in *Id.*.

*Übersetzer*innen* [association des traducteur·ices germanophones] (VdÜ)⁵⁹⁴. Pour pouvoir prétendre à cette subvention, il faut donc qu'une maison d'édition paie ses traducteurs et traductrices davantage que la moyenne allemande.

Or, cela empêche la majorité des bandes dessinées de prétendre à ce financement, puisque – comportant moins de texte et ayant un texte prétendument plus simple – leurs traducteur·ices sont payés de 12 à 21 € par page normée. Par ailleurs, la page normée pour une bande dessinée est de 32 lignes à 70 signes⁵⁹⁵, donc plus longue que la page de texte littéraire. Cela signifie que par ligne traduite ou par mot traduit, les traducteurs et traductrices de bande dessinée sont encore moins bien payé·es que ne le laisse supposer leur honoraire par page. D'après ce même rapport du VdÜ, 82 % des traducteurs et traductrices de bandes dessinées interrogé·es étaient payé·es à 12 € la page, donc au taux de rémunération le plus bas de la profession, tandis qu'un honoraire de 21 € était largement le plus élevé pour ce type de traduction recensé par le VdÜ⁵⁹⁶. La rémunération pour une traduction de bande dessinée est alors basse par rapport aux 13 à 40 € par page (avec une moyenne de 20,10 €)⁵⁹⁷ des traducteurs et traductrices germanophones de littérature française, par exemple.

Ainsi, une maison d'édition qui publie des textes littéraires peut faire financer la traduction d'une œuvre par l'association Litprom en payant un traducteur ou une traductrice un peu plus de la moyenne habituelle dans le secteur (ou moins, pour les traductions depuis le français), tandis qu'une maison d'édition qui publie des bandes dessinées ne peut présenter que des œuvres dont les traducteur·ices sont parmi les mieux rémunéré·es de l'industrie. De toute évidence, c'est le cas d'U. Pröfrock, dont la qualité de la traduction avait réussi à convaincre le jury de Litprom et de lui attribuer une des bourses convoitées. Étant donné qu'il a dû être rémunéré à hauteur de 19 € par page au moins pour cette œuvre, et qu'elle comporte 376 pages

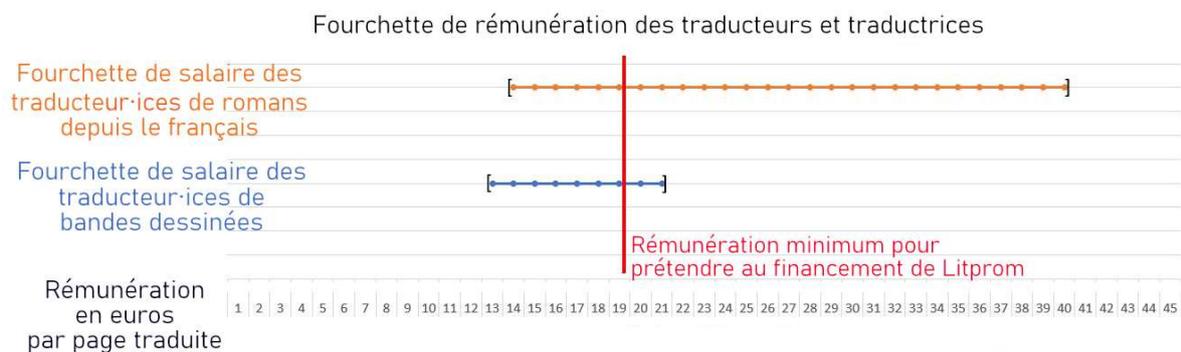
⁵⁹⁴ A. EMMERT, *Honorarumfrage 2017-18*, VdÜ, 2019, p. 1.

⁵⁹⁵ Les pages dites normées sont utilisées pour calculer l'honoraire des traducteur·ices. Pour les textes de littérature, la VdÜ estime que la page normée doit faire 30 lignes de 60 signes maximum (en incluant les espaces). *Ibid.*, p. 3.

⁵⁹⁶ « 23 identische Verträge [von 28] mit 12 € / Normseite », *Ibid.*, p. 6.

⁵⁹⁷ *Ibid.*, p. 5.

(moins en ce qui concerne le texte pur), le financement de cette traduction aura fait économiser une part non négligeable du prix de production de l'œuvre.



Source : sondage de 2019 de VdÜ sur les honoraires de la période 2017-18 de traducteur-ices en Allemagne

Figure 24: Graphique représentant les honoraires minimaux et maximaux des traducteur-ices de littérature et de bandes dessinées en Allemagne en 2018, comparés à l'honoraire requis pour postuler au financement de Litprom.

Par ailleurs, Reprodukt obtient régulièrement un soutien financier de la part d'autres organisations, moins intéressées par la bonne rémunération des traducteur-ices que par la promotion d'œuvres de certains pays. Il s'agit ici de financements octroyés par divers ministères (affaires étrangères, culture...), et par des associations étrangères promouvant une culture particulière. Ces financements sont plus faciles à obtenir que ceux de Litprom, puisqu'ils ne sont pas conditionnés par la qualité de la traduction ou par la rémunération des employé-es, mais uniquement par l'origine des artistes ayant créé l'œuvre concernée. L'argent obtenu pourrait être utilisé pour toute étape de la production (traduction, lettrage, impression...), mais de fait, puisqu'il ne peut être obtenu que pour des œuvres traduites, on peut imaginer que ce type de financement profite avant tout aux travailleurs et travailleuses de l'adaptation.

Sauf exception dont nous n'aurions alors pas connaissance, Reprodukt doit indiquer lorsqu'une telle aide financière a été obtenue. Ainsi, nous avons pu constater que plusieurs publications ont été directement financées par la Fédération Wallonie-Bruxelles ou par le *Canada Council for the Arts*, organisations étatiques désireuses de diffuser des œuvres issues des pays ou régions qu'elles représentent. Nous l'avons déjà étudié : la proximité des ambassades berlinoises est certainement un avantage pour Reprodukt lorsqu'il s'agit de demander ces aides, puisque les

affinités personnelles avec les employé-es de l'ambassade, mais aussi l'organisation d'événements communs, peuvent jouer en faveur de l'éditeur. Ces aides peuvent être distribuées de manière plus généreuse lors d'occasions particulières – on pensera ici à nouveau à la Foire du Livre de Francfort de 2020, où le Canada était l'invité d'honneur et avait soutenu financièrement la traduction d'une anthologie de Julie Doucet, de *Lehrjahre* [*Chroniques de jeunesse*] de Guy Delisle, ainsi que la réédition en format poche de *Ein Sommer am See* de Jillian et Mariko Tamaki⁵⁹⁸ pour Reprodukt. Il peut ainsi y avoir des périodes où l'éditeur publiera davantage d'œuvres venues d'un pays en particulier qu'à son habitude.

L'argent économisé par l'obtention de soutiens financiers peut permettre d'investir dans d'autres projets artistiques, tandis que le prestige dû à l'obtention de certains prix récompensant de bonnes traductions ou à certains financements peut attirer l'attention du public : une bonne traduction n'a donc seulement une valeur symbolique, mais peut s'avérer avoir de réelles répercussions sur le devenir d'une maison d'édition. Toutefois, une traduction de très bonne qualité peut rapporter aussi beaucoup d'argent à ses traducteurs et traductrices. En effet, pour la traduction de *Quai d'Orsay – Hinter den Kulissen der Macht* [*Quai d'Orsay – Chroniques diplomatiques*] de Christophe Blain et d'Abel Lanzac, le prestigieux prix Christoph-Martin-Wieland (d'un montant de 12 000 €) avait été décerné à U. Pröfrock. Ce prix biennal, financé par le *Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst* [Ministère pour la science, la recherche et l'art] du *Land* de Bade-Wurtemberg, « distingue la traduction exceptionnelle d'une œuvre littéraire de genres divers. »⁵⁹⁹ En 2015, c'est la première et unique fois que le prix Wieland récompense la traduction d'une bande dessinée. Selon le jury du prix, « Ulrich Pröfrock relève les défis particuliers posés par la traduction de bandes dessinées et

⁵⁹⁸ La traduction de cette œuvre ayant été financée pour le format dit « normal », la participation financière du Canada Council for the Arts s'est fait de manière fortuite pour cette nouvelle édition. L'organisation n'a pas eu à financer deux fois la même traduction. J. TAMAKI et M. TAMAKI, *Ein Sommer am See - Taschenbuch*, Berlin, Reprodukt, 2020.

⁵⁹⁹ « Er wird für die herausragende Übersetzung eines Werkes aus wechselnden literarischen Gattungen vergeben », in « Christoph-Martin-Wieland-Übersetzerpreis », sur *Freundeskreis zur Förderung literarischer und wissenschaftlicher Übersetzungen e.V.*, s. d. (en ligne : <https://freundeskreis-literaturuebersetzer.de/preise/wieland-uebersetzerpreis/> ; consulté le 7 avril 2020).

d'œuvres graphiques, tels que la conservation des relations texte-image et les intertextualités »⁶⁰⁰. Le travail d'adaptation d'U. Pröfrock pour *Reprodukt* aurait été magistral pour cette œuvre en particulier, comme le montrent quelques-uns des détails dans lesquels entre le jury pour justifier son choix.

Dans sa traduction, Ulrich Pröfrock utilise la totalité des registres langagiers pour transposer depuis l'original français vers l'allemand les changements abrupts entre jargon diplomatique officiel et phrases banales officieuses, entre débat politique, vanité culturelle et lieux communs quotidiens. Pour caractériser les personnages, il a trouvé le langage approprié à chacun d'entre eux, afin de faire vivre leur évolution personnelle et de les situer dans leur environnement. Sa transposition ne nous donne pas seulement, comme l'annonce le titre, un aperçu des coulisses du pouvoir, elle révèle l'aspect manipulateur de la langue dont se servent les puissants dans leur bras de fer, sans pour autant perdre le ton léger et vivace de l'original.⁶⁰¹

On ne peut pas contester l'appréciation élogieuse du jury pour le travail d'U. Pröfrock et de *Reprodukt* en général, puisqu'en près de quarante ans d'existence, seules six bandes dessinées ont été nommées dans les *shortlists* du prix Wieland, et deux, dont *Quai d'Orsay*, ont été

⁶⁰⁰ « Den besonderen Herausforderungen bei der Übersetzung von Comics und graphischer Literatur, wie der Wahrung der Text-Bild-Beziehungen und der Intertextualitäten, wird U. Pröfrock in hervorragender Weise gerecht », in H. PFETSCH, « Pressemitteilung: Ulrich Pröfrock erhält den mit 12.000 Euro dotierten Christoph Martin Wieland-Übersetzerpreis 201 », *op. cit.*

⁶⁰¹ « Ulrich Pröfrock zieht bei seiner Übersetzung alle sprachlichen Register, um die abrupten Wechsel zwischen offiziellem Diplomatenjargon und inoffizieller Phrasendrescherei, zwischen politischem Diskurs, kultureller Prahlerie und alltäglichem Kleinklein aus der französischsprachigen Vorlage ins Deutsche zu übertragen. Für die Charakterisierung der Figuren hat er jeweils eine angemessene Sprache gefunden, um deren persönliche Entwicklung und situative Verortung lebendig werden zu lassen. Seine Übertragung lässt uns nicht nur, wie im Titel angekündigt, hinter die Kulissen der Macht schauen, sie entlarvt den manipulativen Einsatz der Sprache im Tauziehen der Mächtigen, ohne dabei den federleichten und lebendigen Grundton des Originals zu verlieren. », Nathalie Mälzer in *Id.*

publiées par l'éditeur berlinois⁶⁰². Ce prix illustre que l'éditeur s'entoure avant tout de professionnel·les reconnu·es pour leurs compétences. Il est aussi évident que la maison d'édition, qui a fait appel au traducteur pour presque un cinquième de ses œuvres importées, reconnaît les qualités du Fribourgeois. Si pour la majorité des maisons d'édition, le fait d'apprécier le travail et « de mentionner le nom du traducteur [ne sont] malheureusement toujours pas une évidence »⁶⁰³, pour Reprodukt, cela semble être acquis si bien qu'Ulrich Pröfrock est amicalement surnommé « Uli » dans la fiche bibliographique d'une autre œuvre de Christophe Blain, *Sokrates der Halbhund 3: Ödipus in Korinth* [*Socrate le demi-chien 3 : Œdipe à Corinthe*]. S'il continue de travailler aussi étroitement avec Reprodukt, ce n'est pas uniquement parce qu'on y apprécie son travail, qu'on le valorise dignement, qu'on lui fait traduire des œuvres prestigieuses lui permettant de gagner des prix, mais aussi en raison des relations amicales tissées désormais avec la maison d'édition.

Rappelons toutefois que même si U. Pröfrock fait partie des traducteur·ices de bande dessinée les mieux payés d'Allemagne (en témoigne l'obtention du financement Litprom), son travail pour Reprodukt ne lui suffirait pas pour gagner sa vie. Ainsi, parallèlement à ses traductions pour la maison d'édition berlinoise, il en effectue également pour d'autres maisons d'édition, dont Carlsen, et il a été longtemps propriétaire d'une boutique de bandes dessinées à Fribourg, « X für U »⁶⁰⁴. La multiplication des activités professionnelles n'est pas l'exception, mais la règle : tous les traducteurs et toutes les traductrices pour Reprodukt sont obligé·es de traduire pour d'autres maisons d'édition ou d'avoir un autre métier à côté – c'est aussi le cas des artistes, comme nous l'avions déjà évoqué. Certain·es travaillent même auprès de Reprodukt en dehors

⁶⁰² L'autre œuvre de Reprodukt qui avait été nommée est *Jimmy Corrigan. Der klügste Junge der Welt*. « Wieland-Preis an Comic-Übersetzer Ulrich Pröfrock - Federleichter Grundton des Originals erhalten », sur *Börsenblatt*, 12 juin 2015 (en ligne : https://www.boersenblatt.net/2015-06-12-artikel-federleichter-grundton-des-originals-erhalten-wieland-preis-an-comic-__bersetzer-ulrich-proefrock.969247.html ; consulté le 7 avril 2020).

⁶⁰³ « Bei den Comicverlagen ist die Nennung des Übersetzernamens leider immer noch keine Selbstverständlichkeit », Helge Pfetsch in H. PFETSCH, « Pressemitteilung: Ulrich Pröfrock erhält den mit 12.000 Euro dotierten Christoph Martin Wieland-Übersetzerpreis 201 », *op. cit.*

⁶⁰⁴ D. REHM, « Kai Wilksen (1962–2011) | Reprodukt », 13 juillet 2011 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/kai-wilksen-1962-2011/> ; consulté le 7 avril 2020)

de leur activité de traduction. Ainsi, lorsque Klara Groß était responsable de la fabrication des livres, Katja Schmitz-Dräger chargée de l'événementiel⁶⁰⁵ et Jutta Harms entre autres responsable des relations avec la presse – toutes trois traduisaient aussi des œuvres pour la maison d'édition.

Dans ces cas précis et dans d'autres, ce travail supplémentaire est en fait l'activité rémunératrice principale, tandis que la traduction est un travail, voire un passe-temps, occasionnel. La traduction peut alors être un projet lié à une œuvre spécifique, dont l'adaptation passionne tout particulièrement une personne, sans que celle-ci soit pour autant traducteur ou traductrice de profession⁶⁰⁶. Un exemple parlant à ce sujet est la bande dessinée *Goliath* de Tom Gauld, traduite en 2012 par Nicolas Mahler, lui-même artiste. Il signe ici l'unique traduction de sa carrière : non pas que la qualité de son travail n'ait pas été à la hauteur des exigences de la maison d'édition, mais parce que cette œuvre est la seule qu'il ait souhaité traduire. « Passionné par l'humour laconique de l'Écossais et s'identifiant au *berserker* Goliath »⁶⁰⁷, N. Mahler aurait voulu traduire cette œuvre dont l'humour est très proche du sien dans les œuvres qu'il a publiées pour l'éditeur berlinois. Notamment pour ces traducteurs occasionnels, il est certain qu'il y a une certaine liberté quant aux œuvres qu'ils travaillent : chez Reprodukt, les traducteurs et traductrices peuvent choisir les textes qu'ils et elles traduisent.

Enfin, notons que la traduction du troisième tome de la série *The Artist* d'Anna Haifisch, *Ode an die Feder* [Ode à la plume] (le seul qui contienne des passages écrits à l'origine en anglais), a été effectuée par Marcel Beyer. Le fait qu'un auteur de tel renom, notamment lauréat du

⁶⁰⁵ En dehors de son activité pour Reprodukt, elle travaille également comme historienne et comme autrice.

⁶⁰⁶ Se pose ici la question de savoir qui peut être considéré comme traducteur ou traductrice professionnel-le : une personne ayant fait des études ou suivi une formation spécifique ? Quiconque gagne sa vie (ou au moins en partie) en faisant des traductions ? Une personne qui a traduit un certain nombre de textes pour autrui ? À titre d'exemple, Jutta Harms était avant tout éditrice pour Reprodukt, mais elle a traduit au moins 10 livres publiés : serait-elle moins traductrice professionnelle qu'une autre personne, pour la simple raison que ce n'était pas son activité principale chez l'éditeur ?

⁶⁰⁷ « Ihn muss der lakonische Humor des Schotten, aber auch dessen Einfühlung in den vermeintlichen Berserker Goliath begeistern haben. », A. PLATTHAUS, « Goliath ganz groß », sur *Frankfurter Allgemeine*, 1^{er} novembre 2012 (en ligne : <https://blogs.faz.net/comic/2012/11/01/goliath-ganz-gross-253/> ; consulté le 26 avril 2020).

prestigieux prix Georg Büchner, ait travaillé sur une œuvre de Reprodukt, en fait un argument de poids pour acheter l'œuvre et participe d'une reconnaissance plus grande accordée au neuvième art. Même si cette coopération résulte davantage de l'amitié entre A. Haifisch et M. Beyer que d'une initiative de Reprodukt, l'œuvre lie désormais le nom de l'auteur et de l'éditeur de bandes dessinées, ce qui ajoute au prestige de cette entreprise multi-primée. Cette dernière n'hésite d'ailleurs pas à valoriser la collaboration exceptionnelle. Il s'agit ainsi de la seule bande dessinée de l'éditeur qui comporte un nom de traducteur ou de traductrice sur sa couverture : inscrit sur un macaron rouge, « *übersetzt von Marcel Beyer* » [traduit par Marcel Beyer] semble être une information tout aussi essentielle que le nom de l'artiste et le titre du livre. L'autocollant avec ce texte pouvant facilement être retiré, il aide à vendre l'œuvre, mais ne fait pas partie inhérente de l'objet livre, une fois acquis. La stratégie marketing de l'éditeur consiste à rapprocher la bande dessinée d'un grand nom du roman, afin d'attirer un public friand de littérature (notamment de M. Beyer) et non pas de bandes dessinées. Reprodukt tire ainsi parti de la renommée du traducteur et pourra toucher un lectorat qui ne connaît pas A. Haifisch ou la série *The Artist*.

Préciser la génétique des adaptations – une omission volontaire ?

À l'inverse, la maison d'édition ne cherche pas toujours à revendiquer sa proximité avec d'autres éditeurs, notamment lorsqu'elle achète leurs droits d'adaptation et reprend leurs traductions. Cette omission du parcours éditorial des œuvres est particulièrement flagrant pour les bandes dessinées de L. Trondheim, qui ont souvent été refaçonnées par plusieurs éditeurs. Ainsi, on retrouve le nom de Tanja Krämling pour 13 œuvres publiées chez Reprodukt, alors que celle-ci n'a jamais travaillé directement avec l'éditeur : elle était en effet la traductrice attitrée de L. Trondheim chez Carlsen, où ces œuvres avaient connu leur première adaptation allemande. Son style de traduction a dû plaire à la maison d'édition, puisque sur les 44 tomes de la série *Donjon* parus chez Reprodukt et majoritairement traduits par Kai Wilksen (24 tomes), les huit traductions qu'elle avait faites pour l'entreprise hambourgeoise ont été conservées. Il en va de même pour les traductions de L. Trondheim réalisées par Joachim Kaps : comme la traduction

d'une œuvre déjà traduite est coûteuse et ne présente pas toujours d'intérêt, cela explique pourquoi on retrouve le nom de cet ancien directeur de Carlsen et de Tokyopop, désormais directeur d'altravers, toutes des maisons d'édition concurrentes, dans le catalogue de Reprodukt. Même lorsqu'il s'agit d'une œuvre dans une série, même lorsque le traducteur ou la traductrice n'est pas affilié-e à Reprodukt, la maison d'édition préfère ainsi généralement conserver la première version allemande plutôt que d'engager le travail d'une nouvelle traduction. Ce n'est cependant pas le cas pour le lettrage, comme nous le verrons dans la sous-partie suivante. En outre, deux œuvres de L. Trondheim en particulier n'ont pas été retravaillées du tout par l'éditeur, alors qu'elles figurent sur son site internet : *Mein Freund, der Rechner* [*Ordinateur, mon ami*] et *Nicht ohne meine Konsole* [*Cyberculture, mon amour*]. Comme l'explique la maison d'édition dans la description de ces œuvres sur son site, « [elle a] repris les tirages restants des titres [...] de Carlsen, qui sont exclusivement disponibles par le biais de Reprodukt. »⁶⁰⁸ Comme il s'agit ici seulement d'écouler des stocks, possiblement avant de rééditer (et peut-être de retraduire) ces œuvres, Reprodukt n'a pas eu à remplacer le travail de la traductrice originelle, Tanja Krämling : l'œuvre reste, après tout, celle publiée par Carlsen, identique à celle vendue avant le rachat des stocks par une autre entreprise.

Comme pour la traduction d'*Israel verstehen* de S. Glidden que nous avons mentionnée précédemment, Reprodukt n'explique pas la trajectoire de l'œuvre dans sa fiche en ligne ou à l'intérieur du livre. Le nom des traducteurs et traductrices est donné sans préciser qu'ils et elles avaient traduit l'œuvre pour une autre maison d'édition, et sans mentionner la date de la traduction. Y a-t-il là une volonté de limiter le nombre d'informations affichées pour faciliter la lecture des fiches descriptives des œuvres ? On peut aussi supposer qu'il vaut mieux démontrer la cohérence du catalogue plutôt que la diversité de ses trajectoires parfois complexes, notamment lorsqu'il s'agit d'une série de bandes dessinées. La chronologie de la série des *Die*

⁶⁰⁸ « Die Restauflagen der Titel "Mein Freund, der Rechner" und "Nicht ohne meine Konsole" wurden von Carlsen Comics übernommen und sind exklusiv über Reprodukt erhältlich », in « Nicht ohne meine Konsole | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/nicht-ohne-meine-konsole/> ; consulté le 31 mars 2020).

erstaunlichen/neuen Abenteuer von Herrn Hase, par exemple, avec ses diverses œuvres dérivées, est déjà compliquée, mais le devient d'autant plus si on y ajoute le fait que les originaux de cette dernière, *Les Formidables Aventures de Lapinot*, ont été publiés chez L'Association, puis chez Dargaud (où sont aussi parues *Les Formidables Aventures sans Lapinot*), puis qu'une suite, *Les Nouvelles aventures de Lapinot*, est sortie à nouveau chez L'Association. De surcroît, il existe des tomes plus ou moins liés à la série, par exemple *Mildiou*, paru aux Éditions du Seuil. En Allemagne s'ajoute encore une couche de complexité, puisque les premiers tomes ont d'abord été traduits par Carlsen, à part *Mildiou*, qui a été publié par Reprodukt⁶⁰⁹. Ensuite, l'éditeur berlinois a publié certains tomes *spin-offs* en désordre⁶¹⁰, republié les premiers tomes (qui étaient déjà parus chez Carlsen) et traduit les suites. Le résultat est qu'en allemand, cette même série a connu 5 traducteur-ices et, pour certains tomes, deux éditions différentes, tandis que d'autres ne sont à ce jour disponibles qu'en langue originale.

Œuvres dans l'ordre de parution	Traducteur ou traductrice	Publication chez Carlsen	Publication chez Reprodukt
<i>Lapinot et les carottes de Patagonie</i> , 1992	Ne sera pas publié en allemand ⁶¹¹		
<i>Slaloms</i> , 1993	N'a pas encore été publié en allemand		
<i>Mildiou</i> , 1994	Christine Raguenet	Non publié	<i>Mehltau</i> , 2000, réédition en 2022
<i>Blacktown</i> , 1995	Tanja Krämling ; Christine Raguenet	<i>Blacktown</i> , 2000	2010
<i>Pichenettes</i> , 1996	Joachim Kaps	<i>Verflucht!</i> , 1998	2011
<i>Walter</i> , 1996	Joachim Kaps	<i>Walter</i> , 1997	2011

⁶⁰⁹ *Mehltau* était l'une des rares bandes dessinées qui n'était ni répertoriée, ni même mentionnée sur le site de Reprodukt pendant la période où nous avons étudié son catalogue. Nous avons néanmoins pu vérifier que même si elle n'est plus disponible chez Reprodukt, cette œuvre avait bel et bien été publiée en l'an 2000. L'entreprise a publié une nouvelle édition de cette œuvre en 2022, donc après la période que nous avons étudiée. L'œuvre ne fait pas partie des tomes numérotés de la série des *Formidables Aventures de Lapinot*, mais comporte les mêmes personnages et le même style artistique.

⁶¹⁰ Le quatrième tome des *Erstaunlichen Abenteuer ohne Herrn Hase*, *Endkrass*, est ainsi sorti en 2010, tandis que le premier, *Die Abenteuer de Universums*, paraissait en 2018.

⁶¹¹ D'après un message de Dirk Rehm dans le forum *Comicforum*, « Il faut d'abord convaincre Lewis [Trondheim], qui n'était pas particulièrement enthousiaste à l'idée qu'on traduise le livre en allemand – ou dans n'importe quelle autre langue ». « Aber erstmal muss Lewis überzeugt werden, der von der Idee einer Veröffentlichung des Buches in deutscher - oder irgendeiner anderen - Sprache nicht besonders begeistert war », Dirk Rehm in « "Die erstaunlichen Abenteuer von Herrn Hase" von Lewis Trondheim [Archiv] », sur *Comicforum*, 10 mai 2010 (en ligne : <http://www.comicforum.de/archive/index.php?t-105945.html> ; consulté le 9 avril 2020).

<i>Slaloms</i> , 1997 ⁶¹²	Christine Raguenet	<i>Slaloms</i> , 1999	2010
<i>Les aventures de l'univers</i> , 1997	Ulrich Pröfrock	Non publié	<i>Die Abenteuer des Universums</i> , 2018
<i>Amour et intérim</i> , 1998	Tanja Krämling	<i>Liebe und sonstige Kleinigkeiten</i> , 2000	2012
<i>Vacances de printemps</i> , 1999	Tanja Krämling	<i>Frühlingserwachen</i> , 2001	2011
<i>Pour de vrai</i> , 1999	Tanja Krämling	<i>Ganz im Ernst</i> , 2001	2015
<i>Ordinateur mon ami</i> , 1999	Tanja Krämling	<i>Mein Freund, der Rechner</i> , 2002	Stocks vendus par Reproduct
<i>La couleur de l'enfer</i> , 2000	Tanja Krämling	<i>Die Farbe der Hölle</i> , 2001	2016
<i>Cyberculture mon amour</i> , 2001	Tanja Krämling	<i>Nicht ohne meine Konsole</i> , 2003	Stocks vendus par Reproduct
<i>L'accélérateur atomique</i> , 2003	Tanja Krämling	<i>Der atomare Teilchenbeschleuniger</i> , 2003	2022
<i>La vie comme elle vient</i> , 2004	Tanja Krämling	<i>Wie das Leben so spielt</i> , 2005	2022
<i>Top ouf</i> , 2010	Kai Wilksen	Non publié	<i>Endkrass</i> , 2010
<i>Un monde un peu meilleur</i> , 2017	Ulrich Pröfrock	Non publié	<i>Eine etwas bessere Welt</i> , 2018
<i>Les herbes folles</i> , 2019	Œuvre sans texte	Non publié	<i>Das verrückte Unkraut</i> , 2019
<i>Prosélytisme et morts-vivants</i> , 2020	Ulrich Pröfrock	Non publié	<i>Bekehrungswahn und lebende Tote</i> , 2021
<i>Un peu d'amour</i> , 2020	Ulrich Pröfrock	Non publié	<i>Ein bisschen Liebe</i> , 2021
<i>L'apocalypse joyeuse</i> , 2021	Ulrich Pröfrock	Non publié	<i>Die fröhliche Apokalypse</i> , 2021
Légende : Hors série (sélection) : L'Association, Le Seuil <i>Les formidables aventures de Lapinot</i> : Dargaud <i>Les formidables aventures sans Lapinot</i> : Dargaud <i>Les nouvelles aventures de Lapinot</i> : L'Association			

Tableau 9 : Sélection d'œuvres de Lewis Trondheim autour du personnage de Lapinot/Herr Hase et leurs adaptations en langue allemande.

Cette série particulière témoigne du fait que la traduction d'œuvres ne se fait pas toujours de manière linéaire, et qu'au contraire, les droits d'adaptation peuvent changer de propriétaires, sans pour autant que cela se voie dans le livre publié. Les traductions faites pour une maison d'édition peuvent ainsi finalement être publiées chez une autre. En ôtant ces informations de l'œuvre, on cache le contexte de production et on accentue la cohérence entre les différentes œuvres qu'un-e même artiste a écrites pour une même série. Mais cette omission ne se fait pas qu'au bénéfice de l'appréhension d'une série, puisqu'elle revêt également une signification symbolique pour la maison d'édition. En ne mentionnant pas la première maison d'édition de

⁶¹² Il s'agit d'une version entièrement redessinée et colorisée du *Slaloms* de 1993, qui avait été publié chez L'Association. Dans la numérotation de la série des *Formidables Aventures de Lapinot*, on a donné au *Slaloms* de 1993 le « 0 ».

L. Trondheim en Allemagne, Reprodukt s'affiche comme celle qui l'a découvert et révélé au public allemand, s'accaparant ainsi de fait une partie du travail d'adaptation qu'avait déjà effectué Carlsen avant elle. Cela dit, Reprodukt a retravaillé certaines des œuvres dont elle a acheté les droits à une autre maison d'édition allemande, ce qui demande également un travail sur le lettrage. Comme l'affirme Christian Maiwald, ancien responsable de la fabrication chez Reprodukt :

Il y a bien quelques changements [dans les rééditions de L. Trondheim]. Pour *Slaloms*, par exemple, nous avons renouvelé presque la moitié du texte. Cela est dû au fait que souvent, il était plus logique de reletter entièrement des bulles individuelles, même s'il n'y avait que quelques formulations ou mots à changer.⁶¹³

Pourtant, même si outre le format et le lettrage, elle change en partie la traduction de Carlsen, Reprodukt indique toujours uniquement le nom des traducteurs et traductrices de la première adaptation, rendant hommage à leur travail (et respectant leur droit d'auteur⁶¹⁴). Ces premier-es traducteur-ices apparaissent ainsi comme des personnes ayant travaillé directement avec la maison d'édition et non pas avec une autre. L'entreprise affiche ainsi une cohérence entre les personnes qui traduisent les œuvres qu'elle publie, toutes mentionnées de la même manière, qu'elles aient été en contact ou non avec Reprodukt. De la même manière, l'éditeur est soucieux

⁶¹³ « Es gibt schon einige Änderungen. Bei "Slaloms" zum Beispiel haben wir fast die Hälfte des Textes erneuert. Das kommt daher, dass es oft mehr Sinn machte, einzelne Blasen ganz neu zu lettern, wenn auch nur einzelne Formulierungen oder Wörter geändert wurden. », Christian Maiwald in « "Die erstaunlichen Abenteuer von Herrn Hase" von Lewis Trondheim [Archiv] », *op. cit.*

⁶¹⁴ D'après le §3 de la loi allemande sur les droits d'auteurs [*Urhebergesetzrecht*], le travail des traducteur-ices est tout autant protégé par le droit d'auteur que les œuvres traduites. « Les traductions et autres modifications d'une œuvre, qui sont les créations personnelles de la personne qui l'a modifiée, sont protégées en tant qu'œuvres à part, sans pour autant remettre en cause le droit d'auteur de l'œuvre modifiée. », « Übersetzungen und andere Bearbeitungen eines Werkes, die persönliche geistige Schöpfungen des Bearbeiters sind, werden unbeschadet des Urheberrechts am bearbeiteten Werk wie selbständige Werke geschützt », §3 de la loi « Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte » du 09/09/1965.

de nommer toutes les personnes impliquées lors de l'étape du lettrage, versant visuel de la traduction que nous étudierons dans la sous-partie suivante.

2) Lettrage à tous les étages : un art du visible invisibilisé

Le travail d'adaptation du contenu d'une bande dessinée ne se résume pas à la simple traduction textuelle, mais consiste aussi en l'adaptation de l'apparence physique du texte en lui-même. Nous l'avons déjà évoqué avec une citation de Côme Martin selon laquelle « le texte en bande dessinée est intrinsèquement visuel »⁶¹⁵, mais avons alors parlé de la longueur du texte. Or, la forme d'un texte ne se résume pas à sa seule longueur, mais aussi à son habillage, c'est-à-dire la forme que prend chaque lettre individuelle. La conception graphique du texte, l'apparence physique qu'il prend au sein d'une bande dessinée, est désignée comme « lettrage » et il est au cœur même du projet éditorial de *Reprodukt*.

Dans un article pour la revue de la Cité Internationale de la Bande Dessinée et de l'Image, dédié à la question, le chercheur Laurent Gerbier explique que le lettrage « touche à la spécificité même de la bande dessinée », puisqu'« il réalise la coexistence graphique du lisible et du visible »⁶¹⁶. En effet, le texte en bande dessinée possède certes un sens signifié « lisible », mais l'habillage du texte en tant que signifiant est un élément « visible », faisant du texte une partie du dessin parmi d'autres. En bref, le signe typographique a toujours « la particularité d'être à la fois texte et image »⁶¹⁷, ce qu'exploite le neuvième art plus fréquemment que la littérature, puisque ce premier se veut d'abord art visuel. Faisant partie de l'identité visuelle d'une bande dessinée, le lettrage est aussi une partie indissociable de l'adaptation d'une bande dessinée dans une autre langue. Le lettré ou la lettrée⁶¹⁸ est donc aussi forcément acteur ou actrice de la

⁶¹⁵ C. MARTIN, *Lire le récit multimodal, à la limite de ses habitudes*, op. cit., p. 197.

⁶¹⁶ L. GERBIER, « Lettrage », sur *neuvièmeart2.0*, septembre 2017 (en ligne : <http://neuvièmeart.citebd.org/spip.php?article1171> ; consulté le 20 août 2021).

⁶¹⁷ C. MARTIN, *Lire le récit multimodal, à la limite de ses habitudes*, op. cit., p. 195.

⁶¹⁸ Les expressions concurrentes « lettriste » et « lettrice » sont également utilisées comme forme féminine de « lettré ». Pour faciliter l'écriture épïcène dans ce travail, nous opterons cependant pour la forme « lettrée ».

traduction, insiste Érico Gonçalves de Assis lors d'un colloque sur la traduction et l'adaptation de bandes dessinées à l'université de Hildesheim en 2014.

Il est nécessaire de dire que le lettré est aussi un traducteur de bande dessinée. Si le texte d'une bande dessinée correspond à l'appréhension de tous les éléments sur la page, les caractéristiques graphiques du matériau linguistique inclus, alors la personne responsable de ces caractéristiques graphiques dans le texte traduit devrait aussi être considérée comme faisant partie du processus de traduction.⁶¹⁹

Ce travail de lettrage, alors qu'il fait partie intégrante du transfert vers une nouvelle langue, n'est pourtant que très rarement nommé dans la description des œuvres. Il n'est mentionné ni chez les grandes maisons d'édition comme Dargaud, Delcourt, Dupuis, Gallimard, Carlsen ou Egmont Ehapa, ni chez les alternatifs comme L'Association ou avant-Verlag. Même Cornélius, dont l'« efficacité rigoureuse »⁶²⁰ du lettrage est pourtant citée par L. Gerbier comme un modèle d'excellence dans un article pour la revue *Neuvième Art*, ne fait jamais ouvertement mention des personnes responsables de cette prouesse technique, que ce soit dans les dossiers de presse ou sur son site internet⁶²¹. Une analyse similaire à celle que nous avons déjà faite sur la présentation de la traduction a donc été effectuée au sujet du lettrage. Cela nous permet de constater qu'à ce jour, ni en Allemagne, ni en France, les maisons d'édition n'indiquent régulièrement qui est responsable du lettrage, à l'exception très notable de Reprodukt et de Casterman. L'éditeur berlinois est le seul à indiquer la méthodologie employée pour le lettrage

⁶¹⁹ « However[...] it is necessary to say that *the letterer is also a comics translator*. If the comics text corresponds to apprehending all the elements in the page, including graphic features of the linguistic material, the person responsible for these graphic features in the translated text should also be considered part of the translation process. », E. GONÇALVES DE ASSIS, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », dans N. Mälzer (éd.), *Comics – Übersetzungen und Adaptionen*, Berlin, Frank & Timme, 2015, p. 262.

⁶²⁰ L. GERBIER, « Lettrage », *op. cit.*.

⁶²¹ Voir par exemple « Mode O'Day », sur *Éditions Cornélius*, s. d. (en ligne : <https://www.cornelius.fr/> ; consulté le 21 août 2019).

et cite aussi systématiquement la personne ayant créé la fonte utilisée pour un lettrage fait à l'ordinateur.

Maison d'édition	Indique les lettrés	Indique le type de lettrage
Allemagne		
Avant-Verlag	Non	Non
Carlsen	Non	Non
Edition 52	Non	Non
Edition Moderne	Non	Non
Egmont Ehapa	Non	Non
Knesebeck	Non	Non
Kult Comics	Non	Non
Panini	Non	Non
Reprodukt	Oui	Oui
Rotopol	Non	Non
Splitter	Non	Non
Suhrkamp	Non	Non
Tokyopop	Non	Non
France-Belgique		
Çà et Là	Non	Non
Cambourakis	Non	Non
Casterman	Oui	Non
Cornélius	Non	Non
Dargaud	Non	Non
Delcourt	Non	Non
Dupuis	Non	Non
Futuropolis	Non	Non
Gallimard	Non	Non
L'Association	Non	Non
Urban Comics	Non	Non
Warum	Non	Non

Tableau 10 : Liste de maisons d'édition affichant – ou non – le nom des lettrés ou lettrées et la méthode de lettrage utilisée.

Comme pour la traduction, nous constatons à nouveau que l'étape de l'adaptation n'est généralement pas valorisée. Bien qu'il puisse également être récompensé par des prix, le travail du lettrage, est, de fait, systématiquement invisibilisé dans l'industrie de la bande dessinée,

même bien davantage que celui des traducteurs et traductrices. Que ce soit dans la publication en langue originale (quand le lettreur ou la lettreuse n'est pas l'artiste principal·e) ou dans l'adaptation à l'étranger, le lettrage n'est mis en avant que dans de très rares cas. C'est entre autres pour cette raison que Patricia Ann Roshell et Richard Starkings, du studio de lettrage Comicraft, désignent le lettrage comme « art invisible »⁶²² : dissimulé par les maisons d'édition, une grande partie du public n'est peut-être même pas consciente que ce travail a lieu. Mais s'ils le désignent comme « art invisible » c'est aussi parce que, selon eux, le lettrage se doit d'être « à la fois décoratif et discret »⁶²³.

En effet, sauf exception, il s'agit d'obtenir une harmonie entre les traits de l'illustration et ceux du texte, afin que ce dernier fasse partie intégrante de l'image et ne soit pas perçu comme élément disparate. Nous y reviendrons dans quelques pages, mais un dessin fait au pinceau et possédant des traits délicats et ronds serait par exemple mal contrebalancé par un texte dactylographié, aux formes rigides. Toujours est-il que dans l'idéal, le lettrage d'une adaptation imite celui de l'édition en langue originale, afin de conserver un lien harmonieux avec l'illustration et la tonalité du texte ; si le visuel original n'est pas conservé, cela peut avoir des conséquences importantes pour le sens d'une œuvre.

Sans doute est-ce ce statut d'imitation plus ou moins réussie qui contribue à ce que le lettrage soit davantage occulté que le travail de traduction : il n'émane pas de la main de l'artiste, est un intrus dans la supposée unicité artistique de l'œuvre. Certes, la traduction est aussi toujours une intrusion extérieure dans une œuvre, mais cette intervention est perçue comme nécessaire et acceptable. Nous avons d'ailleurs introduit un article sur la valorisation du lettrage en Allemagne⁶²⁴ par la célèbre formule « *Traduttore, traditore* », « Traduire, c'est trahir », afin de rappeler que la traduction et la perte de sens qui lui est systématiquement associée sont bien

⁶²² R. STARKINGS et P. A. ROSHELL, *Comic Book Lettering: The Comicraft Way*, Los Angeles, Active Images, 2003, p. 33.

⁶²³ « The comic book letterer's work must be at once Decorative and *Discreet* », *in Id.*

⁶²⁴ R. BECKER, « Lost in trans-lettering : pratiques du lettrage dans la bande dessinée allemande », *textimage*, n° 15, 2022 (en ligne : https://www.revue-textimage.com/21_espaces_texte_BD/becker1.html ; consulté le 28 août 2022).

connues et plus ou moins acceptées par le public. Tandis que la traduction est une pratique très courante dans la vie et les objets du quotidien, la « trahison » effectuée par le lettrage, elle, n'a guère été traitée dans l'histoire de la critique littéraire et peut paraître peu usuelle. On pensera ici par exemple aux chartes visuelles fixées par des entreprises pour leurs produits, dont les logos et polices ne changent pas d'un pays à un autre, contrairement à la langue employée. On accepte généralement qu'il y ait une traduction lorsque la langue originale nous est inaccessible, parce qu'on ne pourrait comprendre le texte autrement. Mais le lettrage étant, lui, un élément purement visuel, il est forcément instantanément accessible à condition de ne pas être malvoyant-e : l'apparence physique d'un hiéroglyphe est saisissable même lorsque le son qu'il représente ne l'est pas forcément. Pour l'adaptation d'une œuvre, son nouveau lettrage peut alors sembler superflu, ou pire : apparaître comme une mauvaise contrefaçon.

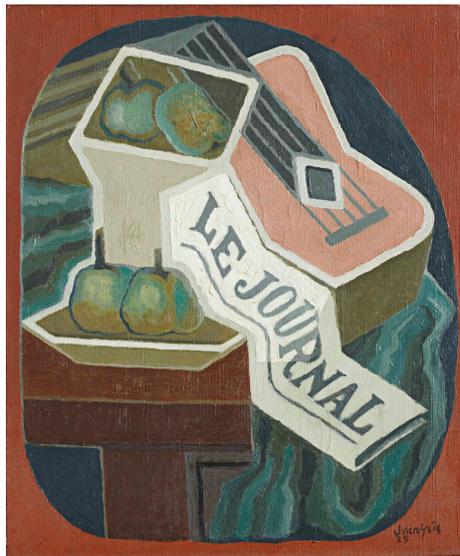


Illustration 28 : Comptoir et Journal, peint par Juan Gris en 1925. Huile sur toile.

Donnons-en un exemple en rapport avec un autre art visuel, pour expliciter en quoi le changement de lettrage relève presque du sacrilège : il ne paraîtrait pas aberrant que dans un musée allemand, le cartouche sous un tableau de Juan Gris traduise « Le Journal » par « *Die Zeitung* », afin de rendre accessible le texte à un public non francophone. Mais il est au contraire inimaginable que le musée fasse écrire la traduction directement sur le tableau et recouvre ainsi les lettres peintes par l'artiste, qui sont partie intégrante du visuel de l'œuvre.

C'est pourtant ce qui se fait dans l'adaptation de bandes dessinées : les lettres de l'original sont remplacées par celles de personnes tierces⁶²⁵. Révéler au grand jour cette activité d'adaptation revient ainsi à dévoiler que tous les éléments visuels d'une œuvre n'ont pas été créés par les artistes, mais en partie par des lettrés ou lettrées et, a fortiori, par une maison d'édition. Même si nous savons que telle est la réalité derrière la production de toute œuvre publiée, dans l'imaginaire collectif et pour des raisons de marketing, l'œuvre d'art est le plus souvent présentée comme émanant des artistes seul-es, nous parlant directement, sans intermédiaires. Pour éviter de réduire l'exposition des artistes, de révéler la paroi qui nous sépare d'elles et d'eux, la plupart des maisons d'édition ont donc choisi de dissimuler cet élément de la bande dessinée.

Le lettrage est un rouage certes (volontairement) caché, mais propre à toute bande dessinée contenant du texte et donc indispensable pour toute maison d'édition qui en produit ou en adapte. Le lettrage est porteur de sens et est ainsi indissociable du texte (le « lisible », selon la formule de L. Gerbier⁶²⁶) qu'il enveloppe et de l'image (le « visible ») que celui-ci accompagne, créant un lien supplémentaire entre les deux, faisant partie des deux à la fois. Tout choix de lettrage a un effet direct sur la perception et la signification d'une œuvre graphique : il change le signifié en influençant le signifiant. Si un bon lettrage manuel ne se substitue certes pas à une bonne traduction, un mauvais lettrage altère, comme l'affirme E. Gonçalves de Assis, l'essence même d'une œuvre. Pour fonder son point de vue, il prend comme exemple une version brésilienne d'*Arkham Asylum: A Serious House on Serious Earth* [*Les fous d'Arkham*], publiée chez Panini⁶²⁷, et cite une critique acerbe de cette œuvre faite par Liber Paz :

On a perdu toute l'expressivité du lettrage manuel, la nature organique des textes et de la parole ; on les a rendus mécaniques, standardisés et sans

⁶²⁵ Parfois, il peut aussi s'agir de lettres tracées par l'artiste même. Il s'agira cependant d'un traçage a posteriori, défigurant l'œuvre dans son édition originale (ou créant une œuvre nouvelle).

⁶²⁶ L. GERBIER, « Lettrage », *op. cit.*

⁶²⁷ D. MCKEAN et G. MORRISON, *Asilo Arkham - Uma Séria Casa em um Sério Mundo*, Tamboré, Panini, 2013.

expression. Ils sont à l'opposé de l'art de McKean. Dans le cas spécifique de la parole du [personnage du] Joker, non seulement l'expressivité a été compromise, mais certains passages sont devenus quasiment illisibles. C'est très, très mauvais. C'est un cas où le lettrage numérique, bien que pratique, ne fait pas l'affaire.⁶²⁸



Édition en langue originale
de DC Comics (1989)

Édition brésilienne
d'Editora Abril (1990)

Édition brésilienne
de Panini (2013)

Illustration 29 : Comparaison entre le lettrage d'Arkham Asylum dans son édition en langue originale (à gauche) et dans deux éditions brésiliennes différentes. La case du centre a été lettrée à la main par Lilian Mitsunaga, tandis que celle de droite a été lettrée à l'ordinateur. Seul le rire en bas de la case a été maintenu tel quel dans les deux adaptations.

Selon L. Paz, le simple fait d'avoir substitué au lettrage protéiforme de Gaspar Saladino un lettrage mécanique et régulier aurait fait perdre toute cohérence avec la complexité des dessins de Dave McKean et des personnages de Grant Morrison. Alors que les illustrations, la couleur et le sens général du texte sont similaires à l'édition originale parue chez DC en 1989, celle publiée chez Panini au Brésil en 2013 perd en grande partie ce qui faisait l'intérêt de l'œuvre, alors qu'une autre édition brésilienne, celle d'Editora Abril de 1990, avait fait le pari d'une

⁶²⁸ « Nesta atual versão, as letras foram feitas com composição digital. Assim, todos os caracteres ficaram com o mesmo tamanho, padronizados mecanicamente. Toda a expressividade da caligrafia manual foi perdida, perdeu-se toda a organicidade de textos e falas, deixando-os mecânicos, padronizados e sem expressão. Chegam a destoar da arte de McKean. No caso específico das falas do Coringa, não só a expressividade foi comprometida, mas certos trechos tornaram-se praticamente ilegíveis. Ficou muito, muito ruim. Este é um caso em que o letreiramento digital, apesar de prático, não dá conta do recado. », in L. PAZ, « Asilo Arkham - Uma Séria Casa em um Sério Mundo - Edição Definitiva », sur *UNIVERSO HQ*, 22 février 2013 (en ligne : <http://www.universohq.com/reviews/asilo-arkham-uma-seria-casa-em-um-serio-mundo-edicao-definitiva/> ; consulté le 1^{er} mai 2020), cité par E. GONÇALVES DE ASSIS, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », *op. cit.*, p. 263.

adaptation fidèle grâce à la lettréuse Lilian Mitsunaga. Les lettres de G. Saladino imitées par L. Mitsunaga, avec leur taille et leur forme irrégulières, leur placement anarchique et leurs contours peu nets, représentaient parfaitement la psyché du personnage telle que la lui avaient donnée D. McKean et G. Morrison. L'aspect des lettres donne l'impression d'avoir été écrites avec du sang, impression renforcée par les éclaboussures rouges autour du texte. Quant à la typographie de Panini, dont les lettres sont certes semblables à l'original, mais droites, uniformes et bien alignées, elle donne au personnage du Joker une stabilité d'esprit et des limites définies qu'il n'a pas. La taille des lettres étant plus petite que le rire en bas de la case, on pourrait même penser de manière erronée que le personnage chuchote ou parle à voix basse – c'est une convention du lettrage dans la bande dessinée. Esthétiquement, la petite taille de la police laisse également beaucoup d'espace noir/de vide à la droite du personnage dans la version de Panini, tandis que dans les deux autres, celui-ci est comblé par l'image des lettres figurant la parole. Enfin, le manque d'harmonie entre les deux lettrages différents dans la case renforce l'impression d'un lettrage mal conçu, incohérent par rapport à l'œuvre qu'il orne, tout comme la parole du personnage ne correspond pas à son caractère.

Cet exemple précis montre que le travail d'adaptation d'une maison d'édition de bande dessinée ne peut se limiter à la simple traduction du texte, mais doit aussi assurer le lettrage, dont la qualité va, comme celle de la traduction, jouer sur la réception d'une œuvre. Pour des œuvres littéraires, une maison d'édition est également confrontée à des choix typographiques, mais sauf exception, ceux-ci n'influeront guère sur la manière dont est lu un livre⁶²⁹. Nous ne connaissons ni les chiffres de vente, ni la réception critique de l'édition d'*Asilo Arkham* de Panini de 2013. Toutefois, le fait que Panini ait publié en 2016 une édition comportant un nouveau lettrage

⁶²⁹ Bien sûr, un roman qui serait écrit avec une police inadaptée (par exemple une fonte sans empattement comme le redouté Comic Sans) ne serait pas bien reçu par le public ou par la critique. Toutefois, le changement de police ne saurait généralement pas altérer la signification du texte ou son esthétique : sauf dans de rares cas, la littérature écrite repose avant tout sur le signifié du texte. La bande dessinée, elle, est un art avant tout visuel, où l'apparence du texte a une incidence réelle sur ce qu'il signifie.

laisse penser que le succès n'était pas au rendez-vous, étant donné l'investissement que représente une édition retravaillée.

Ainsi, la plupart du temps, la manière de letterer ne peut être laissée au hasard lors d'une adaptation de bande dessinée. E. Gonçalves de Assis explique par exemple qu'« il y a des conventions narratives qui ont été établies pour le letterage, que ce soient les diverses mises en forme de phylactères, de cartouches et d'onomatopées ou la manière de dessiner chaque lettre qui est chargée de sens. »⁶³⁰ De grandes lettres avec des contours épais dans une bulle en forme d'étoile peuvent ainsi exprimer le cri d'un personnage, tandis que des lettres aux traits fins et tremblants indiqueront l'incertitude ou un caractère timoré. Outre le volume sonore d'une réplique, le letterage peut représenter une tonalité ou un accent. Un personnage parlant avec une voix robotique pourrait ainsi justement être représenté par un texte dactylographié, tandis que l'accent germanique des peuples Goths dans *Astérix et les Goths*, publié par René Goscinny et Albert Uderzo en 1963, est représenté par un letterage en *Fraktur*, cette écriture parfois désignée comme « gothique ». De manière plus formelle, le letterage est sélectionné de manière à ne pas faire dépasser le texte des bulles, mais aussi à rendre le texte bien intelligible et lisible⁶³¹. Nous verrons plus loin que le letterage a été attaqué dans les pays germanophones pour cette dernière raison, justement : d'après certain-es détracteur-es de la bande dessinée, il serait trop différent des typographies du quotidien, et donc difficile à lire.

Outre les conventions graphiques qui gouvernent le letterage (mais qu'on peut contester⁶³²), il s'agirait également de respecter une certaine unité avec les autres icônes présentes sur la page, de conserver « la trace d'un geste, l'expression d'une main, c'est-à-dire ce que l'on nomme

⁶³⁰ « Also considering the storytelling aspect, there are narrative conventions that have been established for lettering, from various balloon, caption and onomatopoeia layouts to ways of drawing each letter that are charged with meaning. », E. GONÇALVES DE ASSIS, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », *op. cit.*, p. 252.

⁶³¹ Selon L. Gerbier, le letterage doit « s'efforce[r] en même temps de produire un écrit régulier, pour que le 'visible' de l'écrit soit aussi un 'lisible' » L. GERBIER, « Letterage », *op. cit.*

⁶³² Bien sûr, il peut aussi y avoir le parti pris de refuser ces conventions. Un letterage pourrait être si minuscule qu'il en devient illisible et montrer ainsi que quelqu'un marmonne, ou bien dépasser d'un phylactère pour montrer l'exubérance d'un personnage.

proprement une 'manière' », comme l'affirme L. Gerbier. Sachant que tout lettrage n'est pas nécessairement produit par l'artiste principal, il ajoute que « si [le lettrage] manifeste la singularité d'une main, cette main n'est cependant pas toujours celle de l'auteur lui-même : c'est parfois aussi celle d'un technicien spécialisé, un lettreur qui n'est pas le dessinateur. »⁶³³ Cette division du travail pour l'œuvre en langue originale peut avoir diverses raisons : écriture peu lisible des illustrateur.ices, volonté d'avoir un lettrage avec une forme particulière, envie de cohérence avec d'autres œuvres lettrées de la même manière⁶³⁴...

L'écart entre le tracé du dessin et celui du texte est notamment systématique dans les bandes dessinées asiatiques. En raison de la complexité de certains caractères d'écriture du japonais, par exemple, mais aussi afin d'accélérer la production d'œuvres, il y a une large prévalence du lettrage mécanique (et non pas manuel) dans les mangas⁶³⁵, généralement avec des polices spécifiques, relativement uniformisées⁶³⁶. Mais même dans ce cas, ajoute quant à lui E. Gonçalves de Assis, quand les « postes de dessin et de lettrage sont stratifiés et donnés à différents professionnels [...], il appartient au lettreur de choisir de créer une typographie avec un aspect graphique en harmonie avec le style de l'artiste ou un aspect qui essaie de suivre les tendances suggérées par la narration. »⁶³⁷ À une œuvre au style visuel extravagant et à la trame fantasque, on n'associe donc que rarement une typographie droite et régulière : la forme des lettres reflète le fond de l'œuvre.

⁶³³ L. GERBIER, « Lettrage », *op. cit.*

⁶³⁴ C'est notamment le cas pour nombre de bandes dessinées de super-héros publiées chez DC ou Marvel. Même si différents épisodes peuvent avoir été écrits et dessinés par différents artistes, il y a des conventions de lettrage maintenues entre ces différentes interprétations d'un même héros. Il serait étrange de lire un *comic book* ou l'écriture changerait d'un épisode à un autre (même si le style de dessin, lui, peut changer).

⁶³⁵ H. E. JÜNGST, « Die Oberflächengestaltung von Comics als Problem der Wissensvermittlung im Sachcomic », dans *Qualität fachsprachlicher Kommunikation*, Tübingen, Gunter Narr Verlag, 2004, p. 72.

⁶³⁶ W. S. ARMOUR et Y. TAKEYAMA, « Translating Japanese Typefaces in 'Manga': Bleach », *New Readings*, vol. 15, 1^{er} janvier 2015, p. 25.

⁶³⁷ « When the drawing and lettering posts are stratified and handed over to different professionals, however, it is up to the letterer to choose to create a typography with a graphic aspect that is in harmony with the artist's style or one that tries to follow tendencies suggested by the storytelling. », E. GONÇALVES DE ASSIS, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », *op. cit.*, p. 252.

Enfin, pour des lecteur·ices exigeant·es comme L. Gerbier, le lettrage devrait être l'expression d'une conscience artistique à part entière et ainsi être « la marque d'une singularité et d'une personnalité irréductible »⁶³⁸, ce que le chercheur Philippe Marion appelle la « graphiation »⁶³⁹ d'un·e artiste. Puisque le lettrage est un élément aussi significatif dans une bande dessinée, il semble tout à fait évident à E. Gonçalves de Assis qu'il ait son importance dans l'adaptation de cette bande dessinée à l'étranger.

Dans le contexte des traductions de bandes dessinées, le lettrage devient immensément pertinent. En ce qui concerne les étapes de la production, ce sont habituellement les phylactères, les cartouches et les onomatopées qui sont les seuls éléments qui sont altérés sur la page quand la bande dessinée est adaptée à la lecture dans une langue différente. En ce qui concerne l'esthétique et la narration, cependant, tout changement est susceptible d'altérer le texte dans son intégralité, en cela qu'il modifie des éléments essentiels et l'articulation entre ces éléments.⁶⁴⁰

Dans les faits, nous savons que contrairement à ce que déclare E. Gonçalves de Assis, le texte (tant la forme que son fond) n'est pas l'unique chose qui change d'une édition à une autre, puisqu'entre autres la couleur, le grammage du papier ou le format seront également altérés en raison de contraintes matérielles. À travers le choix du lettrage et de ces autres éléments, la maison d'édition qui adapte une œuvre contribue donc à l'apparence physique de celle-ci au même titre que les artistes. Comme le dit bien E. Gonçalves de Assis, la traduction du texte et

⁶³⁸ L. GERBIER, « Lettrage », *op. cit.*

⁶³⁹ P. MARION, *Traces en cases: travail graphique, figuration narrative et participation du lecteur*, Louvain-La-Neuve, Academia, 1993, p. 36

⁶⁴⁰ « In the context of *comics translations*, lettering becomes enormously relevant. In terms of production steps, it is usually the balloons, captions and onomatopoeia that are the only elements that are changed in the page when the comic is adapted for reading in a different language. In aesthetics-storytelling terms, however, each and every change is likely to affect the text as a whole, insofar as it modifies essential elements and the articulation between these elements. », E. GONÇALVES DE ASSIS, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », *op. cit.*, p. 253.

sa mise en forme sont des éléments essentiels à la narration et à son esthétique : une déviation trop importante de l'original risque de changer tout à fait la signification de l'œuvre.

Rappelons ici une évidence : *toutes* les maisons d'édition qui adaptent des bandes dessinées comportant un texte (ou du moins un paratexte : couverture, quatrième de couverture etc.) doivent faire appel à quelqu'un pour la traduction et pour le lettrage⁶⁴¹. Cependant, toutes ne l'indiquent pas. Dans les maisons d'édition que nous avons analysées, seules Casterman et Reprodukt ont publiquement affiché à qui était dû le lettrage d'une œuvre adaptée, et seul Reprodukt ajoute si le lettrage a été fait à la main ou à l'ordinateur – une particularité sur laquelle nous nous devons d'insister, tant l'éditeur se focalise sur cet élément négligé de la bande dessinée et tant il détonne dans l'aire germanophone.

[Jeu de main, jeu de Germains ? Pourquoi insister sur le lettrage manuel ?](#)

En ce qui concerne l'image qu'elle renvoie, la véritable spécificité de Reprodukt n'est pas seulement la mise en valeur des lettreurs et lettreuses, mais aussi celle des détails de leur travail, en indiquant si le travail a été fait à la main ou non. Comme pour la revendication de la traduction, même si elle fait de l'ombre aux artistes, il y a des avantages à cette valorisation du lettrage. Si a priori, rares sont les personnes qui souhaiteraient lire une œuvre adaptée pour la simple mention du nom de la personne responsable du lettrage, nul doute que pour certain-es artistes, ayants droit et lecteur-ices, un bon lettrage revête une véritable importance. Un échange de *tweets* entre Pénélope Bagieu et Dorothée de Monfreid, que nous verrons en fin de la prochaine sous-partie (Illustration 32, page 432), témoigne de l'enthousiasme que peuvent éprouver quelques artistes face à un bon lettrage. Nommer ses lettreurs et lettreuses, d'autant

⁶⁴¹ Même dans des cas exceptionnels, comme lorsque l'artiste est bilingue ou quand la bande dessinée est muette, un travail de traduction et de lettrage, aussi court soit-il, est néanmoins effectué. Même si l'artiste fait lui ou elle-même ce travail d'adaptation, il ou elle n'en est pas moins traducteur-ice et lettreur ou lettreuse, et sera nommé-e en tant que tel-le dans la description de l'œuvre chez Reprodukt. Pour les bandes dessinées muettes, il reste parfois d'infimes parties de texte à traduire – en fonction du cas, l'éditeur berlinois décide alors de citer ou non la personne les ayant traduites.

plus que très peu d'autres maisons d'édition le font, semble ainsi être une preuve qu'il s'agit de personnes qualifiées dont on est fier et dont les artistes devraient également être content·es. Cela peut donc déjà être un gage de confiance pour les ayants droit d'œuvres où le lettrage est très complexe et/ou revêt une signification particulière. Comme nous l'avions détaillé dans un article sur le lettrage en Allemagne, paru dans la revue *textimage*, certain·es artistes, dont Chris Ware, pourraient confier leurs œuvres à l'éditeur berlinois précisément en raison du lettrage :

Si Reprodukt a par exemple obtenu les droits pour l'adaptation de *Jimmy Corrigan* en langue allemande plutôt qu'une entreprise concurrente disposant de davantage de poids commercial, c'est sans doute parce que l'artiste Chris Ware, dont l'œuvre « puise une partie de sa puissance dans une saisie totale du signe [typographique] »⁶⁴², a été sensible au travail de lettrage chez Reprodukt – qui aura consacré dix années à cette adaptation précise⁶⁴³. Auprès de ce type d'artistes, l'entreprise jouit ainsi d'une image d'éditeur particulièrement engagé.⁶⁴⁴

Forcément, cette valorisation du travail de lettrage revêt aussi une certaine importance pour les personnes responsables du lettrage elles-mêmes. Le fait de les nommer est une reconnaissance d'autant plus significative qu'elle est rarissime, nous l'avons évoqué, et que leur travail n'est généralement pas couvert par le droit d'auteur allemand. En effet, comme l'a expliqué le juriste spécialisé en droits créatifs Gregor Theado à l'association *Lettering in Deutschland* [Lettrage en Allemagne] lors d'une conférence dédiée au sujet, « le droit d'auteur ne protège pas le travail investi. Il protège le travail créatif »⁶⁴⁵. Concrètement, cela signifie que si le lettrage consiste à

⁶⁴² J. DÜRRENMATT, « Le renouveau calligraphique dans la bande dessinée - L'exemple de Chris Ware », dans *Calligraphie, typographie*, Paris, Improviste, 2009, p. 278.

⁶⁴³ Voir S. MERTEN, « Ein Hoch auf die deutsche Graphic Novel! », *Der Tagesspiegel Online*, 3 mai 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comic-markt-ein-hoch-auf-die-deutsche-graphic-novel/13537506.html> ; consulté le 6 juin 2021).

⁶⁴⁴ R. BECKER, « Lost in trans-lettering : pratiques du lettrage dans la bande dessinée allemande », *op. cit.*

⁶⁴⁵ « Urheberrecht schützt nicht den Arbeitsaufwand. Es schützt die kreative Arbeit. », *Interview zum Thema Urheberrecht mit Rechtsanwalt Gregor Theado*, Sarrebruck, 5 février 2021 (en ligne : <https://lettering-in->

utiliser ou imiter une typographie déjà existante (comme c'est le cas pour la plupart des traductions de bandes dessinées), les lettrés et lettrées n'ayant pas effectué d'acte créatif à proprement parler, leur travail n'est pas couvert par le droit d'auteur. En citant les lettrés et lettrées, Reprodukt ne change certes pas la juridiction, mais l'éditeur livre une preuve visible qu'il reconnaît le travail effectué et qu'en cas de revente des droits de publication, il indiquera leur nom au nouvel éditeur. D'autres maisons d'édition ne sont pas aussi transparentes à cet égard.

À la citation du nom des lettrés et lettrées (ainsi que celui des créateur·ices de la fonte utilisée, en cas de lettrage mécanique) s'ajoute l'indication du type de lettrage, ou plus précisément de la manière dont il a été fait. La maison d'édition montre ainsi qu'elle comprend les enjeux derrière différentes techniques, ou au moins qu'elle est consciente des différentes compétences nécessitées pour le lettrage. Cela rend Reprodukt extrêmement attractive pour les lettrés et lettrées travaillant à la main, ainsi que pour les personnes créant des fontes informatiques : leur activité s'apparente à un véritable artisanat, dont ils et elles peuvent sans doute tirer une certaine fierté, à condition qu'on la valorise. On peut même considérer le lettrage comme une activité artistique à part entière, ce qui est corroboré par le fait qu'une partie des lettrés et lettrées ayant travaillé pour Reprodukt sont ou ont été des artistes de bande dessinée. Qu'ils ou elles se voient comme « technicien[·nes] spécialisé[·es] »⁶⁴⁶, comme artisan·es ou comme artistes, les lettrés et lettrées apprécieront de travailler pour une maison d'édition qui les reconnaît comme tel·les.

Le fait de préciser qu'il y a eu du « *Handlettering* », un lettrage manuel, peut également servir d'argument de vente pour le public, même lorsqu'il n'est pas vraiment passionné par le lettrage. Le travail manuel est en effet valorisé dans une société où il devient de plus en plus rare – et cela vaut pour de nombreuses industries, culturelles ou non. Qui dit « fait à la main » sous-entend

deutschland.de/2021/02/05/interview-zum-thema-urheberrecht-mit-rechtsanwalt-gregor-theado/ ; consulté le 6 juin 2023), 17:35–17:42.

⁶⁴⁶ L. GERBIER, « Lettrage », *op. cit.*

« de meilleure qualité » et « fait de manière artisanale et traditionnelle », que cela concerne un meuble, un vêtement ou... un lettrage de bande dessinée, justement. Selon Roy Cook, il s'agit, en outre, d'une qualité essentielle pour les éditeurs alternatifs que de mettre « l'accent sur l'artisanat et la qualité, et sur l'esthétique *do-it-yourself* »⁶⁴⁷. Cette valorisation du *handgemacht* [fait main] est directement revendiquée par la maison d'édition. Ainsi, son directeur déclarait lors d'une interview que « ce ne sont pas seulement les dessins et les textes, mais tous les aspects rédactionnels qui ont été [...] concrétisés par un travail manuscrit. [...] Au fil des années, nous avons conservé autant que possible le principe du 'fait à la main' »⁶⁴⁸. Sur le site internet de Reprodukt, le côté « traditionnel » du lettrage manuel est également vanté, presque comme un savoir-faire ancestral – et ce dès le tout premier article qui y a été publié : une nouvelle preuve de du caractère fondamental du lettrage pour cette maison d'édition.

Nous insistons particulièrement sur cet élément de la conception [le lettrage], c'est pourquoi le lettrage est fait à la main [...]. Pour la conception des textes et onomatopées en langue allemande, nous n'utilisons pas de polices d'ordinateur, mais missionnons avant tout des lettrés indépendants pour remplir cette tâche, comme il était habituel de le faire avant la révolution numérique.⁶⁴⁹

⁶⁴⁷ « emphasis on craft and quality, and the do-it-yourself aesthetic », R. T. COOK, « Underground and Alternative Comics », *op. cit.*, p. 41, faisant référence à C. HATFIELD, *Alternative comics: an emerging literature*, 1. ed, Jackson, University Press of Mississippi, 2005, p. 69.

⁶⁴⁸ « Nicht nur die Zeichnungen und Texte, sondern auch alle redaktionellen Aspekte wurden von den Autoren selbst entworfen und handschriftlich umgesetzt. Wenn man so will, sind das beinahe persönliche, gezeichnete «Briefe an die LeserInnen». Das Prinzip des «Handgemachten» haben wir über die Jahre aufrechterhalten, so gut es möglich war », Dirk Rehm in M. BEHRINGER, « Sonderpreis der Jury für eine besondere Leistung oder Publikation: Dirk Rehm (Reprodukt) », *op. cit.*.

⁶⁴⁹ « Wir legen besonderen Wert auf dieses Gestaltungselement, weshalb das Lettering von Hand erstellt wird (wenige Ausnahmen im Verlagsprogramm bestätigen diese Regel). Wir benutzen also für die Gestaltung der deutschsprachigen Texte und Soundwords keine Computerfonts, sondern beauftragen zumeist freie Letterer mit dieser Aufgabe, wie es vor der digitalen Revolution allgemein üblich war. », D. REHM, « Comics machen: Lettering », sur *Blog de Reprodukt*, 21 juillet 2009 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/comics-machen-lettering/> ; consulté le 3 mai 2021).

Un certain public, peut-être marqué à gauche et sensible aux questions écologiques, sera plus attentif aux produits moins industriels. Voulant récompenser le travail d'artisan-es, il achètera volontiers une bande dessinée qui comporte la mention « fait à la main », même si elle coûte plus cher qu'une autre. Reprodukt en appelle même à la nostalgie des client-es en insistant sur une pratique datant d'« avant la révolution numérique ». Une nostalgie illusoire, puisque le lettrage avec des fontes mécaniques – et non pas le lettrage fait à la main – est la règle en Allemagne depuis les années 1960. De plus, même quand le lettrage est d'abord élaboré à la main, on ne se passe pas aujourd'hui complètement d'outils numériques, comme l'explique d'ailleurs l'article de D. Rehm sur la fabrication du lettrage.

Le lettrage [d'abord fait à la main sur une feuille transparente] est scanné avec une résolution haute définition et le fichier est ouvert dans un programme de retouche d'image ou de mise en page. Avant de superposer la couche supplémentaire du lettrage à la page, on nettoie les taches et autres impuretés, et on efface aussi les annotations éventuelles du lettreur. [...] Ainsi, une page simple de bande dessinée est créée à partir de données d'image et de texte manuscrit.⁶⁵⁰

Le lettrage manuel d'aujourd'hui n'est donc pas vraiment une manière tout à fait traditionnelle de faire les choses : il y a une certaine part de marketing dans les propos de Reprodukt, voire une obsession, puisque l'éditeur situe la valeur artistique d'un lettrage dans la manière dont il a été tracé, et non pas dans la main qui a tenu le crayon. Même si l'argument de vente semble à première vue très alléchant, il n'est toutefois pas certain qu'il puisse contrebalancer le surcoût que représente un lettrage manuel par rapport à un lettrage mécanique.

⁶⁵⁰ « Das Lettering wird nun hochauflösend eingescannt und die Datei in einem Bildbearbeitungs- oder Layoutprogramm geöffnet. Bevor das Lettering als separate Bildebene auf die Seite gelegt wird, wird es noch von Flecken und anderen Unsauberkeiten befreit, auch eventuelle Anmerkungen des Letterers werden gelöscht. [...] So entsteht eine einzelne Comicseite aus Bilddaten und handgeschriebenem Text. », in *Id.*

Pourtant, Reprodukt choisit de poursuivre cette stratégie et de valoriser le lettrage – tout particulièrement le lettrage manuel – autant que possible. Cela, la maison d'édition le doit à D. Rehm, son fondateur et directeur. Celui-ci est en effet lui-même lettreur, plus précisément l'un des plus importants du monde germanophone, de renommée internationale. Son CV comporte notamment le lettrage des albums de *Tintin* de Hergé en allemand⁶⁵¹, celui des œuvres de Guy Delisle en anglais pour la maison d'édition canadienne Drawn & Quarterly⁶⁵² et celui de centaines d'autres. Le lettrage fait intimement partie de l'histoire de Reprodukt en général, puisque l'activité de lettreur de D. Rehm lui a même permis de financer entièrement les publications de Reprodukt pendant ses premières années⁶⁵³. La « gloire » de D. Rehm ne se fonde pas sur ses compétences informatiques – dont se sert aujourd'hui une majorité des lettreurs et lettreuses, et qu'il utilise, lui aussi, pour lettrer certaines œuvres⁶⁵⁴ – mais sur son lettrage à la main, d'une qualité singulière en Allemagne, à en croire les articles qui parlent de lui. « Rehm est l'une des rares personnes en Allemagne qui maîtrise l'art de lettrer des bandes dessinées même à la main »⁶⁵⁵, déclare-t-on ainsi dans l'un de ces textes qui se concentrent sur cette figure de la bande dessinée allemande. À l'origine, D. Rehm s'est improvisé éditeur pour pouvoir diffuser en Allemagne des œuvres qui lui étaient chères, mais le lettrage restait tout de même sa profession principale. Il est ainsi naturel qu'une maison d'édition fondée par un lettreur soit attentive à ses collègues, et à leur travail en particulier, d'autant plus si on la

⁶⁵¹ Comme Carlsen n'indique pas les lettreurs des œuvres qu'elle publie, nous ne pouvons nous fier qu'à des sources secondaires et à Dirk Rehm lui-même. Voir L. VON TÖRNE, « Tim und Struppi: Von Berlin gezeichnet », *op. cit.*.

⁶⁵² C'est un fait notable parce que Guy Delisle est lui-même Canadien et aurait pu aisément lettrer lui-même la traduction de son œuvre pour Drawn & Quarterly. Pourtant, la réalité est plus complexe : un lettreur allemand a été engagé pour écrire en anglais le texte d'un auteur canadien. Ce fait atteste de la reconnaissance internationale des compétences de lettreur de Dirk Rehm. Voir par exemple G. DELISLE, *Shenzhen: A Travelogue From China*, Montréal, Drawn & Quarterly, 2006.

⁶⁵³ D. SCHNEIDER, « Die Handschrift zur Sprechblase », sur *Deutschlandfunk Kultur*, https://www.deutschlandfunkkultur.de/die-handschrift-zur-sprechblase.1153.de.html?dram:article_id=181614, 24 janvier 2008.

⁶⁵⁴ Surtout des mangas. Pour Rehm, le lettrage numérique de mangas serait « habituel », ce qui se constate également dans sa propre maison d'édition. Voir Dirk Rehm in M. BEHRINGER, « Sonderpreis der Jury für eine besondere Leistung oder Publikation: Dirk Rehm (Reprodukt) », *op. cit.*

⁶⁵⁵ « Mais ce n'est pas ce travail sur lequel se fonde la gloire de Dirk Rehm en tant que lettreur. Rehm est l'une des rares personnes en Allemagne qui maîtrise l'art de lettrer des bandes dessinées même à la main. », « Doch diese Arbeit ist es nicht, die Dirk Rehms Ruhm als Letterer begründet. Rehm ist einer der wenigen Menschen in Deutschland, die die Kunst beherrschen, Comics auch per Hand zu beschriften », D. SCHNEIDER, « Die Handschrift zur Sprechblase », *op. cit.*

compare à d'autres maisons d'édition. Que les fiches descriptives de sa maison d'édition comportent non seulement le nom des lettrés, mais aussi la mention « lettrage à la main » n'est finalement pas surprenant : ne se sentant pas assez reconnu chez d'autres éditeurs, D. Rehm a pu vouloir corriger ce tort dans sa propre maison.

Les fois où le lettrage ne se fait pas à la main, mais entièrement à l'ordinateur, le nom des lettrés et lettrées est précédé par la simple mention « lettrage » et suivi par les créateurs ou créatrices de la fonte utilisée, qui peut par ailleurs avoir été faite à la main⁶⁵⁶. Ceci concerne une assez faible part des œuvres publiées par Reprodukt, mais on peut toutefois noter la constance dans le fait de nommer celles et ceux qui ont œuvré à l'adaptation d'une œuvre. Nommer le créateur ou la créatrice de la fonte utilisée, cela révèle non seulement une volonté de transparence, mais surtout un respect pour le lettrage sous toutes ses formes, avec tous ses acteurs et toutes ses actrices. De plus, il n'est pas anodin que le lettrage mécanique/numérique soit simplement désigné comme « lettrage ». D'un côté, il pourrait être bénéfique pour l'image d'une œuvre d'ôter l'adjectif (ou le déterminant du mot composé, en allemand) qui pourrait être vu comme péjoratif. De l'autre côté, le fait de nommer le lettrage mécanique simplement « lettrage » rappelle qu'il s'agit aujourd'hui de la manière standard de procéder, de la forme de lettrage qui s'est généralisée dans l'industrie. Les œuvres qui comportent la mention « *Handlettering* » donnent ainsi davantage l'impression de s'écarter d'une règle générale, de faire figure d'exception, tandis qu'une désignation comme « *Computerlettering* » aurait laissé supposer que le lettrage à la main ne serait qu'une manière parmi d'autres de faire le lettrage. On peut d'ailleurs légitimement se demander si ces différentes formes de lettrage se différencient réellement, voire en quoi le lettrage manuel pourrait changer la signification d'une œuvre : après tout, il s'agit d'une pratique dont les maisons d'édition ne parlent guère, et qui pourrait donc ne pas présenter un grand intérêt. Pourtant, à travers l'exemple d'*Asilo Arkham*, nous avons vu la manière dont un lettrage mécanique a pu complètement changer des aspects

⁶⁵⁶ C'est-à-dire que les lettres individuelles peuvent avoir été dessinées à la main, puis scannées, mais qu'elles seront ensuite insérées dans les bulles à l'ordinateur.

essentiels d'un personnage. Dans ce cas précis, pourquoi l'éditeur Panini n'a-t-il pas fait faire le lettrage à la main dès le départ ?

Le lettrage, surtout lorsqu'il est manuel, s'avère coûteux et chronophage. Comme pour la traduction, on constate qu'une maison d'édition va généralement chercher à éviter un trop grand investissement (de temps et d'argent), lorsque cela est possible. Ainsi, dans les deux adaptations brésiliennes d'*Arkham Asylum*, même celle de la maison d'édition Editora Abril, le « Hahahahaha » en bas de la case a été conservé presque tel quel⁶⁵⁷ (voir Illustration 29, page 358). D'un côté, cela permet bien sûr de rester plus fidèle à l'œuvre source, mais de l'autre, cela fait surtout une ligne de texte de moins dont les lettrés et lettrées ont à s'occuper, et pour laquelle il aurait donc fallu les payer. Toutefois, pourquoi ne pas avoir simplement conservé le lettrage de L. Mitsunaga pour l'édition publiée chez Panini ? En fonction des contrats signés avec les lettrés et lettrées, mais aussi avec les artistes possédant leur propre fonte, le lettrage de l'adaptation peut rester la propriété de la maison d'édition qui l'a commandé, ou être revendu avec les droits d'adaptation. Ainsi, il est possible que dans ce cas précis, Panini n'ait pas pu utiliser le travail effectué pour Abril, tout comme Reprodukt ne pourrait pas réutiliser le lettrage d'une œuvre initialement publiée en allemand par Carlsen, par exemple – si tant est que Reprodukt voudrait le faire. Car si D. Rehm ne fait pas toujours retraduire une œuvre s'il trouve que la traduction est convenable, le lettrage, quant à lui, est toujours renouvelé lorsqu'une œuvre est rééditée par Reprodukt.

Un exemple qui nous est donné par la maison d'édition Reprodukt est son adaptation du premier tome de *Monsieur Jean* du duo d'artistes Dupuy-Berbérian. Ce tome était paru en

⁶⁵⁷ Dans la version d'Abril, on constate l'absence des contours blancs ou de l'ombre blanche autour des lettres. Nous ne savons pas si cela est dû à une erreur d'impression, corrigée dans les tirages suivants, ou bien s'il s'agit d'un choix réfléchi de la part d'Abril. Enfin, il se pourrait aussi que la première édition d'*Arkham Asylum* en anglais, à partir de laquelle Abril a créé sa propre version, n'ait pas encore comporté ces contours, ajoutés plus tard dans une autre édition à partir de laquelle Panini aurait traduit. Il est improbable qu'il s'agisse du lettrage de Lilian Mitsunaga, tant le « Hahahahaha » est similaire à celui de l'édition source (mais nous ne pouvons exclure cette possibilité).

Allemagne chez Salleck Publications en 1999⁶⁵⁸ et a été réédité par Reprodukt en 2009, qui avait entre-temps déjà publié certaines de ses suites. Pour la réédition de l'œuvre, le lettrage a été entièrement refait et, comme l'explique D. Rehm, en se fondant sur le lettrage original et non pas sur l'adaptation qu'avait déjà effectuée le lettreur de Salleck Publications. Pourtant ce lettrage avait, lui aussi, été fait à la main, et par un lettreur de renom, Yannick Fallek⁶⁵⁹. Dans ce cas précis, ce n'est pas à première vue pour une question de qualité, mais par volonté d'harmoniser les différents tomes de *Monsieur Jean* que le lettrage a été entièrement refait.

Pour assurer une uniformité de la conception rédactionnelle ainsi que graphique de la totalité de la série – donc aussi des rééditions –, *Monsieur Jean 1* a d'abord été retraduit [...], et maintenant, nous le reletterons. Pour la production du lettrage, nous sommes partis de l'album original en français [...]⁶⁶⁰

Outre l'argument de l'uniformisation de la série, on peut également supposer que D. Rehm voulait laisser son empreinte sur l'œuvre et en faire une véritable production de Reprodukt. Y. Fallek, le lettreur de la première adaptation, aurait pu être engagé comme lettreur des tomes parus chez Reprodukt, et ainsi poursuivre le travail qu'il avait effectué pour les trois premiers tomes parus chez Salleck. Si ce n'est pas le cas, c'est que Reprodukt préfère faire letterer les œuvres qu'elle publie par des lettreurs et lettreuses spécifiques, dont elle connaît personnellement les mérites, à moins que ce ne soit pour faire des économies. En effet, en s'employant lui-même, D. Rehm peut adapter ses revenus en fonction de la situation de la maison d'édition, voire travailler gratuitement sur une de ses œuvres. Étant par ailleurs celui qui décide du rythme de publication des œuvres de Reprodukt, il peut adapter le moment où

⁶⁵⁸ C. BERBÉRIAN et P. DUPUY, *Monsieur Jean: Die Liebe im Zeichen der Concierge*, Wattenheim, Salleck Publications, 1999.

⁶⁵⁹ Y. Fallek a par exemple letteré certains tomes de la série des *Astérix* parus en Allemagne.

⁶⁶⁰ « Um eine Einheitlichkeit der redaktionellen als auch der grafischen Gestaltung der gesamten Serie – also auch der Neuauflagen – zu gewährleisten, wurde "Monsieur Jean" 1 zunächst neu übersetzt und redigiert und wird nun auch noch einmal neu gelettert. Ausgangsmaterial für die Produktion des Lettering ist der französische Originalband [...] », in D. Rehm, « Comics machen », *op. cit.*

un livre va paraître à sa propre vitesse de travail en tant que lettré, plutôt que de devoir travailler avec une contrainte de temps, comme le feraient des lettrés et lettrées extérieurs-es.

Le lettrage mécanique : travailler moins pour gagner plus ?

Passons maintenant au lettrage qui n'est pas fait à la main, mais à l'ordinateur ou, avant la démocratisation de l'informatique, avec une machine à écrire, un couteur, de la colle, et parfois du papier transparent. Plus précisément, les lettres de la fonte utilisée, elles, peuvent avoir été faites à la main : un lettré, une lettrée ou un-e artiste peut scanner son écriture (ou en faire la base de caractères de machine à écrire), afin qu'elle soit utilisée dans une police informatique. Mais même dans ce cas de figure où les lettres ont été conçues à la main à l'origine, l'acte de lettré se fait de manière mécanique, puisque le texte tapé au clavier est automatiquement habillé par la fonte choisie. Si un lettrage mécanique ne rime pas forcément avec un mauvais lettrage, comme l'affirme L. Gerbier en évoquant la grande qualité du lettrage aux Éditions Cornélius⁶⁶¹, c'est parce qu'il n'adopte pas forcément une apparence de texte dactylographié. À moins d'y prêter une attention particulière et/ou de connaître le lettrage original, on pourrait même ne pas remarquer qu'il s'agit d'une écriture informatisée. D. Rehm le concède dans son article sur le lettrage chez Reprodukt, tout en réaffirmant la supposée supériorité du lettrage manuel, où chaque lettre est dessinée individuellement.

Contrairement à l'utilisation de fontes d'ordinateur, il reste toujours de petites irrégularités dans l'apparence de l'écriture d'un lettré manuel, irrégularités qui confèrent un aspect vivant. Toutefois, de nombreuses fontes d'ordinateur sont désormais si évoluées qu'il faut l'œil d'un expert pour reconnaître si on a travaillé avec une écriture vivante ou morte. Souvent, on peut repérer cette petite différence si deux mêmes lettres l'une à côté de l'autre ont le même tracé ou s'il y a des écarts dans le trait. (Mais de nombreuses

⁶⁶¹ L. GERBIER, « Lettrage », *op. cit.*

fontes proposent désormais le choix entre plusieurs variantes d'une même lettre, pour contrecarrer l'impression de stérilité de l'écriture grâce à l'emploi de variables).⁶⁶²

Même s'il insiste sur « l'aspect vivant » d'un lettrage fait à la main, D. Rehm doit avouer que le lettrage mécanique – s'il est bien fait et que la fonte est réussie – peut donc avoir un rendu tout à fait acceptable. Bien que l'exemple précédemment cité de *Asilo Arkham* de 2013 prouve bien qu'il n'est pas toujours apte à rendre justice à la version originale d'une œuvre⁶⁶³, il nous montre également que le lettrage dactylographié n'a pas forcément une apparence de texte dactylographié. Dans l'illustration 29 en page 358, on constate que le lettrage de Panini utilise une fonte donnant une apparence assez organique aux lettres, que la distance entre elles et que leur forme est variable. Sans connaître le lettrage original (d'une qualité tout à fait supérieure), certain-es pourraient ainsi être amené-es à croire que ce lettrage a été fait à la main.

Ce n'est pas le cas de toutes les fontes, au grand désarroi de nombreuses personnes bédéphiles. Dans un article sur l'appréhension de la surface de bandes dessinées, Heike Elisabeth Jüngst en vient ainsi au constat que chez les fans et donc chez certain-es des principaux acheteurs et principales acheteuses de bandes dessinées, le lettrage par ordinateur n'est pas apprécié, à moins d'adopter l'apparence d'une écriture manuscrite : « ce groupe cible ressent comme inacceptable le lettrage mécanique. Là où aujourd'hui, on utilise un lettrage mécanique, celui-ci imite le lettrage manuel. »⁶⁶⁴ Ce mépris d'un lettrage mécanique qui ne mime pas le manuscrit pourrait presque paraître anecdotique ou dépassé, tant celui-ci est inhabituel dans le monde entier, Asie

⁶⁶²« Im Gegensatz zur Verwendung von Computerfonts bleiben im Schriftbild des Handletterers immer kleine Unregelmäßigkeiten vorhanden, die Lebendigkeit erzeugen. Viele Computerfonts sind heute allerdings so ausgereift, dass es ein geübtes Auge braucht, um zu erkennen, ob mit einer lebendigen oder einer toten Schrift gearbeitet wurde. Oft kann man den feinen Unterschied daran erkennen, ob zwei gleiche Buchstaben nebeneinander gleich verlaufen oder ob es Abweichungen im Strich gibt. (Viele Fonts bieten mittlerweile aber auch schon mehrere Varianten des gleichen Buchstabens zur Auswahl an, um so durch die Verwendung von Variablen eine sterile Anmutung des Schriftbilds zu unterlaufen », in D. Rehm, « Comics machen », *op. cit.*

⁶⁶³ E. GONÇALVES DE ASSIS, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », *op. cit.*, p. 263.

⁶⁶⁴ « Diese Zielgruppe empfindet Maschinenlettering als inakzeptabel. Wo heute Maschinenlettering verwendet wird, imitiert dieses das handschriftliche Lettering », H. E. JÜNGST, « Die Oberflächengestaltung von Comics als Problem der Wissensvermittlung im Sachcomic », *op. cit.*, p. 72.

exceptée⁶⁶⁵. En Allemagne, cependant, le lettrage mécanique à l'apparence dactylographiée est depuis longtemps la règle. Dans son livre retraçant l'histoire de la bande dessinée allemande, Bernd Dolle-Weinkauff explique que ce type de lettrage aux allures mécaniques est même devenu une tradition, et est si prévalent qu'il l'inclut dans sa définition même du lettrage : « Traditionnellement, les bandes dessinées en langue allemande sont lettrées en écriture imprimée »⁶⁶⁶. D'où vient cette tradition, et pourquoi cette *gedruckte Schrift* [écriture imprimée] qui n'imité pas l'écriture manuscrite est-elle spécifique aux pays germanophones ?

Pour B. Dolle-Weinkauff, « une raison essentielle est le mépris des pédagogues pour le lettrage manuel, dans le cadre du combat contre les bandes dessinées en tant que littérature de bas étage. »⁶⁶⁷ Premièrement, il nous faut constater que le lettrage dactylographié est intimement lié à un refus du lettrage entièrement fait en lettres capitales. En effet, le lettrage se faisait initialement surtout en lettres majuscules, plus lisibles et régulières. À l'origine, c'est sans doute pour des raisons techniques, par exemple pour pallier la mauvaise qualité du papier ou pour gagner du temps, qu'il fallait faire en sorte que toutes les lettres aient la même taille⁶⁶⁸. Aujourd'hui encore, une grande partie des bandes dessinées comporte traditionnellement un texte entièrement rédigé en lettres majuscules. Toutefois, comme l'explique B. Dolle-

⁶⁶⁵ Pour H. E. Jüngst, la complexité des *kanji* et *kana* japonais explique la prévalence du lettrage mécanique au Japon, qui constitue pour elle une exception mondiale, voir *Id.*

⁶⁶⁶ « Dennoch werden die deutschsprachigen Comics traditionell in gedruckter Schrift gelettert », B. DOLLE-WEINKAUFF, *Comics, op. cit.*, p. 330.

⁶⁶⁷ « Ein wesentlicher Grund dafür ist die von Pädagogen im Zuge der Bekämpfung der Comics als Schundliteratur bekundete Abneigung gegen das Hand-Lettering. », *Id.*

⁶⁶⁸ « Les lettres capitales, d'un autre côté, ont toutes la même hauteur et ne nécessitent que trois lignes de traçage. Le temps gagné en omettant les lignes supplémentaires était précieux et il n'a pas fallu beaucoup de temps pour que les bandes dessinées adoptent presque universellement cette approche des lettres entièrement capitales. [...] La mauvaise qualité de l'encre et du papier faisait saigner [les couleurs] et les lettres capitales restaient plus lisibles. Elles étaient plus flexibles lorsqu'il s'agissait de montrer de l'emphase. La taille constante permettait de placer les lettres de manière plus dense, ce qui faisait gagner de la place. Elles étaient plus faciles à lire avec une fonte plus petite. Elles étaient plus faciles à lire, tout court. », « Capital letters, on the other hand, are all equal heights and require only three guidelines. The time saved by leaving out the additional lines was valuable, and it didn't take long for comic strips to almost universally adopt the capital-only approach. [...] The poor ink and paper quality tended to bleed, and capitals retained their readability better. They were more flexible when it came to showing emphasis. The constant sizes allowed for tighter packed letters, saving space. They were easier to read at smaller point font. They were easier to read, period. », D. BRADLEY, « Looking at Lettering: CAPS vs Mixed Case », sur *Multiversity Comics*, 22 avril 2014 (en ligne : <http://www.multiversitycomics.com/news-columns/looking-at-lettering-caps-vs-mixed-case/> ; consulté le 31 juillet 2021).

Weinkauff, divers-es pédagogues allemand-es reprochaient à la bande dessinée cette écriture trop éloignée de ce qui était enseigné à l'école, à savoir l'écriture en lettres minuscules et majuscules. C'est ainsi que dans les années 1950, années noires pour la bande dessinée dans le monde entier (voir la sous-partie page 183), les maisons d'édition allemandes, à commencer par la branche allemande de Disney, inaugurèrent la tradition du lettrage dactylographié et en lettres minuscules et majuscules, dans le but d'apaiser les opposant-es et les censeur-es.

Avec la volonté de prouver la qualité de leur propre produit par rapport à la 'littérature de bas étage' et afin de contrer les reproches que l'apparence de la série [*Mickey Mouse*] empêchait d'acquérir la maîtrise correcte de la langue et de l'écriture, dès 1957, les bulles autrefois lettrées en majuscules furent imprimées selon les règles de l'écriture en majuscules et en minuscules.⁶⁶⁹

Contrairement à ce qu'explique B. Dolle-Weinkauff, grâce aux archives publiées par la *Erika Fuchs-Stiftung* [Fondation Erika Fuchs, du nom de l'ancienne rédactrice en chef et traductrice du magazine *Micky Maus*], nous avons pu trouver plusieurs exemples de bandes dessinées de Disney postérieures à 1957, dont le lettrage était manuscrit et uniquement en lettres majuscules (voir une case de l'illustration 30). La transition vers le lettrage mécanique aux allures mécaniques s'est donc faite de manière progressive⁶⁷⁰, mais force est de constater qu'elle s'est répandue. Comme dans d'autres pays où des pédagogues se sont soulevé-es contre cet art émergent, les maisons d'édition ont dû faire des concessions et changer le contenu des œuvres qu'elles publiaient – dans l'aire germanophone, le lettrage est l'un de ces éléments altérés.

⁶⁶⁹ « In dem Bestreben, die Güte des eigenen Produkts gegenüber dem 'Schund' herauszustellen und den Vorwürfen zu begegnen, dass die Gestaltung der Serie die korrekte Beherrschung von Sprache und Schrift behindere, wurden ab 1957 die zuvor in Versalien geletterten Sprechblasen entsprechend den Regeln der Groß- und Kleinschreibung gedruckt », B. DOLLE-WEINKAUFF, *Comics, op. cit.*, p. 158.

⁶⁷⁰ Il se pourrait aussi que certaines histoires aient déjà été lettrées avant 1957, mais n'aient été publiées qu'après.



Publication originale, 1954



Publication allemande, 1960



Publication allemande, 1977

Illustration 30 : Comparaison entre une case représentant Donald Duck dans son édition en langue originale (à gauche) et dans deux publications allemandes différentes. La case du centre a été lettrée à la main, comme l'originale, tandis que la bulle de celle de droite a été lettrée à la machine à écrire. Le contenu de la lettre que lit Donald a été écrit à la main dans les deux adaptations.

Mais pourquoi ce cas précis du changement de lettrage s'est-il produit dans l'aire germanophone et non pas en France ou aux États-Unis ? Se fondant sur les écrits de B. Dolle-Weinkauff, H. E. Jüngst suggère que ce mépris de l'écriture en majuscules pourrait être spécifique aux pays germanophones, puisque « l'allemand utilise l'écriture en majuscules et en minuscules dans la structuration de sens différenciés »⁶⁷¹. En effet, en français, en anglais ou en espagnol, un tel problème avec une écriture à taille unique ne se pose pas, puisque l'alternance entre majuscules et minuscules n'y est pas récurrente et n'est pas au cœur de l'apprentissage élémentaire. H. E. Jüngst ajoute que les lettres minuscules seraient plus faciles à identifier et à différencier, ce qui fluidifierait la lecture. Selon elle, les bandes dessinées lettrées entièrement

⁶⁷¹ « On disait que l'utilisation exclusive de lettres majuscules avait un effet négatif sur l'apprentissage de la lecture. [...] En effet, il est clair que ces textes [avec lettre majuscules et minuscules] se lisent plus facilement. Cela n'est pas uniquement dû au fait que l'allemand utilise les majuscules et minuscules pour structurer les différences de sens. Les lettres minuscules ont une plus grande richesse des formes que les lettres majuscules et sont bien plus faciles à identifier grâce à des éléments comme des traits plus hauts et plus bas. », « Es hieß, dass die ausschließliche Verwendung von Großbuchstaben sich negativ auf das Lesenlernen auswirke [...] Tatsächlich lesen sich diese Texte deutlich leichter. Dass liegt nicht nur daran, dass das Deutsche die Groß- und Kleinschreibung zur bedeutungsdifferenzierenden Strukturierung verwendet. Kleinbuchstaben haben einen größeren Formenreichtum als Großbuchstaben und sind anhand von Elementen wie Ober- und Unterlängen viel leichter zu identifizieren. », H. E. JÜNGST, « Die Oberflächengestaltung von Comics als Problem der Wissensvermittlung im Sachcomic », *op. cit.*, p. 72.

en majuscules seraient ainsi plus difficiles à lire pour les Allemand·es, d'autant plus quand ils ou elles ne maîtrisent pas encore l'écriture de la langue⁶⁷².

Dans notre article sur le lettrage en Allemagne, nous formulons également l'hypothèse que ce débat pourrait faire écho à la querelle Antiqua-Fraktur [*Antiqua-Fraktur-Streit*], ce long épisode de débats typographiques dans les pays germanophones⁶⁷³. Rappelons qu'au XIXe siècle et au début du XXe siècle, le type d'écriture *Fraktur*, appelé « écriture gothique » de manière abusive, s'opposait dans les États germanophones à l'écriture Antiqua, utilisée à l'international pour l'alphabet latin. Cette typographie marquant une particularité allemande, la conservation de la *Fraktur* est devenue une revendication des mouvements *völkisch*, puis initialement des national-socialistes. Sous la République de Weimar, des réformes de la *Fraktur* – dont celle de Ludwig Sütterlin est sans doute la plus célèbre – ont été enclenchées, notamment afin de s'adapter aux nouveaux types de plumes de stylo et de concurrencer la typographie Antiqua, hégémonique en Occident. Les élèves germanophones continuaient ainsi d'apprendre plusieurs typographies à l'école, ce qui compliquait et ralentissait forcément l'apprentissage de l'écriture et pouvait aller jusqu'à poser des problèmes de littératie, comme le rappellent María José Corvo Sánchez et Rolf Kemmler⁶⁷⁴. En 1941, les typographies dites gothiques sont ainsi finalement enterrées par décret des autorités national-socialistes. Officiellement, elles sont jugées trop juives ; officieusement, elles étaient un véritable obstacle à la diffusion de la propagande allemande dans les territoires occupés⁶⁷⁵. Selon nous, l'accent mis sur une écriture normée et facilement déchiffrable dans les bandes dessinées trouve son origine dans ces débats typographiques antérieurs et dans une méfiance vis-à-vis de tout caractère nationaliste :

⁶⁷² *Ibid.*, p. 72.

⁶⁷³ R. BECKER, « Lost in trans-lettering : pratiques du lettrage dans la bande dessinée allemande », *op. cit.*

⁶⁷⁴ R. KEMMLER et M. J. CORVO SANCHEZ, « 'Fraktur', 'Kurrent', 'Sütterlin' und 'Antiqua': Schriftarten und Zweischriftigkeit in alten Deutschlehrwerken », *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, vol. 87, 23 juin 2021, p. 161.

⁶⁷⁵ Pour plus d'informations sur la transition des écritures gothiques vers l'Antiqua, voir S. HARTMANN, *Fraktur oder Antiqua: der Schriftstreit von 1881 bis 1941*, Frankfurt am Main, P. Lang, 1999.

Les écritures comme la *Fraktur*, la *Swabach*, la *Sütterlin*, etc. restant néanmoins symboliquement associées au nazisme ou au moins à un particularisme national, elles sont aussi bannies dans l'après-guerre et laissent place à des typographies plus internationales. Il peut ainsi y avoir un certain enjeu politique et symbolique à préférer une écriture normée, lisible par le reste du monde occidental, plutôt que de laisser proliférer des typographies diverses, particulièrement dans les formes d'art associées à la jeunesse.⁶⁷⁶

Pour revenir sur la dernière partie de cette citation, nous supposons qu'un changement aussi important de l'apparence physique d'une œuvre ne peut se produire que lorsque l'on considère que la bande dessinée est un produit de consommation destiné d'abord aux enfants (ce qui est largement le cas dans les pays germanophones). Quand elle est considérée comme œuvre d'art au sens plein, le lettrage serait accepté comme partie intégrante de l'œuvre qui, dans un souci de préserver la volonté artistique, ne devrait pas être trop altérée. D'ailleurs, le mot utilisé en allemand pour désigner le lettrage est « *Lettering* » – un emprunt à l'anglais (tout comme « *Comic* ») – ce qui témoigne du fait que ce geste technique revête une certaine étrangeté dans l'espace germanophone. Tout cela expliquerait donc pourquoi depuis les années 1960, une grande partie des bandes dessinées dans les pays de langue allemande, qu'elles soient importées ou créées sur place, est lettrée de manière mécanique.

Comme le montre l'exemple de la bande dessinée *Donald Duck* de Carl Barks ci-dessus, tous les éléments de texte ne sont pas pour autant lettrés à la machine à écrire ou à l'ordinateur. Même lorsque le contenu des bulles est dactylographié, les onomatopées (il n'y en a pas dans l'illustration dont nous parlons) et autres textes non contenus dans un phylactère sont souvent lettrés manuellement. Dans les cases ci-dessus, en dépit des nombreuses différences⁶⁷⁷, la lettre

⁶⁷⁶ R. BECKER, « Lost in trans-lettering : pratiques du lettrage dans la bande dessinée allemande », *op. cit.*

⁶⁷⁷ Outre le texte, la différence la plus évidente est la mise en couleur distincte des trois cases. Cela est en partie dû au papier de qualité différente et à l'âge (notamment visibles sur le marron de la branche), mais sans doute aussi à des choix éditoriaux. Dans les versions allemandes, l'habit de Donald porte ainsi les couleurs de l'uniforme des

que lit le personnage est ainsi toujours écrite à la main, même dans la version parue dans le magazine *Micky Maus* N°17 de 1977. Sans doute est-ce dû au fait que la lettre est un élément textuel intra-diégétique, dans le sens où elle est un élément physiquement présent au sein de la narration. Contrairement à la bulle, que les personnages « entendent », mais ne peuvent généralement pas voir, la lettre a été écrite à la main dans l'histoire, et cela doit se retrouver dans l'aspect visuel de ce message⁶⁷⁸. Pour ce qui est des onomatopées manuscrites, il s'agit là d'une convention esthétique à laquelle même les censeurs et censeuses semblaient ne pas vouloir toucher. Éléments parmi les plus représentatifs de la bande dessinée, les onomatopées aux formes souvent exubérantes n'ont que rarement été remplacées par du texte dactylographié. Moins courantes que le texte contenu dans des bulles et rarement composées de mots que des enfants pourraient être amenés à écrire à l'école, elles n'étaient sans doute pas cibles de la même contestation.

Aujourd'hui encore, le lettrage en « écriture imprimée », comme l'appelle B. Dolle-Weinkauff, est récurrent en Allemagne, notamment dans le mensuel *Lustiges Taschenbuch* d'Egmont Ehapa, qui contient les bandes dessinées les plus lues de l'aire germanophone. Avec son insistance sur le lettrage manuel et sa valorisation du travail de lettrage en général, Reprodukt se positionne donc en parfaite opposition à la tradition de l'adaptation de bandes dessinées en Allemagne depuis les années 1960. Pourtant, même si ce n'est pas dans les mêmes proportions,

matelots allemands, tandis que l'original se rapproche des couleurs de l'uniforme de la *navy* américaine. Pour ce qui est de l'arrière-plan, jaune dans la version de 1977, alors qu'il s'agit d'une rivière (traditionnellement représentée en bleu), cela s'explique sans doute par une technique d'impression différente. En effet, tandis que l'on peut différencier dans la version de 1960 plusieurs tons de bleu (et de marron) distincts, celle de 1977 opte pour une palette de couleurs moins étendue, sans doute pour des raisons d'économie ou de contraintes techniques. Un fond bleu de la même couleur que le couvre-chef et les rayures du costume de Donald n'aurait pas permis à ce dernier de se détacher de l'arrière-plan. Cela pourrait expliquer pourquoi le cours d'eau est jaune dans la dernière illustration et non pas bleu.

⁶⁷⁸ Pourtant, l'aspect visuel de la lettre n'est pas tout à fait celui qu'elle doit avoir au sein de l'espace narré. Il semblerait du moins qu'elle ne soit pas la même pour nous, lecteurs, que pour le personnage de Donald dans la publication de 1977, où le texte qu'il lit à voix haute ne correspond pas tout à fait celui de la lettre. Pourtant, le contenu en était identique dans les deux autres cases. Cela témoigne, sans doute, soit du manque de coordination ou de communication entre lettré et traducteur ou entre deux lettrés distincts, soit de la difficulté technique d'adapter un texte de la même longueur dans une bulle et une lettre de taille différente. Enfin, nous pourrions aussi penser que Donald n'est pas un lecteur très attentif, contrairement à nous qui insistons sur ce type de détail.

d'autres maisons d'édition allemandes font appel à des lettrés et lettrées compétent-es, faisant un travail manuscrit – il s'agit souvent des mêmes qu'emploie Reprodukt. L'écriture tout en lettres attachées de Catherine Meurisse, par exemple, complexe et singulière, est adaptée en allemand par Olav Korth, quel que soit l'éditeur de son œuvre. Ainsi, O. Korth a certes lettré *Olympia in Love – Eine Komödie in 50 Gemälden* [*Moderne Olympia*] pour Reprodukt en 2018, mais aussi *Die Leichtigkeit* [*La légèreté*], paru chez Carlsen en 2016. Si ici, la différence entre éditeurs ne réside pas dans la qualité du lettrage, nous avons déjà expliqué où elle se situe : tandis que le site internet de Carlsen n'indique nulle part le nom d'O. Korth, pas même dans le dossier de presse⁶⁷⁹ et qu'il n'apparaît que dans les articles de journaux spécialisés dans la bande dessinée⁶⁸⁰, Reprodukt, elle, cite clairement O. Korth comme responsable du lettrage dans cet album⁶⁸¹. Ainsi, ce n'est pas tant que les ouvrages parus chez Reprodukt ont réellement le meilleur lettrage de l'industrie, mais surtout que cette maison d'édition, en communiquant plus largement que d'autres maisons d'édition sur le lettrage, se met en scène comme étant à la pointe de l'adaptation de la bande dessinée en Allemagne. Elle se positionne comme *la* maison d'édition du lettrage, comme le résume l'artiste Mawil par cette formule que nous peignons à transcrire en français :

Reprodukt steht nun aber mal auf und für Handlettering.

[Après tout, Reprodukt, c'est l'adoration et l'incarnation du lettrage manuel]⁶⁸²

⁶⁷⁹ Dossier de presse téléchargeable sur « Die Leichtigkeit (Hardcover) », sur *Carlsen*, s. d. (en ligne : <https://www.carlsen.de/hardcover/die-leichtigkeit/83030> ; consulté le 18 septembre 2019).

⁶⁸⁰ Comme dans C. MEYER-PRÖPSTL, « Strich für Strich zurück ins Leben », *Der Tagesspiegel Online*, 25 décembre 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/nach-dem-anschlag-auf-charlie-hebdo-strich-fuer-strich-zurueck-ins-leben/19163456.html> ; consulté le 18 septembre 2019).

⁶⁸¹ Voir « Olympia in Love – Eine Komödie in 50 Gemälden | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/olympia-in-love-eine-komodie-in-50-gemalden/> ; consulté le 18 septembre 2019).

⁶⁸² Échange de mails avec Mawil du 03/03/2020.

La parole coûte de l'argent, le silence est d'or

Pourtant, l'éditeur fait parfois tout simplement l'impasse sur le lettrage, qu'il soit mécanique ou manuel. C'est une stratégie radicale qui permet de faire des économies sur le lettrage et sur la traduction : publier des œuvres qui n'en nécessitent pas. Pas moins de 22 œuvres publiées par Reprodukt sont dans ce cas de figure (dont 15 importations) ; 17 supplémentaires – il s'agit de la série *Kleiner Strubbel* et de *Prosopopus* de Nicolas de Crécy – le sont plus ou moins. Sur les 487 œuvres importées par l'éditeur, plus de 5 % n'ont donc pas nécessité de lettrage, voire de traduction. Dans les faits il est difficile de se passer totalement de ces étapes, mais sur le principe, cette quarantaine d'œuvres ne présentera aucun surcoût pour le travail d'adaptation.

Ces œuvres muettes ont des profils divers : il y a là les quelques histoires courtes de 24 pages publiées sous le label R-24 chez Reprodukt, essentiellement calquées sur la collection « patte de mouche » de L'Association ; les œuvres expérimentales, parfois quasi-psychédéliques de Tommi Musturi, de Nicolas de Crécy ou de Marc-Antoine Mathieu ; surtout, on retrouve de nombreuses œuvres pour les jeunes enfants. Si pour certain-es, le fait d'écrire une bande dessinée sans paroles est un exercice stylistique ou une marque de fabrique personnelle, pour les artistes de bandes dessinées pour enfants, le silence est parfois essentiel au genre de l'œuvre.

En effet, Reprodukt publie non pas des livres illustrés pour enfants, objets contenant une quantité modérée de texte et destinés à être lus à voix haute par des adultes, mais bien des *bandes dessinées* pour enfants. La bande dessinée nécessitant d'établir un lien logique, mais subjectif, entre les différentes cases, elle ne peut être lue à une autre personne de la même manière qu'un livre⁶⁸³ : le dessin est au cœur de la narration et nécessite d'être vu/lu, là où pour le livre illustré, le dessin *illustre* le texte, s'y ajoute sans pour autant être nécessaire à la narration. Pour ces bandes dessinées de Reprodukt, l'enjeu est de proposer une réelle forme de lecture aux enfants,

⁶⁸³ Bien sûr, il est possible de lire une bande dessinée à un enfant de manière à ce qu'il ou elle comprenne l'histoire, à condition de lui montrer les cases et de ne pas se borner à lire le texte. Certaines des bandes dessinées de l'éditeur étant destinées aux enfants de deux ans ou plus, il est improbable que ces jeunes lecteurs et lectrices soient suffisamment autonomes pour comprendre l'œuvre sans aide extérieure.

qui ne passerait pas par l'écriture, mais par la composition visuelle. Certains des « *Kindercomics* » de l'éditeur, notamment ceux pour qui il indique « *Lesealter 6+* » ou « *Lesealter 8+* » [âge de lecture 6+ ou 8+], comportent bien un texte – même quelques-uns de ceux destinés aux enfants de 2 ou 3 ans ou plus. Dans ces quelques cas, les lecteurs et lectrices visé-es devraient soit être en âge de savoir lire, soit être assisté-es par un-e adulte.

Quelques-unes de ces œuvres sont muettes en théorie, mais dans leur descriptif, Reprodukt cite néanmoins des responsables du lettrage ou de la traduction. Il s'agit là des 16 albums de *Kleiner Strubbel* parus chez Reprodukt, ainsi que d'une œuvre de Nicolas de Crécy. Bien que ces œuvres ne comportent effectivement pas en leur sein de texte qu'il s'agirait de traduire et de letterer, il y a bien un élément à traduire : le paratexte. Cette « frange du texte imprimé »⁶⁸⁴, comme le décrit Philippe Lejeune, peut contenir du texte à plusieurs endroits : le titre, la quatrième de couverture, mais aussi de potentielles épigraphes, préfaces, etc. peuvent théoriquement nécessiter un travail de traduction⁶⁸⁵ et de lettrage. C'est ainsi que pour *Prosopopus*, l'œuvre en soi a beau ne pas comprendre de texte⁶⁸⁶, le livre contient une postface de Lætitia Bianchi qui, elle, a bien dû être traduite. Kai Wilksen est donc cité comme traducteur de cette œuvre, alors qu'il n'a travaillé que sur cet élément paratextuel. Quant aux albums de *Kleiner Strubbel*, les seules autres bandes dessinées muettes à indiquer leur traducteur-ice, Volker Zimmermann n'a eu qu'à changer légèrement le texte en quatrième de couverture en fonction de l'épisode, et à inventer un nouveau titre pour la série (« Petit Poilu » étant devenu « Kleiner Strubbel »). Contrairement à *Prosopopus*, qui n'a pas changé de titre entre les différentes versions et n'a donc pas nécessité de nouveau lettrage, chaque couverture de *Kleiner Strubbel* comporte un nouveau titre, toujours letteré avec la même écriture en lettres attachées. Même si D. Rehm n'a sans doute pas dû investir beaucoup de temps pour sa re-création du logo et l'ajout de quelques mots dans

⁶⁸⁴ P. LEJEUNE, *Le Pacte autobiographique*, Paris, Éditions du Seuil, 1975, p. 45

⁶⁸⁵ L'éditeur étant en général responsable de la quatrième de couverture (et parfois du paratexte entier), il n'est pas obligé de faire traduire celle de l'édition originale, mais peut au contraire décider de rédiger un texte tout à fait nouveau. Les éléments comme le titre, les préfaces, etc. relèvent à l'inverse plus souvent des artistes et peuvent donc nécessiter d'être retraduits. En fonction des maisons d'édition et des œuvres, le rapport de force peut être différent et l'éditeur peut alors parfois imposer un paratexte entièrement différent.

⁶⁸⁶ Quelques rares inscriptions intra-diégétiques sont en anglais et n'ont pas été altérées dans la version allemande.

ce lettrage (et qu'il n'a vraisemblablement pas été payé pour si peu), il est néanmoins cité comme lettré de cette série – sans doute est-ce aussi parce que l'entreprise est encore plus sensible à l'évocation de ses lettrés et lettrées qu'à celle de ses traducteur·ices.

Alors que d'autres personnes que K. Wilksen et V. Zimmermann ont traduit des éléments paratextuels similaires pour les 15 autres bandes dessinées muettes importées, leur nom n'est pas indiqué par l'éditeur. Dans ces cas restants, c'est parce que la quantité de texte était encore inférieure (la quatrième de couverture du label R-24 est vide, par exemple) et qu'il n'y a donc pas eu besoin de traducteur ou de traductrice expérimenté·e. Si Reprodukt n'indique pas qui a traduit ou lettré *Omelette* de J.-C. Menu par exemple, c'est qu'en dehors du titre (devenu *Omelett* en allemand), assez aisément traduisible, il n'y a pas eu besoin de changer grand-chose entre l'édition française et l'édition allemande, d'autant que l'artiste avait dessiné une nouvelle couverture (avec le titre allemand lettré de sa main) pour Reprodukt. Lorsque la quantité de texte est si minime qu'elle ne nécessite réellement pas de connaissances particulières pour la traduction, la maison d'édition n'indique donc même pas qu'il y a eu une traduction. À notre connaissance, une seule bande dessinée, *Richtung* [*Sens*] de Marc-Antoine Mathieu, est muette sous tous les aspects et n'a à aucun moment nécessité de traduction et de lettrage, puisque le titre imprimé sur la couverture (différent de celui utilisé à l'écrit et à l'oral) est un simple symbole de flèche (→) avec la même apparence que dans l'édition française.

Ce type d'œuvres sans texte devient de plus en plus récurrent chez l'éditeur depuis 2013, en raison de son programme de bandes dessinées pour enfants. Il faut dire qu'il est très avantageux du point de vue pratique et financier. Sans l'étape de traduction et de lettrage, la maison d'édition gagne un temps précieux, outre qu'elle économise les frais associés à l'adaptation. De manière plus cynique, on pourrait se demander à quoi sert ici l'éditeur allemand, puisqu'une bande dessinée silencieuse devrait être plus ou moins universelle – et n'aurait donc pas besoin de passer par d'autres mains que celles de l'éditeur d'origine. La maison d'édition allemande agit ici en effet surtout comme intermédiaire entre le marché local et l'œuvre : si un éditeur français vend par exemple les droits de son œuvre à Reprodukt pour l'aire germanique, c'est

parce que l'entreprise possède ses propres réseaux de diffusion et de distribution, un certain renom, et une clientèle déjà établie. Par ailleurs, la maison d'édition allemande s'occupe aussi de la fabrication de l'œuvre et de son marketing, souvent adaptés au marché germanophone (l'apparence d'une œuvre pouvant différer en fonction des pratiques locales – nous y reviendrons).

Après cette parenthèse sur les cas où Reprodukt n'incarne pas le lettrage, selon la formule de Mawil, revenons aux moments où elle est fidèle à sa réputation. Nous avons expliqué à quel point une traduction et un lettrage important (et coûtent cher) dans l'adaptation de bandes dessinées ; nous avons étudié en quoi consistaient les qualités potentielles des traducteur-ices et lettré-euses de Reprodukt, et nous avons établi qu'en Allemagne, ces aspects étaient pourtant négligés ou du moins occultés. Maintenant, il est temps de parler plus en détail de l'adaptation spécifiquement chez Reprodukt. Traçons le portrait des traductions de la maison d'édition et penchons-nous ensuite sur celui du lettrage.

3) Des titres et des lettres : qui traduire ? Qui lettré ?

Des Traducteur-ices généralistes ou spécialisé-es ?

Comme l'ont déjà illustré les différentes œuvres traduites par un·e seul·e et même traducteur·ice évoquées dans notre sous-partie dédiée à la traduction de bandes dessinées, personne n'est contraint de travailler sur le même type de bande dessinée, s'il ou elle ne le souhaite pas. C'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles U. Pröfrock, traducteur fétiche de Reprodukt, traduit des bandes dessinées et non pas des romans :

Ce qui est excitant pour moi, c'est de pouvoir constamment se confronter à différents styles narratifs et différentes formes de langage. Les traducteurs de romans se consacrent souvent très longtemps à un auteur, dans les cas extrêmes pendant des années. [...] En 24 mois, je traduis environ 50 titres de genres différents : du livre pour enfants et de l'aventure jusqu'à la biographie

et au reportage en passant par la fantasy, la science-fiction et l'adaptation littéraire.⁶⁸⁷

Cette diversité des genres et des types d'œuvres se retrouve également dans ses traductions pour Reprodukt, où en dehors des œuvres déjà citées, U. Pröfrock a par exemple traduit *Apokalyptische Schöpfungen* de Lewis Trondheim, une œuvre sans suite, mais aussi les douze tomes de la série de fantasy et d'humour *Ralph Azham* du même auteur. Il a également traduit les bandes dessinées pour enfants de Dorothée de Monfreid, conseillées à un public âgé de 2 ans⁶⁸⁸ et *Der vergessene Garten von Émile Bravo* [*Le Jardin d'Émile Bravo*], « pour un public explicitement adulte »⁶⁸⁹. S'il n'a pas vraiment de genre, de format ou de public attitrés, on constate toutefois des fils conducteurs chez U. Pröfrock.

Même s'il a traduit des œuvres de 38 groupes, d'auteurs et d'autrices différent-es⁶⁹⁰, les 29 œuvres de Lewis Trondheim, les 7 de Dorothée de Monfreid et les 6 de Christophe Blain témoignent du fait qu'il y a bien des artistes qu'il traduit plus souvent que d'autres. En plus de traduire davantage certain-es artistes plutôt que d'autres, U. Pröfrock possède aussi des champs d'expertise, par exemple les bandes dessinées centrés autour de l'art. Il ne s'agit pas là d'un sujet suffisamment répandu pour en faire un genre à part entière, ni d'une thématique qui appelle un style artistique, un niveau de langue ou un public particuliers – différent-es traducteurs ou traductrices pourraient donc aisément s'y consacrer. Toutefois, le sujet requiert certaines

⁶⁸⁷ « Das Reizvolle ist aus meiner Sicht, sich ständig mit unterschiedlichen Erzählstilen und Sprachformen auseinandersetzen zu können. Übersetzer von Romanen beschäftigen sich oft sehr lange mit einem Autor, in extremen Fällen über Jahre hinweg. [...] In 24 Monaten übersetze ich rund 50 Titel unterschiedlicher Genres: von Kinderbuch und Abenteuer über Fantasy, Science-Fiction und Literaturadaption bis hin zu Biografie und Reportage », Ulrich Pröfrock in R. HARMSSEN, « „Ein Eingriff in die Grafik ist tabu“ », *op. cit.*

⁶⁸⁸ Par exemple « 1 Wolf, 2 Hunde, 3 Schlüpfer | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/bilderbuecher/1-wolf-2-hunde-3-schluepfer/> ; consulté le 7 avril 2020).

⁶⁸⁹ « für ein explizit erwachsenes Publikum », in « Der vergessene Garten von Émile Bravo | Reprodukt », sur *Reprodukt*, s. d. (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/der-vergessene-garten-von-emile-bravo/> ; consulté le 7 avril 2020).

⁶⁹⁰ En théorie, il y a 28 scénaristes différent-es dont U. Pröfrock a traduit les textes. La coopération parfois très étroite des scénaristes avec les illustrateurs et illustratrices (lorsqu'il y a division de ces tâches) laisse cependant planer le doute sur la paternité ou maternité exclusive du texte.

connaissances pour en saisir les subtilités et potentielles références intermédiaires, connaissances qu'U. Präfrock possède effectivement.

Ainsi, la plupart des œuvres qui traitent du cinéma ou qui mettent en scène un musée, toutes franco-belges, ont été confiées aux soins de ce traducteur. Même si *Cinerama* de Charles Berbérian et *Ein letztes Wort zum Kino* [*Pour en finir avec le cinéma*] de Blutch ne se ressemblent pas du point de vue graphique, n'ont pas le même registre langagier et traitent différemment de leur thématique principale, elles concernent toutes deux le cinéma. Anecdotes personnelles autour de films nanardesques pour C. Berbérian, réflexions quasi-philosophiques autour du cinéma en général pour Blutch : il s'agit d'œuvres très différentes que pourtant, la thématique du 7^e art rassemble, et qui appelle ainsi le travail d'U. Präfrock. Il en va de même pour deux autres œuvres publiées chez Reprodukt, et qui se déroulent dans un musée. Alors que dans *Einmal durch den Louvre* [*La Traversée du Louvre*] de David Prudhomme, le personnage principal ne fait que déambuler dans le musée et voir des parallèles entre sa vie, celle des autres, et les tableaux, dans *Olympia in Love : Eine Komödie in 50 Gemälden* de Catherine Meurisse, les tableaux font office de véritables protagonistes et non pas seulement de décors. Dans toutes ces œuvres, les références artistiques abondent et n'auraient pas pu être transposées sans de solides connaissances en histoire de l'art. Évoquons un autre détail sur *Einmal durch den Louvre* et *Olympia in Love* : il s'agit de collaborations officielles entre artistes et musées – le Louvre pour l'œuvre de D. Prudhomme et le Musée d'Orsay pour celle de C. Meurisse. Commandées (et donc en partie financées) par les musées, les bandes dessinées sont par conséquent obligées de mettre en scène les œuvres exposées. Une connaissance approfondie est donc attendue des artistes, certes, mais aussi des traducteurs et traductrices.

Précédemment, nous avons évoqué qu'U. Präfrock choisissait les œuvres qu'il voulait traduire et refusait celles pour lesquelles il ne se sentait pas compétent ou pour lesquelles il n'avait aucune appétence. Cette fois-ci, nous insisterons sur le fait qu'U. Präfrock choisit certes de traduire – ou non – une œuvre, mais qu'avant cela, la maison d'édition fait appel à lui pour travailler sur une œuvre précise. Les traducteur-ices sont évidemment sollicité-es en fonction de leur

disponibilité et de leur compétence dans une langue donnée, mais aussi – c'est ce que nous souhaitons mettre en valeur ici - en fonction du contenu et des thématiques spécifiques qui y sont évoquées, du genre ou du ton de l'œuvre. On peut ainsi faire appel à un traducteur ou une traductrice en fonction de ses compétences particulières dans une matière, mais aussi en fonction de son expérience passée. U. Pröfrock ayant déjà traduit une bande dessinée consacrée à un musée en 2014, on a donc fait appel à lui en 2018 pour une œuvre à la thématique similaire.

Nous avons pu repérer d'autres préférences du traducteur. D'une part, même s'il traduit de nombreuses œuvres pour un public adulte, il s'occupe aussi d'un certain nombre de bandes dessinées destinées aux enfants, et de celles – cas rarissime chez Reprodukt – ayant pour protagoniste une jeune fille : il a ainsi traduit l'entièreté de *Koma* de Pierre Wazem et de Frederik Peeters, d'*Akissi*, série dérivée d'*Aya*, également écrite par Marguerite Abouet, mais dessinée par Mathieu Sapin, ainsi que d'*Esthers Tagebücher* [*Les Cahiers d'Esther*], de Riad Sattouf. Nous avons également évoqué les livres de D. de Monfreid, qui visent un public très jeune, mais nous pouvons y ajouter *Der Popo von Hippopo* [*Le Popotin de l'hippopo*], et *Edmund: Das Fest im Mondschein* [*Edmond : La fête sous la lune*], tous deux dessinés par Marc Boutavant. Bien que comme nous l'avons constaté précédemment, U. Pröfrock apprécie tout particulièrement la diversité à laquelle il est confronté dans sa profession, le traducteur a de toute évidence une affinité avec ce type d'œuvres, que ce soit parce qu'il en apprécie le contenu ou le travail de la langue.

En dépit des aléas⁶⁹¹, le choix des traducteurs et traductrices pour une œuvre répond à des logiques certaines, en fonction des intérêts et des compétences individuelles de ces traducteurs. Bien que nous ayons choisi de nous concentrer sur U. Pröfrock, dont le nombre important de traductions pour Reprodukt permet aisément de trouver des constantes et de montrer la variété

⁶⁹¹ Le décès de Kai Wilksen en 2011 est un tel aléa : auparavant traducteur le plus prolifique chez Reprodukt, l'entreprise se tourne de plus en plus vers U. Pröfrock après cette mort soudaine. En outre, les traducteurs et traductrices peuvent être trop occupés à un moment donné, ne pas avoir d'affinités avec une œuvre précise, avoir changé de profession, l'œuvre peut avoir été publiée chez différentes maisons d'édition, etc.

des adaptations, il est aussi possible de constater des fils conducteurs chez ses collègues. Ainsi, on proposera volontiers les bandes dessinées critiques de la société, au monde désabusé et anarchique, comme celles de R. Crumb, de Daniel Clowes ou de Charles Burns à Heinrich Anders. André Höchemer, quant à lui, confirme que certains artistes ont leur traducteur attitré chez Reprodukt, puisqu'en dix ans, il a traduit exclusivement les œuvres de Paco Roca pour la maison d'édition. Tandis que Jutta Harms n'adaptait que des œuvres underground comme celles de Mary Fleener, de Julie Doucet ou de John Porcellino, Claudia Sandberg affectionne les œuvres biographiques plus « grand public ». Alors que Matthias Wieland ou Volker Zimmermann traduisent des dizaines d'œuvres pour un public d'enfants, Andreas Förster, quant à lui, ne traduit que des œuvres traitant de sexe⁶⁹². Concernant le sexe, d'autres, comme Claudia Sandberg ou Sven Scheer, ne traduisent (presque) que des artistes identifié-es comme féminines⁶⁹³. Dans d'autres cas enfin, c'est uniquement la langue qui détermine quel traducteur ou quelle traductrice est sollicité-e – pour le flamand et le néerlandais, ce sont systématiquement Andrea Kluitmann ou Helge Lethi qui effectuent le travail de traduction. Pourtant, encore une fois, il n'y a pas de systémativités partout, puisque pour 15 œuvres dont la langue originale est le japonais, il y a eu 6 traducteurs et traductrices différent-es⁶⁹⁴.

⁶⁹² Sujet exclusif de *Die Perineum-Technik*, point principal de l'intrigue dans *Die Bluse* et motif récurrent chez l'un des deux protagonistes de *Bastard*, le sexe est au cœur des trois œuvres traduites par Andreas Förster.

⁶⁹³ Sur les neuf œuvres que Sandberg a traduites, toutes, sauf une, *Das Gemetzel*, ont été écrites par des femmes. Notons toutefois que la série des *Pablo* a été dessinée par un homme, Clément Oubrierie. Enfin, *Das Gemetzel* se focalise en particulier sur un personnage féminin et on peut donc y voir une certaine continuité avec les autres œuvres traduites par Sandberg, en dépit du genre du scénariste.

⁶⁹⁴ À part Claudia Peter, qui n'a traduit qu'une œuvre en 2003, les autres traducteurs et traductrices ont traduit des œuvres publiées entre avril 2019 et novembre 2021. Par ailleurs, 9 de ces œuvres sont du même artiste, Shigeru Mizuki, qui aura été traduit par 4 traducteur-ices différent-es chez Reprodukt. La période courte de parution, ainsi que la multiplication des œuvres de Mizuki rendent d'autant plus surprenant le fait qu'il y ait autant de traducteur-ices pour une langue aussi peu représentée chez Reprodukt. Cela témoigne sans doute de la difficulté de traduire une œuvre japonaise vers l'allemand, activité chronophage qui nécessite donc d'employer plus de traducteurs et traductrices différent-es, surtout lorsqu'il s'agit de publier un grand nombre d'œuvres en un court laps de temps.

Traducteur et traductrice riment-ils avec auteur et autrice ?

Revenons sur le constat que nous formulons pour C. Sandberg et S. Scheer, à savoir que certain-es traducteur-ices préfèrent traduire les textes d'artistes s'identifiant à un genre particulier. En analysant la liste d'œuvres traduites par U. Pröfrock, on constate aisément que le nombre de bandes dessinées écrites et dessinées par des hommes est largement majoritaire. Sur les 38 artistes ou groupes dont il a traité les œuvres, 12 sont des femmes ou incluent une personne identifiée comme féminine. Une faible proportion, mais qui baisse davantage lorsqu'on regarde du côté du scénario des œuvres, et non des artistes : seules 18 des 87 œuvres qu'il a traduites ont été écrites par une femme. S'agit-il d'un simple reflet du programme éditorial de Reprodukt – après tout, plus d'hommes publient pour Reprodukt que de femmes – ou bien cela correspond-il à une volonté consciente du traducteur et/ou de la maison d'édition ? Dans l'interview pour *Die Blaue Seite* que nous avons déjà citée, U. Pröfrock laisse en effet penser qu'il préfère ne pas traduire d'œuvres écrites par des femmes.

Dans [*Wie ein leeres Blatt* de Pénélope Bagieu et de Boulet], j'ai vu qu'il s'agissait d'une bande dessinée d'une jeune femme sur une jeune femme. Alors, j'ai demandé à mon éditrice si le plus âgé des traducteurs de cette maison d'édition pouvait traduire de manière appropriée une bande dessinée d'une jeune femme. C'est ce qui m'est passé par la tête. On ne sait pas parfois de soi-même ce dont on est capable. Mais mon éditrice m'a dit que je réussirais, et de toute évidence, elle en était satisfaite. Pourtant, en voyant le titre, je pensais : « Une jeune femme ne serait-elle pas plus appropriée » ?⁶⁹⁵

⁶⁹⁵ « In diesem Fall habe ich gesehen, dass es ein Comic von einer jungen Frau über eine junge Frau ist. Da habe ich dann nochmal bei meiner Lektorin angefragt, ob ausgerechnet der Älteste unter den Übersetzern für diesen Verlag einen Comic von einer jungen Frau angemessen übersetzen kann. Das war das, was mir durch den Kopf gegangen ist. Man weiß von sich selber manchmal nicht so genau, was man alles kann. Aber meine Lektorin meinte, dass ich das hinkriege und offensichtlich waren sie damit zufrieden. Dabei dachte ich bei dem Titel: „Wäre nicht vielleicht eine junge Frau passender ?“, Ulrich Pröfrock in LINNEA, « Interview mit Ulrich Pröfrock », *op. cit.*

Le traducteur suppose qu'en tant qu'homme, il ne serait pas le plus compétent pour traduire un texte écrit par une femme et centré sur le vécu de personnages féminins, et suggère ainsi à la maison d'édition de préférer une traductrice pour une telle œuvre. On peut aussi y voir un certain engagement pour l'égalité des genres en cela que le traducteur déclare qu'une traductrice ferait un travail au moins aussi bon et plus pertinent que le sien. Dans un article qu'elle publie pour *Meta : Translator's Journal*, la chercheuse en traductologie Valerie Henitiuk est du même avis que le Fribourgeois : une traductrice serait plus à même de traduire certaines spécificités du texte source lorsqu'il a été écrit par une femme, puisqu'elle serait plus consciente des relations de pouvoir liées au sexe et au genre dans une société aux structures patriarcales.

Le processus de traduction implique la domestication d'un texte. Alors que par définition, les traducteur·ices ont affaire à un texte étranger en raison de sa langue, sa culture, et son époque, le traducteur masculin du texte d'une femme pourrait bien rencontrer une étrangeté liée à la différence sexuée, étrangeté qu'il pourrait aggraver. Le langage du traducteur masculin se superpose à la narration de la femme, créant d'inévitables distorsions de genre [...] Les traductions produites par des lecteurs masculins pourraient bien museler des parties du message d'une autrice, simplement en ne remarquant pas des métaphores pour des relations de pouvoir sexuées, par exemple. Loin d'être capables de lire les intrigues/significations alternatives, les phallo-traducteurs pourraient ne même pas savoir qu'elles existent.⁶⁹⁶

⁶⁹⁶ « The translation process involves domestication of a text. While translators by definition deal with a foreign text on levels of language, culture, and time, the male translator of a woman's text may well encounter a foreignness comprised of sexual difference that he ends up compounding. The language of the male translator is superimposed on the woman's narrative, creating inevitable gender-bending distortions. [...] Translations produced by male readers may well silence parts of a woman author's message by being simply oblivious to the significance of, for example, metaphors of sexual power relationships. Far from being able to read the alternate plots/meanings, phallo-translators may not even want to see that they exist », V. HENITIUK, « Translating Woman: Reading the Female through the Male », *Meta*, vol. 44, n° 3, 2 octobre 2002, p. 475-476.

La déclaration d'U. Pröfrock semble alors présenter un caractère féministe : par respect pour le sens du texte, dont il sait qu'il ne saisira sans doute pas toutes les nuances, par souci de la qualité de la traduction, il préférerait que ce soit une traductrice qui se charge de l'adaptation. Dans les faits, à la suite d'encouragements de la maison d'édition Carlsen, U. Pröfrock a cependant accepté de traduire l'œuvre en question – et en a traduit d'autres créées par des femmes, contredisant ainsi les idées exprimées dans l'interview.

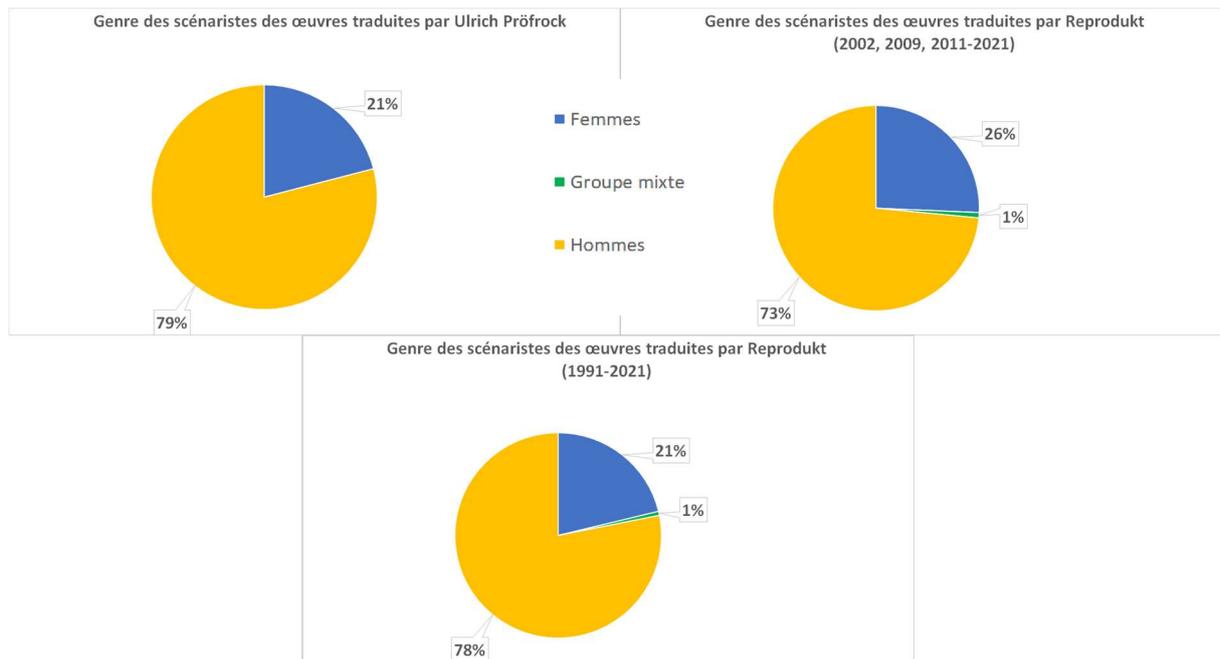


Figure 25 :

À gauche : Proportion des œuvres scénarisées par des personnes de genre différent parmi les traductions d'U. Pröfrock pour Reprodukt.

À droite : Proportion des œuvres scénarisées par des personnes de genre différent traduites chez Reprodukt les années où U. Pröfrock a travaillé pour l'éditeur.

En Bas : Proportion des œuvres scénarisées par des personnes de genre différent traduites chez Reprodukt sur la totalité de la période étudiée.

Pourtant, pour Reprodukt, le traducteur a bien travaillé sur moins d'œuvres écrites par des personnes identifiées comme femmes que sur des œuvres écrites par des hommes. En prenant en compte que deux œuvres qu'il a traduites possèdent une édition limitée ou une version intégrale qui ne nécessite donc pas de traduction supplémentaire, et en comparant la production d'U. Pröfrock uniquement à celle des années durant lesquelles il a travaillé pour la maison d'édition (à savoir en 2002, 2009, puis régulièrement à partir de 2011), on constate en

effet que le traducteur a traduit environ 21% d'œuvres écrites par des femmes, alors qu'elles représentaient 26 % des publications de Reprodukt pendant sa période d'activité.

D'autres traducteur-ices présentent une préférence encore plus prononcée pour les scénarios écrits par une personne d'un genre spécifique. Ainsi, Heinrich Anders, qui a pourtant participé à la traduction de 23 œuvres différentes (+2 rééditions), n'a traduit qu'un seul ouvrage écrit par une femme. Kai Wilksen, lui, a participé à la traduction de 62 œuvres (+2 rééditions), dont seules 3 ont été écrites par des femmes. Ils se situent donc bien en deçà de la proportion de textes écrits par des femmes chez Reprodukt sur la même période. À l'autre bout du spectre, Claudia Sandberg n'a traduit qu'une seule œuvre écrite par un homme sur les 8 bandes dessinées traduites pour Reprodukt (+2 rééditions), ce qui est aussi le cas de Sven Scheer, qui a traduit 4 œuvres (+1 réédition) écrites par une femme et une seule avec un scénariste. La comparaison avec U. Pröfrock, qui traduit proportionnellement presque autant de textes écrits par des femmes que Reprodukt en a publié en général, illustre que les préférences des un-es et des autres jouent un rôle dans l'attribution des œuvres à traduire, mais qu'il existe également des contraintes extérieures. U. Pröfrock et certain-es autres traduisent des œuvres très différentes, représentatives de la diversité du catalogue de Reprodukt (et donc tributaires de la répartition genrée de son catalogue), tandis que d'autres traducteurs et traductrices sont spécialisé-es dans un genre d'histoires ou une langue spécifique, où telle ou telle identité de genre est plus représentée qu'une autre⁶⁹⁷.

En ce qui concerne le profil de ses traducteur-ices, sur ses 81 traducteurs et traductrices différent-es, Reprodukt a embauché un peu plus de personnes identifiées comme femmes que comme hommes : 42 traductrices différentes contre 39 traducteurs. Si on compte les 90 combinaisons différentes de traducteur-ices (que l'on compte donc tout groupe où plusieurs traducteurs et/ou traductrices travaillent ensemble comme une nouvelle entité), on arrive à 40

⁶⁹⁷ C'est le cas de l'espagnol, par exemple, où tous les scénaristes des œuvres publiées chez Reprodukt sont des hommes. Ainsi, André Höchemer et Isa Maria Arrizabalaga ne peuvent qu'avoir traduit des textes écrits par des hommes pour la maison d'édition.

groupes de traducteurs exclusivement masculins ou traducteurs seuls, 41 groupes de traductrices ou de traductrices seules, sans oublier 9 groupes mixtes. En somme, la répartition est très équilibrée alors que pour une profession supposément féminine comme la traduction – nous y reviendrons dans quelques pages –, elle n'aurait pas dû l'être. En dépit de leur nombre légèrement supérieur, les traductrices n'ont traduit que 28,5 % des bandes dessinées traduites dans l'ensemble du catalogue de Reprodukt (donc 135 œuvres), tandis que 66,5 % (313 œuvres) ont été traduites par des traducteurs et 5 % (23 œuvres) par au moins un traducteur et une traductrice.

L'explication de cet écart est simple : en moyenne, les traducteurs masculins traduisent chacun plus d'œuvres que les traductrices. En outre, 40 œuvres ont été traduites par des équipes avec au moins un homme contre 297 par des traducteurs seuls, tandis que des traductrices seules ont traduit 128 œuvres et que 30 l'ont été par un groupe comportant au moins une traductrice. Ainsi, il est donc presque deux fois plus commun pour une traductrice de travailler avec une autre personne sur une traduction (19 % des bandes dessinées traduites par au moins une femme) que pour un traducteur (12 % des bandes dessinées traduites par au moins un homme). Cet écart pourrait être lié à des conditions de travail différentes (davantage de temps partiel, différentes nécessités de congés, plus grande charge du *care*...) mais aussi à des biais sexistes. En tout état de cause, cela a des répercussions sur la rétribution financière et symbolique octroyée à ces personnes : chez Reprodukt, il est fréquent que des hommes aient des responsabilités plus importantes et qu'ils touchent la totalité de la rémunération du travail de traduction. Nous avons déjà constaté une répartition similaire du côté des artistes (voir la sous-partie page 299).

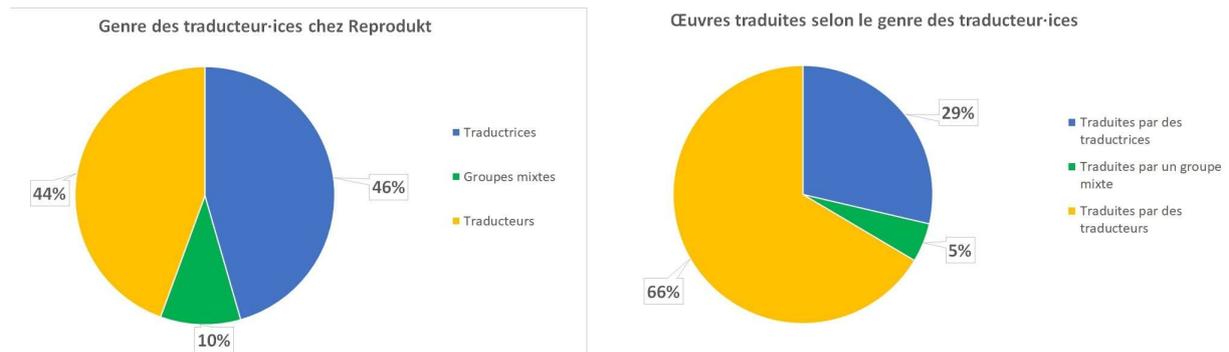


Figure 26 :

À gauche : Pourcentage des traductrices, traducteurs et groupes de traducteurs mixtes.

À droite : Pourcentage d'œuvres traduites par des traductrices, traducteurs et groupes mixtes.

Ces chiffres tirés de l'intégralité du catalogue de Reprodukt dissimulent de grandes disparités en fonction de l'année. En 2003, par exemple, première année où la maison d'édition a publié plus de 5 œuvres étrangères, seuls 60 % des œuvres étaient traduites uniquement par des hommes, tandis qu'en 2007, 91 % des œuvres traduites l'avaient été. Sur la période de 2009 à 2013, la proportion des œuvres traduites par des hommes s'est stabilisée autour de 70 %, puis a varié de 58 % à 76 % jusqu'en 2019. Sur la même période 2009 – 2019, la part d'œuvres traduites uniquement par une ou par plusieurs traductrices a fluctué entre environ 19 % et 38 %, proportion maximale atteinte en 2016. L'année 2020, où le nombre d'œuvres traduites selon le genre des traducteur·ices (52% d'œuvres traduites par des hommes et 48% par des femmes) se rapproche le plus de la proportion de ces travailleurs et travailleuses, apparaît comme une anomalie dans nos statistiques. Cette année laisse-t-elle présager un futur plus équilibré en ce qui concerne la répartition du travail chez l'éditeur ou restera-t-elle une année d'exception ?

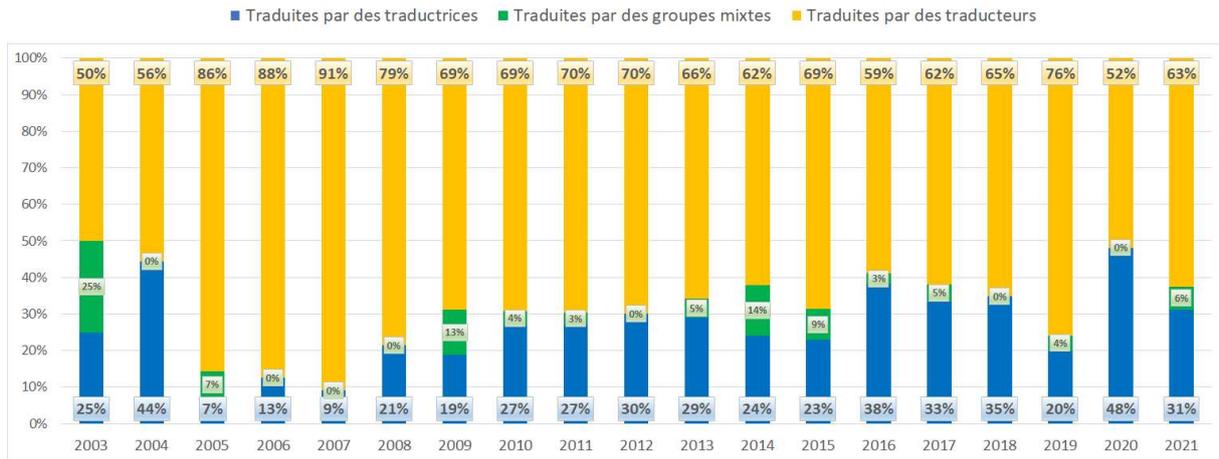


Figure 27 : Proportion des œuvres traduites pour Reprodukt selon le genre des traducteur-ices entre les années 2003 et 2021.

En attendant d'avoir la réponse à cette question, même en 2020, même les années où Reprodukt a employé davantage de traductrices différentes que de traducteurs, comme en 2016 ou 2018⁶⁹⁸, le pourcentage d'œuvres traduites par des femmes n'a pas dépassé celui des œuvres traduites par des hommes. De fait, chez Reprodukt, un traducteur traduit en moyenne plus d'œuvres en une année qu'une traductrice. Plus précisément, certains traducteurs masculins sont très actifs par rapport à leurs homologues et le sont sur une période plus longue. En 2016, année où le quota de traductrices avait été le plus élevé en quinze ans, seules Annette von der Weppen et Marion Herbert avaient traduit plus d'une œuvre – 3 et 2 œuvres respectivement – tandis que la même année, 5 traductions de Volker Zimmermann et 9 d'U. Pröfrock avaient été publiées par la maison d'édition.

⁶⁹⁸ 10 traductrices pour 8 traducteurs en 2016 ; 6 traductrices différentes contre 5 traducteurs en 2018.

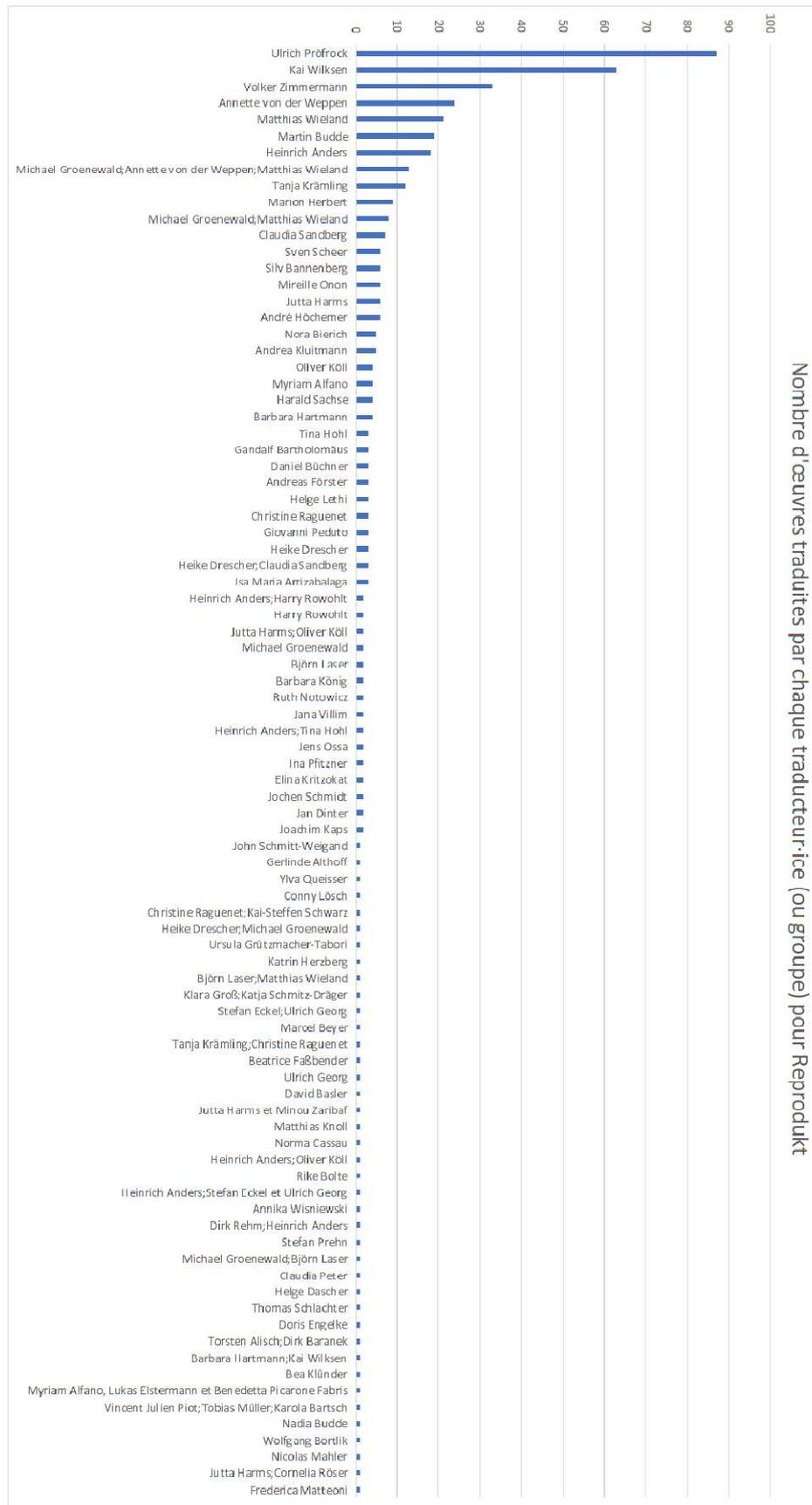


Figure 28 : Nombre d'œuvres publiées par Reprodukt sur lesquelles chaque traducteur, traductrice, ou groupe de traducteur-ices a travaillé.

De fait, si on classe les traducteurs et traductrices en fonction du nombre d'œuvres publiées chez Reprodukt, la première traductrice, A. Von der Weppen, n'arrive qu'en 4^e position avec ses 24 œuvres traduites (+12 autres traductions auxquelles elle a collaboré et dont elle n'a pas été l'unique traductrice ; essentiellement les tomes des *Mumins*), bien loin des 87 d'U. Pröfrock ou des 63 de K. Wilksen (+1 en groupe). Ces deux hommes ayant traduit à eux seuls presque le tiers des œuvres traduites publiées chez Reprodukt, on pourrait presque leur imputer à eux seuls la répartition inégale du nombre d'œuvres traduites en fonction du sexe des traducteurs. Le grand nombre d'œuvres qu'ils ont traduites reflète également la longévité de leur carrière chez Reprodukt. Certaines traductrices font certes exception à la règle⁶⁹⁹, mais en général, elles travaillent moins longtemps (et plus occasionnellement) pour la maison d'édition que les hommes – avant tout parce que cela fait simplement moins d'années qu'elles y sont représentées en grand nombre.

Notons que d'après le sondage de l'association professionnelle des traducteurs et traductrices VdÜ, 79 % des contrats de traduction (toutes catégories de textes « littéraires » confondues, comportant donc aussi la bande dessinée) en 2017-2018 avaient été signés par des femmes⁷⁰⁰. Reprodukt va ainsi tout à fait à l'opposé de ce métier sociologiquement très féminin. La surreprésentation masculine dans le travail d'adaptation est une caractéristique actuelle de l'industrie de la bande dessinée, à laquelle Reprodukt n'échappe pas. Toutefois, elle pourrait aussi être liée à une certaine homosocialité, le chef de l'entreprise nouant peut-être plus souvent des amitiés avec des traducteurs qu'avec des traductrices. Même si la maison d'édition a au total engagé davantage de traductrices différentes que de traducteurs, même si leur proportion augmente peu à peu, nous constatons qu'elle donne toujours plus de travail aux hommes qu'aux femmes – ce que nous avons également constaté du côté des artistes. La quantité de textes attribuée selon le genre des traducteurs et traductrices n'est pas la seule donnée différente, mais aussi le genre des auteur·ices de ces textes.

⁶⁹⁹ Notamment Jutta Harms, dont la première traduction chez Reprodukt est parue en 1992 et la dernière en 2020.

⁷⁰⁰ A. EMMERT, *Honorarumfrage 2017-18*, op. cit., p. 3.

En parallèle à la hausse de la proportion d'œuvres traduites par des femmes, le nombre d'œuvres écrites par des autrices a lui aussi augmenté. À première vue, on pourrait alors supposer qu'il y a là un lien de cause à effet. Dans notre analyse statistique, nous n'avons cependant pas pu constater de rapport évident et constant entre les deux données, à savoir que le nombre de traductrices aurait augmenté en raison du nombre croissant d'autrices. En 2016, par exemple, année où le deuxième plus grand nombre d'œuvres a été traduit par des femmes pour Reprodukt, il y avait pourtant eu un net recul des œuvres écrites par des femmes, alors qu'en 2020, meilleure année pour les traductrices chez Reprodukt, le nombre d'œuvres signées par des autrices était en dessous de la moyenne⁷⁰¹. Contrairement à notre supposition initiale, le nombre de traductrices n'a pas augmenté parce qu'il y a eu plus d'œuvres écrites par des femmes. Cela ne signifie pas pour autant qu'il n'y a aucun rapport entre le genre des personnes qui traduisent et celui de celles qu'elles traduisent.

Nous nous référons ici à une analyse que nous avons faite dans une communication à un colloque, intitulée « *Gender & Genre im Comicverlag: Wer macht Was bei Reprodukt?* »⁷⁰², où nous nous étions interrogé sur la dimension genrée du travail chez Reprodukt. Selon notre recherche, sur la totalité du catalogue de Reprodukt, les textes écrits par des femmes sont proportionnellement plus souvent traduits par des femmes que ceux écrits par des hommes. Si l'on compte aussi les traductions faites par plusieurs traducteur-ices, dont au moins une identifié-e comme femme⁷⁰³, 46 % des œuvres écrites par une femme avaient été (co-)traduites

⁷⁰¹ Alors qu'en 2015 et en 2017, 34 et 38 % des œuvres traduites par Reprodukt avaient été écrites par une ou plusieurs femmes, ce n'était le cas que de 17,5 % en 2016. Il s'agit donc de la première année depuis 2013 et avec 2020 et 2021, années pandémiques, de la seule où le taux d'œuvres écrites par une ou plusieurs femmes passait sous la barre des 33 % et marque donc un recul par rapport à la tendance que l'on peut par ailleurs observer. En 2020, 26 % des œuvres traduites par Reprodukt avaient été écrites par des femmes, 23 % en 2021.

⁷⁰² R. BECKER, « *Gender & Genre im Comicverlag: Wer macht Was bei Reprodukt?* », lors de la rencontre *Race, Class, Gender & Beyond – Intersektionale Ansätze der Comicforschung*, Schloss Herrenhausen, Hannover, 20 octobre 2021.

⁷⁰³ Le nombre d'œuvres traduites par un groupe de traducteur-ices mixte est remarquablement élevé pour les textes écrits par une femme : 13 % des scénarios écrits par une ou plusieurs femmes a ainsi été traduit par une équipe mixte. C'est essentiellement dû à la série des *Mumins*, puisque sur les 19 titres de la série parus chez Reprodukt, 16 ont été écrits par la Finlandaise Tove Jansson, 3 autres ont été soit écrits, soit co-écrits par son frère Lars. Sur ces 16 tomes, 13 ont été traduits par Michael Groenewald, Matthias Wieland et Annette von der Weppen, 3 autres

par des femmes. Pour la totalité des textes, cette part s'élève pourtant à 33,5 % (voir Figure 29), puisque pour les textes écrits par un homme, plus nombreux que ceux écrits par une femme, les traductrices n'ont participé qu'à la traduction de 30 % des œuvres.

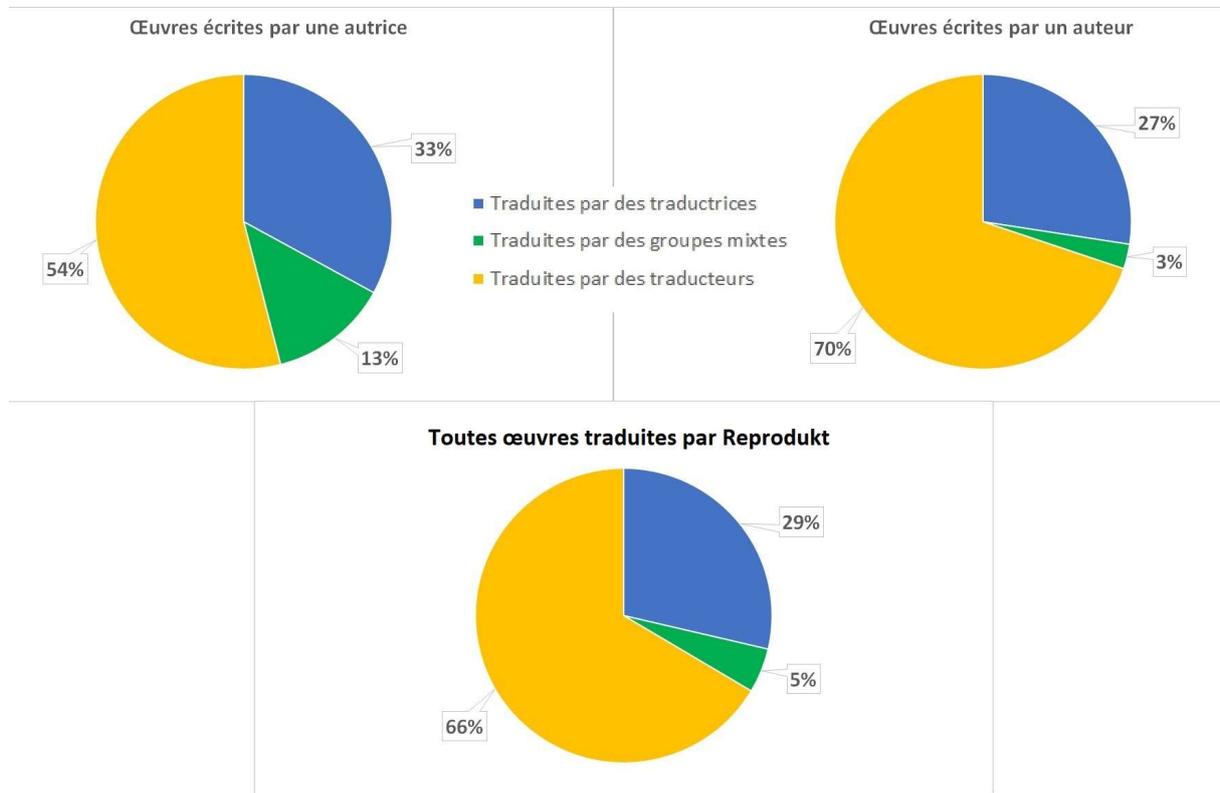


Figure 29 :

À gauche : Genre des traducteur·ices pour les textes écrits par une femme.

À droite : Genre des traducteur·ices pour les textes écrits par un homme.

En bas : Genre des traducteur·ices pour tous les textes traduits chez Reprodukt.

Nous pouvons aussi retourner ces statistiques afin de voir sur quoi travaillent les traductrices de Reprodukt, plus nombreuses en proportion que les autrices. Ici, on constate qu'une traductrice aura aussi plus de chances qu'un traducteur de traduire le texte d'une femme, même si la différence n'est pas aussi nette lorsqu'on se place du point de vue des autrices.

uniquement par M. Groenewald et M. Wieland. À elle seule, cette série augmente considérablement la représentation des artistes féminines et des traductrices dans le catalogue de Reprodukt.

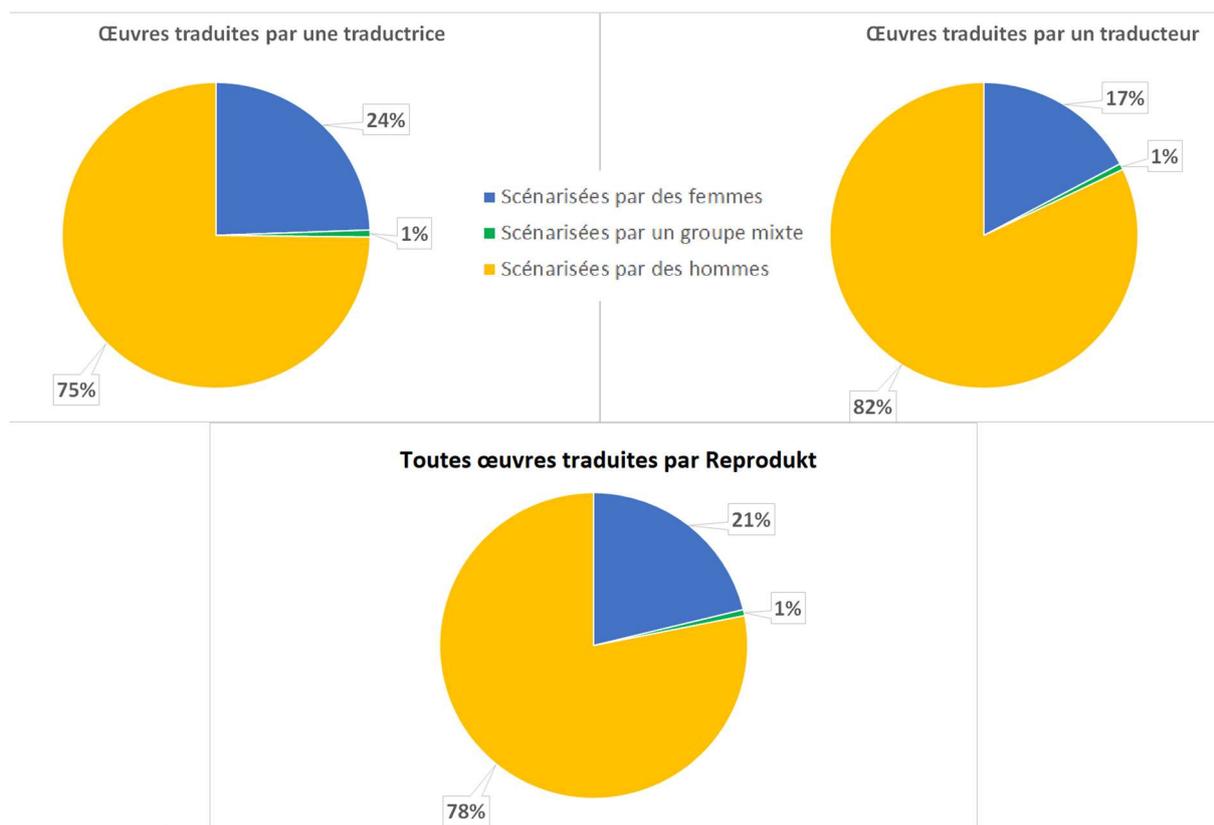


Figure 30 :

À gauche : Part des œuvres traduites par des traductrices selon le genre des scénaristes.

À droite : Part des œuvres traduites par des traducteurs selon le genre des scénaristes.

En bas : Part de toutes les œuvres traduites chez Reprodukt selon le genre des scénaristes

On peut donc bien constater une différence en fonction du genre du ou de la scénariste. Même si la large majorité des textes traduits par les traductrices de Reprodukt a été écrite par des hommes, reflétant leur poids dans le catalogue entier, la part des textes écrits par des femmes est plus élevée que pour leurs collègues masculins. Il semble alors évident que le genre des personnes qui traduisent joue un rôle pour la maison d'édition, de sorte que la probabilité qu'une traductrice travaille sur une œuvre écrite par une femme est plus élevée que la probabilité qu'un traducteur soit chargé de traduire l'œuvre d'une femme. Comme nous l'avons dit plus haut, nous avons pu constater que Reprodukt ne missionne cependant pas plus de traductrices simplement lorsqu'il y a plus de scénaristes femmes.

Une autre donnée est corrélée à l'augmentation des textes traduits par des traductrices chez Reprodukt : la diversité du genre (littéraire) des œuvres que publie l'éditeur, ou plutôt des

catégories utilisées par l'entreprise dans son catalogue, et sur lesquelles nous reviendrons plus longuement. Si les traductrices ne sont en charge que de 22 % des œuvres estampillées « *Comic* » dans le catalogue de Reprodukt (25 % en comptant les traductions faites en coopération avec un traducteur), elles traduisent en revanche 28 % des « *Kindercomics* » (40 % en comptant les groupes mixtes), destinés à un public d'enfants, 37,5 % des « *Graphic Novels* » (43 % en comptant les groupes mixtes), supposément destinés à un public plus adulte, et 43 % des mangas (sachant qu'aucune traduction n'a été faite en groupe). Si cette dernière catégorie, encore peu exploitée sur la période que nous analysons, a autant de traductrices, c'est avant tout dû à la présence de Nora Bierich, particulièrement prolifique auprès de Reprodukt en ayant traduit 5 des 15 mangas de Reprodukt. La surreprésentation de traductrices dans les catégories des bandes dessinées pour enfants et adultes pourrait en revanche être plus représentative de dynamiques de genre plutôt que d'une proximité entre un-e seul-e traducteur-ice et l'entreprise.

En effet, comme nous l'avons déjà constaté pour la surreprésentation des scénaristes femmes dans les « *Kindercomics* » les bandes dessinées pour enfants pourraient être perçues comme intrinsèquement féminines, d'autant qu'elles sont plus souvent écrites par des autrices. L'association traditionnelle des femmes à la maternité pourrait alors influencer le type d'œuvres qui leur sont confiées ou qu'elles s'attribuent elles-mêmes. À l'inverse, ce que Reprodukt appelle « roman graphique » aurait par essence des qualités plus littéraires, comme l'indique déjà le nom. Or, on peut imaginer que la traduction de romans graphiques pourrait alors intéresser un vivier de traducteur·ices plus large que celui de bandes dessinées « normales », puisque ces « *Graphic Novels* » seraient plus proches de leur expertise habituelle. Nous l'avons dit, les traductrices sont largement majoritaires dans la profession⁷⁰⁴, et elles seraient donc naturellement plus nombreuses à s'intéresser à cette forme de bandes dessinées plus romanesque et plus récente. À cela s'ajoute que ce qui est désigné comme roman graphique vise

⁷⁰⁴ A. EMMERT, *Honorarumfrage 2017-18*, op. cit., p. 3.

davantage un public sans réelle préférence de genre, tandis que les « *Comics* » possèdent habituellement une connotation plus masculine⁷⁰⁵.

À nouveau, le développement assez récent de ces catégories de bandes dessinées chez Reprodukt pourrait quelque peu relativiser le lien supposé entre genre littéraire et genre des traducteur-ices. Les « *Kindercomics* » n'ayant intégré le catalogue de Reprodukt qu'il y a quelques années, les traductrices y jouent naturellement une part plus importante que pour les « *Comics* » classiques, puisqu'elles aussi n'ont que récemment rejoint l'éditeur en nombre plus important. Ce raisonnement ne résiste cependant pas aux faits : la part des traductrices dans la production de « *Comics* » n'a jamais vraiment augmenté, peu importe le nombre de traductrices travaillant avec Reprodukt. Tandis que 23 % des « *Comics* » importés publiés par l'éditeur jusqu'en 2005 avaient été traduits par des femmes, ils étaient 25 % (dont 4 % de collaborations mixtes) de 2005 à 2012 (donc avant l'arrivée des « *Kindercomics* »). Depuis 2013, 25,5 % des « *Comics* » ont été traduits par au moins une femme (dont 2 % traduits en groupe avec des traducteurs). À l'inverse, déjà avant 2005, 41 % des « *Graphic Novels* » avaient déjà été traduits uniquement par des femmes (17 % supplémentaires en groupe mixte) – un chiffre proche de celui de 43 % des « *Graphic Novels* » traduites par des femmes entre 2013 et 2021 (4,5 % supplémentaires en groupe mixte)⁷⁰⁶. Ainsi, nous constatons qu'il y a une réelle répartition genrée du travail de traduction mesurable et durable, qui n'est pas due uniquement aux circonstances d'une période précise.

D'autres données peuvent toutefois être attribuées à des tendances générales de l'époque récente plutôt qu'au genre des autrices et des traductrices. La longueur moyenne des œuvres traduites,

⁷⁰⁵ Le terme *Comics* est intimement associé aux récits super-héroïques, dont le public habituel, mais aussi l'essentiel des personnages a longtemps été masculin. La désignation « roman graphique » se distancie de cette connotation et renvoie davantage à un public adulte et plus mixte. J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men*, *op. cit.*, p. 307.

⁷⁰⁶ La proportion baisse entre 2005 et 2012, cependant, puisque seuls 30 % des romans graphiques sont alors traduits par des traductrices (dont 27 par des femmes seules). Il s'agit de la période où la production de Reprodukt augmente tout particulièrement et où elle commence à se concentrer sur les publications de Lewis Trondheim, surtout traduit par des traducteurs masculins, dont Kai Wilksen, de très loin le traducteur le plus prolifique de la période.

par exemple, plus élevée chez les traductrices (147 pages) et les groupes de traducteur·ices mixtes (133,5 pages) que chez les traducteurs (105 pages), ainsi que la donnée du prix moyen, qui y est liée (19 € pour une œuvre traduite par une femme contre 17 € pour celle d'un traducteur et 20 € pour celle d'un groupe mixte) : dans ces cas-là, ce n'est pas tant le genre des personnes qui ont traduit l'œuvre qui joue un rôle, mais la période durant laquelle elles ont travaillé pour Reprodukt, ainsi que les catégories de bandes dessinées qu'on leur attribue. La sollicitation d'un nombre plus élevé de traductrices par la maison d'édition coïncide avec une tendance à l'augmentation de la longueur et des prix des bandes dessinées. Il n'y a pas ici de lien de cause à effet dû au genre des traducteur·ices, bien que le type de bandes dessinées traduit joue quant à lui certainement un rôle : les œuvres pour enfants sont par exemple proportionnellement les plus chères et sont plus souvent attribuées, nous l'avons vu, à des traductrices.

Il ne s'agirait donc pas d'ignorer que le profil des traductions effectuées par chaque traducteur·ice varie donc aussi en fonction de la période durant laquelle il ou elle a travaillé pour Reprodukt et non pas seulement en fonction de ses envies ou de ses compétences. Nous avons ainsi évoqué plus haut le cas de K. Wilksen, traducteur emblématique de Reprodukt, qui avait pourtant traduit bien moins de textes écrits par des femmes qu'U. Pröfrock, alors que tous deux ont travaillé sur un grand nombre d'œuvres diverses pour la maison d'édition. On peut en partie attribuer cette différence à la période d'activité (jusqu'en 2011 pour K. Wilksen, surtout depuis 2011 pour U. Pröfrock) plutôt qu'à une préférence personnelle du traducteur, puisque Reprodukt publiait alors tout simplement moins d'œuvres d'autrices. Après cette étude poussée sur les traductions de Reprodukt, penchons-nous désormais sur l'autre grande étape de l'adaptation qu'est le lettrage. L'analyse de ce dernier révélera que bien qu'il s'agisse d'une activité professionnelle très différente, elle se rapproche en certains points de la traduction.

Analyse du lettrage chez Reprodukt

Essayons d'abord d'établir dans quelles proportions le lettrage est fait à la main chez Reprodukt et quand il est fait avec des outils numériques, puisque cette distinction revêt une importance particulière chez l'éditeur. De prime abord, nous pouvons remarquer que pour un certain nombre d'œuvres, Reprodukt n'évoque pas qui a été chargé-e du lettrage, ni quelle méthode a été employée. Ce sont logiquement avant tout des œuvres traduites pour lesquelles la maison d'édition les cite : la maison d'édition engage nécessairement quelqu'un pour faire le lettrage d'une œuvre importée de l'étranger, tandis que si l'œuvre a été écrite en allemand, il n'y a besoin ni de traduire, ni de réécrire le texte. Deux œuvres du catalogue de Reprodukt échappent à la règle, cependant, et sont les seules œuvres en allemand dont on indique le lettrage : *Roxanne & George* de Carolin Walch⁷⁰⁷ et *Böse Geister* [Mauvais esprits], dessinée par Gerda Raidt et écrite par Peer Meter⁷⁰⁸. Toutes deux ont été écrites et dessinées par des artistes germanophones et pourtant, le site web de Reprodukt indique qu'il y a eu un travail de lettrage extérieur. *Böse Geister* est la première (et unique) bande dessinée de Gerda Raidt : habituellement illustratrice de livres (de littérature), il n'est pas étonnant qu'elle ait pu ne pas avoir d'expérience en matière de lettrage. C'est pour cette raison que Reprodukt lui a suggéré de laisser la main à Michael Hau, lettreur de longue date. L'autre exception, *Roxanne & George*, illustre un autre cas de figure, puisque C. Walch n'en était pas à sa première bande dessinée et exerce le métier de tatoueuse, où il est habituel de devoir dessiner (et non pas simplement écrire) du texte : elle était donc tout à fait habituée à et capable de lettrer sa propre bande dessinée. Effectivement, le lettrage a bien été fait par C. Walch elle-même, citée comme autrice/illustratrice *et* comme lettreuse de cette œuvre. Mais si le lettrage est malgré tout mentionné sur le site internet, c'est parce que la fonte qu'a utilisée C. Walch pour son lettrage à l'ordinateur a été créée par Arne Bellstorf, un autre artiste. Les deux se connaissaient déjà avant cette collaboration, puisque C. Walch avait participé à un volume des anthologies *Orang*, dont A. Bellstorf était un contributeur régulier. Appréciant l'artiste, ou du moins son écriture, et la pensant correspondre à l'œuvre qu'elle

⁷⁰⁷ C. WALCH, *Roxanne & George*, Berlin, Reprodukt, 2012.

⁷⁰⁸ G. RAIDT et P. METER, *Böse Geister*, Berlin, Reprodukt, 2013.

voulait créer, Walch a donc choisi d'écrire son texte avec la fonte d'A. Bellstorf, tout en travaillant elle-même la disposition spatiale.

Qu'en est-il donc des œuvres pour lesquelles Reprodukt ne mentionne pas le lettrage ? Même si l'entreprise est généralement soucieuse de citer ses lettré-euses, aucune œuvre non-traduite autre que les deux exemples que nous venons d'évoquer ne fait mention d'un lettré, d'une lettrée ou d'une méthode de lettrage. L'exemple de *Roxanne & George*, où l'artiste elle-même avait lettré son œuvre à l'ordinateur et où cela avait été indiqué, nous montre qu'au contraire, si le lettré ou la lettrée n'est pas nommé-e, nous pouvons supposer que l'œuvre en question a été lettrée manuellement par l'artiste⁷⁰⁹. Cependant, il ne s'agit là que d'une supposition que nous ne pouvons pas vérifier : chez un éditeur qui insiste autant sur le travail manuel, il est possible que des artistes ne souhaitent pas lui indiquer lorsqu'ils ou elles utilisent une police informatique. Ces dernières étant aujourd'hui parfois très avancées et pouvant avoir une allure organique, il ne nous est pas possible d'établir pour la totalité du catalogue si – oui ou non – les bandes dessinées ont véritablement été lettrées manuellement. Pour certaines de nos statistiques suivantes, nous procéderons donc à deux analyses statistiques : d'une part nous verrons les œuvres dont le type de lettrage est clairement indiqué par l'éditeur, d'autre part la totalité du catalogue, en supposant que les œuvres originales publiées par Reprodukt et celles que l'éditeur ne répertorie pas dans son catalogue en ligne ont toutes été lettrées à la main.

Si nous ne prenons en compte que les œuvres dont le lettrage est explicité par Reprodukt, donc avant tout des œuvres traduites, 84,5 % de ces œuvres ont été lettrées à la main. Lorsque nous incluons les œuvres pour lesquelles le lettrage n'est pas évoqué – donc avant tout des œuvres d'artistes germanophones, le pourcentage atteindrait 88,5 % des bandes dessinées publiées par Reprodukt.

⁷⁰⁹ A l'exception des bandes dessinées qui ne comportent pas de texte, cas que nous avons déjà évoqué.

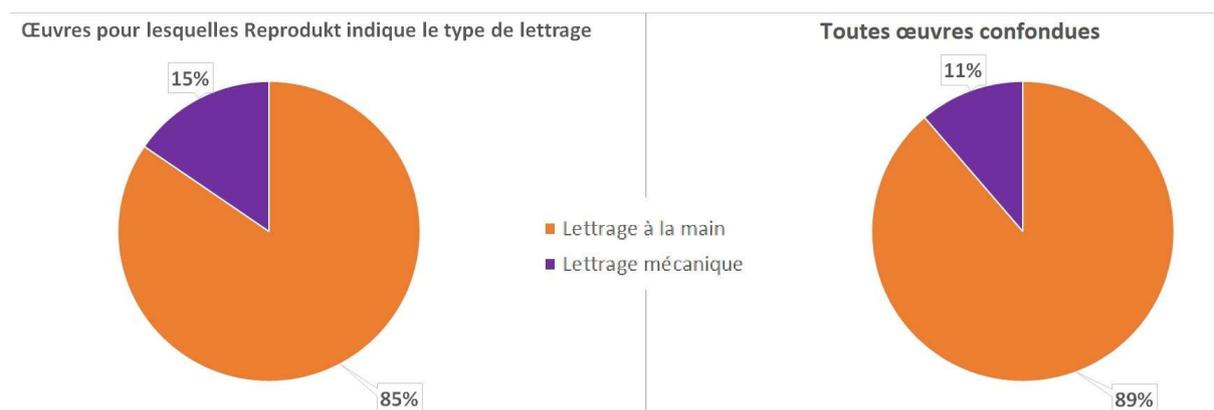


Figure 31 :

À gauche : Répartition des œuvres (le plus souvent traduites) pour lesquelles Reprodukt indique la manière dont le lettrage a été effectué.

À droite : Répartition de toutes les œuvres comportant du texte en fonction de leur type de lettrage supposé.

Dans les deux cas de figure, il est évident que la mise en valeur du lettrage manuel n'est pas simplement de façade : il s'agit bien d'une caractéristique, voire d'une marque de fabrique de la maison d'édition. Le nombre d'œuvres lettrées à l'ordinateur n'est toutefois pas négligeable : 72 publiées par Reprodukt, 75 si nous incluons celles dont elle a racheté les invendus chez une autre maison d'édition allemande et qu'elle vend aujourd'hui. Nous nous pencherons dans quelques pages sur les cas où l'éditeur a opté pour un lettrage mécanique, pour mieux comprendre pourquoi la maison d'édition s'est écartée de sa propre règle.

À ce jour et à notre connaissance, il n'y a pas de statistiques comparant l'usage de lettrage manuel au lettrage mécanique dans l'industrie de la bande dessinée, où que ce soit dans le monde ; sans doute parce qu'à l'image des maisons d'édition, la recherche occulte régulièrement cette étape de la production de bandes dessinées. Nous ne pouvons donc comparer notre analyse du lettrage chez Reprodukt qu'à des estimations. L'une d'entre elles nous provient de Michael Groenewald, éditeur et traducteur de bandes dessinées. Dans une présentation lors d'une réunion du *Münchener Übersetzer-Forum* en 2018, il déclare que la vaste majorité des bandes dessinées comporte un lettrage entièrement élaboré avec des moyens numériques.

Reprodukt compte parmi les rares maisons d'édition qui pratiquent encore cette forme du lettrage à la main ; dans 95 % des cas, on travaille désormais directement à l'ordinateur.⁷¹⁰

Même si M. Groenewald est présent dans l'industrie de la bande dessinée depuis des décennies et qu'en raison de son travail en tant que rédacteur et éditeur, il est très au fait du travail de lettrage, il nous faut prendre du recul sur le chiffre des 95 % qu'il avance. Premièrement, il paraît si élevé qu'on peut penser qu'il s'agit ici d'une simple hyperbole, d'autant qu'il ne précise pas ici s'il s'agit d'une statistique sur les œuvres germanophones ou d'un chiffre mondial. Deuxièmement, M. Groenewald travaille très souvent pour Reprodukt, même après la fondation de sa propre maison d'édition, Kibitz Verlag, et pourrait donc avoir voulu promouvoir le travail de l'éditeur. D'un autre côté, M. Groenewald entretient aussi de bonnes relations avec d'autres maisons d'édition, dont il n'aurait pas intérêt à dénigrer le travail pour autant. Notons par exemple que son épouse, Claudia Jerusalem-Groenewald, est l'une des figures majeures de la maison d'édition Carlsen, ce qui nous semble garantir une relative neutralité en la matière. Nous partons donc de l'idée que l'estimation de M. Groenewald est correcte sur le fond, quoique le chiffre puisse ne pas être exact. La grande majorité des bandes dessinées en Allemagne serait donc lettrée uniquement à l'ordinateur et Reprodukt ferait ainsi effectivement figure d'exception dans le paysage de la bande dessinée – ce dont elle se réclame régulièrement.

D. Rehm lui-même tempère toutefois cette affirmation, en rappelant que « dans des cas isolés », d'autres maisons d'édition utilisent également du lettrage manuel :

⁷¹⁰ « Reprodukt zählt zu den wenigen Verlagen, die diese Form des Hand-Letterings noch praktizieren; in 95 Prozent der Fälle wird inzwischen direkt am PC gearbeitet. », in J. MALZ et S. LINDSEY, « Übersetzen von Graphic Novels », *op. cit.*

Chez Edition Moderne et dans des cas isolés chez Carlsen (surtout dans le segment « roman graphique »), on valorise également encore le véritable travail manuel.⁷¹¹

La citation de D. Rehm dresse certes un portrait flatteur de ces deux entreprises, mais en évoquant que chez Carlsen, de taille bien plus importante que Reprodukt et Edition Moderne, le lettrage à la main ne concerne que certaines œuvres, il rappelle que seule son entreprise et son homologue suisse seraient constantes dans leur appréciation du travail manuel. Leur amour pour ce lettrage artisanal semblerait ainsi plus authentique que celui de la multinationale qui l'emploierait davantage pour des œuvres marketées d'une manière particulière. D. Rehm a beau être ici honnête en concédant qu'il ne possède pas la seule entreprise sensible au lettrage manuel, l'enjeu pour lui en tant que chef d'entreprise est toutefois toujours de montrer sa différence avec ses concurrent-es. Or, pour Reprodukt, c'est le travail supposément artisanal au cœur du projet éditorial qui la distinguerait des autres maisons d'édition, et sur lequel elle insiste régulièrement.

Il n'est pas surprenant que dès ses débuts, les œuvres au lettrage manuel aient été surreprésentées chez cette maison d'édition fondée par un lettreur. Une analyse de la répartition des types de lettrage depuis les débuts de Reprodukt⁷¹² permet toutefois de mettre en évidence des fluctuations quant à l'utilisation de fontes numériques pour les lettres traduites. Force est de constater que le refus d'utiliser l'ordinateur pour letterer des œuvres n'est pas toujours catégorique et qu'il a évolué au fil du temps.

⁷¹¹ « Auch bei der Edition Moderne und vereinzelt bei Carlsen (hauptsächlich im Segment “Graphic Novel”) wird nach wie vor Wert auf echte Handarbeit gelegt. », D. Rehm, « Comics machen », *op. cit.*

⁷¹² Afin d'avoir un résultat qui ne se fonde sur aucune spéculation, nous avons ici choisi de n'inclure que les œuvres pour lesquelles Reprodukt explicite clairement le lettrage. N'est donc pas incluse la vaste majorité des œuvres d'abord parues en allemand, dont nous ne savons pas avec certitude si le lettrage y a été fait à la main.

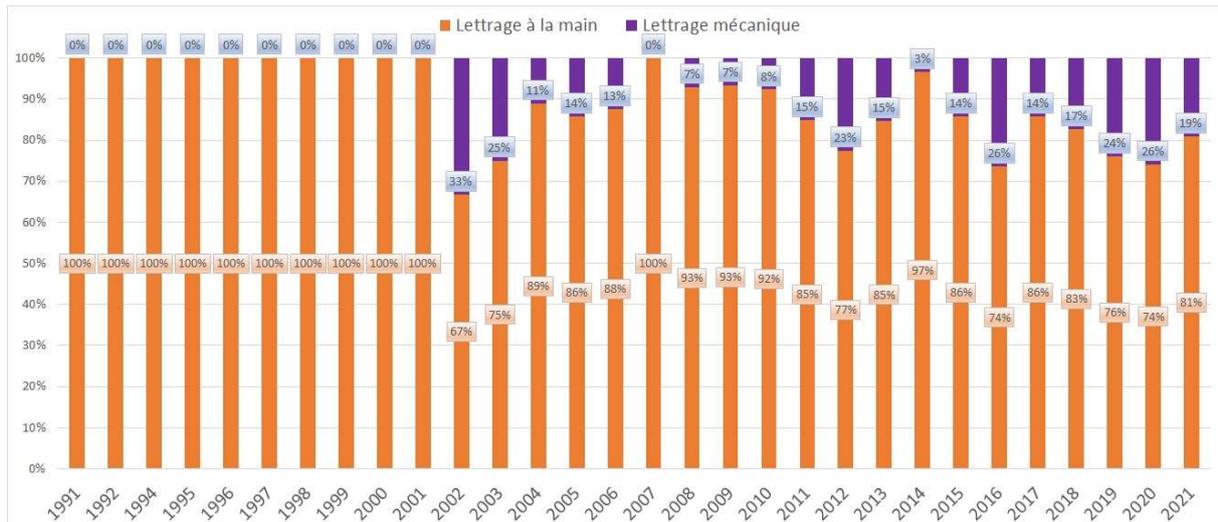


Figure 32 : Répartition des œuvres traduites lettrées à la main ou à l'ordinateur au fil des années.

Les années 2002–2003 et 2019–2020 ressortent du lot, puisque deux années consécutives, environ un quart des importations (le tiers en 2002) alors avait été lettré de manière mécanique. Il faut également remarquer les années 2012 et 2016, avec respectivement 22,5 % (7 œuvres) et 26,5 % (9 œuvres) de bandes dessinées traduites dont le lettrage est non manuscrit. On ne peut pas constater d'évolution claire et constante, mais le nombre d'œuvres au lettrage mécanique tend à augmenter chez Reprodukt : inexistant jusqu'en 2002, la barre des 15 % est presque systématiquement dépassée depuis 2011, celle des 20 % est la norme à partir de 2018. Essayons désormais d'identifier les raisons du recours au lettrage mécanique en voyant quelles sont précisément ces œuvres dont le lettrage est fait à l'ordinateur, dans une maison d'édition qui se targue de tout faire à la main.

Le lettrage mécanique : solution de secours ou fidélité artistique ?

Plusieurs raisons expliquent pourquoi une œuvre a été lettrée à l'ordinateur alors que l'éditeur est réputé pour son lettrage à la main. D'une part, on retrouve une grande partie des œuvres non rééditées, mais dont les invendus sont aujourd'hui vendus par Reprodukt. Nous avons déjà évoqué *Mein Freund, der Rechner* et *Nicht ohne meine Konsole* de Lewis Trondheim, dont les stocks avaient été achetés à Carlsen. Le lettrage mécanique s'explique ici par le fait que ce n'est

pas Reprodukt qui a publié et donc fait letterer ces œuvres, même si elle en détient désormais les droits de commercialisation. Notons qu'au contraire, d'autres œuvres dont les stocks ont été rachetés par Reprodukt, notamment celles publiées chez Jochen Enterprises, ont été letterées à la main. *Ed the Happy Clown* de Chester Brown, publié en 1993, avait même été letteré par D. Rehm en personne pour cette autre maison d'édition, et est désormais vendu par la sienne.

Le deuxième cas de figure, qui a augmenté la proportion d'œuvres letterées mécaniquement tant chez Reprodukt (en 2003 et depuis 2019) que dans l'industrie de la bande dessinée en général, est celui des mangas. En effet, depuis les années 1950, la majorité des textes de manga est dactylographiée, qui plus est avec une ou deux fontes communes, sélectionnées par l'éditeur et non pas par l'artiste, comme l'indiquent William Armour et Yuki Takeyama dans leur article sur les fontes utilisées dans le manga *Bleach* de Tite Kubo⁷¹³. Cela est dû en partie à la complexité de nombreux *kanji* et *kana* japonais : pour gagner en efficacité, en temps de sommeil⁷¹⁴ et en

⁷¹³ « [...] Nous observons qu'il y a un répertoire relativement petit dans lequel peuvent puiser les créateurs, Minchō, Goshikku [Gothic], et Maru-Goshikku étant les fontes principales utilisées dans l'industrie du MANGA [...] La fonte mélangée ou standard Anchikku-tai [Antique], un style d'écriture du même type que Minchō pour les deux alphabets hiragana et katakana, ainsi que Goshikku pour les kanjis, sont devenus les choix par défaut pour les créateurs de MANGA. [...] La combinaison de ces deux fontes est conventionnellement utilisée dans les MANGA depuis les années 1950. Dans le monde éditorial du MANGA, l'éditeur décide de la fonte utilisée pour taper chaque histoire », « When we consider how fonts are chosen to set MANGA, we observe that there is a relatively small reservoir of fonts from which creators can choose, with Minchō, Goshikku [Gothic], and Maru-Goshikku being the major fonts used in the MANGA publishing business [...]. The mixed or standard font Anchikku-tai [Antique], a Minchō type style for the two syllabaries hiragana and katakana plus Goshikku for kanji, has become a default choice for MANGA creators [...] The combination of these two type styles has been conventionally used in MANGA since the 1950s. In the MANGA publishing world, editor decides on the fonts used to set each story », in W. S. ARMOUR et Y. TAKEYAMA, « Translating Japanese Typefaces in 'Manga' », *op. cit.*, p. 25.

⁷¹⁴ Une grande partie de la production de mangas est d'abord publiée sous forme de feuilleton dans des magazines de manga. Le rythme de travail est donc effréné et le temps supplémentaire que nécessiterait le letterage par les artistes ne pourrait pas entrer dans l'emploi du temps des mangakas. D'après le mémoire de Master de Yan Yiyang, l'artiste Shiibashi Hiroshi ne disposerait que de 3 heures de temps libre par semaine – et ce, sans avoir à s'occuper du letterage. Eiichiro Oda, auteur du manga à succès *One Piece*, travaillerait 21 heures par jour, 7 jours par semaine. Les chiffres doivent être pris avec des pincettes, tant ils sont impressionnants, et mis en perspective : après tout, E. Oda crée une des œuvres les plus lues de tous les temps – tous et toutes ses collègues ne travaillent donc sans doute pas autant. Toutefois, pour des raisons de confidentialité, de manque de temps et sans doute de pudeur, peu d'autres artistes de manga qu'E. Oda et S. Hiroshi ont communiqué sur leur temps de travail et nous ne possédons pas de chiffres plus globaux. Nous ne pouvons donc nous fonder que sur quelques interviews dans des médias spécialisés et non pas sur des études sociologiques plus poussées. Voir Y. YIYANG, « Zing! Pow! - Comic Colorization with cGAN », *Mémoire de Master soutenu à la California State Polytechnic University*, 2018, p. 54 ; B. ASHCRAFT, « One Piece Is Still One Cruel Mistress », sur *Kotaku*, 30 novembre 2012 (en ligne : <https://kotaku.com/one-piece-is-still-one-cruel-mistress-5964527> ; consulté le 26 mai 2020).

lisibilité, le lettrage mécanique s'est donc imposé. Le texte initial ayant été lettré à l'ordinateur, avec une fonte qui n'imité absolument pas une écriture manuscrite, un lettrage à la main respectant l'écriture de l'artiste n'aurait donc pas eu de sens, ni même été possible à réaliser. Les 15 mangas publiés par Reprodukt ont ainsi été tous lettrés à l'ordinateur. Paradoxalement, en utilisant une machine, on reste donc dans ce cas plus proche de l'œuvre conçue par l'artiste.

Environ la moitié de toutes les œuvres lettrées à l'ordinateur (36 œuvres sur les 72) se situe dans un dernier cas de figure qui explique, ou en tout cas justifie aux yeux de Reprodukt, le lettrage mécanique : la fonte a été créée par un-e artiste. Premièrement, il y a là les ouvrages où l'artiste lui ou elle-même a créé une fonte et lettré son texte original avec celle-ci. C'est le cas de Jason, dont les 3 œuvres publiées par Reprodukt ont été lettrées à partir d'une fonte créée par l'artiste lui-même. Même une autre œuvre de l'artiste présente dans le catalogue, publiée par Schwarzer Turm, comporte la même fonte basée sur l'écriture de l'artiste⁷¹⁵, ce qui montre que Jason envoie sa propre police à toutes les structures qui éditent ses œuvres. Il s'assure ainsi que c'est toujours son écriture qui ornera ses œuvres. On peut imaginer que dès lors qu'un-e artiste utilise une fonte pour lettrer ses œuvres dans la langue originale et qu'il ou elle la met à disposition pour sa maison d'édition à l'étranger, Reprodukt s'en servira et le lettrage sera mécanique. Toutes les œuvres des artistes Alfred et Paco Roca parues dans la maison d'édition comportent ainsi également un lettrage mécanique fait à partir de la typographie numérisée des artistes.

Pourtant, ce n'est pas parce qu'elle existe que la fonte de l'artiste sera nécessairement utilisée. Pour d'autres artistes, ce n'est en effet qu'une partie de leurs œuvres qui est lettrée à l'ordinateur, le reste étant fait à la main. Dans ce cas de figure, on retrouve Adrian Tomine, Frederik Peeters, Jillian Tamaki, Max, et Manu Larcenet. Pour Adrian Tomine, par exemple, *Sommerblond*

⁷¹⁵ Plus précisément, c'est le cas de *Hey, warte mal... [Attends...]*, mais pas de *Psssst!*, l'autre œuvre de Jason publiée par Schwarzer Turm et vendue par Reprodukt. Cela s'explique par le fait que cette dernière ne comporte pas de texte à l'intérieur du livre. Ainsi, cette bande dessinée ne pouvait pas comporter la fonte de Jason, puisqu'à part sur la couverture, aucune fonte n'a été utilisée. Cependant, étant donné qu'elle est parue la même année que *Hey, warte mal...*, Schwarzer Turm aurait évidemment pu utiliser la même fonte pour lettrer l'œuvre, si cela avait été nécessaire.

[Couleur blond d'été] et *Halbe Wahrheiten* [Demi-vérités], publiées toutes deux en 2008, ont été lettrées à partir d'une fonte créée par Adrian Tomine lui-même, tandis qu'*Echo Avenue* avait été lettrée à la main par D. Rehm en 1996. Cela s'explique tout simplement par le fait que lorsque cette œuvre a été initialement publiée, en 1991⁷¹⁶, A. Tomine ne lettrait pas encore ses bandes dessinées à l'ordinateur (voire ne possédait peut-être pas d'ordinateur). En 1996, quand Reprodukt a acheté les droits pour publier *Echo Avenue*, la fonte utilisée pour les autres œuvres d'A. Tomine n'existait donc pas et le lettrage s'est fait à la main, comme il est systématiquement d'usage chez Reprodukt jusqu'en 2002. Enfin, l'œuvre la plus récente du même artiste chez Reprodukt est *Eindringlinge* [*Les Intrus*], parue en 2016. Cette dernière a également été lettrée à l'ordinateur, mais avec une fonte créée par Jean-François Rey, et non pas par A. Tomine. L'artiste a-t-il cessé d'utiliser sa propre fonte et a-t-il fait appel à un lettrier français pour lettrer ses œuvres, comme l'ont fait d'autres⁷¹⁷ ? En fait, d'après un entretien avec J.-F. Rey, il s'agirait d'abord d'un manque de transparence de la part d'un autre éditeur étranger. Selon lui, Reprodukt aurait en effet acheté les droits pour les œuvres d'A. Tomine auprès de l'éditeur Cornélius, qui détient les droits d'exploitation pour l'Europe, et non pas auprès de Drawn & Quarterly, l'éditeur de l'édition originale. En achetant les droits de l'œuvre et les fichiers informatiques contenant l'œuvre sans les textes, Reprodukt a également reçu un fichier contenant une fonte informatique, utilisée par Cornélius pour lettrer l'œuvre. Or, cette dernière maison d'édition n'ayant pas indiqué à Reprodukt qu'il s'agissait d'une fonte de J.-F. Rey, l'éditeur berlinois pensait utiliser l'écriture d'A. Tomine pour lettrer son édition de l'œuvre et n'indiquait pas, à l'origine, le nom du lettrier dans le livre ou sur son site internet. Découvrant l'erreur, Reprodukt a alors contacté le créateur de la fonte pour lui demander si elle pouvait

⁷¹⁶ Les histoires contenues dans *Echo Avenue* paraissaient dans *Optic Nerve 1*, auto-publié par Tomine en 1991. Une réédition a été publiée en 1995, par Drawn and Quarterly. Toujours est-il que la date de publication et de création initiales remontent à 1991. A. TOMINE, *32 Stories: The Complete Optic Nerve Mini-Comics*, Montréal, Drawn and Quarterly Publications, 1995.

⁷¹⁷ C'est notamment le cas de Bastien Vivès, dont les œuvres les plus récentes avaient déjà été lettrées en langue originale avec une fonte créée par J.-F. Rey. Cette fonte a été conservée par Reprodukt pour son adaptation des mêmes œuvres. Voir B. VIVÈS, *Eine Schwester*, Berlin, Reprodukt, 2018 ; B. VIVÈS, *Die Bluse*, Berlin, Reprodukt, 2019

utiliser son travail, ce que celui-ci a accepté⁷¹⁸. L'incident illustre à nouveau la volonté de l'éditeur de bien citer les personnes chargées du lettrage.

Cependant, même si elle existe, la typographie d'un-e artiste ne sera utilisée *que* pour les œuvres dont la maison d'édition et l'artiste pensent qu'elle ne nuit pas à la cohérence esthétique. Par exemple, Manu Larcenet a créé sa propre typographie pour *Brodecks Bericht* [*Le Rapport de Brodeck*], paru en 2017 en Allemagne : pour cet ouvrage tiré du roman du même nom de Philippe Claudel (2007) et décrivant un monde froid et saccagé après la Shoah, un lettrage mécanique, plus froid et plus régulier qu'un lettrage manuel, pouvait subtilement renforcer l'ambiance de l'œuvre. En 2020, pour *Rückkehr aufs Land 3* [*Le Retour à la terre 3*], tome co-écrit avec Jean-Yves Ferri, la fonte de M. Larcenet n'a plus été utilisée : pour une œuvre autobiographique qui s'immisce dans l'intimité de l'artiste, un lettrage manuel, plus personnel, semblait alors davantage correspondre au propos. On retrouve cette variation entre différents lettrages chez d'autres artistes : chez Frederik Peeters, où la série des *Koma* a été lettrée à l'ordinateur et les *Aâma* à la main, chez Bastien Vivès, les *LastMan* comportent une typographie informatique (puisqu'puisant dans l'univers visuel des mangas), tandis que *Polina* possède une écriture manuscrite.

Lors d'un entretien, l'artiste Mawil nous a confirmé que l'esthétique de l'œuvre, mais aussi son public, déterminent s'il lettre son texte à la main ou s'il utilise son écriture numérisée.

[L'album] de *Lucky Luke*⁷¹⁹ est aussi lettré avec ma fonte [...], d'habitude, je ne l'utilise que pour les éditions étrangères, mais je voulais que le *Lucky [Luke]* ait une apparence un peu plus mainstream.⁷²⁰

⁷¹⁸ J.-F. Rey ne nous a pas dit s'il avait reçu une compensation financière pour la publication de son travail chez l'éditeur allemand. Entretien téléphonique avec J.-F. Rey le 26/05/2020.

⁷¹⁹ Il s'agit de *Lucky Luke sattelt um*, MAWIL, *Lucky Luke sattelt um*, Berlin, Egmont Ehapa, 2019.

⁷²⁰ « Der Lucky Luke ist auch mit meinem Font gelettert, den hat ein Freund von mir gebaut, Viktor Nübel, den nutze ich sonst nur für die ausländischen Ausgaben, aber der Lucky sollte ruhig ein bisschen mainstreamiger aussehen. », échange de mails avec Mawil du 03/03/2020.

Ainsi, alors qu'il existe une typographie basée sur ses traits, il ne l'utilise que pour les œuvres auxquelles elle correspond – dans le cas de *Lucky Luke sattelt um* [*Lucky Luke se recycle*], Mawil estimait ainsi que le lettrage mécanique donnerait à sa bande dessinée l'apparence d'une œuvre grand public. Cette association entre lettrage mécanique et œuvre *mainstream* est sans doute encore plus présente au sein de l'aire germanophone, pour les raisons historiques déjà évoquées. Dans le cas de Mawil, nous avons appris que même lorsqu'il a lettré son œuvre lui-même dans la version allemande, il met sa fonte à la disposition des maisons d'édition qui publient ses œuvres à l'étranger.

Pourtant, lorsque Reprodukt a été son éditeur pour une version internationale, l'entreprise a exceptionnellement refusé de faire usage de la fonte de l'artiste. Effectivement, pour la version anglaise de *Kinderland*, assurée par Reprodukt⁷²¹, la maison d'édition a préféré ainsi confier le lettrage à Michael Hau pour qu'il imite le lettrage de Mawil plutôt que d'utiliser l'écriture numérisée de l'artiste lui-même, ce que d'après ses dires, il avait pourtant proposé. Ce choix est à la fois surprenant et significatif. Plutôt que de situer l'intégrité esthétique de l'œuvre du côté de celui ou celle qui a créé la typographie (ici, il s'agit de Mawil), Reprodukt estime qu'une adaptation fidèle doit d'abord être fidèle à la manière dont le travail de lettrage a été fait. Ainsi, le fait que les lettres soient tracées à la main est pour Reprodukt *la* caractéristique essentielle du lettrage de *Kinderland* ; que ces traits aient été faits par Mawil lui-même paraît moins important. Il s'agit d'un véritable choix idéologique, puisque le travail manuel de M. Hau était plus coûteux et a pris plus de temps que s'il avait fallu penser seulement à l'agencement du texte traduit et non à la typographie en elle-même. Il faut dire qu'à l'origine, l'éditeur avait souhaité que Mawil lettre lui-même sa bande dessinée à la main (et non pas à l'ordinateur, comme il l'avait proposé), mais étant trop occupé par son travail sur l'album *Lucky Luke*, il n'avait pas le temps. En gardant cet exemple en tête, nous supposons que si Reprodukt avait su que la police de *Eindringlinge*

⁷²¹ La publication en 2019 de *Kinderland – A Childhood in East Berlin* est un cas tout à fait exceptionnel pour la maison d'édition. N'ayant peut-être pas trouvé preneur pour les droits en langue anglaise (au prix souhaité par l'entreprise), ayant souhaité bénéficier à elle seule des bénéfices de l'œuvre, ou ayant voulu faire une adaptation selon ses propres critères de qualité, Reprodukt a décidé de conserver les droits d'adaptation pour *Kinderland* en langue anglaise et a publié une version anglaise elle-même.

n'avait pas été faite par A. Tomine lui-même, elle aurait peut-être aussi choisi de refaire entièrement la police du lettrage, quitte à augmenter les coûts de la production.

Enfin, comme c'était le cas de cette dernière œuvre, la fonte du lettrage peut aussi avoir été créée avec le concours d'une personne tierce, elle-même artiste de bande dessinée ou non. Ainsi, Scott McCloud, célèbre artiste de bandes dessinées, avait créé la police utilisée par Derek Kirk Kim dans *Ganz Gleich* [Tout pareil], S. McCloud s'étant lié d'amitié avec l'artiste et apparaissant en tant que personnage dans certaines de ses œuvres. Kevin Huizenga, quant à lui, n'a publié aucune œuvre avec Reprodukt, mais est cité comme ayant créé la police des 9 œuvres de Shigeru Mizuki qu'a produites l'éditeur berlinois. Artiste et typographe occasionnel travaillant avec l'éditeur Drawn & Quarterly (qui détient les droits des mangas de S. Mizuki en anglais), K. Huizenga avait été mandaté par lui pour créer une police pouvant être utilisée dans ses adaptations de mangas. En achetant les droits de diffusion pour l'œuvre du Japonais en allemand, Reprodukt a aussi acquis la police utilisée dans la première adaptation de S. Mizuki en alphabet latin – ce qui fait que le nom d'un artiste non-affilié à Reprodukt puisse pourtant apparaître dans son catalogue. À l'inverse, il arrive que des personnes habituellement citées comme artistes chez l'éditeur se retrouvent aussi dans la catégorie des lettrés et lettrées et non pas seulement du côté des créateurs et créatrices de fontes.

Qui s'occupe du lettrage manuel et pourquoi ?

Si le lettrage mécanique nécessite toujours une certaine compétence technique – il faut, après tout, réussir à imiter la disposition du texte dans un cadre rigide, quand bien même le contenu du texte change –, en fonction de l'œuvre à lettrer, le travail manuel ne nécessite pourtant pas forcément de technicien·nes spécialisé·es en la matière. En effet, lorsqu'un·e artiste lettre sa propre œuvre, l'écriture employée et la manière dont il ou elle la place sur la planche sera forcément le « bon » lettrage : les traits du texte seront naturellement en harmonie avec ceux du dessin, la disposition des lettres celle choisie pour la planche. Il faut tout de même travailler ce lettrage, par exemple en testant différents agencements dans la bulle, ou en variant l'écriture

selon l'impression que l'on souhaite donner. Étant donné qu'il s'agit de l'œuvre de l'artiste, celui ou celle-ci pourra altérer la taille des bulles, réduire la quantité de texte, etc., en fonction de l'impression visuelle qu'il ou elle souhaiterait donner. Le lettrage effectué dans la version originale d'une œuvre peut donc généralement s'adapter au reste de la case (ou l'inverse), dès lors que la même personne est chargée du lettrage et de l'illustration⁷²². Mais qu'en est-il lorsque l'artiste/le lettreur/la lettreuse d'origine est impliqué-e dans l'adaptation de sa propre œuvre, lorsque celui ou celle-ci doit reletter sa propre œuvre ?

Il s'agit d'un cas rare, qui concerne néanmoins 22 bandes dessinées publiées par Reprodukt : l'artiste lui ou elle-même refait l'entièreté de son lettrage pour l'éditeur berlinois, travaillant ainsi directement à l'adaptation de sa propre œuvre. Même si cette seconde activité de l'artiste est certainement chronophage, elle présente des avantages pour lui ou elle et pour l'éditeur. Pour l'artiste, c'est la garantie que l'adaptation de son œuvre en langue étrangère sera fidèle à sa vision originale, d'autant qu'une coopération au niveau du lettrage peut s'accompagner d'un droit de regard plus poussé sur d'autres étapes de la publication. Le travail en tant que lettreur et lettreuse représente également une source de revenus supplémentaire, essentielle pour les artistes de bandes dessinées, comme nous l'avons déjà dit : outre le fait de toucher un pourcentage des ventes de la bande dessinée en allemand, l'artiste gagne ainsi un salaire pour le lettrage. Étant donné que le succès de l'œuvre traduite n'est pas garanti, en lettrant son œuvre l'artiste est ainsi certain-e que l'adaptation allemande lui rapportera au moins un minimum d'argent. Pour l'éditeur, il peut également y avoir une incitation économique à cette coopération, puisqu'un lettreur ou une lettreuse extérieur-e mettra forcément un certain temps (rémunéré) à apprendre comment imiter le lettrage de l'artiste d'origine (s'il ou elle y arrive, certains lettrages étant délicats à réaliser), tandis que ce-tte même artiste serait naturellement capable de répliquer sa propre écriture. Selon le succès de l'artiste et le salaire auquel il ou elle serait donc en droit de s'attendre, le coût pour l'éditeur pourrait donc être moindre que s'il avait

⁷²² Nous l'avons déjà dit : ce n'est pas le cas de toutes les bandes dessinées. Les séries peuvent par exemple souhaiter conserver la même typographie même dans des volumes dessinés par différent-es artistes ; les mangas comportent généralement un lettrage choisi par l'éditeur et fait par les assistant-es de l'artiste, etc.

à engager une autre personne pour le lettrage. Enfin, faire lettrier son édition par l'artiste même pourra être considéré comme gage de qualité, de fidélité artistique, voire comme assurance que la version traduite égale l'originale. Pour Reprodukt, qui insiste sur l'effort mis dans ses adaptations, une telle coopération rapprochée avec les artistes de l'étranger est donc un véritable atout symbolique.

Dans certains cas, la collaboration entre artiste et éditeur pour l'adaptation est facilitée pour des raisons logistiques. J. Doucet vivant à Berlin au moment de la sortie de *Schnitte 1 et 2*, en 1996 et 1997, elle pouvait donc assister son éditeur allemand de manière plus soutenue que depuis son retour au Canada. Ainsi, ses œuvres parues après 1997, donc après son départ de la capitale allemande, avaient été lettrées par d'autres personnes, plus précisément par D. Rehm et Elke Steiner. À l'occasion de sa visite en Allemagne en 2020, J. Doucet a pu à nouveau assister à l'adaptation de son œuvre en allemand et a ainsi lettré *Julie Doucets allerschönste Comic Strips*. Dans ce cas précis, il s'agissait d'un recueil d'œuvres dont la plupart avaient déjà été publiées par Reprodukt : l'artiste n'avait donc pas à travailler sur les 176 pages de l'ouvrage, mais uniquement sur les parties jusqu'alors inédites en allemand. Elle a également relettré les phylactères qu'avaient remplis D. Rehm et E. Steiner une quinzaine d'années auparavant. Comme dans le cas déjà évoqué des *Monsieur Jean* parus d'abord chez Carlsen, que D. Rehm avait décidé de relettrier lui-même (plutôt que de conserver le travail déjà fait par un autre lettrier), la maison d'édition a préféré opter pour une plus grande fidélité visuelle plutôt que de faire des économies. Ajoutons que dans le cas de *Julie Doucets allerschönste Comic Strips*, le financement obtenu par le *Canada Council for the Arts* a pu inciter l'éditeur à faire cet investissement.

L'artiste Olivier Schrauwen se situe presque dans le même cas de figure que J. Doucet, puisqu'il habite (toujours) à Berlin et peut donc aisément assister l'éditeur pour adapter ses œuvres – ce qu'il a fait en lettrant ses trois bandes dessinées parues chez l'éditeur allemand. Une certaine originalité, néanmoins : même pour l'œuvre *Arsène Schrauwen*, pourtant lettrée de manière mécanique et non pas à la main, l'artiste s'est chargé du lettrage pour Reprodukt, et a donc

décidé de la disposition du texte au sein des cases et de la typographie à utiliser. Selon un article de Klara Groß, l'artiste serait très sensible à ce que son œuvre, même adaptée, ait exactement l'esthétique qu'il souhaite, jusque dans les moindres détails⁷²³ – nous avons déjà parlé de son intérêt pour la couleur dans la première partie de ce travail. En participant à son adaptation, l'artiste peut ainsi offrir à l'édition allemande l'apparence la plus proche possible de sa vision originelle. Pour K. Groß, cette double-implication de l'artiste (en tant qu'artiste et adaptateur de son œuvre) est alors l'occasion de valoriser la proximité supposée entre lui et sa maison d'édition.

Mais j'ai eu néanmoins le plaisir de travailler non pas avec un éditeur détenteur des droits ou avec une agence, mais directement avec l'artiste, qui vit à Berlin et qui s'est occupé lui-même du lettrage. Le fait de travailler directement avec les auteur·ices et de pouvoir régler directement les détails de livres est toujours une joie toute particulière !

Plus loin, elle n'oublie pas d'évoquer les qualités techniques derrière le lettrage, même mécanique, et fait ainsi de l'artiste un artisan.

Olivier Schrauwen possède son propre risographe, et au fil d'étapes numériques et analogiques, il a élaboré grâce à lui son lettrage tel qu'on le voit aujourd'hui.⁷²⁴

Ce que n'évoque cependant pas la rédactrice est que l'outil utilisé par O. Schrauwen, appelé risographe ou duplicopieur, ne permet pas de faire des reproductions parfaites, mais qu'au

⁷²³ K. GROß, « Buchtipps aus dem Home-Office #14 », *op. cit.*.

⁷²⁴ « Aber ich hatte trotzdem das Vergnügen, nicht mit einem Lizenzverlag oder einer Agentur, sondern direkt mit dem Autor zusammen zu arbeiten, der in Berlin lebt und sich selbst um das Lettering kümmerte. Direkt mit Autor*innen zu arbeiten und Besonderheiten von Büchern persönlich klären zu können, ist immer ein ganz besonderes Vergnügen! Olivier Schrauwen besitzt einen eigenen Risographen, mit dessen Hilfe er sein Lettering aus einer Mischung aus digitalen und analogen Schritten so erstellt, wie es jetzt aussieht », *Id.*

contraire, chaque tirage (ou, dans le cas de cette œuvre : chaque lettre) aura nécessairement un rendu différent du précédent. Ce qui pourrait être perçu comme défaut s'il venait de la part de l'éditeur devient ici un élément artistique à part entière. Par ce lettrage mécanique défectueux d'une certaine manière, l'artiste a introduit un élément organique dans l'adaptation allemande, la rendant différente de toute autre édition de son œuvre. Ainsi, loin d'être un lettré souhaitant une imitation proche de l'original, O. Schrauwen saisit l'instant de l'adaptation pour recréer en quelque sorte une nouvelle œuvre (ce que renforce sa demande de l'utilisation d'un nouveau type de papier et de mélange chromatique). Étant donné que l'éditeur souhaite habituellement montrer la qualité artistique de ses publications, il est surprenant qu'il n'ait pas communiqué sur cette particularité d'*Arsène Schrauwen* au moment de sa sortie autrement que par un lapidaire « Olivier Schrauwen s'est par ailleurs chargé lui-même du lettrage de l'édition allemande. »⁷²⁵

En dehors de J. Doucet et O. Schrauwen, il y a aussi des artistes ne vivant pas ou n'ayant pas vécu à Berlin qui se sont chargé-es du lettrage manuel de leurs œuvres pour l'éditeur. Certain-es se sont très tôt lié-es d'amitié avec D. Rehm et son équipe, ou ont des liens professionnels étroits avec l'éditeur. C'est notamment le cas de Jean-Christophe Menu, de David B. et de Patrice Killoffer, tous trois parmi les membres fondateurs de L'Association. Les trois artistes-éditeurs croisent presque annuellement D. Rehm à Angoulême et discutent régulièrement de l'achat de droits d'adaptation (tant d'un côté que de l'autre, L'Association traduisant aussi des œuvres de *Reprodukt*) : il n'est pas surprenant qu'ils puissent rester en contact rapproché lors de l'adaptation d'une de leurs œuvres en allemand.

Nous n'avons pas pu établir de raisons claires pour les derniers exemples de lettrages manuels effectués par les artistes étrangèr-es eux et elles-mêmes. Rappelons qu'outre un lien personnel

⁷²⁵« Olivier Schrauwen hat übrigens das Lettering der deutschen Ausgabe von "Arsène Schrauwen" selbst übernommen », K. GROß, « Frisch aus dem Druck: "Arsène Schrauwen" von Olivier Schrauwen », sur *Site de Reprodukt*, 29 mars 2016 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/frisch-aus-dem-druck-arsene-schrauwen-von-olivier-schrauwen/> ; consulté le 16 mai 2022).

entre employé·es de Reprodukt et artistes, il peut aussi y avoir une réelle volonté de s'impliquer dans le processus d'adaptation, voire de créer une nouvelle œuvre qui puissent jouer un rôle, ainsi que le revenu complémentaire que représente le travail de lettrage, parfois essentiel dans une activité artistique aussi précaire. Pour Max, Max Andersson, Debbie Drechsler, Dylan Horrocks, Geneviève Castrée, Judith Vanistendael et John Porcellino, une ou plusieurs de ces raisons peuvent les avoir convaincu·es de participer de manière active à l'édition allemande de leurs œuvres.

Hommes et femmes de lettres : qui sont les lettré·euses extérieur·es ?

Dans la vaste majorité des cas, ce sont des personnes autres que les artistes qui sont chargées de faire le lettrage des éditions de Reprodukt. Bien sûr, tous et toutes les artistes ne peuvent ou ne veulent pas lettrer leurs propres œuvres, que ce soit par manque d'intérêt pour l'adaptation (ou pour le lettrage en général), par manque de temps, ou bien par manque de compétence. En effet, pour les artistes ne maîtrisant pas la langue, lettrer une œuvre en allemand signifie devoir écrire un texte qu'on ne comprend pas, qui, une fois reproduit à la main, pourrait être truffé de fautes (donc nécessiter davantage de temps de travail) ou en tout cas avoir une apparence peu naturelle. Pour les artistes et l'éditeur, il s'agit d'éviter de tels problèmes, qui peuvent notamment retarder la sortie prévue d'une œuvre ou mener à la publication d'une adaptation insatisfaisante. C'est ainsi que pour la plupart des œuvres qu'elle adapte (445 œuvres sur 467 comportant une mention sur le lettrage), Reprodukt emploie une autre personne que l'artiste originel·le pour lettrer ses œuvres.

Sans surprise, le lettré le plus prolifique de l'entreprise est D. Rehm, dont les 150 lettrages à son actif (environ un tiers de toutes les œuvres traduites) pour Reprodukt témoignent à la fois de sa longévité auprès de la maison d'édition – il l'a fondée, après tout –, mais aussi de sa qualité et de sa rapidité en tant que lettré, et surtout du faible coût qu'il représente pour l'entreprise.

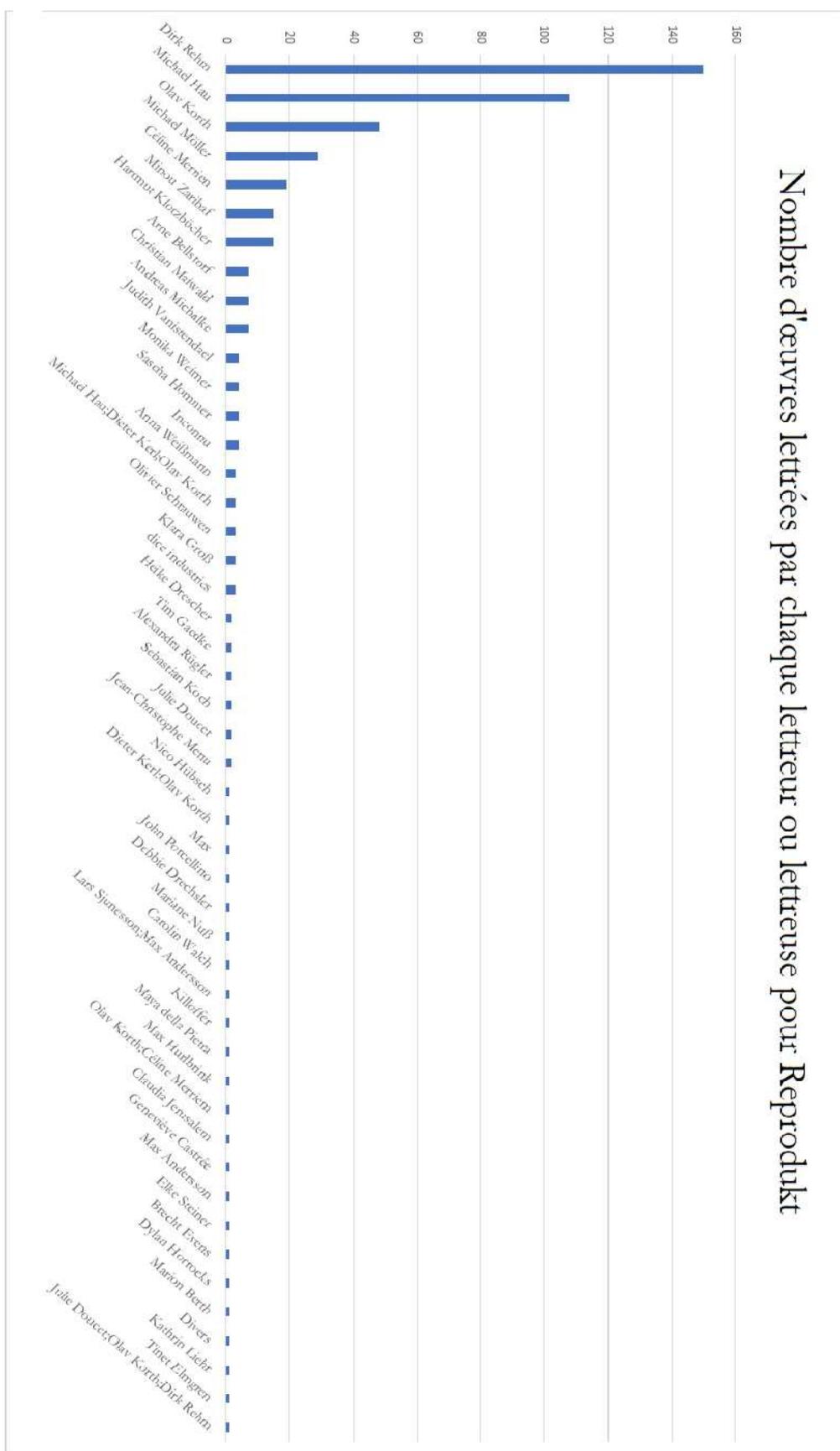


Figure 33 : Nombre d'œuvres publiées par Reprodukt sur lesquelles chaque lettré ou lettréuse a travaillé.

En effet, le salaire de D. Rehm, 1600 € bruts en 2016, selon ses dires⁷²⁶, est peu élevé pour un chef d'entreprise qui ne travaille pas seulement en tant qu'éditeur pour sa maison d'édition, mais aussi comme son lettreur principal, ce qui laisse supposer qu'il ne rémunère pas (ou peu) le lettrage qu'il fait pour Reprodukt. Avec un tel lettreur à domicile, l'entreprise peut être certaine que le travail sera fait au plus vite : pas de temps perdu pour l'envoi (postal) des planches à lettrier, communication très rapide entre lettreur, éditeur de l'œuvre (la même personne, en l'occurrence), et traducteur ou traductrice (qui doit envoyer son travail au rédacteur ou à la rédactrice responsable), etc. Même si la généralisation des courriels depuis les années 2000 a déjà certainement accéléré les échanges entre ces différentes instances, il n'empêche que la multiplication des rôles de D. Rehm et son implication à tous les niveaux représente un gain de temps supplémentaire.

M. Hau et O. Korth, quant à eux, travaillent également très régulièrement pour Reprodukt et ont lettré un autre tiers des bandes dessinées traduites par l'éditeur : 108 œuvres pour M. Hau et 48 pour O. Korth. À nouveau, cette participation très active à la vie de l'entreprise témoigne sans doute de la proximité personnelle de ces hommes avec Reprodukt, et plus précisément avec D. Rehm. En tant que lettreur, ce dernier est un collègue de longue date de M. Hau, tandis qu'O. Korth a commencé plus tard, en signant ses premiers lettrages chez Reprodukt en 2012. À cette amicale des lettreurs de longue date s'ajoutent Michael Möller avec ses 29 œuvres lettrées chez Reprodukt (il arrive ainsi en 4^e position pour la quantité de lettrages chez l'éditeur), ainsi que Hartmut Klotzbücher et ses 15 œuvres. Dans son article sur le lettrage chez Reprodukt, D. Rehm met en avant la grande expérience de ces hommes (en dehors d'O. Korth, pas encore actif au moment de la publication originelle de l'article) et en fait un gage de qualité :

⁷²⁶ S. MERTEN, « Ein Hoch auf die deutsche Graphic Novel! », *op. cit.*

Michael Hau, Hartmut Klotzbücher ou Michael Möller ont déjà fait des premiers boulots de lettrage dans les années 1980 et au début des années 1990 et ils continuent de faire un travail exceptionnel.⁷²⁷

En comptabilisant chaque lettrage effectué pour la maison d'édition, on peut constater une répartition très similaire à celle de la traduction (voir Figure 28, page 396), où dominait le travail d'Ulrich Pröfrock et de Kai Wilksen : quelques hommes sont chargés d'adapter l'immense majorité des œuvres chez Reprodukt, tandis qu'un grand nombre de travailleurs et de travailleuses n'est chargé que de quelques rares œuvres. Tout comme pour la traduction, cette concentration sur quelques hommes expérimentés a notamment des conséquences sur la répartition genrée du travail chez l'éditeur. Outre une possible affinité personnelle avec ces lettrés très actifs, il faut préciser que si Reprodukt emploie d'autres personnes de manière plus occasionnelle, c'est aussi que le lettrage est souvent une activité occasionnelle, dont peu de personnes peuvent espérer vivre.

En dehors des trois hommes cités par D. Rehm, la majeure partie des lettrés et lettrées de Reprodukt ne fait pas du lettrage son activité principale et cumule plusieurs activités professionnelles. Bien que très actif en tant que lettré, O. Korth se dit d'abord illustrateur⁷²⁸, tandis que tout comme D. Rehm, Céline Merrien, 5^e lettrée la plus active pour Reprodukt avec ses 19 œuvres, est aussi directrice d'une maison d'édition – L'Association, en l'occurrence. Parmi les lettrés et lettrées plus occasionnel·les, on retrouve de nombreux autres noms d'artistes et de rédacteur·ices, spécifiquement associé·es à la maison d'édition berlinoise. Ainsi, Minou Zaribaf et Andreas Michalke font partie des premières personnes publiées par Reprodukt, tandis qu'Arne Bellstorf et Sascha Hommer ont rejoint le catalogue un peu plus tard ; or, tous les quatre ont également effectué des travaux de lettrage pour des œuvres autres

⁷²⁷ « Michael Hau, Hartmut Klotzbücher oder Michael Möller haben schon in den Achtziger- und frühen Neunzigerjahren erste Letteringjobs vorgelegt und leisten nach wie vor hervorragende Arbeit », D. Rehm, « Comics machen », *op. cit.*

⁷²⁸O. KORTH, « Kontakt », sur *Blog d'Olav Korth*, s. d. (en ligne : http://portfolio.18metzger.de/?page_id=225 ; consulté le 17 mai 2022).

que les leurs. Klara Groß, Heike Drescher, Alexandra Rügler et Claudia Jerusalem-Groenewald, quant à elles, ainsi que Christian Maiwald, ont travaillé ou travaillent pour Reprodukt du côté rédactionnel ou de celui de la production, mais ont également participé au lettrage de certaines œuvres. En somme, les personnes que la maison d'édition engage le plus souvent pour faire le lettrage sont des lettrés et lettrées professionnel·les, tandis que pour les travaux plus occasionnels, elle fait également appel à d'autres personnes, souvent déjà proches de l'entreprise. Nous avons déjà pu constater un phénomène similaire pour la traduction de bandes dessinées, où quelques adaptations avaient été effectuées par des personnes qui ne travaillaient pas habituellement dans le milieu de la traduction, mais ce cas est encore plus répandu pour le lettrage. De toute évidence, il existe davantage de traducteurs et de traductrices professionnel·les que de personnes ayant fait du lettrage leur profession⁷²⁹. Soit dit en passant, cela témoigne du phénomène qu'évoquaient M. Groenewald et D. Rehm et dont nous avons déjà traité, à savoir que le lettrage manuel se fait extrêmement rare dans le milieu de la bande dessinée (en particulier celui de langue allemande).

Certes, le lettrage fait par une personne dont ce n'est pas l'activité principale pourrait théoriquement perdre en qualité par rapport à celui d'un D. Rehm ou d'un M. Hau, mais il y a aussi des avantages à engager des personnes proches de la maison d'édition, et des garanties que le travail restera de qualité. D'une part, D. Rehm peut aisément assister les personnes travaillant pour la maison d'édition, puisqu'elles partagent le même bureau que le chef de l'entreprise. Outre le fait d'être supervisé·es tout au long du processus de lettrage, les employé·es de Reprodukt ont amplement le temps d'observer D. Rehm lettrier des œuvres et de recevoir ses conseils, ce qui devrait garantir un travail de qualité acceptable. C'est d'autant plus le cas que C. Maiwald, A. Rügler et Cie. ont été chargé·es seulement de faire du lettrage mécanique et non manuel. Non pas que ce premier ne nécessite pas de compétences techniques particulières, mais

⁷²⁹ Précisions qu'une personne soit lettré ou lettrée professionnel·le ou pas, cela ne dit rien de ses compétences pour le lettrage. Quand nous parlons d'un·e professionnel·le du lettrage, nous souhaitons uniquement indiquer qu'il s'agit là de son activité salariée principale sur une longue durée. Bien que certaines personnes, comme S. Hommer, puissent vivre de leur activité de lettrage pendant un moment, il n'empêche que sur le long terme, elles consacrent plus de temps à d'autres activités ou se revendiquent d'une autre profession.

celles-ci peuvent être acquises avec l'expérience (obtenue en travaillant près d'un lettreur comme D. Rehm) et ne relèvent pas d'une gestuelle, voire d'une maîtrise du corps spécifiques comme le lettrage à la main. Pour ces lettreurs et lettreuses, la typographie informatique a déjà été créée, et il faut désormais insérer la traduction dans des bulles, en veillant à conserver l'apparence de l'original.

À l'inverse, les artistes comme S. Hommer et A. Bellstorf sont essentiellement engagé-es sur des œuvres nécessitant un lettrage manuel. Puisque ces artistes lettrent eux et elles-mêmes leurs propres œuvres, ils et elles savent théoriquement comment élaborer une écriture assortie à une bande dessinée et savent adapter le texte à une bulle déjà tracée. Bien sûr, lettrer l'œuvre d'une autre personne et imiter son écriture constitue un défi supplémentaire, mais le coup de main principal, lui, devrait être maîtrisé par les artistes. Forcément, toute œuvre adaptée en langue étrangère perd une partie de l'apparence de son édition originale. Mais contrairement au lettrage fait par un lettreur ou une lettreuse dont l'activité serait conçue comme purement technique, par le lettrage manuel fait par un-e autre illustrateur ou illustratrice, l'œuvre adaptée en acquiert une certaine qualité artistique. Si nous prenons l'exemple de *Goliath* de Tom Gauld, déjà cité, l'œuvre a beau avoir été écrite par l'artiste écossais à l'origine, son édition allemande, elle, possède un texte écrit par l'auteur autrichien Nicolas Mahler, et dessiné par l'illustrateur allemand S. Hommer. Le résultat est donc certes toujours une œuvre de T. Gauld, mais sur laquelle d'autres artistes reconnus ont laissé leurs traces bien visibles. Nous ne sommes pas loin ici de la traduction du *Faust* de Goethe par Nerval, où ce dernier a durablement influé sur la réception de l'œuvre en France⁷³⁰. L'édition de *Goliath* faite par Reprodukt s'apparente elle aussi à la réécriture (et à la ré-illustration) de l'œuvre d'un artiste par un (en l'occurrence deux) autres artistes. En allant plus loin que le postulat du chercheur Michel Espagne, selon lequel « une traduction n'a pas moins de légitimité et d'originalité que son modèle » et qui déclare ainsi que

⁷³⁰ Voir notamment l'explication de l'historien Michel Brix, spécialiste de Nerval, qui estime que l'auteur français, piètre germaniste, aurait mal interprété l'œuvre de Goethe et lui aurait imposé sa propre vision du monde. M. BRIX, « Du panthéisme au surnaturalisme. Nerval traducteur de Goethe », dans M. Ballard (éd.), *Europe et traduction*, Arras, Artois Presses Université, 2020, p. 159-170.

« la translation des objets culturels n'est pas une déperdition »⁷³¹, on peut même prétendre que cette adaptation précise constitue un enrichissement artistique, qui révèle d'autres facettes de l'objet. À notre connaissance, en dehors de la traduction de *The Artist: Ode an die Feder* par Marcel Beyer, Reprodukt ne se sert pas de ce travail éditorial d'artistes comme d'un argument de vente ou d'un gage de qualité auprès des critiques : cette trace artistique supplémentaire n'est pas revendiquée par l'éditeur, et ce sont d'abord le travail artisanal et le souci de fidélité qui sont vantés. Dans ce cas, pourquoi engager des artistes plutôt que des lettrés et lettrées qui travaillent dans ce domaine de manière plus régulière ?

À nouveau, c'est avant tout parce que la bande dessinée est un milieu très précaire et que toute source supplémentaire de revenus est la bienvenue. Les artistes de bande dessinée étant généralement payés en une seule fois pour l'œuvre qu'ils ou elles publient (avec une avance sur droits), il peut s'écouler des mois, voire des années, entre deux versements de salaire par une maison d'édition. Entre deux publications d'œuvres plus longues, les artistes peuvent alors gagner leur pain en donnant des cours de dessin, en (pré-)publiant⁷³² des œuvres dans des magazines, ou en faisant des travaux de lettrage, justement. Par ailleurs, le travail de lettré ou lettrée permet d'ajouter des cordes à son arc artisanal et de se former à d'autres pratiques professionnelles. En multipliant les éléments à mettre dans son portfolio et dans son CV, l'artiste peut espérer plus facilement être engagé-e sur d'autres projets rémunérés. Si pour les artistes, l'intérêt de gagner de l'argent en attendant de publier une œuvre est évident, il y a également des avantages pour la maison d'édition. En employant ses propres artistes, en les formant au lettrage, et en leur donnant ainsi un salaire (bien qu'occasionnel), Reprodukt s'assure en effet qu'ils et elles puissent continuer de créer des œuvres et n'abandonnent pas, au contraire, leur activité artistique pour des raisons financières. Bien que la rémunération

⁷³¹ M. ESPAGNE, « Transferts culturels et histoire du livre », *op. cit.*, p. 203.

⁷³² On parle de prépublication lorsque la bande dessinée sort en plusieurs fois, à la manière d'un roman feuilleton, avant d'être enfin publiée sous forme de livre. Pendant longtemps, cette forme de publication était courante pour la bande dessinée, mais elle a largement perdu en importance en même temps que la presse imprimée en général, et celle pour la jeunesse en particulier. La prépublication reste la norme au Japon, mais est devenue un phénomène marginal en Europe.

occasionnelle ne puisse pas compenser tout à fait la précarité inhérente au métier, toute source de revenus sera la bienvenue et pourrait, en outre, rendre les artistes reconnaissant-es envers leur éditeur et leur faire garder un contact étroit avec lui, même entre deux publications. Le fait qu'A. Bellstorf ait été engagé non seulement pour letterer des œuvres à la main, mais aussi à l'ordinateur⁷³³, montre que pour l'éditeur, l'intérêt n'était pas uniquement d'avoir des traits de l'artiste allemand dans l'œuvre, mais tout simplement que ce soit lui qui travaille sur le lettrage. Plus cyniquement, on pourrait imaginer que des lettrés et lettrées non-professionnel-les comme A. Bellstorf seraient moins payé-es que des personnes qui connaissent le métier (et la rémunération qui devrait y être associée), et que cela constituerait donc un argument de taille pour Reprodukt. Cependant, l'activité durable d'A. Michalke et de M. Zaribaf en tant que lettré et lettrée (depuis quinze ans) et en tant qu'artistes (depuis trente ans) avec le même éditeur remet en question cette idée, les deux ayant amplement eu le temps de se rendre compte de l'exploitation, si elle avait lieu.

Qui lettre quoi ? Y a-t-il un genre pour l'écriture ?

Après avoir déterminé qui étaient ces personnes faisant le lettrage pour l'entreprise, voyons enfin le type d'œuvre sur lesquelles ils et elles travaillent. D'emblée, on pourrait penser que comme pour la traduction, les lettrés et lettrées ont des compétences et des préférences particulières, en fonction desquelles l'éditeur les recrutera sur un projet donné. En effet, certain-es peuvent être spécialisé-es dans un type d'écriture particulier – par exemple la typographie très lisible et ronde des livres pour enfants, à laquelle A. Bellstorf se consacre exclusivement en tant que lettré. D'autres, très expérimenté-es, vont travailler sur les œuvres dont le lettrage s'avère complexe. C'est notamment le cas d'O. Korth et de M. Hau : l'un travaillant sur toutes les œuvres de Catherine Meurisse (même celles parues chez d'autres

⁷³³ Il s'agit de deux bandes dessinées illustrées par Marc Boutavant, qu'avait déjà letteré A. Bellstorf à la main en d'autres occasions. Nous évoquerons cette spécialisation sur des genres de bandes dessinées plus tard.

éditeurs) et sa typographie en lettres attachées, l'autre ayant consacré des années⁷³⁴ à letterer le *Jimmy Corrigan* de Chris Ware, dont le lettrage est parmi les plus complexes du neuvième art. En dehors de ces cas exceptionnels, force est cependant de constater que les lettrés et lettrées de Reprodukt ne sont pas nécessairement attaché-es à des artistes ou des séries en particulier, mais pourraient être considéré-es comme polyvalent-es.

On aurait ainsi pu penser que seul M. Möller lettere les œuvres les plus légères de Manu Larcenet, puisqu'il a notamment travaillé sur deux tomes de *Donjon Parade* qu'il a dessinés – en général, M. Möller travaille régulièrement sur des œuvres plutôt comiques et semble donc apte à être celui qui se consacre à cette série. Or, c'est D. Rehm qui a letteré non seulement les trois autres albums de *Donjon Parade* signés par M. Larcenet, mais aussi toutes ses autres bandes dessinées. On pourrait alors supposer que D. Rehm n'avait tout simplement pas le temps de s'occuper de ces deux œuvres de l'artiste et que M. Möller l'a remplacé – à moins que ce ne soit l'inverse, puisque M. Möller a letteré 10 tomes de la série *Donjon* et aurait donc légitimement pu être pressenti pour faire ces deux albums supplémentaires. Ce qui ressort de notre tentative d'analyse du catalogue en fonction des lettrés et lettrées, c'est qu'en dehors de quelques rares cas (nous avons évoqué celui d'A. Bellstorf, dont l'écriture correspond surtout aux œuvres pour enfants), il n'y a pas de tendances particulières. À part dans des cas nécessitant un lettré ou une lettrée spécialisé-e, Reprodukt choisit la personne responsable du lettrage en fonction de sa disponibilité, tout simplement, ou de son envie de se consacrer à une œuvre ou un-e artiste particulière. Même dans des cas où un lettré ou une lettrée s'occupe de la majorité d'une série, il est toujours possible que d'un tome à l'autre, cette personne soit remplacée, parfois juste temporairement. On peut y voir un effet de l'emploi du temps contraint de D. Rehm et de C. Merrien en particulier, les deux étant également éditeur et éditrice, après tout, mais aussi de

⁷³⁴ Selon un article paru dans le *Tagesspiegel*, Reprodukt aurait mis dix ans avant de finir l'adaptation de *Jimmy Corrigan*. La traduction aura certainement été complexe, mais selon nous, il n'y a aucun doute que c'est le lettrage de Chris Ware qui aura pris le plus de temps. « [Dirk Rehm] a investi dix années de travail dans la version allemande de "Jimmy Corrigan" », « [Dirk Rehm] steckte zehn Jahre Arbeit in die deutsche Version von "Jimmy Corrigan" », in S. MERTEN, « Ein Hoch auf die deutsche Graphic Novel! », *op. cit.*.

la rareté des lettrés et lettrées de profession dans l'industrie, forcément très demandé-es et travaillant sur plusieurs œuvres et pour plusieurs maisons d'édition en même temps.

Nos relevés montrent néanmoins une constante remarquable, déjà évoquée précédemment : D. Rehm et M. Hau sont omniprésents dans le catalogue, puisqu'à eux deux, ils ont lettré 54,5 % des bandes dessinées traduites par Reprodukt. Ces deux lettrés pèsent ainsi davantage dans nos statistiques qu'U. Pröfrock et K. Wilksen, les deux traducteurs prolifiques dont nous avons déjà fait remarquer l'importance dans le catalogue, mais qui n'ont traduit que 32 % des bandes dessinées adaptées par l'éditeur. Logiquement, le poids de ces deux hommes sur nos statistiques est important, et explique en partie comment 85,5 % (401) des œuvres lettrées par Reprodukt l'ont été par des hommes (13,5 % par des femmes et 0,5 par des groupes mixtes), alors que sur les 43 lettrés et lettrées engagé-es par l'éditeur, 19 sont des femmes (soit 44 %). Comme pour la traduction, nous pouvons aussi constater que c'est avant tout avec des hommes que l'entreprise travaille sur le long terme, les engageant en moyenne pour plus d'œuvres et sur une période plus longue. Alors que 9 femmes ont lettré plus d'une œuvre pour Reprodukt, 15 hommes ont fait de même – sachant sur les 10 lettrés et lettrées les plus souvent engagé-es par l'éditeur, 7 sont des hommes. Même si les statistiques sont forcément bousculées par les quelques personnes avec lesquelles l'entreprise travaille le plus souvent, nous pouvons à nouveau observer une dimension genrée dans le travail du lettrage, avec des proportions encore plus inégales que pour l'étape de la traduction. C'est ainsi que dans notre communication sur la répartition du travail chez Reprodukt en fonction du genre, à la suite de l'analyse du travail des artistes femmes, nous avons conclu que :

Ici, aussi, le fait d'*écrire* le texte est donc plus souvent la responsabilité des femmes, le *dessiner*, cependant, plus rarement.⁷³⁵

⁷³⁵ R. BECKER, « Gender & Genre im Comicverlag: Wer macht Was bei Reprodukt? », *op. cit.*

Pour ce qui est d'une potentielle répartition du travail des lettrés en fonction du genre des artistes dont ils et elles travaillent des œuvres (en laissant par exemple plus souvent des femmes letterer des textes dessinés par des femmes), nous avons pu constater des tendances similaires à celles observées pour la traduction. Les lettrées letterent à 78 % des œuvres d'artistes hommes et à 22 % des œuvres illustrées par des femmes, tandis que les lettrés masculins s'occupent à 83 % d'œuvres d'illustrateurs, à 14 % d'illustratrices, et dans 2,5 % des cas ont travaillé sur des œuvres dessinées par des groupes mixtes. Pour rappel, les traductrices traduisaient à 24 % des œuvres écrites par des femmes, tandis que les traducteurs ne s'en occupaient que dans 17 % des cas.

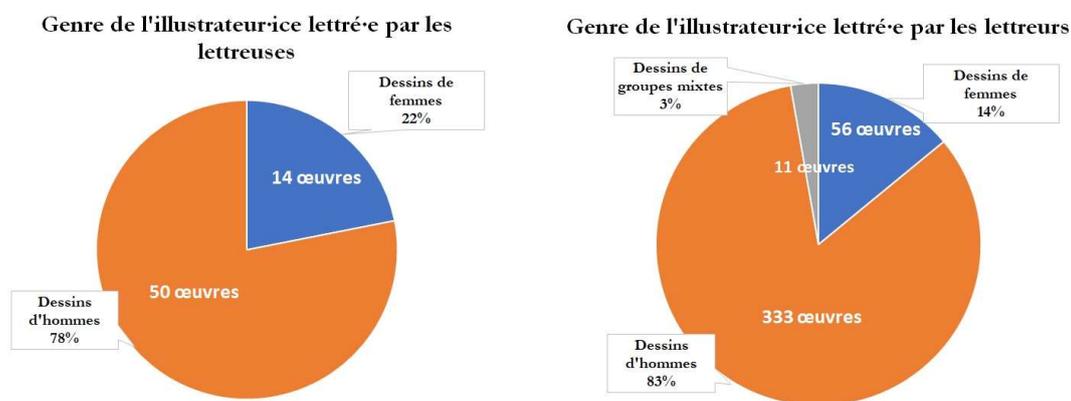


Figure 34 : À gauche : Œuvres letterées par des lettrées selon le genre de la personne qui les a illustrées.

À droite : Œuvres letterées par des lettrés selon le genre de la personne qui les a illustrées.

Enfin, certains lettrés particuliers travaillent plus ou moins fréquemment sur des textes dessinés par des femmes que la moyenne, sachant qu'aucune femme autre que celles letterant leurs propres œuvres ne sortent ici significativement du lot⁷³⁶. D. Rehm ne lettere qu'à 9 % des bandes dessinées illustrées par des artistes femmes, et se situe ainsi en dessous de la moyenne des 14 % pour les adaptations. À l'opposé, M. Hau, A. Bellstorf et O. Korth avec leurs 24 %, 28,5 % et 29 % respectifs sont bien au-dessus de cette proportion et semblent ainsi letterer des

⁷³⁶ Elke Steiner et Maya della Pietra n'ont letteré qu'une seule œuvre, certes dessinée par une femme, mais on ne peut pas dégager une tendance avec un chiffre aussi faible. A. Rügler, quant à elle, compte 50 % d'œuvres letterées dessinées par une femme, mais étant donné qu'elle ne s'est, jusqu'en 2021, occupée que de 2 œuvres, ce nombre ne nous semble pas non plus représentatif d'une tendance.

œuvres de femmes de manière préférentielle. Dans le cas d'A. Bellstorf, cela s'explique par le fait qu'il lettre exclusivement des œuvres pour enfants, fréquemment illustrées par des artistes identifiées comme femmes. M. Hau a quant à lui été chargé de letterer toutes les œuvres de T. Jansson et des Tamaki, ce qui augmente forcément la proportion d'artistes femmes dans son portfolio, tant surtout la première est présente dans le catalogue de Reprodukt. Enfin, O. Korth est le lettereur attitré de plusieurs artistes lu-es comme féminin-es, dont Catherine Meurisse, Aude Picault, Pénélope Bagieu, et Tillie Walden. Même si nous partons de l'idée qu'il n'y a pas de forme de l'écriture inhérente au genre d'une personne, celle d'O. Korth correspond à celle de quelques artistes femmes ; son travail est en de surcroît particulièrement apprécié par elles – à tel point que P. Bagieu aurait « quasiment imposé »⁷³⁷ à son éditeur américain, First Second, d'engager l'Allemand pour la version anglophone de ses œuvres.

Dans des messages postés sur la plateforme Twitter, l'artiste s'émerveille ainsi du travail d'O. Korth, très fidèle à son écriture, et déclare « les Allemands superstars du letterage ». Ce tweet étant public et l'artiste étant suivie par plus de 300 000 personnes sur le réseau social au moment de la publication, il s'agit là d'un coup de publicité important pour l'éditeur allemand, d'autant que de nombreux noms de la bande dessinée francophone comptent parmi les *followers* de l'artiste. Encore une fois, il nous faut insister sur le fait que la qualité du letterage n'importera sans doute pas au plus grand nombre, mais que pour certaines personnes, notamment des artistes et des ayants droit, le letterage revêt une réelle importance lors de la recherche d'un éditeur à l'étranger.

⁷³⁷ « Echange de tweets entre Pénélope Bagieu et Dorothee de Monfreid », sur *Twitter*, 13 mars 2020 (en ligne : <https://twitter.com/PenelopeB/status/1238401447487770625> ; consulté le 29 mars 2021).

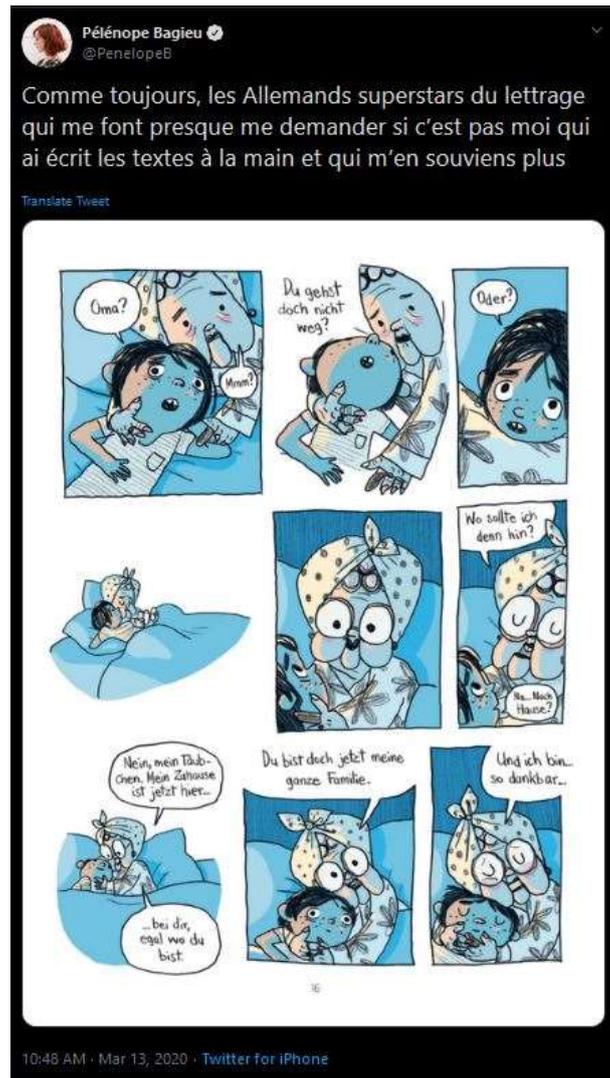


Illustration 31 : Extrait de Hexen hexen, adaptation allemande de Sacrées Sorcières, posté par l'artiste Pénélope Bagieu sur le réseau social Twitter.



Illustration 32 : Échange de messages publics entre Pénélope Bagieu et Dorothée de Montfreid, deux artistes dont les œuvres sont publiées chez Reprodukt.

À la suite de ce tweet, l'artiste Dorothée de Monfreid, également éditée par Reprodukt, répond à P. Bagieu en supposant que c'était D. Rehm qui aurait lettré cette planche. Cela prouve d'une part que l'artiste a bien conscience du nom de son lettreur chez Reprodukt – l'adaptation à l'étranger intéresse donc bel et bien l'artiste et l'éditeur lui donne des informations précises à ce sujet –, mais aussi qu'elle reconnaît la qualité de son travail, le comptant parmi les « génies du lettrage »⁷³⁸.

Cet échange spontané, mi-public et mi-privé entre deux artistes, révèle ce que nous avons souhaité montrer tout au long de cette sous-partie sur le travail de traduction textuelle et visuelle. Le transfert de bandes dessinées étrangères vers l'aire germanophone constitue la majeure partie du travail de Reprodukt et de nombreuses personnes œuvrent pour que celui-ci soit de qualité ; l'entreprise est fière de ce travail et le valorise autant que possible. Nous avons également constaté que la traduction et le lettrage nécessitent une compréhension des particularités de la bande dessinée, mais ne sont pas pour autant réservés aux spécialistes, puisque des artistes et employé-es de Reprodukt travaillent également parfois sur ces étapes. En fonction des disponibilités, du délai de production prévu, de la qualité recherchée, mais aussi du prix, l'éditeur sélectionnera les personnes à qui confier ces tâches de l'adaptation. Néanmoins, la plupart du temps, l'entreprise confie ses œuvres aux mêmes personnes, qui ont déjà fait leurs preuves et sont proches de la maison d'édition. En observant le profil des personnes qui traduisent et qui lettre pour Reprodukt, nous avons pu constater quelques dynamiques sous-jacentes. Celles-ci peuvent être liées à des contraintes ou à des préférences personnelles (notamment liées à l'identité de genre des artistes et aux compétences spécifiques des employé-es), mais témoignent aussi de changements progressifs dans le programme éditorial.

⁷³⁸ *Id.*

B. S'appropriier les adaptations : l'éditeur comme auteur

En dehors de la traduction textuelle et du lettrage, d'autres éléments relèvent de l'éditeur pour l'adaptation d'œuvres. Il s'agit des changements qui peuvent concerner l'apparence physique de du livre (sa taille, sa reliure, le type de couverture, mais aussi son design), son prix, le moment de sa publication, ainsi que d'autres éléments para- et péri-textuels qui l'accompagnent systématiquement (texte sur la quatrième de couverture, pamphlets publicitaires, *goodies* et autres produits dérivés, etc.). Dans une tradition artistique où l'on préfère considérer le contenu en dehors de ces aspects, ces derniers peuvent sembler insignifiants ; pourtant, ces éléments participent à une réelle « altération » : ils « rendent autre » l'œuvre, en font la création de *Reprodukt* et non plus celle de l'éditeur original (voire celle des artistes).

Cette question de l'appropriation d'œuvres à travers des éléments périphériques au contenu a été au cœur de plusieurs de nos communications et écrits. Nous avons abordé notamment la re-thématisation d'une œuvre par l'éditeur à travers le format, les éditions de luxe, les pré- et postfaces dans un article sur le *Killing Joke* de Brian Bolland et d'Alan Moore⁷³⁹ ; l'adaptation d'une œuvre à son nouveau public à travers la création d'objets périphériques (étuis protecteurs, pamphlets explicatifs) et des changements de couverture dans un chapitre d'ouvrage sur l'adaptation en bande dessinée⁷⁴⁰ ; et enfin la compilation d'œuvres et le choix du prix dans un article centré sur l'importation d'œuvres francophones chez *Reprodukt*⁷⁴¹. Dans tous ces cas, nous avons abordé le pouvoir véritablement auctorial de l'éditeur et l'avons rapproché du concept d'« écriture éditoriale »⁷⁴² utilisé par Anne Réach-Ngô et repris par Brigitte Ouvry-Vial. L'idée d'*agency*, largement employée en sociologie, cette « capacité d'agir », selon la traduction

⁷³⁹ R. BECKER, « Telling The Killing Joke », *op. cit.*.

⁷⁴⁰ R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*.

⁷⁴¹ R. BECKER, « Which Francophone comics are transferred to the German-speaking world... and how? », *op. cit.*.

⁷⁴² A. REACH-NGO, « L'écriture éditoriale à la Renaissance. Pour une herméneutique de l'imprimé », *op. cit.* ; B. OUVRY-VIAL, « L'acte éditorial : vers une théorie du geste », *Communication et langages*, vol. 154, n° 1, 2007, p. 67-82.

proposée par Caroline Mackenzie dans la revue *Rives méditerranéennes*⁷⁴³, se recoupe également avec l'idée d'A. Réach-Ngô et de B. Ouvry-Vial, sans doute plus proches de notre objet d'étude.

Selon les chercheuses, l'écriture éditoriale désigne, « à travers la typographie, la mise en chapitres, l'organisation formelle de l'ouvrage, les traces visibles et lisibles de l'auctorialité éditoriale »⁷⁴⁴. B. Ouvry-Vial distingue l'écriture éditoriale du « geste éditorial » (qui désigne la position de l'éditeur comme médiateur entre artiste et public) et de l'« énonciation éditoriale », concept repris de l'habilitation à diriger des recherches d'Emmanuel Souchier qui « renvoie à l'élaboration plurielle de l'objet textuel »⁷⁴⁵, donc au rôle de l'éditeur·ice comme conseiller·e de l'artiste au moment de la création. Bien qu'A. Réach-Ngô et B. Ouvry-Vial appliquent la notion à des textes de la Renaissance et parlent donc d'éditeurs qui étaient également imprimeurs, nous pensons qu'elle peut également désigner les pratiques de maisons d'édition contemporaines, notamment de Reprodukt. À travers l'idée de l'« écriture éditoriale », nous pourrions montrer que l'éditeur possède bel et bien des « propriétés proches de celles de 'ses' artistes ou de 'ses' écrivains »⁷⁴⁶, pour reprendre la formule de Pierre Bourdieu.

Pour A. Réach-Ngô, les différents éléments émanant de l'éditeur reflètent son interprétation de l'œuvre et peuvent impliquer d'importants changements au niveau de la réception de cette dernière, comme nous le verrons dans les pages qui suivent :

« De la simple trace technique laissée au sein du livre à la revendication textuelle d'une auctorialité partagée, le livre imprimé pré-industriel émet donc des signes qui témoignent de la participation de l'instance éditoriale à la réalisation, non pas d'un simple texte, mais véritablement d'une œuvre. Cette métamorphose est le fruit d'une écriture éditoriale qui contribue à faire

⁷⁴³ C. MACKENZIE, « Agency : un mot, un engagement », *Rives méditerranéennes*, n° 41, 2012, p. 35-37.

⁷⁴⁴ B. OUVRY-VIAL, « L'acte éditorial », *op. cit.*, p. 70.

⁷⁴⁵ E. SOUCHIER, *Lire & écrire: éditer des manuscrits aux écrans autour de l'oeuvre de Raymond Queneau*, Université Paris 7 Denis Diderot, CNRS, 1998, p. 165, cité par B. OUVRY-VIAL, « L'acte éditorial », *op. cit.*, p. 71.

⁷⁴⁶ P. BOURDIEU, « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 89, n° 1, 1991, p. 6.

de chaque édition une interprétation singulière du texte mis en livre. Si les outils d'une telle conversion (le choix du caractère typographique, l'illustration du texte, la disposition des masses textuelles, l'insertion de pièces telles que la page de titre, le privilège, le colophon ou le paratexte éditorial, etc.) ne changent que peu d'un éditeur à l'autre, les modalités de leur utilisation peuvent néanmoins témoigner d'une plus ou moins forte implication de l'instance éditoriale. »⁷⁴⁷

1) Changer le format et le prix pour changer de public

Le changement matériel sans doute le plus apparent qui puisse être opéré par une maison d'édition étrangère est celui du format/de la couverture/reliure/taille de l'œuvre (nous avons traité de la distinction entre ces éléments dans la sous-partie commençant page 205). Outre la longueur de l'œuvre, ce sont le format, mais aussi le type de papier et d'impression (dont le tirage), qui sont déterminants pour le prix d'un livre. Si la qualité du support papier et la méthode d'impression (toutes deux déterminées après consultation de l'imprimerie et des artistes) ne changeront sans doute pas directement la manière d'interagir avec l'œuvre (ni les personnes qui interagissent avec elle), le prix et l'aspect extérieur du livre peuvent quant à eux avoir des conséquences concrètes et sont l'objet d'une intense réflexion de la part de la maison d'édition. La matérialité d'un livre, son apparence physique, est, après tout, un « lieu privilégié d'une pragmatique et d'une stratégie, d'une action sur le public »⁷⁴⁸ selon la formule employée par Gérard Genette pour décrire le paratexte (donc tout élément accompagnant le texte au sein du livre).

Afin de montrer comment ces stratégies prennent forme, reprenons les exemples concrets que nous citons à ce sujet dans notre chapitre publié dans *Comics and Agency*, sous la direction de Vanessa Ossa, Jan-Noël Thon, et de Lukas R. A. Wilde. Dans cette publication, nous avons

⁷⁴⁷ A. REACH-NGO, « L'écriture éditoriale à la Renaissance. Pour une herméneutique de l'imprimé », *op. cit.*, p. 65.

⁷⁴⁸ G. GENETTE, *Seuils*, Paris, Éditions du Seuil, 2014, p. 8.

montré comment Reprodukt peut viser un public plus ou moins fortuné, ou en tout cas plus ou moins réticent à dépenser une certaine somme pour un livre. Par exemple, grâce sa publication d'éditions dites « *Softcover* » de la série *Hilda* de Luke Pearson pour 13-15 € l'unité dès 2019, l'éditeur peut atteindre un autre lectorat que celui des versions à couverture cartonnée, publiées par l'éditeur à partir de 2014 pour le prix de 18-20 €. Par ailleurs, surtout pour une série destinée aux enfants de 6 ans et plus (et qui n'est donc sans doute pas achetée par le lectorat lui-même), le passage sous la barre des 15 € – et donc d'une certaine limite auto-imposée des client-es – pourrait en faire un achat plus facilement justifiable pour un cadeau, notamment d'anniversaire⁷⁴⁹. À cela s'ajoute que le prix de l'édition brochée incite davantage à l'achat d'au moins deux volumes sur la boutique en ligne de l'éditeur, en raison d'une livraison payante sous un certain seuil. En effet, le prix minimum pour une livraison gratuite étant tout juste franchi avec l'achat de deux volumes « *Softcover* » (alors que deux volumes « *Hardcover* » la dépassent plus largement), les acheteurs et acheteuses auront davantage l'impression de faire une « bonne affaire ».

Les éditions au format poche publiées par Reprodukt répondent à la même logique : elles permettent de viser un public qui ne serait pas intéressé par (ou incapable d'acheter) les éditions plus luxueuses que propose parfois l'éditeur. *Pirouetten* de Tillie Walden, pour n'en citer qu'une, passe ainsi de 29 € au prix moins prohibitif de 10 € lorsque Reprodukt décide de transformer son adaptation de l'œuvre américaine en livre de poche. Ce format n'influence pas seulement l'identité des personnes qui achètent le livre, mais aussi l'achat en lui-même (motivation et lieu de l'achat) et le code de lecture (lieu et comportement de lecture), puisque le format lui ouvre de nouveaux canaux de diffusion et en permet une utilisation plus « nomade »⁷⁵⁰. Nous avons abordé ces éditions dans la sous-partie qui leur était dédiée, à partir de la page 225.

⁷⁴⁹ Ce phénomène des limites monétaires à transgresser – ou non – avait notamment été discuté dans A. MONJARET, « L'argent des cadeaux », *Ethnologie française*, vol. 28, n° 4, 1998, p. 493-505.

⁷⁵⁰ S. LESAGE, « L'impossible seconde vie ? », *op. cit.*

À l'inverse, les recueils ou intégrales, donc des livres contenant plusieurs œuvres d'abord publiées individuellement, augmentent mécaniquement le prix d'un livre, étant donné que sa longueur croît encore. Certes, l'intégrale de *Der Alltägliche Kampf* [*Le Combat ordinaire*] de Manu Larcenet et son *Brodecks Bericht* coûtent moins cher que la totalité des volumes individuels (29 € vs. 4x13 € pour *Der Alltägliche Kampf* et 39 € vs. 2x22,5 €⁷⁵¹ pour *Brodecks Bericht*), et donnent ainsi également l'impression d'une « bonne affaire ». Néanmoins, le coût élevé de ces œuvres très volumineuses devrait les rendre difficiles à vendre auprès de certains publics. Si Reprodukt a néanmoins fait le choix de publier ces œuvres sous cette forme et à ce prix, c'est qu'il devrait malgré tout y avoir un public pour ces éditions. De plus, la réduction de nombre de livres dans une seule et même série entraîne des effets très bénéfiques dans les pays germanophones, moins bédéphiles que la France et la Belgique, par exemple. D'une part, comme le rappelle le Département d'Études du Bureau International de l'Édition Française au sujet de l'Allemagne, « les librairies généralistes font une place encore très réduite à la bande dessinée »⁷⁵² et il faut donc généralement se rendre dans des boutiques spécialisées pour acquérir des bandes dessinées telles que celles publiées par Reprodukt. Ces magasins, rares et pas tous situés le long de grandes artères commerçantes, attirent surtout un public d'initiés et ne seront pas nécessairement fréquentés de manière assidue en attendant la sortie d'un nouveau volume. Comme nous l'avons expliqué dans *Comics and Agency*, en compilant plusieurs œuvres d'une même série au sein d'un livre,

« Cela signifie concrètement que l'on devra aller moins souvent dans une boutique de bandes dessinées pour acheter la série entière, ou du moins qu'il y aura moins de chance d'abandonner la série en cours de route – ce qui

⁷⁵¹ Alors que nous connaissons le prix des 4 tomes de *Der Alltägliche Kampf* en Allemagne, puisqu'ils ont été publiés par Reprodukt avant l'édition intégrale, *Brodecks Bericht* n'a été publié qu'en intégrale. Nous avons donc choisi de comparer son prix avec celui des volumes individuels en France et en Belgique, c'est-à-dire de 22,50 €.

⁷⁵² M. LOUVIOT, « L'Édition de Bande Dessinée en Allemagne », *Focus - Bureau International de l'Édition Française*, avril 2017, p. 21 (en ligne : <https://docplayer.fr/79025833-Departement-etudes-auteur-coordination-myriam-louviot-clemence-thierry.html> ; consulté le 23 mars 2021).

arriverait plus fréquemment pour les séries plus longues, sortant sur plusieurs années. »⁷⁵³

D'autre part, le fait de rallonger une œuvre et de la faire sortir des formats canoniques de la bande dessinée européenne, généralement plutôt courtes, allant de 32 à 64 pages, peut permettre à une œuvre d'être plus facilement vendue sous l'étiquette de « *Graphic Novel* ». Si la pertinence du mot et sa définition (est-ce une question de longueur, de contenu, de style artistique... ?) sont contestables, nous l'avons vu, son effet sur les ventes, et notamment sur les points de vente potentiels⁷⁵⁴ et sur la durée de vie d'une œuvre sur les étals⁷⁵⁵, ne l'est pas. En fusionnant les quatre tomes de *Der Alltägliche Kampf* en un seul et même livre, ce dernier pourrait bien faire son entrée dans les librairies généralistes (plutôt que les boutiques spécialisées), être étudié dans les rubriques littéraires des journaux et magazines, en bref : il gagnera en légitimité culturelle.

Que ce soit en publiant des éditions de poche ou des éditions intégrales, Reprodukt choisit soigneusement quelles œuvres publier sous quelle forme. Dans les exemples que nous avons cités, la stratégie commerciale émane bel et bien de Reprodukt plutôt que de l'éditeur d'origine, puisque *Pirouetten*, par exemple, n'a pas été publié en poche dans son pays d'origine. Certes, *Le Combat Ordinaire* existe bien en une version intégrale de 2010, antérieure à *Der Alltägliche Kampf* de Reprodukt de 2011, mais il s'agissait d'une édition de luxe contenant un DVD, visant sans doute à attirer un public de « spéculateurs-collectionneurs »⁷⁵⁶. Très onéreuse et aujourd'hui épuisée, cette édition a été remplacée par une intégrale sans DVD en 2014, postérieure à l'édition de Reprodukt. Enfin, l'intégrale du *Rapport de Brodeck* est sortie chez Dargaud quelques semaines après *Brodecks Bericht*. Il s'agissait cependant aussi d'un tirage de luxe (limité à 321 exemplaires, tous signés par l'artiste), destiné non pas à remplacer les volumes

⁷⁵³ « Concretely, this makes it so one would probably have to go to a comics shop less often in order to buy the entire series, or would at least be less likely to abandon the series midway – which would happen more frequently for a longer series releasing over several years. », R. BECKER, « Which Francophone comics are transferred to the German-speaking world... and how? », *op. cit.*, p. 96.

⁷⁵⁴ J.-P. GABILLIET, *Of Comics and Men*, *op. cit.*, p. 98-101.

⁷⁵⁵ *Ibid.*, p. 157.

⁷⁵⁶ « *Speculator-collectors* », in *Ibid.*, p. 154.

individuels (comme cela a été le cas chez Reprodukt), mais sans doute à alimenter la spéculation financière parmi les fans. Dans un texte comparant le marché de la bande dessinée germanophone et celui des pays francophones, nous en tirons la conclusion que :

Le but très distinct des deux compilations [de *Brodecks Bericht* et du *Rapport de Brodeck*] – la première pour être potentiellement vendue dans les librairies généralistes et viser un public plus large, la seconde pour générer du profit parmi un faible pourcentage d'acheteurs et d'acheteuses – pourrait bien être vu comme un reflet de leur marché de la bande dessinée respectif : le germanophone en train d'éclorre et essayant de trouver une reconnaissance *mainstream*, le franco-belge déjà à son apogée et essayant de faire le plus de profit possible.⁷⁵⁷

Comme nous le concédions dans ce même article, il s'agit d'une vision quelque peu caricaturale, Reprodukt publiant également des intégrales plus chères que celles de l'éditeur original (c'est le cas de *Für das Imperium* [*Pour l'Empire*] de Merwan et Bastien Vivès, qui coûte 39 € au lieu de 30), ainsi que des éditions limitées destinées aux « collectionneurs-spéculateurs ». On peut constater qu'en fonction du marché et de la structure éditoriale, une même œuvre pourra être pensée pour un public issu de catégories socio-culturelles différentes. À cela s'ajoutent aussi des contraintes logistiques pour l'éditeur : en fonction du tirage d'une œuvre (dépendant de la taille prospective du lectorat et de ses moyens) et de l'offre proposée par les imprimeries et les distributeurs, le coût de production pourra varier. Ainsi, même si Reprodukt vise un public large pour une œuvre précise, incluant des personnes à faible capital économique, le coût de

⁷⁵⁷ « The very distinct aim of both compilations – the first for the comic to potentially be sold in general book stores and appeal to a wider public, the second for generating profit among a small percentage of buyers – could be seen as a reflection of their respective comics markets: the German-language one burgeoning and trying to find mainstream recognition, the Franco-Belgian one already at its peak and vying for the highest possible profit. », R. BECKER, « Which Francophone comics are transferred to the German-speaking world... and how? », *op. cit.*, p. 101.

production pourrait être plus élevée que prévu, et forcer ainsi l'entreprise à revoir à la hausse le prix de vente, donc à la baisse la taille de sa clientèle.

2) Nouveautés anciennes

Dans tous les cas, même si le produit final ne correspond pas tout à fait au projet initial de l'éditeur, la sortie d'une édition alternative possède un autre avantage, sans doute le principal du point de vue commercial : elle apparaîtra parmi les nouvelles sorties de livre et profitera ainsi une deuxième fois du feu des projecteurs. Dans un de ses états des lieux réguliers sur les chiffres de vente de la bande dessinée francophone, Xavier Guilbert, rédacteur en chef de la revue *du9*, avançait en effet que la création de nouvelles références en librairie entraînait des bénéfices certains, sans pour autant représenter un gouffre financier :

Confrontés à l'érosion des ventes des grandes séries franco-belges, les éditeurs se sont engagés dans des programmes souvent soutenus de revalorisation de leurs catalogues, par le biais d'intégrales. Comme exposé par Martin Zeller (alors responsable des intégrales chez Dupuis) lors d'une journée d'intervention à la BnF, l'approche a de multiples avantages :

- tout d'abord, au même titre que le « repackaging », l'intégrale crée une nouvelle référence, ce qui réinjecte dans le circuit de distribution des albums qui l'avaient peut-être quitté — et leur permet en outre de bénéficier de l'exposition et de la mise en avant accordées aux nouveautés
- ensuite, l'intégrale d'une série connue est un produit qui représente relativement peu de risques, même si (et c'en est la contrepartie) son succès

est généralement plus modeste (en terme[s] de potentiel) que dans le cas d'une réelle nouveauté [...]⁷⁵⁸

Nous sommes en grande partie d'accord avec X. Guilbert et pensons que la réintégration d'une œuvre dans le circuit de distribution et de diffusion lui profitera certainement. Les « mise[s] en avant accordées aux nouveautés » sont parfois nombreuses et se remarquent tant dans les lieux de vente que dans les médias et dans tous les canaux de diffusion. En effet, une nouvelle sortie, même s'il s'agit d'une réédition, sera valorisée par les diffuseurs, puis par les librairies, par exemple en étant placée sur une table ou dans une étagère dédiée aux nouveautés. En outre, les employé-es de librairie mêmes, s'intéressant à l'actualité littéraire et artistique, pourraient souhaiter consulter la nouvelle édition et la recommanderont peut-être à leur clientèle. De manière anecdotique, la place d'une œuvre augmente mécaniquement dans les catalogues, étagères, moteurs de recherche, etc., dès lors qu'elle est référencée plusieurs fois, et a ainsi plus de chances d'être repérée par les libraires et leur clientèle. À cela s'ajoute, nous l'avons dit, une présence médiatique accrue, que ce soit à travers de potentielles critiques dans les journaux (généralistes ou spécialistes), des plateformes vidéo, ou par le biais de la communication sur divers réseaux sociaux. Dans le cadre d'une réédition, la comparaison entre les éditions peut alors devenir un sujet de communication important (et un point d'intérêt pour la critique), notamment de la part des artistes et de la maison d'édition. Ainsi, lors de la sortie d'une édition de poche de *Kinderland*, Reprodukt communiquait par exemple volontiers sur les quelques ajouts et changements subis par l'œuvre sur son blog et sur le réseau social Instagram⁷⁵⁹.

L'exemple de la version « *Softcover* » des *Hilda* nous montre aussi qu'une réédition peut inscrire une œuvre ou série dans un nouveau contexte, la réactualiser pour le public. Concrètement,

⁷⁵⁸ X. GUILBERT, *Numérologie - Une analyse du marché de la bande dessinée. Édition 2014*, s. l., Éditions H, s. d., p. 110-111, citant M. ZELLER, « Non, le franco-belge n'est pas mort – l'exemple des intégrales », lors de la rencontre *La bande dessinée, entre héritage et révolution numérique*, présentation, BNF, 5 octobre 2010.

⁷⁵⁹ K. GROß, « Frisch aus dem Druck: „Kinderland“ von Mawil für die Manteltasche », sur *Reprodukt*, 20 février 2019 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/frisch-aus-dem-druck-kinderland-von-mawil-fuer-die-manteltasche/> ; consulté le 3 mars 2020).

Hilda a connu une adaptation en série animée diffusée sur la plateforme Netflix à partir de 2018, soit cinq ans après la sortie du premier volume « *Hardcover* » en Allemagne et deux ans après la sortie du premier tome « *Softcover* ». La série d'animation a connu un succès certain, augmentant aussi les ventes des bandes dessinées, alors même que les premiers volumes étaient datés et potentiellement sortis de certains points de vente. En effet, devant « faire face aux déferlantes éditoriales »⁷⁶⁰, presque toute œuvre possède une durée de vie limitée dans les lieux de vente et ne sera pas forcément rachetée par une librairie, une fois les stocks écoulés ou renvoyés à l'éditeur. Or, une réédition (que ce soit une édition de luxe, une intégrale, une édition dans un autre format...) possède une nouvelle durée de vie et remonte ainsi les pendules pour une œuvre donnée. Reprodukt, saisissant l'opportunité de la série dérivée, a augmenté la cadence de sortie des éditions « *Softcover* » parallèlement à la diffusion de nouvelles saisons de la série d'animation : alors qu'il avait fallu plus de trois ans entre la sortie du premier tome, *Hilda und der Troll* [*Hilda et le troll*], et sa version en livre broché⁷⁶¹, le lectorat a attendu moins de deux ans entre *Hilda und der Bergkönig* et sa réédition moins chère. En tout, 4 volumes *Softcover* sont sortis à la suite entre 2019 et 2021, contre 2 entre 2016 et 2017. Nous venons de l'explicitier plus haut, la sortie de ces éditions alternatives a réinjecté les *Hilda* dans le circuit du livre, a ainsi fait réapparaître les *Hilda* parmi les nouveautés dans les catalogues des diffuseurs (plutôt que parmi les références plus anciennes), puis dans les librairies. Profitant d'un regain d'attention ponctuel, l'entreprise a ainsi su réinsuffler de la vie dans cette série. On peut imaginer qu'une édition intégrale aurait eu les mêmes effets bénéfiques, quoique limités par le prix plus élevé de tels livres, et donc moins adaptés à un public plus jeune.

⁷⁶⁰ Y. AUBIN, « Surproduction romanesque, bibliothèque et prescription », *Bulletin des Bibliothèques de France*, n° 3, 2004, p. 25, cité dans S. DUCAS et M. POURCHET, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *op. cit.*, p. 21 et cité dans B. CHAPELAIN et S. DUCAS, *Prescription culturelle: Avatars et médiamorphoses*, s. l., Presses de l'ENSSIB, 2019, p. 11.

⁷⁶¹ À moins qu'il n'y ait eu une erreur au niveau du dépôt légal des œuvres, Reprodukt a publié l'édition *Softcover* du deuxième tome de *Hilda* une demi-année avant celle du premier tome – l'édition *Hardcover* avait pourtant été publiée dans le bon ordre, avec un mois d'écart (il n'y avait donc que deux ans et demi entre la sortie du deuxième tome et son édition *Softcover*). On peut ici imaginer que le premier tome – comme c'est naturellement le cas pour la plupart des séries – possédait un tirage plus important et se vendait mieux que ses suites et ne nécessitait donc pas de coup de pouce publicitaire au même moment.

Ainsi, du moins en ce qui concerne notre objet d'étude, nous ne pouvons pas partager le constat de X. Guilbert lorsqu'il déclare qu'« il est peu probable que ces intégrales aillent dans un premier temps conquérir de nouveaux lecteurs », puis ajoute que « cette approche s'appuie principalement sur la nostalgie et l'attachement de certains lecteurs aux 'grands classiques' »⁷⁶². À l'inverse, les œuvres publiées par Reprodukt ne sont que rarement positionnées comme classiques de la bande dessinée : au contraire, l'éditeur souhaite généralement les valoriser comme novatrices et alternatives. De plus, lorsque X. Guilbert ajoute que « la multiplication conséquente de ce type d'initiatives sur le marché, occasionn[e] des situations d'embouteillage en librairie, en particulier à l'abord des fêtes de fin d'année »⁷⁶³, il faut relativiser cette surproduction de rééditions en parlant du marché germanophone de la bande dessinée. À l'heure actuelle, l'« embouteillage » constaté par X. Guilbert est moins visible dans les librairies allemandes, en particulier dans les librairies généralistes, qui ne vendent que peu de bandes dessinées. Enfin, quand le journaliste suggère que les éditions intégrales seraient « condamnées à une existence éphémère en librairie »⁷⁶⁴, il faut souligner qu'il parle uniquement des éditions à visée patrimoniale et non pas des tentatives de Reprodukt (ou d'autres éditeurs) d'attirer un public autre que celui qu'auraient des volumes individuels.

3) Un visuel attrayant : maquiller une œuvre pour la réactualiser ?

L'aspect extérieur d'une œuvre est un autre point matériel qui émane, en grande partie, de la maison d'édition. Cette apparence est un élément essentiel pour les points de vente et pour les acheteurs et acheteuses. La première impression que donne une bande dessinée en effet ne dépend pas uniquement de son prix et de son format, mais aussi et surtout de son illustration de couverture et de son titre. Bien sûr, en théorie, ces deux éléments font souvent partie intégrante du projet artistique derrière une œuvre et les artistes auront potentiellement une idée précise en tête avant la publication d'une œuvre, dont ils et elles ne s'écarteront que

⁷⁶² X. GUILBERT, *Numérologie - Une analyse du marché de la bande dessinée. Édition 2014, op. cit.*, p. 111.

⁷⁶³ *Id.*

⁷⁶⁴ *Id.*

difficilement. Pourtant, ayant à l'esprit des considérations marketing (notamment spécifiques à leur marché) que ne connaissent pas forcément les artistes, les éditeur-ices peuvent essayer d'infléchir le projet des artistes. Dans certains cas, la licence d'adaptation peut même permettre à la nouvelle maison d'édition de modifier ces éléments sans le consentement des artistes ou ayants droit. Ceci est en partie permis en raison de la faible légitimité de cette forme d'art, en particulier dans les pays germanophones. C'est ainsi que des chercheurs et chercheuses allemand-es constataient en 1975 que la bande dessinée, en tant qu'art perçu comme « anonyme », peut être altérée sans avoir à prendre en compte le projet artistique initial.

Contrairement à l'art d'Auteurs, les bandes dessinées sont des objets anonymes, qui peuvent être retouchés, découpés, modifiés en ce qui concerne leur apparence et leur contenu, sans souci excessif de leur état authentique.⁷⁶⁵

Il faut dire que cet avis date désormais d'il y a une cinquantaine d'années et qu'il n'est plus forcément partagé par la totalité des maisons d'édition, notamment pas par Reprodukt. Le but de l'éditeur berlinois n'est généralement pas d'aller à l'encontre de la volonté des artistes, mais de permettre à leur œuvre de trouver son public – ce qui peut être plus difficile quand ce dernier n'est pas issu de la même sphère culturelle et linguistique que les artistes. La politique éditoriale (dans tous les sens du terme) peut également influencer l'impression que souhaiterait communiquer l'entreprise à son public spécifique. Ainsi, en plus de réunir les deux tomes parus chez Actes Sud et De Bezige Bij en un seul volume pour mieux parler à son public, Reprodukt a soigneusement choisi de ne pas traduire mot à mot le titre de *De maagd en de neger* [La jeune fille et le nègre] de Judith Vanistendael.

⁷⁶⁵ « Im Gegensatz zur Autorenkunst sind Comics anonyme Objekte, die ohne allzu große Rücksicht auf ihren authentischen Zustand retuschiert, verschnitten, in ihrem Aussehen und in ihrem Inhalt verändert werden können. », W. U. DRECHSEL, J. FUNHOFF et M. HOFFMANN, *Massenzeichenware*, *op. cit.*, p. 10 ; K. KAINDL, « Thump, Whizz, Poom », *op. cit.*, p. 271.

En effet, pour des raisons historiques évidentes, les terminologies d'origine raciste – comme c'est le cas du fameux « mot en 'n' » – sont vues d'un très mauvais œil en Allemagne et en Autriche⁷⁶⁶, ce qui était aussi le cas chez l'éditeur berlinois. Ainsi, en allemand, l'œuvre s'appelle *Kafka für Afrikaner* et est sous-titrée *Sofie und der schwarze Mann* [Kafka pour les Africains – Sofie et l'homme noir]. L'œuvre a beau critiquer les préjugés racistes auxquels s'expose un personnage noir au sein de la narration, le titre original aurait pu donner une mauvaise première impression et dégoûter une partie du public germanophone. Bien que la dernière partie du titre allemand puisse être perçue comme empreinte de racisme, la terminologie utilisée n'est pas ancrée dans des crimes contre l'humanité comme l'est celle du titre français. En outre, la première partie du titre est davantage mise en avant sur la couverture en raison de sa police grasse et de sa taille plus grande que celle du sous-titre. Contrairement au titre original, qui aurait sans doute scandalisé une partie du public (tout en suscitant, sans aucun doute, l'intérêt), *Kafka für Afrikaner* est un titre intrigant qui devrait attirer l'œil d'amateur-ices de l'auteur tchèque, donner une certaine légitimité littéraire à cette bande dessinée, et plaire aux habitué-es de la maison d'édition, puisque Kafka apparaît dans d'autres livres de Reprodukt⁷⁶⁷.

Certes, des considérations marchandes ont pu informer le choix de titre de Reprodukt (sans doute consenti par l'autrice), mais il s'agit aussi d'une décision qui se fait dans la continuité de la politique éditoriale de l'entreprise, qui publie régulièrement des œuvres antiracistes et se place résolument à gauche sur le spectre politique. La maison d'édition suit naturellement les tendances politiques de son fondateur et de ses employé-es, ce qui va jusqu'à déterminer son implantation géographique, nous l'avons dit. Même si toute publicité est bonne à avoir du point de vue marketing, et qu'une traduction exacte de l'œuvre aurait peut-être fait le tour des médias,

⁷⁶⁶ À notre avis, le vocabulaire d'origine raciste dérange bien davantage dans les pays germanophones qu'en France et en Belgique, où le changement de titre d'un roman d'Agatha Christie pouvait encore provoquer l'émoi en 2020. Bien sûr, l'Allemagne et l'Autriche ne sont pas exemptes de relativisations de crimes contre l'humanité. Nous estimons néanmoins que le discours médiatique est moins conservateur à ce sujet qu'il ne l'est en France et en Belgique.

⁷⁶⁷ Avec *Kafka* de Robert Crumb et de David Zaine Mairowitz et *Franz Kafkas nonstop Lachmaschine* de N. Mahler, il s'agit de la troisième œuvre de l'éditeur à inclure le nom de l'auteur germanophone dans son titre. Seul *Kafka* traite longuement de l'auteur tchèque, tandis que les autres l'évoquent de manière anecdotique.

Reprodukt a habilement opté pour un choix qui n'aliènerait pas une partie de son lectorat et qui pouvait néanmoins intéresser un public plus large. Il nous faut ici remarquer que tous les choix de traduction que doit faire Reprodukt ne sont pas aussi politiques : au contraire, l'œuvre de J. Vanistendael est, à notre connaissance, la seule ayant subi un changement de titre si important.

Toutefois, d'autres œuvres ont changé d'apparence pour mieux plaire au public de Reprodukt. En effet, outre le titre, l'éditeur peut également déterminer l'apparence de la couverture qui ornera l'œuvre, que ce soit sur demande des artistes ou non. Ainsi, un même livre peut comporter différentes finitions (matériau utilisé, surbrillance, reliefs...), illustrations, et textes (notamment sur la quatrième de couverture, donc l'arrière du livre) chez différentes maisons d'édition. Prenons l'exemple de l'*Amerika* de R. Crumb, que nous avons déjà cité dans *Comics and Agency*. Le livre de Reprodukt, datant de 2019, est une adaptation du recueil du même nom publié par l'éditeur français Cornélius en 2004⁷⁶⁸, lui-même adapté de *R. Crumb's America*, paru en 1994 chez Knockabout Comics⁷⁶⁹. Dans les trois cas, il s'agit d'un recueil d'histoires courtes créées entre 1965 et 1989, mais certaines diffèrent entre l'édition britannique d'un côté et la version française et allemande de l'autre⁷⁷⁰. L'illustration et le texte sur la couverture, quant à eux, diffèrent.

⁷⁶⁸ R. CRUMB, *Amerika*, Paris, Cornélius, 2004.

⁷⁶⁹ R. CRUMB, *R. Crumb's America*, Londres, Knockabout Comics, 1994.

⁷⁷⁰ Le livre publié chez Cornélius et chez Reprodukt contient ainsi « *Jumpin' Jack Flash* » (1971) et « *"Hü" Perbel und Al E. Gory* » [«Hy' Perbole et Al E. Gory»] (1981), ainsi qu'une postface de Jean-Pierre Mercier, qui n'apparaissent pas dans *R. Crumb's America*. L'ouvrage en anglais contient cependant « *The Goose and the Gander Were Talking One Night* » (1974) et des histoires en une page comme « *The Final Solution* » (1978). Plusieurs raisons pourraient expliquer ces différences. Premièrement, en fonction de la maison d'édition, ces bandes dessinées peuvent avoir été publiées dans d'autres recueils ou chez d'autres éditeurs, nécessitant donc un réagencement de cet ouvrage. Deuxièmement, il se pourrait que Cornélius ait pu ne pas avoir accès aux dessins originaux ou à des reproductions d'assez bonne qualité, et a donc préféré en imprimer d'autres. Enfin, il est possible que ces histoires aient été jugées incompatibles avec un public francophone ou germanophone. Cette dernière explication nous semble peu convaincante : même les très controversées « *Wenn die Nigger an die Macht kommen* » [Quand les nègres prendront le pouvoir] (1993) et « *Wenn die verfluchten Juden an die Macht kommen* » [Quand ces satanés Juifs prendront le pouvoir] (1993) ont été publiées dans les éditions allemande et française.

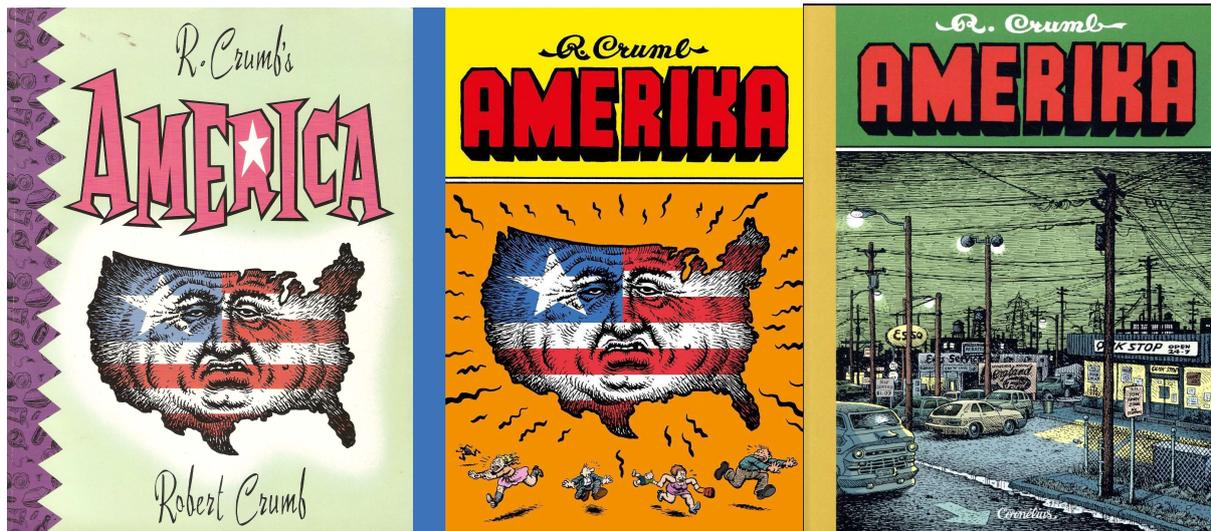


Illustration 33 :

À gauche : couverture de R. Crumb's America, publié par Knockabout Comics en 1993.

Au milieu : couverture d'Amerika publié par Reprodukt en 2019.

À droite : couverture d'Amerika publié par Cornélius en 2004.

La couverture de l'éditeur londonien comporte un dessin issu de « *Let's Talk Sense About This Here Modern America* » [Parlons sérieusement de l'Amérique moderne], bande dessinée initialement publiée en 1975, la première contenue dans le recueil *America* : il s'agit d'un visage obèse qui prend la forme des États-Unis d'Amérique (sans l'Alaska et Hawaii). Alors que l'illustration d'origine était en noir et blanc, *Knockabout Comics* colore cette allégorie des États-Unis avec un motif rappelant le drapeau du Porto Rico, mais faisant sans doute référence à celui du Texas ou celui des États-Unis. Le dessin est posé sur un fond vert menthe, avec une bande dentée de couleur violette sur sa gauche, comportant des dessins de récipients de fast-food vides. L'illustration se veut une allégorie des États-Unis : gloutons, cupides et moches, selon les premières pages d'*America*⁷⁷¹, mais aussi malades, comme le symbolise la couleur verte et la pâleur générale de la couverture. À l'inverse, l'illustration de couverture de Reprodukt comporte, quant à elle, des couleurs chaudes (voire chaleureuses) et saturées : un fond orange pour les deux tiers bas et jaune pour le tiers haut. La bande violette est, quant à elle, remplacée par un bleu uniforme, concentrant l'attention du regard sur le centre de la couverture. Si le dessin de l'Amérique obèse reste le même, motif pseudo-étasunien inclus, des traits en forme

⁷⁷¹ R. CRUMB, *R. Crumb's America*, op. cit., p. 4.

de vague émanent désormais des contours du pays. Dans le langage visuel des œuvres de R. Crumb, ces vagues peuvent être interprétées comme de la puanteur ou du bruit, si ce n'est même une aura dégoûtante. En bas, comme dans l'illustration originale de « *Let's Talk Sense About This Here Modern America* », des personnes fuient l'incarnation de l'Amérique, qui est ici moins malade que repoussante.

Si le choix des couleurs met l'accent sur l'interprétation du pays comme maladif du côté de Knockabout Comics, chez Reprodukt, il y a une volonté de rendre plus contemporaine cette œuvre datant d'il y a vingt-cinq ans (avec certaines de ses parties ayant près de soixante ans au moment de leur sortie en allemand). Certes, les couleurs saturées sont sans doute davantage au goût du jour, mais le choix de la palette de couleurs n'est pas anodin, non plus : elle renvoie explicitement à l'actualité politique des États-Unis. En effet, en 2019, les couleurs orange et jaune, associées au visage d'un personnage plutôt âgé et obèse, sans doute masculin, font référence à Donald Trump, alors candidat à sa réélection comme président des États-Unis. Dans de nombreuses caricatures de l'époque, le teint de l'ancien homme politique est en effet orange, tandis que ses cheveux sont jaunes – la position de ces couleurs sur la couverture (orange autour du visage ; jaune au-dessus) reflète alors celle sur la tête de D. Trump. Le *navy blue* qui orne le côté de la couverture et le dos du livre, quant à lui, ressemble beaucoup à celui des costumes que portait l'ex-président, tandis que le rouge vif du titre n'est pas sans rappeler les casquettes rouges « *Make America Great Again* », associées à la campagne de l'« homme orange ».

Bien qu'elle puisse paraître anecdotique à première vue, cette interprétation visuelle de la couverture est appuyée par le contenu du livre, dans lequel D. Trump apparaît bel et bien, dans « *Point the Finger* »⁷⁷² [Pointons du doigt], histoire initialement publiée en 1986, mais aussi et surtout par le para- et le péri-texte, soigneusement choisis par Reprodukt. Ainsi, la fiche descriptive dans le catalogue de Reprodukt nous décrit le contenu de l'œuvre en citant

⁷⁷² *Ibid.*, p. 85-91.

explicitement celui qui n'était encore qu'un businessman véreux au moment où R. Crumb l'avait décrit :

« Des souffrances du petit employé corseté par l'enfer des 35 heures, en passant par les fanfaronnades de fascistes des banlieues, jusqu'à l'influence douteuse de magnats de l'immobilier à travers l'exemple de Donald Trump – Robert Crumb montre les tréfonds de l'Occident moderne et ne nous épargne aucune exagération vivace et pertinente, ni aucun stéréotype provocateur. »⁷⁷³

Alors que D. Trump n'apparaît que sur quelques pages de l'œuvre, son nom est le seul à être évoqué dans cette description – plutôt que celui d'un autre ex-président, Richard Nixon, qui est également présent dans une histoire du recueil, ou celui des cinéastes Spike Lee et Tom Cruise. Si l'éditeur a sélectionné le nom de D. Trump parmi d'autres, ce n'est pas en raison de son importance au sein du livre, mais plutôt parce que ce nom évoque les États-Unis de 2019 et sera donc celui qui intéressera le plus le public germanophone visé par l'ouvrage. Alors qu'*Amerika* contient des histoires très diverses au sujet de la société étasunienne, ce que décrit bien le texte de l'éditeur, le nom de D. Trump ressort tout particulièrement dans le contexte des primaires à la présidentielle de 2020, très médiatisées.

Le projet de réactualisation de cet ouvrage par rapport au contexte contemporain est véritablement revendiqué par l'éditeur, qui affirme qu'il y a un lien avec l'histoire récente. En dépit de son âge, l'œuvre est presque présentée comme une nouveauté (« Robert Crumb [...] est de retour ! »), et l'interprétation de l'éditeur est mise en avant :

⁷⁷³ « Vom Leiden des kleinen Mannes im Korsett der Nine-to-Five-Jobhölle über schwadronierende Vorstadtfaschisten bis hin zum zweifelhaften Einfluss profitgieriger Immobilienmagnate am Beispiel Donald Trumps – pointiert zeigt Robert Crumb die Abgründe der westlichen Moderne und geizt nicht mit bissigen Zuspitzungen und provokanten Stereotypen », in « Amerika | Reprodukt », *op. cit.*

« Robert Crumb, vieux maître du comix underground étasunien, est de retour ! Cette fois-ci avec une confrontation sans merci avec le rêve américain qui – alors qu'elle a été créée entre 1965 et 1996 – ne pourrait pas être plus contemporaine. »⁷⁷⁴

Pourtant, cette interprétation de l'œuvre comme reflétant encore les États-Unis d'aujourd'hui ne va pas de soi : c'est une interprétation *a posteriori* parmi d'autres (puisqu'elle ne pouvait être prévue par R. Crumb au moment de son écriture), à la différence que celle-ci émane de l'éditeur, qui peut donc la diffuser aux côtés de l'œuvre. Dans notre article sur l'écriture (ou plutôt : la réécriture) éditoriale chez Reprodukt, nous avons conclu :

La version allemande d'*Amerika* n'est pas un commentaire fait par Crumb au sujet de la politique US contemporaine, mais plutôt un commentaire fait par Reprodukt, sa propre interprétation de la manière dont cette anthologie devrait être lue aujourd'hui.⁷⁷⁵

Tempérons ici notre analyse : si cette lecture est bien véhiculée par Reprodukt sur la couverture et sur son site internet, la quatrième de couverture met quant à elle en avant le pédigrée de R. Crumb. Alors que l'entreprise aurait pu à nouveau affirmer une filiation entre le D. Trump magnat de l'immobilier de 1986 et le président de 2019, elle a préféré rappeler le statut d'« icône de la contre-culture »⁷⁷⁶ de R. Crumb, et évoquer certaines de ses œuvres les plus célèbres (également parues chez Reprodukt, leur faisant donc de la publicité).

⁷⁷⁴ « Robert Crumb, Altmeister des US-Underground-Comix, ist zurück! Diesmal mit einer bitterbösen Abrechnung mit dem amerikanischen Traum, die – obwohl zwischen 1965 und 1996 entstanden – aktueller nicht sein könnte. », in *Id.*

⁷⁷⁵ « The German *Amerika* is not a comment made by Crumb on today's US politics, but rather a comment made by Reprodukt, its interpretation of how this anthology should be read today. », in R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 75-76.

⁷⁷⁶ « Avec ses histoires souvent impitoyablement personnelles, depuis 1968, Robert Crumb a repoussé les frontières de ce qui peut être raconté en bande dessinée, et a durablement marqué des générations entières de dessinateurs

À l'inverse de son homologue allemande, la maison d'édition française Cornélius a opté pour une autre interprétation et l'a intégrée à sa version d'*Amerika*. Sur sa couverture, reprise de celle du numéro 12 du magazine *Weirdo* (1985), on distingue une zone commerciale et industrielle sous un ciel sombre. À nouveau, la couleur verte omniprésente donne l'impression d'un monde malade, auquel s'ajoutent de nombreuses voitures, enseignes publicitaires, et pylônes électriques qui complètent l'image déshumanisée du périurbain. L'illustration, détaillée et réaliste, n'est pas aussi allégorique que l'est celle des deux autres éditions déjà citées, mais elle symbolise tout autant les outrances du capitalisme des États-Unis et de l'Occident en général. C'est du moins l'analyse de l'œuvre qu'accentue l'éditeur français dans son descriptif d'*Amerika* : le « constat lucide et acerbe que [Robert Crumb] dresse de son pays vaut pour tout l'Occident, tant nos modes de vie semblent s'être calqués sur le rêve américain »⁷⁷⁷. Alors que les États-Unis de Reprodukt étaient repoussants et qu'il y avait une continuité évidente entre ceux de 1965 et le pays d'aujourd'hui, Cornélius en fait plutôt un monde désolé et triste, en continuité avec celui du reste du globe capitaliste. En passant par leurs capacités d'écriture éditoriale, les entreprises du livre réussissent ainsi à s'approprier d'une certaine manière l'œuvre et incitent leur clientèle à lire la bande dessinée de la façon qu'elles privilégient, elles. Le choix de l'illustration de couverture peut ainsi influencer *comment* on lira une œuvre, mais aussi *qui* la lira.

Dans certains cas, tout comme pour les formats différents, deux éditions concurrentes avec couvertures différentes peuvent attirer différents publics (ou bien inciter une même personne à acheter deux fois le même livre). Si Reprodukt ne tombe que rarement dans le travers des

de bandes dessinées. Parmi les créations les plus célèbres de Robert Crumb, on compte Fritz the Cat et Mr. Natural, en plus de ses bandes dessinées, il dessinait notamment des couvertures de vinyles pour Janis Joplin et est devenu une icône de la contre-culture grâce à son travail. », « Mit seinen oftmals schonungslos persönlichen Geschichten hat Robert Crumb seit 1968 im Alleingang die Grenzen dessern erweitert, was im Comic erzählbar ist, und ganze Generationen von Comiczeichnern nachhaltig geprägt. Zu Robert Crumbs bekanntesten Schöpfungen zählen Fritz the Cat und Mr. Natural, neben seinen Comics zeichnete er Plattencover unter anderem für Janis Joplin und wurde durch seine Arbeit zu einer Ikone der Gegenkultur », in R. CRUMB, *Amerika*, Berlin, Reprodukt, 2019, quatrième de couverture.

⁷⁷⁷ « Amerika », sur *Site de Cornélius*, s. d. (en ligne : <https://www.cornelius.fr/catalogue/amerika/> ; consulté le 1^{er} décembre 2022), cité dans R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 76.

élections avec couverture « variante » décrite par J. P. Gabilliet dans *Of Comics and Men*, et qui visent à attirer des « collectionneurs-spéculateurs » qui souhaiteraient revendre des œuvres rares à un prix élevé, Reprodukt en publie néanmoins parfois. L'exemple qui nous semble le plus intéressant à cet égard est *Schönheit* [Beauté], signé par le duo Kerascoët et par l'auteur Hubert. La couverture de l'édition standard, publiée en 2013, avec ses couleurs lumineuses et son personnage féminin représenté de dos n'indique pas vraiment de quoi traitera l'histoire. Le petit oiseau anthropomorphe et le titre intrigant, soulignant la beauté du personnage principal et le résumant à une seule caractéristique, indiquent éventuellement que l'on se situe dans un univers de conte de fées, donc dans un récit visant plutôt un public jeune. Les beaux motifs muraux et les traits délicats dessinés par Kerascoët, quant à eux, nous semblent stéréotypiquement connotés « féminins » en cela qu'ils ne correspondent pas à des dictats virilistes.

Si nous pouvons faire cette observation, c'est qu'à l'inverse, *Schönheit – Vorzugsausgabe*, l'édition de luxe de cette œuvre, possède une illustration de couverture répondant justement à des exigences patriarcales et visant sans doute un public supposément masculin et hétéro- ou bisexuel. Ici, le personnage principal est montré de face avec un voile rouge qui couvre à peine son bassin – ses seins dénudés sont au centre de l'image et attirent inévitablement le regard, en particulier masculin, ce fameux *male gaze* initialement défini par Laura Mulvey⁷⁷⁸. En outre, la protagoniste est entourée de créatures sombres, féroces et prédatrices, fixant son corps nu et l'attaquant la bouche ouverte.

⁷⁷⁸ L. MULVEY, « Visual Pleasure and Narrative Cinema », *Screen*, vol. 16, n° 3, 1975, p. 6-18.

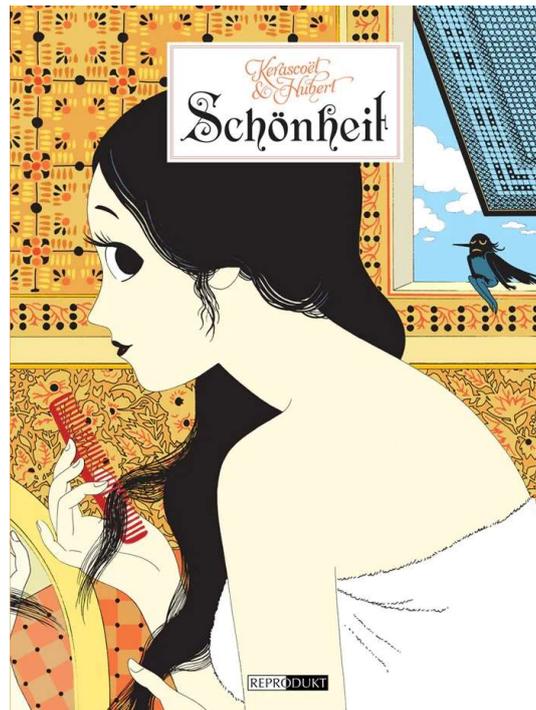


Illustration 34 : couverture de Schönheit, publiée par Reprodukt en 2013.

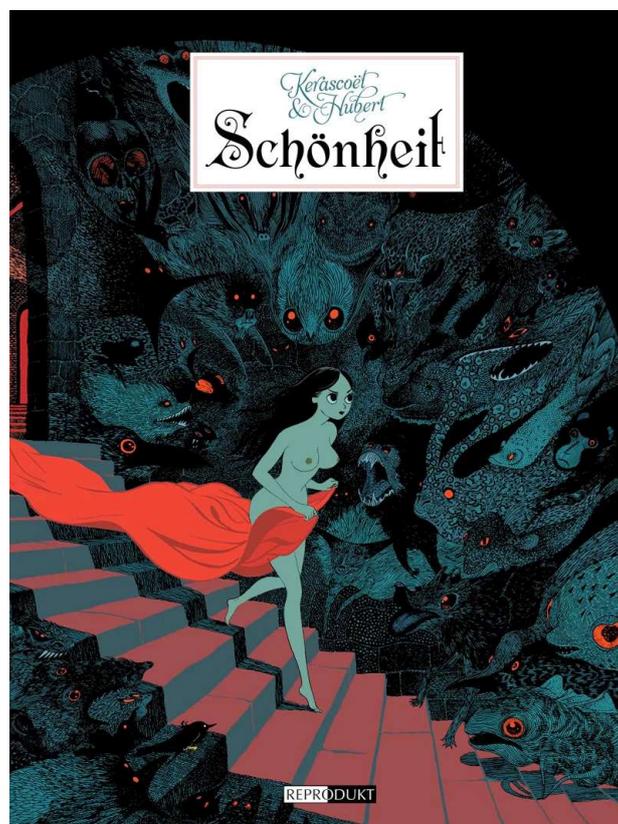


Illustration 35 : couverture de l'édition limitée de Schönheit, publiée par Reprodukt en 2013.

Tandis que l'illustration dorée pouvait être vaguement perçue comme sensuelle, celle de l'édition en tirage limitée est érotique, voire frôle le pornographique, mais tombe aussi dans le registre de l'horreur. Les assaillants rappellent les créatures violeuses dans les estampes du graveur japonais Hokusai, mais surtout les fantômes, incubes, et cauchemars des tableaux du Suisse Füssli, ce qui inscrit ainsi l'illustration dans la lignée de peintures érotiques et romantiques. Enfin, les démons qui occupent les deux tiers de la couverture et qui poursuivent l'héroïne donnent aussi l'impression d'une œuvre contenant des scènes d'action ou d'horreur, tandis que l'illustration de l'édition standard avec son personnage serein reflète une œuvre supposément calme et féérique. Dans les deux cas, il s'agit d'interprétations légitimes de l'œuvre, mises en avant par l'éditeur à travers la couverture choisie. En tout état de cause, outre le prix un peu plus élevé (39 € vs. 36 €) et la plus grande rareté de la *Vorzugsausgabe* (limitée à 999 exemplaires), qui attireront déjà en soi déjà deux publics distincts, les différentes illustrations de couverture permettent à l'éditeur de séduire un lectorat plus vaste.

4) Un calendrier conscient (et parfois contraint)

Enfin, l'éditeur possède un dernier atout non publicitaire pour influencer la réception qui attendra une œuvre : il peut choisir quand la publier... voire de ne pas la publier du tout. Dans les deux cas, la maison d'édition n'est pas seule à décider, puisque des facteurs extérieurs peuvent déterminer la sortie d'une œuvre. Il peut ainsi y avoir des retards de la part des artistes lors de la création du manuscrit, pendant la production (au niveau de l'imprimerie, par exemple) ou la livraison. En l'occurrence, la faillite du grossiste KNV, du même groupe que l'ancien distributeur de Reprodukt, *Leipziger Kommissions- und Großbuchhandelsgesellschaft* (LKG), a durement touché l'industrie de la bande dessinée⁷⁷⁹ et interrompu toute livraison des bandes dessinées de Reprodukt en février 2019. En janvier 2022, l'entreprise berlinoise a changé de distributeur et est passée chez Prolit, évitant les problèmes financiers de LKG et la liant

⁷⁷⁹ M. JURGEIT, « KNV-Insolvenz trifft auch Comic-Branche schwer – Comic.de », sur *Comic.de*, 16 février 2019 (en ligne : <https://www.comic.de/2019/02/knv-insolvenz-trifft-auch-comic-branch-schwer/>; consulté le 2 décembre 2022).

davantage à d'autres éditeurs indépendants qui engagent la même entreprise. À ces potentiels retards logistiques s'ajoutent des ventes décevantes et les aléas de l'actualité, pouvant également retarder, voire tout à fait annuler la sortie d'une œuvre. Pour Reprodukt, qui planifie longtemps à l'avance son calendrier de publications, un retard inattendu (voire une annulation) peut avoir des conséquences importantes sur le programme de la maison d'édition sur une année donnée.

L'entreprise choisit en effet soigneusement à quel moment publier une œuvre, et même si la masse des publications n'a fait qu'augmenter au fil des années, les sorties sont presque toujours étalées tout au long de l'année. De même, comme en témoigne l'illustration suivante, chaque éditeur·ice s'occupe d'un nombre limité d'œuvres à superviser à la fois, assurant à ces dernières un suivi rapproché. Cet échelonnage des publications permet à l'éditeur d'éviter à ses œuvres d'entrer en concurrence les unes avec les autres et, en théorie, de communiquer suffisamment sur chacune d'entre elles afin de n'en négliger aucune. Bien qu'une telle approche soit pourtant sensée du point de vue commercial, les États Généraux de la Bande Dessinée et l'étude quantitative et qualitative qui les avait accompagnés constataient une « désaffection de beaucoup d'éditeurs pour la promotion », ainsi que « de fortes disparités promotionnelles »⁷⁸⁰. En donnant à chaque œuvre le temps de trouver son public et à chaque éditeur·ice de bien suivre « ses » livres, Reprodukt se situe théoriquement à contre-courant de la production majoritaire et se distingue de certaines de ses concurrentes.

⁷⁸⁰ V. MANGIN, B. PEETERS et D. BAJRAM, « Auteurs de bande dessinée, présentation de l'enquête », *neuvièmeart2.0*, janvier 2017 (en ligne : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article1128> ; consulté le 2 décembre 2022).

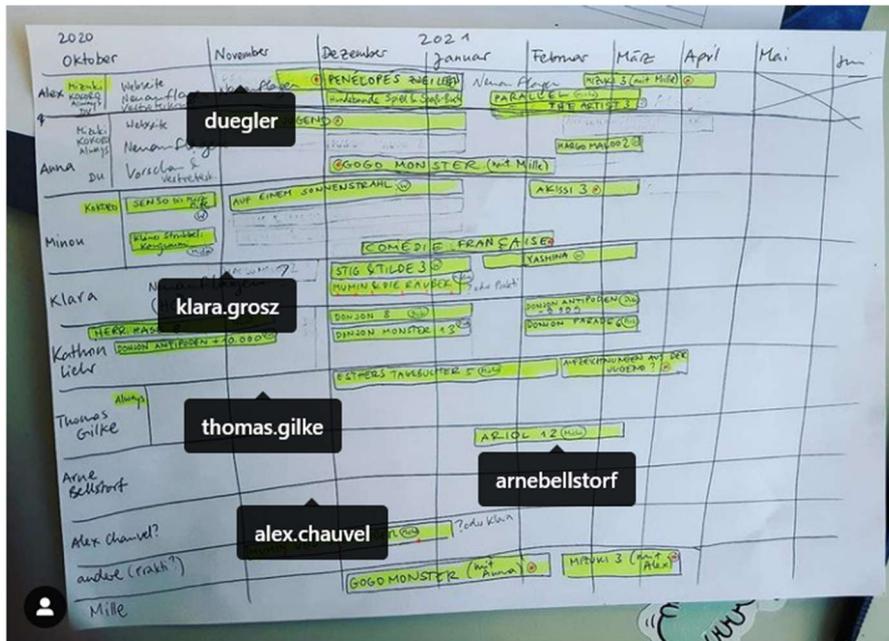


Illustration 36 : Calendrier de travail prévisionnel pour la fin d'année 2020 et le début de l'année 2021. La grille, qui indique qui supervise la publication de quelle œuvre, contient des employé-es à plein temps de l'entreprise (p. ex. Alexandra « Alex » Rügler), mais aussi des indépendant-es travaillant avec Reprodukt de manière plus ponctuelle (p. ex. les artistes Alex Chauvel et Arne Bellstorf).

Avec un calendrier réglé pour éviter la surproduction, si une œuvre n'a pas été terminée dans le cadre temporel prévu par l'éditeur, le planning des publications s'en voit bouleversé et de véritables « bouchons » peuvent se créer, ce qui peut repousser une date de sortie de plusieurs mois, voire années. Par exemple, la sortie du troisième tome de *The Artist*, signé par Anna Haifisch, avait été annoncée pour juin 2020, mais a finalement été repoussée de plus d'un an. Si on peut imaginer que la pandémie de SARS-COV2, dont les effets ont touché l'Allemagne à partir de mars 2020, a pu ralentir le travail de l'artiste et de l'éditeur, un tel retard s'explique aussi par la volonté de Reprodukt d'espacer ses publications. La date de sortie initiale avait sans doute été choisie pour coïncider avec le *Comic-Salon* à Erlangen, le plus important du monde germanophone, où Reprodukt pouvait non seulement espérer vendre l'œuvre fraîchement imprimée à un public bédéphile, mais aussi assister à la nomination d'A. Haifisch parmi les meilleur-es artistes germanophones, un prix pour laquelle elle était pressentie. En dépit du retard pris par cette œuvre précise, l'artiste a remporté le prestigieux prix Max und Moritz de la meilleure artiste germanophone en juillet 2020 (date repoussée en raison de la pandémie), ce

qui aurait certainement fait de la publicité pour le troisième tome de *The Artist* et aurait démultiplié ses ventes si la bande dessinée était bien sortie à temps pour l'événement. Finalement, *The Artist: Ode an die Feder* a pu être publié en octobre 2021, coïncidant cette fois-ci avec le *Comicfestival* de Hambourg, réputé plus alternatif que celui d'Erlangen (mais aussi bien moins grand et médiatisé) et auquel participait A. Haifisch.

Si cette dernière a raté son rendez-vous prévu par l'éditeur, d'autres livres ont pu quant à eux paraître au moment opportun. On pensera par exemple aux nombreuses œuvres allemandes traitant d'événements historiques qui sortent à l'occasion de commémorations diverses. Comme le constate la chercheuse Héléne Camarade, il y a notamment eu une accumulation remarquable de publications sur la RDA au moment des commémorations vingt et vingt-cinq ans après la chute du Mur⁷⁸¹. Ces œuvres profiteront d'une attention toute particulière un an durant, et peuvent même servir de lecture dans des écoles et universités. *Kinderland* de Mawil, publié justement vingt-cinq ans après la chute du Mur, traite de la fin de la RDA, et a été en partie conçu pour servir de lecture scolaire, du moins pour l'édition de poche.

Évoquons ici également les œuvres sortant à des moments précis de l'année, afin de faire coïncider le fond de l'œuvre avec la période. Ainsi, les tomes de *Kleiner Strubbel* dont l'intrigue se déroule à une saison particulière sont généralement publiés au début de cette saison ou juste avant : tandis que *Der Schattenwald* [*La forêt des ombres*] se déroule en automne, *Der Yeti hat den Blues* [*Le blues du yéti*] et *Liebe auf Eis* [*Amour glacé*] ont lieu pendant l'hiver – toutes trois sont sorties pendant un mois d'octobre. À l'inverse, lorsque Céline Fraipont et Pierre Bailly ont situé l'intrigue au printemps, comme dans *Trubel im Gemüsebeet* [*Pagaille au potager*], l'œuvre est sortie en mars. Alors que cela n'aurait sans doute pas grande importance pour un public

⁷⁸¹ « Depuis 2009, au moins treize bandes dessinées au sujet de la RDA sont parues en Allemagne, bien qu'à ma connaissance, il n'y ait rien eu de tel jusqu'alors. Ce phénomène semble s'être développé à l'occasion des festivités autour du 20^e et du 25^e anniversaire de la chute du Mur. », « Seit 2009 sind in Deutschland wenigstens dreizehn Comics zum Thema DDR erschienen, nachdem es bis dahin meines Wissens nichts derartiges gegeben hatte. Das genannte Phänomen scheint sich im Kontext der Festlichkeiten anlässlich des 20. und des 25. Jahrestages des Mauerfalls entwickelt zu haben. » H. CAMARADE, « Die DDR in neueren deutschen Comics und Graphic Novels », *op. cit.*, p. 117.

adulte, capable de se projeter dans le temps, *Kleiner Strubbel*, vise au contraire un public très jeune, n'ayant pas forcément de souvenirs vivaces des saisons précédentes. Ainsi, une œuvre qui parlerait du patinage sur glace et qui serait publiée en été aurait un intérêt réduit pour ce jeune lectorat, qui ne pourra sans doute découvrir cette pratique que de nombreux mois plus tard.

Certes, dans les exemples ci-dessus, Reprodukt a été sensible à la coïncidence entre le temps à l'intérieur et celui à l'extérieur de l'intrigue. Pourtant, force est de constater que l'entreprise n'est pas toujours constante dans son approche. Dans la même série des *Kleiner Strubbel*, le tome *Coconuts Schatz* [*Le trésor de Coconut*] a beau se dérouler au bord d'une mer tropicale, il est sorti au mois d'octobre, pendant lequel peu de familles germanophones accèdent à une plage. Plus surprenant encore, *Ein strubbliges Geschenk* [*Le cadeau poilu*], qui évoque pourtant la période des fêtes de fin d'année et les cadeaux qui l'accompagnent, est sorti au mois d'août. Certes, il est possible que ces œuvres se vendent bien à tout moment de l'année : leur prix peu élevé (10 €) leur permet d'être offertes même en dehors d'occasions importantes et il est probable que les familles soient en quête constante de contenu à proposer à leurs enfants, peu importe si le contenu pourra s'appliquer à une situation quotidienne.

Néanmoins, outre les cas où une œuvre ne nécessite tout simplement pas de date de parution précise, on peut penser que même les dates de sortie surprenantes répondent à une certaine logique. D'une part, elles peuvent correspondre aux termes d'un contrat de licence ou d'arrangements avec les imprimeries : afin de conserver le droit de publier un·e artiste ou une série, ou bien pour profiter de remises auprès de l'imprimeur, certaines maisons d'édition peuvent être contraintes de publier leurs œuvres à intervalles réguliers. À notre connaissance, Reprodukt n'est pas dans ce cas, qui concerne plutôt des entreprises plus grandes et des séries avec un public de taille importante (et donc avec une grande compétitivité au niveau des droits d'exploitation). D'autre part, même une date supposément inadaptée peut en fait répondre à une logique de fonctionnement interne. Nous l'avons dit : le calendrier de Reprodukt est serré et chaque éditeur·ice se concentre sur un nombre limité d'œuvres à superviser. Il est dans

l'intérêt de l'entreprise de publier une œuvre quand elle est prête à être publiée, et ainsi libérer l'éditeur·ice et le calendrier, plutôt que d'attendre le moment opportun quitte à retarder tout le programme éditorial.

En étalant les publications au fil de l'année, la maison d'édition donne théoriquement à chaque œuvre la possibilité d'attirer l'attention sur elle. La cadence des sorties étant plus faible à certains moments de l'année une œuvre qui paraît à ces moments de production ralentie aura plus de chances d'être repérée par les libraires et aura moins de concurrence sur son segment précis (et notamment de la part de sa propre maison d'édition). Tout comme une œuvre portant sur la fête de Noël sortira davantage du lot en août alors que le sujet n'est pas à l'ordre du jour, une œuvre sur la Shoah sortie hors année de commémoration n'aura certes pas de couverture médiatique particulière, mais pourra peut-être capter un public qu'elle n'aurait pas forcément à un moment où il y en aurait des dizaines sur le même sujet. C'est à la maison d'édition que revient la responsabilité de savoir si une œuvre pourra se démarquer dans une période concurrentielle ou s'il vaut mieux la publier pour « boucher les trous » du calendrier de publication : un calcul coût/risques/bénéfices constant qui concerne chacun des produits de Reprodukt sans être forcément couronné de succès.

Un modèle de double-rentree littéraire ?

Terminons cette étude des dates de publication avec des statistiques sur les moments de l'année privilégiés par Reprodukt. Bien que nous manquions d'informations sur le mois de publication d'un certain nombre d'œuvres, notamment celles publiées pendant les années 1990, nous connaissons la date de sortie exacte de plus de 550 bandes dessinées publiées par Reprodukt. Cela nous permet d'affirmer qu'au total, l'entreprise publie davantage d'œuvres au printemps et au début de l'automne : le mois avec le plus de publications est mars, suivi de peu par le mois d'octobre, puis par mai et septembre. À l'inverse, il y a peu de sorties entre les mois de janvier et février, et encore moins entre juillet et août.

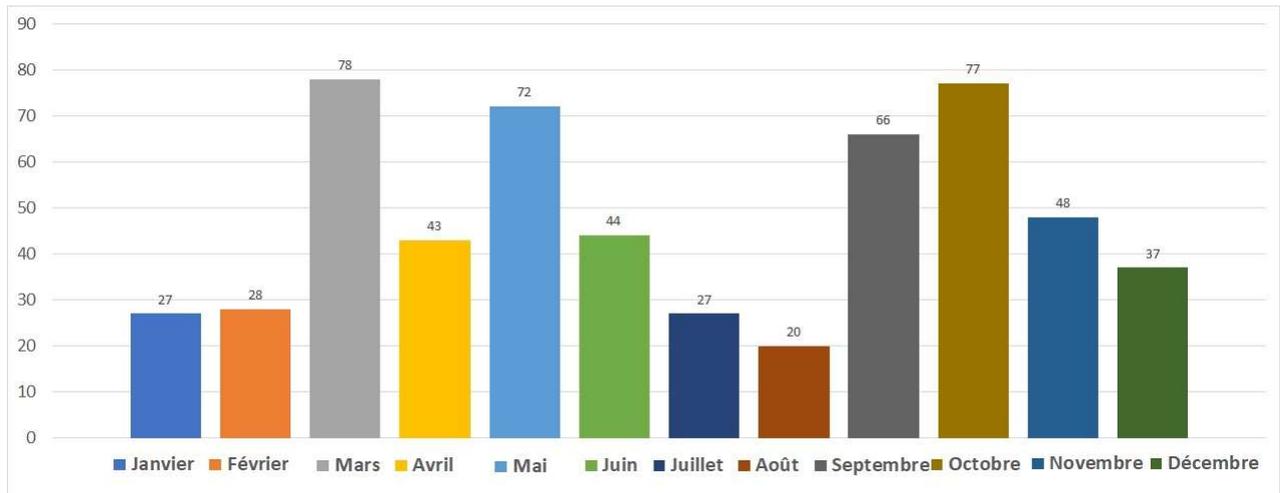


Figure 35 : Nombre d'œuvres publiées par Reprodukt selon le mois de leur publication.

D'un côté, avec la surproduction en septembre et octobre, nous pouvons clairement constater un phénomène semblable à la rentrée littéraire française, c'est-à-dire une forte augmentation des publications dans les mois suivant l'été. À l'inverse, l'été est une période d'accalmie – ce n'est d'ailleurs qu'en raison de ce ralentissement du rythme de publication entre juin et août (donc une période de vacances, qu'on pourrait désigner comme « sortie ») qu'une « rentrée » peut être définie. Ce résultat statistique est étonnant à première vue, puisque la rentrée littéraire n'existe pas telle quelle dans les pays germanophones, et pour cause : le poids et la médiatisation des prix littéraires étant bien moindres en Allemagne⁷⁸², en Autriche et en Suisse qu'en France, le public n'est pas plus attentif aux sorties automnales et les maisons d'édition ne concentrent pas leur marketing sur cette période. En somme : « Un phénomène de l'ampleur de la rentrée littéraire française [...] n'existe pas en Allemagne »⁷⁸³, comme le constate l'OFAJ dans son texte comparant le marché du livre des deux pays. Il est à l'inverse naturel que les mois d'été soient plus calmes pour le milieu de l'édition : avec les vacances scolaires et universitaires, ainsi que les nombreux congés pris par les travailleurs et travailleuses au cours de cette période, le public ne sera pas au rendez-vous. Par ailleurs, les employé-es de Reprodukt, parents pour une partie

⁷⁸² « Sur le marché du livre allemand, les prix littéraires n'ont pas une importance comparable à celle qu'ils rencontrent en France. Certes, il existe depuis un certain temps des distinctions très renommées dans le domaine de la littérature, comme les prix Kleist ou Ingeborg-Bachmann, mais il est rare qu'un prix ait une influence considérable sur les chiffres de vente d'un ouvrage. », M. BERGMANN et C. MAURICE, « Regards croisés / Interkulturelle Betrachtungen », *op. cit.*, p. 59.

⁷⁸³ *Ibid.*, p. 60.

d'entre elles et eux, réduisent également leur période d'activité à ce moment de l'année. Néanmoins, ce ralentissement au cours de l'été pourrait être suivi d'une reprise lente avec un pic d'activité autour des fêtes de fin d'année, où les bandes dessinées sont plébiscitées par leur public, ou bien compensé par une production régulière, étalée au cours de l'année. Il ne va pas de soi que chez Reprodukt, nous retrouvions un pic de production similaire (bien que d'une plus faible ampleur) à celui que l'on retrouverait en France.

Si la deuxième période de ralentissement de la production, entre décembre et février, peut aussi partiellement s'expliquer par les congés, ces derniers sont toutefois habituellement plus courts que ne l'est l'accalmie hivernale dans le calendrier de Reprodukt. La venue au festival d'Angoulême, où se rend une grande partie de l'équipe de l'éditeur pendant une semaine d'hiver, pourrait aussi ralentir la production, mais encore une fois, il s'agit d'un événement trop ponctuel pour justifier une période de calme aussi longue. Enfin, les pics de production en mars et en mai pourraient en partie s'expliquer par la fête de Pâques chrétienne, où l'on offre traditionnellement des cadeaux aux enfants dans les pays germanophones, mais la production plus faible en avril décrédibilise cette interprétation. En somme, en adoptant le point de vue de l'industrie du livre francophone, nous ne pouvons que difficilement expliquer le calendrier de publication de Reprodukt. À l'inverse, ce rythme de publication que nous avons pu constater correspond bien à celui du marché germanophone du livre décrit par l'OFAJ :

« En Allemagne, [...] les nouveautés, présentées dans des catalogues bisannuels (programmes de printemps et d'automne), sont livrées à un rythme trimestriel (mensuel pour les livres de poche). Les livraisons de printemps et d'automne, correspondant aux foires de Leipzig (mars) et Francfort (octobre), lors desquelles l'attention de la presse et du public est particulièrement tournée vers le livre, sont les plus conséquentes avec une

encore plus grande importance attachée à celle d'automne, qui « enchaînera » directement sur les ventes de Noël. »⁷⁸⁴

Effectivement, Reprodukt divise en fait sa production en deux périodes semestrielles. L'éditeur catégorise ainsi toutes ses œuvres à venir dans son *Frühjahrsprogramm* [Programme de printemps] et son *Herbstprogramm* [Programme d'automne], deux fascicules distribués respectivement en janvier (pour les publications de février à juin) et en juin (pour les publications de juillet à janvier) aux diffuseurs, libraires et aux abonné-es de la newsletter de l'éditeur. L'éditeur berlinois ne suit donc pas un rythme de publication calqué sur celui de la France, ni sur les vacances scolaires, mais adopte au contraire celui d'autres éditeurs allemands. C'est autour de ce programme bisannuel que les diffuseurs vont promouvoir les nouveautés à venir de Reprodukt.

Pour Céline Maurice et Martina Bergmann « les livraisons de printemps et d'automne [...] correspond[ent] aux foires de Leipzig (mars) et Francfort (octobre) »⁷⁸⁵. Cela rejoint nos propres statistiques, établissant les mois de mars et octobre comme les plus importants en matière de production. Enfin, les mois de mai et de septembre, pendant lesquels la production de Reprodukt est également élevée, correspondent à d'autres rendez-vous du livre : festival ComicInvasion à Berlin en mai, suivi du *Comic-Salon* à Erlangen en juin, avant lequel il s'agit d'avoir publié ses œuvres (dans l'espoir qu'elles puissent s'y vendre et l'artiste être nommé-e pour un prix Max und Moritz), et enfin *Comicfestival* de Hambourg en septembre, même si on peut imaginer que la *Buchmesse* de Francfort en octobre puisse également inciter l'éditeur à augmenter sa production au préalable. Le choix de la date de publication est donc bel et bien stratégique et relève en effet de la maison d'édition, mais nous avons pu constater qu'en plus d'une organisation personnelle, proche des disponibilités et besoins des employé-es de l'entreprise, Reprodukt doit s'adapter à l'actualité et au rythme imposé par le marché du livre.

⁷⁸⁴ *Id.*

⁷⁸⁵ *Id.*

5) Publier ou ne pas publier ? Une question de temps, d'argent, et de politique.

Pour conclure cette partie sur la date de publication choisie par l'éditeur, il nous faut enfin parler du cas de figure le moins souhaitable pour l'entreprise et pour les artistes : la non-publication d'une œuvre. En effet, à moins d'être liée par un contrat très en faveur des artistes, il est du ressort de la maison d'édition de publier – ou non – un livre. Dans ce cas, sauf si une autre entreprise achète les droits pour cette œuvre ou série ou qu'elle soit publiée à travers des canaux illégaux, elle ne verra pas le jour dans une aire géographique donnée et y influencera à jamais la réception d'un-e artiste ou d'une série. En décidant de ne pas publier une œuvre ou une partie d'œuvre, de recueil ou de série, une maison d'édition fait preuve de son *agency* : elle donne une direction à une œuvre qui n'a pas été souhaitée par les artistes impliqués. Comme nous l'avons déclaré dans le chapitre que nous avons écrit dans *Comics and Agency* : « alors que les différents éléments dans une série sont cohérents du point de vue des artistes, il revient en vérité à l'éditeur de décider de respecter – ou non – le lien entre ces éléments. »⁷⁸⁶ Alors que le choix de ne pas publier une bande dessinée est généralement dû à une contre-performance commerciale, nous verrons que la politique éditoriale peut également avoir raison d'une œuvre.

Dans le cas de la série *LastMan*, signée par Michaël Sanlaville, Balak et Bastien Vivès, ce ne sont pas les controverses et accusations graves autour de ce dernier qui ont poussé l'éditeur à interrompre la publication (l'œuvre ne comprenant pas de contenu pédopornographique), mais bien un succès insuffisant aux yeux de Reprodukt. En effet, sur les douze tomes, seuls quatre ont été publiés en allemand – alors que la série était un franc succès en France, où une série d'animation dérivée et un jeu vidéo ont fait de *LastMan* une franchise multimédia. Bien que le travail d'adaptation sur la suite ait été commencé chez Reprodukt, la publication dépendait *in fine* de la viabilité du projet sur la longue durée. C'est ainsi que sur le forum *Comicforum*, où se côtoient professionnel·les et fans, D. Rehm expliquait avoir presque fini de travailler sur le

⁷⁸⁶ « In spite of the different elements in a series being coherent with one another from the artist's point of view, it is truly up to the publisher to respect these elements belonging together or not », R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 68.

tome 5, mais encore attendre le succès potentiel des produits dérivés (alors annoncés mais pas encore publiés) avant de statuer sur la continuation du projet :

« Le tome 5 est traduit et est en phase de traitement, mais ne paraîtra pas avant octobre [2016]. Malheureusement, les tomes 1 à 4 ne se sont pas vendus excessivement bien jusqu'ici et nous ralentissons donc un peu le rythme et attendons de voir comment tout cela continue avec la série d'animation. »⁷⁸⁷

Puis d'ajouter un mois plus tard, en septembre 2016 :

« Si la série d'animation va vraiment se faire et, le cas échéant, être diffusée, nous espérons l'apprendre dans les prochaines discussions avec Casterman, qui détient les droits de la licence. Pour l'instant, nous continuons d'attendre [avant de publier la suite de *LastMan*]. »⁷⁸⁸

De toute évidence, les ventes n'ont pas décollé, en dépit de la sortie du jeu vidéo en mai 2016 et de la série d'animation à la fin de l'année (uniquement disponible en France, puis dans certains autres pays – non-germanophones – sur la plateforme Netflix dès 2018). En témoigne en août 2017 un dernier message du directeur de Reprodukt au sujet de la suite de cette série :

⁷⁸⁷ « Band 5 ist übersetzt und in Bearbeitung, wird aber nicht vor Oktober erscheinen. Band 1 bis 4 haben sich bisher leider nicht übermäßig gut verkauft, wir machen daher nun ein bisschen langsamer und warten ab, wie es mit der Animationsserie weitergeht », D. Rehm, « LastMan - post du 14/08/2016 », *op. cit.*

⁷⁸⁸ « Ob die Animationsserie wirklich realisiert bzw. gesendet werden wird, werden wir hoffentlich in den nächsten Gesprächen mit dem Lizenzgeber Casterman erfahren. Wir warten vorerst noch ab. », D. Rehm, « LastMan - post du 12/09/2016 », sur *Comicforum.de*, 12 septembre 2016 (en ligne : <https://www.comicforum.de/showthread.php?145575-Last-Man/page2&highlight=LastMan> ; consulté le 14 décembre 2022).

« Selon toute vraisemblance, 'LastMan' 5 ne sortira pas chez nous. Peut-être que l'on trouvera une autre maison d'édition qui continuera 'LastMan', la possibilité reste ouverte pour l'instant. »⁷⁸⁹

Plus de cinq années plus tard, la série reste toujours interrompue en allemand et risque de le rester. À ce jour, pour le lectorat germanophone, l'histoire de *LastMan* se conclut au bout du tome 4 – une fin qui ne résout certes pas toutes les questions de l'intrigue, mais qui reste une fin. À moins de faire des recherches sur les éditions étrangères de la série, le public germanophone devra s'imaginer que les artistes ont arrêté la série de leur plein gré ou que la fin est censée rester sans véritable conclusion. Impossible aussi de connaître la préquelle de *LastMan* narrée dans la série animée, à moins d'utiliser un Réseau Privé Virtuel (VPN) ou de voyager dans un pays où la série est diffusée.

Comme nous l'avions expliqué dans notre article au sujet de l'*agency* de l'éditeur, « une décision éditoriale signifie ainsi que la lecture de *LastMan* en allemand est une tout autre expérience que la lecture dans une autre langue, une lecture où l'intrigue n'est pas résolue et ne s'étend pas sur différents médias »⁷⁹⁰. Notons qu'avec la parution internationale du jeu vidéo dérivé *Lastfight*, notamment traduit en allemand, des personnages des derniers tomes de *LastMan* et de la série animée sont accessibles au public germanophone, sans pour autant avoir été explorés dans les bandes dessinées. S'il est donc bien possible de connaître une partie de l'univers transmédia, l'intrigue reste incomplète en allemand. Dans ce cas précis, ce sont des facteurs extérieurs qui ont précipité la décision de Reprodukt : le succès insuffisant de la série vis-à-vis du coût de la

⁷⁸⁹ « "LastMan" 5 wird aller Voraussicht nach leider nicht bei uns erscheinen. Vielleicht findet sich ein anderer Verlag, der "LastMan" fortsetzt, das ist derzeit noch offen. », D. Rehm, « LastMan - Post du 08/03/2017 », sur *Comicforum.de*, 8 mars 2017 (en ligne : <https://www.comicforum.de/showthread.php?145575-Last-Man/page2&highlight=LastMan> ; consulté le 14 décembre 2022).

⁷⁹⁰ « Thus, an editorial decision means that reading *LastMan* in German is another experience entirely than it is in other languages, one where the narrative is not complete and does not span over different forms of media. », R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 68.

licence que nous supposons élevé – Casterman misait sur l'expansion des produits dérivés à l'étranger, après tout – a eu raison de la continuation de *LastMan*.

Enfin, des facteurs internes peuvent également mener à la non-publication d'une œuvre. Un manque de personnel à un moment donné peut bouleverser le calendrier de publication, ou bien une publication qui s'avère particulièrement compliquée⁷⁹¹ – cependant, même dans ces cas, l'œuvre concernée devrait finir par sortir un jour. Pour ce qui est de la déprogrammation totale d'une œuvre, nous pensons que seule la politique éditoriale de la maison d'édition peut en décider. L'exemple le plus parlant, à cet égard, sont les tomes de la série *Kleiner Strubbel* que Reprodukt n'a pas publiés. En effet, sur les 25 albums sortis jusqu'à fin 2021 (limite de nos relevés statistiques), 17 avaient été adaptés en allemand par l'éditeur berlinois. Pour la majorité des livres manquants, nous pouvons supposer qu'ils n'avaient tout simplement *pas encore* été publiés par Reprodukt mais qu'ils le seront un jour. L'éditeur a en effet ralenti son rythme de publication en 2017 pour ne sortir plus qu'un album *Kleiner Strubbel* par an, là où Dupuis en publie généralement deux. La maison d'édition allemande peut ainsi espacer davantage les sorties, et pourra continuer la série longtemps après que C. Fraipont et P. Bailly l'aient abandonnée. Cependant, au moins deux œuvres nous semblent avoir été omises pour une autre raison et ne sortiront sans doute jamais en langue allemande.

⁷⁹¹ Nous avons déjà évoqué à plusieurs reprises le cas de *Jimmy Corrigan*, œuvre monumentale sur laquelle Reprodukt a travaillé pendant une dizaine d'années avant de la publier. Voir S. MERTEN, « Ein Hoch auf die deutsche Graphic Novel! », *op. cit.*

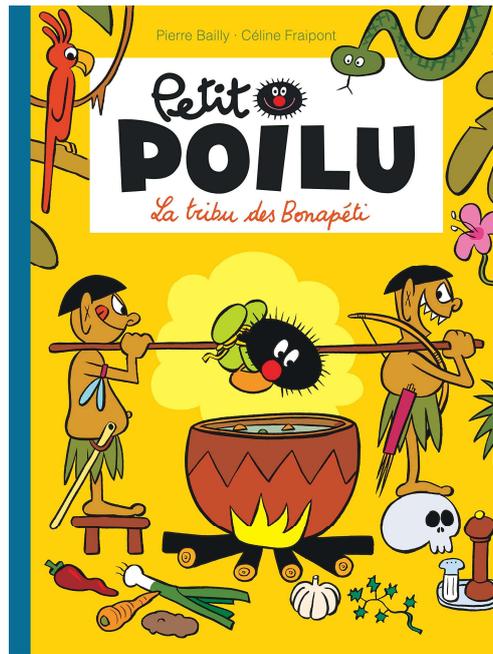


Illustration 37 : Couverture du cinquième tome de la série Petit Poilu. Le personnage éponyme est ligoté et porté par des membres de la tribu des Bonapéti. La marmite bouillante au-dessus de laquelle il se trouve, ainsi que la tête-de-mort, les aliments et épices qui l'entourent, indiquent que Petit Poilu est au menu.

Parmi les dix premiers tomes, seul le cinquième, *La Tribu des Bonapéti*, n'a pas été publié par Reprodukt, sans doute parce qu'il pourrait être considéré comme véhiculant des stéréotypes racistes. Comme nous l'avions expliqué dans « *How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish* », « même si cela est contrebalancé par le style artistique simple, la palette de couleurs utilisée pour le personnage éponyme pourrait rappeler la pratique du *blackface* »⁷⁹². Le fait de se grimer le visage en noir avec des lèvres blanches ou rouges est en effet ancré dans une histoire profondément raciste⁷⁹³ et est vu d'un mauvais œil dans les milieux qui s'inscrivent dans l'antiracisme : une telle pratique ne serait certainement pas cautionnée par une maison d'édition perçue comme étant de gauche, et d'autant moins lorsqu'elle est allemande. Le design de Kleiner Strubbel (dont nous ne pensons pas qu'il soit pensé pour faire référence au *blackface*) ne semble cependant pas poser problème, la plupart du temps : après tout, de

⁷⁹² « Indeed, although offset by the simplified art style, the color scheme used for the title character could be seen as reminiscent of blackface. », R. BECKER, « *How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish* », *op. cit.*, p. 68.

⁷⁹³ Cet historique est notamment retracé dans E. LOTT et M. GREIL, *Love & Theft: Blackface Minstrelsy and the American Working Class*, Oxford, Oxford University Press, 2013.

nombreux albums le mettant en scène ont pu être publiés. Lorsqu'il apparaît aux côtés de créatures fantastiques, le personnage principal est un personnage parmi d'autres. Cependant, « dans le contexte du volume 5, dans lequel le personnage titre rencontre une tribu cannibale »⁷⁹⁴, l'apparence de Kleiner Strubbel est ancrée dans des représentations colonialistes et racistes. Entouré de peuples autochtones perçus comme sauvages, primitifs et violents, le bonhomme réapparaît alors dans un paysage auquel les personnages de fiction aussi noirs que lui sont familiers. Certes, Petit Poilu est la victime du peuple anthropophage, mais l'image d'un enfant racisé (c'est-à-dire à qui l'on attribue l'appartenance à une race, que l'on « racise » donc, en dépit du non-sens biologique que cela constitue), capturé pour être cannibalisé par d'autres personnes racisées, déshumanise les deux côtés et renvoie à des clichés racistes sur les populations noires et sud-américaines, notamment⁷⁹⁵.

Reprodukt aurait pu ne pas publier l'œuvre en raison de la violence du contenu – potentielle seulement, puisque le protagoniste ne se fait pas dévorer –, jugée inappropriée pour les enfants ; la raison, expliquée par une employée de la maison d'édition lors d'un entretien informel, était cependant bel et bien que la représentation de la tribu Bonapéti a été jugée (involontairement) raciste⁷⁹⁶. Qu'il ait été fidèle à ses valeurs politiques ou ait juste souhaité éviter une polémique : en tout cas, l'éditeur n'a pas souhaité adapter ce tome de la série en allemand – sorti en langue originale plus de dix ans avant la fin de nos relevés, il ne le sera sans doute jamais. Parmi les tomes plus récents manquants (tomes 11, 15, 17, 19), seul le tome 15, *L'Expérience Extraordinaire*, pourrait ne pas avoir été publié en raison de la politique éditoriale. En effet, cet album traite de stéréotypes de genre et les met ouvertement en cause. Ce faisant, le livre avait

⁷⁹⁴ R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 68.

⁷⁹⁵ Dans un procédé désigné par le chercheur William Sturtevant comme « tupinambisation », du nom d'une tribu indigène d'Amérique du Sud, des pratiques et apparences minoritaires, présentes uniquement chez quelques rares groupes, ont en effet régulièrement été attribuées à tous les peuples autochtones non-Européens. W. STURTEVANT, « La tupinambisation des Indiens d'Amérique du Nord », dans G. Thérien (éd.), *Les figures de l'Indien*, Montréal, Éditions Typo, 1996, p. 345-361.

⁷⁹⁶ Entretien informel avec des employé-es de Reprodukt le 29/10/2021 à Berlin.

notamment été vivement critiqué comme « outil de reprogrammation idéologique »⁷⁹⁷ par des médias conservateurs et d'extrême droite à sa sortie en France en 2014. Alors que l'intention du livre ne contredit pas les idéaux de Reprodukt, cet album n'a délibérément pas été publié en allemand. Dans notre article mentionné plus haut, nous supposons que cela était « probablement non pas le cas parce que Reprodukt soutient des comportements genrés [...], mais parce qu'elle pourrait néanmoins ne pas souhaiter qu'une série pour enfants possède un sous-texte politique si évident, ou voulait simplement éviter toute controverse »⁷⁹⁸. Enfin, comme nous l'avions abordé dès la page 183, la désignation « *Kindercomics* » (qui concerne *Kleiner Strubbel*) doit garantir qu'un contenu est effectivement approprié pour des enfants – dans un souci de cohérence, voire d'uniformité de cette partie de son catalogue, l'éditeur a donc préféré faire l'impasse sur une œuvre qui aurait pu dénaturer celle-ci pour une partie du lectorat.

Éviter la censure sans être censeurs

Bien qu'une mauvaise publicité causée par une controverse puisse finalement s'avérer positive pour les ventes d'une œuvre, un éditeur engage sa responsabilité et son image à travers chaque publication. Décider de publier une œuvre qui n'aurait peut-être pas dû voir le jour peut entraîner une maison d'édition dans de longues procédures légales, souvent coûteuses, comme l'exprime Achim Schnurrer, dont la maison d'édition Alpha Comic Verlag avait mis la clé sous la porte en 2000, suite aux frais de Justice accumulés :

⁷⁹⁷ Voir notamment P. JONCQUEZ, « Théorie du genre : Petit Poilu à l'assaut des différences », *Causeur*, 28 novembre 2014 (en ligne : <https://www.causeur.fr/theorie-du-genre-30378> ; consulté le 16 décembre 2022), cité par T. GROENSTEEN, « "Petit Poilu" : une série au poil », *neuvièmeart2.0*, janvier 2016 (en ligne : <http://neuvièmeart.citebd.org/spip.php?article1030> ; consulté le 16 décembre 2022).

⁷⁹⁸ « Dans ce cas, probablement pas parce que Reprodukt soutient un comportement genré – après tout, l'entreprise publie diverses bandes dessinées féministes et des bandes dessinées sur des identités queers –, mais parce qu'elle pourrait néanmoins ne pas souhaiter qu'une série pour enfants possède un sous-texte politique si évident, ou voulait simplement éviter toute controverse. », « In this case, probably not because Reprodukt condones gendered behaviors – after all, the company publishes and publicizes various feminist comics, and comics on queer identities –, but because it could nevertheless not want for a children's series to possess such an obvious political subtext, or simply wish to avoid controversy. », R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 70.

À chaque fois que la BPjS [*Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften*, ancien nom de l'instance chargée de vérifier si une œuvre doit être interdite à la vente pour les mineur-es] décide qu'une demande [de censure] doit être traitée par la Justice, pour la maison d'édition concernée, cela signifie qu'il faut qu'elle s'active de son côté. Souvent, il faut mettre dans la boucle des avocats et des experts indépendants, en tout cas, il faut inclure des prises de position contre les experts [de la BPjS]. [...] Tout cela demande du temps et encore plus d'argent.⁷⁹⁹

En particulier en Allemagne, où les conflits entre la liberté de l'art garantie par la Loi Fondamentale et la protection de l'enfance sont importants et médiatisés, pour la plupart des éditeurs, il s'agit de prévenir toute poursuite judiciaire. Si Reprodukt a ainsi par exemple évité de publier les œuvres les plus controversées de B. Vivès et que l'entreprise s'est concentrée sur ses bandes dessinées plus consensuelles, ce n'est sans doute pas uniquement en raison de ses propres opinions quant à leur contenu, mais aussi pour ne pas devoir faire face à des complications légales.

En revanche, en décidant de ne pas publier une œuvre, un éditeur peut aussi se rendre attaquant et durablement endommager ses relations avec l'industrie de la bande dessinée. La non-publication d'*Elise und die neuen Partisanen* [*Elise et les Nouveaux Partisans*] par l'éditeur Carlsen, qui avait pourtant déjà annoncé la sortie du titre pour janvier 2023 avant de l'annuler, aura sans doute des conséquences sur ses futurs dialogues avec Delcourt, l'éditeur du livre en langue originale. Selon un entretien donné par Carlsen à l'audiovisuel bavarois, « la raison de ce renoncement est un positionnement clair sur le conflit israélo-palestinien de la part de

⁷⁹⁹ « Und immer, wenn die BPjS entscheidet, dass der Antrag zur Verhandlung kommt, bedeutet dies für den betroffenen Verlag, dass er seinerseits aktiv werden muss. Häufig müssen Rechtsanwälte und unabhängige Gutachter eingeschaltet werden, zumindest aber müssen Stellungnahmen gegen die Gutachter eingeschaltet werden. [...] All dies kostet Zeit und noch mehr Geld. », in A. SCHNURRER, *Comic: Zensiert*, J. Spiegel et al. (éd.), Sonneberg, Edition Kunst der Comics, 1996 ; C. MUSCHWECK, « Zwischen Kunstschutz und Jugendschutz », *op. cit.*.

l'autrice Dominique Grange dans sa postface. » La maison d'édition ajoute ensuite « ne pas souhaiter prendre position dans ce conflit » et notamment éviter d'avoir à débattre de l'antisémitisme – ou non – du mouvement international anti-israélien BDS (*Boycott, Desinvestments, Sanctions*)⁸⁰⁰. Le lien entre l'Allemagne et Israël étant essentiel pour les deux pays pour des raisons historiques évidentes, et la sécurité de ce dernier faisant partie de la *Staatsräson* [la raison d'être de l'État] allemande⁸⁰¹, il est très délicat de publier une œuvre en allemand qui remettrait en cause le droit de ce pays d'exister. Alors que l'œuvre, qui, en dehors de la postface, ne traite absolument pas du Moyen-Orient, mais de l'année 1968 en France, a pu sortir en français sans susciter d'indignation médiatisée, Carlsen a jugé que le contexte allemand, lui, ne s'y prêtait pas. En entretien avec un site d'actualité francophone, Carlsen précise d'ailleurs que ce ne sont pas ses propres opinions sur l'œuvre, mais bien l'identité allemande de l'éditeur qui l'a poussé à prendre cette décision :

En tant que maison d'édition allemande, nous ressentons une responsabilité historique de nous positionner contre toute forme d'antisémitisme. Nous sommes conscients des différentes perspectives dans ce discours et nous voudrions souligner dans ce contexte que nous sommes toujours convaincus de la qualité narrative et de la réalisation graphique de l'histoire.⁸⁰²

⁸⁰⁰ « Der Grund für den Verzicht ist eine deutliche Positionierung der Autorin Dominique Grange zum israelisch-palästinensischen Konflikt in ihrem Nachwort. Der Carlsen Verlag möchte in diesem Konflikt keine dezidierte Stellung beziehen und sich nicht in die unüberschaubare Diskussion – insbesondere bezüglich des mit Antisemitismus in Verbindung gebrachten BDS – verwickeln. », P. JUNGBLUT, « “Unwürdige Zensur”: Aufregung in Frankreich über Carlsen-Verlag », *Bayerischer Rundfunk*, 25 janvier 2023 (en ligne : <https://www.br.de/nachrichten/kultur/unwuerdige-zensur-aufregung-in-frankreich-ueber-carlsen-verlag,TTtuUDb> ; consulté le 7 février 2023).

⁸⁰¹ Bien que paradigmatique pour la diplomatie allemande depuis longtemps, cette idée a été explicitement formulée pour la première fois par la chancelière allemande Angela Merkel lors d'un discours devant le parlement israélien, la Knesset, le 28/03/2008.

⁸⁰² N. MEGEL, « Censure de Dominique Grange : une “forme d'antisémitisme” selon Carlsen », sur *ActuaLitté*, 6 février 2023 (en ligne : <https://actualitte.com/article/110000/edition/censure-de-dominique-grange-une-forme-d-antisemitisme-selon-carlsen> ; consulté le 7 février 2023).

La décision semble justifiée du point de vue allemand, mais pour le moment, l'éditeur français Delcourt ne peut que « condamner cette censure absurde et indigne »⁸⁰³ et sera sans doute moins enclin à négocier de futures ventes de droits avec l'éditeur hambourgeois – il en va de même pour les artistes Jacques Tardi et Dominique Grange, qui s'opposeront probablement à l'idée de publier à nouveau des œuvres avec Carlsen. Un autre point de discorde dans l'affaire *Elise und die neuen Partisanen* est que l'annonce de la dépublication ne s'est faite que tardivement et sans concertation préalable avec Delcourt et les artistes. Un arrangement plus tôt aurait par exemple pu aboutir à une réécriture de la postface, ou pousser l'éditeur à céder les droits à une autre entreprise, moins soucieuse des déboires judiciaires éventuels. Ce retrait tardif a également eu des répercussions au sein du milieu de la bande dessinée allemande : U. Präfrock, le traducteur le plus prolifique de l'industrie germanophone, a d'ores et déjà annoncé qu'il ne travaillerait plus avec l'éditeur⁸⁰⁴. Face à ce qui est perçu comme une censure, il est probable que d'autres travailleurs et travailleuses de la bande dessinée (éditeurs-ices, lettrés et lettrées...), mais aussi des artistes – en particulier celles et ceux qui publient des œuvres au contenu parfois polémique – refuseront à l'avenir de travailler pour Carlsen.

Même si Reprodukt a aussi pu être impliquée dans des discussions musclées avec des maisons d'édition étrangères lorsqu'elle a écourté des séries ou en a coupé des parties, ces débats n'ont pas été publics et ont eu lieu en amont de la publication donnée. Nous n'avons pas entendu parler de conflits avec d'autres maisons d'édition ou avec des artistes, ce qui témoigne en tout cas de la discrétion de D. Rehm, de son équipe, et de leurs partenaires économiques. Jusqu'ici, l'éditeur a eu la clairvoyance de ne pas publier d'œuvre qui aurait pu être sujette à des poursuites judiciaires sans pour autant froisser des partenaires commerciaux importants. Ainsi, Reprodukt a pu publier toutes les œuvres de B. Vivès publiées avec Casterman, mais a soigneusement évité celles de la collection « BD-Cul » chez Les Requins Marteaux ou de « Porn' Pop » chez Glénat,

⁸⁰³ S. CHERNER, « Quand une postface propalestinienne annule la sortie en Allemagne de la BD *Élise et les Nouveaux Partisans* », *Le Figaro*, 24 janvier 2023 (en ligne : <https://www.lefigaro.fr/bd/un-editeur-allemand-annule-la-parution-de-la-bd-elise-et-les-nouveaux-partisans-accusee-d-antisemitisme-20230124>; consulté le 7 février 2023).

⁸⁰⁴ P. JUNGBLUT, « Unwürdige Zensur », *op. cit.*

ce qui lui a permis de ne pas être épinglée au moment où « L’Affaire Vivès » a éclaté début 2023. Il faudra observer si dans les prochaines années, l’éditeur allemand publiera de nouvelles œuvres de l’artiste ou si les poursuites judiciaires de l’artiste et de ses éditeurs en France auront raison de tout rapport commercial avec eux.

Une stratégie qui paie... mais qui coûte parfois cher

En tout cas, qu’elle décide de ne pas publier une œuvre parce qu’elle n’est pas rentable, parce qu’elle ne correspond pas à sa politique éditoriale ou à la culture germanophone, une maison d’édition – même lorsqu’elle importe majoritairement des œuvres – possède une véritable autorité sur ses publications et « conserve une grande part de son *agency* »⁸⁰⁵ en dépit des facteurs extérieurs qui peuvent influencer sur une œuvre. C’est en raison de décisions prises par Reprodukt, et non pas par les artistes, que certaines séries seront reçues d’une certaine manière et que certain-es créateur-ices de bandes dessinées seront vu-es sous un angle particulier. Nous pouvons ainsi à nouveau affirmer que la maison d’édition procède à une forme d’« écriture éditoriale » et s’approprie les œuvres qu’elle publie à travers les différents mécanismes que nous avons cités. Toutefois, nous nous devons aussi de souligner que « seule une minorité des séries publiées par Reprodukt contient des changements de l’ampleur évoquée » et que « Reprodukt use généralement de son grand pouvoir éditorial avec une grande responsabilité, et essaie de rester fidèle à ce que souhaitaient exprimer les artistes. »⁸⁰⁶ Si les stratégies d’appropriation de

⁸⁰⁵ « Comme nous pouvons le constater, à chaque fois que différents acteurs, qu’il s’agisse des artistes ou d’éditeurs précédents, défendent leur auctorialité vis-à-vis d’une œuvre, même lorsque la dynamique de marché essaie d’imposer de quelle manière une bande dessinée devrait être publiée, et que l’époque devrait déterminer de quelle manière on la lit, Reprodukt – et d’autres compagnies – conserve une grande part de son *agency* et s’approprie une partie de ces aspects. », « As one can see, whenever different forces, be they the artists or previous publishers, claim authorship on a piece, even when market dynamics try to impose how a comic ought to be released, and the times should determine how it ought to be read, Reprodukt—and other companies—can keep a large part of their agency and appropriate parts of these aspects », R. BECKER, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », *op. cit.*, p. 76.

⁸⁰⁶ « En réalité, seule une minorité des séries publiées par Reprodukt contient des changements de l’ampleur évoquée [...] En tant qu’éditeur qui revendique avec fierté sa publication de bandes dessinées personnelles, Reprodukt use généralement de son pouvoir éditorial avec grande responsabilité et essaie d’être fidèle à ce que souhaitaient exprimer les artistes. », « In fact, only a minority of series published by Reprodukt contains changes

Reprodukt allaient à l'encontre de la volonté des artistes ou des ayants droit, l'entreprise n'arriverait tout simplement plus à trouver d'œuvres à publier. Les modifications de l'œuvre et la stratégie marketing qui y est appliquée sont ainsi systématiquement discutées avec différentes instances qui conservent, elles aussi, une certaine *agency* sur l'œuvre.

La maison d'édition élabore une stratégie individuelle pour chacune de ses publications, notamment pour celles qu'elle importe depuis l'étranger. Selon le public que pourrait attirer une œuvre ou une série dans les pays germanophones, D. Rehm et son équipe ajustent le format d'une bande dessinée, son prix, la manière de la marketer, etc. Toutefois, il faut ajouter ici que ni Reprodukt, ni aucune autre maison d'édition indépendante allemande, ne possèdent de département dédié aux études de marché, par ailleurs trop onéreuses à financer pour de petites structures éditoriales. Les éditeur-ices se fondent donc sur leur expérience, ainsi que sur les retours que leur font les partenaires commerciaux (distributeurs, diffuseurs, librairies). À cet égard, nous l'avons dit, la librairie berlinoise dont Reprodukt est co-proprétaire fait office de laboratoire dans lequel sont effectuées des études de marché, bien qu'à petite échelle. C'est un avantage non négligeable, qui permet à l'éditeur d'éprouver directement laquelle de ses décisions a porté ses fruits.

Néanmoins, force est de constater que les stratégies éditoriales n'aboutissent pas toujours. Le « bide » commercial de *Der Lachende Vampir*, ou celui des *LastMan*, pourtant supposément prédestinés au succès⁸⁰⁷, montre bien que l'éditeur échoue régulièrement à trouver un public suffisant pour maintenir en vie une série. En effet, dans le pire des cas, une contre-performance commerciale signifie la fin des réimpressions d'une œuvre ou l'arrêt d'une série – voire la fin de la maison d'édition. Quand l'échec n'est cependant pas total, Reprodukt peut essayer de nouvelles modalités de publications et réajuster ses tirages en fonction du succès d'une édition

of the likes that were discussed here. [...] As a publisher that prides itself on releasing personal comics, Reprodukt generally uses its great editorial power with great responsibility, and it tries to be faithful to what the artists want to express. », *Ibid.*, p. 76-77.

⁸⁰⁷ *Ibid.*, p. 68.

plutôt que d'une autre. Cela explique par exemple la survivance des éditions à couverture cartonnée des *Hilda* en même temps que celles sous forme de livre broché : toutes deux parlent sans doute à un public différent et l'éditeur pourra réimprimer celle qui se vend mieux avec un tirage plus important (voire ne plus imprimer celle qui se vendrait moins). De surcroît, nous avons déjà évoqué l'avantage majeur du « repackaging »⁸⁰⁸ d'une série, à savoir la création d'une nouvelle référence pour les points de vente, augmentant la visibilité de l'œuvre sous toutes ses formes.

Finalement, ces nombreux éléments de l'adaptation d'œuvres importées nous montrent à quel point Reprodukt ne se contente pas de « convertir de fichiers Word en fichiers PDF », comme nous l'avons évoqué dans la partie introductive de ce travail, mais que l'éditeur réécrit d'une certaine manière les œuvres pour son public germanophone. Qu'il s'agisse d'étapes essentielles comme la traduction et le re-lettrage qui y est associé, ou de changements matériels pour mieux correspondre au marché de langue allemande (date et format de publication, prix de vente, etc.), Reprodukt laisse des traces visibles sur les « bandes dessinées » qu'elle transforme en « Comics ».

⁸⁰⁸ X. GUILBERT, *Numérologie - Une analyse du marché de la bande dessinée*. Édition 2014, *op. cit.*, p. 110.

Conclusion : Une maison d'édition encore en construction ?

Reprodukt est-elle une maison d'édition allemande comme une autre ou est-elle vraiment exceptionnelle au sein l'industrie de la bande dessinée ? Fait-elle preuve d'engagement politique et artistique ou recherche-t-elle davantage le succès, tant économique que symbolique ? La ligne éditoriale de cet éditeur a-t-elle évolué et si oui, quelles sont les dynamiques à l'œuvre ? Quel pouvoir possède une maison d'édition sur les œuvres qu'elle publie, et s'exerce-t-il au détriment de celui des artistes ? Notre travail a répondu à ces interrogations en usant de multiples méthodologies, dans l'esprit des études germaniques et de celles sur les bandes dessinées. Dans cette dernière partie, nous résumerons les résultats de notre étude approfondie, en tirerons nos dernières conclusions, et nous interrogerons sur l'avenir de l'entreprise. Nous soulignerons les acquis et lacunes de notre approche, et ouvrirons enfin la voie à des recherches futures.

L'histoire de cette maison d'édition est celle d'une entreprise indépendante de très petite taille, dédiée à la publication de quelques œuvres choisies, qui, au fil des rencontres et des crises, devient peu à peu une entreprise de taille moyenne publiant une grande variété de bandes dessinées. Nous avons pu observer que Dirk Rehm et Jutta Harms avaient d'abord uniquement décidé d'importer quelques œuvres qui les avaient particulièrement touché-es, puis d'éditer des bandes dessinées d'artistes germanophones du même milieu, qui cherchaient une structure éditoriale pour pouvoir continuer à publier leurs zines. Progressivement, Reprodukt a su se constituer un réseau avec des artistes étranger-es, dont des membres fondateurs de la maison d'édition L'Association, mais aussi avec des artistes germanophones de la scène alternative. La production reste toutefois à un niveau confidentiel et le financement difficile, de sorte que le départ de D. Rehm pour Carlsen, où on l'engage sur un poste à responsabilité, plonge l'entreprise dans sa première crise existentielle. Finalement, le retour du fondateur, plus ambitieux et expérimenté qu'avant, permettra à Reprodukt de se ressaisir et d'accélérer le rythme de publication. En outre, l'éditeur fait évoluer sa ligne éditoriale en publiant son premier manga et de plus en plus de séries d'origine franco-belge. Pendant sa deuxième décennie,

l'entreprise sort ainsi progressivement de l'*underground* pour se tourner vers des contenus et formats qui pourront plaire à un public plus large. L'avènement du terme « roman graphique », mais aussi la signature de contrats avec des artistes populaires, lui permettent de continuer à prendre de l'ampleur. Souhaitant se diversifier davantage et s'adapter au goût des employé-es, Reprodukt se lance dans une gamme de bandes dessinées pour enfants et décide de devenir locataire d'une librairie. Ces investissements ne sont pas immédiatement fructueux et plongent l'entreprise dans une nouvelle crise, d'ordre financier cette fois-ci. Après un brusque ralentissement de la production, le succès est à nouveau au rendez-vous, et permet à l'éditeur d'ajouter à nouveau des mangas à son répertoire. Toutefois, la crise du COVID-19 et des matières premières au début des années 2020 complique l'activité de Reprodukt à l'instar de toutes les maisons d'édition au moment où notre analyse s'achève, et laisse donc planer le doute sur l'avenir de l'éditeur.

Étant donné qu'elle a dû faire face à de nombreuses difficultés et n'a jamais réussi à étendre son activité de manière suffisante pour concurrencer les quelques entreprises qui dominent le marché, Reprodukt ressemble à bien d'autres maisons d'édition allemandes. Dans la deuxième sous-partie, nous avons souhaité montrer comment l'entreprise s'inscrivait dans le milieu de la bande dessinée germanophone et européenne par le biais d'une analyse géographique à plusieurs échelles. Nous avons pu constater qu'en étant une maison d'édition allemande, berlinoise de surcroît, Reprodukt se situe à la marge de l'industrie. La ville de Berlin est importante pour une partie de la bande dessinée alternative, même si elle est concurrencée dans ce domaine par Hambourg, et par bien d'autres villes pour l'édition en général. Bien que l'entreprise soit géographiquement éloignée de la plupart des centres et festivals de la bande dessinée et du livre, son emplacement présente néanmoins des atouts certains. D'une part, Berlin fait office d'interface avec l'Europe de l'Est, ce qui permet à Reprodukt d'entretenir de bons liens avec ses lieux de production et de limiter une partie des coûts associés. D'autre part, la ville attire un vivier particulier d'artistes, qui correspond à la ligne éditoriale suivie. Enfin, en tant que lieu de passage obligé des tournées européennes, siège des ambassades et institutions culturelles allemandes, mais aussi cœur du lobbying pour la bande dessinée germanophone,

Berlin offre à cette entreprise et à ses contacts internationaux des avantages indéniables. À une échelle plus locale, on constate que Reprodukt s'est installée dans des quartiers et bâtiments qui lui permettent à la fois de pérenniser son activité, mais aussi de se doter d'une image d'éditeur populaire, engagé à l'extrême gauche du spectre politique. Sa boutique de bandes dessinées, qui fait office d'étude de marché permanente et de lieu de rencontre, révèle quant à elle l'ambition de s'adresser à un public issu d'une classe socio-économique élevée. À travers les problématiques de la localisation, on constate ainsi à la fois les considérations internationales, nationales, et locales auxquelles doit faire face Reprodukt. La maison d'édition suit certaines des tendances de l'industrie germanophone de bandes dessinées, mais elle prend également le contre-pied de ses collègues berlinoises.

Notre deuxième partie a consisté en une analyse concrète de la ligne éditoriale de Reprodukt : à travers le type d'œuvres qu'elle publie, les artistes qui les créent et les caractéristiques de ces personnes et de ces livres, nous avons complété le portrait de l'éditeur. D'abord, notre intérêt s'est porté sur la manière dont Reprodukt classe ses livres et nous sommes interrogé sur la pertinence des désignations utilisées, mais aussi sur leur utilité. Alors que l'ensemble de la production de Reprodukt est protéiforme, nous avons cherché à observer des caractéristiques stables au sein de chaque catégorie – avec plus ou moins de succès. À travers la terminologie employée par l'éditeur, nous avons également pu contextualiser la réception difficile du neuvième art dans les pays germanophones. Les « Comics » de l'éditeur sont à la fois des œuvres d'apparence classique pour le public allemand, mais sont aussi des bandes dessinées de tout type, puisqu'il s'agit aussi du terme générique dans la langue allemande. Toutefois, même s'il s'agit de la désignation préférée et préférable pour l'éditeur, la connotation du terme peut freiner la réception des œuvres concernées. Les catégories « *Graphic Novels* » et « *Kindercomics* » permettent alors à la maison d'édition de préciser quelles œuvres sont destinées à un public adulte et lesquelles à un public jeune. En outre, cette terminologie participe de la légitimation de la bande dessinée dans l'espace germanophone, puisqu'elle l'inscrit dans des traditions artistiques mieux établies et la détache du bagage historique des « Comics ». Enfin, le segment « *Manga* » est le plus récent et le mieux défini de l'éditeur. En effet, les mangas possèdent des

caractéristiques qui les démarquent le plus du reste du catalogue, alors même que la distinction entre les autres catégories ne se vérifie pas toujours dans les chiffres.

Dans les sous-parties suivantes, nous nous sommes servi de ces catégories pour mieux comprendre nos statistiques et identifier les tendances qui les parcourent. En premier lieu, nous avons observé le rythme de publication de l'éditeur et l'avons croisé avec l'histoire de l'entreprise. Les chiffres retracent ainsi les crises internes, les inflexions de ligne éditoriale, mais aussi l'ambition croissante de cette maison d'édition. Cette sous-partie est ainsi complémentaire de la première de cette étude. Par la suite, nous nous sommes intéressé aux caractéristiques matérielles des œuvres. Après avoir recontextualisé la signification des formats pour la bande dessinée et en avoir étudié les plus importants pour le marché germanophone, nous avons vu que les formats choisis par la maison d'édition différaient de ceux habituellement adoptés par le marché allemand. En outre, l'entreprise multiplie les types de reliures et de couvertures, suivant les souhaits des artistes et les considérations marchandes. L'exemple du livre de poche, addition la plus récente de l'éditeur, a été l'occasion de voir l'emploi stratégique que l'éditeur fait du format : il est généralement adapté à l'œuvre concernée et permet de la positionner au sein du marché germanophone et du catalogue de Reprodukt.

D'autres éléments matériels – en l'occurrence la longueur, le prix, les couleurs – nous ont permis de suivre le parcours de la maison d'édition, et nous ont livré des informations sur la manière dont elles déterminent la réception d'un livre. Nous avons constaté qu'en moyenne, les publications de Reprodukt étaient devenues de plus en plus volumineuses et coûteuses, bien que des paliers et plafonds limitent cette évolution. Cette dynamique a pu être reliée à celles qui parcourent le marché de la bande dessinée en général, et plus spécifiquement aux grands changements dans la politique éditoriale de l'entreprise. L'accent mis sur des œuvres grand public courtes, plus souvent en couleur – en particulier des « *Comics* » et des « *Kindercomics* » – contraste systématiquement avec les romans graphiques et mangas, volumineux et plus sombres. En même temps, on observe à nouveau une grande diversité des productions de Reprodukt : plutôt que de présenter une ligne éditoriale unifiée et bien définie, la maison

d'édition excelle par son inconstance. Après une courte étude de la personnalisation systématique du logo de l'entreprise, nous avons déterminé qu'elle revendiquait justement cette disparité, qui devient aujourd'hui le véritable fil conducteur du catalogue.

Enfin, nos dernières statistiques concernent les éditeurs étrangers, et surtout les créateurs et créatrices de bandes dessinées. À première vue, la production de Reprodukt se veut internationale et très diverse, comme en témoigne le grand nombre d'entreprises partenaires et d'artistes. Même s'ils ne sont pas tous présents dans les mêmes proportions, de nombreux pays occidentaux, notamment ceux dont les bandes dessinées sont marginalisées, sont représentés chez l'éditeur. Pour autant, on observe que certaines parties du monde – et certain-es artistes – sont nettement privilégié-es. En l'occurrence, la prépondérance de grandes maisons d'édition franco-belges (et de leurs créateurs et créatrices) réduit l'importance des éditeurs et artistes d'autres pays, et en particulier des entreprises de petite taille. L'éditeur berlinois ne reflète ainsi pas uniquement le pôle alternatif de la bande dessinée, mais un spectre plus vaste. En outre, il se cantonne, sauf exception, aux pays occidentaux. En dernier lieu, nous avons constaté que la maison d'édition, qui publie pourtant des ouvrages et des artistes engagé-es sur le plan du féminisme, maintenait une hégémonie masculine qui se vérifie dans les chiffres. Ses pratiques sont en partie contraintes par l'état de l'industrie dans les pays dont elle importe les œuvres. Toutefois, nous avons également constaté qu'en raison de sa position dans l'espace et dans l'industrie notamment, l'entreprise aurait la possibilité de s'opposer à cette tendance, d'autant qu'elle communique désormais régulièrement au sujet de l'inégalité des genres.

Dans la dernière partie de notre étude, nous nous sommes penché sur le rôle que joue la maison d'édition dans la publication de bandes dessinées. En premier lieu, nous avons analysé l'aspect qui distingue le plus Reprodukt d'entreprises du livre similaires, à savoir le très grand poids des importations dans sa production. Les enjeux principaux de l'adaptation de bandes dessinées étrangères sont, à première vue, la traduction et le lettrage. Les particularités de la bande dessinée, liées à son statut d'art visuel avant tout, contraignent les traducteurs et traductrices, mais aussi les lettrés et lettrées à travailler de manière à conserver autant que possible

l'apparence de l'œuvre source. L'activité est onéreuse et chronophage, et pousse donc de nombreux éditeurs à lésiner sur la qualité, en particulier celle du lettrage. Reprodukt, au contraire, fait de la grande qualité de ses adaptations un véritable argument de vente, qui vise davantage les artistes et éditeurs étrangers que le public germanophone. En outre, une grande partie de l'industrie invisibilise le lettrage et la traduction, mettant davantage en avant le travail des artistes que celui de la maison d'édition et ses contractuel·les. Reprodukt fait quant à elle preuve de transparence et valorise les personnes qui ont œuvré pour traduire et lettrer une bande dessinée, communique sur la méthodologie de travail employée, la langue d'origine, etc. En particulier, l'éditeur met en valeur le lettrage à la main, notamment en raison de l'activité professionnelle parallèle de son chef, et se situe ainsi à rebours de la bande dessinée germanophone. À travers des exemples précis, nous avons constaté que les traducteurs, traductrices, lettreurs, et lettreuses de Reprodukt doivent travailler sur des œuvres variées et ne se cantonnent pas à un certain type d'écriture. Toutefois, dans une logique de rationalisation de l'activité, l'entreprise veille, quand c'est possible, à employer les mêmes personnes pour une même série. Enfin, nous avons également montré que l'identité de genre de ces travailleurs et travailleuses de l'adaptation était liée à celle des artistes, et que l'entreprise employait plus fréquemment des hommes pour cette partie de son activité.

Dans un deuxième temps de cette partie sur le travail d'adaptation, nous avons étudié des aspects moins évidents de la publication d'œuvres importées, qui permettent à l'éditeur de les rendre plus attrayantes pour le public germanophone. Nous avons en outre constaté que certaines des stratégies étaient aussi employées sur des productions originales. En altérant les caractéristiques des livres, comme l'inscription dans un recueil ou une série, le format, le prix, mais aussi l'illustration de couverture, l'éditeur influe sur la réception (et parfois l'interprétation) d'une œuvre, et s'en approprie en partie la paternité. Nous avons vu que les œuvres étaient ainsi adaptées au marché germanophone et à ses contraintes, mais aussi au public spécifique de Reprodukt, et qu'elles différaient ainsi régulièrement – mais pas toujours – de leur forme originale. De même, le calendrier de publication de l'entreprise prend en considération les particularités de l'industrie allemande du livre, et permet à chaque œuvre de

paraître à un moment opportun. Les rééditions redonnent, quant à elles, un nouvel éclat à des publications plus anciennes et les réactualisent pour un nouveau public et une nouvelle époque. Ces choix éditoriaux évitent aux bandes dessinées de Reprodukt d'être censurées, et maximisent leurs chances de réussir. Toutefois, ces stratégies ne sont pas toujours couronnées de succès, et nous avons pu constater que l'entreprise préfère aujourd'hui s'imposer des limites, voire s'auto-censurer, plutôt que de courir de trop grands risques.

Pour conclure notre étude, nous devons donc à la fois relativiser le statut « alternatif » de la maison d'édition Reprodukt, mais pouvons aussi l'affirmer sur certains points. En dépit de ses débuts *punk* et de son image de maison d'édition fondée par des squatteurs et squatteuses, Reprodukt reste une entreprise qui souhaite prospérer dans une industrie difficile. Elle – plus précisément D. Rehm – fait ainsi des investissements et prend des décisions qui lui semblent pérenniser l'avenir de son activité et garantir le salaire des employé-es. Dans nos entretiens avec l'éditeur et les interviews qu'il a données à divers médias, il affirme systématiquement sa responsabilité en tant que chef d'entreprise qui ne peut plus publier ce qu'il veut sans se soucier des conséquences financières, mais qui doit au contraire assurer le maintien de son activité. Ce sens des responsabilités explique en grande partie l'aspect moins alternatif et plus *mainstream* que prend la ligne éditoriale au cours des années 2010, puis 2020. Certes, Reprodukt continue d'innover (notamment avec les « *Kindercomics* » et ses publications originales) et de publier des œuvres sortant décidément de la production majoritaire, que ce soit en raison de leur forme ou de leur contenu. Néanmoins, les œuvres produites avec de grandes entreprises semblent désormais ne plus seulement servir à éponger les pertes engendrées par les livres alternatifs : elles sont aujourd'hui au cœur du projet éditorial et constituent une grande part des nouveautés de Reprodukt depuis le milieu des années 2000.

Dans cette évolution, on peut voir la recherche de succès économique déjà évoquée ; toutefois, elle témoigne également de ce qu'identifiait l'artiste et éditeur Jean-Christophe Menu dans *Plates-Bandes*. Dans ce pamphlet, J.-C. Menu accusait les grandes maisons d'édition (et leurs artistes) de s'appropriier le style des structures indépendantes et alternatives comme

L'Association⁸⁰⁹. À en juger par les publications de Reprodukt, on peut en venir au même constat : l'éditeur n'a peut-être pas aussi radicalement changé de ligne éditoriale que les grandes maisons d'édition qu'il côtoie. En fait, en dehors des œuvres pour enfants, nous pensons que la majorité des bandes dessinées de l'éditeur continue bel et bien de présenter les traits revendiqués dans son « *Selbstverständnis* », à savoir que ses livres reflètent la personne de l'artiste et possèdent des éléments autobiographiques. L'éditeur a certes parfois infléchi sa ligne éditoriale, mais on constate que Delcourt, Dargaud, Gallimard, et bien d'autres se sont largement rapprochées de celle des maisons d'édition alternatives. La distinction entre les très grandes entreprises et celles de taille moyenne se fait alors régulièrement à travers le nombre de publications et d'employées, et les chiffres de vente, plutôt qu'à travers l'esthétique ou le contenu de ces livres. Nous le constatons également dans l'industrie germanophone, où Carlsen et Egmont Ehapa, mais aussi des éditeurs de littérature comme Suhrkamp et Fischer se sont dotés d'une gamme de « romans graphiques » (auto-)biographiques sur le même modèle que Reprodukt et ses collègues alternatives. Ces dernières revendiquent quand même leur statut d'entreprises indépendantes et à contre-courant des tendances : se dire « alternative » est alors un outil de marketing qui ne se répercute plus forcément sur la ligne éditoriale, mais davantage sur le mode de travail.

Comme le prophétise son nom, Reprodukt *reproduit* finalement de nombreuses pratiques courantes dans l'espace germanophone. L'exemple de cette maison d'édition, en plus de nous informer sur les pratiques qui la distinguent, nous a aussi permis de dégager des caractéristiques qui sous-tendent la bande dessinée dans les pays germanophones. Certaines des dynamiques à l'œuvre chez Reprodukt sont représentatives de grands pans de l'industrie : le poids croissant du roman graphique et du manga (même s'il est loin d'avoir le même poids que chez d'autres éditeurs), l'importance des importations plutôt que les productions originales, l'allongement des livres et l'augmentation progressive de leur prix, la nécessité de se prémunir contre les préjugés et la mauvaise presse, etc. Pour autant, Reprodukt conserve une place à part, ne serait-

⁸⁰⁹ J.-C. MENU, *Plates-bandes*, op. cit.

ce qu'en raison de son obsession pour le lettrage, et le fait que ses « *Kindercomics* » côtoient des œuvres destinées à un public adulte. Il reste à voir si l'entreprise continuera d'en inspirer d'autres : Kibitz va-t-elle aussi se tourner vers les romans graphiques après avoir repris l'idée des bandes dessinées pour enfants ? Avant-Verlag va-t-elle également se tourner vers la publication de mangas ? Les évolutions futures de l'entreprise pourraient en effet nous donner des indices sur celles que connaîtra la bande dessinée germanophone, voire européenne dans les années à venir.

Même si nos statistiques ont révélé une stabilisation progressive de la production de l'éditeur, les dernières périodes étudiées laissent envisager quelques changements à venir. L'utilisation du format poche pour rééditer d'anciennes œuvres plutôt que de le réserver aux mangas est un premier point notable, qui devrait importer dans les prochaines années. Alors que le format avait largement disparu dans l'industrie franco-belge de bandes dessinées, nous avons pu constater que Casterman, Dargaud, Futuropolis et Sarbacane s'étaient dotées, ces dernières années, d'une gamme de rééditions de poche. Sur le même modèle que la littérature de poche, ces produits pourront intéresser un public plus large et notamment bien se vendre durant l'été. Le modèle faisant d'année en année de nouveaux adeptes parmi les entreprises, nous pensons qu'il pourrait se généraliser et se pérenniser. En Allemagne, où le public associe pour l'instant les livres de poche surtout aux bandes dessinées Disney et aux mangas, il pourrait être plus difficile de les imposer. Pourtant, avec son prix réduit et son entrée potentielle à l'école, le livre de poche pourrait permettre à la bande dessinée d'augmenter son audience. En outre, l'augmentation des coûts de production, qui touche particulièrement les petites et moyennes entreprises, risque de contraindre les éditeurs à publier au format poche, moins onéreux. On peut alors imaginer que Reprodukt continuera à utiliser ce format, même s'il ne deviendra sans doute pas pour autant sa source de revenus principale.

En raison de sa très grande popularité sur l'ensemble du marché européen, et malgré son ajout tardif, le manga devrait rester un pilier de l'entreprise, voire gagner en importance. Par ailleurs, les mêmes arguments que pour les autres livres de poche, notamment ceux concernant le prix

de fabrication et de vente, s'appliquent aussi ici. Toutefois, il faut ajouter que le marché pourrait arriver à saturation ces prochaines années, tant la manne des mangas a été importante et la production s'est intensifiée. Reprodukt ayant mis beaucoup de temps avant de suivre le *boom* des œuvres japonaises, nous ne pensons pas que l'entreprise se lancera dans l'aventure des *manhwas* et *webtoons* coréens, mine d'or potentielle, ni dans des plateformes numériques, encore boudées par les éditeurs en Allemagne. En 2023, l'entreprise a cependant suivi une autre mode bien établie, à savoir les œuvres « YA », « *Young Adults* » [jeunes adultes], qu'elle avait temporairement appelées « *Jugendcomics* » [bandes dessinées pour/sur les jeunes]. Plutôt qu'une nouvelle gamme d'œuvres, il s'agit tout bonnement d'une nouvelle catégorie dans laquelle Reprodukt classe ses œuvres déjà parues. Les bandes dessinées YA sont, pour la plupart, des « *Graphic Novels* » dont les protagonistes sont adolescent-es ou jeunes adultes ; à l'instar des œuvres littéraires YA, re-popularisées dès les années 1990 et 2000⁸¹⁰, leur public peut cependant être de tout âge. Depuis quelque temps déjà, notamment avec les œuvres de Jillian et Mariko Tamaki ou de Lukas Jülicher, Reprodukt avait réintroduit ce type de récit, qu'elle publiait déjà bien avant, avec Charles Burns, Mawil, ou Adrian Tomine. Ainsi, nous pensons que cette gamme d'œuvres devrait se pérenniser, puisqu'elle fait déjà partie de l'ADN de l'éditeur.

Enfin, nous avons brièvement évoqué la campagne de financement participatif lancée par Reprodukt en 2022, afin de faire face à l'augmentation des coûts de production et de pouvoir publier son programme d'automne. Le succès fulgurant de ce *crowdfunding* a étonné D. Rehm : « Et nous étions véritablement surpris de ce succès fantastique, alors vraiment bouche bée, à quel point c'est allé vite, que nous ayons atteint notre objectif [de financement à hauteur de 30 000 €] en deux jours. »⁸¹¹ Selon une interview de D. Rehm pour le podcast de Dussmann, la plus grande librairie d'Allemagne, il s'agissait cependant d'une solution exceptionnelle, et

⁸¹⁰ On pensera notamment à la série *À la Croisée du Monde* de Philip Pullman, aux *Harry Potter* de Joanne Rowling, ou aux *Hunger Games* de Suzanne Collins. La littérature YA existait déjà bien avant, mais a explosé en popularité à partir de la fin des années 1990, appuyée par des adaptations au cinéma.

⁸¹¹ « Und [wir] waren wirklich überrascht über den großartigen Erfolg, also schon baff davon, wie schnell das ging, dass wir unser Ziel in zwei Tagen erreicht hatten. », « #97 - Reprodukt, Comicinvasion & Gratis Comic Tag », dans l'émission *KulturGut: Der Dussmann Podcast*, s. d. (en ligne : <https://kulturgut.podigee.io/98-reprodukt-comicinvasion> ; consulté le 29 juin 2023) 4:31–4:40.

l'éditeur affirme ne pas souhaiter financer ses livres uniquement selon ce modèle de prévente⁸¹². Néanmoins, force est de constater que d'autres maisons d'édition ont fait appel à leur public pour les financer directement, notamment Fantagraphics en 2014, mais aussi Edition Moderne en 2023, qui s'est sans doute inspirée de Reprodukt. En outre, des maisons d'édition entières – c'est le cas d'Exemplaire en France – fonctionnent désormais uniquement selon ce modèle, jugé moins risqué pour l'éditeur et plus juste pour les artistes, qui peuvent prétendre à un plus grand pourcentage du prix de vente, puisque l'achat se fait avec moins d'intermédiaires. Bien que Reprodukt exclue encore d'y recourir sauf en cas de grandes difficultés, force est de constater que la réussite de sa première campagne pourrait l'inciter à réitérer l'expérience les prochaines années. Le journaliste Lars von Törne estime d'ailleurs que le *crowdfunding* aurait permis à Reprodukt d'attirer l'attention médiatique et ainsi d'augmenter ses ventes⁸¹³.

Après cet aperçu des changements depuis la fin de nos relevés et des hypothèses sur l'avenir de l'entreprise et de l'industrie de la bande dessinée, nous souhaitons mettre en perspective notre méthodologie au cours de ce travail de recherche. L'étude d'une maison d'édition allemande apporte, nous l'espérons, une meilleure compréhension des industries de la bande dessinée en dehors de celles qui dominent le marché mondial. Les grandes maisons d'édition étasuniennes, franco-belges, et japonaises, sont en effet des sujets de recherche de mieux en mieux balisés, et permettent de constituer une histoire générale de la bande dessinée. Le *storytelling* de ces entreprises, qui veulent montrer leur influence sur la culture dite populaire, est suffisamment bien rodé pour que même le public général puisse avoir connaissance de certaines évolutions de leur ligne éditoriale. L'engouement tout particulier pour Marvel, DC, et Shūeisha, par exemple, permet à ces entreprises d'avoir un statut de véritables icônes, qui invite aussi la

⁸¹² *Id.*, 22:40–23:51.

⁸¹³ « Suite à cette action, la maison d'édition a assisté à une augmentation remarquable de ses ventes de livres, ce qui est possiblement aussi lié à l'attention publique accrue due au sauvetage. », « Dazu kam, dass der Verlag in Folge dieser Aktion eine deutliche Zunahme bei seinen Buchverkäufen erlebte, was möglicherweise auch mit der öffentlichen Aufmerksamkeit durch die Rettungsaktion zusammenhängt. », L. VON TÖRNE, « Crowdfunding-Aktion bringt 120.000 Euro: Edition Moderne rettet sich mit Hilfe seiner Fans », *Der Tagesspiegel*, 16 mai 2023 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/crowdfunding-erfolg-fur-verlag-in-der-krise-edition-moderne-rettet-sich-mit-hilfe-seiner-fans-9833585.html> ; consulté le 26 juillet 2023).

recherche à s'y intéresser, voire à en faire parfois les uniques actrices de ce milieu artistique. Reprodukt ne fait pas partie de ces entreprises célèbres et célébrées, et la bande dessinée allemande est un terrain inconnu pour la plupart des chercheurs et chercheuses que nous côtoyons dans le cadre de notre travail. En nous penchant sur une structure éditoriale plutôt que sur un-e artiste, voire une œuvre spécifique – comme c'est régulièrement le cas lorsque l'on étudie des domaines peu explorés –, nous avons essayé de permettre un aperçu à la fois global de l'industrie germanophone, mais aussi des dynamiques interpersonnelles et des micro-phénomènes qui la parcourent. C'est dans cette optique que nous avons employé des analyses quantitatives et non pas seulement qualitatives, puisque celles-ci peuvent mieux rendre compte de tendances de fond. L'approche statistique pourra permettre de mieux croiser les résultats obtenus avec ceux que l'on pourra obtenir pour d'autres maisons d'édition ou pays.

Ces chiffres bruts ont toutefois leurs limites. Nous avons déjà plusieurs fois exprimé nos difficultés à classer certaines des caractéristiques que nous avons relevées, comme le format (comment répertorier un livre de poche à reliure agrafée et à couverture plastifiée ?). De plus, les chiffres ne sont pas toujours représentatifs de dynamiques profondes, notamment quand nous en disposons de trop peu. Il est ainsi difficile de trouver des informations sur certaines des œuvres les plus anciennes de Reprodukt. D'autre part, pendant longtemps, l'entreprise publiait moins d'une dizaine d'œuvres par an, ce qui nous empêche de considérer toutes les statistiques comme aussi probantes que celles des années 2010 et 2020. Enfin, certaines données ne peuvent pas être traduites par une approche chiffrée. Nous ne pouvons pas quantifier les intentions et l'influence de la maison d'édition sur son environnement, par exemple, et le tableau que nous dressons n'est donc ni exhaustif, ni parfaitement objectif. C'est la raison pour laquelle une étude quantitative ne se suffit pas en elle-même, et doit être complétée par des analyses qualitatives sur quelques objets et événements précis. Toutefois, le choix des éléments à étudier est forcément biaisé par nos propres préférences et par la disponibilité de sources.

Par ailleurs, comme nous l'avons évoqué en introduction de ce travail, nous avons dû nous référer à un grand nombre de sources journalistiques et informelles. Celles-ci ne sont certes pas

moins informatives que des écrits scientifiques, mais nous devons concéder que les analyses proposées par ces sources se basent souvent sur l'impression des acteurs et actrices de l'industrie concernée, et ne prennent donc pas toujours de recul sur la situation décrite. En l'occurrence, nous aurions préféré avoir accès à des études chiffrées sur l'état de la bande dessinée en Allemagne plutôt qu'à l'avis d'éditeurs et d'artistes. Nous avons l'espoir que le travail du syndicat *Comic Gewerkschaft*, fondé en 2023, ainsi que le retour du *Comic Report* en 2021 – que nous espérons durable –, permettront à de futures recherches d'avoir accès à davantage de ressources statistiques, et nous imaginons que de nouveaux et nouvelles collègues souhaiteront peut-être se pencher sur la bande dessinée germanophone.

En ce qui concerne nos analyses sur l'engagement politique de Reprodukt, nous regrettons de nous être inscrit dans les « débats dans les pays germanophones », où, selon Andrea Bührmann, « la diversité est généralement liée avant tout à la catégorie du genre, et seulement de manière subalterne aux identités culturelles et ethniques, et, de surcroît, avec le profil socio-économique »⁸¹⁴. Effectivement, nous n'avons étudié que le genre publiquement connu des artistes – qui n'est, par ailleurs, pas forcément celui auquel s'identifient réellement ces personnes – et avons laissé de côté des questions de handicap, d'identité culturelle, etc., qui peuvent pourtant jouer un rôle important dans les pratiques de travail. Le contexte de la recherche francophone, mais surtout la gêne historique de la recherche germanophone à se pencher sur le concept de « race »⁸¹⁵, ont certainement contribué à dans cette impasse. À notre avis, une approche plus intersectionnelle, qui ne jugerait pas les artistes uniquement en fonction de leur nationalité et de leur genre, mais aussi de leurs âge, niveau d'éducation, couleur de peau, etc. permettrait de dégager bien d'autres dynamiques et de rapports hégémoniques à

⁸¹⁴ « In the debates in German-speaking countries, diversity is generally linked first and foremost with the category of gender and only subsequently with cultural and ethnic identities and, in addition, with socio-economic background. », A. BÜHRMANN, « Gender - a central dimension of diversity », dans S. Vertovec (éd.), *Routledge International Handbook of Diversity Studies*, Londres, Routledge, 2015, p. 24.

⁸¹⁵ Pour rappel, lorsqu'il s'agit d'étudier la nature humaine, le concept de « race » n'est pas scientifiquement opérationnel. Toutefois, en dépit de ce non-sens biologique, une identité raciale peut être assignée à une personne. Cette « racialisation » (le fait de « raciser » une personne, de lui attribuer une race imaginaire) a des répercussions sociales que l'on peut étudier. Voir notamment S. MAZOUZ, *Race, op. cit.*

l'œuvre dans la production de l'éditeur. Toutefois, il faut dire que les mêmes difficultés se seraient présentées à nous que celles que nous avons rencontrées pour nos autres données : les sources auraient été difficiles à réunir à nous seul, surtout pour un nombre aussi élevé d'artistes concerné-es, et nous aurions dû faire des choix de classification complexes.

C'est en raison de ces lacunes de notre recherche, et des sensibilités de la *Comic Gewerkschaft*, que notre étude sur les conditions de vie et de travail des artistes de bandes dessinées qui vivent dans l'espace germanophone, faite sous l'impulsion de ce syndicat, prend justement en compte des caractéristiques plus larges sur l'identité des artistes, et se fonde sur leur propre impression plutôt que sur la nôtre. Le tri des données se fera en concertation avec d'autres chercheuses et avec les membres du syndicat, ce qui réduira, nous l'espérons, la part de subjectivité. Le travail mené dans cette thèse nous a ainsi permis de poursuivre notre formation, et de préciser notre approche pour la suite de nos recherches.

Jusqu'ici, lors de colloques scientifiques, nous avons communiqué sur des aspects particuliers de la maison d'édition, et avons écrit plusieurs articles sur le sujet. Cette thèse constitue une version exhaustive des travaux antérieurs, et combine les caractéristiques étudiées pour élaborer un portrait plus complet. À l'avenir, nous pourrions partir de cette étude plus globale pour informer nos recherches sur des œuvres précises ou des artistes en particulier ; ce serait presque l'inverse de ce que nous avons fait dans certains passages de cette thèse, où nous partons d'un exemple de maison d'édition pour analyser l'industrie entière. Parmi les aspects que nous souhaiterions approfondir, il y a l'édition de séries préexistantes, en particulier les *Artige Zeiten* et les *Orang*. Une étude plus détaillée permettrait de voir la différence entre les numéros auto-édités et ceux qui ont été soutenus par une structure éditoriale établie. Par ailleurs, les *Orang* sont surtout le fruit du travail d'étudiant-es de la *Hochschule für angewandte Wissenschaften* de Hambourg ; le rapport de Reprodukt aux jeunes créateurs et créatrices de bandes dessinées devrait alors faire l'objet d'une étude. Nous savons que cette université en particulier est un terrain de recrutement fertile pour les éditeurs germanophones, et que D. Rehm a publié à plusieurs reprises des travaux de fin d'études dans sa maison d'édition (dont *Wir können ja*

Freunde bleiben de Mawil ou *Alien* d'Aisha Franz). Le rôle de cette entreprise comme premier employeur, comme porte d'entrée à la bande dessinée en tant que profession, reste à explorer, ce qui pourrait se faire en interrogeant directement les artistes concernés.

De manière plus générale, nous souhaiterions désormais compléter nos travaux sur Reprodukt par des entretiens avec ses acteurs et actrices majeur-es⁸¹⁶. Outre les raisons éthiques évoquées en introduction, sans formation en la matière, et limité par la situation sanitaire et le temps alloué au doctorat, nous ne pensons pas que cette approche sociologique aurait été fructueuse. Or, notamment grâce à notre travail aux côtés du syndicat de la bande dessinée, nous avons pu entrer en contact avec des chercheuses mieux formées sur le sujet, avec lesquelles nous pourrions envisager un tel travail. En outre, cette étude menée avec la *Comic Gewerkschaft* a changé notre perspective quant au rôle que pouvait adopter la recherche : les résultats de notre travail peuvent aider des entreprises à comprendre et améliorer la qualité de leur. Nous présenterons donc les résultats de cette étude et de notre thèse à Reprodukt, ce qui pourrait lui permettre de réfléchir à ses pratiques d'employeuse et de maison d'édition. Dans le cadre d'entretiens, nous pourrions alors interroger directement l'éditeur sur les dynamiques et biais que nous avons pu observer.

Par ailleurs, nous pensons que des études comparées entre plusieurs maisons d'édition – notamment celles d'autres pays, mais qui ressemblent à Reprodukt – pourraient ouvrir de nouveaux horizons à la recherche. Des comparaisons avec Drawn & Quarterly, L'Association, ou Cornélius pourraient notamment mieux exemplifier les difficultés de l'éditeur allemand par rapport à des entreprises situées dans des régions plus bédéphiles du monde, tandis qu'en comparant ses pratiques avec celles de pays où la bande dessinée est un marché précaire, on pourrait relever différentes stratégies de survie employées par ces maisons d'édition. Comparer

⁸¹⁶ Nous avons ponctuellement mené des entretiens informels avec des artistes et employé-es de la maison d'édition, et leur avons posé des questions précises sur certains points que nous n'arrivions pas à élucider avec nos sources et notre base de données. Toutefois, nous avons veillé à ne pas leur divulguer les résultats de notre recherche jusqu'ici.

Reprodukt à Edition Moderne en Suisse pourrait ainsi nous permettre de voir les différences entre la politique culturelle en Allemagne et en Suisse, et notamment l'influence du prix unique du livre. De même, dans cette thèse, nous n'avons que rarement étudié différentes adaptations d'une même œuvre dans différents pays. Plutôt que d'analyser uniquement la couverture (comme nous l'avons fait pour *Amerika*), on pourrait aussi se pencher sur les choix de traduction, de lettrage, ainsi que sur le lectorat visé et réel d'une même œuvre chez différentes maisons d'édition. En allant plus loin, on pourrait y ajouter les rééditions de ces mêmes livres, et par exemple comparer les différentes éditions d'*Unerschrocken* de Reprodukt avec les diverses *Culottées* parues chez Gallimard et d'autres éditeurs. Ces micro-analyses reflèteraient alors sans doute différentes sensibilités des entreprises, un autre niveau d'implication de la part de l'autrice, mais aussi l'état du marché dans lequel ces bandes dessinées sont publiées. À l'origine, nous avions d'ailleurs souhaité introduire une telle étude approfondie sur *Kinderland* dans cette thèse, mais avons opté pour en faire une publication à part.

Enfin, il s'agirait de clarifier à l'avenir le statut des structures éditoriales au sein de l'industrie, voire d'élaborer une classification plus précise que celle dont nous nous sommes servi. Reprodukt, nous l'avons dit, est une maison d'édition indépendante qui publie pour la plupart des œuvres qu'on pourrait désigner comme alternatives. Pour autant, avec son rythme de publication et son nombre d'employé-es, elle se détache nettement de micro-entreprises comme Polystyrène à Nantes, The Hoochie Coochie à Paris, Éditions Flblb à Poitiers, ou Colorama à Berlin, qui sont constituées d'une ou deux personnes seulement, et publient moins de 5 livres par an. En même temps, Reprodukt emploie moins de personnes qu'Egmont Ehapa ou Carlsen, et possède moins de ressources financières qu'avant-Verlag, pourtant elle aussi considérée comme maison d'édition indépendante. Nous avons aussi pu constater que Reprodukt et L'Association sont influentes au sein de leur marché, en dépit de leur faible poids économique : leur ligne éditoriale a inspiré les plus grandes entreprises du livre, qui se rapprochent ainsi visuellement d'elles. À l'inverse, il existe des maisons d'édition si « alternatives » que le type d'œuvres et les artistes qu'elles publient ne sont, à l'heure actuelle, pas repris-es dans le mainstream (qu'il s'agirait également de ne pas définir seulement en matière de ventes). Ici, le

travail de Kévin Le Bruchec sur le Syndicat des Éditeurs Alternatifs, qui réunit justement différentes structures se revendiquant « alternatives », pourrait servir de point de départ pour catégoriser plus finement les éditeurs germanophones, voire d'autres pays.

Enfinement, certaines questions sur Reprodukt restent donc ouvertes, et nous espérons qu'elles trouveront une réponse à l'avenir. En lien avec ce que nous venons d'évoquer, l'entreprise n'apparaît pas forcément comme aussi fragile qu'elle en donne l'impression dans ses apparitions médiatiques. Alors qu'elle fait certainement face à des situations dangereuses, sa stratégie de pérennisation (diversification du catalogue, librairie, locaux garantis...) pourrait, à notre avis, l'empêcher de disparaître, et en cas de difficultés particulières, elle pourrait réduire sa production plutôt que de cesser son activité. Cette maison d'édition peut-elle alors encore être considérée comme étant en position de faiblesse, alors même qu'elle fait partie des quinze plus grandes du pays et que son activité est parfois couronnée de succès ? Par ailleurs, Reprodukt fait régulièrement preuve de son influence quand il s'agit d'altérer une bande dessinée pour son public, et un éditeur a forcément son mot à dire pour les productions originales qu'il publie. En prenant en compte cette *agency* de l'éditeur, pouvons-nous donc déterminer des caractéristiques vraiment typiques d'une bande dessinée « allemande » ou n'y a-t-il que des bandes dessinées « de Reprodukt »/« de JaJa », etc. ? Enfin, même si Reprodukt ne se déclare pas ouvertement comme maison d'édition engagée, nous avons pu constater son soutien ouvert ou tacite à la cause féministe ou au combat contre le capitalisme et le racisme. De plus, en employant des artistes paupérisé-es dans une industrie aussi concurrentielle et difficile que celle de la bande dessinée, Reprodukt possède un grand pouvoir sur leur vie, qui implique de grandes responsabilités. Dans un tel contexte, publier des bandes dessinées en langue allemande, alors même que le public n'est pas toujours au rendez-vous, alors même que les artistes feront sans doute face à la précarité, alors même que cette forme d'art n'est pas considérée comme telle, n'est-ce pas déjà, en soi, une forme d'engagement politique ?

Bibliographie

Sources primaires

Afin de limiter la taille de notre bibliographie, nous avons décidé de rassembler ici uniquement les œuvres de l'éditeur que nous analysons en détails dans le texte. Dans un document en annexe de cette thèse, nous présentons l'intégralité de notre littérature primaire chez Reprodukt, donc la totalité de ses publications sur la période étudiée.

ABOUEY Marguerite et Clément OUBRERIE, *Aya*, Berlin, Reprodukt, 2014.

ABOUEY Marguerite et Clément OUBRERIE, *Aya: Leben in Yop City*, Berlin, Reprodukt, 2014.

BALAK, SANLAVILLE Michaeël et Bastien VIVES, *LastMan* Berlin, Reprodukt, 2013-2016.

BERBERIAN Charles et Philippe DUPUY, *Monsieur Jean 1: Die Liebe im Zeichen der Concierge*, Berlin, Reprodukt, 2009.

CRUMB Robert, *Amerika*, Berlin, Reprodukt, 2019.

DOUCET Julie, *Julie Doucets allerschönste Comic Strips*, Berlin, Reprodukt, 2020.

FIL, *Stups & Krümel – Mega-Sammelband*, Berlin, Reprodukt, 2019.

FRAIPONT Céline et Pierre BAILLY, *Kleiner Strubbel*, 2013-2021.

GAULD Tom, *Goliath*, Berlin, Reprodukt, 2012.

GLIDDEN Sarah, *Im Schatten des Krieges – Reportagen aus Syrien, dem Irak und der Türkei*, Berlin, Reprodukt, 2016.

HAIFISCH Anna, *The Artist: Ode an die Feder*, Berlin, Reprodukt, 2021.

HEIDSCHÖTTER Uwe et Patrick WIRBELEIT, *Kiste*, Berlin, Reprodukt, 2014-2016.

HERNANDEZ Jaime, *Der Tod von Speedy*, Berlin, Reprodukt, 1991.

HUBERT et KERASCOËT, *Schönheit*, Berlin, Reprodukt, 2013.

HUBERT et KERASCOËT, *Schönheit - Vorzugsausgabe*, Berlin, Reprodukt, 2013.

JANSSON Tove et Lars JANSSON, *Mumins*, Berlin, Reprodukt, 2009-2021.

LARCENET Manu et Philippe CLAUDEL, *Brodecks Bericht*, Berlin, Reprodukt, 2017.

LARCENET Manu, *Der alltägliche Kampf – Gesamtausgabe*, Berlin, Reprodukt, 2011.

MAWIL, *Wir können ja Freunde bleiben*, Berlin, Reprodukt, 2003.

MAWIL, *Kinderland*, Berlin, Reprodukt, 2014.

MAWIL, *Kinderland: Eine Kindheit im Schatten der Mauer - Taschenbuch*, Berlin, Reprodukt, 2019.

MAWIL, *Kinderland: A Childhood in East Berlin*, Berlin, Reprodukt, 2019.

MICHALKE Andreas, *Der analoge Mann*, Berlin, Reprodukt, 2019.

MICHALKE Andreas et Minou ZARIBAF, *Artige Zeiten*, Berlin, Reprodukt, 1994-1997.

MIZUKI Shigeru, *Auf in den Heldentod!*, Berlin, Reprodukt, 2019.

MIZUKI Shigeru, *Hitler*, Berlin, Reprodukt, 2019.

PEARSON Luke, *Hilda*, Berlin, Reprodukt, 2013-2021.

RAIDT Gerda et Peer METER, *Böse Geister*, Berlin, Reprodukt, 2013.

SCHRAUWEN Olivier, *Arsène Schrauwen*, Berlin, Reprodukt, 2016.

SIMMONDS Posy, *Gemma Bovary*, Berlin, Reprodukt, 2011.

SUEHIRO Maruo, *Der lachende Vampir* Berlin, Reprodukt, 2003.

TAMAKI Jillian et Mariko TAMAKI, *Ein Sommer am See - Taschenbuch*, Berlin, Reprodukt, 2020.

THOMPSON Craig, *Habibi*, Berlin, Reprodukt, 2011.

TOMINE Adrian, *Eindringlinge*, Berlin, Reprodukt, 2016.

TRONDHEIM Lewis, *Die Fliege*, Berlin, Reprodukt, 1998.

TRONDHEIM Lewis, *Die erstaunlichen Abenteuer von Herrn Hase*, Berlin, Reprodukt, 2010-2016.

TRONDHEIM Lewis, *Die erstaunlichen Abenteuer ohne Herrn Hase*, Berlin, Reprodukt, 2010-2018.

TRONDHEIM Lewis, *Die neuen Abenteuer von Herrn Hase*, Berlin, Reprodukt, 2018-2021.

TRONDHEIM Lewis, SFAR Joann, et al., *Donjon*, Berlin, Reprodukt, 2005-2021.

VANISTENDAEL Judith, *Kafka für Afrikaner – Sofie und der schwarze Mann*, Berlin, Reprodukt, 2011.

WALDEN Tillie, *Pirouetten*, Berlin, Reprodukt, 2018.

WALDEN Tillie, *Pirouetten - Taschenbuch*, Berlin, Reprodukt, 2021.

WARE Chris, *Jimmy Corrigan – Der klügste Junge der Welt*, Berlin, Reprodukt, 2013.

YELIN Barbara, *Irmina*, Berlin, Reprodukt, 2014.

Sources secondaires

Autres bandes dessinées

- BERBERIAN Charles et Philippe DUPUY, *Monsieur Jean: Die Liebe im Zeichen der Concierge*, Wattenheim, Salleck Publications, 1999.
- CESTAC Florence, *La Véritable histoire de Futuropolis*, Paris, Dargaud, 2007.
- CRUMB Robert, *Amerika*, Paris, Cornélius, 2004.
- CRUMB Robert, *R. Crumb's America*, Londres, Knockabout Comics, 1994.
- DELISLE Guy, *Shenzhen: A Travelogue From China*, Montréal, Drawn & Quarterly, 2006.
- DEVLIN Tom, *Drawn & Quarterly: Twenty-five Years of Contemporary Cartooning, Comics, and Graphic Novels*, Montréal, Drawn & Quarterly, 2015.
- EISNER Will, *A Contract with God*, New York, Baronet Books, 1978.
- EISNER Will, *Comics and Sequential Art*, New York, W. W. Norton, 2008.
- FRAIPONT Céline et Pierre BAILLY, *Petit poilu : la tribu des Bonapéti*, Marcinelle, Dupuis, 2009.
- GLIDDEN Sarah, *Israel verstehen in 60 Tagen oder weniger*, Stuttgart, Panini, 2011.
- KÖNIG Ralf, *Bullenklöten*, Hambourg, MännerschwarmScript Verlag, 1992.
- KRUG Nora, *Heimat: Ein deutsches Familienalbum*, München, Penguin Verlag, 2018.
- KRUG Nora, *Belonging: A German reckons with History and Home*, New York, Scribner, 2018.
- MAHLER Nicolas, *L'art sans madame Goldgruber: saillies*, Paris, L'Association, 2008.
- MAWIL, *Lucky Luke sattelt um*, Berlin, Egmont Ehapa, 2019.
- MCCLOUD Scott, *Understanding Comics*, Northampton, Kitchen Sink Press, 1993.
- MCKEAN Dave et Grant MORRISON, *Arkham Asylum – A Serious House on Serious Earth*, Burbank, DC, 1989.
- MCKEAN Dave et Grant MORRISON, *Asilo Arkham - Uma Séria Casa em um Sério Mundo*, Tamboré, Panini, 2013.
- SATRAPI Marjane, *Persepolis*, Paris, L'Association, 2012.
- SPIEGELMAN Art, *Maus: A Survivor's Tale*, London, Penguin Books, 2009.
- SPIEGELMAN Art, « Comix: An Idiosyncratic Historical and Aesthetic Overview », dans *Comix, Essays, Graphics and Scraps*, Palerme, Grafiche Renna, 1998.
- TOMINE Adrian, *32 Stories: The Complete Optic Nerve Mini-Comics*, Montréal, Drawn and Quarterly Publications, 1995.

Ouvrages scientifiques et articles publiés dans des revues scientifiques

Au sujet de la bande dessinée

ABEL Julia et Christian KLEIN (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016.

AHRENS Jörn, « Zur Erfindung des Comics in Deutschland », *Closure - Kieler e-Journal für Comicforschung*, n° 7, décembre 2020 (en ligne : <https://www.closure.uni-kiel.de/closure7/ahrens> ; consulté le 8 janvier 2021).

ARMOUR William Spencer et Yuki TAKEYAMA, « Translating Japanese Typefaces in 'Manga': Bleach », *New Readings*, vol. 15, 1^{er} janvier 2015, p. 21-45.

ASLANGUL Claire, « Du roman américain sur le nazisme à la BD allemande : transferts, adaptations et jeux d'intermédialité – à propos de Die Welle. Eine Graphic Novel de Stefani Kampmann », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 161-176.

BACHMANN Christian A. (éd.), *Comics intermedial: Beiträge zu einem interdisziplinären Forschungsfeld*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2012.

BAETENS Jan et Hugo FREY, *The Graphic Novel: An Introduction*, Cambridge, Cambridge University Press, 2014.

BAJRAM Denis, Valérie MANGIN, Pierre NOCERINO et Benoît PEETERS, « Les États Généraux de la Bande Dessinée - Enquête Auteurs 2016 », 2016.

BAUDRY Julien, « Tendances de recherche : les études éditoriales pour la bande dessinée », sur *Le Carnet de Comicalités*, 7 avril 2018 (en ligne : <https://graphique.hypotheses.org/909> ; consulté le 5 janvier 2021).

BEATY Bart, « Introduction », *Transatlantica*, n° 1, 22 juin 2010 (en ligne : <http://journals.openedition.org/transatlantica/4938> ; consulté le 4 janvier 2021).

BEATY Bart, *Unpopular culture: transforming the European comic book in the 1990s*, Toronto, University of Toronto Press, coll. « Studies in book and print culture », 2007.

BECKER Romain, « Mettre en scène la « Fabrik » de la bande dessinée : comment un éditeur fait du lobbying de la bande dessinée en Allemagne », dans Pascal Robert (éd.), *La fabrique de la bande dessinée: perspectives sociologiques et sociosémiotiques sur la bande dessinée*, Paris, Hermann, 2023.

BECKER Romain, « Which Francophone comics are transferred to the German-speaking world... and how? », *Journal of Comics & Culture*, vol. 7, 2023, p. 87-105.

BECKER Romain, « Les Aventures de Reprodukt à Berlin – quels espaces pour la bande dessinée alternative ? », *Allemagne d'aujourd'hui*, vol. 240, n° 2, 2022, p. 155-169.

BECKER Romain, « How a German Publisher Appropriates Comics It Did Not Originally Publish », dans Vanessa Ossa, Jan-Noël Thon et Lukas R. A. Wilde (éd.), *Comics and Agency*, Berlin, De Gruyter, 2022, p. 59-78.

BECKER Romain, « La bande dessinée alternative de langue allemande - portrait d'un éditeur caméléon », *Revue française d'histoire du livre*, n° 143, 2022, p. 83-104.

BECKER Romain, « Lost in trans-lettering : pratiques du lettrage dans la bande dessinée allemande », *textimage*, n° 15, 2022 (en ligne : https://www.revue-textimage.com/21_espaces_texte_BD/becker1.html ; consulté le 28 août 2022).

BECKER Romain, « Gender & Genre im Comicverlag: Wer macht Was bei Reprodukt? », lors de la rencontre *Race, Class, Gender & Beyond – Intersektionale Ansätze der Comicforschung*, Schloss Herrenhausen, Hannover, 20 octobre 2021.

BECKER Romain, « Telling The Killing Joke: How Editorial Intent Co-constructs a Comic », *Comicalités*, 1^{er} avril 2021 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/5754> ; consulté le 23 novembre 2022).

BELDI Ariane, Jean-Marie BOUISSOU, Bernd DOLLE-WEINKAUFF et Marco PELLITTERI, « Manga in Europe: A Short Study of Market and Fandom », dans Toni Johnson-Woods (éd.), *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, New York, Continuum, 2010, p. 253-266.

BENOIT Martine et Ingeborg RABENSTEIN-MICHEL(éd.), « Krack! Tschock! Pflatsch! Bummm! La BD de langue allemande (à suivre...) », *Germanica*, n° 47, 2010.

BLANK Juliane, « '... But Is It Literature?'. Graphic Adaptation in Germany in the Context of High and Popular Culture », *European Comic Art*, 10.1, janvier 2017, p. 74-93.

BLANK Juliane, *Vom Sinn und Unsinn des Begriffs Graphic Novel*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2014.

BOLTANSKI Luc, « La constitution du champ de la bande dessinée », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1975, p. 37-59. Persée <http://www.persee.fr>.

BOURSICAUT Hélène, « Splendeurs et misères de quelques homos, hétéros et autres animaux : Comme des lapins de Ralf König ou la comédie de mœurs façon BD », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 127-144.

BRUNKEN Otto et Felix GIESA (éd.), *Erzählen im Comic: Beiträge zur Comicforschung*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2013.

CAMARADE Hélène, « Femmes et rapports de genre dans Trop n'est pas assez et Alors que j'essayais d'être quelqu'un de bien d'Ulli Lust », lors de la rencontre *Faire corps ? Représentations et revendications des créatrices de bandes dessinées en Europe et dans les Amériques*, Maison des sciences de l'homme Paris Nord, 22 septembre 2022.

CAMARADE Hélène, « Die DDR in neueren deutschen Comics und Graphic Novels », *Zeitschrift des Forschungsverbundes SED-Staat*, n° 42, 2018, p. 117-137.

CAMARADE Hélène, « Mémoires et représentations de la RDA dans le roman graphique et la bande dessinée allemande contemporaine », dans Emmanuelle Aurenche-Beau, Marcel Boldorf et Ralf Zschachlitz (éd.), *RDA : Culture – critique – crise: Nouveaux regards sur l'Allemagne de l'Est*, Lille, Presses universitaires du Septentrion, 2017, p. 185-200.

CARACO Benjamin, *Renouveau et montée en légitimité de la bande dessinée en France de 1990 à 2011 : histoire de L'Association et de ses auteurs*, Paris, Paris I, 2017.

CARACO Benjamin, *Le catalogue au service de l'indépendance éditoriale en bande dessinée*, Paris, NecPlus, 2016, vol. 190.

CARACO Benjamin, « La communication éditoriale : un outil de légitimation. Le cas de L'Association », *Comicalités. Études de culture graphique*, 28 septembre 2013 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/1707> ; consulté le 13 janvier 2021).

CHEVREL Éric, « Aristophane et Shakespeare en bandes dessinées : Ralf König et les réécritures de classiques dans *Lysistrata* et *Jago* », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 145-159.

CLEWELL Tammy, « Beyond Graphic Memoir: Visualizing Third-Generation German Cultural Identity in Nora Krug's *Belonging* », *American Imago*, vol. 77, n° 3, 2020, p. 459-496.

COCCA Carolyn, *Superwomen: Gender, Power, and Representation*, Londres, Bloomsbury Publishing, 2016.

COOK Roy T., « Underground and Alternative Comics », dans Frank Bramlett, Roy T. Cook et Aaron Meskin (éd.), *The Routledge companion to comics*, Londres, Routledge, 2017, p. 34-43.

COOK Roy T. et Aaron MESKIN, « Comics, Prints, and Multiplicity », *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 73, n° 1, janvier 2015, p. 57-67.

DITSCHKE Stephan, Katerina KROUCHEVA et Daniel STEIN (éd.), *Comics: zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums*, Bielefeld, transcript-Verlag, coll. « Kultur- und Medientheorie », 2009.

DOLLE-WEINKAUFF Bernd, « Fandom, Fanart, Fanzine. Reception in Germany. », dans Hanspeter Reichmann et Stephan Von der Schulenburg (éd.), *Ga-netchū! The Manga Anime Syndrome*, sans lieu, Deutsches Filmmuseum/Deutsches Filminstitut, 2018, p. 214-223.

DOLLE-WEINKAUFF Bernd (éd.), *Geschichte im Comic: Befunde, Theorien, Erzählweisen*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2017.

DOLLE-WEINKAUFF Bernd, « Pop, Protest und Politik: Die Comics der 68er », *Wissenschaftsmagazin Forschung Frankfurt*, n° 2, 2008, p. 38-45.

DOLLE-WEINKAUFF Bernd, « Comics und kulturelle Globalisierung », lors de la rencontre *Forschungsberichte zu Struktur und Geschichte der Comics in Deutschland*, présentation, Universität Koblenz-Landau, 17 novembre 2006.

DOLLE-WEINKAUFF Bernd, *Comics: Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945*, Weinheim, Beltz, 1990.

DOLLE-WEINKAUFF Bernd, Sylvia ASMUS, Brita ECKERT et DEUTSCHE NATIONALBIBLIOTHEK (éd.), *Comics made in Germany: 60 Jahre Comics aus Deutschland 1947 - 2007*, Wiesbaden, Harrassowitz, coll. « Gesellschaft für das Buch », n° 10, 2008.

DONY Christophe, Björn-Olav DOZO, Maud HAGELSTEIN, Frédéric PAQUES, Dick TOMASOVIC et David VRYDAGHS, *L'Association : une utopie éditoriale et esthétique*, Erwin Dejasse, Tanguy

Habrand et Geert Meesters (éd.), Bruxelles, Les Impressions Nouvelles, coll. « Réflexions faites », 2011.

DRECHSEL Wiltrud Ulrike, Jörg FUNHOFF et Michael HOFFMANN, *Massenzeichenware: die gesellschaftliche und ideologische Funktion der Comics*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1975.

DÜRRENMATT Jacques, « Le renouveau calligraphique dans la bande dessinée - L'exemple de Chris Ware », dans *Calligraphie, typographie*, Paris, Improviste, 2009, p. 271-278.

EDER Barbara, « Graphic Novels », dans Julia Abel et Christian Klein (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016, p. 156-168.

FABBRETTI Matteo, « The Use of Translation Notes in Manga Scanlation », *TranscUlturAl: A Journal of Translation and Cultural Studies*, vol. 8, n° 2, 22 novembre 2016, p. 86-104.

FARGE Sylvain, « BD et dictature : Vater und Sohn, soumission à la censure ou révolte discrète ? », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 37-50.

FIELD Christopher B., Keegan LANNON, Michael MACBRIDE et Christopher C. DOUGLAS, « Introduction », dans Christopher B. Field, Keegan Lannon, Michael MacBride et Christopher C. Douglas (éd.), « *I'm just a Comic Book Boy* »: *Essays on the Intersection of Comics and Punk*, Jefferson, McFarland, 2019, p. 1-18.

FRAHM Ole, « Produktion, Distribution und Rezeption von Comics und Graphic Novels », dans Julia Abel et Christian Klein (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016, p. 38-55.

FRAHM Ole, « Unsäglich. Zum Stand der deutschen Comic-Forschung », *Kultur & Gespenster*, vol. 9, 2009, p. 197-202.

FRESNAULT-DERUELLE P., *La bande dessinée : essai d'analyse sémiotique*, Paris, Armand Colin, 2009.

FUCHS Wolfgang et Reinhold REITBERGER, *Comics-Handbuch*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 1978.

FUCHS Wolfgang et Reinhold REITBERGER, *Comics: Anatomie eines Massenmediums*, Munich, Moos, 1971.

GABILLIET Jean-Paul, « "Âge d'or de la BD" et "golden age of comics" : comparaison des notions fondatrices de la bédépholie dans l'aire franco-belge et aux États-Unis (1961-2015) », *Le Temps des médias*, vol. 27, n° 2, Nouveau Monde éditions, 2016, p. 139-151.

GABILLIET Jean-Paul, *Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books*, Jackson, Univ. Press of Mississippi, 2010.

GABILLIET Jean-Paul, « BD, mangas et comics : différences et influences », *Hermès, La Revue*, vol. 54, n° 2, 2009, p. 35-40.

GERBIER Laurent, « Lettrage », sur *neuvièmeart2.0*, septembre 2017 (en ligne : <http://neuvièmeart.citebd.org/spip.php?article1171> ; consulté le 20 août 2021).

-
- GONÇALVES DE ASSIS Erico, « The Letterer as a Translator in Comics Translation », dans Nathalie Mälzer (éd.), *Comics – Übersetzungen und Adaptionen*, Berlin, Frank & Timme, 2015.
- GRANT Pat, Gabriel CLARK, Elizabeth MACFARLANE et Ronnie SCOTT, *Graphic Storytellers at Work: Cross-industry opportunities for cartoonists, illustrators and comics-makers*, sans lieu, Australia Council for the Arts, 2021.
- GROENSTEEN Thierry, « Les écoles de bande dessinée : un passage devenu obligatoire ? », lors de la rencontre *La bande dessinée au tournant*, Angoulême, 28 septembre 2016 (en ligne : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article1139> ; consulté le 19 février 2022).
- GROENSTEEN Thierry, « “Petit Poilu” : une série au poil », *neuviemeart2.0*, janvier 2016 (en ligne : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?article1030> ; consulté le 16 décembre 2022).
- GROENSTEEN Thierry, *La bande dessinée: un objet culturel non identifié*, Angoulême, Éditions de l’An 2, 2006.
- GRÜNEWALD Dietrich, *Comics*, Tübingen, Niemeyer, coll. « Grundlagen der Medienkommunikation », n° 8, 2000.
- HABRAND Tanguy, « Les Indépendants de la bande dessinée entre édition établie et édition sauvage », dans Christophe Dony, Tanguy Habrand et Geert Meesters (éd.), *La bande dessinée en dissidence: alternative, indépendance, auto-édition*, Liège, Presses universitaires de Liège, coll. « ACME », n° 1, 2014, p. 48-57.
- HATFIELD Charles, « Comics Studies, The Anti-Discipline », dans Matthew Smith et Randy Duncan (éd.), *The Secret Origins of Comics Studies*, Londres, Routledge, 2017, p. 1-17.
- HATFIELD Charles, « Indiscipline, or, The Condition of Comics Studies », *Transatlantica*, n° 1, 22 juin 2010 (en ligne : <http://journals.openedition.org/transatlantica/4933> ; consulté le 5 janvier 2021).
- HATFIELD Charles, *Alternative comics: an emerging literature*, Jackson, University Press of Mississippi, 2005.
- HEIN M., M. HÜNERS et T. MICHAELSEN, *Ästhetik des Comic*, Berlin, E. Schmidt, 2002.
- HIERONIMUS Marc, « L’Allemagne : quelle(s) image(s) ? », sur *Comicalités. Études de culture graphique*, 31 août 2011 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/709> ; consulté le 11 janvier 2021).
- JAUSS Hans Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1978.
- JOVANOVIC Goran et Ulrich KOCH, « The Comics Debate in Germany: Against Dirt and Rubbish, Pictorial Idiotism and Cultural Analphabetism », dans John A. Lent (éd.), *Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-Comics Campaign*, Madison, Fairleigh Dickinson University Press, 1999, p. 93-128.
- JÜNGST Heike Elisabeth, « Japanese Comics in Germany », *Perspectives*, vol. 12, n° 2, janvier 2004, p. 83-105.

JÜNGST Heike Elisabeth, « Die Oberflächengestaltung von Comics als Problem der Wissensvermittlung im Sachcomic », dans *Qualität fachsprachlicher Kommunikation*, Tübingen, Gunter Narr Verlag, 2004.

KAINDL Klaus, « Thump, Whizz, Poom: A Framework for the Study of Comics under Translation¹ », *Target. International Journal of Translation Studies*, vol. 11, n° 2, 1999, p. 263-288.

KNIGGE Andreas C., « Made in Germany. Notes sur l'histoire de la bande dessinée en Allemagne », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 11-24.

KNIGGE Andreas C. et Hartmut BECKER, *Allmächtiger! Hansrudi Wäscher, Pionier der deutschen Comics*, Hamburg, edition comics etc., coll. « Edition Comics etc », 2011.

KNIGGE Andreas C. et Gerd LETTKEMANN, *Fortsetzung folgt: Comic Kultur in Deutschland*, Frankfurt am Main, Ullstein, 1986.

KOHN Jessica, « Travailler dans les Petits Mickeys » : les dessinateurs-illustrateurs en France et en Belgique de 1945 à 1968, Paris, Sorbonne Paris Cité, 2018.

KUTCH Lynn, Vance BYRD, Matt HAMBRO, Joshua KAVALOSKI, E. KUHN-OSIUS, Antje KRUEGER, Jens KUßMANN, Julia LUDEWIG, Bernadette RAEDLER, Brett STERLING et Alexander VAN NAHL, *Novel Perspectives on German-Language Comics Studies: History, Pedagogy, Theory*, Lynn Kutch (éd.), Lanham, Lexington Books, 2016.

LA COUR Erin, « No Longer In-Between: Towards a Social Abstraction in Comics Exhibitions », lors de la rencontre *Spaces Between: Gender, Diversity, and Identity in Comics*, Cologne, 18 septembre 2018.

LABARRE Nicolas, *Understanding Genres in Comics*, Londres, Palgrave Macmillan, coll. « Palgrave studies in comics and graphic novels », 2020.

LABARRE Nicolas, *La bande dessinée contemporaine*, Clermont-Ferrand, Presses universitaires Blaise Pascal, 2018.

LANGHANS Britta, Ines PARAIRE et Nathalie SCHNITZER, « La bande dessinée en cours d'allemand entre comic strip et roman graphique », *Tréma - revue internationales en sciences de l'éducation et didactique*, n° 51, 14 mars 2019 (en ligne : <http://journals.openedition.org/trema/5055> ; consulté le 11 janvier 2021).

LE BRUCHEC Kévin, « Sur le rapport singulier à l'objet-livre des éditeurs alternatifs : le cas de The Hoochie Coochie », *Comicalités*, 1^{er} février 2022 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/6993> ; consulté le 22 novembre 2022).

LENT John A. (éd.), *Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-Comics Campaign*, Madison, Fairleigh Dickinson University Press, 1999.

LESAGE Sylvain, « Légitimation de la bande dessinée », sur *Penser la bande dessinée*, 29 mai 2020 (en ligne : <https://penserlabd.hypotheses.org/13> ; consulté le 5 janvier 2021).

LESAGE Sylvain, *L'effet livre : métamorphoses de la bande dessinée*, Tours, Presses universitaires François-Rabelais, 2019.

LESAGE Sylvain, *Publier la bande dessinée : les éditeurs franco-belges et l'album, 1950-1990*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2018.

LESAGE Sylvain, *L'effet codex : quand la bande dessinée gagne le livre — L'album de bande dessinée en France de 1950 à 1990*, Université de Versailles Saint-Quentin, 2014.

LESAGE Sylvain, « L'impossible seconde vie ? Le poids des standards éditoriaux et la résistance de la bande dessinée franco-belge au format de poche », *Comicalités. Études de culture graphique*, 16 mai 2011 (en ligne : <http://journals.openedition.org/comicalites/221> ; consulté le 3 mars 2020).

LETTKEMANN Gerd et Michael F. SCHOLZ, « *Schuldig ist schließlich jeder... der Comics besitzt, verbreitet oder nicht einziehen lässt* ». *Comics in der DDR - Geschichte eines ungeliebten Mediums (1945/49-1990)*, Berlin, Mosaik, Steinchen für Steinchen Verlag, 1994.

LICARI-GUILLAUME Isabelle, « *Vertigo's British Invasion* » : *la revitalisation par les scénaristes britanniques des comic books grand public aux Etats-Unis (1983-2013)*, Bordeaux, Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3, 2017.

MAIGRET Éric, « La Reconnaissance en demi-teinte de la bande dessinée », *Réseaux*, vol. 67, n° 5, 1994, p. 113-140.

MAIGRET Eric et Matteo STEFANELLI (éd.), *La bande dessinée : une médiaculture*, Paris, Armand Colin, coll. « Collection "Médiacultures" », 2012.

MALONE Paul, « Mangascape Germany. Comics as Intercultural Neutral Ground », dans J. Ecke et G. Haberkorn (éd.), *Comics as a Nexus of Cultures: Essays on the Interplay of Media, Disciplines and International Perspectives*, Jefferson, McFarland, 2010, p. 223-234.

MALONE Paul, « The Manga Publishing Scene in Europe », dans Toni Johnson-Woods (éd.), *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*, New York, Continuum, 2010, p. 315-331.

MANGENOT Danielle, *Les dessins « Vater und Sohn » (Erich Ohser / E. O. Plauen) et leur exploitation pédagogique*, Nancy 2, 1986.

MARION Philippe, *Traces en cases: travail graphique, figuration narrative et participation du lecteur*, Louvain-La-Neuve, Academia, 1993.

MARTIN Côme, *Lire le récit multimodal, à la limite de ses habitudes*, Liège, Presses Universitaires de Liège, 2020.

MÉON Jean-Matthieu, « What do their peritexts tell us about the early "graphic novels"? », lors de la rencontre *Reading Comics at the Threshold: A Round Table on Letter Columns & Other Comics Paratexts*, 22 septembre 2020 (en ligne : <https://themiddlespaces.com/2020/09/22/reading-comics-at-the-threshold-part-2/> ; consulté le 16 mars 2022).

MOINE Florian, *Casterman (1919-1999). Une entreprise du livre, entre Belgique et France*, Paris, Paris 1 - Panthéon Sorbonne, 2020.

NIJDAM Elizabeth, « CFP: GSA Comics Studies Network Panels, Indianapolis (31.01.2021) », sur *H-Germanistik*, 5 janvier 2021 (en ligne : <https://networks.h-net.org/node/79435/discussions/7073125/cfp-gsa-comics-studies-network-panels-indianapolis-sept-30-oct-3> ; consulté le 10 janvier 2021).

NIJDAM Elizabeth, « Casting Shadows: Anke Feuchtenberger's Comics and Graphic Narration », *World Literature Today*, vol. 90, n° 2, Board of Regents of the University of Oklahoma, 2016, p. 50-55. JSTOR.

NIJDAM Elizabeth, « Coming to Terms with the Past: Teaching German History with the Graphic Novel », dans Matthew L. Miller (éd.), *Class, Please Open Your Comics: Essays on Teaching with Graphic Narratives*, Jefferson, McFarland, 2015, p. 143-156.

NIJDAM Elizabeth, « German Comics after Unification: The Politics of Anke Feuchtenberger's Feminist Aesthetics », *International Journal of Comic Art*, 17.1, 2015, p. 417-445.

ORTRUD HERTRAMPF Marina et Frank LEINEN (éd.), « La bande dessinée au féminin: tendances, thèmes, styles - présentation du dossier », *lendemains - Études comparées sur la France*, vol. 47, n° 185, 2023, p. 4-9.

OUVRY-VIAL Brigitte, « L'acte éditorial : vers une théorie du geste », *Communication et langages*, vol. 154, n° 1, 2007, p. 67-82.

PACKARD Stephan (éd.), *Comics & Politik*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2014.

PACKARD Stephan, Andreas RAUSCHER, Véronique SINA, Jan-Noël THON, Lukas R. A. WILDE et Janina WILDFEUER, *Comicanalyse: Eine Einführung*, Berlin, J.B.Metzler, 2019.

PALANDT Ralf, « "Blühender Blödsinn" an der Propagandafront », *Deutsche Comicforschung*, n° 2, 2006, p. 83-91.

PORTELA Jean Cristtus, « Sémiotique de la bande dessinée : regards sur la théorie franco-belge », *Signata. Annales des sémiotiques / Annals of Semiotics*, n° 7, Université de Liège, 31 décembre 2016, p. 391-407.

PRUVOST-DELASPRE Marie, « La communauté de fansub d'animation japonaise : de la quête d'authenticité au traducteur signalé », dans Isabelle Licari-Guillaume et Véronique Béghain (éd.), *Les traducteurs de bande dessinée*, Bordeaux, Presses Universitaires de Bordeaux, 2019, p. 75-90.

ROSENFELDT Reginald, *Comic-Pioniere: die deutschen Comic-Künstler der 1950er Jahre*, Berlin, Ch. A. Bachmann Verlag, 2016.

ROSENKRANZ Patrick, *Rebel Visions: The Underground Comix Revolution, 1963-1975*, Seattle, Fantagraphics Books, 2008.

ROUND Julia, Rikke Platz CORTSEN et Maheen AHMED, *Comics and Graphic Novels*, Londres, Bloomsbury Publishing, 2022.

SABIN Roger et Teal TRIGGS (éd.), *Below Critical Radar: Fanzines and Alternative Comics from 1976 to Now*, Hove, Slab-O-Concrete, 2004.

SACKMANN Eckart, « 2005 bis 2014 – zehn Jahre “Deutsche Comicforschung” », *Deutsche Comicforschung*, vol. 10, 2014, p. 7-19.

SACKMANN Eckart, « Deutsche Comicforschung: Inhalt und Gliederung », sur *Deutsche Comicforschung*, sans date (en ligne : <http://www.comicforschung.de/dtcom/dtcomicforschung.html> ; consulté le 11 janvier 2021).

SAUVAGE Frédéric, « Autour de la BD germanophone : témoignages et perspectives », *Germanica*, n° 47, 31 décembre 2010, p. 177-185.

SHELLY Bill, *Founders of Comic Fandom: Profiles of 90 Publishers, Dealers, Collectors, Writers, Artists and Other Luminaries of the 1950s and 1960s*, Jefferson, McFarland, 2010.

SCHNURRER Achim, *Comic: Zensiert*, Josef Spiegel, Roland Seim, Dieter Hiebing et Achim Schnurrer (éd.), Sonneberg, Edition Kunst der Comics, coll. « Comic zensiert », 1996.

SCHOLZ Michael F., « “Comics” in der deutschen Zeitungsforschung vor 1945 », *Deutsche Comicforschung*, n° 11, 2015, p. 59-84.

SCHRÖER Marie, « Graphic Memoirs – autobiografische Comics », dans Julia Abel et Christian Klein (éd.), *Comics und Graphic Novels: Eine Einführung*, Berlin, J.B. Metzler, 2016, p. 263-275.

SCHULZE Elke, *Erich Ohser alias e.o.plauen: ein deutsches Künstlerschicksal*, Konstanz, Südverlag, 2014.

SCHURY Gudrun, *Ich wollt, ich wär ein Eskimo: Wilhelm Busch, die Biographie*, Berlin, Aufbau-Verlag, 2010.

SERLES Katharina et Marina RAUCHENBACHER, « Fragmented and Framed. Precarious “Body Signs” in Comics by Regina Hofer, Ulli Lust, Barbara Yelin and Peer Meter », dans Nina Eckhoff-Heindl et Véronique Sina (éd.), *Spaces Between: Gender, Diversity, and Identity in Comics*, Wiesbaden, Springer VS, 2020, p. 79-94.

SERLES Katharina, Marina RAUCHENBACHER et Susanne HOCHREITER, « Visualities of Gender in German-Language Comics », 2021 (en ligne : <https://gendercomics.net/en/> ; consulté le 10 janvier 2021).

SINGSSEN Doug, « An alternative by any other name: genre-splicing and mainstream genres in alternative comics », *Journal of Graphic Novels and Comics*, vol. 5, n° 2, 3 avril 2014, p. 170-191.

SMITH Matthew et Randy DUNCAN, « Preface », dans Randy Duncan et Matthew Smith (éd.), *The Secret Origins of Comics Studies*, Londres, Routledge, 2017, p. xxxiii-xxv.

STERLING Brett, « Introduction: The Intersection of Comics Studies and German Studies », *Colloquia Germanica*, vol. 48, n° 4, 2015, p. 233-244.

STROBEL Ricarda, « Comics in der Bundesrepublik Deutschland - Emanzipation einer Literaturform », *Media Perspektiven*, vol. 1, 1988, p. 13-25.

SUVILAY Bounthavy, « Masculin ou féminin, singulier ou pluriel : le manga, objet indigne en cours de consécration », *À l'épreuve*, n° 4, 2017 (en ligne : <https://alepreuve.org/node/140> ; consulté le 3 mai 2023).

YIYANG Yan, « Zing! Pow! - Comic Colorization with cGAN », *Mémoire de Master soutenu à la California State Polytechnic University*, 2018, p. 54.

Autres sujets

BECKER Howard S., *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988.

BERNIER-MONOD Agathe, « L'Institut de Magnus Hirschfeld et le féminisme », dans Patrick Farges et Anne-Marie Saint-Gille (éd.), *Le premier féminisme allemand (1848-1933)*, Lille, Presses Universitaires du Septentrion, 2013, p. 147-156.

BESSARD-BANQUY Olivier, « De la relation auteur-éditeur. Entre dialogue et rapport de force », *A contrario*, vol. 27, n° 2, 2018, p. 79-96.

BIRCKEL Laure, *Pratiques quotidiennes d'espaces, détournements et représentations spatiales dans deux anciens espaces industriels : Vers une poétique de l'espace dans ExRotaprint et les Uferhallen à Berlin*, Lyon, ENS de Lyon, 2012.

BOURDIEU Pierre, *Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris, Les Éditions de minuit, coll. « Le sens commun », 2003.

BOURDIEU Pierre, « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 89, n° 1, 1991, p. 3-46.

BRIX Michel, « Du panthéisme au surnaturalisme. Nerval traducteur de Goethe », dans Michel Ballard (éd.), *Europe et traduction*, Arras, Artois Presses Université, 2020, p. 159-170.

BÜHRMANN Andrea, « Gender - a central dimension of diversity », dans Steven Vertovec (éd.), *Routledge International Handbook of Diversity Studies*, Londres, Routledge, 2015, p. 23-32.

BUTLER Judith, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Abingdon, Taylor & Francis, 2011.

CHAPELAIN Brigitte et Sylvie DUCAS, *Prescription culturelle: Avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2019.

CHARTIER Roger, *L'ordre des livres: lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre XIVe et XVIIIe siècle*, Aix-en-Provence, Alinea, coll. « Collection De la pensée », 1992.

CIPOLLA Cyd, Kristina GUPTA, David A. RUBIN et Angela WILLEY (éd.), *Queer feminist science studies: a reader*, Seattle, University of Washington Press, 2017.

DUCAS Sylvie et Maria POURCHET, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », *Communication & langages*, vol. 179, n° 1, NecPlus, 2014, p. 21-31.

ESPAGNE Michel, « Transferts culturels et histoire du livre », *Histoire et civilisation du livre*, vol. 5, 2009, p. 201-218.

-
- ESPAGNE Michel, *Les transferts culturels franco-allemands*, Paris, FeniXX, 1999.
- GENETTE Gérard, *Seuils*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Poétique », 2014.
- GRESILLON Boris, « Les « friches culturelles » et la ville : une nouvelle donne ? », *L'Observatoire*, N° 36, n° 1, Observatoire des politiques culturelles, 2010, p. 50-53.
- GRESILLON Boris, « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », *Annales de géographie*, n° 660-661, n° 2, 2008, p. 179-198.
- GRESILLON Boris, *Berlin, métropole culturelle*, Paris, Belin, 2002.
- HARTMANN Silvia, *Fraktur oder Antiqua: der Schriftstreit von 1881 bis 1941*, Frankfurt am Main, P. Lang, 1999.
- HENITIUK Valerie, « Translating Woman: Reading the Female through the Male », *Meta*, vol. 44, n° 3, 2 octobre 2002, p. 469-484.
- JOYEUX-PRUNEL Béatrice, « Les transferts culturels: Un discours de la méthode », *Hypothèses*, vol. 6, n° 1, 2003, p. 149-162.
- KEMMLER Rolf et María José CORVO SANCHEZ, « “Fraktur”, “Kurrent”, “Sütterlin” und “Antiqua”: Schriftarten und Zweischriftigkeit in alten Deutschlehrwerken », *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, vol. 87, 23 juin 2021, p. 153-172.
- KRÄTKE Stefan et Renate BORST, *Berlin: Metropole zwischen Boom und Krise*, Wiesbaden, Springer VS, 2013.
- LEJEUNE Philippe, *Le Pacte autobiographique*, Paris, Éditions du Seuil, 1975.
- LEPINARD Éléonore et Sarah MAZOUZ, « Pour l'intersectionnalité », dans *Pour l'intersectionnalité*, Paris, Anamosa, coll. « Hors collection », 2021.
- LOTT Eric et Marcus GREIL, *Love & Theft: Blackface Minstrelsy and the American Working Class*, Oxford, Oxford University Press, 2013.
- MACKENZIE Caroline, « Agency : un mot, un engagement », *Rives méditerranéennes*, n° 41, 2012, p. 35-37.
- MAZOUZ Sarah, *Race*, Paris, Anamosa, 2020.
- MOLLIER Jean-Yves, *L'Argent et les lettres: Le capitalisme d'édition (1880-1920)*, Paris, Fayard, coll. « Nouvelles Etudes Historiques », 2014.
- MONJARET Anne, « L'argent des cadeaux », *Ethnologie française*, vol. 28, n° 4, 1998, p. 493-505.
- MULVEY Laura, « Visual Pleasure and Narrative Cinema », *Screen*, vol. 16, n° 3, 1975, p. 6-18.
- ORY Pascal, *L'entre-deux-mai: histoire culturelle de la France, mai 1968 - mai 1981*, Paris, Éditions du Seuil, 1983.
- PETERSON Richard A., « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives¹ », *Sociologie et sociétés*, vol. 36, n° 1, 9 décembre 2004, p. 145-164.

REACH-NGO Anne, « L'écriture éditoriale à la Renaissance. Pour une herméneutique de l'imprimé », *Communication & Langages*, vol. 154, n° 1, 2007, p. 49-65.

REYNAUD Bénédicte, « La dynamique d'un oligopole avec frange : Le cas de la branche d'édition de livres en France », *Revue d'économie industrielle*, vol. 22, n° 1, 1982, p. 61-71.

ROCHERON Yvette, « La télévision française déchaînée - piège à mômes ou piège pour tous? », *Modern & Contemporary France*, vol. 4, n° 1, janvier 1996, p. 31-40.

ROSCIGNO Vincent et Jill YAVORSKY, « Discrimination, Diversity, and Work », dans Steven Vertovec (éd.), *Routledge International Handbook of Diversity Studies*, Londres, Routledge, 2014, p. 274-283.

SCHNEIDER Irmela, « Genre und Gender », dans Elisabeth Klaus, Jutta Röser et Ulla Wischermann (éd.), *Kommunikationswissenschaft und Gender Studies*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2002, p. 92-102.

SOUCHIER Emmanuël, *Lire & écrire: éditer des manuscrits aux écrans autour de l'oeuvre de Raymond Queneau*, Université Paris 7 Denis Diderot, CNRS, 1998.

STURTEVANT William, « La tupinambisation des Indiens d'Amérique du Nord », dans Gilles Thérien (éd.), *Les figures de l'Indien*, Montréal, Éditions Typo, 1996, p. 345-361.

« Muséification », dans *Géococonfluences*, février 2023 (en ligne : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/museification> ; consulté le 23 août 2023).

Sources journalistiques, documentaires et autres

ALLARDICE Lisa, « "It is a religion": how the world went mad for Moomins », *The Guardian*, 6 avril 2019 (en ligne : <https://www.theguardian.com/books/2019/apr/06/it-is-a-religion-how-the-world-went-mad-for-moomins> ; consulté le 11 octobre 2021).

AMELINE Charles, « L'infantilisation de la bande dessinée par les discours », sur *du9*, janvier 2009 (en ligne : <https://www.du9.org/dossier/genealogie-d-un-interdiscours-sur/> ; consulté le 5 janvier 2021).

AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDEBURG, *Kleine Berlin-Statistik*, 2018.

Anonyme, « Kulturfinanzbericht 2018 », 2018 (en ligne : https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Kultur/Publikationen/Downloads-Kultur/kulturfinanzbericht-1023002189004.pdf?__blob=publicationFile&v=4 ; consulté le 19 février 2021).

Anonyme, « Reprodukt zieht um », *Buchmarkt - Das Ideenmagazin für den Buchhandel*, 6 août 2012 (en ligne : <https://buchmarkt.de/sortimenterservice/reprodukt-zieht-um/> ; consulté le 15 mars 2021).

Anonyme, « Télé : piège à mômes », *Télérama*, n° 2018, 14 septembre 1988, p. 76.

ASHCRAFT Brian, « One Piece Is Still One Cruel Mistress », sur *Kotaku*, 30 novembre 2012 (en ligne : <https://kotaku.com/one-piece-is-still-one-cruel-mistress-5964527> ; consulté le 26 mai 2020).

ASMUTH Gereon, « Drastische Mietsteigerungen in Berlins Mitte: Neukölln, jetzt 23 Prozent teurer », *Die Tageszeitung: taz*, rubrique « Berlin », 15 juin 2011 (en ligne : <https://taz.de/!5118637/> ; consulté le 15 mars 2021).

AUBIN Yves, « Surproduction romanesque, bibliothèque et prescription », *Bulletin des Bibliothèques de France*, n° 3, 2004, p. 22-25.

AUSTILAT Andreas, « Ex-Hausbesetzer malte Cartoons auf Berliner Fassaden », *Der Tagesspiegel*, 3 août 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/sprayen-ging-gar-nicht-ex-hausbesetzer-malte-cartoons-auf-berliner-fassaden/24866242.html> ; consulté le 15 mars 2021).

BARTHOLOMAE Joachim (éd.), *Mal mir mal nen Schwulen: Das Buch zu Ralf König*, Hamburg, MännerschwarmSkript, 1996.

BARTHOLOMAE Joachim, « Konrad und Paul verführen die Nation », dans Joachim Bartholomae (éd.), *Mal mir mal nen Schwulen: Das Buch zu Ralf König*, Hamburg, MännerschwarmSkript, 1996.

BEHRINGER Marco, « Sonderpreis der Jury für eine besondere Leistung oder Publikation: Dirk Rehm (Reprodukt) », sur *ICOM - Der Interessenverband Comic e.V.*, sans date (en ligne : http://www.comic-i.com/aaa-icom/docs/ipj_2012/ipj_2012_31.html ; consulté le 18 février 2021).

BERGMANN Martina et Céline MAURICE, « Regards croisés / Interkulturelle Betrachtungen », dans Bernadette Bricaud et Anne Jardin (éd.), *Métiers du livre / Buchwesen*, sans lieu, OFAJ/DFJW, 2009, p. 45-84.

BEZIRKSAMT MITTE VON BERLIN, *Basisdaten zur Bevölkerung und sozialen Lage im Bezirk Berlin-Mitte*, 2018.

BEZIRKSAMT TEMPELHOF-SCHÖNEBERG, *Kurzprofil Schöneberg Nord*, 2019.

BRADLEY Drew, « Looking at Lettering: CAPS vs Mixed Case », sur *Multiversity Comics*, 22 avril 2014 (en ligne : <http://www.multiversitycomics.com/news-columns/looking-at-lettering-caps-vs-mixed-case/> ; consulté le 31 juillet 2021).

BRAKE Michael, « „Sonst müssen alle Quatsch machen“ », *taz*, 16 décembre 2011 (en ligne : <https://taz.de/Alternative-Verleger-ueber-Comics/!5105216/> ; consulté le 29 décembre 2021).

BROWN Hillary, « Olivier Schrauwen on his grandfather, Werner Herzog, and Creating One of the Best Graphic Novels of the Year », sur *Paste Magazine*, 2 décembre 2014 (en ligne : <https://www.pastemagazine.com/books/werner-herzog/olivier-schrauwen-on-his-grandfather-werner-herzog/> ; consulté le 2 mars 2021).

CARLICK Stephen, « The Moomins have never been more popular; 75 years later, their origins reveal why », sur *Penguin Books*, juillet 2020 (en ligne :

<https://www.penguin.co.uk/articles/2020/july/moomins-tove-jansson-75-years.html> ; consulté le 11 octobre 2021).

CHERNER Simon, « Quand une postface propalestinienne annule la sortie en Allemagne de la BD *Élise et les Nouveaux Partisans* », *Le Figaro*, rubrique « BD », 24 janvier 2023 (en ligne : <https://www.lefigaro.fr/bd/un-editeur-allemand-annule-la-parution-de-la-bd-elise-et-les-nouveaux-partisans-accusee-d-antisemitisme-20230124> ; consulté le 7 février 2023).

COUPERIE Pierre, Claude MOLITERNI, Proto DESTEFANIS, Edouard FRANÇOIS et Maurice HORN, *Bande dessinée et figuration narrative*, exposition au Musée des arts décoratifs, 1967.

EMMERT Anne, *Honorarumfrage 2017-18*, VdÜ, 2019.

FAUST Joachim, « ExRotaprint: Strahlkraft für Kunst und Gewerbe im Wedding », sur *Weddingweiser*, rubrique « Aus dem Kiez », 2 août 2016 (en ligne : <https://weddingweiser.de/exrotaprint-strahlkraft-fur-kunst-und-gewerbe-im-wedding/> ; consulté le 16 mars 2021).

FRENA Bernhard, « Österreichische Gesellschaft für Comicforschung und -vermittlung », sur *Site de l'OEGEC*, sans date (en ligne : <https://www.oegec.com/> ; consulté le 7 janvier 2021).

FREY Valerie, Mark PEARSON, Monika QUEISSER et Stefano SCARPETTA, « Caregiving in Crisis: Gender inequality in paid and unpaid work during COVID-19 », sur *Page de l'OCDE*, 13 décembre 2021 (en ligne : <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/caregiving-in-crisis-gender-inequality-in-paid-and-unpaid-work-during-covid-19-3555d164/> ; consulté le 20 février 2022).

GRAFFART Laëtitia, « Soirées BD en français chez Modern Graphics de Kastanienallee », sur *Vivre à Berlin*, 5 mars 2018 (en ligne : <https://vivreaberlin.com/soirees-bd-francais-chez-modern-graphics-de-kastanienallee.html> ; consulté le 18 mars 2021).

GROß Klara, « Buchtipps aus dem Home-Office #14: Arsène Schrauwen », sur *Site de Reprodukt*, 2 avril 2020 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/buchtipps-aus-dem-home-office-14-arsene-schrauwen/> ; consulté le 25 février 2021).

GROß Klara, « Frisch aus dem Druck: „Kinderland“ von Mawil für die Manteltasche », sur *Reprodukt*, 20 février 2019 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/frisch-aus-dem-druck-kinderland-von-mawil-fuer-die-manteltasche/> ; consulté le 3 mars 2020).

GROß Klara, « Sarah Glidden: “Im Schatten des Krieges – Reportagen aus Syrien, dem Irak und der Türkei” », 2 décembre 2016 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/23586/> ; consulté le 31 mars 2020).

GROß Klara, « Frisch aus dem Druck: “Arsène Schrauwen” von Olivier Schrauwen », sur *Site de Reprodukt*, 29 mars 2016 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/frisch-aus-dem-druck-arsene-schrauwen-von-olivier-schrauwen/> ; consulté le 16 mai 2022).

GROß Klara, « Barbara Yelins “Irmina” im Andruck – hier kommt der Beweis », sur *Site de Reprodukt*, 15 septembre 2014 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/barbara-yelins-irmina-im-andruck-hier-kommt-der-beweis/> ; consulté le 25 février 2021).

GUILBERT Xavier, *Numérologie - Une analyse du marché de la bande dessinée. Édition 2014*, Versailles, Éditions H, 2014.

HARMSSEN Rieke, « „Ein Eingriff in die Grafik ist tabu“ », sur *Goethe.de*, juin 2016 (en ligne : <https://www.goethe.de/de/kul/lit/20796112.html> ; consulté le 31 mars 2020).

HELMCHEN Wiebke, « 1 Jahr Kastanienallee 79 », sur *Blog de Reprodukt*, 21 juillet 2017 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/1-jahr-kastanienallee-79/> ; consulté le 11 octobre 2021).

HELMCHEN Wiebke, « Comicworkshop mit Sandra Brandstätter », sur *Blog de Reprodukt*, 15 mai 2017 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/comicworkshop-mit-sandra-brandstatter/> ; consulté le 11 octobre 2021).

HOFMANN Laura, « Armes Mitte, reiches Pankow », *Der Tagesspiegel*, 11 janvier 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/berlin/soziale-lage-in-berlin-armes-mitte-reiches-pankow/23856142.html> ; consulté le 21 mars 2021).

HOFMANN Matthias, « Stabil und krisenfest: Der deutschsprachige Comicmarkt 2022 », *Alfonz - Der Comicreporter*, n° 2/2023, juin 2023, p. 6-14.

HOFMANN Matthias, « Comic Report », *Alfonz - Der Comicreporter*, n° 4, 2021, p. 6-14.

HOFMANN Matthias, « Freudige Gesichter - Der deutschsprachige Comicmarkt im Jahre 2014 », dans *Comic Report 2015*, Barmstedt, Edition Alfons, 2015, p. 98-113.

HOFMANN Matthias, « Volle Kraft voraus - Der deutschsprachige Comic-Markt im Jahre 2011 », *Comic Report 2012*, avril 2012, p. 110-123.

JONCQUEZ Pierre, « Théorie du genre : Petit Poilu à l'assaut des différences », *Causeur*, 28 novembre 2014 (en ligne : <https://www.causeur.fr/theorie-du-genre-30378> ; consulté le 16 décembre 2022).

JUNGBLUT Peter, « „Unwürdige Zensur“: Aufregung in Frankreich über Carlsen-Verlag », *Bayerischer Rundfunk*, 25 janvier 2023 (en ligne : <https://www.br.de/nachrichten/kultur/unwuerdige-zensur-aufregung-in-frankreich-ueber-carlsen-verlag,TTtuUDb> ; consulté le 7 février 2023).

JURGEIT Martin, « Die Neunte Kunst auf der Buchmesse: Comics spielen in Frankfurt kaum noch eine Rolle », sur *Der Tagesspiegel*, 16 octobre 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/die-neunte-kunst-auf-der-buchmesse-comics-spielen-in-frankfurt-kaum-noch-eine-rolle/25113244.html> ; consulté le 21 février 2021).

JURGEIT Martin, « KNV-Insolvenz trifft auch Comic-Branche schwer – Comic.de », sur *Comic.de*, 16 février 2019 (en ligne : <https://www.comic.de/2019/02/knv-insolvenz-trifft-auch-comic-branche-schwer/> ; consulté le 2 décembre 2022).

KAVANAUGH Barry, « The Alan Moore Interview: Northampton / “Graphic novel” », sur *Blather*, 16 novembre 2013 (en ligne : <http://www.blather.net/projects/alan-moore-interview/northampton-graphic-novel/> ; consulté le 23 février 2023).

KNIGGE Andreas C., « Rasendes Daumenkino von hinten nach vorne : Japanische Manga-Comics haben einen Siegeszug durch die Buchhandlungen angetreten », *Die Zeit*, 21 avril 2005 (en ligne : http://www.acknigge.de/ack_a23_mangamania.html ; consulté le 7 janvier 2022).

KÖHN Annette, « Historie », sur *Site de Jaja Verlag*, 2022 (en ligne : <http://www.jajaverlag.com/verlag/> ; consulté le 1^{er} février 2022).

KÖHN Annette, « Autoren », sur *Seite von Jaja Verlag*, 2022 (en ligne : <http://www.jajaverlag.com/autoren/> ; consulté le 19 février 2022).

KORTH Olav, « Kontakt », sur *Blog d'Olav Korth*, sans date (en ligne : http://portfolio.18metzger.de/?page_id=225 ; consulté le 17 mai 2022).

LATZ Christian, « Mitte ist sozial tief gespalten - Pankow an der Spitze », *Berliner Morgenpost*, 11 janvier 2019 (en ligne : <https://www.morgenpost.de/bezirke/mitte/article216189655/Mitte-ist-sozial-tief-gespalten-Pankow-an-der-Spitze.html> ; consulté le 16 mars 2021).

LINNEA, « Interview mit Ulrich Pröfrock », sur *Die Blaue Seite*, octobre 2014 (en ligne : <https://die-blaue-seite.de/interview-mit-ulrich-proefrock> ; consulté le 27 mars 2020).

LOUVIOT Myriam, « L'Édition de Bande Dessinée en Allemagne », *Focus - Bureau International de l'Édition Française*, avril 2017 (en ligne : <https://docplayer.fr/79025833-Departement-etudes-auteur-coordination-miriam-louviot-clemence-thierry.html> ; consulté le 23 mars 2021).

MAIWALD Christian, « Zu Besuch bei Pozkal (2) », sur *Site de Reprodukt via Archive.org*, 19 août 2011 (en ligne : <https://web.archive.org/web/20120803031858/http://blog.reprodukt.com/zu-besuch-bei-pozkal-2/> ; consulté le 25 février 2021).

MAIWALD Christian, « Zu Besuch bei Pozkal », 18 août 2011 (en ligne : <https://web.archive.org/web/20120803021207/http://blog.reprodukt.com/2011/08/page/2/> ; consulté le 25 février 2021).

MAIWALD Christian, « Interview mit Reprodukt Comics », *Ox Fanzine*, n° 47, 2002 (en ligne : <https://www.ox-fanzine.de/interview/reprodukt-comics-733> ; consulté le 6 janvier 2020).

MALZ Janina et Sophia LINDSEY, « Text und Bild – Übersetzen von Graphic Novels: Ein Abend mit Marion Herbert und Michael Groenewald », sur *Münchner Übersetzer-Forum*, rubrique « Uncategorized », 16 novembre 2018 (en ligne : <http://müf.de/2018/11/16/text-und-bild-uebersetzen-von-graphic-novels-ein-abend-mit-marion-herbert-und-michael-groenewald/> ; consulté le 27 juin 2021).

MAMBROL Nasrullah, « Introduction to Comics Studies », sur *Literary Theory and Criticism*, 22 octobre 2017 (en ligne : <https://literariness.org/2017/10/22/introduction-to-comics-studies/> ; consulté le 5 janvier 2021).

MANGIN Valérie, Benoît PEETERS et Denis BAJRAM, « Auteurs de bande dessinée, présentation de l'enquête », *neuvièmeart2.0*, janvier 2017 (en ligne : <http://neuvièmeart.citebd.org/spip.php?article1128> ; consulté le 2 décembre 2022).

MANSO Jolene, « Interview mit Verleger Dirk Rehm von Reprodukt », sur *Filmophilie*, 4 juin 2021 (en ligne : <https://www.filmophilie.de/interview-mit-verleger-dirk-rehm-von-reprodukt/> ; consulté le 31 mai 2023).

MARQUARDT Sylvia, « Eckhard Friedrich – Bildschriftenverlag Hannover », sur *Tötlögër*, 2014 (en ligne : <https://totleger.org/interviews/interviews-mit-verlagen/eckhard-friedrich-bildschriftenverlag-hannover/> ; consulté le 22 février 2021).

MAWIL, « Über Mawil », sur *Site de Mawil*, sans date (en ligne : <https://www.mawil.net/ueber-mawil/> ; consulté le 5 mars 2021).

MEDIENBOARD BERLIN-BRANDENBURG, « Verlagsstandort Berlin-Brandenburg », 2006.

MEGEL Noé, « Censure de Dominique Grange : une “forme d’antisémitisme” selon Carlsen », sur *ActuaLitté*, 6 février 2023 (en ligne : <https://actualitte.com/article/110000/edition/censure-de-dominique-grange-une-forme-d-antisemitisme-selon-carlsen> ; consulté le 7 février 2023).

MENU Jean-Christophe, *Plates-bandes*, Paris, L’Association, 2005.

MERTEN Silke, « Ein Hoch auf die deutsche Graphic Novel! », *Der Tagesspiegel Online*, 3 mai 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comic-markt-ein-hoch-auf-die-deutsche-graphic-novel/13537506.html> ; consulté le 6 juin 2021).

MEYER-PRÖPSTL Christian, « Strich für Strich zurück ins Leben », *Der Tagesspiegel Online*, 25 décembre 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/nach-dem-anschlag-auf-charlie-hebdo-strich-fuer-strich-zurueck-ins-leben/19163456.html> ; consulté le 18 septembre 2019).

MUSCHWECK Christian, « Zwischen Kunstschutz und Jugendschutz: Über die Spruchpraxis der Bundeprüfstelle für jugendgefährdende Medien », sur *Comicgate*, 3 octobre 2016 (en ligne : <https://comicgate.de/meinung/zwischen-kunstschutz-und-jugendschutz-ueber-die-spruchpraxis-der-bpjm-teil-1/> ; consulté le 29 avril 2021).

OEHLER Sebastian, « Was sind Graphic Novels? », sur *Graphic-Novel.info*, sans date (en ligne : <https://graphic-novel.info/was-sind-graphic-novels/> ; consulté le 22 février 2023).

ORGANISATIONSEINHEIT SOZIALRAUMORIENTIERTE PLANUNGSKOORDINATION, « Porträt des Bezirks Pankow », 2017.

PANNOR Stefan, « Bastei schreddert sein Archiv », sur *Blog de Stefan Pannor*, 9 mars 2010 (en ligne : <http://www.pannor.de/?p=417> ; consulté le 6 janvier 2021).

PASAMONIK Didier, « Astérix à son tour est publié en langues régionales. », sur *ActuaBD*, 4 novembre 2004 (en ligne : <https://www.actuabd.com/Asterix-a-son-tour-est-publie-en-langues-regionales> ; consulté le 5 mars 2021).

PEQUIGNOT Mathieu, « Isabelle Merlet : « Les coloristes sont trop peu considérés » », sur *BoDoï*, 7 janvier 2019 (en ligne : <http://www.bodoi.info/isabelle-merlet-les-coloristes-sont-trop-peu-consideres/> ; consulté le 16 septembre 2019).

PFETSCH Helga, « Pressemitteilung: Ulrich Pröfrock erhält den mit 12.000 Euro dotierten Christoph Martin Wieland-Übersetzerpreis 201 », 2015.

PICQ Françoise, « Journée internationale des femmes : à la poursuite d'un mythe », *Travail, genre et sociétés*, vol. 3, n° 1, 2000, p. 161-168.

PLATTHAUS Andreas, « „Heimat“ von Nora Krug: Durchblick im Nebelmeer der deutschen Geschichte », *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 18 août 2018 (en ligne : <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/heimat-von-nora-krug-durchblick-im-nebelmeer-der-deutschen-geschichte-15741441.html> ; consulté le 13 juillet 2023).

PLATTHAUS Andreas, « Goliath ganz groß », sur *Frankfurter Allgemeine*, 1^{er} novembre 2012 (en ligne : <https://blogs.faz.net/comic/2012/11/01/goliath-ganz-gross-253/> ; consulté le 26 avril 2020).

PREIBLER Brigitte, « Superhelden im Einsatz », *Berliner Morgenpost*, 12 février 2006 (en ligne : <https://www.morgenpost.de/printarchiv/kultur/article104548077/Superhelden-im-Einsatz.html> ; consulté le 29 décembre 2021).

PROST Brigitte, « Marge et dynamique territoriale », *Géocarrefour*, vol. 79, n° 2, 1^{er} avril 2004, p. 175-182.

PROUST Marcel, *Contre Sainte-Beuve : précédé de Pastiches et mélanges et suivi de Essais et articles*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », n° 229, 2000.

RANNOU Maël, « Publier la bande dessinée : les éditeurs franco-belges et l'album, 1950-1990 », sur *du9*, septembre 2019 (en ligne : <https://www.du9.org/chronique/publier-la-bande-dessinee-les-editeurs-franco-belges-et-lalbum-1950-1990/> ; consulté le 13 janvier 2021).

RATIER Gilles, *2016: L'année de la stabilisation*, Rapport de l'Association des critiques et journalistes de la bande dessinée, 2016.

RATIER Gilles, *2014 : l'année des contradictions*, sans lieu, Rapport de l'Association des critiques et journalistes de la bande dessinée, 2014.

RATIER Gilles, *Avant la case: histoire de la bande dessinée francophone du XXe siècle racontée par les scénaristes*, Poitiers, Sangam, 2005.

REHM Dirk, « Julie Doucet on tour », sur *Site de Reprodukt*, 11 mars 2020 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/julie-doucet-on-tour/> ; consulté le 9 mars 2021).

REHM Dirk, « Adventssignieren bei Reprodukt und Modern Graphics, Kastanienallee 79, Berlin », sur *Site de Reprodukt*, 9 décembre 2019 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/adventssignieren-bei-reprodukt-und-modern-graphics-kastanienallee-79-berlin/> ; consulté le 19 mars 2021).

REHM Dirk, « Comic-Workshops für Kinder mit Sandra Brandstätter », sur *Blog de Reprodukt*, 19 avril 2018 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/comic-workshops-fur-kinder-mit-sandra-brandstatter/> ; consulté le 11 octobre 2021).

REHM Dirk, « LastMan - Post du 08/03/2017 », sur *Comicforum.de*, 8 mars 2017 (en ligne : <https://www.comicforum.de/showthread.php?145575-Last-Man/page2&highlight=lastman> ; consulté le 14 décembre 2022).

REHM Dirk, « LastMan - post du 12/09/2016 », sur *Comicforum.de*, 12 septembre 2016 (en ligne : <https://www.comicforum.de/showthread.php?145575-Last-Man/page2&highlight=lastman> ; consulté le 14 décembre 2022).

REHM Dirk, « LastMan - post du 14/08/2016 », sur *Comicforum.de*, 14 août 2016 (en ligne : <https://www.comicforum.de/showthread.php?145575-Last-Man/page2&highlight=lastman> ; consulté le 12 mars 2020).

REHM Dirk, « 100 Jahre Tove Jansson – Buchvorstellung in der Botschaft von Finnland », sur *Site de Reprodukt*, 31 juillet 2014 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/100-jahre-tove-jansson-botschaft-von-finnland-berlin/> ; consulté le 9 mars 2021).

REHM Dirk, « Kai Wilksen (1962–2011) | Reprodukt », 13 juillet 2011 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/kai-wilksen-1962-2011/> ; consulté le 7 avril 2020).

REHM Dirk, « Comics machen: Lettering », sur *Blog de Reprodukt*, 21 juillet 2009 (en ligne : <https://www.reprodukt.com/comics-machen-lettering/> ; consulté le 3 mai 2021).

REHM Dirk, « “Midori - Das Kamelienmädchen” von Suehiro Maruo », sur *Comicforum*, 20 mai 2006 (en ligne : <https://comicforum.de/showthread.php?79930-quot-Midori-Das-Kamelienm\C3\A4dchen-quot-von-Suehiro-Maruo> ; consulté le 8 janvier 2022).

REHM Dirk, « Reprodukt: 30 tolle neue Comics! », sur *Startnext*, sans date (en ligne : <https://www.startnext.com/reprodukt> ; consulté le 4 mai 2022).

REPRODUKT, « Post pour invitation à rencontre avec l'équipe de Reprodukt », sur *Instagram*, 11 novembre 2022 (en ligne : https://www.instagram.com/p/Ck0QWxALGxu/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA== ; consulté le 17 mars 2023).

REPRODUKT, « Post sur donation à Mpower-girls », sur *Instagram*, 26 septembre 2020 (en ligne : https://www.instagram.com/p/CFmytCAGH_r/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D ; consulté le 17 mars 2023).

REPRODUKT, « Post Instagram sur l'exposition Sascha Hommer », sur *Instagram*, 18 septembre 2019 (en ligne : <https://www.instagram.com/p/B2j9BhPCJdm/?hl=en>).

ROBBINS Trina, *Pretty in Ink: North American Women Cartoonists 1896–2010*, Seattle, Fantagraphics Books, 2013.

SANDER Gregor, *Tagebuch eines Jahres*, Göttingen, Wallstein Verlag, 2014.

SCHNEIDER Dirk, « Die Handschrift zur Sprechblase », sur *Deutschlandfunk Kultur*, 24 janvier 2008 (en ligne : https://www.deutschlandfunkkultur.de/die-handschrift-zur-sprechblase.1153.de.html?dram:article_id=181614 ; consulté le 15 août 2019).

SLASKI Jacek, « "I was ahead of my time": Cartoonist Julie Doucet on dealing with gender », sur *tipBerlin*, 27 février 2020 (en ligne : <https://www.tip-berlin.de/tip-english/i-was-ahead-of-my-time-cartoonist-julie-doucet-on-dealing-with-gender/> ; consulté le 7 mars 2021).

STARKINGS Richard et Patricia Ann ROSHELL, *Comic Book Lettering: The Comircraft Way*, Los Angeles, Active Images, 2003.

STEFFES Annabelle, « Deutschland, ein "Comic-Entwicklungsland" », *Deutsche Welle*, 19 mars 2016 (en ligne : <https://www.dw.com/de/deutschland-ein-comic-entwicklungsland/a-19128927> ; consulté le 1^{er} juillet 2021).

STEIN Daniel, « Comicwissenschaft in Deutschland: Ein Einschätzungsversuch von Daniel Stein », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, 2 janvier 2012 (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/2012/01/02/comicwissenschaft-in-deutschland-ein-einschatzungsversuch-von-daniel-stein/> ; consulté le 7 janvier 2021).

STEIN Daniel, « Comics Studies in Germany: Where It's At and Where It Might Be Heading by », sur *Comicsforum*, 11 juillet 2011 (en ligne : <https://comicsforum.org/2011/11/07/comics-studies-in-germany-where-its-at-and-where-it-might-be-heading-by-daniel-stein/> ; consulté le 7 janvier 2021).

SUNDERMEIER Jörg, « Selbstbewusst und sehr genau mit sich », *taz*, 26 avril 2006, p. 25.

TAPIDESOURIX, « Die Asterix Mundart Reihe », sur *Astérix - Le site officiel*, sans date (en ligne : <https://www.asterix.com/de/die-buecher/die-asterix-mundart-reihe/> ; consulté le 5 mars 2021).

TÖRNE Lars von, « Vom Türöffner zur Streitaxt », *Der Tagesspiegel*, rubrique « Kultur », 4 juillet 2014 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/graphic-novels-vom-tueroeffner-zur-streitaxt/10144890.html> ; consulté le 8 avril 2022).

TOUZANI Samir, « Une bande dessinée sur deux vendues en France est un manga », *Les Echos*, 20 septembre 2021 (en ligne : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/une-bande-dessinee-sur-deux-vendues-en-france-est-un-manga-1347303> ; consulté le 7 janvier 2022).

TRINKWITZ Joachim, « BOBC », sur *Bonn Online Bibliography of Comics Research*, sans date (en ligne : <https://www.bobc.uni-bonn.de/> ; consulté le 7 janvier 2021).

TRINKWITZ Joachim, « Statistics - Keywords », sur *Bonn Online Bibliography of Comics Research*, sans date (en ligne : https://www.bobc.uni-bonn.de/index.php?action=statistics_STATS_CORE&method=keywords ; consulté le 7 janvier 2021).

VON TÖRNE Lars, « Crowdfunding-Aktion bringt 120.000 Euro: Edition Moderne rettet sich mit Hilfe seiner Fans », *Der Tagesspiegel*, 16 mai 2023 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/crowdfunding-erfolg-fur-verlag-in-der-krise-edition-moderne-rettet-sich-mit-hilfe-seiner-fans-9833585.html> ; consulté le 26 juillet 2023).

VON TÖRNE Lars, « Wegbereiterin für den Autorencomic: Jutta Harms gestorben », *Der Tagesspiegel*, 13 décembre 2019 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/jutta-harms-gestorben-4127092.html> ; consulté le 5 juin 2023).

VON TÖRNE Lars, « Senat schreibt “Berliner Comicstipendium” aus », sur *Der Tagesspiegel*, 23 août 2017 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/berlin/comicfoerderung-senat-schreibt-berliner-comicstipendium-aus/20228342.html> ; consulté le 5 mars 2021).

VON TÖRNE Lars, « Die Patchwork-Branche », sur *Der Tagesspiegel*, 19 mai 2017 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comicszene-die-patchwork-branche/19828834.html> ; consulté le 5 mars 2021).

VON TÖRNE Lars, « Wir brauchen eine eigenständige Comicförderung », *Der Tagesspiegel Online*, 9 juin 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/berliner-kulturpolitik-wir-brauchen-eine-eigenstaendige-comicfoerderung/13709524.html> ; consulté le 17 octobre 2018).

VON TÖRNE Lars, « „Comics bleiben ein schwieriges Geschäft“ », *Der Tagesspiegel Online*, 25 février 2016 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/25-jahre-reprodukt-comics-bleiben-ein-schwieriges-geschaeft/13011026.html> ; consulté le 15 octobre 2020).

VON TÖRNE Lars, « Aus für Comic-Zentrum der Frankfurter Buchmesse », sur *Der Tagesspiegel*, 17 mars 2014 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comicmarkt-aus-fuer-comic-zentrum-der-frankfurter-buchmesse/9626012.html> ; consulté le 21 février 2021).

VON TÖRNE Lars, « Tim und Struppi: Von Berlin gezeichnet », *Der Tagesspiegel Online*, 25 octobre 2011 (en ligne : <https://www.tagesspiegel.de/berlin/tim-und-struppi-von-berlin-gezeichnet/5733308.html> ; consulté le 15 octobre 2018).

WALCH Carolin, *Roxanne & George*, Berlin, Reprodukt, 2012.

WIRBELEIT Patrick, « Die Kiste Comicserie », sur *Site de la série Kiste*, sans date (en ligne : <https://kistecomix.de/buecher#comics> ; consulté le 7 janvier 2022).

ZELLER Martin, « Non, le franco-belge n'est pas mort – l'exemple des intégrales », lors de la rencontre *La bande dessinée, entre héritage et révolution numérique*, présentation, BNF, 5 octobre 2010.

ZITTY MARKETING, « Comic Workshop mit Sandra Brandstätter bei Modern Graphics », *ZITTY*, 15 juin 2018 (en ligne : <https://www.zitty.de/comic-workshop-mit-sandra-brandstaetter-bei-modern-graphics/> ; consulté le 19 mars 2021).

« Gesetz über die Selbstbestimmung in Bezug auf den Geschlechtseintrag », sur *Site du Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*, 9 mai 2023 (en ligne : <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/gleichstellung/queerpolitik-und-geschlechtliche-vielfalt/gesetz-ueber-die-selbstbestimmung-in-bezug-auf-den-geschlechtseintrag-sb-gg-199332> ; consulté le 4 juin 2023).

« Birgit Weyhe erhält das Lessing-Stipendium 2021 », sur *Site d'avant-verlag*, 7 décembre 2021 (en ligne : <https://www.avant-verlag.de/2021/12/07/birgit-veyhe-erh%C3%A4lt-das-lessing-stipendium-2021/> ; consulté le 13 janvier 2022).

« Rentrée littéraire, Manga : le marché du livre au beau fixe! », sur *GfK*, 28 septembre 2021 (en ligne : <https://www.gfk.com/fr/press/rentree-litteraire-manga-marche-livre-au-beau-fixe> ; consulté le 7 janvier 2022).

« Die Preisträger 2021 », sur *Deutscher Verlagspreis*, juin 2021 (en ligne : <https://www.deutscher-verlagspreis.de/preistraeger-2021.html> ; consulté le 7 janvier 2022).

Interview zum Thema Urheberrecht mit Rechtsanwalt Gregor Theado, Sarrebruck, 5 février 2021 (en ligne : <https://lettering-in-deutschland.de/2021/02/05/interview-zum-thema-urheberrecht-mit-rechtsanwalt-gregor-theado/> ; consulté le 6 juin 2023).

« BD : la maison d'édition Reprodukt fête ses 30 ans », dans l'émission *ARTE Journal*, ARTE, 18 janvier 2021 (en ligne : <https://www.arte.tv/fr/videos/101760-000-A/bd-la-maison-d-edition-reprodukt-fete-ses-30-ans/> ; consulté le 26 mars 2021).

« Le management 4.0 », dans l'émission *Par Jupiter!*, 24 septembre 2020 (en ligne : <https://www.franceinter.fr/emissions/par-jupiter/par-jupiter-24-septembre-2020> ; consulté le 19 décembre 2020).

« Bevölkerung mit Migrationshintergrund », sur *Bundeszentrale für politische Bildung*, 20 septembre 2020 (en ligne : <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i> ; consulté le 7 mars 2021).

« Der Comic-Verleger Dirk Rehm vom Reprodukt Verlag », dans l'émission *Büchermarkt*, Berlin, Deutschlandfunk Kultur, 12 septembre 2020 (en ligne : https://ondemand-mp3.dradio.de/file/dradio/2020/09/12/der_comic_verleger_dirk_rehm_vom_reprodukt_verlag_dlf_20200912_1605_5fa58525.mp3 ; consulté le 23 avril 2021).

« Echange de tweets entre Pénélope Bagieu et Dorothee de Monfreid », sur *Twitter*, 13 mars 2020 (en ligne : <https://twitter.com/PenelopeB/status/1238401447487770625> ; consulté le 29 mars 2021).

« Post du compte officiel de l'ambassade du Canada en Allemagne », sur *Facebook*, 9 mars 2020 (en ligne : <https://www.facebook.com/KanadaBotschaft/posts/2852044311501483> ; consulté le 9 mars 2021).

« Rapport Racine : "Nous en appelons à l'intervention de l'Etat pour donner aux créateurs des conditions plus justes et dignes" », sur *Le Monde*, 13 février 2020 (en ligne : https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/02/13/rapport-racine-nous-en-appelons-a-l-intervention-de-l-etat-pour-donner-aux-createurs-des-conditions-plus-justes-et-dignes_6029391_3232.html ; consulté le 5 février 2021).

« Illustrierte Karte zu Hausbesetzungen in Berlin », sur *Berlin Besetzt*, 2020 (en ligne : <http://berlin-besetzt.de/> ; consulté le 14 mars 2021).

« #CIB19 Aussteller*innen/ Exhibitors », sur *Site de ComcInvasion Berlin*, 2019 (en ligne : <https://archiv.comicinvasionberlin.de/booktables.html> ; consulté le 20 avril 2021).

« Simon Schwartz: Das Parlament - 45 Leben für die Demokratie », sur *Deutscher Bundestag*, 2019 (en ligne : https://www.bundestag.de/besuche/ausstellungen/kunst_ausst/schwartz-parlament-628120 ; consulté le 5 mars 2021).

« Bericht Monitoring Soziale Stadtentwicklung Berlin 2019 », sur *Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen*, 2019 (en ligne : https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/monitoring/de/2019/index.shtml ; consulté le 16 mars 2021).

« Des idées de lecture : Bandes dessinées / romans graphiques », sur *Académie de Poitiers*, 20 décembre 2018 (en ligne : <http://ww2.ac-poitiers.fr/allemand/spip.php?rubrique229> ; consulté le 11 janvier 2021).

« Wieland-Preis an Comic-Übersetzer Ulrich Proffrock - Federleichter Grundton des Originals erhalten », sur *Börsenblatt*, 12 juin 2015 (en ligne : https://www.boersenblatt.net/2015-06-12-artikel-federleichter-grundton-des-originals-erhalten-wieland-preis-an-comic-__bersetzer-ulrich-proeffrock.969247.html ; consulté le 7 avril 2020).

« Das Comic Manifest — internationales literaturfestival berlin », sur *Site de internationales literaturfestival berlin*, 2 septembre 2013 (en ligne : <https://www.literaturfestival.com/festival/archiv/projekte/comic/manifest> ; consulté le 20 avril 2021).

« “Die erstaunlichen Abenteuer von Herrn Hase” von Lewis Trondheim [Archiv] », sur *Comicforum*, 10 mai 2010 (en ligne : <http://www.comicforum.de/archive/index.php?t-105945.html> ; consulté le 9 avril 2020).

« Bericht Monitoring Soziale Stadtentwicklung Berlin 2000 », sur *Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen*, 2000 (en ligne : https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/monitoring/de/2000/index.shtml ; consulté le 16 mars 2021).

« K.-H. Zillmer-Verlegerpreis », sur *Site de Hamburgische Kulturstiftung*, sans date (en ligne : <https://www.kulturstiftung-hh.de/kulturpreise/k-h-zillmer-verlegerpreis.html> ; consulté le 3 janvier 2021).

« Berliner Verlagspreis 2018 », sur *Site de Berliner Verlagspreis*, sans date (en ligne : https://berlinerverlagspreis.de/?page_id=874 ; consulté le 3 janvier 2021).

« Les États Généraux de la Bande Dessinée », sur *Site des EGBD*, sans date (en ligne : <http://www.etatsgenerauxbd.org/> ; consulté le 5 février 2021).

« Verlagsporträt », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://reprodukt.com/pages/verlag> ; consulté le 8 février 2023).

« Martin Schüwer-Publikationspreis », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, sans date (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/schuewer-preis/> ; consulté le 7 janvier 2021).

« Jahrestagungen », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, sans date (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/category/comicgesellschaft/jahrestagungen/> ; consulté le 7 janvier 2021).

« Programm der ComFor-Jahrestagung 2018: „Zwischenräume“ », sur *Site de la Gesellschaft für Comicforschung*, sans date (en ligne : <https://www.comicgesellschaft.de/2018/04/30/programm-der-comfor-jahrestagung-2018-zwischenraeume/> ; consulté le 9 janvier 2021).

« Les membres », sur *Site du Syndicat des Editeurs Alternatifs*, sans date (en ligne : <https://www.lesea.fr/les-membres/> ; consulté le 19 janvier 2021).

« Wir über uns », sur *Comicguide*, sans date (en ligne : <https://www.comicguide.de/index.php/wir-ueber-uns> ; consulté le 29 mai 2019).

« Daddy's Girl », sur *Site de L'Association*, sans date (en ligne : <https://www.lassociation.fr/en/catalogue/daddy-s-girl/> ; consulté le 22 janvier 2021).

« Kleiner Strubbel: Trubel im Gemüsebeet », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/serien/kleiner-strubbel-trubel-im-gemusebeet/> ; consulté le 11 octobre 2021).

« Ariol 1: Ein kleiner Esel wie du und ich », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/ariol/ariol-1-ein-kleiner-esel-wie-du-und-ich/> ; consulté le 11 octobre 2021).

« Fantagraphics Bookstore & Gallery », sur *Site de Fantagraphics*, sans date (en ligne : <https://www.fantagraphics.com/pages/fantagraphics-bookstore-gallery> ; consulté le 11 octobre 2021).

« Der lachende Vampir », sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/manga/der-lachende-vampir/> ; consulté le 7 janvier 2022).

« Suehiro Maruo », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/autorenundkuenstler/suehiro-maruo/> ; consulté le 9 janvier 2022).

« Mediendossier Literaturstandort », sur *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, sans date (en ligne : <https://www.boersenverein.de/presse/mediendossiers/mediendossier-literaturstandort/> ; consulté le 19 février 2021).

« Bund fördert Hauptstadtkultur », sur *Site du gouvernement allemand*, sans date (en ligne : <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur/kunst-kulturfoerderung/kultur-hauptstadt-region/kultur-in-berlin/bund-foerdert-hauptstadtkultur-317076> ; consulté le 19 février 2021).

« Residenzstipendium für Comic-Künstlerinnen und Künstler », sur *hamburg.de*, sans date (en ligne : <https://www.hamburg.de/bkm/international/16595574/comic-residenz-marseille/> ; consulté le 12 juillet 2023).

« Handel », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/handel/> ; consulté le 20 février 2021).

« Julie Doucets allerschönste Comic Strips », sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/julie-doucets-allerschoenste-comic-strips/> ; consulté le 9 mars 2021).

« Bülowstraße 52 », sur *Kommunal & Selbstverwaltet Wohnen - Mieter*innen für die Demokratisierung der Wohnraumversorgung*, sans date (en ligne : https://www.kommunal-selbstverwaltet-wohnen.de/portrait_buelow52.html ; consulté le 15 mars 2021).

« Erbbaurecht », sur *Site d'ExRotaprint*, sans date (en ligne : <https://www.exrotaprint.de/erbbaurecht/> ; consulté le 18 mars 2021).

« Gemeinnützigkeit », sur *Site d'ExRotaprint*, sans date (en ligne : <https://www.exrotaprint.de/gemeinuetzigkeit/> ; consulté le 17 mars 2021).

« Wir Mieter », sur *Site d'ExRotaprint*, sans date (en ligne : <https://www.exrotaprint.de/en/mieter/> ; consulté le 17 mars 2021).

« Deutsche Autor*innen », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://reprodukt.com/collections/deutsche-autor-innen> ; consulté le 9 février 2023).

« Pénurie de papier : une crise inédite », sur *Site du Syndicat national de l'édition*, sans date (en ligne : <https://www.sne.fr/actu/penurie-de-papier-une-crise-inedite/> ; consulté le 29 septembre 2022).

« Verlag », sur *Site de Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://reprodukt.com/pages/verlag> ; consulté le 22 juin 2023).

« Spirou à Berlin », sur *Les Éditions Dupuis*, sans date (en ligne : <https://www.dupuis.com/le-spirou-de-flix/bd/le-spirou-de-flix-spirou-a-berlin/77294> ; consulté le 13 août 2019).

« Black Hole L'Intégrale », sur *Delcourt*, sans date (en ligne : <https://www.editions-delcourt.fr/serie/black-hole-l-integrale.html> ; consulté le 15 août 2019).

« The Black Holes », sur *Dargaud*, sans date (en ligne : <https://www.dargaud.com/bd/The-Black-Holes> ; consulté le 15 août 2019).

« Tim und Struppi 1: Tim im Kongo », sur *Carlsen*, sans date (en ligne : <https://www.carlsen.de/softcover/tim-und-struppi-1-tim-im-kongo/21931> ; consulté le 13 août 2019).

« Asterix Nr. 37 - Asterix in Italien - gebundene Ausgabe », sur *Egmont*, sans date (en ligne : <https://www.egmont-shop.de/asterix-nr-37-asterix-in-italien-gebundene-ausgabe.html> ; consulté le 15 août 2019).

« Heimat - Gallimard », sur *Gallimard*, sans date (en ligne : <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bandes-dessinees-hors-collection/Heimat> ; consulté le 13 août 2019).

« Catalogue », sur *L'Association*, sans date (en ligne : <https://www.lassociation.fr> ; consulté le 13 août 2019).

« Brigitte et la Perle cachée », sur *Éditions ça et là*, sans date (en ligne : <http://caetla.fr/Brigitte-et-la-Perle-cachee> ; consulté le 22 août 2019).

« Crawl Space », sur *Rotopol*, sans date (en ligne : <http://www.rotopolpress.de/en/produkte/crawl-space> ; consulté le 15 août 2019).

« Kinder-Medien-Studie (KMS) 2019 », sans date (en ligne : https://www.kinder-medien-studie.de/?page_id=367 ; consulté le 17 septembre 2019).

« Contacts », sur *Éditions ça et là*, sans date (en ligne : <http://caetla.fr/Contacts> ; consulté le 22 août 2019).

« Hicksville | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/hicksville/> ; consulté le 28 mars 2020).

« Fritz the Cat | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/fritz-the-cat/> ; consulté le 3 avril 2020).

« Nausea | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/nausea/> ; consulté le 17 septembre 2019).

« Amerika | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : https://reprodukt.com/products/amerika?_pos=1&_sid=4b40838d8&_ss=r ; consulté le 3 avril 2020).

« Koma 1: Die Stimme der Schlote | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/koma/koma-1-die-stimme-der-schlote/> ; consulté le 3 avril 2020).

« Aya: Leben in Yop City | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/serien/aya-leben-in-yop-city/> ; consulté le 3 avril 2020).

« Grenzenlos | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/grenzenlos/> ; consulté le 4 avril 2020).

« SuperMutant Magic Academy | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/supermutant-magic-academy/> ; consulté le 4 avril 2020).

« Willkommen », sur *Litprom*, sans date (en ligne : <https://www.litprom.de/about-us.html> ; consulté le 4 avril 2022).

« Résultats de recherche pour "Comic" », sur *Litprom*, sans date (en ligne : <https://www.litprom.de/suchen/?search=comic> ; consulté le 4 avril 2022).

« Informationen », sur *Litprom*, sans date (en ligne : <https://www.litprom.de/foerderung/uebersetzungsfoerderung/litprom-suedkulturfonds/> ; consulté le 3 avril 2022).

« Christoph-Martin-Wieland-Übersetzerpreis », sur *Freundeskreis zur Förderung literarischer und wissenschaftlicher Übersetzungen e.V.*, sans date (en ligne : <https://freundeskreis-literaturuebersetzer.de/preise/wieland-uebersetzerpreis/> ; consulté le 7 avril 2020).

« Nicht ohne meine Konsole | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/comics/nicht-ohne-meine-konsole/> ; consulté le 31 mars 2020).

« Mode O'Day », sur *Éditions Cornélius*, sans date (en ligne : <https://www.cornelius.fr/> ; consulté le 21 août 2019).

« Die Leichtigkeit (Hardcover) », sur *Carlsen*, sans date (en ligne : <https://www.carlsen.de/hardcover/die-leichtigkeit/83030> ; consulté le 18 septembre 2019).

« Olympia in Love – Eine Komödie in 50 Gemälden | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/olympia-in-love-eine-komodie-in-50-gemalden/> ; consulté le 18 septembre 2019).

« 1 Wolf, 2 Hunde, 3 Schlüpfer | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/bilderbuecher/1-wolf-2-hunde-3-schluepfer/> ; consulté le 7 avril 2020).

« Der vergessene Garten von Émile Bravo | Reprodukt », sur *Reprodukt*, sans date (en ligne : <https://www.reprodukt.com/Produkt/graphicnovels/der-vergessene-garten-von-emile-bravo/> ; consulté le 7 avril 2020).

« Amerika », sur *Site de Cornélius*, sans date (en ligne : <https://www.cornelius.fr/catalogue/amerika/> ; consulté le 1^{er} décembre 2022).

« #97 - Reprodukt, Comicinvasion & Gratis Comic Tag », dans l'émission *KulturGut: Der Dussmann Podcast*, sans date (en ligne : <https://kulturgut.podigee.io/98-reprodukt-comicinvasion> ; consulté le 29 juin 2023).

Index

Artistes et acteur·ices de l'édition

- Abouet, Marguerite 176, 278, 306, 338, 387, 494
- Andersson, Max 79, 420
- ATAK 126, 128, 194, 220, 254
- Bagieu, Pénélope 48, 270, 306, 308, 309, 312, 363, 389, 431, 432, 433, 518
- Bailly, Pierre 221, 272, 276, 301, 458, 467, 494, 496
- Baitinger, Max 268
- Balak 464, 494
- Barks, Carl 378
- Baru 191, 231
- Bechdel, Alison 255
- Bellido, Mark 276, 303
- Bellstorf, Arne 91, 166, 179, 180, 181, 404, 423, 425, 427, 428, 430, 457
- Berbérian, Charles 371, 386, 494, 496
- Beyer, Marcel 329, 346, 426
- Birmant, Julie 170, 176
- Blain, Christophe 72, 169, 173, 214, 239, 272, 275, 343, 345, 385
- Blutch 386
- Bolland, Brian 434
- Boutavant, Marc 272, 275, 387, 427
- Brandstätter, Sandra 80, 160, 511, 514, 517
- Bravo, Émile 385, 523
- Bretécher, Claire 197, 306, 312
- Brown, Chester 410
- Bulling, Nino 126
- Burns, Charles 83, 236, 273, 388, 486
- Calle, Claus 220
- Castrée, Geneviève 182, 276, 420
- Clowes, Daniel 63, 66, 67, 194, 220, 235, 254, 388
- Crumb, Robert 48, 50, 65, 164, 175, 197, 329, 337, 388, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 494, 496
- Dahl, Roald 48, 270
- David B. 255, 419
- De Crécy, Nicolas 381, 382
- De Montfreid, Dorothée 432
- Delisle, Guy 79, 176, 268, 273, 276, 343, 368, 496
- Dieck, Martin tom 128, 129, 166, 221
- Domingo, Sheree 126
- Doucet, Julie 64, 66, 128, 129, 132, 133, 160, 175, 195, 236, 276, 306, 307, 310, 312, 343, 388, 417, 419, 494, 514, 516
- Drechsler, Debbie 52, 254, 420
- Drescher, Heike 424
- Dupuy, Philippe 370, 371, 494, 496
- Durbiano, Lucie 270, 278
- e.o.plauen 31, 35, 36, 505
- Eisner, Will 15, 176, 496
- Evens, Brecht 276
- Ferdjoukh, Malika 270, 278
- Ferri, Jean-Yves 413
- Feuchtenberger, Anke 34, 60, 96, 128, 129, 166, 273, 301, 306, 504
- Fil 67, 79, 116, 128, 129, 134, 135, 136, 173, 183, 194, 231, 232, 241, 254, 265, 272, 494
- Flix 125, 126, 321
- Franz, Aisha 166, 169, 491
- Frühbeis, Lisa 126
- Gauld, Tom 346, 425, 494
- Glidden, Sarah 79, 176, 334, 337, 348, 494, 496, 510
- Golchinski, Markuss 64, 217, 220, 236
- Gosciny, René 360
- Grange, Dominique 472, 473

Groenewald, Michael	73, 80, 84, 89, 93, 195, 201, 202, 271, 305, 316, 336, 398, 406, 407, 424, 512	Kolek, Filip	102, 201, 305
Groß, Klara	115, 119, 120, 130, 201, 337, 346, 418, 419, 424, 442	König, Ralf	31, 36, 65, 258, 496, 498, 499, 509
Haifisch, Anna	346, 457, 494	Korth, Olav	380, 422, 423, 427, 430, 431, 512
Harms, Jutta	36, 64, 73, 80, 89, 194, 195, 201, 202, 305, 346, 388, 397, 477, 516	Krämling, Tanja	347, 349, 350
Hau, Michael	97, 404, 414, 422, 423, 424, 427, 429, 430	Kreitz, Isabel	36
Heidschötter, Uwe	201, 494	Krug, Nora	34, 322, 325, 496, 499, 514
Hergé	368	Kubo, Tite	410
Hernandez, Gilbert et Jaime	59, 60, 62, 65, 66, 144, 194, 220, 235, 494	Kuhl, Anke	201
Hommer, Sascha	48, 60, 91, 160, 166, 273, 323, 423, 424, 425, 515	Larcenet, Manu	72, 239, 272, 275, 411, 413, 428, 438, 494
Horrocks, Dylan	278, 330, 420	Lenzin, Luka	277
Hubert	453, 494	Lévy, Pierre-Oscar	277
Huizenga, Kevin	415	Long, Guillaume	129
Igort	176	Luo, Yi	191, 278
Jansson, Lars	75, 100, 124, 179, 201, 276, 301, 398, 487, 494, 516, 517	Lust, Ulli	34, 36, 498, 505
Jansson, Tove	75, 76, 133, 196, 272, 301, 303, 336, 431, 515	Mahler, Nicolas	36, 53, 79, 166, 173, 175, 265, 277, 346, 425, 446, 496
Jason	265, 411	Maiwald, Christian	84, 89, 113, 114, 120, 195, 351, 424, 512
Jerusalem-Groenewald, Claudia	73, 84, 89, 195, 271, 305, 407, 424	Marrs, Lee	297
Jülicher, Lukas	486	Maruo, Suehiro	83, 84, 85, 86, 495, 515, 520
Kaps, Joachim	347, 349	Mary	64, 66, 388
Kerascoët	273, 300, 453, 494	Mathieu, Marc-Antoine	79, 381, 383
Killoffer, Patrice	195, 419	Matsumoto, Taiyo	224, 232
Kim, Derek Kirk	275, 415	Mawil	60, 79, 116, 117, 125, 129, 136, 137, 151, 157, 166, 169, 197, 228, 229, 260, 261, 272, 380, 384, 413, 414, 442, 458, 486, 491, 495, 496, 510, 513
Kleist, Reinhard	116, 136, 137, 194, 271, 272, 461	McCloud, Scott	15, 415, 496
Klengel, Katja	50, 166, 306, 308, 310, 311	McKean, Dave	357, 358, 496
Klotzbücher, Hartmut	422, 423	Menu, Jean-Christophe	64, 67, 195, 212, 383, 419, 483, 484, 513
		Merwan	440
		Meter, Peer	34, 36, 404, 495, 505
		Meurisse, Catherine	380, 386, 427, 431

Michalke, Andreas	473, 475, 477, 483, 486, 490, 509, 513, 514, 515, 518
64, 66, 67, 68, 116, 134, 135, 136, 236, 254, 423, 427, 495	
Mitsunaga, Lilian	358, 359, 370
Mizuki, Shigeru	
85, 192, 204, 224, 231, 270, 306, 388, 415, 495	
Möller, Michael	422, 423, 428
Moore, Alan	178, 182, 244, 434, 511
Morrison, Grant	357, 358, 496
Muižniece, Sanita	339
Muñoz, José	278
Musturi, Tommi	182, 276, 381
Oda, Eiichiro	410
Oehler, Sebastian	
80, 93, 151, 177, 201, 202, 513	
OL	67
Oubrierie, Clément	170, 176, 388, 494
Pearson, Luke	13, 66, 272
Peeters, Frederik	
338, 387, 411, 413, 456, 497, 512	
Picard, Matthias	268
Picault, Aude	431
Porcellino, John	388, 420
Pröfrock, Ulrich	
318, 319, 327, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 341, 343, 344, 345, 350, 384, 385, 386, 387, 389, 391, 392, 395, 397, 403, 423, 429, 473, 512, 514, 519	
Prudhomme, David	79, 386
Raidt, Gerda	404, 495
Ranta, Ville	276
Rehm, Dirk	
2, 46, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 69, 70, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 133, 141, 144, 147, 155, 160, 170, 181, 184, 185, 194, 195, 196, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 207, 221, 262, 264, 265, 269, 270, 271, 272, 284, 305, 330, 345, 349, 366, 367, 368, 370, 371, 372, 373, 382, 407, 408, 410, 412, 417, 419, 420, 422, 423, 424, 428, 429, 430, 433, 464, 465, 466,	
	473, 475, 477, 483, 486, 490, 509, 513, 514, 515, 518
Rey, Jean-François	412, 413
Robbins, Trina	292, 297, 515
Roca, Paco	79, 388, 411
Rügler, Alexandra	111, 424, 430, 457
Sampayo, Carlos	278
Sanlaville, Michaël	464, 494
Sapin, Mathieu	387
Satrapi, Marjane	51, 237, 255, 496
Sattouf, Riad	54, 274, 387
Schmitz-Dräger, Katja	346
Schmolke, Frank	220
Schrauwen, Olivier	
118, 119, 121, 130, 131, 252, 276, 417, 418, 419, 495, 509, 510	
Schwartz, Simon	125, 519
Sfar, Joann	
71, 196, 214, 239, 272, 275, 300, 495	
Shiibashi, Hiroshi	410
Simmonds, Posy	334, 335, 336, 337, 495
Spiegelman, Art	51, 178, 255, 496
Strömquist, Liv	92, 307, 312
Tamaki, Jillian et Mariko	
228, 301, 338, 343, 411, 431, 486, 495	
Tardi, Jacques	473
Thompson, Craig	
113, 114, 120, 197, 248, 335, 495	
Tomine, Adrian	
67, 411, 412, 415, 486, 495, 496	
Trondheim, Lewis	
60, 67, 70, 71, 72, 74, 76, 173, 196, 204, 214, 239, 265, 269, 272, 275, 300, 347, 349, 350, 351, 385, 402, 409, 495, 519	
Uderzo, Albert	360
Vanistendael, Judith	
54, 276, 303, 306, 420, 445, 447, 495	
Vivès, Bastien	
183, 197, 272, 412, 413, 440, 464, 471, 473, 494	
Von der Weppen, Annette	
335, 336, 395, 397, 398	
Walch, Carolin	404, 517

Walden, Tillie 228, 306, 431, 437, 495
 Ware, Chris 364, 428, 500
 Wäscher, Hansrudi 31, 209, 502
 Wazem, Pierre 338, 387
 Weyhe, Birgit 127, 517
 Wilksen, Kai
 340, 345, 347, 350, 382, 383, 387, 392,
 397, 402, 403, 423, 429, 515
 Wirbeleit, Patrick 93, 201, 517
 Yelin, Barbara
 34, 36, 114, 115, 197, 228, 495, 505
 Zaribaf, Minou
 64, 66, 67, 125, 220, 236, 423, 427, 495

Maisons d'édition

Alpha Comic Verlag 87, 470
 Audie 192
 Aufbau Verlag 31, 96, 505
 Bamboo 97
 Bastei Verlag 87, 91, 513
 Blue Ocean 9
 Carlsen
 9, 30, 39, 45, 61, 64, 65, 70, 73, 74, 75,
 82, 83, 88, 96, 129, 137, 143, 179, 195,
 196, 197, 221, 265, 271, 320, 322, 332,
 336, 340, 345, 347, 348, 349, 351, 353,
 354, 368, 370, 380, 391, 407, 408, 409,
 417, 471, 472, 473, 477, 484, 492, 511,
 513, 521, 523
 Casterman
 38, 41, 58, 98, 191, 259, 267, 313, 314,
 321, 353, 354, 363, 465, 467, 473, 485,
 504
 Colorama 492
 Cornélius
 67, 85, 97, 163, 321, 353, 354, 372, 412,
 447, 448, 452, 491, 496, 523
 Dargaud
 44, 56, 196, 266, 321, 322, 349, 350,
 353, 354, 439, 484, 485, 496, 521
 DC 42, 58, 358, 361, 487, 496

Delcourt
 72, 196, 266, 276, 321, 322, 326, 353,
 354, 471, 473, 484, 521
 Drawn & Quarterly
 44, 75, 85, 130, 163, 266, 276, 303, 368,
 412, 415, 491, 496
 Dupuis
 56, 98, 266, 321, 322, 353, 354, 441,
 467, 496, 521
 Édition 52 320, 354
 Edition Kunst der Comics 87, 471, 505
 Edition Moderne
 63, 73, 92, 98, 106, 179, 237, 265, 277,
 320, 354, 408, 487, 492, 516
 Editora Abril 358, 370
 Egmont-Ehapa
 3, 9, 23, 39, 65, 82, 92, 93, 96, 100, 102,
 106, 127, 137, 147, 151, 161, 179, 271,
 272, 307, 320, 322, 323, 339, 353, 354,
 379, 413, 484, 485, 492, 496, 512, 521
 Fantagraphics Books
 51, 79, 267, 292, 487, 504, 515, 520
 Feest Verlag 271
 Fischer 484
 FRMK 98
 Futuropolis 38, 44, 67, 321, 354, 485, 496
 Gallimard
 4, 260, 267, 321, 322, 325, 353, 354,
 484, 492, 501, 514, 521
 Gerstmeyer 22
 Glénat 97, 473
 Jacoby & Stuart 3, 96, 179
 Jochen Enterprises
 67, 87, 91, 229, 265, 410
 Kazé 9, 82
 Kibitz Verlag
 92, 96, 102, 201, 202, 284, 407, 485
 Kult Comics 320, 354
 La Cúpula 267
 La Pastèque 267
 Le Lombard 38, 56, 98
 Les Humanoïdes Associés 267
 Liels un mazz 267, 303

Luftschacht Verlag	485	Amerika	337, 447, 448, 450, 451, 452, 492, 494, 496, 522, 523
Männerschwarm Verlag	65	Apokalyptische Schöpfungen	385
Marvel	42, 361, 487	Approximate Continuum Comics	70
Metrolit	96	Ariol	77, 78, 198, 520
Moga Mobo	96	Arkham Asylum	357, 358, 359, 369, 370, 373, 496
Mondadori	267	Arsène Schrauwen	118, 119, 121, 130, 131, 252, 417, 419, 495, 510
Mosaik - Steinchen für Steinchen	30, 96, 503	Artige Zeiten	64, 72, 194, 236, 265, 490, 495
Nobrow Press	267	Astérix	23, 135, 136, 206, 322, 360, 371, 513, 516, 521
Panini	9, 11, 39, 82, 96, 108, 179, 320, 337, 354, 357, 358, 359, 370, 373, 496	Auf in den Heldentod!	85, 495
Piredda	96	Autoroute du Soleil	191, 231
Polystyrène	492	Aya de Yopougon	176, 338, 339, 340, 387, 494, 522
Random House	267	Bastard	388
Requins Marteaux	97, 264, 473	Birgit	127, 268, 517
Rolf Kauka Verlag	22, 23	Black Hole	322, 521
Rotopol	96, 320, 323, 354, 522	Blankets	197
Salleck Publications	96, 265, 371, 496	Bleach	361, 410, 497
Sarbacane	98, 277	Böse Geister	404, 495
Schwarzer Turm	265, 272, 320, 411	Brodecks Bericht	413, 439, 440
Shōgakukan	192, 267	Bullenklöten	258, 496
Shūeisha	82, 192, 487	Cassandra Darke	335
Splitter	9, 96, 320, 354	Cinerama	386
Stromboli	265	Das Gemetzel	388
Suhrkamp	95, 96, 179, 320, 324, 354, 484, 500	Das Land der Drei Lächeln	74
The Hoochie Coochie	9, 492, 502	Der Alltägliche Kampf	438, 439
Ullstein	29, 95, 96, 502	Der analoge Mann	134, 495
Verlag rosa winkel	65	Der Bewegte Mann	65
Vraoum	267	Der Lachende Vampir	83, 84, 237, 475, 495, 520
WalterLehning Verlag	22	Der Popo vom Hippopo	387
Zweitausendeins	65, 329	Der Tod von Speedy	59, 61, 63, 72, 144, 494
Œuvres		Der vergessene Garten von Émile Bravo	385, 523
Aâma	413	Didi und Stulle	67, 240, 241, 245, 254
Action Sorgenkind	116		
Akira	82, 83		
Akissi	387		
Alien	491		
Always Ultra	231, 232		

Die Bluse	388, 412	Im Schatten des Krieges	334, 337, 494, 510
Die Fliege	67, 76, 495	Irmina	114, 115, 197, 199, 200, 228, 495, 510
Die Goldgruber-Chroniken	53, 152, 496	Isaak der Pirat	214, 254
Die Leichtigkeit	380, 523	Israel verstehen in 60 Tagen oder weniger	337, 348, 496
Die Perineum-Technik	388	Jim Curious	268
Donald Duck	157, 376, 378	Jimmy Corrigan	262, 283, 345, 364, 428, 467, 495
Donjon	52, 53, 70, 71, 72, 74, 76, 88, 164, 196, 214, 254, 272, 300, 347, 428, 495	Julie Doucets allerschönste Comic Strips	133, 307, 417, 494, 521
Dragon Ball	82, 83	Kafka für Afrikaner	446, 495
Dri Chinisin	48, 323	Kaput & Zösky	76
Echo Avenue	67, 412	Karikatur	67
Edmund	387	Killing Joke	227, 234, 434, 498
Ein letztes Wort zum Kino	386	Kinderland	169, 197, 199, 200, 228, 229, 230, 231, 248, 262, 414, 442, 458, 492, 495, 510
Eindringlinge	412, 414, 495	Kiste	93, 152, 201, 494, 517
Eine Schwester	412	Kitaro	85, 224, 231, 232, 245
Einmal durch den Louvre	386	Kleiner Strubbel	77, 78, 184, 185, 188, 198, 221, 301, 381, 382, 458, 459, 467, 468, 470, 494, 501, 511, 520
Elise und die neuen Partisanen	471, 473	Koma	337, 338, 387, 413, 522
Esthers Tagebücher	387	Konstellationen	254
Franz Kafkas nonstop Lachmaschine	53, 446	KRMKRM	64, 72, 217, 236
Fritz the Cat	65, 197, 337, 452, 522	LastMan	88, 89, 191, 283, 413, 464, 465, 466, 475, 494, 515
Fun Home	255	Lehrjahre	343
Für das Imperium	440	Love & Rockets	59, 62, 63, 66, 72, 236
Ganz gleich	415	Lucky Luke	157, 413, 414, 496
Gemma Boverly	335, 336, 495	Lustiges Taschenbuch	208, 328, 379
Ghost World	67, 254	Mädchenworld	183
Goliath	346, 425, 494, 514	Maus	51, 255, 375, 379, 496
Grenzenlos	338, 522	Mein Freund, der Rechner	348, 350, 409
Habibi	113, 120, 495	Mickey Mouse	375
Halbe Wahrheiten	412	Mimi, Jakob und die sprechenden Hunde	339
Heimat. Ein Deutsches Familienalbum	34, 322, 325, 496, 499, 514, 521	Monsieur Jean	254, 370, 371, 417, 494, 496
Herr Hase/Lapinot	70, 71, 72, 167, 214, 349, 350, 351, 495, 519		
Hey, warte mal...	411		
Hicksville	330, 522		
Hilda	77, 78, 157, 183, 198, 248, 437, 442, 443, 476, 495		
Hitler	85, 495		

Mumins		Schmetterlinge im Bauch	67
52, 75, 76, 77, 196, 198, 221, 262, 267, 301, 303, 336, 397, 398, 494		Schnitte	129, 417
Nausea	48, 329, 337, 522	Schönheit	453, 454, 494
Nicht ohne meine Konsole		Smalltown Boy	64, 67, 254
	348, 350, 409, 523	Sokrates der Halbhund	345
Olympia in Love - Eine Komödie in 50 Gemälden	380, 386, 523	Sommer am See	228, 230, 343, 495
Omelett	383	Sommerblond	411
Orang	219, 265, 275, 404, 490	Spirou	157, 192, 321, 322, 521
Peanuts	76	Stups & Krümel	231, 232, 494
Persepolis	51, 237, 255, 496	SuperMutant Magic Academy	338, 522
Pirouetten	228, 230, 437, 439, 495	Tagebuch einer Reise	
Polina	413		114, 151, 197, 335, 515
Prosopopus	381, 382	Tamara Drewe	334, 335
Ratgeber für schlechte Väter	268	The Artist	152, 346, 426, 457, 494
Rhesusinkompatibilität	64, 67	Tintin	65, 206, 322, 368
Richtung	78, 383	Unerschrocken	308, 309, 492
Roxanne & George	404, 405, 517	Weltraumkrümel	248
Rückkehr aufs Land	413	Wir können ja Freunde bleiben	
Running Girl	191		260, 261, 491, 495
		Wondertüte	254

Table des illustrations

Couverture : Logo Reprodukt dessiné par Fil, en couverture et au dos de Fil, *Stups & Krümel – Mega-Sammelband*, Reprodukt, 2019.

Illustration 1 : Portrait de Dirk Rehm, Mawil, 2018. 60

Illustration 2 : Annonce publicitaire. Illustration de Jaime Hernandez, extraite de *Der Tod von Speedy*. Reproduite depuis Hofmann, Matthias, « Comic Report », *Alfonz - Der Comicreporter*, no 4, 2021, p. 7..... 63

Illustration 3 : Dédicace à Dirk Rehm. Trondheim, Lewis, 2003 ou 2004. 74

Illustration 4 : Fond de carte trouvé sur <http://www.americas-fr.com/geographie/cartes/villes-allemande.html>..... 105

Illustration 5 : Photo prise par Maiwald, Christian, « Zu Besuch bei Pozkal (2) », sur le site de Reprodukt via Archive.org, 19 août 2011, <https://web.archive.org/web/20120803031858/http://blog.reprodukt.com/zu-besuch-beipozkal-2/> ; consulté le 25/02/2022..... 113

Illustration 6 : Mawil, « Szenen einer Ehe », *Action Sorgenkind*, Reprodukt, 2007, p. 47..... 116

Illustration 7 : Michalke, Andreas, « Verkehrsberuhigt », *Der analoge Mann*, Reprodukt, 2019, p. 84. 135

Illustration 8 : Fil, « Playmo und der Vampir des Grauen's », *Stups & Krümel Mega Sammelband*, Reprodukt, 2019, sans pagination..... 136

Illustration 9 : Becker, Romain, « Les Aventures de Reprodukt à Berlin », *Allemagne d'Aujourd'hui*, N°240, 2022, p. 167. Fond de carte trouvé sur https://d-maps.com/carte.php?num_car=6155&lang=fr..... 139

Illustration 10 : Photo prise par Groenewold, Peter, « Bülowstraße 52: Fuck You ! », *Café Deutschland*, 26 janvier 2016, <http://cafe-deutschland.blogspot.com/2016/01/bulowstrae-52-fuck-you.html> ; consulté le 18/06/2023..... 142

Illustration 11 : Anonyme, photo trouvée sur le site de la fondation Maryon, <https://maryon.ch/fr/liegenschaft/exrotaprint/> 150

Illustration 12 : Becker, Anne, Portrait de la rédaction de Reprodukt, 2018, trouvée sur le portfolio en ligne d'Anne Becker, <https://becker-illustration.com/portraits> 152

Illustration 13 : Anonyme, photo trouvée sur le site de Modern Graphics. <https://modern-graphics.de/Modern-Graphics-im-Prenzlauer-Berg/> 156

Illustration 14 : Mawil, peinture sur boîtier électrique. Photos prises par Mawil le 28/08/2021, trouvée sur le site de Mawil. <https://www.mawil.net/comics-unter-strom/> 157

Illustration 15 : Anonyme, photo trouvée sur le site de Modern Graphics. <https://modern-graphics.de/Modern-Graphics-im-Prenzlauer-Berg/> 159

Illustration 16 : Bannière du site de Reprodukt, <https://reprodukt.com/>, consulté via <https://web.archive.org/> en sélectionnant des dates de juin 2013, juillet 2013 et décembre 2021. Haut: Illustration tirée de la couverture de Franz, Aisha, *Brigitte und der Perlenhort*, Reprodukt,

2012. Au milieu : Illustration tirée de la couverture de Blain, Christophe, <i>Gus 1: Nathalie</i> , Reprodukt, 2007. En bas : Illustration de Mawil de 2014, probablement créée pour la promotion de <i>Kinderland</i> et non pas tirée de l'œuvre.	169
Illustration 17 : Bellstorf, Arne, <i>Sans titre</i> , 7 ^e prospectus de Graphic-Novel.info, 2013	180
Illustration 18 : Photo prise par moi-même. Couvertures de bandes dessinées. Colonne de gauche : Hommer, Sascha, <i>Insekt</i> , Reprodukt, 2006. Mahler, Nicolas, <i>Das Ritual</i> , Reprodukt, 2018. Michalke, Andreas, <i>Der analoge Mann</i> , Reprodukt, 2019. Yelin, Barbara ; Von Steinaecker, Thomas, <i>Der Sommer ihres Lebens</i> , Reprodukt, 2017.	
Colonnes du milieu : Klengel, Katja, <i>Girlsplaining</i> , Reprodukt, 2018. Jüliger, Lukas, <i>Unfollow</i> , Reprodukt, 2020. Bellstorf, Arne ; Hommer, Sascha (éd.), <i>Orang 9: Atlas</i> , Reprodukt, 2011. Evens, Brecht, <i>Panter</i> , Reprodukt, 2016. De Radiguès, Max, <i>Bastard</i> , Reprodukt, 2018. Klingner, Kathrin, <i>Katze hasst Welt</i> , Reprodukt, 2016. Franz, Aisha, <i>Brigitte und der Perlenhort</i> , Reprodukt, 2012.	
Colonne de droite : Feuchtenberger, Anke ; De Vries, Katrin, <i>Die hure h</i> , Reprodukt, 2003. Mawil, <i>Meister Lampe</i> , Reprodukt, 2006. Tamaki, Jillian ; Tamaki, Mariko, <i>Ein Sommer am See - Taschenbuch</i> , Reprodukt, 2020. Meurisse, Catherine, <i>Olympia in Love - Eine Komödie in 50 Gemälden</i> , Reprodukt 2018.	213
Illustration 19 : Mawil, Schmidt ; Jochen, « Kleines DDR-Glossar », in Mawil, <i>Kinderland - Eine Kindheit im Schatten der Mauer - Taschenbuch</i> , Reprodukt, 2019, p. 290-292....	230
Illustration 20 : Fascicule <i>Kindercomics Herbstprogramm 2021</i> , p. 1-2. Trouvé sur le site Issuu. https://issuu.com/reprodukt/docs/h21_kico_vorschau_einelseiten_web . Illustration promotionnelle de Marc Boutavant pour la série <i>Ariol</i> , co-signée avec Emmanuel Guibert.	257
Illustration 21 : Couverture de la deuxième édition de Mawil, <i>Wir können ja Freunde bleiben</i> , Reprodukt, 2003.....	261
Illustration 22 : Photo prise par moi-même. Logos se trouvant à la première ou à la dernière page de bandes dessinées. Colonne de gauche : Moki, <i>Sumpfland</i> , Reprodukt, 2019. Mahler, Nicolas, <i>Franz Kafkas nonstop Lachmaschine</i> , Reprodukt, 2014. Mawil, <i>Meister Lampe</i> , Reprodukt, 2006. Mahler, Nicolas, <i>Das Ritual</i> , Reprodukt, 2018. Hommer, Sascha, <i>In China</i> , Reprodukt, 2016.	
Colonne du milieu gauche : Franz, Aisha, <i>Brigitte und der Perlenhort</i> , Reprodukt, 2012. Hommer, Sascha, <i>Insekt</i> , Reprodukt, 2006. Mawil, <i>Action Sorgenkind</i> , Reprodukt, 2007. Yelin, Barbara ; Von Steinaecker, Thomas, <i>Der Sommer ihres Lebens</i> , Reprodukt, 2017. Fil, <i>Didi & Stulle: Danger in Moskau</i> , Reprodukt, 2016.	
Colonne du milieu droit : Evens, Brecht, <i>Panter</i> , Reprodukt, 2016. Kühn, Antonia, <i>Lichtung</i> , Reprodukt, 2018. Fil, <i>Always Ultra</i> , Reprodukt, 2020. Feuchtenberger, Anke ; De Vried, Katrin, <i>Die hure h</i> , Reprodukt, 2003. Klingner, Kathrin, <i>Katze hasst Welt</i> , Reprodukt, 2016.	
Colonne de droite : Michalke, Andreas, <i>Der analoge Mann</i> , Reprodukt, 2019. Meurisse, Catherine, <i>Olympia in Love - Eine Komödie in 50 Gemälden</i> , Reprodukt 2018. Klengel, Katja, <i>Girlsplaining</i> , Reprodukt, 2018. Michalke, Andreas, <i>Smalltown Boy</i> , Reprodukt, 1999. Tamaki, Jillian ; Tamaki, Mariko, <i>Ein Sommer am See - Taschenbuch</i> , Reprodukt, 2020.	263

Illustration 23 : Gauche: Post de Reprodukt sur Facebook du 03/03/2021. https://m.facebook.com/Reprodukt/posts/10157679094176021/?refsrc=deprecated&_rdr . Droite: Post de Reprodukt sur Twitter du 03/03/2018. https://x.com/ReproduktComics/status/970048667922124802?s=20	307
Illustration 24 : Post de Reprodukt sur Facebook du 08/03/2019. https://www.facebook.com/Reprodukt/posts/pfbid02TdnLXQsWgbSpLnZD19vugH5YXyo1xtGBYKXseX2KjV1a5XfwK8Q4RJ6XjYecUyhAl?locale=ms_MY	308
Illustration 25 : Post de Reprodukt sur Instagram du 05/03/2021. https://www.instagram.com/p/CMFbs1AKv5D/	308
Illustration 26 : Post de Reprodukt sur Instagram du 26/09/2020.. https://www.instagram.com/p/CFmytCAgH_r/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	311
Illustration 27 : Illustration créée par moi-même.	317
Illustration 28 : Gris, Juan, <i>Compotier et Journal</i> , Huile sur toile, 1925. Dans une collection privée. Reproduction trouvée sur le site de vente aux enchères Christie's https://www.christies.com/lot/lot-5811616	356
Illustration 29 : Gauche: McKean, Dave ; Morrison, Grant, <i>Arkham Asylum: A Serious House on Serious Earth</i> , DC, 1989, sans pagination. Milieu: McKean, Dave ; Morrison, Grant, <i>Asilo Arkham - Uma Séria Casa em um Sério Mundo</i> , Editora Abril, 1990, sans pagination. Droite: McKean, Dave ; Morrison, Grant, <i>Asilo Arkham - Uma Séria Casa em um Sério Mundo</i> , Panini, 2013, sans pagination.	358
Illustration 30 : Illustrations mises à disposition par la fondation Dr. Erika-Fuchs-Stiftung. Gauche : Barks, Carl, « <i>Donald Duck in 'Forbidden Valley'</i> », <i>Donald Duck</i> 54, 1957, page inconnue. Milieu : Barks, Carl « <i>Donald Duck in 'Das verbotene Tal'</i> », <i>Micky Maus</i> 20, <i>Beilage</i> 4, 1960, p. 24. Droite : Barks, Carl, « <i>Die Gurkenkrise</i> », <i>Micky Maus</i> 17, 1977, p. 39.	376
Illustration 31 : Post de Pénélope Bagieu sur Twitter du 13/03/2020. https://twitter.com/penelopeb/status/1238401447487770625 . Illustration tirée de Bagieu, Pénélope ; Dahl, Roald, <i>Hexen hexen</i> , Reprodukt, 2020, p. 16.	432
Illustration 32 : Postés de Dorothée de Monfreid et de Pénélope Bagieu sur Twitter du 13/03/2020. https://x.com/DdeMonfreid/status/1238401657588846592?s=20	432
Illustration 33 : Illustrations de couverture. Gauche : Crumb, Robert, <i>R. Crumb's America</i> , Knockabout Comics, 1993. Milieu : Crumb, Robert, <i>Amerika</i> , Reprodukt, 2019. Droite : Crumb, Robert, <i>Cornélius</i> , 2004.	448
Illustration 34 : Illustration de couverture de Hubert ; Kerascoët, <i>Schönheit</i> , Reprodukt, 2013.. . . .	454
Illustration 35 : Illustration de couverture de Hubert ; Kerascoët, <i>Schönheit - Vorzugsausgabe</i> , Reprodukt, 2013.	454
Illustration 36 : Post de Reprodukt sur Instagram du 05/02/2021. https://www.instagram.com/p/CK6kxPBB4L1/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	457

Illustration 37 : Illustration de couverture de Fraipont, Céline ; Bailly, Pierre, *Petit Poilu : La tribu des Bonapéti*, Dupuis, 2009. 468

Table des Matières

Remerciements.....	i
Note de l’auteur.....	iii
Sommaire	v
Introduction	1
État de l’art	14
Aperçu des <i>comics studies</i>	14
Recherches germanophones sur la bande dessinée.....	20
Recherches sur la bande dessinée germanophone	28
Étudier l’édition de bandes dessinées	37
Méthodologie.....	45
Élaborer une base de données pour analyser un catalogue de bandes dessinées	46
Quels aspects et quelles œuvres analyser ?.....	54
Plan.....	57
I. Histoire et géographie de Reprodukt : du projet <i>punk</i> à l’entreprise à succès.....	59
A. Reprodukt à travers le temps.....	59
1) Débuts alternatifs (1991 – 2004).....	59
Un punk aux manettes	59
Une continuité narrative et visuelle ?	66
2) Vers une production plus massive (2005 – 2015)	70
Mr. Lewis et Dr. Trondheim	70
Reprodukt c’est beau la vie, pour les grands et les petits	75
3) Modern Graphics : crise et diversification (2016 – 2019)	78
4) Nouveau sens de lecture, nouveau public : le manga chez Reprodukt (2019-2021) .	81
5) Reprodukt la survivante : les éditeurs concurrents sont-ils déjà morts ?	87
B. Reprodukt à travers l’espace : enjeux d’une implantation à Berlin	94
1) Berlin, épicecentre de l’édition allemande ?.....	94

<i>Loin des festivals, loin du cœur de la bande dessinée : une capitale excentrée</i>	101
2) Berlin, interface entre l'Est et l'Ouest : un avantage pour la production de livres ?	109
3) <i>Verliebt in Berlin</i> : une ville qui attire les artistes, les ambassades et les éditeurs....	121
Babel Berlin : une terre fertile pour l'immigration	127
4) Berlin, cadre et contenu d'œuvres.....	134
5) De Schöneberg à Prenzlauer Berg : ce que disent ses quartiers de Reprodukt	138
ExRotaprint : pérennité, engagement et symbolique d'un endroit	145
6) Modern Graphics : une vitrine pour Reprodukt ?.....	153
II. Le catalogue de Reprodukt : une cohérence dans l'incohérence ?	163
A. Catégoriser le catalogue : comment désigner ses œuvres ?.....	164
1) Du <i>Comic</i> au <i>Manga</i> : une question de distinction	169
2) Comics	172
3) Graphic Novels	175
4) Kindercomics	183
5) Manga	189
B. Rythme de publication	193
1) Premiers succès, première crise : Reprodukt de 1991 à 2010.....	194
2) Intensification de la production : Reprodukt de 2010 à 2016.....	196
3) Effondrement et réorganisation : Reprodukt de 2017 à 2021	199
C. Formats, couvertures, pages : un catalogue protéiforme	205
1) Formation accélérée sur le format.....	205
Quels formats pour le monde germanophone ?	208
2) Le format chez Reprodukt : comment se distinguer du reste de l'industrie ?.....	210
Vers une individualisation des livres.....	210
Quelles différences avec le marché germanophone ?	216
L'habit fait-il le livre ? Des formats privilégiés en fonction de l'époque et du livre	220
Le livre de poche : une stratégie pour s'en mettre plein les poches ?	225
Les mains dans les poches ? Une conversion parfois difficile.....	232

3)	Pages, prix, couleurs.....	235
	Toujours plus longs, toujours plus forts ?.....	235
	Un prix qui augmente... ..	241
	... mais qui se justifie	245
	Les couleurs chez Reprodukt : tout est-il noir et blanc ou faut-il nuancer ?	250
	Revendiquer les disparités.....	258
D.	Qui crée les œuvres chez Reprodukt ?.....	265
1)	Un réseau d'éditeurs international.....	265
2)	Quelques habitué-es, beaucoup d'occasionnel·les	270
3)	Nationalité des artistes.....	274
4)	Genre des artistes.....	286
	<i>Gender</i> et <i>Genre</i> : qui travaille sur quoi ?	292
	Partenariats déséquilibrés.....	299
	Un engagement d'apparence ?	306
III.	Éditeur importateur : comment adapter une bande dessinée à son public ?.....	313
A.	Rendre visible l'invisible : traduire le contenu de bandes dessinées.....	313
1)	Traduire sans trahir : des traductions parfois anonymes, mais pas anodines	315
	Pourquoi cacher l'adaptation ?	324
	Être transparent-e, une stratégie de gagnant-es ?	328
	Entre liberté et exigence de la traduction	331
	La constance de l'inconstance	334
	Récompenser et rémunérer la traduction de bandes dessinées	339
	Préciser la génétique des adaptations – une omission volontaire ?	347
2)	Lettrage à tous les étages : un art du visible invisibilisé	352
	Jeu de main, jeu de Germain ? Pourquoi insister sur le lettrage manuel ?.....	363
	Le lettrage mécanique : travailler moins pour gagner plus ?	372
	La parole coûte de l'argent, le silence est d'or.....	381
3)	Des titres et des lettres : qui traduire ? Qui lettrier ?	384

Des Traducteur·ices généralistes ou spécialisé·es ?	384
Traducteur et traductrice riment-ils avec auteur et autrice ?.....	389
Analyse du lettrage chez Reprodukt	404
Le lettrage mécanique : solution de secours ou fidélité artistique ?	409
Qui s’occupe du lettrage manuel et pourquoi ?	415
Hommes et femmes de lettres : qui sont les lettré·euses extérieur·es ?	420
Qui lettré quoi ? Y a-t-il un genre pour l’écriture ?.....	427
B. S’appropriation des adaptations : l’éditeur comme auteur	434
1) Changer le format et le prix pour changer de public	436
2) Nouveautés anciennes.....	441
3) Un visuel attrayant : maquiller une œuvre pour la réactualiser ?.....	444
4) Un calendrier conscient (et parfois contraint)	455
Un modèle de double-entrée littéraire ?	460
5) Publier ou ne pas publier ? Une question de temps, d’argent, et de politique.....	464
Éviter la censure sans être censeurs.....	470
Une stratégie qui paie... mais qui coûte parfois cher.....	474
Conclusion : Une maison d’édition encore en construction ?	477
Bibliographie	494
Index.....	524
Table des illustrations.....	531
Table des Matières	535

Résumé :

Cette thèse explore l'évolution des pratiques éditoriales de Reprodukt, un éditeur berlinois qui publie des bandes dessinées en allemand. À travers une étude quantitative du catalogue et des analyses d'œuvres précises, ce travail de recherche illustre l'importance d'une maison d'édition pour qu'une bande dessinée trouve son public, en particulier sur un marché qui lui est hostile.

À mesure que sa ligne éditoriale change et se diversifie, Reprodukt passe d'une micro-entreprise dans un ancien squat à une maison d'édition indépendante de taille moyenne. Alors qu'elle publiait initialement des artistes nord-américain-es et allemand-es *punk*, elle s'appuie progressivement de plus en plus sur des œuvres franco-belges grand public et augmente sa cadence de production. Son identité est certes forgée par ses publications, mais aussi par son implantation dans l'industrie très polarisée de la bande dessinée germanophone, et par sa localisation à Berlin, un centre pour l'art alternatif. L'entreprise, qui édite surtout des œuvres étrangères, fait office d'interface entre la bande dessinée internationale et l'aire germanophone : en cela, son travail consiste avant tout à adapter des bandes dessinées à un nouveau lectorat. Ce travail étudie ainsi ses choix concernant la traduction et le lettrage, mais aussi le format, le prix, le moment de publication, etc. Systématiquement, la maison d'édition cherche à valoriser son activité en particulier et le neuvième art en général. Reprodukt révèle ainsi de manière exemplaire les difficultés de la bande dessinée germanophone et les stratégies utilisées pour y faire face.

Mots-clés : Bande dessinée, Allemagne, adaptation, édition, édition alternative, livre, matérialité, format

Abstract:

This doctoral thesis explores the editorial practices of Reprodukt, a Berlin-based publisher of German-language comics, and how they evolve. Using a quantitative study of its catalogue and by analyzing precise publications, this work illustrates the importance of a publisher for a comic to find its public, especially in a hostile market.

At the same time as its editorial policy changes and grows more diverse, Reprodukt goes from a small company in a former squat to a middle-sized independent publishing house. While it initially published North-American and German punk artists, it progressively relied more and more on Franco-Belgian pieces with a large appeal. Its identity is forged by its publications, but also by its localization in the very polarized German-language comics market, and in Berlin, a center for alternative art. The company, which mostly edits foreign pieces, acts as an interface between international comics and the German-language world: its work thus largely consists of adapting comics to a new readership. This research studies its choices regarding translation and lettering – an essential step for comics art –, but also format, price, date of publication, etc. Systematically, the publishing house seeks to highlight its activity in particular and the so-called Ninth Art in general. Reprodukt thus exemplifies the difficulties of German-language comics and the strategies to confront them.

Keywords: Comics, Germany, adaptation, publishing, alternative publishing, book, materiality, format