

**ATELIER 5**

# LE RAYON MANGA, LEVIER DE FIDÉLISATION ET DE CROISSANCE EN LIBRAIRIE ?

**Animateur : Benoit Huot**, responsable éditorial manga chez Glénat **Intervenants : Quentin Frachon**, librairie Folies d'encre à Montreuil, **Pascal Estragnat**, librairie La Parenthèse à Annonay

# DÉFINITION

- Le terme manga désigne tout simplement la **bande dessinée japonaise**.
- Par extension, en France, il désigne les œuvres qui utilisent les codes du manga.
- Certain·e·s font des distinctions selon la provenance géographique des mangas (*manhwa* pour le manga coréen, “manfra” pour le manga français, par exemple) mais ces distinctions ne sont pas forcément pertinentes.

# **LES TROIS GRANDS GENRES DE MANGA**

# LE SHÔNEN

- Des aventures à destination des garçons adolescents
- Le héros a l'âge de son lectorat et grandit avec lui.
- Les valeurs du *shônen* : amitié, dépassement de soi et action
- Séries pouvant être très longues
  
- Exemples de séries :
  - Chez Glénat : *Dragon Ball*, *One Piece*, *Tokyo Ghoul*, *Bleach*, *Ranma 1/2*
  - Ailleurs : *Naruto*, *Fairy Tail*, *My Hero Academia*, *One Punch Man*, *Ki et Hi*



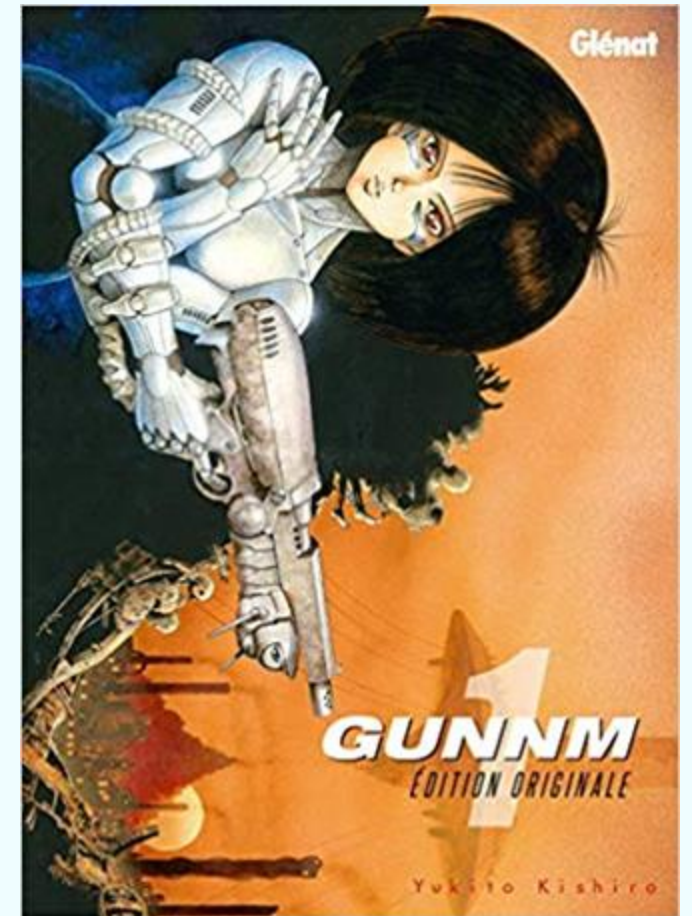
# LE SHÔJO

- Des aventures à destination des adolescentes
- L'héroïne a l'âge de son lectorat et grandit avec lui.
- Les valeurs du *shôjo* : émotions, introspection, relations
- Séries plutôt courtes
  
- Exemples de séries :
  - Chez Glénat : *Kilari*, *Mei's Butler*
  - Ailleurs : *Nana*, *Fruits Basket*, *Love Mission*, *Orange*



## LE SEINEN

- Des mangas adultes mais pas forcément *pour* adultes
- Des intrigues complexes et des sujets variés
- Exemples de séries :
  - Chez Glénat : *Ghost in the shell*, *Les Gouttes de Dieu*, *Ajin*, *Gunnm*
  - Ailleurs : *L'Attaque des titans*, *Monster*, *Übel Blatt*





# LE MANGA AU JAPON

Immeuble de Kodansha



Immeuble de Shueisha

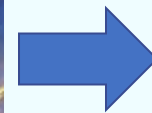
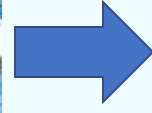
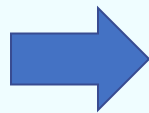


Immeuble de Shogakukan



# LE SCHÉMA DE PRODUCTION

- Au départ, le ***mangashi*** : prépublication par chapitre en magazine
- Ensuite, le ***tankobon*** : publication en volume relié (le manga tel qu'on le connaît)
- Si succès, déclinaison en ***anime***
- Si succès de l'anime, développement des **produits dérivés**

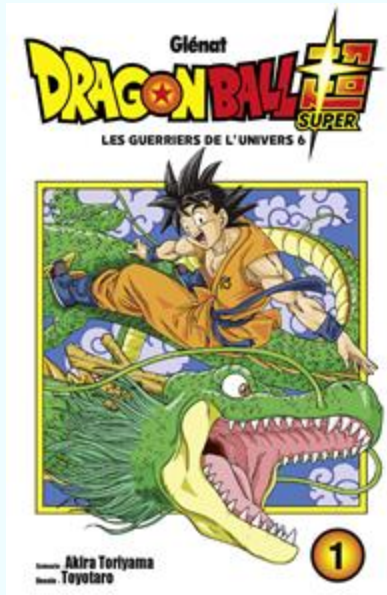




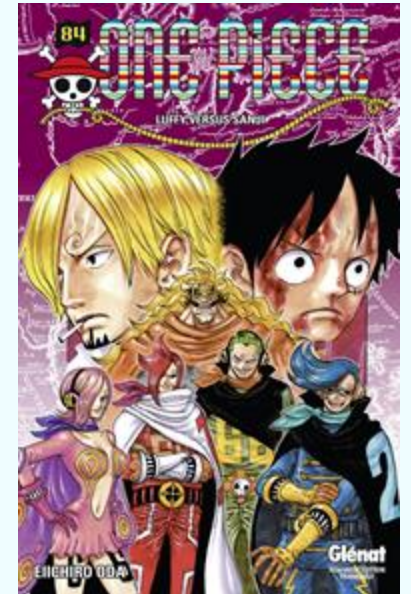
# QUELQUES CHIFFRES STRATOSPHERIQUES (TOUJOURS AU JAPON)

- Marché des mangashi 2017 : 266 millions d'exemplaires
- Marché des tankobon 2017 : 316 millions d'exemplaires
  - (vs 43 millions en France, soit un rapport de 1 à 7)
- Tirages du *Weekly Shônen Jump*
  - En 2017 : 1,91 millions d'exemplaires
- À la grande époque *Dragon Ball*
  - En 1984 (début de Dragon Ball) : 3,7 millions d'exemplaires
  - En 1994 : 6,2 millions d'exemplaires
  - En 1995 (fin de Dragon Ball) : 5,5 millions d'exemplaires

# COMPARAISON MONDE/JAPON/FRANCE

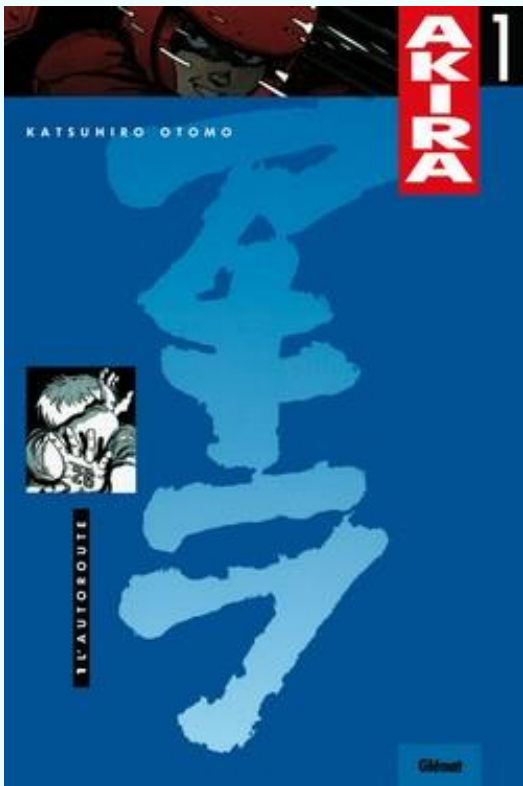


- **Dragon Ball :**
  - en 2016, 230 millions d'exemplaires en circulation dans le monde
  - en France, à la même date, 20 millions d'exemplaires vendus (22 millions aujourd'hui)
  
- **One Piece :**
  - entré dans le livre des records 2015 comme série la plus imprimée (320 millions d'exemplaires)
  - en France, plus de 21 millions d'exemplaires vendus à ce jour



**EN FRANCE**

# AUX ORIGINES DU MANGA (CHEZ GLÉNAT)



- 1988, 1989, 1991, les trois dates d'*Akira*

- 1993, l'arrivée de *Dragon Ball*

- 2000, les débuts de *One Piece*



## POURQUOI ÇA MARCHE

- **“Beaucoup de pages, souvent, pour pas cher”**
  - Environ 200 pages par volume, contre 48 en BD
  - Une publication en feuilleton qui nourrit l’intérêt
  - Un rythme de sortie soutenu en accord avec les attentes actuelles
  - Un prix très attractif : 2 à 3 mangas pour le prix d’une BD
  - Des thèmes en accord avec le lectorat visé
- Les adaptations audiovisuelles : la cerise sur le gâteau





# LE MARCHÉ FRANÇAIS AU 31/12/18

- **Marché global du livre**  
354 millions d'exemplaires vs 356 millions en 2017 (-0,56 %)  
CA 2018 : 3,94 milliards€ vs 3,97 milliards en 2017 (-0,75 %)
- **Secteur BD-Manga-Comics cumulé**  
43,6 millions d'exemplaires vs 42,5 millions en 2017 (+2,58 %)  
CA 2018 : 510 M€ vs 499 M€ en 2017 (+2,20 %)
- Secteur manga seul  
16,7 millions d'exemplaires vs 15 millions en 2017 (+11,33 %)  
CA 2018 = 128 M€ vs 115 M€ en 2017 (+11,30 %)
- Soit une progression de **+11 %** sur un an (et +22 % sur deux ans)
- C'est donc essentiellement le manga qui explique la forte progression du segment BD+Manga.

## DANS LE DÉTAIL

- Chiffres pour les librairies adhérentes à l'Observatoire de la librairie.
- Période du 01/01/2018 au 31/12/2018
- Périmètre constant

## PART DES VENTES

	Ventes de BD	Ventes de mangas
National (périmètre constant)	<b>8,49 %</b>	<b>1,68 %</b>
Librairies CA inférieur à 300k€/an (périmètre constant)	<b>5,26 %</b>	<b>2,01 %</b>
Librairies CA entre 300k€/an et 600k€/an (périmètre constant)	<b>5,90 %</b>	<b>2,44 %</b>
Librairies CA entre 600k€/an et 1 000k€/an (périmètre constant)	<b>7,65 %</b>	<b>1,59 %</b>
Librairies CA entre 1 M€/an et 2 M€/an (périmètre constant)	<b>8,40 %</b>	<b>1,41 %</b>
Librairies CA au-delà de 2 000k€/an	<b>14,52 %</b>	<b>1,93 %</b>
Librairies CA au-delà de 4 000k€/an	<b>10,18 %</b>	<b>1,49 %</b>

# ÉVOLUTION DES VENTES 2017 – 2018

	Total	BD	Manga
National (périmètre constant)	-0,50 %	7,30 %	11,00 %
Librairies CA inférieur à 300k€/an (périmètre constant)	3,00 %	12,50 %	19,10 %
Librairies CA entre 300k€/an et 600k€/an (périmètre constant)	3,80 %	8,40 %	6,50 %
Librairies CA entre 600k€/an et 1 000k€/an (périmètre constant)	2,50 %	9,10 %	17,00 %
Librairies CA entre 1 M€/an et 2 M€/an (périmètre constant)	0,70 %	8,10 %	12,20 %
Librairies CA au-delà de 2 000k€/an	-3,00 %	1,90 %	7,30 %
Librairies CA au-delà de 4 000k€/an	-2,00 %	4,80 %	12,90 %

Un rayon très dynamique

# MARGE

	Total	BD	Manga
National (périmètre constant)	36,30 %	37,30 %	37,20 %
Librairies CA inférieur à 300k€/an (périmètre constant)	33,20 %	34,30 %	33,40 %
Librairies CA entre 300k€/an et 600k€/an (périmètre constant)	35,10 %	35,10 %	36,30 %
Librairies CA entre 600k€/an et 1 000k€/an (périmètre constant)	35,20 %	35,50 %	36,50 %
Librairies CA entre 1 M€/an et 2 M€/an (périmètre constant)	36,90 %	37,40 %	36,90 %
Librairies CA au-delà de 2 000k€/an	36,60 %	38,40 %	37,90 %
Librairies CA au-delà de 4 000k€/an	36,60 %	38,90 %	38,70 %

Une meilleure marge



## TAUX DE RETOUR

	Total	BD	Manga
National (périmètre constant)	19,20 %	18,40 %	16,20 %
Librairies CA inférieur à 300k€/an (périmètre constant)	20,70 %	14,30 %	19,40 %
Librairies CA entre 300k€/an et 600k€/an (périmètre constant)	21,90 %	21,30 %	19,90 %
Librairies CA entre 600k€/an et 1 000k€/an (périmètre constant)	22,20 %	20,20 %	19,30 %
Librairies CA entre 1 M€/an et 2 M€/an (périmètre constant)	18,80 %	18,00 %	16,80 %
Librairies CA au-delà de 2 000k€/an	20,50 %	20,30 %	15,30 %
Librairies CA au-delà de 4 000k€/an	16,10 %	17,10 %	13,50 %

Un taux de retour plus faible

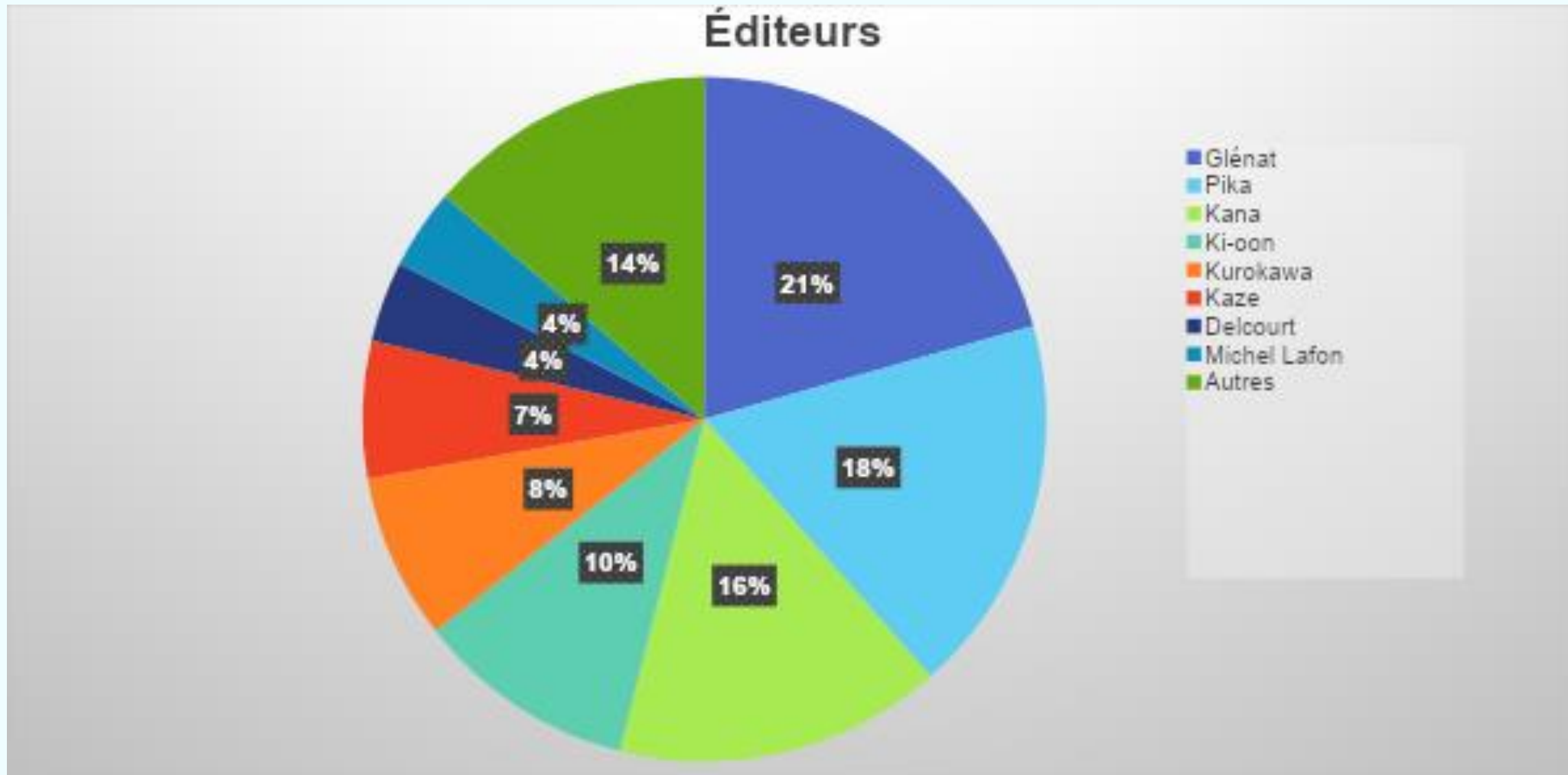
## Rotation

	Total	BD	Manga
National (périmètre constant)	3,62	3,94	3,95
Librairies CA inférieur à 300k€/an (périmètre constant)	2,67	3,38	2,45
Librairies CA entre 300k€/an et 600k€/an (périmètre constant)	3,20	3,58	3,87
Librairies CA entre 600k€/an et 1 000k€/an (périmètre constant)	3,08	3,11	3,30
Librairies CA entre 1 M€/an et 2 M€/an (périmètre constant)	3,46	3,41	3,34
Librairies CA au-delà de 2 000k€/an	4,00	3,91	4,47
Librairies CA au-delà de 4 000k€/an	4,06	4,01	4,47

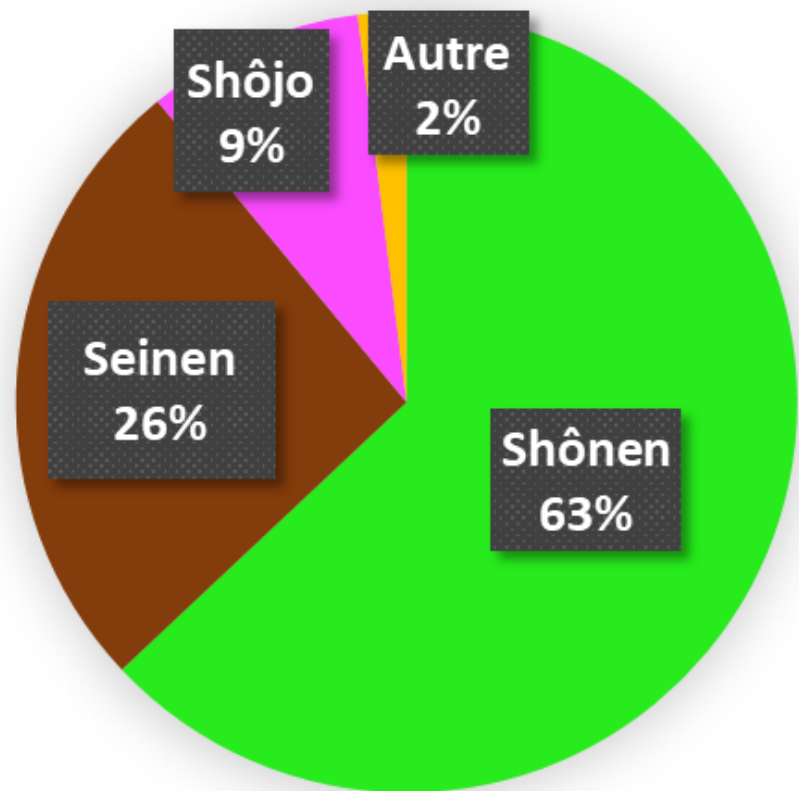
**Une meilleure rotation**

**QUELLE OFFRE PROPOSER**

# RÉPARTITION DES ÉDITEURS MANGA



# RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR TYPE DE MANGA



## Progression des ventes 2018/2017

Shônen : **+ 15 %**  
(+29 % en deux ans)

Seinen : **+ 4 %**  
(+15 % en deux ans)

Shôjo : **+ 9 %**  
(-1 % en deux ans)



# TENDANCES ET ÉVOLUTION

- Une polarisation du lectorat sur les best-seller
- Une diversification des thèmes
- Une dimension patrimoniale reconnue, des éditions prestige
- L'essor du manga de création



**À VOS QUESTIONS !**

# FOIRE AUX QUESTIONS

- **Faut-il avoir tous les tomes d'une série, en particulier lorsqu'elle est longue ?**

Oui et non. Non parce que, généralement, les premiers et les derniers tomes d'une série suffisent, les tomes intermédiaires étant disponibles à la commande. Oui parce que, sur des séries phares, le fait de disposer de l'intégralité d'une série ancre cette idée dans le lectorat et permet de le fidéliser encore davantage vis-à-vis du point de vente.

- **Est-il judicieux de diversifier son offre, en proposant par exemple des produits dérivés ?**

Les produits d'arrivée constituent un excellent produit d'appel, en particulier les figurines. Elles permettent notamment de développer les ventes mangas de deux manières. Tout d'abord en permettant un cadeau groupé type « Le manga et sa figurine ». Ensuite parce que le prix des figurines, souvent élevé, rabat le jeune lectorat vers l'achat des volumes papier.

## FOIRE AUX QUESTIONS – LA SUITE

- **Vu la production, est-il pertinent d'envisager la revente de manga d'occasion ?**  
Cela peut s'envisager mais avec différentes réserves. Tout d'abord, bien veiller à conserver une part importante de livres neufs car ils constituent le produit d'appel idéal : les lecteurs viennent d'abord acheter de la nouveauté. Ensuite, être très vigilant dans les choix de reprise en ne se focalisant que sur les séries réellement connues/recherchées, pour éviter d'avoir un stock mort.
- **Faut-il prendre tous les tomes 1 des nouveautés qui paraissent ?**  
Oui. L'accroche du lecteur sur un manga se fait généralement sur les trois premiers tomes. Ne pas prendre de tome 1 revient à bloquer cette accroche *a priori* et à se priver de ventes potentielles. Si, passé trois tomes, la série n'a pas décollé, il convient alors de prendre les mesures qui s'imposent.

## FOIRE AUX QUESTIONS – LA RESUITE

- **Le *shônen* ne tourne-t-il pas en rond avec ses histoires ?**

Lorsqu'on lit beaucoup de *shônen*, un schéma narratif récurrent apparaît : un héros faible, généralement sans parent, mais qui va révéler des capacités insoupçonnées à force de persévérance et d'amitié. Mais ce n'est pas parce qu'un schéma revient qu'il est forcément mauvais et ce, pour deux raisons. Tout d'abord, les adolescents, à qui s'adresse le *shônen*, ne perçoivent pas ces schémas car ils n'ont pas encore développé leur culture livresque. Ensuite, les auteurs savent jouer de ces schémas pour les rendre amusants et innovants.

- **Quelles animations envisager pour soutenir les ventes de mangas en librairie ?**

Sauf exception, la venue de *mangaka* en provenance du Japon est exclue pour des raisons de coûts. De même, la venue d'influenceurs tels que des Youtubeurs célèbres paraît délicate car leur cœur de public ne se trouve pas en librairie. Des rencontres avec des auteurs de manga de création sont possibles. Mais le plus important est de jouer sur la dimension communautaire des jeunes lecteurs, en leur proposant des occasions de se rencontrer et de partager autour de leurs passions, via par exemple, des partenariats avec des clubs de manga.

## FOIRE AUX QUESTIONS – LA RESUITE (ENCORE)

- **Comment s'assurer que les mangas s'adressent aux bons lecteurs ?**  
Certains genres ciblant un large lectorat, il est difficile de catégoriser les titres par tranche d'âge précise. Pour les plus jeunes, développer un rayon Enfant (*kodomo*) en sélectionnant des titres *safe* (comme *Chi – Une vie de chat*) et en les associant à un espace clairement défini de la librairie. Pour les titres à destination des adolescents (*shônen* et *shôjo*), un feuilletage rapide des tomes est nécessaire pour s'assurer qu'ils correspondent à l'âge de leur lectorat.
- **Quel outil utiliser pour développer les précommandes et les réservations ?**  
Il n'existe actuellement pas d'outil pour ce besoin et les réservations se font plutôt de mémoire et pour les clients assidus. Il semble toujours possible de mettre en place un mailing d'information mais un tel outil nécessite un investissement temporel non négligeable et doit être mûrement envisagé par le libraire.