



BILAN 2006 DU MARCHÉ DE LA BANDE DESSINÉE ENTRE SUSHIS ET MOULES FRITES :

A la veille du festival de la Bd d'Angoulême, GfK, institut d'études marketing de référence sur les ventes de livres, dresse un bilan de l'année 2006 du marché de la bande dessinée.

La bande dessinée n'a en 2006 pas connu une année mémorable, malgré des best sellers comme Titeuf chez Glénat et Lucky Luke chez Lucky Comics (646.000 et 268.000 exemplaires vendus respectivement) : avec un recul pour la deuxième année consécutive (-5,4% en volume et -4,2% en valeur), la BD (ou le 9^{ème} art) reste tout de même le 3^e segment le plus important du marché du livre, représentant 12,4% des volumes de ventes annuelles, derrière la littérature (27,2%) et la jeunesse (21,8%). Ainsi, ce sont près de 40,5 millions d'albums de bande dessinée, tous genres confondus, qui se sont vendus en France en 2006, apportant un chiffre d'affaires de près de 383 millions d'euros.

Top des meilleures ventes de bandes dessinées au titre de 2006

	TITRE	AUTEUR	EDITEUR	Indice Volume	Prix moyen (€ TTC)
1	TITEUF VOLUME 11, MES MEILLEURS COPAINS	ZEP	GLENAT	100%	9,1
2	LES AVENTURES DE LUCKY LUKE D'APRES MORRIS . VOLUME 2, LA CORDE AU COU	GERRA, LAURENT	LUCKY COMICS	41%	8,5
3	LES AVENTURES DE JACK PALMER . VOLUME 13, L'AFFAIRE DU VOILE	PETILLON, RENE	ALBIN MICHEL	25%	12,2
4	LANFEUST DES ETOILES VOLUME 6, LE RALE DU FLIBUSTIER	ARLESTON, CHRISTOPHE	SOLEIL PRODUCTIONS	22%	12,5
5	THORGAL VOLUME 29, LE SACRIFICE	ROSINSKI, GRZEGORZ	LE LOMBARD	22%	9,5
6	LA FACE KARCHEE DE SARKOZY	COHEN, PHILIPPE	VENTS D'OUEST	19%	14,6
7	LE SOMMEIL DU MONSTRE . VOLUME 3, RENDEZ-VOUS A PARIS	BILAL, ENKI	CASTERMAN	18%	13,5
8	NARUTO VOLUME 21	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	17%	5,8
9	LES PROFS VOLUME 9, RYTHME SCOLAIRE	PICA	BAMBOO	16%	9,2
10	TROLLS DE TROY VOLUME 9, LES PRISONNIERS DU DARSHAN 1	ARLESTON, CHRISTOPHE	SOLEIL PRODUCTIONS	16%	12,5
11	NARUTO VOLUME 22	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	16%	5,8
12	UNE AVENTURE D'ASTERIX . VOLUME 33, LE CIEL LUI TOMBE SUR LA TETE	GOSCINNY, RENE	ALBERT RENE	15%	8,6
13	KAAMELOTT VOLUME 1, L'ARMEE DU NECROMANT	ASTIER, ALEXANDRE	CASTERMAN	15%	11,6
14	NARUTO VOLUME 23	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	15%	5,8
15	NARUTO VOLUME 1	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	15%	5,8
16	NARUTO VOLUME 24	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	14%	5,8
17	NARUTO VOLUME 26, SEPARATION...!	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	13%	5,8
18	NARUTO VOLUME 25	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	13%	5,8
19	LES TUNIKES BLEUES . VOLUME 50, LA TRAQUE	CAUVIN, RAOUL	DUPUIS	13%	8,2
20	NARUTO VOLUME 2	KISHIMOTO, MASASHI	KANA	13%	5,8

Indice Volume: si l'indice du n°2 du top est égal à 42, alors il faut lire: pour 100 exemplaires vendus du n°1 du top, il s'est vendu 42 exemplaires du n°2 du top

La BD : un rayon efficace, pas toujours exploité

1^{er} point marquant du segment BD : une très forte rotation au titre (c'est-à-dire les ventes moyennes au titre les plus élevées): avec 5,8% de l'offre totale de livres disponibles, la bande dessinée réalise 12,4% des volumes du livre en 2006. Sa rotation moyenne au titre est de 1600 contre 850 par exemple pour la littérature générale. Seul le parascolaire se place



mieux, avec des ventes moyennes au titre de près de 2500. En résumé, la BD prend peu de place en rayon, mais enregistre des ventes moyennes au titre plus importantes que les autres segments du marché du livre.

Pour autant, tous les points de vente de livres ne disposent pas encore d'un rayon Bande dessinée (23% des magasins vendeurs de livres ne vendent pas de BD, hors surfaces très spécialisées types jardinerie). Pourtant, l'offre est variée : récits historiques, reportages d'actualité, politique, humour, policier, adaptation de classiques littéraires, etc. Les héros de la BD franco-belge classique (Tintin, Asterix, etc) ne sont plus seuls dans les librairies !

Top des séries 2006

	Série	Editeur	Type	Indice Volume
1	NARUTO	KANA	MANGAS	100%
2	DRAGON BALL	GLENAT	MANGAS	86%
3	TITEUF	GLENAT	BD JEUNESSE	67%
4	ONE PIECE	GLENAT	MANGAS	40%
5	ASTERIX	HACHETTE	BD JEUNESSE	38%
6	LES AVENTURES DE TINTIN	CASTERMAN	BD JEUNESSE	35%
7	FULLMETAL ALCHEMIST	KUROKAWA	MANGAS	26%
8	SAMURAI DEEPER KYO	KANA	MANGAS	25%
9	ASTERIX	ALBERT RENE	BD JEUNESSE	20%
10	SHAMAN KING	KANA	MANGAS	20%
11	FRUITS BASKET	DELACOURT	MANGAS	20%
12	LES GUIDES EN BD	VENTS D'OUEST	BD ADULTE	20%
13	LANFEUST DES ETOILES	SOLEIL PRODUCTION	BD ADULTE	20%
14	THORGAL	LE LOMBARD	BD ADULTE	20%
15	LES TUNIQUE BLEUES	DUPUIS	BD JEUNESSE	18%
16	LES PROFS	BAMBOO	BD ADULTE	17%
17	CEDRIC	DUPUIS	BD JEUNESSE	17%
18	TROLLS DE TROY	SOLEIL PRODUCTION	BD ADULTE	16%
19	LES AVENTURES DE LUCKY LUKE D'APRES MORRIS	LUCKY COMICS	BD JEUNESSE	16%
20	DETECTIVE CONAN	KANA	MANGAS	16%

Indice Volume: si l'indice du n°2 du top est égal à 86, alors il faut lire: pour 100 exemplaires vendus du n°1 du top, il s'est vendu 86 exemplaires du n°2 du top

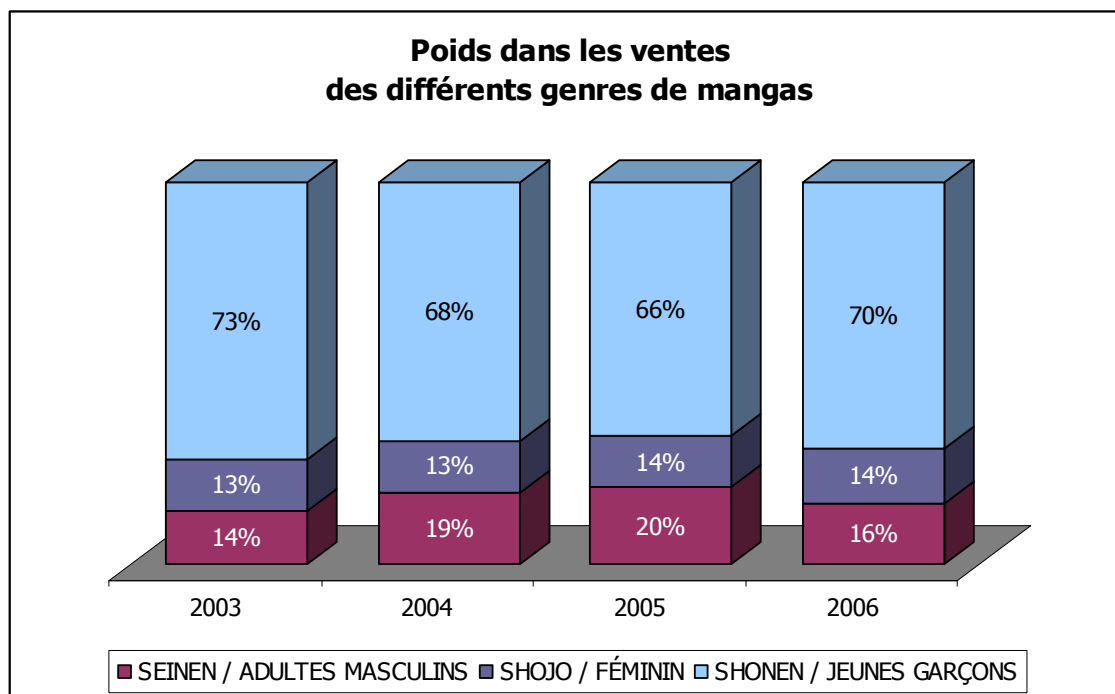
Les mangas : un genre mature.

La BD franco-belge domine toujours les ventes, et le marché continue à s'ouvrir à d'autres cultures lointaines : les mangas japonais et les comics anglo-saxons. Si les premiers sont déjà largement implantés sur le marché français, ce n'est pas le cas des comics qui commencent tout juste à attirer les plus grands noms de l'édition BD française. Nos séries européennes sauront-elles à leur tour trouver un public au-delà de nos frontières ?

Selon Céline Fédou, chef de groupe sur le marché du livre chez GfK, «aujourd'hui, plus d'une bande dessinée sur trois achetées sur le marché français est un manga. La France est le deuxième consommateur de mangas au monde après le Japon. Les mangas ont beau ne pas

faire l'unanimité dans la distribution (environ 58% de la grande distribution et 20% des librairies généralistes n'ont vendu aucun manga sur leur point de vente sur la semaine précédant Noël), leur succès est d'autant plus mérité qu'on ne les trouve pas partout ! »

Il serait faux de croire que manga rime avec bagarre de petits hommes aux grands yeux écarquillés. Si Naruto (Kana) et Dragon Ball (Glénat) sont toujours les deux séries phares de ce marché, et si la grande majorité des ventes de mangas se fait encore sur des titres pour ados (Shonen), les séries pour filles (Shojo) ou les titres pour adultes (Seinen) ont également une place importante sur le marché. On notera ainsi la présence de la série shojo Fruits Basket (Delcourt) au 11^o rang des séries les mieux vendues cette année sur le marché global de la BD. Les trentenaires qui ont dévoré Akira dans les années 80 se voient aujourd'hui proposer des titres plus proches de leur vie quotidienne. Au Japon, chaque métier, chaque profession, chaque classe a sa série manga dédiée. Très peu étant encore traduites en France, le défi des éditeurs est désormais de faire lire des mangas aux adultes.



Depuis quelques mois, la croissance du marché des mangas a commencé à se stabiliser (+3,1% sur le dernier trimestre 2006 par rapport à l'an dernier). On est loin des 41% de croissance enregistrés entre 2003 et 2004 ! Cette stabilité relative est finalement un exploit lorsqu'on la met en regard de l'évolution du marché de la BD. Les mangas comptent dans leurs catalogues des best sellers qui n'ont rien à envier à d'autres segments : chaque nouveauté de Naruto se propulse directement dans le top 5 des meilleures ventes de livres la semaine en cours. Et cela plusieurs fois l'an, puisque les mangas sortent à un rythme très



rapide sur le marché. Naruto à lui seul a compté 6 nouveautés sur l'année ! A l'inverse, un fan de Largo Winch ou de XIII devra attendre plus d'un an pour connaître la suite des aventures de leur héros...

Autre fait notable : les mangas ne comptent pas non plus parmi les produits phares de Noël : s'ils représentaient en 2006 plus de 34,5% des ventes totales de BD, en décembre ce poids n'est que de 22,3% !

Enfin, Les mangas ne bénéficient ni de la place qui est accordée en rayon à la BD franco-belge, ni de sa médiatisation. Le festival d'Angoulême lui aussi reste décalé par rapport à la réalité du marché : la sélection officielle de cette année compte seulement 9 mangas sur les 44 titres sélectionnés (contre seulement 5 dans la sélection 2005). Profitant de cette mise à l'écart du manga, des librairies spécialisées ouvrent pour répondre à une demande non satisfaite. Le nombre d'éditeurs présents sur ce marché est passé en un an de 53 à 68. Ils participent, au même titre que les sushis bars, à l'implantation de la culture japonaise au sein de la culture française.



A propos du Groupe GfK :

Le Groupe GfK se classe au 4^{ème} rang mondial des instituts d'études marketing et a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 937 millions d'euros en 2005. Ses activités couvrent cinq domaines: Custom Research, Retail and Technology, Consumer Tracking, Media and HealthCare. Le 1^{er} juin 2005, GfK a acquis NOP World qui se classe au 10^{ème} rang des instituts d'études marketing. Le Groupe GfK compte plus de 130 filiales réparties sur 70 pays. L'effectif total est de 7 700 employés. Pour en savoir plus, visitez le site Internet : www.gfk.fr ou www.gfkms.com. En France, le Groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires consolidé en 2005 de 82 millions d'euros avec 540 personnes.

Contacts presse :

Fleishman-Hillard

Tûba Kocaefe : Tel : 01 47 42 92 79

email : kocaefet@fleishmaneuropa.com

Vanessa Fieurgant : Tel : 01 47 42 92 75

email : vanessa.fieurgant@fleishmaneuropa.com