

# Comment éditer la bande dessinée ? Dialogue entre la France & la Belgique

**Christophe Cosker**



Sylvain Lesage, [Publier la bande dessinée : les éditeurs franco-belges et l'album](#), 1950-1990, Lyon : Presses de l'ENSIB, coll. « Papiers », 2018, 424 p., EAN 9791091281904.

---



## **Pour citer cet article**

Christophe Cosker, « Comment éditer la bande dessinée ? Dialogue entre la France & la Belgique », Acta fabula, vol. 20, n° 2, Notes de lecture, Février 2019, URL : <https://www.fabula.org/revue/document12016.php>, article mis en ligne le 02 Février 2019, consulté le 24 Avril 2024, DOI : 10.58282/acta.12016

---

# Comment éditer la bande dessinée ? Dialogue entre la France & la Belgique

**Christophe Cosker**

---

*Il est fini le temps des bricoleurs. Adieu l'époque des cuisines. Pour lancer aujourd'hui leurs Écho, leurs Métal hurlant, les Gotlib, Mandryka, Dionnet devraient discuter à perdre haleine avec les sondeurs d'opinions, les peseurs de marchés, les arpenteurs de tendance, au lieu de noircir leurs doigts à l'encre des maquettes.*

*Préface de L'Année de la bande dessinée 82-83 (Paris : Temps Futurs, 1982, p. 5).*

Sylvain Lesage est maître de conférences en histoire contemporaine à l'Université de Lille. Il publie ici un premier volume issu de sa thèse de doctorat intitulée : *L'Effet codex : quand la bande dessinée gagne le livre. L'album de Bande dessinée en France de 1950 à 1990*. Posant le problème de la transition historique de la bande dessinée de la presse vers l'album, l'auteur entend s'opposer au lieu commun d'une évolution linéaire de la bande dessinée de la presse vers le livre. Il oppose plus finement l'enfant sage qui attend un album en cadeau d'étrennes au garnement qui profite de la monnaie qu'il chaparde pour acheter des illustrés. Ce faisant, il pose des problèmes connexes au neuvième art, comme celui de la légitimité d'une forme qui fait figure d'« épouvantail culturel » (p. 22). Cette histoire ne saurait se comprendre sans lien à la littérature de jeunesse et à la loi de 1949 qui la régit. En effet, la bande dessinée souffre doublement d'une assimilation à la puérité et d'une censure morale. D'un point de vue méthodologique, cet ouvrage se présente comme :

[non] pas un livre d'histoire de la bande dessinée, mais plutôt le fruit d'une recherche en histoire du livre — dont l'objet se trouve être la bande dessinée. Il interroge la manière dont une singularité en apparence superficielle — la publication sous forme de livre plutôt que dans la presse — bouleverse l'ensemble des rapports au récit en images. (p. 15).

Cet essai fourmille de faits historiques qui lui confèrent un aspect impressionniste, tant les entrées possibles dans l'univers de la bande dessinée sont nombreuses : œuvres, titres, maisons d'édition, imprimeurs, éditeurs, libraires, auteurs, dépôt légal et statistiques de branche... On notera d'ailleurs le style de la titraille qui allie l'emblème d'un titre de bande dessinée à un fait. L'histoire du livre qu'est la bande dessinée, telle que nous la rapporte S. Lesage, dans un contexte franco-belge, pour

une période qui s'étend de 1950 à 1990, se comprend donc comme une constante circulation de la bande dessinée du périodique à l'album, au gré d'histoires éditoriales souvent éphémères et d'une évolution complexe des *media* et de leur exploitation industrielle. Ce compte rendu revient donc sur le dialogue entre la France et la Belgique en mettant l'accent sur les modalités d'édition de la bande dessinée. Pour ce faire, nous distinguerons d'abord une tendance française qui tend à monumentaliser la bande dessinée et qui s'oppose à une tendance belge qui se caractérise davantage par une réinvention perpétuelle des formes de la bande dessinée, entre presse et album avant que s'instaure un équilibre éditorial délicat qui, par-delà la frontière entre la France et la Belgique, repose sur l'édition rentable des classiques et la recherche de la nouveauté.

## 1. La tendance française : monumentalisation de la bande dessinée

L'histoire du livre qu'est la bande dessinée par S. Lesage laisse percevoir une tendance française à la monumentalisation de l'album, qui est donc d'emblée présent. L'historien parle en effet d'une logique de patrimonialisation de la part des grandes maisons d'édition françaises.

Il en va ainsi de la « pieuvre verte », c'est-à-dire de la maison d'édition Hachette, qui fait vivre un certain nombre de titres dont le premier est *Sous les cocardes* (1919) de Marcel Jeanjean, bientôt suivi par *Bicot* (1926) de Martin Branner et *Zig et Puce* (1927) d'Alain Saint-Ogan. Hachette s'intéresse également au domaine américain et publie les aventures de *Félix le chat* et de *Mickey*, son rapport à ce dernier personnage et au style graphique qui lui est lié se révélant ambigu. Le journal qui met en scène une souris est une réussite de Paul Winkler à laquelle les éditions Hachette ne sont pourtant pas étrangères, comme le montre la lettre suivante :

Ce sera donc vous qui engagerez, sous votre nom, mais avec notre assentiment, les dépenses nécessaires pour l'exploitation ainsi que pour la publicité de lancement et la publicité courante dudit journal. Nous vous fournirons les fonds nécessaires. Vous aurez donc à prendre nos directives et vous devrez nous soumettre toutes les questions intéressant aussi bien l'exploitation que la direction : nous restons, en dernier ressort, seuls juges de toutes les décisions à prendre. (p. 37)

De même, les éditions Gautier Languereau fonctionnent essentiellement avec *Bécassine*. Le personnage apparaît dans *La Semaine de Suzette*, puis en album. Son graphisme est ensuite modernisé en 1948, en raison des progrès techniques de l'imprimerie :

À l'image soigneusement bordée des deux premières éditions succède une image à bords perdus, utilisant des tonalités bien plus vives, résultat du passage à l'offset pour les couvertures, une technique qui permet des couleurs plus éclatantes que l'héliogravure jusque-là utilisée. La robe de Bécassine profite de ces progrès techniques, avec une pointe de rouge vif qui fait écho au rouge des joues de la petite servante, signe de sa maladresse et de son embarras perpétuels. La couverture accentue le centrage de la composition sur l'(anti-)héroïne, avec un cadrage plus resserré, et un décor qui perd en précision, les flèches de l'église se trouvant réduites à une simple silhouette. Cet estompage du décor permet un usage plus expressif de la couleur, utilisée par grands aplats de jaune et de bleu. (p. 53-54)

À partir de 1968, un retour à la forme originale de 1913 qui a fait le succès des aventures du personnage breton signale un goût de la nostalgie. L'éditeur Armand Colin a lui-même l'idée d'une série sur une famille visitant l'Exposition universelle. Le dessinateur Christophe se charge de créer la *Famille Fenouillard* dont le succès permet une poursuite des albums sous forme des tribulations de cette famille à travers le monde. Les frères Garnier, dont la maison d'édition a fait fortune grâce à des publications licencieuses, se caractérise, dans le domaine de la bande dessinée, par sa collaboration avec Benjamin Rabier. Ce dernier est notamment l'illustrateur d'une édition de Buffon qui rencontre un grand succès grâce à, selon l'expression de François Robichon, « l'homme qui fait rire les animaux ». La série la plus connue de B. Rabier s'intitule *Gédéon*. Le dessinateur propose trois personnages, un petit canard, un lapin appelé Roudoudou et un crocodile qui se nomme Alfred. La postérité retient le nom du petit canard qui devient celui de la série. La maison Tallandier popularise les aventures de Mathurin, un marin davantage connu par son surnom : Popeye. Enfin, le catalogue de bande dessinée de la maison d'édition Robert Laffont se caractérise par son classicisme, des aventures de Cousteau à des biographies en images de figures d'artistes comme Hugo, Toulouse-Lautrec ou encore Bach.

## 2. La tendance belge : réinvention perpétuelle de la bande dessinée

À l'inverse, on observe une logique éditoriale belge plus souple et tournée vers la modernité. Elle est souvent le fait d'acteurs du monde du livre qui deviennent fortuitement éditeurs, d'imprimeurs ou libraires qu'ils étaient.

Les frères Offenstadt se font remarquer, dans le paysage éditorial, par la publication de fascicules qui sont autant de concentrés d'illégitimité, comme le titre *La Vie en culotte rouge*. Dans notre perspective, c'est surtout la parution des *Pieds*

*Nickelés* dans le journal intitulé, à partir de 1908, *L'Épatant*, qui retient l'attention. En effet, cette parution pour la jeunesse fait scandale, notamment en raison de l'argot des faubourgs utilisé par les personnages de Croquignol, Filochard et Ribouldingue. Les condamnations de l'abbé de Bethléem contribuent au succès d'une histoire bientôt transformée en album. S. Lesage rappelle également l'histoire de l'*alter ego* féminin moins connu des pieds nickelés : *L'Espiègle Lili*. La maison d'édition publie également les aventures d'un personnage d'origine américaine : Tarzan. Casterman, autre éditeur, tire ses revenus des guides Michelin, des annuaires téléphoniques et des horaires de chemin avant de s'intéresser à la bande dessinée. Cette maison recueille, de façon inattendue, le succès de la publication d'Hergé comme une manne. Les albums des aventures de Tintin sont ensuite liés à l'histoire de la couleur en bande dessinée. En effet, Casterman opte, à partir de 1929, pour la bichromie en rouge et noir, afin de publier *Tintin en Syldavie*. S. Lesage rappelle alors les contraintes de la technique et du prix qui forcent Hergé à abrégé ses albums et à collaborer avec Edgar Pierre Jacobs :

Un travail colossal de remise en forme (ramener la matière de deux pages environ sur une seule), effort qu'Hergé ne peut mener seul : refonte de la mise en pages, dessins supplémentaires, lettrage en français et en néerlandais, mise en page, couvertures, pages de garde, de titre... (p. 117)

Dupuis est un imprimeur catholique qui, devant le succès, s'engage dans la voie de l'édition. Il propose d'abord le projet des *Bonnes soirées* qui devient ensuite *Le Moustique*. Conformément à ses croyances, il entend procurer des lectures saines à des publics jugés faibles : femme, enfant et peuple. C'est ainsi que naît progressivement le *Journal de Spirou*, dont le personnage éponyme est présenté comme suit:

Un Spirou est un garçon de huit à dix ans, peut-être un peu turbulent et distrait ; mais son instituteur ne s'en plaint pas beaucoup parce qu'il essaie de faire ses devoirs comme il peut. Quand il rentre chez lui après la classe, il se dispute souvent avec ses compagnons, il est mêlé à des batailles peu édifiantes, mais courantes dans le monde des jeunes écoliers. Dans ces batailles, Spirou cogne parfois dur, mais il est quand même aimé de ses compagnons ; car aussi bien dans les disputes que dans les batailles, il n'est jamais méchant, toujours loyal et juste ; on sait aussi qu'il est généreux, et lorsqu'il revient le lundi à l'école avec les deux francs que son parrain lui a donnés pour son dimanche, il va les remettre à l'œuvre des enfants pré-tuberculeux. Spirou est donc un enfant charmant, loyal, généreux, et c'est pourquoi son nom a été adopté pour être le titre de notre nouvelle publication. (p. 124-125)

Ainsi le nom propre a-t-il vocation à devenir un nom commun, en manière d'antonomase. Spirou, qui signifie écureuil à Charleroi, représente les enfants dans ce qu'ils peuvent avoir de turbulent sans que cela empêche leur bon fond. Cette

publication a également pour but de se faire l'instrument d'une reconquête catholique de la jeunesse. L'inspiration est ensuite puisée du côté des États-Unis, car le fantasme du Far-West fonctionne aussi bien à l'écran dans les westerns que sur la page de bande dessinée. *Le Journal de Spirou* est la pépinière dans laquelle on trouve Franquin ou encore Morris, l'inventeur de Lucky Luke.

### 3. L'édition par-delà la frontière entre France & Belgique

Par-delà les tendances française et belge en ce qui concerne l'édition de la bande dessinée, tendances qu'il convient de ne pas figer, on observe des phénomènes éditoriaux qui dépassent les frontières et trouvent une pérennité dans la vente des classiques et la recherche des nouveautés.

L'alliance entre le Français Dargaud et le belge Le Lombard en est le premier exemple. Cette association combine longévité globale et constant renouvellement de ses entreprises éditoriales, en particulier en lien avec l'héliogravure qui permet l'impression de la bande dessinée en couleurs. Dans cette perspective, le journal est souvent signe de recherche et l'album de consécration. Le plus grand succès est sans aucun doute celui de l'Astérix d'Uderzo et Goscinny. En effet, c'est à ce moment que la vente de l'album n'est plus seulement liée aux étrennes, mais devient constante. En outre, il s'agit d'un phénomène médiatique large étant donné qu'il déborde la bande dessinée pour intéresser le cinéma, le disque, la radio et le dessin animé. Il en ira de même pour le succès suivant, celui du Lucky Luke de Morris. À titre subsidiaire, on peut rappeler que le succès des Schtroumpfs est avant tout celui de la figurine bleue appelée Smurf, succès qui rejaillit ensuite sur la bande dessinée. Le libraire Michel Deligne, s'intéressant au domaine de la bande dessinée, fonde la revue *Curiosity-Magazine*. Cette publication, comme les suivantes, *Spatial*, *Aventures de l'âge d'or*, *Le Journal illustré (le plus grand du monde)* et *Félix*, voisinent avec l'édition, ou plutôt la réédition, d'albums comme *Blondin* et *Cirage contre les gangsters*.

L'exemple de la collection « Futuropolis/Gallimard » n'est pas moins intéressant. Elle émerge dans les difficiles conditions de l'adaptation en bande dessinée par Tardi du *Voyage au bout de la nuit*. L'édition du texte intact, auquel sont ajoutés les dessins de Tardi, — qui allie « poétique de la banlieue et esthétique de la noirceur » (p. 300) dans un livre qui reproduit le graphisme de la collection blanche s'avère un succès qui assure à la collection le succès d'une formule qui associe un écrivain à un dessinateur. Ainsi Götting met-il en images *Le Double* de Dostoïevski en 1989 ; Baudouin adapte *Le Procès-verbal* de Le Clézio ; Tardi reprend Céline, cette fois-ci,

*Casse-pipe*, Hyman, le *Manhattan Transfer* de Dos Passos, Nascimbe, *Du côté de chez Swann* de Marcel Proust et Cestac, *La Guerre des boutons* de Pergaud. On peut enfin citer Guy Delcourt qui est notamment l'éditeur de *Elektra* de Frank Miller, alors déjà reconnu, et l'inventeur Marc-Antoine Mathieu, qui met en abyme le neuvième art dans la série *Julius Corentin Acquefacques*.

---

\*\*\*

L'histoire du livre qu'est la bande dessinée par Sylvain Lesage met en lumière trois tendances éditoriales : une tendance française monumentale aimantée par l'album que l'on offre d'abord en étrennes à l'enfant bourgeois par opposition à une tendance belge de réinvention perpétuelle de la bande dessinée, notamment dans la presse que réussissent à se procurer des garnements comme Spirou grâce à la monnaie des courses ou à leur argent de poche. Néanmoins, ces deux tendances ne doivent pas être figées et les entreprises éditoriales pérennes de bande dessinée transcendent les frontières et réussissent à trouver un équilibre entre la rentabilité de la publication des classiques et la prise de risques inhérente à la recherche et à la promotion de nouveaux talents, ce qui constitue la troisième tendance. En dernier ressort, ce livre permet de contextualiser les figures de la bande dessinée en montrant les machines et les hommes qui entourent les Pieds nickelés, Bécassine, Popeye, Tintin, Lucky Luke, Spirou, Blake et Mortimer, Corto Maltese et tant d'autres.

## PLAN

---

- [1. La tendance française : monumentalisation de la bande dessinée](#)
- [2. La tendance belge : réinvention perpétuelle de la bande dessinée](#)
- [3. L'édition par-delà la frontière entre France & Belgique](#)

## AUTEUR

---

Christophe Cosker

[Voir ses autres contributions](#)

[christophecoster@gmail.com](mailto:christophecoster@gmail.com)