



# — S C A N T R A D —

Comment une communauté tend à devenir une organisation?  
Étude de cas d'une team de scantrad.



Marion COCOTIER  
Master Cultures et Métiers du Web  
Université Paris-Est Marne-la-Vallée  
Sous la direction de Christophe Aguiton



UNIVERSITÉ  
PARIS-EST  
MARNE-LA-VALLÉE

**Comment une communauté tend à devenir une  
organisation? Étude de cas d'une team de *scantrad*.**

Mémoire de première année Master Cultures et Métiers du Web  
Université Paris-Est Marne-la-Vallée  
Sous la direction de Christophe Aguiton

Marion Cocotier

Mai 2019



## Remerciements

Avant tout, je souhaite adresser mes sincères remerciements à tous ceux qui ont contribué à l'élaboration de ce mémoire de recherche :

En premier lieu, je tiens à remercier M. Christophe Aguiton, mon tuteur de mémoire pour le temps qu'il m'a accordé et les précieux conseils qu'il m'a donné concernant la sociologie des organisations.

Merci à M. Thierry Bonzon qui a ont su me guider dans l'élaboration de mon plan. Je tenais également à remercier l'équipe pédagogique du Master "Cultures et Métiers du Web" pleine de conseils pour nous aider à avancer dans nos travaux.

Mes remerciements vont également aux deux teams de *scantrad* Scantrad Union et Blue Phoenix. Sans eux mon mémoire de recherche n'aurait pu être aussi riche. Ces deux teams passionnées de manga, ont su guider mon travail à travers de nombreux entretiens autour de mon sujet.

Enfin, je voudrais remercier ChattoChatto et Nazca Edition qui m'ont fait confiance et ont accepté de discuter autour du *scantrad* avec moi.

# Sommaire

---

<b>Glossaire</b>	<b>4</b>
------------------	----------

<b>Introduction</b>	<b>6</b>
---------------------	----------

## **1/. L'évolution du manga dans un contexte de Web 2.0 : de la sub culture au phénomène mondial**

**17**

<b>A. <i>L'expansion de la culture japonaise à l'international : de l'importance du manga.</i></b>	<b>17</b>
--	-----------

→ La culture manga au coeur des débats : racines et mutations de l'image du manga.

1. Qu'est-ce que le manga? Une bande dessinée pas comme les autres.	17
2. Les prémices et influences du manga.	20
3. La popularité souterraine du manga.	30

<b>B. <i>L'exaltation induite par ces nouveaux médias : transformation de nos habitudes de lectures.</i></b>	<b>33</b>
--	-----------

→ Expansion du manga vers une offre plurimédia : forte hausse du nombre de passionnés.

4. Appropriation du manga par les fans : le lecteur n'est plus seulement spectateur de sa lecture.	33
5. Réception d'un phénomène qui assure sa position sur le marché international.	36
6. Innovation et circulation : une nouvelle façon de penser le manga.	41

<b>2/. Traduction et adaptation : logique de communication et transmission culturelle par les teams de scantrad</b>	<b>44</b>
---	-----------

<b>A. <i>Un espace social concrétisé, l'explosion de la traduction désintéressée.</i></b>	<b>44</b>
---	-----------

→ Les *scantraders*, des amateurs qui travaillent avec des standards de professionnels

1. Qu'est ce que le scantrad? Le scantrader en tant que pro-am.	44
2. La création des communautés de scantrad. La notion de communauté virtuel	49
3. Comment les scantraders s'organisent pour devenir des collectifs intelligents. Sociologie des organisations	51

<b>B. <i>Outrepassement des frontières entre le scantrad et la traduction.</i></b>	<b>56</b>
--	-----------

→ L'implication des *scantraders* sur le web. *Scantrad 2.0*.

4.	Perception du <i>scantrader</i> , analyse et interprétation.	56
5.	Processus de réalisation des <i>scantraders</i> .	66
<b>3/. Les teams de <i>scantrad</i> face aux maisons d'éditions : entre divergences et entraide</b>		<b>75</b>
<b>A. <i>Le scantrad et les maisons d'édition indépendantes fondées sur le partage de valeurs communes.</i></b>		<b>75</b>
→ Team de <i>scantrad</i> et Maison d'édition, concurrence ou entente pour de futurs partenariats		
1.	Entre collaboration et partage.	75
2.	Conjuguer travail et passion.	83
<b>B. <i>L'implication des lecteurs sur le web, une nouvelle donne qui reconsidère les frontières entre communauté et organisation.</i></b>		<b>88</b>
→ De nouveaux outils pour répondre aux attentes des lecteurs.		
3.	Interprétation des comportements des internautes	89
4.	Les <i>scantraders</i> , le nouveau modèle à suivre	94
<b>Conclusion</b>		<b>105</b>
<b>Bibliographie</b>		<b>109</b>
<b>Annexes</b>		<b>114</b>

## Glossaire

Vous trouverez dans ce mémoire un langage spécifique à l'univers du manga et du *scantrad*. Ce glossaire vous permettra donc d'appréhender plus aisément ce mémoire de recherche. Les autres termes relatifs à l'univers du *scantrad* seront directement définis dans ce mémoire de recherche.

**Anime** : désigne une série d'animation ou un film d'animation en provenance du Japon. Généralement les mangas sont adaptés en animes.

**Bots** : contraction de "robot", le bot est un programme informatique autonome intelligent. Sa mission principale consiste à effectuer des tâches précises de façon répétée. Il interagit avec les utilisateurs *via* les conversations ou les moteurs de recherche. L'intelligence artificielle les rend plus performants et indispensables.

**Click-tune** : terme utilisé par les teams de *scantrad* pour dénoncer les publicités cachées dans les chapitres de scans. Lorsque l'internaute clique pour passer d'une page à une autre il ouvre une publicité, parfois dans une nouvelle fenêtre ou parfois la publicité se glisse entre deux pages. Un moyen pour les sites hébergeurs de faire du profit avec le *scantrad*.

**Fanbase** : les fans d'une personne connue, d'un groupe, d'une équipe, etc., considérés comme un groupe social distinct.

**Fansubbing** : un *fansub* est une copie illégale d'un anime sous-titrée par des fans. Faire du fansubbing c'est donc traduire les sous-titres d'un anime.

**Les logiciels VoIP** : VoIP est un acronyme qui signifie *Voice Over Internet Protocol*, c'est à dire, la transmission de la voix via Internet. C'est une technologie qui permet de délivrer des communications vocales ou multimédia *via* Internet.

**Mangaka** : un mangaka est un auteur de manga. Travaillant au sein d'une équipe, le mangaka peut parfois juste s'occuper du dessin et laisser le récit de l'histoire à un scénariste, la promotion à un manager et l'édition et la distribution à un éditeur, ce qui se fait fréquemment au Japon.

**Simultrad** : contraction de "traduction simultanée", cette offre permet aux lecteurs français de lire le même jour que les Japonais le dernier chapitre de leur manga favori. Au Japon, les mangas sont d'abord pré-publiés chapitre par chapitre dans des magazines spécialisés, avant d'être édités, plusieurs mois plus tard, en volume relié. Grâce au simultrad, le chapitre publié au Japon est disponible le même jour en français sur les plateformes légales.

**Uploader** : transférer des données d'un ordinateur local vers un ordinateur distant par un réseau informatique.





## Introduction

*2 octobre 2016. Je m'envole pour de nouvelles aventures au Japon. Un an de rêve au pays du Soleil-Levant ! Férée de mangas depuis mes huit ans, j'ai hâte de vivre ma vie d'otaku<sup>1</sup> pleinement.*

*Frénétiquement, je dois lire des mangas tous les jours... Vous savez, cette passion qui vous transporte comme une drogue ? Le manque se fait rapidement ressentir si je n'ai pas ma dose quotidienne. Seulement, après la première nuit, je réalise très vite que mes cinq mangas en français ne suffisent pas à me contenter.*

*3 octobre 2016, 14h05. Dans les rues d'Akihabara<sup>2</sup>, les publicités pour mes mangas favoris se succèdent : HunterXHunter, Evangelion, Full Metal Alchemist... Je ne peux m'empêcher de lever les yeux au ciel pour admirer toutes ces affiches hautes en couleur. Autour de moi, des cosplayeurs habillés des tenues de leur personnage fétiche, des fans, attendent l'ouverture d'une salle de concert pour voir leurs idoles préférées. Je m'arrête devant une enseigne Book-Off<sup>3</sup>, un enfant pleure car sa mère ne veut pas lui acheter le dernier tome de Black Butler.<sup>4</sup> J'entre afin d'effectuer quelques achats mais je ressors contrite et chagrinée car je ne connais pas encore les 1945 kanjis<sup>5</sup> d'usage courant, les 46 hiragana et les 46 katakana<sup>6</sup> qui me permettront d'atteindre mon objectif : lire des mangas en japonais. Quel paradoxe d'être dans le pays de naissance de cet art si puissant et de finalement ne pas pouvoir en lire...*

*3 octobre 2016, 20h30. Une fois rentrée à la maison, je réalise que j'ai bien évidemment déjà terminé mes cinq mangas en français la nuit précédente. Je prends mon ordinateur afin de trouver une solution quand soudain, je tombe sur le terme "scantrad". Pourquoi n'y ai-je pas pensé plus tôt ? Je me jette alors sur mon*

---

<sup>1</sup> Désigne les fans de mangas.

<sup>2</sup> Akihabara est un quartier de Tokyo surnommé "la ville électrique" et connu pour être le quartier des fans de mangas.

<sup>3</sup> La plus grande chaîne de magasins japonais de vente de livres d'occasion.

<sup>4</sup> TOBOSO Yana, *Black Butler* (黒執事), Monthly GFantasy, Gangan Comics, 16 septembre 2006.

<sup>5</sup> Les kanjis (漢字) sont des signes assimilés à des caractères chinois dont le rôle est d'écrire une partie de la langue japonaise, chaque kanji ayant une ou plusieurs expressions possibles dans le système phonologique nippon.

<sup>6</sup> Les hiraganas (平仮名, ひらがな) sont un syllabaire japonais, Comme les hiraganas, les katakanas sont des signes correspondant à des syllabes (ka, ki, ku, ke, ko, etc.). Les katakanas sont utilisés dans le système d'écriture japonais pour transcrire les mots étrangers. Une phrase en japonais est principalement composé des trois systèmes d'écriture : kanjis, hiraganas et katakana.

site favori, MangaRock<sup>7</sup>, afin de trouver les scantrads du manga acheté l'après-midi au Book-Off. Je profite alors de ce moment de plaisir en me disant que bientôt, je pourrai les lire dans leur texte original.

2 mars 2017, 21h30. Aujourd'hui, après avoir parcouru l'ensemble des genres narratifs disponibles sur MangaRock comme le shōjo, le seinen ou le josei<sup>8</sup>, je réalise encore plus l'importance de ces communautés de scantrad. Il est vrai qu'en France, nous sommes privilégiés, de nombreux mangas sont sous licence et les nouveautés affluent tous les mois. Cependant, je considère que le nombre de mangas disponibles est encore restreint. Grâce à ses fans qui travaillent bénévolement en faveur de la culture pour tous, je peux découvrir de nouveaux mangas tous les jours.

Ce soir je fais également le bilan de mes six premiers mois au Japon, et mes six mois à lire du scantrad. Vivre au Japon me permet de regarder mes lectures différemment, et inversement, mes lectures m'en apprennent un peu plus sur ce pays que j'affectionne. Quel plaisir ! Imaginez-vous dans le manga Samurai Deeper Kyo<sup>9</sup>, plongé à l'époque Shōwa<sup>10</sup>, au milieu d'un combat de samourais pour prendre le pouvoir. Il me suffit de me rendre à Shinjuku<sup>11</sup> au Hanbey, un bar à thème qui vous ramène à l'époque Shōwa pour vivre dans ma lecture.

Il m'a paru important de commencer ce mémoire de recherche en introduisant un récit narratif racontant mon rapport avec le scantrad.

En effet, l'exercice semble bien difficile lorsque notre sujet de mémoire semble si controversé en raison de l'illégalité de cette pratique. De plus, il n'est pas aisé d'expliquer à quelqu'un qui n'a pas spécialement d'appétence pour les mangas, pourquoi je passe mes journées à lire de la bande dessinée japonaise. Néanmoins, il est certain qu'à présent, grâce à l'essor du manga en France, tout le monde connaît

---

<sup>7</sup> <https://mangarock.com/>

<sup>8</sup> Voir page 28.

<sup>9</sup> AKIMINE Kamijyo, *Samurai Deeper Kyo* (サムライ ディーパー キョウ), Weekly Shōnen Magazine, Kodansha, 15 octobre 1999.

<sup>10</sup> La période de l'histoire du Japon où l'empereur Shōwa (Hirohito) régna sur le pays. Elle débute le 25 décembre 1926 et s'achève le 7 janvier 1989.

<sup>11</sup> Shinjuku (新宿区) est l'un des 23 arrondissements de Tokyo.

au moins un manga populaire tel que *One Piece*<sup>12</sup> ou *Death Note*<sup>13</sup> et reconnaît que ce ne sont pas simplement des séries de combats.

Il est possible qu'une esthétique et une richesse existent dans le dessin que je ne retrouverai certainement pas dans d'autres genres. La philosophie japonaise que l'on retrouve dans les films de Hayao Miyazaki<sup>14</sup> est toute aussi importante. Les mondes imaginés par ces mangakas<sup>15</sup> me fascinent. Au fil de mes rencontres, j'ai réalisé que cette passion est collective et s'organise autour d'une pratique : le *scantrad*. Comme toute passion, la lecture du manga est génératrice de nouveaux comportements. C'est pourquoi le *scantrad* né, à l'origine, du fait de la perception hostile des institutions culturelles, existe toujours à présent dans le but de combler un manque des maisons d'édition françaises.

Les lecteurs peuvent se confronter à des difficultés quant à l'acquisition de certains mangas, qu'ils soient indisponibles dans le pays qu'ils visitent, ou parce qu'ils n'en maîtrisent pas la langue écrite. Le *scantrad* est disponible numériquement, sur nos tablettes et nos smartphones. Le *scantrad* prend toute sa valeur en permettant aux lecteurs de découvrir de nombreux mangas, gratuitement, et quel que soit l'endroit où ils se trouvent.

Mais qu'est-ce que le *scantrad*? "*Scan-trad*", qui est un mot-valise des termes "scan" qui lui désigne scanner et "trad" issu du mot traduire est aussi nommé *scanlation* ou *mangascan* suivant le pays où il est usité.

Cette pratique désigne les mangas qui vont être numérisés (scannés) et traduits par des fans amateurs organisés en teams, depuis la langue originale (le plus souvent du japonais) vers une autre langue tel que le français.

---

<sup>12</sup> ODA Eiichirō, *One piece* (ワンピース), Weekly Shōnen Jump, Shūeisha, 22 juillet 1997.

<sup>13</sup> OHBA Tsugumi, OBATA Takeshi, *Death Note*, Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 1 août 2006.

<sup>14</sup> MIYAZAKI Hayao (宮崎 駿) est un dessinateur, réalisateur et producteur de films d'animation japonais, cofondateur du Studio Ghibli.

<sup>15</sup> Voir glossaire.

*“Nous vivons une révolution silencieuse : la montée en puissance des amateurs, ces passionnés qui ne sont ni des novices, ni des professionnels, mais de brillants touche-à-tout”* Patrice Flichy

Patrice Flichy nous relate à travers *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*<sup>16</sup> comment les fans peuvent s'organiser et intervenir sur l'oeuvre qu'ils affectionnent. Auparavant, les passionnés du monde entier s'employaient à faire du *scantrad* car les mangas n'étaient pas disponibles dans leur propre pays ; par ailleurs, des Japonais numérisaient les mangas et les envoyaient à des amis étrangers. Aujourd'hui le *scantrad* se renouvelle avec les outils numériques mis à disposition et prend un tout autre sens. Ces fans viennent alors s'inscrire dans la notion de “pro-am” qui désigne les amateurs travaillant avec des standards de professionnels.

Il nous faut clarifier certaines idées reçues relatives au *scantrad* et montrer comment cette nouvelle pratique impacte le web. De nos jours, le *scantrad* divise aussi bien les lecteurs que les mangakas. Le 28 octobre 2018, l'auteur du manga *Gangsta*<sup>17</sup> ébranle la communauté de fans en rappelant à l'ordre les lecteurs et les uploaders<sup>18</sup> de *scantrad* sur son compte Twitter :

*“Les scans traduits et téléchargés illégalement volent mes lecteurs, mes revenus et les revenus publicitaires des éditeurs. Veuillez cesser de traduire et uploader les chapitres de mes mangas sur Internet. Certains Japonais lisent également vos scantrads, c'est vraiment décevant. [...] Si je ne peux pas gagner d'argent, je quitterai bientôt mon emploi de dessinatrice. S'il vous plaît, ne l'oubliez pas. Achetez des exemplaires de mes mangas en librairie ».*

Kohske, créatrice du manga (ギャングスタ), GANGSTA.

---

<sup>16</sup> FLICHY Patrice , *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010.

<sup>17</sup> KOHSKE, *Gangsta*, Shinchosha, Quarterly Comic Go Go Bunch, 9 Avril 2014.

<sup>18</sup> Voir glossaire.

Avant les années 2000, cette pratique souterraine du web intéressait peu les acteurs gravitant autour du manga car ils ne considéraient pas cette pratique comme une menace ; le but principal étant commun aux maisons d'édition françaises et aux passionnés : permettre l'essor du manga en France. Grâce à leurs efforts, le manga est maintenant l'un des genres les plus populaires en France ; il a su aussi attirer de nombreux lecteurs autour du monde.

La bande dessinée japonaise a pendant longtemps souffert d'une mauvaise image de la part de l'opinion publique en France et au Japon. Dans l'ouvrage *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Jean-Marie Bouissou, historien français, spécialiste du Japon contemporain revient sur les origines du manga et analyse les différentes controverses que celui-ci a subi avant d'être importé en France. Il explique que malgré la réputation vulgaire, violente et de mauvais genre<sup>19</sup> qui a persisté pendant très longtemps en Occident, celui-ci a su trouver sa place dans le coeur des français grâce aux efforts des maisons d'édition et des passionnés du genre.

De la même manière, Karyn Poupée, journaliste française et correspondante permanente de l'Agence France-Presse (AFP) au Japon émet une hypothétique évolution du manga en trois périodes dans son ouvrage *Histoire du manga, l'école de la vie japonaise*<sup>20</sup>. Elle place ainsi le manga comme élément essentiel et déclencheur de nouvelles pratiques communautaires tel que le *scantrad*.

Les maisons d'édition et *scantraders* ont pendant longtemps tenté de combattre ces préjugés dans un esprit de solidarité. Anderson Terpstra, étudiante diplômée en Communication prouve ainsi à travers sa thèse *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*<sup>21</sup> que le *scantrad* est une pratique née par suite de la polémique soulevée par le manga. J'aimerais donc pouvoir expliquer à tous les néophytes l'importance de ces teams dans l'essor du manga en France,

---

<sup>19</sup> BOUISSOU Jean-Marie, *Manga. Histoire et univers de la BD japonaise*, Philippe Picquier, 2010.

<sup>20</sup> POUPEE, Karyn. *Histoire du manga. L'école de la vie japonaise*. Tallandier, 2014.

<sup>21</sup> TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013.

comment ces teams ont su améliorer l'opinion des institutions culturelles sur ce genre si contesté. Et enfin, démontrer comment une telle passion a engendré ce processus de traduction pour la satisfaction des autres fans.

Cependant, aujourd'hui l'avènement du web en entraîné une toute autre dimension pour le *scantrad*. Les teams de *scantrad* apprennent à optimiser les outils auxquels elles ont accès par exemple par la mise en place d'espaces dédiés aux lecteurs. De nos jours, les *scantrads* sont principalement distribués gratuitement sur Internet, sans l'accord des ayants droit, ce qui implique que son statut par définition, est illégal. Par ailleurs, la loi française à ce sujet reste laxiste, inappliquée et inapplicable pour différentes raisons<sup>22</sup>. Le *scantrad* a donc longtemps profité d'une certaine forme de tolérance de la part des maisons d'édition qui considéraient cela comme étant un moyen promotionnel. Mais la tendance a commencé à s'inverser, depuis 2009, avec la baisse des ventes des hebdomadaires mangas au Japon<sup>23</sup>.

Le web a permis aux teams d'une part de naître, et d'autre part, de continuer à exister et s'organiser au mieux pour prodiguer toujours plus rapidement des scans de bonne qualité. C'est la raison pour laquelle le nombre de teams de *scantrad* ne cesse d'augmenter.

Néanmoins, selon le rapport annuel pour l'ACBD<sup>24</sup> de Gilles Ratier, écrivain et journaliste français, l'évolution du nombre de parutions de mangas met en évidence trois périodes : une période d'introduction du manga en France (2000-2006), une période de stabilisation qui laissait entrevoir un marché en progression (2007-2012)

---

<sup>22</sup> La protection des traductions et adaptations est expressément reconnue par l'article L 122-4 du code de propriété intellectuelle : "Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement par un art ou un procédé quelconque". Cependant, il est difficile de nos jours de chercher l'ensemble des sites de *scantrad* pour les maisons d'édition ou les mangakas car ils sont trop nombreux. Seul les plus populaire reçoivent des plaintes. De plus, parce que les maisons d'édition d'origine sont au Japon, elles ne connaissent pas l'ensemble des oeuvres disponibles via les sites de *scantrad*.

Source : OMARJEE Sulliman, *Fansubing et Scantrad : traduire c'est contrefaire !*, droit-technologie.org, 3 avril 2009.

<sup>23</sup> PAORU Ramza, *Ventes de mangas au Japon : 2013, la confirmation d'un renouveau ?*, paoru.fr, 12 décembre 2013.

<sup>24</sup> TURPIN Laurent, *2013 : l'année de la décélération*, www.acbd.fr, 30 décembre 2013.

et enfin une phase de décélération. Gilles Ratier caractérise cette dernière phase comme une conséquence d'un contexte économique et social complexe et morose :

*“les différents acteurs du 9<sup>e</sup> art ralentissent un tant soit peu leur offre éditoriale : pour la première fois, depuis au moins 17 ans, la production d'albums de bande dessinée, qui reste pourtant encore très abondante et diversifiée, a diminué.”*

Il semblerait que les maisons d'édition peinent aujourd'hui à comprendre les nouvelles attentes du secteur éditorial de la bande dessinée japonaise. Grâce à mes recherches, j'ai pu constater que la perte de vitesse du secteur n'impacte pas les teams de *scantrad* qui fidélisent toujours plus de lecteurs.

Aujourd'hui, le *scantrad* entre directement en compétition avec la vente de mangas par les maisons d'édition. De ce fait, nous pouvons nous demander quels changements ont pu s'opérer ces dernières années. Le manga, en 2019, est toujours l'un des genres les plus plébiscités par le public français : les conventions à son sujet ne manquent pas, les artistes qui ont réalisé nos openings<sup>25</sup> de mangas favoris sont toujours invités à chanter sur nos scènes françaises. Pourquoi cette pratique souterraine dont on entendait peu parler devient alors grand sujet de controverse dans les médias ?

2015 fut bousculée par l'arrivée de la plateforme Discord sur le Web, qui est un logiciel conçu initialement pour les communautés de joueurs. Il permet de créer des serveurs personnalisés réunissant des personnes autour d'un intérêt commun. Au sein de ces serveurs, il existe des salons, créés autour d'un thème précis (selon les jeux ou les intérêts), et se divisent en deux catégories : les salons textuels et les salons vocaux. Le logiciel fut d'abord utilisé par les joueurs, mais très vite, de nombreuses autres communautés se sont mises à l'utiliser, comme les *scantraders*. De ce fait, les *scantraders* ont su optimiser la plateforme pour répondre à leurs besoins en structurant leur démarche. Par ailleurs, les teams ont également

---

<sup>25</sup> Voir glossaire.

commencé à mobiliser de nombreuses ressources professionnelles numériques (tel que Photoshop ou Kanboard) dans le but de livrer un travail de qualité. J'étudierai donc le rapport des teams avec ces logiciels numériques.

Moyennant ces informations, j'ai pu étudier l'évolution de la communauté d'amateurs productrice de *scantrad*. Tout comme le web qui se développe à très grande vitesse, les *scantraders* déploient de nouvelles techniques afin de répondre au mieux aux attentes des lecteurs. Etant eux-mêmes lecteurs, ils connaissent alors les besoins et les attentes des consommateurs. En réfléchissant à ces données, la véritable question à se poser serait la suivante : peut-on véritablement encore se dire aujourd'hui que les teams de *scantrad* sont des communautés? Cette question m'a alors dirigée vers la problématique suivante :

### **Comment une communauté tend à devenir une organisation? Étude de cas d'une team de *scantrad*.**

Dans le livre *Qu'est-ce qu'une communauté ? En quoi cette notion peut-elle être utile aujourd'hui?* Jacquier Claude<sup>26</sup>, directeur de recherche au CNRS<sup>27</sup> explique les tenants et aboutissants d'une communauté. Il semblerait alors qu'une communauté soit formée indépendamment de la volonté de ses membres et sans qu'ils décident de leur implication. Une communauté est un groupe social dont les membres vivent ensemble, ou partagent des biens, des intérêts communs. Il semble ainsi logique d'intégrer les *scantraders* dans la notion de communauté. Cependant, depuis l'avènement du web, la communauté ne peut seulement être associée à une collectivité historique comme ce fut le cas auparavant. Si la communauté renvoie toujours à des individus qui s'organisent pour s'approprier un territoire, Howard Rheingold, critique, écrivain et enseignant évoque alors dans *The Virtual Community : Homesteading on the Electronic Frontier*<sup>28</sup> l'idée d'une communauté virtuelle. Ces

---

<sup>26</sup> JACQUIER Claude, *Qu'est-ce qu'une communauté ? En quoi cette notion peut-elle être utile aujourd'hui?*, *Vie sociale*, 2011/2 (N° 2), p. 33-48.

<sup>27</sup> Centre national de la recherche scientifique.

<sup>28</sup> RHEINGOLD Howard, *The Virtual Community : Homesteading on the Electronic Frontier*, Paperback, October 23, 2000.



deux ouvrages montrent alors comment la notion de communauté a évolué en fonction des époques et de la transformation du territoire en espace virtuel. Il s'avère alors que les deux teams de *scantrad* analysées à travers ce mémoire s'assimilent à un système de mutualisation et de production de connaissances autour du manga.

De nos jours, il devient difficile de réduire le *scantrad* comme étant seulement une pratique communautaire. Bien que le *scantrad* fut avant-tout développé dans un esprit de communauté, la multitude de teams existantes en 2019 atteste que chacune d'entre-elle opère différemment et pour des raisons distinctes. Communauté virtuelle ou organisation virtuelle? Parce que le concept d'organisation virtuelle est nouveau et difficile à délimiter je m'appuierai principalement sur l'ouvrage *Organisation des entreprises* de Pierre Romelaer<sup>29</sup> qui retrace certaines généralités caractérisant une entreprise et en font ainsi une organisation. Selon Pierre Romelaer une organisation est un ensemble de personnes qui ont entre elles des relations en partie régulières et prévisibles. Dans son ouvrage il explique également comment les salariés s'inscrivent dans une organisation et non dans une communauté.

Pour cette recherche, un corpus web et des entretiens vont être menés. Afin de pouvoir répondre à l'hypothèse d'une communauté devenant une organisation par le biais d'Internet deux teams de *scantrad* françaises seront étudiées.

La Blue Phoenix, une équipe de *scantrad* d'environ 10 personnes pour la plupart issues de l'ancienne team de *scantrad* Meren-Team Scantrad qui s'occupait autrefois du manga *Kimi no Iru Machi*<sup>30</sup>. Aujourd'hui, cette team s'occupe des mangas *Fuuka*<sup>31</sup> (manga très populaire auprès des lecteurs) et *Toaru Kagaku no*

---

<sup>29</sup> ROMELAER Pierre, *Organisation des entreprises*, Encyclopædia Universalis.

<sup>30</sup> SEO Kouji, *Kimi no Iru Machi (君のいる町)*, Weekly Shōnen Magazine, Kodansha, 28 mai 2008.

<sup>31</sup> SEO Kouji, *Fuuka (風夏)*, Weekly Shōnen Magazine, Kodansha, 12 février 2014.

*Accelerator*<sup>32</sup>. Elle travaille parfois en coopération avec la “Miam-miam Team”. On trouve ici une team de petite capacité mais qui se charge de six mangas.

La Scantrad Union est une équipe composée de dix teams de *scantrad* dont quatre teams fondatrices décisionnaires au sein de l’union : la Ryozanpaku Scantrad, la Monster no Scantrad, la SH Project et La Schlag et de teams partenaires : la Baka Nyan Scan, la Miam Miam Team, la Tokumei no Team, la Orca, la Imaginary Scantrad et la Yorokobe. L’ensemble des teams se consacre actuellement à 110 mangas. En moyenne chaque team s’occupe de 30 mangas. Nous sommes donc face à une team de grande capacité avec environ 150 membres à différents postes. Les deux teams étudiées sont composées de membres aux profils variés et aux motivations diverses. Leur popularité auprès des lecteurs diffère aussi. Ces deux teams aux profils différents sont donc deux terrains propices à l’étude de ma problématique.

Enfin, dans un dernier temps j’étudierai deux maisons d’édition indépendantes : Nazca Edition et le directeur éditorial de ChattoChatto. Ces deux maisons d’édition ont à peu près un an d’existence et sont composées de jeunes employés qui ont en moyenne la trentaine. Leurs employés ayant grandi avec le manga mais aussi le *scantrad*, sont de bons sujets d’étude permettant de répondre à mon hypothèse. Je comparerai alors les maisons d’édition et les teams de *scantrad* afin de comprendre s’il existe des similitudes et des différences entre ces deux acteurs du manga.

L’étude de cette pratique particulière, le *scantrad*, passera donc par l’analyse des *scantraders* et des employés de maison d’édition ayant des rôles respectifs différents au sein de chaque structure et ce, grâce à des interviews qualitatives. Les entretiens effectués ont été réalisés à travers les moyens de communication que les *scantraders* utilisent en permanence, c’est-à-dire des logiciels de communication dédiés comme Discord ou par des entretiens en face à face pour les maisons d’édition. Les discussions sont au nombre de huit et recueillent non seulement les propos sur le rapport de ces acteurs avec les mangas et le *scantrad*, mais tentent

---

<sup>32</sup> KAMACHI Kazuma, *Toaru Kagaku no Accelerator (とある科学の一方通行)*, Dengeki Daioh, ASCII Media Works, 27 octobre 2015.

également de cerner le fonctionnement, les intentions qui se cachent derrière les *scantraders*, les comportements qu'ils ont les uns avec les autres ainsi que leurs opinions sur cette pratique.

Afin d'étudier cette action et comprendre si elle tient plus d'une communauté ou d'une organisation je diviserai mon travail en trois parties.

Dans un premier temps je reviendrai sur les origines du manga et son essor en France. Je montrerai alors comment le manga a su évoluer grâce au web et est devenu un phénomène de renommée mondiale au-delà du contrôle des institutions culturelles. Dans cette analyse je mettrai alors en corrélation le manga et la pratique de *scantrad* qui est née des controverses de la bande dessinée japonaise. Il est important de comprendre les enjeux qui gravitent autour du manga avant les années 2000 pour intégrer comment le *scantrad* est né.

Dans un second temps, j'analyserai le comportement et la structure des deux teams de *scantrad* observées. Il faut avant tout analyser les teams comme des collectifs intelligents puis étudier les membres de manière isolée pour comprendre les motivations de ces teams. Il convient de comprendre la logique de communication et de transmission culturelle portée par les teams pour répondre à ma problématique. Je reviendrai alors sur la distinction entre communauté et organisation en m'appuyant sur des ouvrages de référence en sociologie des organisations et communautés.

Enfin, pour appuyer mon hypothèse, il est intéressant de saisir les rapports entre teams de *scantrad* et maisons d'édition qui semblent finalement avoir la même structure et les mêmes motivations : permettre l'essor du manga en France et faire découvrir les nouveautés de la bande dessinée japonaise. Ainsi, je tenterai de comprendre si le rapport actuel entre ces deux acteurs du manga présente plus de contradictions que d'accords.

# 1/. L'évolution du manga dans un contexte web 2.0 : de la sous-culture au phénomène mondial.

## A. L'expansion de la culture japonaise à l'international : de l'importance du manga.

→ La culture manga au coeur des débats : racines et mutations de l'image du manga.

### **Qu'est-ce que le manga? Une bande dessinée pas comme les autres :**

Afin de comprendre la popularité toujours en hausse du *scantrad*, il faut avant tout revenir et relier cette pratique aux origines du manga. Pour cela nous nous appuyons sur deux ouvrages de référence : *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise* de Jean-Marie Bouissou<sup>33</sup>, historien français, spécialiste du Japon contemporain dont le livre fait autorité et véritable référence dans l'étude et l'histoire du manga. Ainsi que l'ouvrage *Histoire du manga, l'école de la vie japonaise* de Karyn Poupée<sup>34</sup>, journaliste française et correspondante permanente de l'Agence France-Presse au Japon saluée par la critique tant française que nippone.

Qu'est ce que le manga? Il est difficile de trouver une définition exacte du terme japonais qui désigne la bande dessinée nippone.

Karyn Poupée introduit son livre *Histoire du manga, l'école de la vie japonaise* avec une définition simple du terme :

Manga : nom masculin japonais, entré dans le Petit Robert de la langue française après 1995, dictionnaire qui le définit alors ainsi : "littéralement, image dérisoire : bande dessinée, dessin animé japonais".

---

<sup>33</sup> BOUISSOU Jean-Marie, *Manga. Histoire et univers de la BD japonaise*, Philippe Picquier, 2010.

<sup>34</sup> POUPEE, Karyn. *Histoire du manga. L'école de la vie japonaise*. Tallandier, 2014.

Le terme manga est composé en japonais de deux kanjis (idéogrammes), man 漫 et ga 画. “man” signifie “involontaire”, “divertissant”, “sans but”, mais aussi “exagérer”, “déborder” (qui peut être interprété comme caricature) et “ga” qui désigne la représentation graphique “dessin”, “peinture” ou toute image dessinée - comme l'estampe. Le manga désigne la bande dessinée japonaise, néanmoins même si en Occident on considère que le manga ne se réfère qu'à ce type de média, au Japon, le manga est le terme qui désigne l'ensemble des bandes dessinées dans le monde.

Le manga, réputé vulgaire, violent et de mauvais<sup>35</sup> genre pendant très longtemps en Occident, a su trouver sa place dans le coeur des Millennials<sup>36</sup> et faire naître de nouvelles pratiques telles que le *scantrad*.

Selon toute apparence, le manga s'illustre en différentes périodes de l'histoire, qui l'ont mené vers ce que Jean Marie Bouissou définit comme le “manga moderne<sup>37</sup>”. Bien avant de devenir un média populaire accessible à tous et particulièrement apprécié des Français (premiers importateurs, deuxièmes consommateurs au monde<sup>38</sup>), le manga était un art souvent considéré comme contestataire à cause de ses caricatures représentant le gouvernement et la société<sup>39</sup>. Il est donc important de comprendre comment un média au passé si controversé est devenu un des supports préférés des Millennials<sup>40</sup>.

---

<sup>35</sup> BOUISSOU Jean-Marie , *Manga. Histoire et univers de la BD japonaise*, Philippe Picquier, 2010.

<sup>36</sup> Les Millennials, aussi appelé "Génération Y "est le nom donné à toutes personnes nées entre 1980 et 2000 environ. les Millennials sont des digital natives. Ils ont grandi avec l'évolution des technologies d'information et de communication : ils ont vu naître et sont actifs sur les réseaux sociaux ; ce sont celles et ceux qui utilisent les nouvelles technologies au quotidien.

<sup>37</sup> Jean Marie Bouissou suppose 3 périodes qui ont contribué à la naissance du manga d'aujourd'hui. Selon lui, le “manga moderne”, dernière période décisive du développement de ce média, serait apparu suite à la Seconde Guerre Mondiale et Hiroshima

<sup>38</sup> Avec plus de 13 millions d'exemplaires vendus en 2010, la France se classe au deuxième rang mondial des plus gros "consommateurs" de mangas, devant les États-Unis et derrière le Japon.

<sup>39</sup> Jean Marie Bouissou indique dans son ouvrage *Manga, histoire et univers de la bande dessinée japonaise* que les premières estampe proche de ce qui caractérise le manga caricaturaient les nobles, prêtres et guerriers sous forme d'animaux comme des grenouilles, singes et lapins.

<sup>40</sup> Les Millennials, aussi appelé "Génération Y "est le nom donné à toutes personnes nées entre 1980 et 2000 environ. les Millennials sont des digital natives. Ils ont grandi avec l'évolution des technologies d'information et de communication : ils ont vu naître et sont actifs sur les réseaux sociaux ; ce sont celles et ceux qui utilisent les nouvelles technologies au quotidien.

La bande dessinée japonaise, l'un des plus récents médias populaires importés du Japon, a attiré un nombre considérable de lecteurs en France. Mais avant cette puissante "industrie culturelle" qui permit la prolifération des scans, le manga fut pendant très longtemps un média peu reconnu.

Il est difficile de dater les débuts du manga. En effet, il faut comprendre avant tout la situation du Japon avant et après la Seconde Guerre Mondiale pour concevoir la naissance du manga. Le Japon fut pendant plus de deux siècles et demi<sup>41</sup> fermé au monde extérieur. Il connaît une réorganisation politique et se transforme en nation moderne avec la fin du shogunat<sup>42</sup>, adoptant sa première constitution en 1889.

Le pays reste une puissance impérialiste pendant la première partie de l'ère Shōwa<sup>43</sup> et participera au second conflit mondial.

Entre 1641 et 1852, le Japon proscrit ainsi tout commerce avec l'étranger et la bande dessinée japonaise se développe isolée des cultures étrangères. Il n'existe donc pas de conscience collective sur l'histoire du manga avant la Seconde Guerre Mondiale.

En 1853, l'archipel est forcé par l'américain Matthew Perry<sup>44</sup> d'ouvrir ses frontières aux autres pays. À compter de cet instant, le Japon se modernise ; ce nouveau contact avec les pays d'Occident a pour conséquence une transformation du manga. Le Japon découvre et importe les techniques de l'offset<sup>45</sup> et abandonne l'estampe.

---

<sup>41</sup> Sakoku (鎖国, littéralement "fermeture du pays") est le nom donné à la politique isolationniste japonaise, instaurée lors de la période Edo (entre 1641 et 1853) par Iemitsu Tokugawa, shogun de la dynastie des Tokugawa. La politique d'isolement commença par l'expulsion des missionnaires chrétiens, puis par la limitation des ports ouverts aux étrangers, l'interdiction d'entrer ou sortir du territoire pour tout Japonais sous peine de mort, l'expulsion de tous les étrangers et la destruction des navires capables de naviguer en haute mer.

<sup>42</sup> Le bakufu (幕府, "gouvernement shogunal") ou shogunat est un gouvernement militaire japonais.

<sup>43</sup> L'ère Shōwa (昭和時代, littéralement "Ère de paix éclairée") est la période (1926-1989) où l'empereur Shōwa régna sur le Japon.

<sup>44</sup> Le 8 juillet 1853, le commodore américain Matthew PERRY arrive au Japon et conduit ses "bateaux noirs" dans la baie d'Edo. Il fait remettre à Iyeyoshi, 12<sup>ème</sup> shōgun de la dynastie des Tokugawa, une lettre du président américain Millard Fillmore réclamant l'ouverture du Japon au commerce américain.

<sup>45</sup> L'impression offset, aussi appelée lithographie offset, est une méthode d'impression en série dans laquelle les images sont gravées sur des plaques métalliques puis transférées sur les supports d'impression. L'offset permet de couvrir une gamme de tirages large. Cette technique d'impression est économique et de meilleure qualité lorsqu'il y a de nombreux tirage du même support à exécuter.

Ainsi cette nouveauté technique permet d'éditer des mangas plus rapidement, d'avoir une capacité de production menant à l'exportation du manga dans le monde et à la diffusion du "manga moderne" connu de tous. Par le biais de recherches pour leurs ouvrages respectifs, Karyn Poupée et Jean Marie Bouissou ont pu émettre une hypothétique évolution du manga en trois périodes.

### **Les prémices et influences du manga :**

Pour certains, les débuts du manga remontent au VIII<sup>e</sup> siècle<sup>46</sup>. La propagation du bouddhisme provoque l'impulsion initiale de contacts entre la Corée, la Chine et le Japon et on commence tout doucement à voir une ouverture du Japon sur l'Asie (bien que le pays ne s'ouvrira au reste du monde qu'après la Seconde Guerre Mondiale). À cette époque, les Japonais n'hésitent pas à copier le style des *gakan*<sup>47</sup> chinois en créant les *emaki*<sup>48</sup>. Bien que *l'emaki* soit un art que l'on peut penser éloigné du manga, il est important de noter qu'il revête quelques similitudes avec la bande dessinée japonaise.

Le "manga moderne" tel que nous le connaissons trouverait ainsi ses prémices à la période de Nara<sup>49</sup>. Ces *emaki* sont des rouleaux peints avec des textes calligraphiés. Une adaptation japonaise qui, tout comme dans les rouleaux chinois et coréens, associe calligraphies et illustrations. Ce genre narratif illustré est peint, dessiné ou estampé sur de longs rouleaux de papier ou de soie mesurant parfois plusieurs quinzaines de mètres. Ce type de narration permettait ainsi une lecture qui pouvait s'étendre sur autant de rouleaux que nécessaire et apportait une lecture fluide à la convenance du lecteur. *L'emaki* est sûrement la plus ancienne représentation d'un

---

<sup>46</sup> Jean Marie Bouissou nous indique que les origines du manga en Occident sont souvent rapportées au VIII<sup>e</sup> siècle.

<sup>47</sup> Les *gakan* sont l'équivalent des *emaki* dans la culture chinoise. On suppose ici que la première ouverture du Japon sur l'Asie a permis aux Japonais d'intégrer cette culture à la leur.

<sup>48</sup> L'*emaki* (絵巻, littéralement "rouleau peint") désigne les rouleaux narratifs japonais peints.

<sup>49</sup> L'époque de Nara (奈良時代), est l'une des 14 subdivisions traditionnelles de l'histoire du Japon. L'ère Tenpyō (ou Tempyō) (729-749), seconde période de Nara après l'ère Hakuō selon certains historiens d'art, sert, parfois, à évoquer toute la période dans le domaine artistique, car la culture a été particulièrement brillante à ce moment là.

genre narratif illustré japonais contenant les trois innovations techniques majeures et donnant naissance au “manga moderne” :

- La case, qui même si elle n’était pas cernée comme nous en avons l’habitude était à cette époque délimitée par le déroulement du rouleau scène par scène de l’histoire.
- Les phylactères (aussi appelés plus communément les bulles) pour placer le texte d’un dialogue dans une case. C’est un moyen graphique utilisé en illustration puis en bande dessinée pour attribuer des paroles aux personnages.
- Et enfin les lignes qui donnent le moyen de voir le mouvement des personnages de différentes façons.

Ces trois innovations techniques sont très importantes car elles seront également le point central des règles du *scantrad*. Par ailleurs, elles sont également les caractéristiques démarquant le manga des autres médias populaires et qui le rendent si singulier. Elles présentent donc un caractère sacré pour les fans qui les respecteront dans la pratique du *scantrad* avec le plus grand soin.

Les Japonais ont écrit avec un pinceau plutôt qu’avec un stylo jusqu’à l’époque moderne et leur familiarité avec les techniques du pinceau les ont rendu particulièrement sensibles aux valeurs picturales. Ainsi, déjà dans *l’emaki* on retrouve un style narratif illustré à la plume tout comme les premiers mangas <sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> TENMAN-GŪ Kitano, *Sugawara no Michizane*, Emaki, peinture et encre sur rouleau de papier, Kyōto, 1219.





(aujourd'hui le manga mélange les techniques de colorisation moderne comme le digital art avec les techniques ancestrales des arts japonais).



51

L'emaki constitue par conséquent un genre narratif illustré proche du livre, développant des histoires romanesques, épiques ou illustrant les textes et légendes religieuses. Nous pouvons supposer ainsi que le "manga moderne" reprend les techniques des *emaki* de l'époque.

Pour Jean-Marie Bouissou, les origines de la bande dessinée japonaise seraient plus récentes et remonteraient aux *Rouleaux des Animaux* (*Chôjû giga*) réalisés par

<sup>51</sup> SHIROW Masamune, *Ghost in the Shell* (攻殻機動隊), Weekly Young Magazine, Kodansha, mai 1989.

Sôjô Toba au XII ème siècle (donc bien après la période de Nara) et conservés au temple Kôzanji, près de Kyoto : quatre *emaki* monochromes caricaturent la bourgeoisie, les religieux et les soldats sous forme d'animaux.

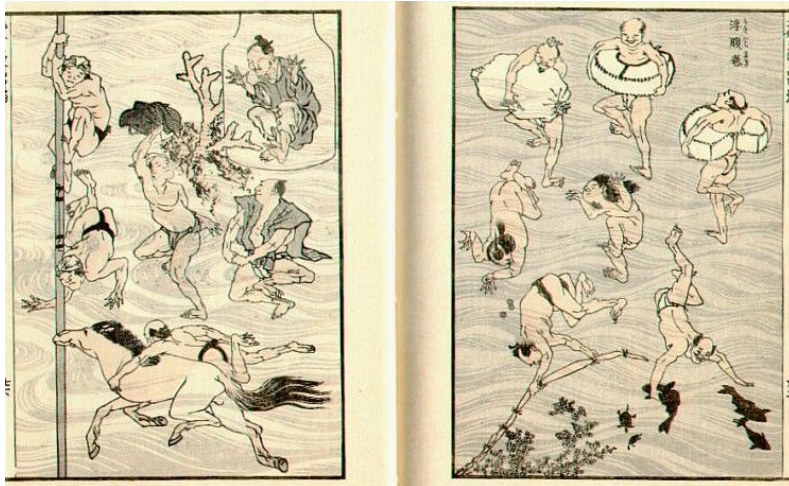


Détail caractéristique du premier rouleau, montrant des animaux qui se battent.<sup>52</sup>

Le terme manga fait réellement son apparition et s'impose comme le nom officiel de ce type de bande dessinée lorsque le maître de l'estampe japonaise, Hokusai, publie son carnet de croquis sous le titre de *Manga* en 1815. Cependant, même si le terme se démocratise par la publication de Hokusai et va se répandre au Japon, nous ne sommes pas encore dans le "manga moderne" car les différents croquis ne forment pas une histoire, mais traitent de sujets séparés les uns des autres.

---

<sup>52</sup> TOBA Sôjô, *Chôjû-jinbutsu-giga* (鳥獣人物戯画), Musée national de Tokyo, XII ème siècle.



Double page du vol. 4 de *Manga*, Hokusai, montrant des baigneurs et des plongeurs.<sup>53</sup>

La réelle explosion des mangas au Japon naît du traumatisme des quinze ans de guerre<sup>54</sup>.

Apparaît ainsi la première grande défaite du Japon qui entraîne la désillusion de la population vis-à-vis de son gouvernement. Cette désillusion est l'élément clé de la naissance du manga et ne comporte pas seulement une image chaotique de la guerre.

Cette destruction engendra la renaissance du pays et la création de nouveaux arts tel que le "manga moderne". Influencés par les comics strips<sup>55</sup> américains, les nouveaux mangakas<sup>56</sup> vont créer une distraction bon marché afin d'oublier la situation quotidienne du Japon post-guerre sous l'occupation américaine. Finalement, cette guerre développa l'imagination débordante de nouveaux mangakas qui ont utilisé leur art pour dépeindre leur réalité journalière. On peut voir également dans le manga un symbole de liberté qui selon nous, se retrouverait

<sup>53</sup> HOKUSAI, *Manga*, Erakuya Toshiro, Tokyo 1815.

<sup>54</sup> Le commandant en chef des forces alliées dans le Pacifique, Douglas MacArthur, devient gouverneur militaire du Japon après la signature des actes de capitulation du Japon le 2 septembre 1945.

<sup>55</sup> Un comic strip, est une bande dessinée de quelques cases disposées en une bande le plus souvent horizontale. Ce nom provient de la juxtaposition des termes anglais "comic"(comique, amusant, drôle) et "strip" (bande, bandeau).

<sup>56</sup> Glossaire.

encore aujourd'hui dans toute la sphère de la bande dessinée japonaise et du *scantrad*.

Jean-Marie Bouissou date alors la naissance du "manga moderne" en 1947. L'un des mangakas de cette époque, influencé par Walt Disney, révolutionne le genre avec la parution de *Shin Takarajima (La Nouvelle Île au Trésor)*, inspiré du roman de Stevenson<sup>57</sup>. Il s'agit du mangaka Osamu Tezuka surnommé encore aujourd'hui *Manga no Kamisama* (Dieu du manga). Selon Jean-Marie Bouissou, cette oeuvre est représentative du "manga moderne" car elle comporte les innovations graphiques qui sont encore aujourd'hui la marque distinctive des genres les plus connus de la bande dessinée japonaise. En quelques mois, le manga s'est vendu à 500 000 exemplaires à travers le monde : le manga n'est alors plus une distraction bon marché et devient un phénomène. Osamu Tezuka va par la suite fonder son studio d'animation en 1961<sup>58</sup> et réaliser un autre chef d'oeuvre qui assure sa place de "Dieu du manga" dans le monde : *Astro Boy*<sup>59</sup>.

Pierre Monastier note par ailleurs le génie de Tezuka dans l'art du manga comme dans l'animation à travers *Introduction à l'art du manga*<sup>60</sup>:

*"Au cours de sa carrière, Tezuka dessine près de 150 000 planches, 400 séries et réalise 21 séries d'animation pour la télévision. Il renouvelle tous les genres, du récit historique à la science-fiction, en passant par l'érotisme – genre qui sera développé ultérieurement sous le nom "hentai"<sup>61</sup>. Un de ses court-métrages obtient le Grand Prix au festival d'animation de Zagreb, faisant entrer l'animation japonaise dans la cour des grands."*

---

<sup>57</sup> STEVENSON Robert Louis, *L'Île au trésor*, Cassel and Company, Londres, 1883.

<sup>58</sup> Le mangaka Tezuka monte son studio "Mushi Productions" .

<sup>59</sup> TEZUKA Osamu, *Tetsuwan Atomu*, Weekly Shonen Magazine, Kobunsha, 1952.

<sup>60</sup> MONASTIER Pierre. "Introduction à l'art du manga", *Études*, vol no. 7, juillet-août 2017.

<sup>61</sup> Voir page 28.

On peut donc considérer que Osamu Tezuka a reçu ce surnom de “Dieu du manga” en hommage aux nouvelles idées qu’il apporta à la création des mangas. Il a permis ainsi à la bande dessinée japonaise de passer du registre satirique au genre artistique (cependant, son nouveau statut n’empêche pas le genre satirique). Aujourd’hui encore, les *scantraders* associent le manga à un genre artistique.

Comme Osamu Tezuka, les mangakas de cette génération d’après-guerre ont été spectateurs du chaos de la guerre et perdent leurs illusions quant à leur régime militariste. Ainsi naissent deux grandes narrations<sup>62</sup>, piliers du manga aujourd’hui sous de multiples formes :

- L’apocalypse et la faillite des adultes (par le cyberpunk<sup>63</sup>) avec un groupe de jeunes survivants qui cherchent à rebâtir un monde nouveau.
- L’invasion du pays par des êtres d’une autre espèce contre lesquels se dressent encore une fois de jeunes adolescents.

Ces deux types de narration se retrouvent encore aujourd’hui dans des mangas populaires à l’international et considérés comme des piliers du genre tel que : *Gunnm*<sup>64</sup>, une dystopie basée sur une catastrophe naturelle due à la collision d’une météorite avec la Terre, amenant l’humanité au bord de l’extinction. Ce manga qui a débuté en 1990 continue encore aujourd’hui (2019) et grâce à sa popularité a eu droit cette année à une ré-adaptation américaine réalisé par James Cameron.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> BOUISSOU Jean-Marie. “Le manga en douze questions », *Le Débat*, vol. 195, no. 3, 2017, pp. 91-99.

<sup>63</sup> Le cyberpunk est un genre de la science-fiction apparenté à la dystopie. Il met en scène un futur proche, avec une société technologiquement avancée. Le cyberpunk japonais fait référence à un sous-genre de manga et anime qui ont fait leur apparition après le drame nucléaire d’Hiroshima.

<sup>64</sup> KISHIRO Yukito, *Gunnm*, Business Jump, Shūeisha, Tokyo, novembre 1990.

<sup>65</sup> CAMERON James, RODRIGUEZ Robert *Alita: Battle Angel*, 20th Century Fox, 2019.

Le plus important restant tout de même *Akira*<sup>66</sup>, publié en 1982, oeuvre culte (surtout pour son film d'animation) où un adolescent, Tetsuo, victime d'expériences va partir en guerre contre le monde qui l'a opprimé et chercher Akira, un enfant aux pouvoirs extra-ordinaires censé délivrer Tokyo du chaos.

On retrouve dans *Akira* la thématique d'un monde apocalyptique : *Neo-Tokyo*<sup>67</sup>, en l'an 2019. Détruite trente ans plus tôt par une mystérieuse explosion, la mégalopole japonaise renaît de ses cendres et se prépare à héberger les Jeux Olympiques. Les oubliés de la reconstruction manifestent chaque jour contre le pouvoir en place, tandis que les plus jeunes trouvent refuge dans la drogue et la bagarre.

Ce manga est une oeuvre majeure et sûrement la plus reconnue dans le monde. Le boom qui suivra le succès international de cette oeuvre entraînera de nombreux mangas au même style narratif mais marquera également le début de l'exportation en masse de la culture japonaise à l'international. Elle sera par ailleurs l'oeuvre qui ouvrira le marché français à la bande dessinée japonaise en 1990.

Elle permettra aussi de rallier de nouveaux fans à ce genre dans le monde entier et de déclencher de nouvelles pratiques telles que le *fansubbing*<sup>68</sup> et le *scantrad*.

Aujourd'hui il existe de nombreuses thématiques dans la bande dessinée japonaise. Elles couvrent l'ensemble des divers thèmes littéraires traditionnellement classifiés en fonction de l'âge et du sexe du lectorat visé : le *shōjo*, le *shōnen* et le *seinen* qui sont les trois grandes thématiques populaires en France<sup>69</sup>.

Le site internet de référence des actualités manga en France *manga-news*<sup>70</sup> décrit les caractéristiques de ces différentes thématiques :

---

<sup>66</sup> OTOMO Katsuhiro, *Akira*, Young Magazine, Kōdansha, 20 décembre 1982.

<sup>67</sup> Neo Tokyo (ネオ東京) ou "New Tokyo" est le nom associé à une version fictive futuriste de Tokyo souvent représentée dans les mangas, les dessins animés et les jeux vidéo.

<sup>68</sup> Glossaire.

<sup>69</sup> MONASTIER Pierre, *Introduction à l'art du manga*, Études, vol. juillet-août, no. 7, 2017, pp. 77-88.

<sup>70</sup> <https://www.manga-news.com/>

- Le terme “*shōjo*” signifie "jeune fille", et caractérise les mangas visant un public essentiellement féminin plutôt jeune (il est l'équivalent des romans d'amour) . Ces récits abordent des sujets variés tels que la musique, l'école, le sport, la mode avec pratiquement toujours en toile de fond des histoires d'amour. Ce genre à part entière possède ses propres codes graphiques. Bien évidemment, tout comme les romans ou la bande dessinée, chaque genre possède ses propres codes graphiques qui le distingue des autres genres.
- Le *shōnen* vise un public principalement masculin adolescent. Il est le genre le plus représenté et le fer de lance du succès du manga en France. C'est un genre codifié véhiculant très souvent le même type de valeurs telles que le dépassement de soi, l'amitié, la justice, la bravoure.
- Le *seinen* désigne un manga destiné à un public plus adulte. S'il reprend dans l'ensemble les thèmes abordés dans les *shōnen*, les intrigues sont toutefois plus complexes, les personnages plus subtils et torturés. S'adressant à un public plus mature, ce type de récit est souvent plus violent ou teinté d'érotisme, sans être une généralité pour autant car les sujets abordés sont très diversifiés.

Même si ses trois genres sont les plus représentés par les maisons d'édition et le *scantrad*, il existe également de nombreux sous-genres qui viendront compléter ces trois grandes thématiques :

- *Hentai* (変態) : manga pornographique. Le terme *Ecchi* (エッチ) est parfois utilisé pour les mangas érotiques.
- *Mahō shōjo* (魔法少女, *Magical girl*) : sous-genre de la fantasy, centré sur des jeunes filles pratiquant la magie.
- *Mecha* メカ (*Meka*) : sous-genre de la science-fiction, centré sur le combat de robots géants.

- *Yaoi* (やおい) : manga centré sur les relations sentimentales et/ou sexuelles entre hommes.
- *Yuri* (百合) : manga centré sur les relations sentimentales et/ou sexuelles entre femmes.

Par ailleurs, de nombreuses teams de *scantrad* vont détailler plus amplement les différents genres d'un manga afin de toucher un public plus large tandis que les maisons d'édition françaises peinent encore aujourd'hui à comprendre l'étendu des genres que peut représenter une bande dessinée japonaise. Il n'est pas aisé pour les maisons d'édition de comprendre que les mangas ne peuvent pas être classés en un seul genre narratif.

C'est ainsi que nous résumerons les trois périodes clés qui ont contribué au développement des mangas comme pilier de la deuxième industrie culturelle de la planète : la période de Nara, l'oeuvre d'Hokusai sous le titre de *Manga* en 1815 et enfin le "manga moderne" qui représente aujourd'hui 45% du marché de la bande dessinée en France. <sup>71</sup>

*"Pour preuve, le Japon est aujourd'hui le 2e exportateur mondial de biens culturels. Le jeu vidéo, les animés ou encore la gastronomie sont autant d'atouts pour le Japon. Néanmoins, c'est le manga, c'est-à-dire la bande dessinée japonaise, qui est devenu l'incarnation du pouvoir d'influence culturelle japonais actuel plus que le jeu vidéo. Le Japon a ainsi globalisé sa culture pour en faire son atout de puissance."*<sup>72</sup> Pierre-William Fregonese

Dès *Akira*, oeuvre fondamentale de la contre-culture japonaise à sa sortie, le succès du manga devient planétaire. En parallèle, le CERN<sup>73</sup> propose au monde le

---

<sup>71</sup> SUTTON Elizabeth, *Marché de la bande dessinée 2018 – Chiffres clés*, Economie du livre, idbbox.com, 22 janvier 2019.

<sup>72</sup> FREGONESE Pierre-William, "Le phénomène manga, modèle de globalisation culturelle", portail de l'IE, centre français d'information sur l'intelligence économique et stratégique, 27 mars 2013

<sup>73</sup> Le 12 mars 1989, l'Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire (CERN) célébra l'invention du World Wide Web.



protocole HTTP et le Web. Ainsi, de nouvelles pratiques liées à la popularisation d'Internet voient le jour tel que le *scantrad*.

Antérieurement à la création des maisons d'édition de mangas françaises, d'industrie du genre et surtout de l'investissement financier pour une publication légale, les fans ont commencé à faire leur propre traduction des mangas japonais avant de les distribuer à d'autres fans *via* Internet. Dans les années 1980-90 on voyait déjà quelques traces de *scantrad* dans le monde, néanmoins ce n'est en rien comparable avec la prolifération de scans que l'on trouve aujourd'hui sur Internet. De plus, les traces de *scantrad* que l'on trouve dans les années 1980-1990 n'ont rien d'une organisation construite avec des règles et normes qui s'appliquent à l'ensemble des teams<sup>74</sup> aujourd'hui.

La véritable explosion de scans apparaîtra dans les années 2000 et ne cesse encore aujourd'hui de s'étendre à travers le monde.

### **La popularité souterraine du manga :**

Alors, pourquoi le monde a-t-il tant tardé à considérer le manga comme un produit culturel? Et pourquoi le Japon n'a-t-il pas réalisé plus tôt que la bande dessinée nipponne était une aubaine pour l'économie du pays?

Tout simplement à cause de l'image dont pâtissait le manga. Comme vu précédemment, la bande dessinée japonaise a longtemps été considérée comme vulgaire et de mauvais genre par le pays lui-même.

Julien Bouvard nous démontre dans sa rubrique *L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan*<sup>75</sup>, comment la notoriété du

---

<sup>74</sup> TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013.

<sup>75</sup> BOUVARD Julien, *L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan*, Monde chinois, vol. 42, no. 2, 2015, pp. 84-91.

manga ne dépendait pas d'une volonté du gouvernement et avait échappé aux institutions. La globalisation de la subculture<sup>76</sup> japonaise est loin d'être la conséquence de politiques culturelles.

En effet, le Japon a pendant très longtemps manqué de considération envers les férus de mangas. Ceux qui sont connus aujourd'hui sous le nom d'*otaku* ont été mal perçus pendant des années dans le pays du soleil levant. *Otaku* signifie : votre maison en japonais. Le mot est composé de la préposition honorifique "o "et du substantif "taku "signifiant "chez-soi ». L'univers du manga comportant son champ lexical typiquement japonais a également créé un terme qui désigne la nouvelle classe de consommateurs de ce hobby. Au Japon, on désignait auparavant comme *otaku*, ceux qui se cloisonnaient dans leur demeure pour vivre leur passion. Le mot a donc une connotation négative pour les japonais. Les *otakus* étaient par ailleurs reliés aux *Hikikomori*, qui sont selon les japonais, une version aux degrés plus élevés avec une pathologie psychosociale. On comprend donc ici la vision dégradante que le Japon a pendant longtemps pu percevoir des fans de mangas. Cette vision des *otakus* va ainsi se perpétuer jusqu'à ce que nous nommerons l'ère du web. Aujourd'hui les japonais ont su changer leur vision des *otakus*, qu'ils désignent comme seulement des fans de mangas.

En France, ce fut également le cas jusque récemment. L'industrie culturelle française a avant tout commencé par diffuser des mangas à la télévision<sup>77</sup> (avec *Récré A2*, la chaîne du service public qui diffusa *Goldorak*<sup>78</sup> en 1978 puis avec le *Club Dorothee* sur TF1 du 2 septembre 1987 au 30 août 1997) sous forme d'animes<sup>79</sup> car ces programmes étaient peu coûteux<sup>80</sup> (3 000\$ la minute tandis que les

---

<sup>76</sup> Produit d'une société dont l'histoire est caractérisée par une suite de ruptures brutales. Le manga se range donc dans la catégorie des sub cultures car il découle de la déception des japonais envers leurs gouvernement dû à la Seconde Guerre Mondiale.

<sup>77</sup> INOMATA Noriko, *Furansu no wakamono ni okeru Nihon anime – manga no juyō* (la réception des anime et des mangas par les jeunes Français), Japon, Manga Kenkyu, Vol. 3, 2003, p. 117-127.

<sup>78</sup> GŌ Nagai, *Goldorak*, Japon, *Kōdansha*, octobre 1975.

<sup>79</sup> Glossaire.

<sup>80</sup> BARON CARVAIS Annie, *la Bande dessinée*, Paris, Puf, Que sais-je, 1985.

dessins animés américains en coûtaient environ 4000\$ ou 5000\$ la minute). Cependant, les polémiques soulevées quant à leur violence ont desservi leur image. En 1989, Ségolène Royal s'attaque ainsi aux mangas à la télévision française et les qualifie de "nuls", "médiocres" et "laid" et souhaite les voir supprimés<sup>81</sup>. Un constat fort injuste pour la bande dessinée japonaise qui le suivra pendant un long moment. Après Ségolène Royal, en France, nombreux sont ceux qui se sont élevés contre les mangas. Néanmoins, Glénat, après le succès de *Akira*<sup>82</sup>, sera le premier éditeur à publier des mangas en France dès 1991 : *Dragon Ball*<sup>83</sup> d'Akira Toriyama (février 1993), *Ranma ½* de Rumiko Takahashi<sup>84</sup> (février 1994). Un million de volumes de *Dragon Ball* seront vendus en deux ans. Par ailleurs, aujourd'hui avec l'intégralité de la série éditée (42 volumes), *Dragon Ball* reste l'un des plus gros succès manga avec près de 240 millions d'exemplaires vendus (en 2018)<sup>85</sup>.

La réussite de ces publications permet aux maisons d'édition d'acheter plus de licences et de traduire d'autres mangas qui sont encore à l'apogée de leur popularité aujourd'hui comme : *Dr Slump* de Toriyama<sup>86</sup>, *Gunnm* de Yukito Kishiro<sup>87</sup>, *Sailor Moon*<sup>88</sup> de Naoko Takeuchi...

Le manga s'est donc développé et a obtenu sa popularité grâce aux fans et aux maisons d'édition qui ont choisi de miser sur ce nouveau type de média.

Nous présumons que la "popularité souterraine" du manga permet une première expansion du genre également grâce au *scantrad*. Les premières teams de *scantrad* frustrées de ne pouvoir lire de nouveaux chefs d'oeuvre de la bande dessinée

---

<sup>81</sup> ROYAL Ségolène, *Le Ras-le-bol des bébés zappeurs*, Robert Laffont, Paris, 26 octobre 1989.

<sup>82</sup> OTOMO Katsuhiro, *Akira*, Young Magazine, Kōdansha, 20 décembre 1982.

<sup>83</sup> TORIYAMA Akira, *Dragon Ball*, Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 3 décembre 1984. éd. fr. Glénat, 1993.

<sup>84</sup> TAKAHASHI Rumiko, *Ranma ½*, Weekly Shōnen Sunday, Shogakukan, septembre 1987.

<sup>85</sup> DE SEPAUSY Victor, "Découvrir les 11 mangas les plus vendus de tous les temps", *actualitte.com*, 17.02.2018.

<sup>86</sup> TORIYAMA Akira, *Dr. Slump*, Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 4 Février 1980.

<sup>87</sup> KISHIRO Yukito, *Gunnm*, Business Jump, Shueisha, 15 décembre 1990.

<sup>88</sup> TAKEUCHI Naoko, *Sailor Moon*, Nakayoshi, Run Run, Kodansha, 28 décembre 1991.

japonaise tel que *Akira*, décidèrent de traduire elles-mêmes leurs mangas. Une prolifération de scans sera alors diffusée par Internet dès les années 2000<sup>89</sup> et rendra le manga populaire à travers le monde.

### **B. L'exaltation induite par ces nouveaux médias : Transformation de nos habitudes de lectures**

→ Expansion du manga vers une offre plurimédia : forte hausse du nombre de passionnés.

#### **Appropriation du manga par les fans : le lecteur n'est plus seulement spectateur de sa lecture.**

Nous pensons que la période la plus importante et décisive pour le *scantrad* et les maisons d'édition françaises se situe entre les années 1970 et 2000, en lien avec l'ouverture du manga à l'international.

Auparavant le lecteur était seulement "spectateur" de sa lecture. Mais dans les années 1990, le lecteur fan de mangas découvrit un moyen de lire de nouvelles oeuvres sans attendre que les maisons d'édition achètent les licences pour les publier. En effet, les institutions culturelles et l'opinion publique ne voyaient pas le manga d'un très bon oeil. De ce fait, le nombre de licences autorisées par le Japon à l'étranger restait assez faible à cette époque.

Les premiers *scantrad* ne furent pas du tout partagés sur Internet. Ils furent transmis d'un courrier à l'autre par la poste ou à la main. La première traduction de manga par des fans enregistrée eu lieu en 1977 par la team Dadakai<sup>90</sup> (Schodt, Jared Cook, Shinji Sakamoto et Midori Ueda) et fut l'oeuvre *Phoenix*<sup>91</sup> de Osamu Tezuka. Cette traduction ne fut donc pas exactement du *scantrad* car non publiée sur Internet mais

---

<sup>89</sup> TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013.

<sup>90</sup> "First Generation: The Classical Era", *Inside scanlation*, 28 juillet 2010.

<sup>91</sup> TEZUKA Osamu, *Phoenix*, COM, 1967.

elle comportait la première forme de team organisée de *scantrad*. Les premiers *scantrad* sur Internet furent probablement des titres populaires au Japon comme *Astroboy*<sup>92</sup> qui fut partagé à la fin des années 1980 et au début des années 1990 sur des groupes Usenet<sup>93</sup>.

Constat : Si dans les années 2000 la France fut l'un des plus gros réseaux de *scantrad*, de nos jours elle est devenue, en plus, le plus gros importateur de mangas au monde<sup>94</sup>. La popularité du genre est donc une constante et nous pouvons penser qu'elle est issue du *scantrad*.

Mais qu'est-ce que le *scantrad* exactement? Quelques uns peu informés sur l'univers du manga se hasardent à simplement appeler le *scantrad* de la traduction. Mais est-ce correct ?

Le petit Larousse définit le mot "traduction" comme suit :

- Action de traduire, de transposer dans une autre langue : *La traduction d'un livre.*

Toutefois, le terme de traduction se réfère à un ensemble d'oeuvres traduites dans un sens très global (romans, bande dessinée, film etc...). Spécifiquement, tout comme le manga est le nom donné à la bande dessinée japonaise, le *scantrad* est la traduction rapportée uniquement aux mangas. Le *scantrad* est donc un type de traduction particulier. Il est important de noter que chaque pratique et chaque terme en lien avec le manga comprend un lexique précis de termes qui lui est propre.

---

<sup>92</sup> TEZUKA Osamu, *Astro Boy (鉄腕アトム)*, Shonen, Kobunsha, 3 avril 1952.

<sup>93</sup> Usenet est un système en réseau de forums, inventé en 1979.

<sup>94</sup> ROCCHIA Simon, "Le marché du manga en France". *mondedulivre.hypotheses.org*, 13 novembre 2015.

*Scantrader*, c'est-à-dire faire du *scantrad*, se rapporte à la numérisation des pages d'un manga en japonais dans une certaine langue (le plus souvent du japonais) et à traduire ce manga dans une autre langue, par des amateurs, des fans.

Il serait donc possible de définir le *scantrad* comme de la traduction ; cependant l'utilisation du terme "*scantrad*" renforce l'idée d'une pratique communautaire.

Tous les passionnés de mangas souhaiteraient pouvoir lire les mêmes mangas que ceux disponibles au Japon. Malheureusement les maisons d'édition de chaque pays n'achètent pas automatiquement les licences des mangas qu'ils pourraient espérer lire. Les lecteurs considèrent ces lacunes comme un problème inacceptable, problème qui pourrait être résolu grâce à leurs propres efforts.

*"Pour moi, notre but c'est que les maisons d'édition fassent bien leur travail et choisissent les meilleures séries. Très souvent, elles ne font pas les meilleurs choix : elles ont des séries qui viennent de nulle part, qui n'ont jamais été scantradé et qui finalement ne sont pas toujours des réussites. Nous notre objectif c'est qu'elles sortent les séries scantradé."*  
Krishnat, chef de la Scantrad Union.

Il convient de comprendre que le développement et la grande diversité des technologies numériques, la communication par Internet ont facilité, multiplié et considérablement élargi les moyens de consommation mondiale des produits japonais. C'est-à-dire que les fans d'autres pays souhaitent numériser, convertir, traduire ces produits pour d'autres fans, en particulier ceux qui ne peuvent y accéder.

À la fin des années 90, des teams de *scantrad* vont commencer à se former tout autour du globe mais particulièrement aux Etats-Unis et en France<sup>95</sup>. La prolifération des teams prendra place en parallèle à l'exportation du genre par les maisons d'édition. Ce parallèle n'est pas anodin. Car ce média devenant progressivement populaire, de nombreuses communautés de jeunes fans vont se former afin de traduire de plus en plus de mangas et rendre cette culture accessible à tous.

---

<sup>95</sup> TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013.

## Réception d'un phénomène qui assure sa position sur le marché international :

En parallèle, les maisons d'édition de bandes dessinées françaises ont choisi d'explorer fermement le manga comme un média d'avenir. À la fin des années 1980, Jacques Glénat, qui est déjà l'un des plus gros éditeurs de la bande dessinée française, décide de tenter sa chance avec le pays du soleil levant<sup>96</sup>. Il essaie alors de vendre de la bande dessinée au Japon et se rend vite compte qu'il est presque impossible de faire entrer l'un des médias favoris des français dans ce pays déjà autonome dans la publication de ses mangas. Il va alors découvrir le manga avec son efficacité narrative ainsi que sa diversité graphique et se spécialiser dans ce genre littéraire.

De plus, Tonkam va également se positionner sur la bande dessinée japonaise, faisant de sa librairie rue Keller la référence du manga. De nos jours, Tonkam reste l'une des plus grosses maisons d'édition de manga. Devant l'émergence du genre, de nombreuses maisons d'édition vont développer une branche dédiée au manga comme par exemple Casterman. Enfin, certaines d'entre elles telle que ChattoChatto que nous analyserons dans ce mémoire, vont prendre naissance et se spécialiser dans le manga. Le secteur de la bande dessinée japonaise va exploser dans les années 2000; aujourd'hui les multiples maisons d'édition sont obligées de se démarquer pour survivre dans le milieu. Elles vont pour la plupart se spécialiser dans un genre précis ou survivre grâce aux grosses licences qu'elles possèdent :

- Delcourt/Akata est réputé pour sa spécialisation dans le shojo. Cette maison d'édition possède des licences de mangas populaires tel que *Fruits Basket*<sup>97</sup>.

---

<sup>96</sup> ROCCHIA Simon, *Le marché du manga en France*, mondedulivre.hypotheses.org, 13 novembre 2015.

<sup>97</sup> TAKAYA Natsuki, *Fruits Basket (フルーツバスケット)*, Hana to Yume, Hakusensha, 5 juillet 2001.

- Glénat ne propose plus énormément de nouvelles licences mais peut compter sur son ancienneté et sa position dans le marché du manga. De plus, elle peut compter sur ses titres phares tels que *Bleach*<sup>98</sup> ou *Gunnm*<sup>99</sup>.
- Kana propose le manga populaire *Naruto*<sup>100</sup> mais également des mangas reconnus tel que *Black Butler*<sup>101</sup>.
- Kaze est l'un des derniers gros éditeurs à être entré sur le marché. Pendant longtemps Kaze était le leader des dvd d'anime<sup>102</sup> en France. Aujourd'hui la maison d'édition cherche à devenir le leader des nouveautés mangas.
- Kurokawa est connu pour ses titres comme *Fullmetal Alchemist*<sup>103</sup> qui, avant tout, a connu une forte popularité en France pour son anime puis son manga (qui ont deux histoires différentes)
- Ki-Oon concurrence Kaze car proposant de nombreux titres plébiscités par le public comme *Pandora Hearts*<sup>104</sup>
- Pika, est plus particulièrement connu pour sa collaboration avec Clamp à qui l'on doit *Sakura chasseuse de carte*<sup>105</sup>.

De nombreuses autres maisons d'éditions de plus petites envergures comme ChattoChatto concentrent leurs ventes sur quelques licences.

---

<sup>98</sup> KUBO Tite, *Bleach* (ブリーチ), Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 7 août 2001.

<sup>99</sup> KISHIRO Yukito, *Gunnm*, Business Jump, Shūeisha, Tokyo, novembre 1990.

<sup>100</sup> KISHIMOTO Masashi, *Naruto* (ナルト), Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 21 septembre 1999.

<sup>101</sup> TOBOSO Yana, *Black Butler* (黒執事), Monthly GFantasy, Gangan Comics, 16 septembre 2006.

<sup>102</sup> Glossaire.

<sup>103</sup> ARAKAWA Hiromu, *Fullmetal Alchemist* (鋼の錬金術師), Monthly Shōnen Gangan, Enix, 12 juillet 2001.

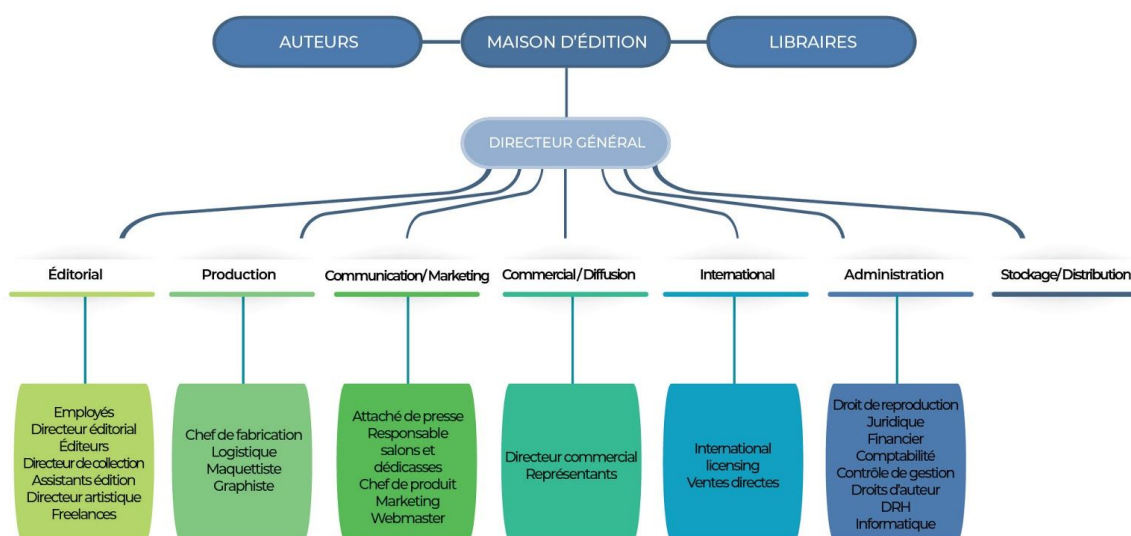
<sup>104</sup> MOCHIZUKI Jun, *Pandora Hearts* (パンドラハーツ), Monthly GFantasy, Square Enix, 18 mai 2006.

<sup>105</sup> CLAMP, *Cardcaptor Sakura* (カードキャプターさくら), Nakayoshi, Kodansha, mai 1996.



Tout laisse à supposer que le *scantrad* est en concurrence directe avec les maisons d'édition. Mais, si avant les années 2000, le manga était un média incompris et méprisé des institutions, dès lors que celui-ci a été importé en France, est né un lien très fort de solidarité entre les teams de *scantrad* et les maisons d'édition, ceci afin de promouvoir l'essor de la bande dessinée japonaise en France. De plus, avant les années 2000, les teams de *scantrad* n'avaient pas encore la structure d'une organisation et donc n'apparaissaient pas comme étant une menace pour les maisons d'édition. Nous reviendrons par ailleurs sur ce point un peu plus loin<sup>106</sup>.

Les maisons d'édition, quant à elles, spécialisées dans la bande dessinée franco-belge avaient déjà un circuit éditorial bien marqué et resté inchangé. Elles ne fonctionnent pas toutes de la même façon mais il existe cependant un modèle dans le secteur éditorial pour les grosses maisons d'édition tel que Glénat : <sup>107</sup>



108

<sup>106</sup> TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013.

<sup>107</sup> DOSSOGNE Lou, *Le circuit éditorial et ses mystères...*, lelombard.com, 2010.

<sup>108</sup> Organigramme de la structure générale d'un circuit éditorial que nous avons réalisé basé sur : DOSSOGNE Lou, "Le circuit éditorial et ses mystères..."

Nous présumons que la priorité des maisons d'éditions fut l'importation du manga en France, point commun avec les teams de *scantrad*. Le but étant de changer l'image de la bande dessinée japonaise auprès des institutions.

Julien Bouvard nous indique par ailleurs :

*“Jusqu’aux années 1990, l’internationalisation des mangas et des anime s’est développée sans contrôle des autorités culturelles respectives.”*<sup>109</sup>

Le Japon n'a pas réalisé tout de suite le *soft power*<sup>110</sup> que pouvait devenir le manga même après l'essor de celui-ci dans le monde. Selon Itô Yû, ce phénomène était vu jusqu'alors sous l'angle du piratage et de la copie asiatique (par la pratique du *scantrad*)<sup>111</sup>. Le *scantrad*, qui a pris de l'ampleur entre les années 1970 et 2000 fut alors seulement qualifié de piratage. Malheureusement pour elle, cette organisation souterraine qui s'organisait autour du manga était mal perçue. Une pratique qui fut donc reçue de façon marginale par les institutions culturelles. On comprend alors tout le paradoxe de cette boucle : le manga s'exporte difficilement, les teams décident alors de les traduire pour rendre cette culture accessible à tous, les maisons d'édition parient sur le produit et finalement le Japon ne voit pas les bénéfices de l'exportation du genre à cause du *scantrad* qu'elle associe à du piratage.

Au début des années 2000, le regard que portent les institutions culturelles commence à changer. En effet, les récompenses obtenues par les animés et mangas à l'étranger ont permis aux Japonais de reconnaître la valeur du manga. Julien Bouvard nous indique par ailleurs que très souvent dans l'industrie japonaise, l'exportation vers les États-Unis définit ou non le succès international. Ainsi, la

---

<sup>109</sup> BOUVARD Julien. *L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan*, Monde chinois, vol. 42, no. 2, 2015, pp. 84-91.

<sup>110</sup> Concept inventé par Joseph Nye pour décrire la capacité d'une organisation ou d'un état à utiliser des moyens culturels ou idéologiques pour affirmer sa place.

<sup>111</sup> ITÔ Yû, *Ekkyôsuru Nihon manga* (le manga qui dépasse les frontières), Ôgi Fusami, Ichiki Masashi, Sekaishisôsha, Tôkyô, 2010.

publication américaine du magazine de mangas japonais *Shonen Jump*<sup>112</sup> va induire de ne plus associer l'exportation des mangas au piratage mais comme exemple d'exportation réussie de produits culturels. En France, le manga est primé au festival d'Angoulême depuis 2001<sup>113</sup>. Le regard des institutions changera définitivement suite à l'article de Douglas McGray qui définit le manga comme "cool"<sup>114</sup>.

Nous supposons alors que si les maisons d'édition telles que Glénat ont commencé à s'intéresser aux mangas c'est justement parce qu'elles voyaient déjà la vague positive suscitée par les premières teams de *scantrad*. En effet, si un média s'ouvre vers de nouveaux champs d'action, il est logique de penser qu'il y a sûrement un marché économique à la clé.

Il aura donc fallu attendre que certains mangas soient reconnus par la presse ou récompensés par des prix pour que le Japon réalise que ceux ci ont un avenir économique international.

Le succès de la culture manga à l'étranger aboutit à l'élaboration d'une politique de soutien en faveur de la culture populaire : manga, anime, jeux vidéo, etc. La nomination de Tarô Asô comme Premier Ministre en 2007, lui-même fan de manga, va alors rendre possible la mise en avant de ce dernier comme un véritable *soft power*. En 2007, ce membre du gouvernement donne une conférence à Akihabara,<sup>115</sup> dans laquelle il suggère de profiter économiquement et politiquement de la bonne image dont dispose le Japon dans le monde. Selon lui, il faut faire du pays une marque qui inspire qualité et confiance à travers le manga. Petit à petit l'image de cette bande dessinée va alors changer au Japon mais aussi en Occident.

---

<sup>112</sup> SHUEISHA, *Weekly Shōnen Jump*, 週刊少年ジャンプ, Japon, 11 juillet 1968.

<sup>113</sup> Le festival international de la bande dessinée d'Angoulême, plus communément appelé festival d'Angoulême, est le principal festival de bande dessinée francophone et le deuxième plus important d'Europe en termes de notoriété et de taux de participation.

<sup>114</sup> MCGRAY Douglas, *Japan's Gross National Cool*, *Foreign Policy*, mai-juin 2002.

<sup>115</sup> Akihabara est un quartier de Tokyo surnommé "la ville électrique" et connu pour être le quartier des fans de mangas.

## **Innovation et circulation : une nouvelle façon de penser le manga.**

Pour Jean Marie Bouissou, en France, le manga a dépassé son image de mauvais genre et s'est associé au 9e Art<sup>116</sup>. Il a également contribué à l'élévation du statut de la bande dessinée en prouvant que la narration graphique peut produire des récits sérieux, longs et profonds. Nous pensons que les institutions culturelles permettent encore aujourd'hui de changer l'image du manga. Courant juillet 2010, le Musée Guimet lui consacra d'ailleurs une exposition *Samourais, Moines et Ninjas, quand le manga revisite l'histoire*. On peut voir aujourd'hui une prolifération d'expositions relatives à ce genre artistique, comme par exemple à l'espace Rendez-Vous d'Hôtel de ville *l'art de Naoki Urasawa*<sup>117</sup>, la Villette qui propose l'exposition *Manga ↔ Tokyo*, voyage dans l'environnement urbain japonais, nous replongeant dans le film *Godzilla*<sup>118</sup> comme dans le plus récent animé *Your Name*<sup>119</sup>.

De nos jours, la place du manga dans la culture n'est plus à démontrer. Celui-ci représente la plus forte croissance de ces dernières années au sein de l'édition : +150% entre 2000 et 2005. Actuellement, ces petits livres représentent 45% des ventes de bandes dessinées en France. La dernière conférence de la CCFI a permis de dresser l'état des lieux de la bande dessinée japonaise en France : quinze millions d'exemplaires vendus, un marché qui se porte bien dans l'hexagone. En effet, la France est depuis plusieurs années le deuxième plus gros consommateur de manga au monde (après le Japon)<sup>120</sup>.

Notre pays consacre son année 2018 au Japon pour les cent cinquante ans des relations franco-japonaises et prouve ainsi que l'importation de la culture japonaise

---

<sup>116</sup> Le neuvième art représente la bande dessinée. Dans la classification des arts, la bande dessinée vient en neuvième position après l'architecture, la sculpture, la peinture, la musique, la poésie, le théâtre/la danse, le cinéma et les arts médiatiques.

<sup>117</sup> Naoki Urasawa est un mangaka célèbre mondialement pour son manga *Monster*.

<sup>118</sup> TANAKA Tomoyuki, HONDA Ishirō, *Godzilla*, Toho, 1954.

<sup>119</sup> SHINKAI Makoto, *Kimi no Na wa*, 君の名は, CoMix Wave Films, 2016.

<sup>120</sup> ROCCHIA Simon, "Le marché du manga en France". *mondedulivre.hypotheses.org*, 13 novembre 2015.

est bien confirmée. L'occasion pour Paris de mettre à l'honneur la créativité du pays du soleil levant et de proposer une centaine d'événements dédiés à la culture japonaise, réunis sous le nom de *Japonismes* : expositions, arts vivants, spectacles... Nous voyons ici une reconnaissance du pays du soleil levant.

Par ailleurs, il suffit de voir les chiffres d'entrées du salon *Japan expo* pour comprendre l'ampleur de l'univers de la bande dessinée japonaise et des communautés de fans qui en découlent.

*Japan Expo* est une manifestation culturelle consacrée aux mangas, jeux vidéo, animes, mais aussi à la mode, la musique, au cinéma et aux arts martiaux japonais. Lors de sa création en 2000 la convention répertorie 8000 visiteurs. En 2018 elle en est à 24 000<sup>121</sup>. La croissance du nombre d'entrées prouve l'intérêt que peuvent avoir les Millennials<sup>122</sup> pour ce média.

Nous pouvons donc affirmer que l'expansion visible du manga sur ces vingt dernières années a permis au genre non seulement de se décliner sous différents supports, formats, mais aussi de fidéliser de plus en plus de lecteurs. Par le passé si les fans de manga représentaient une minorité, aujourd'hui même les peu férus de bande dessinée japonaise regardent le dernier film *Death Note*<sup>123</sup> produit par Netflix et les parents n'hésitent pas à accompagner leurs enfants dans des conventions dédiées au pays du soleil levant. Les fans qui raffolent des goodies<sup>124</sup> de leurs personnages préférés, peuvent trouver leur bonheur dans divers lieux et événements dédiés tels que les boutiques de la rue Keller à Bastille ou directement sur Internet avec Rakuten<sup>125</sup>, Amazon<sup>126</sup>...

---

<sup>121</sup> EQUIPE JDJ, *Japan Expo 2018 : le bilan de la 19e édition*, Journal du Japon, 13 juillet 2018.

<sup>122</sup> Les Millennials, aussi appelé "Génération Y" est le nom donné à toutes personnes nées entre 1980 et 2000 environ. Les Millennials sont des digital natives. Ils ont grandi avec l'évolution des technologies d'information et de communication : ils ont vu naître et sont actifs sur les réseaux sociaux ; ce sont celles et ceux qui utilisent les nouvelles technologies au quotidien.

<sup>123</sup> WINGARD Adam, PARLAPANIDES Charles, *Death Note*, Netflix, 25 Juin 2017.  
Adapté du manga de : OHBA Tsugumi, OBATA Takeshi, *Death Note*, Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 1 août 2006.

<sup>124</sup> Ce sont des produits dérivés de séries populaires. Les plus courants sont les figurines, les peluches... mais il en existe de toutes sortes.

<sup>125</sup> <https://fr.shopping.rakuten.com/>

<sup>126</sup> <https://www.amazon.fr/>

Enfin, le succès des films d'animation japonais en France n'est plus à prouver : l'univers du studio Ghibli<sup>127</sup> souvent félicité en France a pu jouer d'une exposition du 4 octobre 2014 au 1er mars 2015 au musée Art Ludique de Paris. Par ailleurs, le succès colossal du *Voyage de Chihiro*<sup>128</sup> a encouragé des majors du cinéma à s'y intéresser (Walt Disney Pictures se chargera alors de la distribution des films du réalisateur Hayao Miyazaki<sup>129</sup> dans l'hexagone).

Finalement, aujourd'hui il devient difficile de ne pas connaître la bande dessinée japonaise. Nous pouvons affirmer que le manga s'implante dans notre quotidien<sup>130</sup>. Parce qu'il est reconnu dans le 9e Art (qui désigne la bande dessinée). Force est de constater que les plus jeunes font face à une multitude de mangas diffusés sur Internet et implantés dans nos librairies.

Dès la fin des années 90, les communautés de fans traductrices de mangas sont donc devenues plus organisées ; elles se sont rapprochées peu à peu de la myriade de groupes de *scantrad* qui existe aujourd'hui. Suite à la généralisation et l'acceptation du manga en France, le nombre de teams a considérablement augmenté et la communauté de fans soudée à l'origine s'est transformée en un flux de teams aux motivations différentes<sup>131</sup>. Les teams ont envahi le web et se sont appropriées les différentes plateformes, s'organisant pour produire plus et plus rapidement.

Nous constatons ainsi que l'acceptation du média en France et le développement du web ont grandement permis l'essor des teams de *scantrad*.

---

<sup>127</sup> Le Studio Ghibli (株式会社スタジオジブリ) est un studio d'animation japonais fondé par Hayao Miyazaki et Isao Takahata en 1985. Il produit des longs-métrages et courts-métrages d'animation, ainsi que, des téléfilms, des anime et des jeux vidéo.

<sup>128</sup> MIYAZAKI Hayao, *千と千尋の神隠し*, *Sen to Chihiro no kamikakushi*, Studio Ghibli, 27 juillet 2001.

<sup>129</sup> Hayao Miyazaki est le réalisateur le plus populaire appartenant au Studio Ghibli.

<sup>130</sup> BOUISSOU Jean-Marie, *Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais*, *Cités*, vol. 27, no. 3, 2006, pp. 71-84.

<sup>131</sup> TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013.

Suite à la reconnaissance du manga en France, le web a vu l'émergence de sites hébergeurs de scans centralisant l'ensemble du travail des teams. Certains de ces sites servent seulement de panneaux d'annonce pour les teams tandis que d'autres tels que scan-manga<sup>132</sup> ou japscan<sup>133</sup> fournissent les traductions à tous.

Aujourd'hui, le *scantrad* prend alors tout son sens et s'implante dans nos ordinateurs et nos smartphones. Le fan de manga peut alors consommer de la bande dessinée sur tous supports et n'importe quand.

## **2./ Traduction et adaptation : logique de communication et transmission culturelle par les teams de *scantrad***

### **C. Un espace social concrétisé, l'explosion de la traduction désintéressée.**

→ Les *scantraders*, des amateurs qui travaillent avec des standards de professionnels :

**Qu'est ce que le *scantrad*? Le *scantrader* en tant que pro-am :**

*“Grâce à l'informatique et au web participatif, les fans ont investi tous les aspects de la culture contemporaine. Foisonnantes, souvent pionnières, leurs pratiques ont bouleversé la manière de créer des œuvres, de diffuser l'information, de produire de la connaissance, de militer. [...] Un nouveau règne s'annonce, qui brouille toutes les frontières : celui du pro-am (professionnel-amateur), citoyen-acteur, expert autodidacte, créateur à part entière.”*<sup>134</sup> Patrice Flichy

---

<sup>132</sup> <http://www.scan-manga.com/>

<sup>133</sup> <https://www.japscan.to/>

<sup>134</sup> FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010.

Les *scantraders*<sup>135</sup> sont aujourd'hui l'exemple même des pro-am qui investissent le web autour d'une passion commune : le manga. La démocratisation de cette pratique a mené à une prolifération de sites internet de scans. Aujourd'hui il suffit simplement de noter "scan français" et le nom du manga voulu pour se retrouver avec une dizaine de sites internet qui répondent à notre demande.

Le nombre de teams de *scantrad* ne cesse d'augmenter également : la section manga du site américain Baka-Updates<sup>136</sup> répertorie en avril 2008, environ 1300 groupes de *scantrad*. Parmi eux, 648 groupes actifs<sup>137</sup>. En 2019, le site internet répertorie 8000 teams de *scantrad* environ avec 1200 teams actives. Quant à la France, le site de référence de *scantrad* MangaDex<sup>138</sup> répertorie à ce jour 7,366 teams de *scantrad*.

Il semblerait que le nombre de teams de *scantrad* ne cesse d'évoluer en même temps que la popularité du manga dans le monde. Le manga, autrefois mal perçu bénéficie depuis quelques années d'une image bienveillante de *soft power* japonais. Il semble avéré que ce changement d'image contribue encore maintenant à l'essor du *scantrad* dans le monde.

Même si le manga semble connaître un essor prolifique dans le monde, ce n'est rien comparé au Japon, qui lui bénéficie, d'un rythme de parution soutenu grâce aux magazines hebdomadaires qui publient des chapitres chaque semaine : le *Weekly Shonen Jump* des éditions *Jump* par exemple, magazine ayant le plus de ventes au Japon. En France, il faut attendre la parution du manga intégral pour pouvoir le lire. C'est pourquoi il apparaît que ces décalages de publications géographiques et ces décalages temporels dans l'industrie mondiale du manga déçoivent certains fans de manga hors Japon. En France, il faut compter en général six mois d'attente après la

---

<sup>135</sup> Voir glossaire.

<sup>136</sup> <https://www.mangaupdates.com/>

<sup>137</sup> LEE Hye-Kyung, *Between fan culture and copyright infringement: manga scanlation*, King's College London, Media Culture & Society, November 11,2009.

<sup>138</sup> <https://mangadex.org/>



publication d'un tome au Japon, et seulement si l'on parle d'un manga très populaire comme que *One Piece*<sup>139</sup> (89 tomes en France à ce jour pour 92 tomes au Japon). Pour certaines séries moins populaires, l'attente de sortie en France peut aller jusqu'à plusieurs années. Ainsi, grâce à Internet, les fans sont bien informés des dernières nouveautés concernant les mangas qu'ils apprécient et veulent souvent lire les mangas immédiatement disponibles au Japon. Internet a non seulement favorisé de nouvelles pratiques mais permet aussi aux fans de s'informer. L'information ne reste plus au Japon, ce pays autrefois fermé mais dépasse les frontières grâce au développement du web.

Les passionnés perçoivent ces lacunes comme un problème pouvant être résolu grâce à leurs propres efforts, c'est à dire le *scantrad*. Le développement et la large diffusion du *scantrad* doivent être considérés comme une pratique d'un nouveau mode de consommation mondiale de plus en plus populaire. Les fans étrangers sont prêts à copier, traduire et distribuer ces produits pour d'autres fans, en particulier ceux qui ne peuvent y accéder à cause des barrières géographiques et linguistiques.

Pourtant, de nombreuses questions restent sans réponse autour de cette pratique. Lorsque le lecteur amateur de manga recherche des scans, il va simplement lire le manga qui l'intéresse. Mais finalement, qui se cache derrière ces scans? Comment fonctionne ces groupes de traduction qui parviennent à tenir à jour des chapitres de mangas toutes les semaines? Le manga étant un genre d'oeuvre unique et complexe, le *scantrad* de celui-ci demande un travail minutieux et beaucoup de patience. Il est assez compliqué de traduire un manga seul et c'est pourquoi des équipes appelées team de *scantrad* s'organisent afin de réaliser ce travail rigoureux.

C'est alors que nous avons émis l'hypothèse d'une communauté, se structurant comme une organisation pour garder son rythme soutenu de publication. Nous comprenons à travers l'histoire du manga et l'essor du *scantrad* que les teams n'avaient, au départ, rien d'une organisation. De nos jours, avec l'essor du manga en

---

<sup>139</sup> ODA Eiichirō, *One piece* (ワンピース), Weekly Shōnen Jump, Shūeisha, 22 juillet 1997.

France et le développement de plateformes sur le web, les *scantraders* se réunissent entre eux et deviennent spécialistes du manga qu'ils traduisent. Afin de répondre à cette hypothèse nous rapprochons deux teams de *scantrad* française qui ne sont pas organisées de façon identique mais oeuvrent vers le même but : rendre accessible à tous la culture du manga. La Blue Phoenix et la Scantrad Union.

On retrouve dans ces deux teams ce que Patrice Flichy décrit comme l'amateur fan : une personne passionnée de manga, mais pas seulement. Le fan s'approprie les oeuvres des mangakas<sup>140</sup> et en fait une réception créatrice. C'est-à-dire que le *scantrader* va récupérer des scans de manga et va les *scantraders* pour les rendre accessible à tous. Le *scantrader* a donc une double composante, il n'est pas seulement féru de bande dessinée car il crée, mais cette création est toujours seconde car elle s'appuie sur un produit culturel existant : le manga.

Patrice Flichy nous indique à travers *Le sacre de de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*<sup>141</sup> que finalement, le fan peut intervenir de trois façons sur l'oeuvre qu'il aime :

1. En étant coproducteur de l'oeuvre par la réinterprétation.
2. En construisant une communauté autour de l'oeuvre
3. En prolongeant le produit culturel, en le détournant.

Le *scantrader* est donc un fan/ pro-am de bande dessinée japonaise qui intervient sur un manga particulier pour le rendre accessible à d'autres fans. On retrouve ainsi un groupe qui se fait appeler team de *scantrad*, et le prolongement de l'oeuvre par différentes étapes qui permettront de la traduire.

---

<sup>140</sup> Glossaire.

<sup>141</sup> FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010.

Néanmoins, lorsque nous interrogeons un membre actif du *scantrad* afin de comprendre s'il se réfère à un *otaku*, celui-ci préfère se dire passionné/ fan plutôt que le terme longtemps mal perçu par les japonais et les français :

*“Est-ce que ma passion, ça fait de moi un otaku? Peut-être. Parce que je suis passionné, j'appartiens à une team, je regarde beaucoup d'animés, je lis des mangas donc peut-être que les autres me voient comme un otaku. Mais ce n'est pas le mot que j'emploie pour parler de ma consommation de mangas.”* Neytor, membre de la Blue Phoenix

On remarque alors que Neytor préfère utiliser le terme de passionné au terme d'*otaku*. *Otaku* fait aujourd'hui référence aux fans de mangas mais reste un terme très catégorique. Il est donc important de noter que le *scantrader* préfère se dire passionné car selon lui, le mot se rapporte plus à quelqu'un qui participera de manière active et positive sur le manga. Le terme *otaku* comporte encore une dimension négative qui persiste et qui n'a donc pas de légitimité comme celui de fan. Enfin, “passionné” est mieux compris car c'est un terme connu de tous qui englobe les fans de manière plus générale.

Le fan peut également devenir coproducteur de l'oeuvre par la réinterprétation, ce que nous retrouvons dans le cas des *Dōjinshi* : des fanzines édités par des amateurs souhaitant présenter leurs travaux à des échelles plus ou moins larges. Ce sont, pour un grand nombre, des travaux parodiant ou rendant hommage à d'autres oeuvres populaires, notamment via le genre érotique.

Les *Dōjinshi* furent les premiers cas de prolongement de l'oeuvre par des amateurs. Aujourd'hui, avec la démocratisation du *scantrad*, de nouvelles formes d'appropriation du *scantrad* tels que les *webtoons*<sup>142</sup> existent.

Le développement du web a généré de nouveaux liens entre artistes et publics ; les *scantraders* ont su, là, trouver leur place.

---

<sup>142</sup> Les Webtoons sont des webcomics sud-coréens qui sont publiés en ligne. Le plus souvent ils sont réalisés par des amateurs.

## La création des communautés de *scantrad* :

Même si la pratique du *scantrad* n'est pas nouvelle, notamment parce que les maisons d'édition ont tardé à octroyer une licence à certains manga, ou par un manque d'exposition dans les médias classiques, les fans ont su s'organiser et en assurer eux-mêmes la diffusion et la promotion par des voies souterraines.

Le *scantrad* acquiert cependant une nouvelle dimension grâce à l'avènement d'Internet. Le web a pu faciliter les échanges entre fans par la construction de réseaux, à connecter les communautés autour du monde. Le fan de manga n'est plus simplement un consommateur, il devient acteur du manga.

*“les consommateurs sont de plus en plus nombreux, de plus en plus équipés d'instruments de reproduction et aussi de production, de moins en moins disposés à n'être qu'un “simple” public, mais tendant au contraire à devenir des acteurs de la révolution numérique”*

P. Chantepie, A. Le Diberder.<sup>143</sup>

On retrouve par ailleurs ce point commun parmi les *scantraders* interrogés : l'envie de faire partie de cette communauté et d'aider à la conception en tant qu'acteur.

*“J'ai postulé à cette époque pour traduire un manga qui me plaisait beaucoup mais qui avait du retard sur les publications de scans US : Kenichi<sup>144</sup>.”* Krishnat, Chef de la Scantrad Union

*“A cette époque je lisais des mangas en ligne, c'est-à-dire des scans. Je lisais A Certain Scientific Accelerator<sup>145</sup> et les scans s'étaient arrêtés en plein milieu, donc je n'avais pas la suite. Comme je savais que la Miam Miam team<sup>146</sup> s'en occupait, j'ai décidé de les rejoindre*

---

<sup>143</sup> CHANTEPIE P., LE DIBERDER A., *Révolutions numériques et industries culturelles*, La Découverte, Paris, 2010, p. 111.

<sup>144</sup> MATSUENA Syun , *Ken-Ichi le disciple ultime (史上最強の弟子 ケンイチ)*, Weekly Shōnen Sunday, Shōgakukan, 1 mai 2002.

<sup>145</sup> KAMACHI Kazuma, *A Certain Scientific Accelerator (とある科学の一方通行アクセラレータ)*, Dengeki Daioh, ASCII Media Works, 27 décembre 2013.

<sup>146</sup> <https://miammiam-team.org/>

*et j'ai été recruté en tant que traducteur*" Cartouse, Chef de la Blue Phoenix

Les *scantraders* rejoignent des teams le plus souvent car ils sont avant tout lecteurs de manga et deviennent impatients face à l'attente d'un chapitre. Ils veulent ainsi participer à la réalisation des chapitres et prendre part à ce bouleversement numérique. Finalement, le but premier d'un *scantrader* est avant tout d'accéder au manga qu'il aime et qui n'est pas diffusé en France. Pour lui il est donc logique de rejoindre une team de *scantrad* pour accéder à ce manga. La pratique devenant populaire et de plus en plus courante, le fan trouve dans le *scantrad* un moyen de décroquer les barrières linguistiques. De plus, sans Internet, comment trouver les *raws*<sup>147</sup> d'un manga si le fan n'a pas un ami au Japon qui peut lui acheter le manga et le scanner? Grâce au *scantrad*, le passionné devient alors acteur de la diffusion de la culture manga en France.

La cible phare du manga en France est la catégorie de personnes proches des 12-30 ans, c'est à dire le public qui a grandi avec l'apparition de la bande dessinée japonaise en Occident. Mais aussi le public qui a assisté à l'avènement du web. Il est donc essentiel de comprendre le lien qui existe entre Internet, le fan de manga et la bande dessinée japonaise. Sans Internet, le *scantrad* ne serait pas une pratique si répandue. Un fan utilisera son temps libre pour exercer cette pratique tout comme un fan de sport rentrera dans une association sportive afin de pratiquer son hobby avec d'autres sportifs passionnés.

De plus le *scantrad* induit le principe d'intégrer une équipe avec des règles et normes en relation avec le manga. Seul un passionné aura donc l'envie de cohabiter avec d'autres fans.

Il est donc important de notifier que l'*otaku* ou le fan de manga est avant tout un amateur passionné qui agit en tant qu'acteur sur le manga.

---

<sup>147</sup> Voir page 51.

## Comment les *scantraders* s'organisent pour devenir des collectifs intelligents :

Patrice Flichy nous indique par ailleurs que le pro-am équipé des derniers outils numériques cherchera à se connecter à d'autres pro-am afin de constituer une "foule intelligente"<sup>148</sup>. Ainsi, grâce à "l'intelligence collective" fourni par le web, les amateurs peuvent mobiliser des connaissances identiques à celles de l'expert.

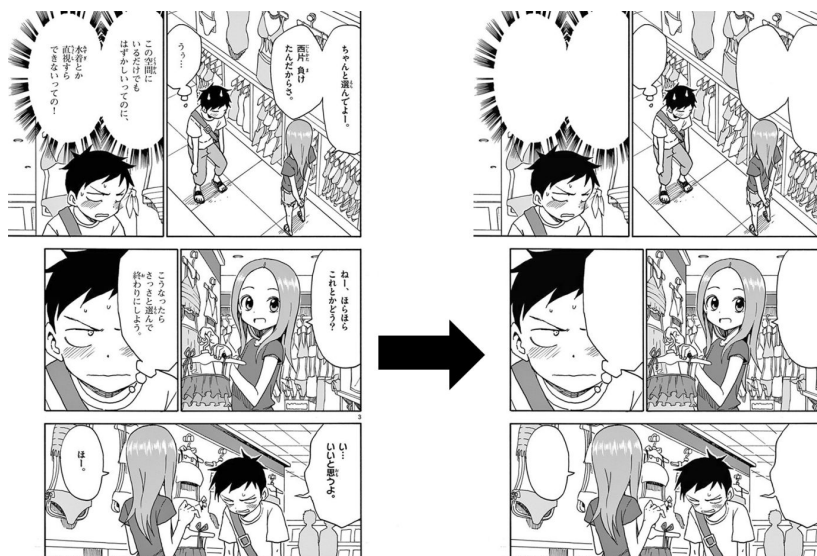
C'est pourquoi les *scantraders* s'organisent ensemble pour effectuer le *scantrad* en se basant sur les principes d'un collectif intelligent. Le processus du *scantrad* comprend alors plusieurs étapes et plusieurs rôles essentiels à la réalisation de cette pratique. Les *scantraders* ont tendance à répartir la charge de travail afin de produire plus rapidement de meilleures traductions :

- Un chef de projet : une personne va superviser le travail de *scantrad* sur un manga (il existe plusieurs chefs de projets dans une team, chacun en charge d'un manga). Il s'agit le plus souvent du traducteur. Les Chefs de projets des deux teams observées utilisent un tableur pour avoir une vision d'ensemble des tâches effectuées.
- *Raw-provider/Raw-provideur* : obtenir les *raws*. *Raw* est le nom donné à la version non traduite du manga. C'est-à-dire la version japonaise généralement, sauf lorsque le manga est chinois ou coréen. Un des *scantraders* de la team sera chargé de trouver sur Internet les *raws* du manga afin de procéder à la traduction.
- Un *cleaneur* : une personne qui récupère les *raws* pour les "*cleaner*", c'est à dire effacer les textes des pages, enlever les défauts d'impression. Les *cleaneurs* des deux teams utilisent Photoshop ou Gimp.<sup>149</sup>

---

<sup>148</sup> LÉVY Pierre, *L'intelligence collective*, La Découverte, Paris, 1997.

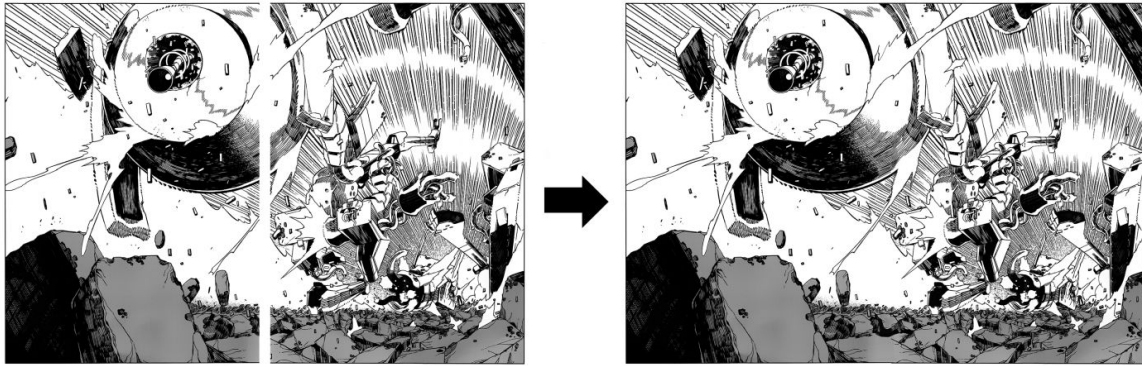
<sup>149</sup> Photoshop et Gimp sont des logiciels professionnels de retouche d'image.



150

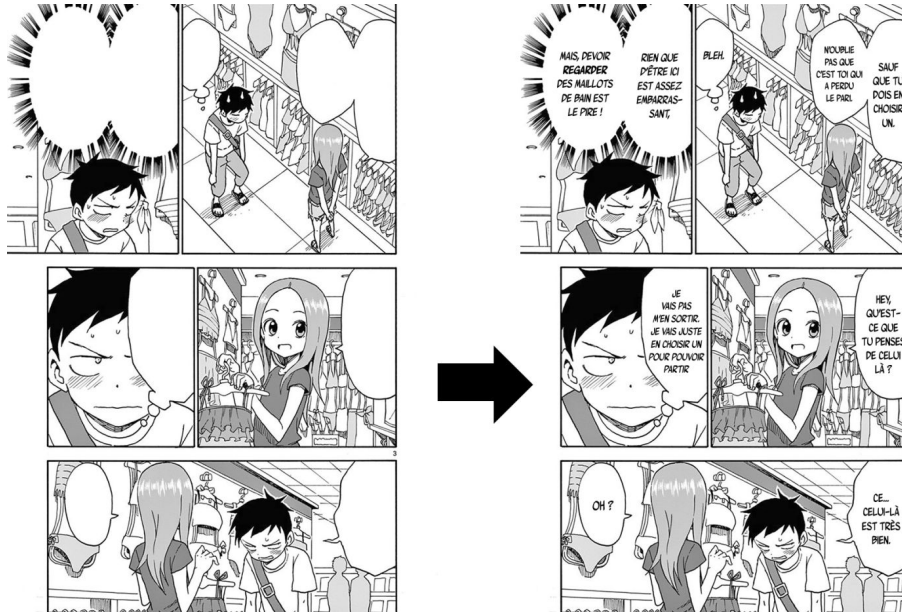
- Traducteur : ensuite intervient la traduction des pages du manga par un ou plusieurs *scantraders* qui seront assignés à cette tâche. Pour ce faire, ils se servent d'un document Word normé. Sliime, le traducteur de la Blue Phoenix utilise Reverso et Urban Dictionary, la Scantrad Union utilise Google traduction et WordReference.
- Un *checkeur* ou correcteur : qui est chargé d'effectuer un contrôle des traductions, pour corriger les fautes d'orthographe ou fautes de traduction. Les logiciels utilisés pour la correction sont avant tout Grammalecte et LibreOffice.
- Un reconstruteur : recréer un décor ou l'arrière plan d'une image qui a été effacé lorsque le texte a été enlevé. Tout comme le *cleaner*, le reconstruteur favorise les logiciels de retouche tel que Photoshop. Dans cet exemple de reconstruction, ci joint une double page décollée.

<sup>150</sup> Clean réalisé par Neytor de la Blue Phoenix.



151

- Un éditeur : chargé de remplir les bulles “cleanées” avec les textes traduits. L’éditeur utilisera également les logiciels de retouche pour placer les textes.



152

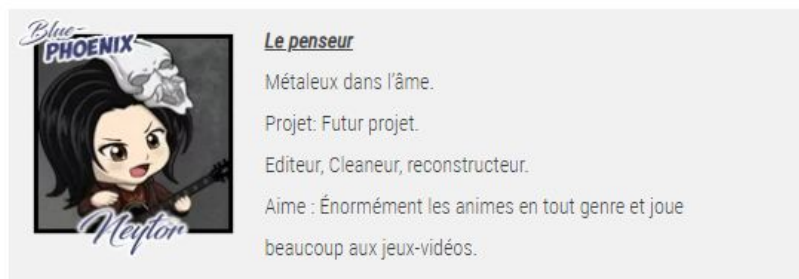
On trouve alors ici le schéma le plus répandu d’une team de *scantrad*. Suivant la capacité des teams et le nombre de mangas qu’elles *scantrad*, les rôles ne sont pas figés, certains d’entre eux vont fusionner et être exécutés par la même personne. Par exemple, le cleaner et reconstruteur sont parfois la même personne.

<sup>151</sup> Reconstruction réalisé par Neytor de la Blue Phoenix.

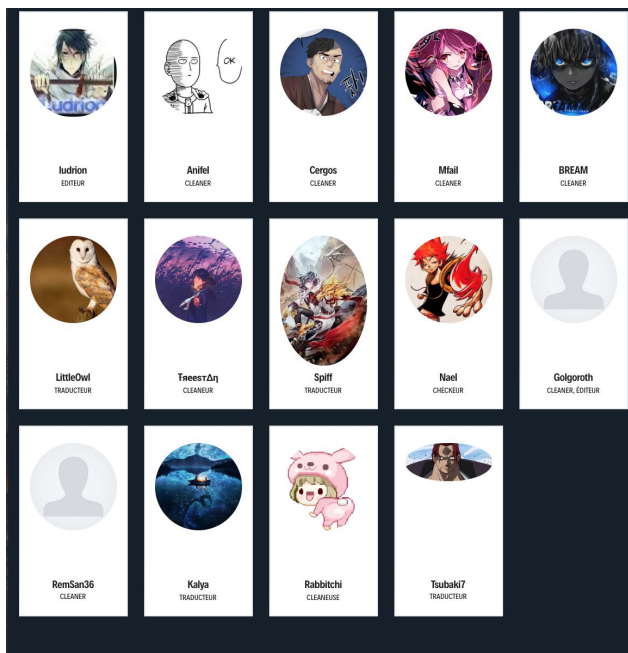
<sup>152</sup> Édit réalisé par Cartouse.



Dans la Blue Phoenix, Neytor exécute les rôles de *cleaner* et de reconstruteur en même temps. La team étant de petite capacité, il est plus simple et rapide pour eux d'assigner une personne aux deux postes. Le but étant de proposer des scans de qualité aux lecteurs et ce, à un rythme soutenu. <sup>153</sup>



Dans la Ryozanpaku Team appartenant à la Scantrad Union, le *cleaner* exécute la reconstruction à la suite ; finalement ce rôle double n'est pas cité sur leur site internet car il leur semble logique que ce *scantrader* soit compétent dans ces deux disciplines.



154

Ainsi, les raisons de la fusion des deux postes diffèrent d'une team à une autre. Le *clean* et la reconstruction sont réalisés par l'utilisation de Photoshop. Nous

<sup>153</sup> <https://blue-phoenix.fr/nos-membres/>

<sup>154</sup> <https://www.scantrad-union.com/staff-rs/>

supposons alors qu'il est plus efficace en terme de temps de placer le *cleaner* sur la reconstruction.

Neytor nous indique alors :

*“Le travail de reconstruction est sûrement mon préféré. [...] Le travail de reconstruction va être de redessiner les parties manquantes après le clean et de faire en sorte que ce soit le plus agréable possible pour le lecteur. C'est un travail qui est souvent considéré comme ingrat car il n'est pas remarqué des lecteurs, cependant c'est le but. Un bon travail de reconstruction et un travail que le lecteur ne voit pas.”*

On comprend également que le *scantrader* ne cherche pas à se substituer au travail du mangaka<sup>155</sup> mais cherche plutôt à acquérir et améliorer des compétences en lien avec sa passion tout en se plaçant comme expert. Patrice Flichy va par ailleurs nous préciser que le pro-am est modeste et passionné. Son expertise est acquise peu à peu par la pratique et l'expérience.

De plus, il est intéressant de constater que les noms des rôles du *scantrad* sont pour la plupart tous anglophones. Nous présumons que ce n'est pas anodin car actuellement le *scantrad* est une pratique répandue et populaire surtout en France et aux États Unis, ces deux pays étant également dans le top trois des importateurs de manga au monde<sup>156</sup>. L'anglais étant la première langue parlée au monde il semble donc plus logique d'assigner des noms anglais à une pratique internationale afin de rallier les collectifs mondiaux.

On trouvera également des mots anglais francisés tel que l'action de “*cleaner*”. Peut être une façon aussi pour les français de s'appropriier les rôles du *scantrad*. Tout comme les entreprises ont leur jargon propre, les teams de *scantrad* utilisent un

---

<sup>155</sup> Glossaire.

<sup>156</sup> LEE Hye-Kyung, *Between fan culture and copyright infringement: manga scanlation*, King's College London, Media Culture & Society, November 11,2009.

champ lexical corporate<sup>157</sup> qui nous indique un sentiment d'appartenance à une organisation.

## **B. Outrepassement des frontières entre le scantrad et la traduction**

→ L'implication des *scantraders* sur le web. *Scantrad 2.0*.

### **Perception du *scantrader*, analyse et interprétation :**

Il semble que la frontière entre communauté et organisation soit souvent difficile à distinguer dans le milieu du *scantrad*. En effet, les teams s'apparentent à des communautés qui collaborent afin de diffuser le manga à travers le monde. Les membres des teams préfèrent en outre se référer à leur team plutôt qu'à une communauté mais conviennent de l'ambiguïté de leur statut et admettent être dans une frontière assez floue entre communauté et organisation.

Par leur statut d'amateur que nous avons démontré précédemment, il serait donc logique de penser que ce sont des communautés. En sociologie, les communautés sont des regroupements de personnes autour d'une thématique conjointe.

Claude Jacquier nous indique que :

*“Une communauté est formée indépendamment de la volonté de ses membres et sans qu'ils décident de leur implication, ce qui la distingue de l'association ou de la société. Aujourd'hui, l'usage du mot communauté évoque souvent des collectivités historiques ou culturelles et renvoie aux notions de minorités ou de communautarisme.”<sup>158</sup>*

Auparavant on associait l'idée de communauté à un territoire mais depuis l'avènement d'Internet, la dématérialisation du contact humain ne correspond pas à

---

<sup>157</sup> Corporate signifie un champ lexical relatif à une corporation, un milieu ou une organisation professionnelle.

<sup>158</sup> JACQUIER Claude, *Qu'est-ce qu'une communauté ? En quoi cette notion peut-elle être utile aujourd'hui?*, Vie sociale, 2011/2 (N° 2), p. 33-48.

l'idée de frontières et d'ancrage local qui compose l'idée de communauté. L'étymologie du mot communauté renvoie à un ensemble de personnes qui partagent un devoir (*cum-munis*) et des valeurs communes. Les membres des teams partagent bien une culture, des normes et des valeurs communes que l'on retrouve dans l'idée de communauté et dans le statut de pro-am.

Cependant la société occidentale moderne, par opposition, semble plus correspondre à une association d'individus ayant une passion commune et non un devoir (qui se rapporte donc aux pro-am).

Aujourd'hui, il existe de nombreuses définitions de communauté tant la notion en elle-même a évolué avec les époques. Elles se divisent en plusieurs appellations et vont s'approprier des modes d'interaction qui conviennent à leurs interactivités<sup>159</sup>.

Les teams de *scantrad* s'apparenteraient plus aux communautés virtuelles car elles communiquent par le biais d'Internet, ce terme de communauté virtuelle indiquant qu'il ne s'agit pas de communication en face à face et qui fut attribué par le livre du même nom, écrit par Howard Rheingold<sup>160</sup>. Il existe par ailleurs des communautés virtuelles de soutien tel que Doctissimo<sup>161</sup>, au sein desquelles les internautes recherchent de l'entraide et échangent autour d'une thématique. Il existe également des communautés de pratique virtuelle dont les membres cherchent à mutualiser une expertise tel que les logiciels libres (l'exemple de Linux<sup>162</sup>) et enfin des communautés épistémiques où les utilisateurs ont comme objectif une production commune de connaissance (l'exemple de Wikipédia<sup>163</sup>)<sup>164</sup>.

---

<sup>159</sup> DEVELLOTTE Christine, MANGENOT François, *Tutorat et communauté dans un campus numérique non collaboratif*, Distances et savoirs, 2004/2 (Vol. 2), p. 309-333.

<sup>160</sup> RHEINGOLD Howard, *The Virtual Community : Homesteading on the Electronic Frontier*, Paperback, October 23, 2000.

<sup>161</sup> <http://www.doctissimo.fr/>

<sup>162</sup> <https://www.linux.org/>

<sup>163</sup> <https://www.wikipedia.org/>

<sup>164</sup> PROST Magali, CAHOUR Béatrice, *Le partage d'émotions et de connaissances sur la pratique : dynamiques des échanges dans les communautés de pratique virtuelles de professionnels*, Le travail humain, 2014/2 (Vol. 77), p. 177-202.

Nous supposerons ainsi que les deux teams de *scantrad* analysées à travers ce mémoire seraient proches d'un système de mutualisation et de production de connaissances autour du manga.

Par ailleurs, une organisation est un ensemble de personnes qui ont entre elles des relations en partie régulières et prévisibles. Cette définition large démontre bien la diversité des configurations possibles.<sup>165</sup> Alors pourquoi ne pas présumer que les teams de *scantrad* sont également des organisations? Elles seraient alors l'équivalent d'organisations virtuelles? Une certaine ambiguïté règne cependant sur la définition de ce nouveau mode d'organisation et sur ses principes de fonctionnement. Parce que le concept est encore nouveau et parce qu'il est difficile à délimiter, les discours sur l'organisation virtuelle restent encore imprécis.

Nous remarquons par ailleurs des similitudes dans la structure des teams de *scantrad* avec les principes que l'on retrouve dans le Taylorisme<sup>166</sup>. En effet l'organisation du travail qui se base sur le Taylorisme propose une division du travail entre les salariés d'une entreprise suivant la spécialisation de chacun. Chaque membre de team se voit assigner des tâches répétitives tel que le clean. L'organisation du travail revient au chef de projet. Ainsi on obtient une plus grande efficacité des membres : chacun a pour mission de se concentrer sur l'exécution de sa tâche. Cette structuration par division du travail est cependant plus apparente dans la Scantrad Union. En effet, Krishnat, nous explique que la Scantrad Union est composée d'environ 150 *scantraders* actifs et qu'il a donc la possibilité d'assigner un *scantrader* par tâche et par projet. Or, dans la Blue Phoenix, on remarque que la plupart des *scantraders* sont affectés à plusieurs rôles. Sliime par exemple se fait surnommer "Touche à tout" par la team pour ses rôles de : traducteur, correcteur, éditeur , correcteur qualité. Dans la Blue Phoenix l'organisation du travail n'est pas

---

<sup>165</sup> ROMELAER Pierre, *Organisation des entreprises*, Encyclopædia Universalis. consulté le 5 avril 2019.

<sup>166</sup> Le Taylorisme est une méthode de travail dans l'industrie mise au point par Frederick Winslow Taylor (1856-1915). Elle consiste en une organisation rationnelle du travail qui est divisé en tâches élémentaires, simples et répétitives, confiées à des travailleurs spécialisés.

divisée entre les *scantraders* suivant la spécialisation de chacun mais plutôt suivant les passions qui lui sont propres.

Suite à différents entretiens, nous avons pu constater que les *scantraders* nous décrivent eux-mêmes l'esprit de leur team.

Au cours des différentes discussions échangées, nous avons demandé aux acteurs du *scantrad* : pourquoi cette pratique ? En effet, lorsque nous pensons communauté il est naturel d'imaginer que les *scantraders* le font pour le plaisir et la passion du manga ; il est cependant étonnant de constater que pour bon nombre d'entre-eux, une part conséquente d'individualisme est présente :

*“J'aimais beaucoup un manga et j'ai vu à la fin des chapitres qu'ils recrutaient ... Je trouvais que les chapitres prenaient un peu de temps à sortir donc je me suis dit, je vais les rejoindre comme ça j'aurai les chapitres avant les autres.”* Sliime, Correcteur de la Blue Phoenix

L'envie de posséder le manga avant les autres semble être une raison récurrente pour les fans de devenir des *scantraders*. Finalement, ce n'est pas l'envie d'appartenir à une communauté de fans qui prime mais l'envie d'avoir les chapitres avant les autres.

“*Time is Money*”<sup>167</sup>, ici nous pourrions supposer que le chapitre d'un manga serait l'argent récompensant le *scantrader* pour son travail. Même si l'individu s'inscrit dans une action collective, il recherche avant tout la récompense et la reconnaissance de son travail. Une manière d'afficher aussi son individualité dans un groupe, individualité que l'on retrouve dans le type d'organisation basé sur les principes du Taylorisme. Les penseurs des organisations en entreprise n'ont eu de cesse de standardiser et individualiser l'organisation du travail humain. De plus, la récompense ici peut se rapporter au principe du Fordisme<sup>168</sup>. En effet, le Fordisme implique un capitalisme régulé, qu'on appelle compromis fordiste, qui implique un

---

<sup>167</sup> FRANKLIN Benjamin, XVIII<sup>ème</sup> siècle.

<sup>168</sup> Le Fordisme est une continuité du Taylorisme. C'est un mode de développement industriel fondé par Henry Ford et mis en oeuvre en 1908. Henry Ford, fondateur de l'entreprise qui porte son nom, à l'occasion de la production d'un nouveau modèle, la Ford T. Le Fordisme est synonyme de travail à la chaîne donc de production de masse.

système gagnant-gagnant à la fois pour les entreprises et pour les salariés. Ici, la team peut augmenter sa capacité et donc le nombre de *scantrads* effectués tandis que le *scantrader* peut profiter de *scantrads* en plus grande quantité.

Cependant, cette affirmation n'est pas une généralité et certains *scantraders* exécutent cette action par passion de manière désintéressée.

*“C'est avant tout par passion. Comme j'aime particulièrement l'univers de la bande dessinée japonaise je me suis dit pourquoi ne pas participer, aider dans cet univers les personnes qui souhaitent lire ou avoir accès à des mangas en ligne. C'est plus l'idée de rendre accessible la culture à tous. “* Neytor membre de la Blue Phoenix

Ainsi, chaque individu possède des caractéristiques propres et devient acteur au sein de cet univers. Les convictions des individus d'une team vont alors définir l'esprit de la team mais aussi la façon d'oeuvrer.

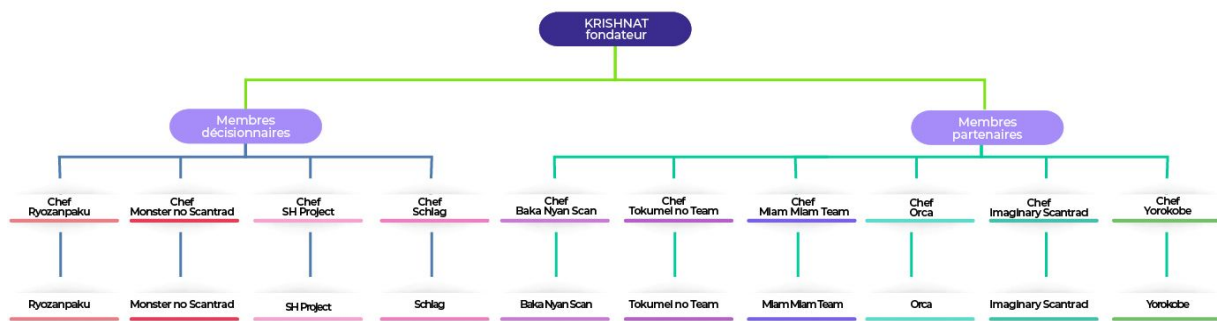
Nous supposons alors que le *scantrader*, va faire évoluer sa team vers une organisation ou une communauté.

Par ailleurs, Pierre Romelaer<sup>169</sup> nous indique que les membres d'une organisation n'ont pas toujours un même supérieur hiérarchique. Or il semblerait que pour une communauté virtuelle, une seule personne soit responsable du contenu.

Dans la composition des deux teams interrogées, nous observons deux types de structures : pour la Scantrad Union, Krishnat en est le fondateur et se définit comme un président de conseil d'administration. Comme son nom l'unique, la Scantrad Union est une réunion de plusieurs teams. Pour chacune des teams il y a un chef et l'ensemble des chefs agit comme un conseil d'administration pour prendre des décisions (sous forme de vote démocratique) au nom de tous. Chaque team de l'alliance s'auto-gère avec ses propres décisions. Ainsi Krishnat, qui est aussi chef de la team Ryozanpaku et traducteur dans l'union nous indique :

---

<sup>169</sup> ROMELAER Pierre , *Organisation des entreprises*, Encyclopædia Universalis, consulté le 5 avril 2019.



*“Pour la Scantrad Union l’organisation est tentaculaire. J’agis dessus en tant que fondateur, je suis plus comme un président d’un conseil d’administration. Sur la Ryozanpaku on est plus une petite entreprise, autant sur la Scantrad Union les chefs de chaque team agissent comme un conseil d’administration. Ils ont chacun un droit de veto. Chacun des chefs a un droit de veto. À partir du moment où il s’exprime de façon assez argumentée, en général on le suit. On a acté entre nous tout de même que si jamais il a un raisonnement assez différent du nôtre et que sa vision est différente de la nôtre il est libre de quitter la SU.”<sup>170</sup>*

Ainsi, Pierre Romelaer<sup>171</sup>, professeur en gestion de l’innovation, organisation, méthodes de recherche nous explique que dans une organisation, chacun peut dépendre d’un patron différent dans sa propre structure. Dans le cas de la Scantrad Union par exemple, le chef de la Monster no Scantrad ne pourra pas donner d’ordres à un membre de la SH project. Chaque team s’auto-gère avec ses propres chefs. Chaque team est alors un groupe avec ses spécialistes qui forment une organisation structurée par des réunions périodiques au cours desquelles sont échangées les problématiques à venir et les méthodes. Une fois par mois la Scantrad Union se réunit dans un restaurant afin de discuter des futurs projets. Plus récemment, la Scantrad Union a décidé d’organiser une réunion pour améliorer la communication sur les réseaux sociaux.

<sup>170</sup> Organigramme de la Scantrad Union.

<sup>171</sup> ROMELAER Pierre, “*Organisation des entreprises*”, Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 5 avril 2019. URL : <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/organisation-des-entreprises/>



La Blue Phoenix, quant à elle, ne possède pas cette structure en raison du nombre de ses membres. Sliime qui appartient à la Blue Phoenix et travaille aussi pour la Ryozanpaku nous énonce :

*“Les teams ont toutes des constructions différentes, certaines vont plus ressembler à des organisations et d’autres à des communautés selon moi. La Blue Phoenix est plus de l’ordre de la communauté tandis que la Ryozanpaku d’une organisation.”*

Selon lui, parce que la Blue Phoenix n’a pas un rythme soutenu avec des rendus obligatoires hebdomadaires, la team s’apparente plus à une communauté. Il est vrai qu’en interrogeant les différents acteurs de cette team nous comprenons que les membres avancent à leur rythme sans que le chef fixe des dates butoires précises.

De plus, avec une dizaine de membres, la Blue Phoenix n’organise pas de meeting ayant pour but de prendre des décisions. Chaque membre peut suggérer des propositions et finalement, les membres nous indiquent qu’ils n’ont pas la sensation d’avoir un système hiérarchique dans leur team (même s’ils ont un chef : Cartouse). Alors pourrait-on dire que la Blue Phoenix est plus une communauté et la Scantrad Union une organisation?

À travers les entretiens réalisés avec les membres de la Blue Phoenix nous avons constaté un fait intéressant qui diffère de la Scantrad Union. Les membres n’habitent pas la même zone géographique. Pierre Romelaer nous explique que dans certains cas, les membres d’une organisation sont géographiquement dispersés. Cas que l’on retrouve également dans les communautés virtuelles<sup>172</sup>. Cependant, nous pensons que cette notion de dispersion s’apparente plus à la structure d’une organisation. En effet, le plus surprenant avec les membres de la Blue Phoenix est que sur 5 membres interrogés, aucun d’entre eux ne ressent l’envie ou le besoin de rencontrer les autres membres de la team.

*“Je n’ai rencontré absolument aucune personne de la team. Je suis le seul à chaque fois de ma région, j’habite en Auvergne. Dans la team il*

---

<sup>172</sup> ROMELAER Pierre , “Organisation des entreprises”, Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 5 avril 2019.

*y en a à Marseille, à Tours, à Lille et à Paris. Donc je n'ai jamais vu personne et je ne sais pas si ça m'intéresserait forcément de rencontrer tout le monde. D'ailleurs la plupart du temps ils ne connaissent même pas mon prénom car je donne seulement mon pseudo.*" Sliime, traducteur, correcteur, éditeur , correcteur qualité de la Blue Phoenix.

Il arrive même que certains nous répondent qu'ils n'y ont jamais songé. On retrouve ici ce trait "individualiste" qui s'apparente à celui de l'entreprise : chaque membre travaille un peu dans son coin sans se soucier des compétences des autres intervenants. Le tout avec une récompense à la clé. Mais pas seulement, car en France, nous avons pour habitude de dissocier le travail de la vie personnelle. Il semblerait alors que les membres n'amalgament pas leur passion et les camarades de travail avec leur vie personnelle.

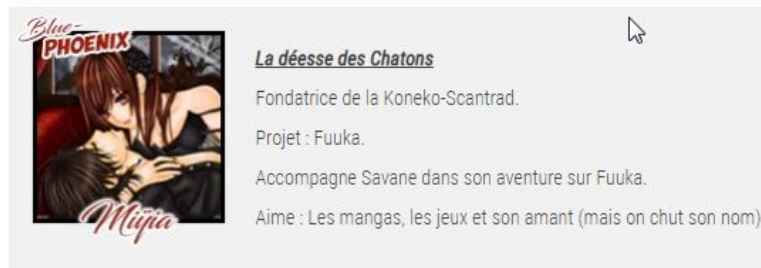
Cependant les membres tels que Sliime, qui gravitent dans différentes teams de *scantrad* semblent plus s'apparenter à des profils d'utilisateurs de communautés virtuelles. En effet, ces membres nomades, passent d'une team à une autre ; ce qui ne signifie pas pour autant qu'ils ne soient pas attachés à une communauté donnée. Ils revendiquent leur appartenance plurielle. A l'occasion de notre entretien avec Sliime, ce dernier n'a par ailleurs pas manqué de préciser qu'il appartient à quatre teams différentes.

Il est également important de revenir sur le statut de chef de projet. Dans une team de *scantrad*, lorsque la traduction d'un nouveau manga est décrétée, il faut choisir un chef de projet qui aura la gestion de l'équipe dédiée à ce travail. Que ce soit dans la Blue Phoenix ou dans la Scantrad Union, il y a différents chefs de projet qui ne sont pas obligatoirement les chefs des teams. On en revient alors à ce que définit Pierre Romelaer comme une organisation avec différents supérieurs hiérarchiques.

Enfin, Pierre Romelaer nous explique également que les membres d'une même organisation peuvent ne pas être salariés de la même structure. Par le biais de diverses discussions, nous avons pu noter que les partenariats sont très répandus

dans le *scantrad*. Ainsi, lorsque deux teams souhaitent travailler sur un même manga ou qu'une team a un rythme de parution tardif, les teams vont s'associer afin de travailler en commun. On retrouve ainsi des partenariats presque dans toutes les teams de *scantrad*. Par exemple la Blue Phoenix travaille avec la Koneko-Scantrad pour réaliser le *scantrad* du manga Fuuka<sup>173</sup>.

#### Les Neko-Partenaires :



The image shows a profile card for a member of the Blue Phoenix team. On the left is a small illustration of a character with red hair and black clothing, with the text 'Blue PHOENIX' and 'Miqua' visible. To the right of the illustration, the text reads: 'La déesse des Chatons', 'Fondatrice de la Koneko-Scantrad.', 'Projet : Fuuka.', 'Accompagne Savane dans son aventure sur Fuuka.', and 'Aime : Les mangas, les jeux et son amant (mais on chut son nom).'

174

Et comme nous l'avons vu dans l'organigramme, la Scantrad-Union a six teams partenaires. C'est-à-dire que les *scantraders* travaillent ensemble sur un même projet mais n'appartiennent pas aux mêmes teams. Dans de nombreux cas, les *scantraders* de chaque team vont décider de travailler ou pas sur le projet et, dans l'affirmative, former une "nouvelle équipe" qui permettra de compléter la structure habituelle d'une team (avec un *cleaner*, traducteurs...).

On peut ainsi constater une création continue de structures hybrides par les teams, ce qui leur permet d'être plus performantes dans leurs *scantrad*. Finalement, encore une fois la structuration des partenariats se rapporte à celle d'une organisation. Cependant, le point intéressant de ce type de structuration est la motivation. Dans le cas d'une entreprise, il est logique pour un patron de décider qui de ses salariés pourrait travailler avec d'autres entreprises (basé sur les compétences de chacun le plus souvent et avec l'accord du salarié). Hors dans le cas du *scantrad*, les membres choisissent eux-même de travailler en partenariat avec d'autres teams sur des

---

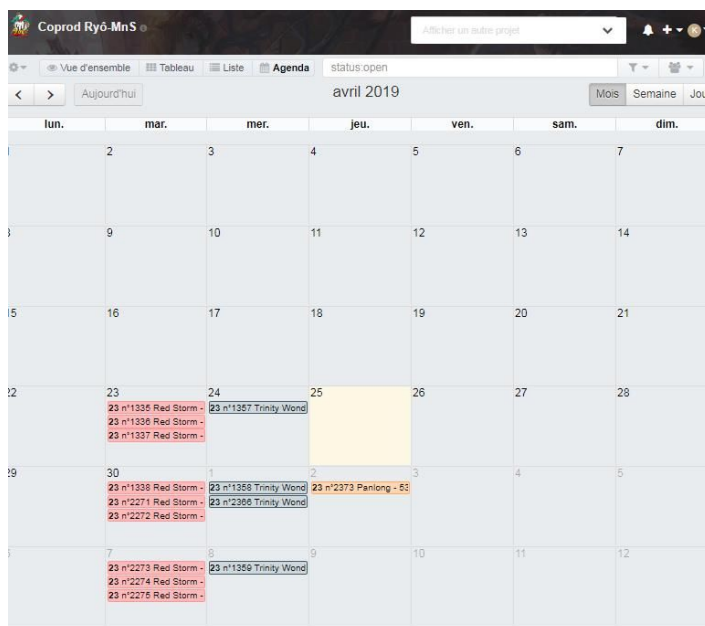
<sup>173</sup> SEO Kouji, *Fuuka* (風夏), Weekly Shōnen Magazine, Kodansha, 12 février 2014.

<sup>174</sup> <https://blue-phoenix.fr/nos-membres/>

projets qu'ils affectionnent. Il est alors surprenant de voir que les teams se structurent comme des organisations dans ce cas bien précis mais que leur motivation relèverait plus de la communauté.

En analysant différents discours d'acteurs de *scantrad* nous pouvons relever trois éléments importants qui vont nous permettre de démontrer comment une team de *scantrad* se place entre communauté et organisation.

L'acteur du *scantrad* est le premier élément qui permet d'associer le *scantrader* au pro-am et de l'inclure dans un collectif. Le *scantrader*, et plus souvent le chef de team, du fait de sa perception, va instaurer une façon de penser, de faire, dans sa team. Que la team devienne par la suite une communauté ou une organisation est l'aboutissement de ce mode de pensée. Ainsi, nous pouvons voir que dans la Scantrad Union, Krishnat, dans sa démarche de structuration de projet, est plus porté vers une organisation. Il utilise par ailleurs Kanboard<sup>175</sup>, un logiciel de gestion de projet issu de la méthodologie Agile<sup>176</sup>, pour se fixer des objectifs à atteindre avec les teams et tenir un rythme de parution soutenu :



<sup>175</sup> <https://kanboard.org/>

<sup>176</sup> Méthode qui tends à valoriser les individus et leurs interactions plus que les processus et les outils, des logiciels opérationnels plus qu'une documentation exhaustive, la collaborations plus que la négociation. À partir de ces éléments, on peut définir l'agilité comme une méthode de gestion de projet centrée sur les interactions humaines et le feedback et sur l'adaptation aux changements.

un chapitre de manga par jour en général. Le Kanboard se lit en colonne. Une colonne par série avec des vignettes représentant les chapitres. Chaque chapitre peut avoir une date de sortie et un pourcentage d'avancement. Une fois une tâche d'un chapitre fini, un bot descend l'information sur un canal discord pour notifier les chefs de projet que la tâche est terminée.

Par exemple, l'enjeu du moment pour les teams est l'amélioration de la communication sur les réseaux sociaux.

### **Processus de réalisation des *scantraders* :**

La façon dont les teams vont procéder et s'organiser pour prodiguer des scans est le deuxième élément essentiel nécessaire à la compréhension de ces collectifs. Il est évident que cet élément est la continuité du précédent : le *scantrader* va conduire son équipe dans un état d'esprit et une démarche permettant à celle-ci d'adhérer (ou non) et de s'organiser afin de tendre vers le but fixé.

Nous remarquons alors que par exemple, la Blue Phoenix n'a pas de sortie de chapitre définie par un calendrier. Au contraire, les *scantraders* sont libres de travailler à un rythme qui leur est propre alors que la Scantrad Union s'articule autour d'un rétroplanning. La démarche diffère mais le résultat est finalement le même. Sur cet élément de comparaison nous admettrons alors que la Blue Phoenix tend plus vers une communauté (basée sur le volontariat) tandis que la Scantrad Union a davantage une démarche organisationnelle.

Enfin, il convient d'observer le rapport des teams avec le web pour comprendre comment elles tendent progressivement vers un système d'organisation. Nous analyserons alors les sites internet, plateformes et logiciels acteurs de ce changement.

Autrefois, les teams utilisaient les forums ou les logiciels VoIP<sup>177</sup> comme Skype pour communiquer. Le problème étant que chaque team utilisait un logiciel ou une plateforme différente, il était alors compliqué pour les lecteurs ou même les teams de faire le lien. Les lecteurs se rendaient alors directement sur des sites hébergeurs comme *scan-manga*<sup>178</sup> qui regroupe l'ensemble des scans de toutes les teams. Pour le lecteur, il est évidemment plus simple de se rendre sur un site internet qui regroupe l'ensemble du *scantrad* que de chercher parmi une multitude de plateformes le chapitre qui l'intéresse.

De plus, Skype étant un VoIP opérant surtout pour du face à face entre deux personnes, ne permettait pas une optimisation des teams de *scantrad* car ne pouvant accueillir l'ensemble des membres dans des canaux de discussion. De plus, Sliime nous indique :

*“la Ryozanpaku utilisait auparavant un forum et c'était extrêmement contraignant et long.[...]. Surtout que les forums ce n'est pas que c'est démodé mais des fois il y a des problèmes dessus et c'est très lent, juste pour faire 3 mots on y passait peut-être une minute.”*  
Sliime, membre de la Blue Phoenix et Ryozanpaku

On comprend alors que pendant très longtemps le choix des logiciels était maladroit et surtout alternatif avant de trouver mieux. Dès 2015, à la création de Discord, l'ensemble des teams a alors migré vers le logiciel de VoIP qui synthétise ce que chaque plateforme apportait séparément. Ce logiciel est principalement reconnu pour être utilisé par les joueurs cependant il est précisé que c'est un logiciel accessible aux communautés. Discord est basé sur un système de serveurs : chaque utilisateur peut alors utiliser, façonner, et rejoindre un Discord. On comprend alors tout l'intérêt que porte les teams de *scantrad* pour ce logiciel : créer des salons vocaux et textuels afin de communiquer autour des chapitres et avec les lecteurs.

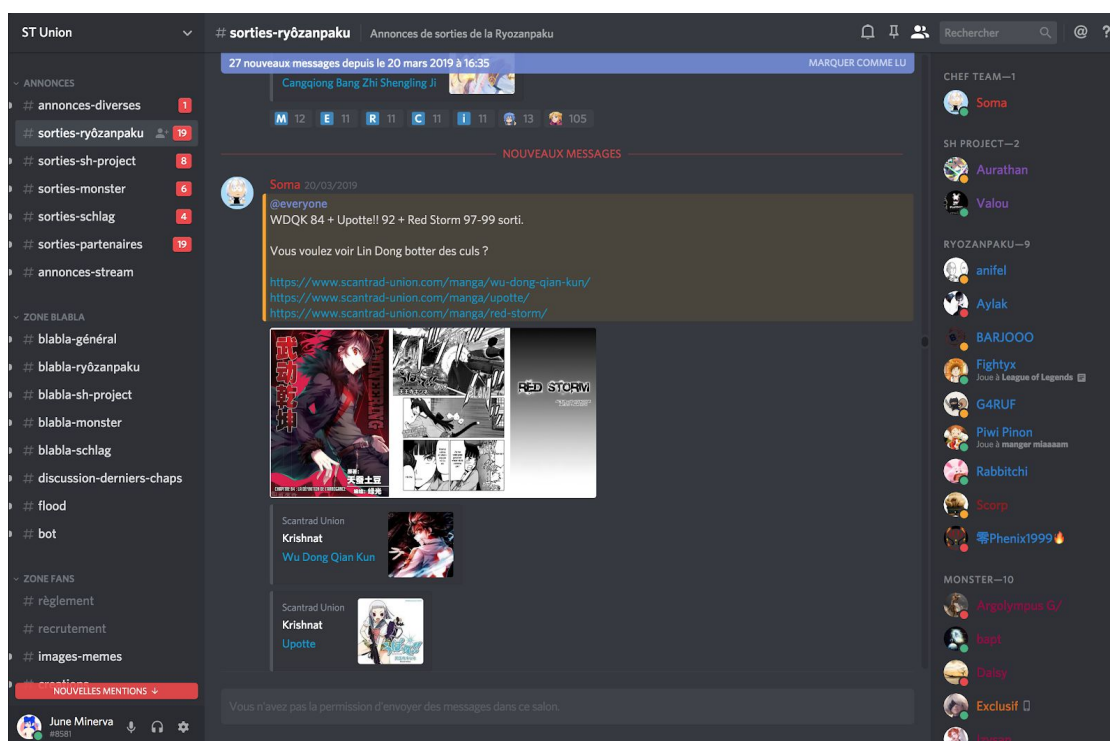
---

<sup>177</sup> Voir glossaire.

<sup>178</sup> <http://www.scan-manga.com/>

Selon nous, Discord, qui est maintenant le logiciel utilisé par l'ensemble des teams pour communiquer est sûrement le logiciel qui a fait débiter la transition des teams de communauté virtuelle vers un système d'organisation virtuelle. La naissance du logiciel a été une véritable aubaine pour les teams qui ont su se l'approprier. Il faut par ailleurs noter que les teams ont toutes migré et maîtrisé la plateforme en un temps record : de 2015 à 2019. Le web évolue de manière fulgurante et le *scantrad* suit le rythme : à présent vous ne trouverez plus de teams de *scantrad* active qui utilise un forum ou un autre VoIP. Cette migration n'a pas seulement permis de structurer les teams, elle a également donné lieu à une liaison entre les lecteurs et les *scantraders*. Aujourd'hui le discord de la Scantrad Union contient environ 1500 lecteurs. Les lecteurs ont autant adopté discord que les teams qui à présent réussissent à fidéliser leurs lecteurs.

Nous allons maintenant nous intéresser à la structuration du Discord des deux teams observées :

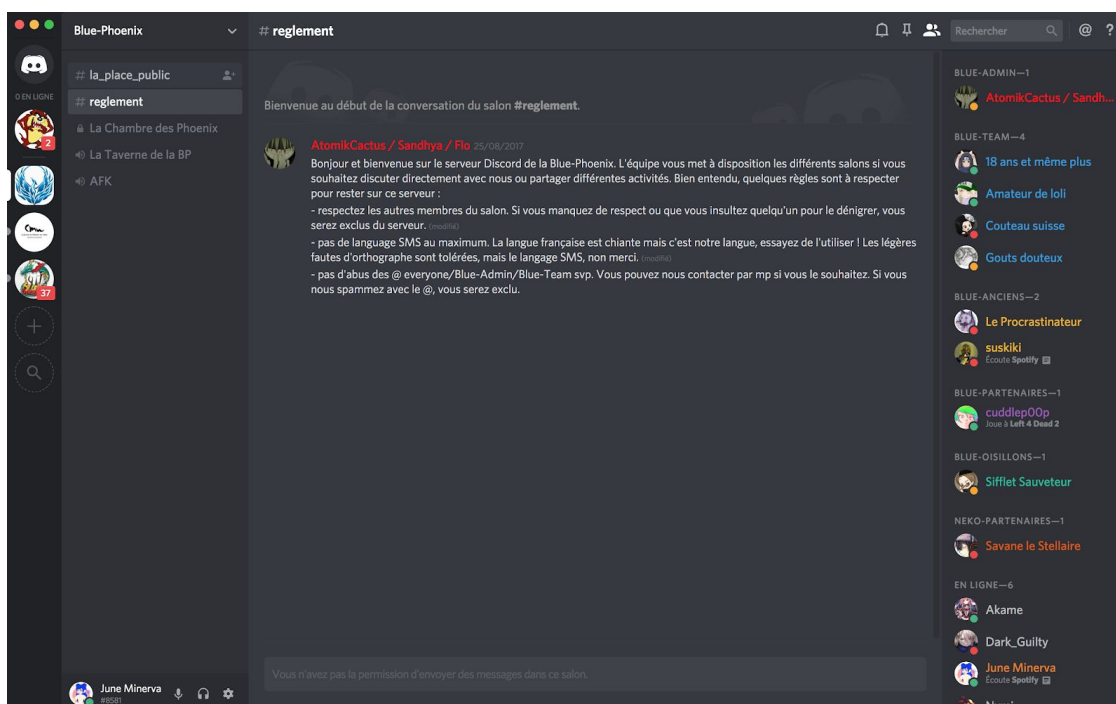


179

<sup>179</sup> Discord de la Scantrad Union.

Discord est un serveur basé sur un principe : quel que soit l'utilisateur, il peut le rejoindre, l'utiliser, et l'ajuster. Sur ces types de serveurs, les chefs de teams peuvent créer des salons vocaux ou textuels et définir des autorisations sous forme de rôle pour chacun des *scantraders*. En ce qui concerne les deux teams nous observons dans chaque cas une partie visible pour les lecteurs et une partie invisible, seulement réservée aux *scantraders*.

Pour la Blue Phoenix, cinq salons sont disponibles et distincts. Le règlement de la team indique, comme vous pouvez le constater ci-dessus, la ligne de conduite de rigueur sur leur discord avec par exemple, l'obligation de respecter les autres membres. Sur la droite, nous pouvons observer les utilisateurs présents sur le serveur, classés par catégories et dont la couleur détermine le niveau hiérarchique de chacun. Afin de simplifier le travail des *scantraders*, il existe des bots<sup>180</sup> qui signalent les mises à jour des chapitres à l'instant même aux lecteurs dans les salons (données que l'on retrouve pour toutes les teams de *scantrad*).



<sup>180</sup> Voir glossaire.



<sup>181</sup>Les bots peuvent exécuter des tâches de base comme supprimer des messages ou ajouter des fonctionnalités non présentes dans le logiciel (message automatique, système monétaire...). Ce robot s'affiche comme membre du serveur dans la zone droite dédiée à cet effet. Il est possible pour les teams de coder leurs propre bot. Par exemple, la Scantrad Union possède un webdesigner qui a réglé l'ensemble des bots : ainsi lorsque vous arrivez sur le Discord de la Scantrad Union vous êtes directement dirigé dans une zone accueil destinée aux nouveaux membres et un bot vous souhaite la bienvenue avec un message personnalisé. De plus les bots font respecter le règlement des deux teams en punissant ou bannissant les membres qui les enfreignent .

On comprend alors que la structure du Discord est organisée dans le but de produire toujours plus rapidement sans se préoccuper de savoir si les règles sont respectées par de nouveaux arrivants. Les bots<sup>182</sup> s'en chargent. L'avantage du Discord est qu'il permet de renforcer le lien entre les lecteurs et les *scantraders* ; il faut souligner que les discussions autour des futurs chapitres ne sont pas visibles des lecteurs. Nous imaginons que c'est un choix des teams afin que les lecteurs n'impactent pas sur leur activité et que ces salons spécialisés restent compréhensibles aux *scantraders*.

Comme nous pouvons l'observer, la structure du Discord de la Scantrad Union semble bien plus complexe. Du fait de l'union des dix teams, la division des salons vocaux est davantage renforcée et l'accessibilité plus restreinte : chaque team dispose de ses propres salons vocaux, inaccessibles aux lecteurs et aux autres teams. Krishnat nous explique par ailleurs qu'une autre union avait déjà été attirée par les modèles des teams françaises ; malheureusement, leur organisation virtuelle en a empêché le bon fonctionnement :

*“Le groupe s'appelait la Meet, et a duré 5 mois. Ils avaient essayé d'unifier différentes teams. Le problème c'est qu'ils ont fait de l'ingérence entre teams. Quand j'ai créé la Scantrad Union, j'ai dit aux teams vous*

---

<sup>181</sup> Discord de la Blue Phoenix.

<sup>182</sup> Voir glossaire.

*venez avec moi, la seule chose qu'on va faire c'est partager tous les supports : les réseaux sociaux, le Discord, les sites de lecture en ligne. Par contre il n'y aura aucun mélange parmi les teams, chaque team gardera son organisation. Par exemple sur le Discord il y a une zone visible seulement pour les membres de la team.”*

De plus, il existe des salons “inter-team” qui sont relatifs aux décisions communes de la Scantrad Union (toujours inaccessibles aux lecteurs). Les salons appelés “zones” sont référencés par des thèmes afin de permettre la lisibilité de chaque élément, par exemple la zone fan contient également un règlement, une zone images-meme<sup>183</sup>... Elle inclut même une zone recrutement pour les lecteurs qui souhaiteraient postuler dans une team. On comprend alors que toute décision, action autour du *scantrad* passe en interne à travers le Discord. Discord deviendrait alors une sorte “d’intranet” d’entreprise. Nous trouvons donc des similitudes avec ce que Lipnack et Stamps<sup>184</sup> définissent comme une cyberentreprise : une collecte de commandes par les chefs de teams, la coordination de la livraison du produit par des bots le tout dans le cyberspace, ce cyberspace devenant le seul point de liaison entre tous les acteurs du *scantrad*, les lecteurs et même les postulants. Immatérielle, la cyberentreprise que devient Discord n’a pas besoin d’usines ou de structures physiques. Becheikh, Nizar, et Zhan Su nous expliquent par ailleurs que le marketing traditionnel tend à favoriser les grandes entreprises or, le marketing *via* Internet profite à tous. Il n’est pas nécessaire aux “cyberentreprises” d’être importantes pour réussir.<sup>185</sup>

ManekiNeko, *scantrader* de la Blue Phoenix nous indique que pour constater la réussite d’une team, il suffit de voir sa pérennité : si elle dépasse les 6 mois alors nous pouvons dire qu’elle a percé. Or la Scantrad Union qui comporte

---

<sup>183</sup> Un élément ou un phénomène repris et décliné de façon humoristique en masse sur Internet.

<sup>184</sup> BECHEIKH, NIZAR, ZHAN Su, *L'organisation virtuelle : un avenir qui se dessine*. Communication, Revue française de gestion, vol. no 154, no. 1, 2005, pp. 93-110.

<sup>185</sup> COHENDET Patrick, DIANI Morad, *L'organisation comme une communauté de communautés croyances collectives et culture d'entreprise*, Revue d'économie politique, 2003/5 (Vol. 113), p. 697-720.

cent-cinquante *scantraders* vient de fêter ses six mois tandis que la Blue Phoenix qui est composée d'une quinzaine de membres a fêté ses 3 ans.

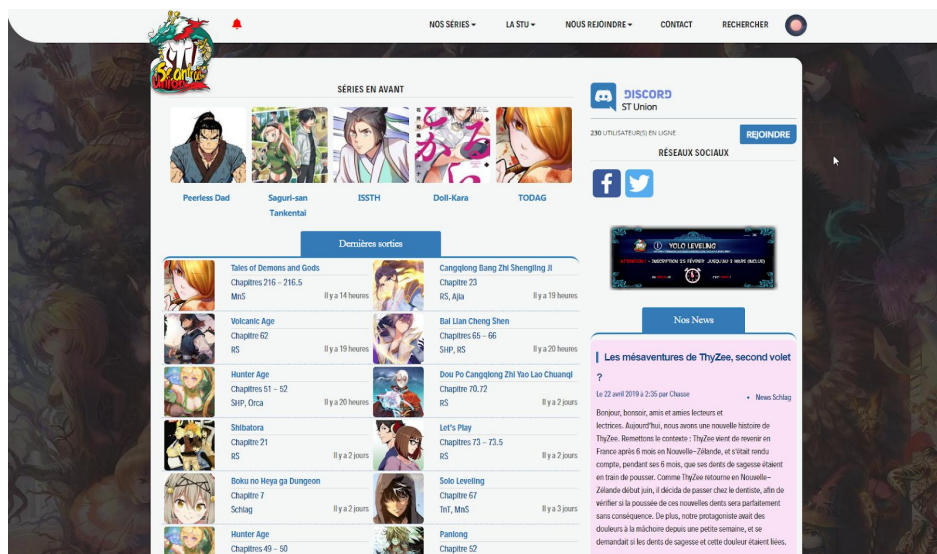
On suppose alors que Discord serait la plateforme qui conduit les teams de *scantrad* à devenir en quelque sorte des entreprises virtuelles. Les teams n'en ont pas conscience dans leur approche, mais leur manière d'utiliser Discord leur permet de développer l'organisation de leur travail en structurant et distinguant les tâches et parties concernées par le *scantrad*. Ettighoffer et Van Benden<sup>186</sup> affirment que l'apport de l'organisation virtuelle permet aux entreprises de faire face à l'intensification de la concurrence, de la qualité et des pressions temporelles. Selon nous, elle permet aussi l'essor et la pérennité des teams de *scantrad*. Lorsqu'en avril 2008 on répertoriait environ 1300 groupes de *scantrad*, en 2019 le site internet Baka-Updates répertorie 8000 teams de *scantrad*. De plus, les teams ont su s'approprier Discord pour leur propre usage, ce qui leur permet de se maintenir. Il semblerait que Discord a alors servi d'ouverture aux teams pour appréhender le *scantrad* de façon plus stratégique.

Autrefois on voyait beaucoup de teams de *scantrad* composées essentiellement d'adolescents encore lycéens qui faisaient du *scantrad* pendant leur temps libre. Malheureusement, une fois le lycée terminé ils arrêtaient toute activité et les teams disparaissaient. Aujourd'hui la moyenne d'âge des *scantraders* semble plus hétérogène (par exemple Sliime, 20 ans est en études supérieures et Krishnat a 36 ans, marié et deux enfants) et l'envie de faire durer une team semble plus forte qu'auparavant. Avec Discord, les *scantraders* ont appris que l'organisation virtuelle allait leur faciliter l'optimisation de leur travail.<sup>187</sup>

---

<sup>186</sup> GÉNIAUX Isabelle, MIRA-BONNARDEL Sylvie, *Le réseau d'entreprises : forme d'organisation aboutie ou transitoire*, Revue française de gestion, vol. no 143, no. 2, 2003, pp. 129-144.

<sup>187</sup> Site internet de la Scantrad Union : <https://www.scantrad-union.com/>



Ainsi, pour la Scanrad Union, lors de l'union des 10 teams, un site internet a été créé afin de contrer les sites hébergeurs de scan (comme scan-manga<sup>188</sup> qui fait du click-tune<sup>189</sup> , mais sans accord des teams).

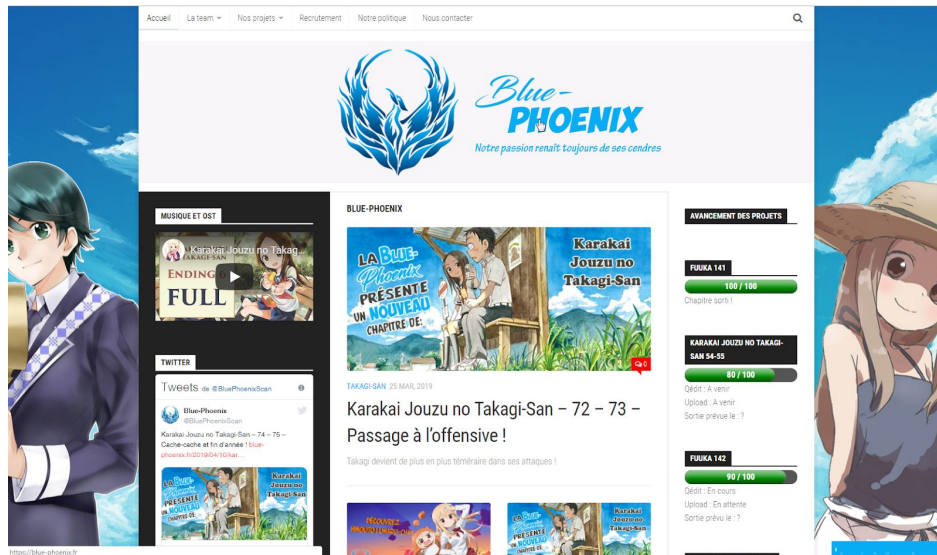
*“Sylla a construit le site à sa façon et on est entré en alpha test où seuls les chefs y avaient accès. On a commencé à se dire qu'on aimerait que le site soit construit plutôt comme ça ou plutôt comme ça... [...] Puis on a créé des canaux de réglage de bug. Suite à cela Sylla a prit un assistant qui a aidé à créer toutes les permissions du site. Quand on a ouvert le site évidemment il a crashé tout de suite parce qu'on est arrivé à 3000 visites dès ouverture. On était sur un serveur mutualisé donc on a cherché un autre serveur spécialement dédié à nous.”* Krishnat, Chef de la Scanrad Union

La Blue Phoenix possède également un site régulièrement mis à jour mais s'autorise des accords avec les sites hébergeurs (on retrouve donc leur travail sur scan-manga<sup>190</sup>).

<sup>188</sup> <http://www.scan-manga.com/>

<sup>189</sup> Voir glossaire.

<sup>190</sup> <http://www.scan-manga.com/>



<sup>191</sup>Si l'on examine les deux sites des teams, on observe alors toujours des onglets avec les projets, les *scantraders* qui participent à l'élaboration du *scantrad*, un onglet pour les contacter et un lien vers leur Discord. On comprend alors la volonté des teams d'avoir le contrôle et le monopole de leur travail. De plus, c'est également un bon moyen pour les teams de fidéliser les lecteurs. Un lecteur qui apprécie l'organisation d'une team continuera de suivre son travail. Il va avant tout s'intéresser aux scan du manga qui le captive. S'il se passionne pour plusieurs d'entre eux et que ceux ci sont gérés par différentes teams il sera plus intéressant pour lui d'aller sur des sites hébergeurs référençant l'ensemble du travail de toutes les teams. Hors, les teams ont cette volonté commune à la communauté de faire connaître de nouveaux mangas. Lorsqu'un lecteur est fidélisé par une team, il est alors tenté de regarder l'ensemble du *scantrad* de cette team et ainsi de découvrir de nouvelles oeuvres.

Le plus souvent, les chefs de teams ont le contrôle des sites internet mais, pour la Blue Phoenix comme pour la Scantrad Union, ils utilisent leurs propres moyens pour optimiser leurs sites : Sylla est webdesigner et membre de la Scantrad Union, il a donc monté entièrement le site internet. La Blue Phoenix n'a pas de webdesigner

<sup>191</sup> Site internet de la Blue Phoenix : <https://blue-phoenix.fr/>

mais elle a un graphiste dans ses membres, la team a donc créé ses sites par la plateforme Wix.com et le graphiste a réalisé le design. L'ergonomie est également une donnée importante à prendre en compte pour les teams afin d'attirer plus de lecteurs, c'est ainsi que d'une team à une autre on retrouve souvent les mêmes onglets phares. Il s'agirait alors d'une logique d'habitude appréciée par les lecteurs qui ne sont pas toujours favorables au changement. Nous y voyons alors une stratégie marketing afin de fidéliser des lecteurs pour les inviter à rester sur le site. Un site internet qui diffère bien trop de celui des autres teams dans son arborescence prendrait alors le risque de rendre les lecteurs confus et de les perdre. La génération Y<sup>192</sup> est la première génération pour qui les nouvelles technologies sont naturelles et vont de soi. Il est alors logique que cette génération ait de nouveaux usages et de nouvelles habitudes de consommation. La stratégie marketing liée aux habitudes du consommateur est bien évidemment reliée à l'organisation car c'est une stratégie propre à l'entreprise. Nous conjecturons alors encore une fois que les teams de *scantrad* adoptent des stratégies liées à l'organisation dans leur plateforme web sans pour autant avoir conscience de leur action.

### **3/. Les teams de *scantrad* face aux maisons d'éditions : entre divergences et entraides.**

#### **A. Le *scantrad* et les maisons d'édition indépendantes fondées sur le partage de valeurs communes :**

→ Team de *scantrad* et maison d'édition, concurrence ou entente pour de futurs partenariats

#### **Entre collaboration et partage :**

En raison de la diversité des teams de *scantrad*, nous remarquons qu'il n'existe pas un profil type pour expliquer la structuration d'une team. Cependant, nous observons, grâce à divers entretiens réalisés avec des employés de maison d'édition

---

<sup>192</sup> Autre appellation pour désigner les Millennials.

que les similitudes dans le processus de réalisation et d'organisation sont nombreuses. Nous nous sommes alors demandés ce qui différencie les teams de *scantrad* des maisons d'édition. Si les teams tendent à devenir des organisations par leur appropriation du web, alors les maisons d'édition exécutent-elles un travail similaire, sous forme d'entreprise? Pour répondre à cette question, nous comparerons la coordination des teams et celle des maisons d'édition Nazca et ChattoChatto.

ChattoChatto et Nazca Edition sont des sociétés par actions simplifiée (SAS), c'est à dire des entreprises commerciales dont la création a été décidée par un ou plusieurs associés.

Une entreprise est une organisation dans le sens où elle :

- rassemble des individus liés par un but, des valeurs communes et qui mettent leurs moyens en commun,
- est coordonnée par une structure hiérarchique et des règles formelles (les contrats par exemple),

Il convient d'évaluer le travail des maisons d'édition indépendantes qui se rapprocherait plus d'un système d'organisation similaire à celui des teams de *scantrad*. En effet, comme nous l'avons démontré dans notre seconde partie, les grandes maisons d'édition tel que Glénat sont de grands groupes éditoriaux avec plusieurs dirigeants et des chiffres d'affaires qui se comptent en millions d'euros (par exemple, sur l'année 2017 Glénat réalise un chiffre d'affaires de 53 285 300 €)<sup>193</sup>. De plus ces grands groupes existaient bien avant l'essor du *scantrad* en France et n'intègrent pas encore les enjeux et les problématiques liés à celui-ci. A contrario les nouvelles maisons d'édition indépendantes sont composées avant tout de jeunes

---

<sup>193</sup> Le Rapport Complet Officiel de Glénat URL : <https://www.societe.com/societe/glenat-editions-302069414.html>

salariés ayant grandi avec le *scantrad* et le web. Nous trouvons alors plus pertinent d'approcher ces nouveaux acteurs du manga.

Ces grandes maisons d'édition, spécialisées auparavant dans la bande dessinée franco-belge avaient déjà un circuit éditorial bien marqué et resté depuis inchangé. Malgré l'essor du manga, elles n'ont pas modifié leurs méthodes. Les nouvelles maisons d'édition indépendantes adaptent leurs procédés au web et aux lecteurs férus de *scantrad*. De plus, suite de nos recherches, nous avons constaté que ces grosses maisons d'édition n'ont pas particulièrement de lien avec le *scantrad* tandis que les petites maisons d'édition indépendantes tel que Nazca ont des liens intéressants avec le *scantrad*, liens que nous développerons par la suite.

Toutes les maisons d'édition indépendantes ont des fonctions et intermédiaires "obligatoires" qui permettent la pérennité de leurs structures :

- Le Mangaka<sup>194</sup> : Avant de proposer un projet, il doit monter un dossier solide et envoyer son projet aux maisons d'édition. Évidemment c'est ainsi que cela fonctionne au Japon mais pour la distribution en France, les mangakas ne soumettent pas leurs mangas aux éditeurs français, à l'inverse, les éditeurs choisissent les licences qui les intéressent, font une demande aux maisons d'éditions japonaises et se positionnent.

Le Directeur éditorial de ChattoChatto Nicolas Galiano confirme:

*"A partir du moment où on découvre un titre qu'on aime bien on se positionne dessus. On fait notre offre à l'ayant droit japonais au Japon."*

- Le Directeur général : fondateur de la maison d'édition, il en est le responsable. Son rôle est de gérer la maison, de veiller à ce que les échéances soient respectées, et à ce que tout fonctionne correctement à tous les niveaux.

---

<sup>194</sup> Voir glossaire.



- Le Directeur éditorial : il supervise les éditeurs au sein de la maison. Il est souvent éditeur lui-même. Sa tâche consiste à gérer les publications, vérifier les délais ainsi que les différentes étapes de production des bandes dessinées de la maison. Il va également être attentif à la rentabilité d'une bande dessinée.

Pour ChattoChatto et Nazca Editions, le directeur général est également le Directeur éditorial (c'est très souvent le cas dans les petites maisons d'édition). Lorsque l'organisation du travail revient au chef de projet pour les teams, il s'agit du directeur éditorial pour les maisons d'édition indépendantes.

Nicolas Galiano nous indique par ailleurs :

*“Les postes des teams de scantrad se rapprochent beaucoup de ceux des maisons d'édition surtout dans la partie adaptation. L'éditeur existe aussi bien dans le scantrad que dans les maisons d'édition, le checker c'est ce que nous, on appelle relecteur, le cleaner pour nous c'est le lettreur etc... Des fois ils ont deux fois plus de travail que nous car par exemple le poste de reconstruteur n'existe pas pour les maisons d'édition car nous n'avons pas ces problématiques.*

*Mais à côté de ça nous on aura plus de postes “avec des problématiques budgétaires” car il y a tous les enjeux économiques qui ne s'appliquent pas au scantrad. Finalement c'est un peu kif-kif car il y a énormément de travail des deux côtés.”*

Nous remarquons alors à travers l'étude des teams de *scantrad* que celles-ci n'ont pas toujours conscience de fonctionner comme des maisons d'édition<sup>195</sup> tandis que les maisons d'édition indépendantes s'accordent à dire que le milieu du *scantrad* a les mêmes fonctions (et même plus) que les leurs.

De la même façon, les *scantraders* n'ont pas toujours conscience de tendre vers un système d'organisation et ne réalisent pas toujours que les postes de leurs teams sont proches de ceux des maisons d'édition indépendantes.

---

<sup>195</sup> Voir interview de Krishnat.

En ce qui nous concerne, les fonctions sont un élément très important car elles contribuent à faire des maisons d'édition des organisations. Donc, si les teams s'approprient des postes identiques à ceux des maisons d'édition, c'est une raison de plus de prouver qu'elles tendent vers un système d'organisation.

Tout comme les teams de *scantrad*, suivant la capacité des maisons d'édition, les postes ne sont pas figés, certains d'entre eux vont fusionner et être exécutés par la même personne. Nicolas Galiano nous déclare :

*“Alors le rôle de directeur éditorial est assez spécial car il peut changer suivant les maisons d'édition mais en l'occurrence c'est vraiment un poste polyvalent. À la base le directeur éditorial va être celui qui va essayer de trouver les nouveaux mangas qui vont être ensuite traduits, adaptés et proposés au public français. Donc ton but en tant que directeur éditorial c'est de gérer tout le processus de création : de la sélection à la mise en vente. Tu es encore plus polyvalent lorsque, en l'occurrence, tu es dans une maison d'édition indépendante et que tu n'appartiens pas un grand groupe qui ne va pas embaucher huit personnes pour sous-traiter certaines des tâches.”*

Nous comprenons également d'après les explications de Nicolas Galiano que le rôle de Directeur éditorial ressemble très fortement au rôle de Chef de projet dans une team. En effet, Krishnat qui est le chef de projet de la Scantrad Union nous spécifie être le superviseur de l'union, car il gère tout le processus de *scantrad* mais finalement n'exécute pas les tâches.

Sliime nous disait par ailleurs :

*“Forcément il existe une hiérarchie dans les teams, dans la mesure où tout simplement celui qui a eu l'idée de faire l'équipe sera forcément celui qui a tous les pouvoirs. Ce sont les chefs dans la Scantrad Union qui nous affectent le travail qui nous est demandé, au lieu de nous qui décidons nous-mêmes de ce que nous voulons faire.”*

Hors, lorsque nous avons défini la maison d'édition indépendante comme une entreprise, les points essentiels qui établissent que cette entreprise est une organisation sont une structure hiérarchique et des règles formelles. Nous avons auparavant démontré qu'il existe des règles dans le *scantrad*, et bien qu'informelles, si elles ne sont pas respectées, le *scantrader* se verra renvoyé de la team<sup>196</sup>. Enfin, le chef de team a donc les mêmes activités que le Directeur éditorial.

De plus, nous retrouvons dans la structure des maisons d'édition indépendantes les principes du Taylorisme que l'on retrouve dans les teams de *scantrad* : une organisation du travail qui propose une division du travail entre les salariés suivant la spécialisation de chacun. Ainsi, dans la Scantrad Union, Krishnat gère tout le processus de création tout comme Nicolas Galiano et ils délèguent chacun la réalisation des tâches à des employés spécialisés dans une tâche bien précise.

Le plus étonnant Nicolas Galiano, chez ChattoChatto, nous spécifie faire appel à des employés externes pour l'édition :

*“J'ai commencé à chercher des traducteurs qui étaient très très bons grâce au bouche-à-oreille et au prix Konishi (prix décerné pour la meilleure traduction française). Ainsi j'ai découvert Anaïs Colin et le Black studio qui est une entité qui regroupe à la fois traducteurs et lettrés. Cette compagnie travaille avec pratiquement toutes les maisons d'édition disponibles sur le marché. Aujourd'hui c'est mon équipe principale, qui travaille sur toutes les adaptations japonais-français.”*

Ainsi, lorsque les teams s'emploient à réaliser leur travail avec leurs propres ressources, les maisons d'édition font-elles appel à des entreprises extérieures pour combler leurs manques. De plus, si on prend l'exemple de la Blue Phoenix, celle-ci est composée de membres qui sont affectés à plusieurs rôles comme Sliime, en raison de la petite capacité de la team. Nous remarquons alors qu'il en va de même pour la maison d'édition Chatto Chatto : compte tenu de sa capacité mais également de raisons économiques, elle emploie des personnes capables de réaliser plusieurs

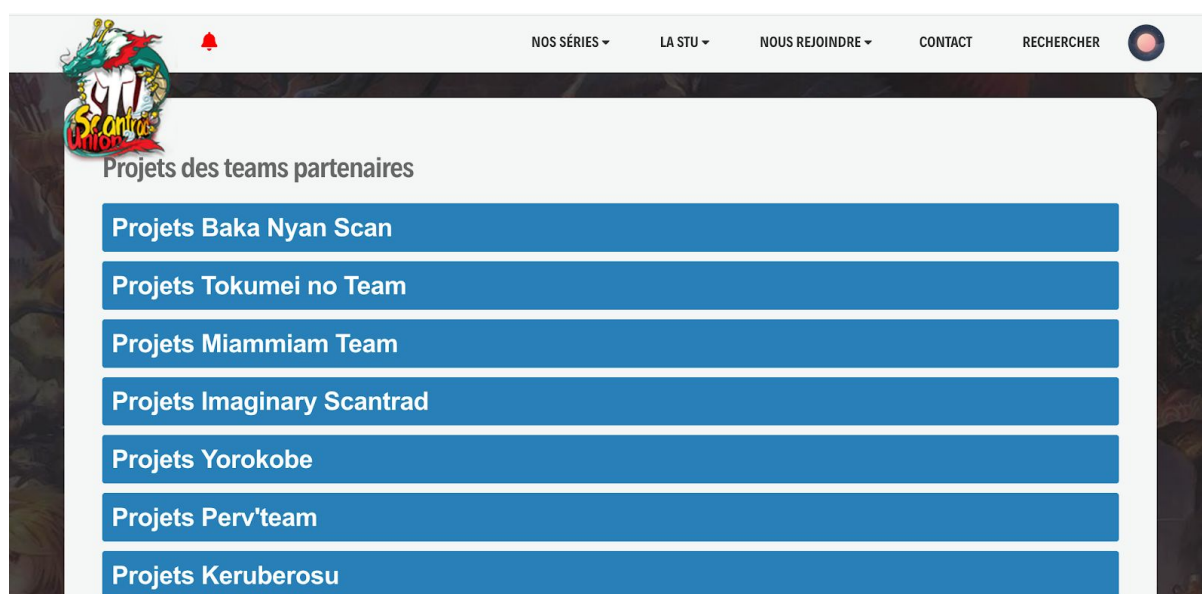
---

<sup>196</sup> Voir interview Krishnat.

tâches, ainsi le lettré est également graphiste. Et Nicolas Galiano travaille avec l'entreprise Black Studio qui mêle traducteurs et lettrés.

Toutefois il faut souligner que le choix de faire appel à des employés polyvalents peut varier entre team et maison d'édition. La raison principale des teams est leur envergure. Même s'il existe une raison identique pour les maisons d'édition indépendantes, un facteur économique vient également s'ajouter : payer un employé qui sait exécuter deux tâches reviendra moins cher que de faire appel à des employés de différentes entreprises afin de réaliser chaque tâche obligatoire.

Pierre Romelaer nous déclarait que les membres d'une même organisation peuvent ne pas être salariés de la même structure. Au cours de différents entretiens, nous avons pu constater que les partenariats sont très répandus dans le *scantrad*. Par exemple, la Scantrad Union affiche de nombreux partenaires sur son site internet



197

Tout comme les teams de *scantrad*, les maisons d'édition indépendantes favorisent le partenariat :

<sup>197</sup> <https://www.scantrad-union.com/partenaires/>



## Vous souhaitez devenir un partenaire ?

Vous êtes un blogueur, un youtubeur, streamer, ou tout simplement un influenceur et vous souhaitez recevoir nos manga?

Afin de devenir l'un de nos partenaires, il faut remplir les conditions suivantes :

- **Être fan de manga** (cela va de soi)
- **Avoir plus de 1000 followers, lecteurs, viewers, auditeurs « actif »** (Bah oui, parler au vide ou à des viewers étrangers inclus dans un pack de vues/likes à 5€ ne sert pas à grand chose)
- **Créer du contenu régulièrement** (Désolé mais les pages/chaînes/blogs très récents ne nous permettent pas de déterminer si du contenu sera créé régulièrement, nous ne pourrions donc pas répondre favorablement)
- **Vivre en France métropolitaine** (ou pas trop loin sinon vous aurez 92 ans quand vous recevrez vos manga)
- **Avoir déjà réalisé une review de l'un de nos titres** (Car pourquoi faire une demande de partenariat si vous ne connaissez même nos titres ou pire qui nous sommes)

<sup>198</sup>Cependant les raisons semblent différentes. En effet, nous trouvons des partenariats dans le milieu du *scantrad* quand deux teams souhaitent travailler sur un même projet, ou s'intéressent au même manga. Dans ce cas, il est souvent constaté que les lecteurs découvrent et s'intéressent à chacune des deux teams qui travaillent sur le même sujet.

Toutefois, le point commun avec les maisons d'édition indépendantes est une volonté d'impulser leur propre activité.

En effet, en analysant le site de ChattoChatto, maison d'édition indépendante récente, nous constatons que les partenariats favorisés sont ceux développés avec des youtubeurs ou des blogueurs, ceci afin de promouvoir l'un de leurs mangas et, par la même occasion, l'image de leur entreprise.

De plus, Pierre Romelaer nous indiquait que dans certains cas, les membres d'une organisation peuvent être géographiquement dispersés. Il semblerait logique de penser que pour le *scantrad*, c'est tout à fait normal car les acteurs du *scantrad* travaillent via le web et n'ont donc pas besoin d'avoir une structure pour travailler en

---

<sup>198</sup> <https://chattochatto.com/partenariats/>

commun. Dans le cas des teams, nous pouvons constater par ailleurs, l'existence d'un trait "individualiste" qui s'apparente à celui de l'entreprise : chaque membre travaille un peu seul sans se soucier des compétences des autres intervenants. Le tout avec une récompense à la clé. Nous retrouvons d'ailleurs aussi cette organisation dispersée chez ChattoChatto et Nazca. En effet, pour Nazca, deux des employés vivent à Paris ou en banlieue parisienne et le dernier vit à Poitiers tandis que pour ChattoChatto, Nicolas Galiano vit en Seine-et-Marne et le reste de son équipe est basée dans des entités à Paris. Nazca Edition comme ChattoChatto n'ont pas de siège ou de structure fixe, là où l'ensemble des employés pourrait oeuvrer collectivement. Cependant, le trait individualiste très présent dans les teams de *scantrad* semble moins prononcé dans les maisons d'éditions indépendantes. En effet, Nicolas Galiano nous donne l'exemple de la jaquette d'un manga : même s'il s'agit du travail du graphiste, tout le monde donne son avis et c'est finalement l'auteur du manga qui décide de la meilleure jaquette. Nous comprenons alors que chez ChattoChatto, chaque employé semble prendre part au travail des autres.

### **Conjuguer travail et passion :**

Enfin, il est intéressant de voir que les valeurs et préoccupations des teams de *scantrad* et des maisons d'édition indépendantes semblent être les mêmes.

Nazca Editions se définit comme une nouvelle maison d'édition, créée en 2018 par des fans, dont le but est de faire connaître des projets originaux (sortis à partir de 2019). Cette petite maison d'édition a donc les mêmes "idéaux" et les mêmes convictions que nos deux teams de *scantrad* observées : rendre accessibles des mangas originaux.

Par ailleurs, nous pouvons remarquer que la plupart des employés de nos deux exemples de maisons d'édition, a une moyenne d'âge de la trentaine. C'est à dire, comme nous l'avons énoncé auparavant, un public de passionnés qui a grandi avec l'apparition de la bande dessinée japonaise en Occident. Il semble donc logique d'y

voir une envie de contribuer d'une part à l'essor du manga et d'autre part à la fin de préjugés que l'on a pu avoir à son encontre en France.

Lorsque nous parcourons le site internet de Nazca Editions nous pouvons découvrir :

*“Nos valeurs inspirent notre travail au quotidien.*

- **Originalité** : *Notre but est de faire découvrir quelque chose de nouveau et original.*
- **Passion** : *Chaque œuvre sera sélectionnée par nous car on y croit.*
- **Humilité** : *Nous espérons seulement faire découvrir des œuvres que nous aimons... ”*

Nous remarquons de ce fait que les valeurs des membres de cette maison d'édition sont similaires à celles des pro-ams. Neytor de la Blue Phoenix nous affirmait que sa passion pouvait faire de lui ce que nous appelons un “otaku”. Il en serait de même pour les membres de Nazca.

Nicolas Galiano de la maison d'édition ChattoChatto nous explique également que certains mangas manquent de visibilité et méritent d'être sous licence pour être lus. C'est pourquoi il a décidé de fonder sa propre maison d'édition afin de faire découvrir et apprécier les mangas qu'il a pu aimer. Nous expliquions auparavant que la principale motivation des *scantraders* pour créer une team est d'assurer eux-mêmes la diffusion de mangas qui n'ont pas soulevé l'intérêt des maisons d'édition. Il est surprenant de voir que la création de communautés autour d'une passion est similaire entre teams de *scantrad* et maisons d'édition indépendantes.

La maison d'édition Glénat existe depuis 1969 et a été la première sur le marché du manga. Pour la plupart, les grandes maisons d'édition sont sur ce secteur depuis environ vingt ans. Nicolas Galiano nous explique que pendant quinze ans environ il n'y a pas eu de nouvelles maisons d'édition spécialisées dans le manga. Force est de constater que lors de ces trois dernières années, cinq nouvelles maisons

d'édition indépendantes ont vu le jour, animées par la même passion de ce genre de bande dessinée. Parmi ces maisons d'édition nous comptons Nazca Editions et ChattoChatto composées en majorité de trentenaires.

Le plus étonnant est le rapport qu'entretient ses employés avec le *scantrad*. En amont de nos recherches, nous pensions que ces deux milieux étaient divergents et qu'il était impossible pour une personne de travailler dans une maison d'édition si elle était auparavant *scantrader* (dû à l'illégalité de la pratique). En effet, les grandes maisons d'édition ayant de l'ancienneté sur le marché du manga n'approuvent pas le *scantrad* et ne manquent pas de le dénoncer lors d'interviews, Virginie Daudin-Clavaud, directrice de la maison Pika justifie :

*“Nous voyons le scantrad d'un très mauvais œil. Les méthodes utilisées par les équipes de scantrad ne sont pas cautionnables, puisqu'elles se font de l'argent en dehors du respect du droit d'auteur. Nous nous sommes adressés aux sites hébergeurs des scantrad, pour leur demander d'arrêter leurs pratiques, mais la démarche est complexe.”* <sup>199</sup>

Il faut avant tout observer que Virginie Daudin-Clavaud semble confondre les sites hébergeurs comme scan-manga<sup>200</sup> et les sites internet des teams de *scantrad* ; différence très importante car les sites hébergeurs font du click-tunes<sup>201</sup> et donc ils font du profit sur le travail des teams de *scantrad*. Les teams de *scantrad* étudiées dans ce mémoire ont leur propre site internet sans publicités ou click-tune et ne font aucune demande de dons. Le don étant une notion très tabou dans le milieu du *scantrad*.

Effectivement, selon les *scantraders*, le *scantrad* est une activité réalisée par des passionnés de manga, aussi pensent-ils que la rémunération est réservée aux maisons d'éditions, professionnels de ce milieu.

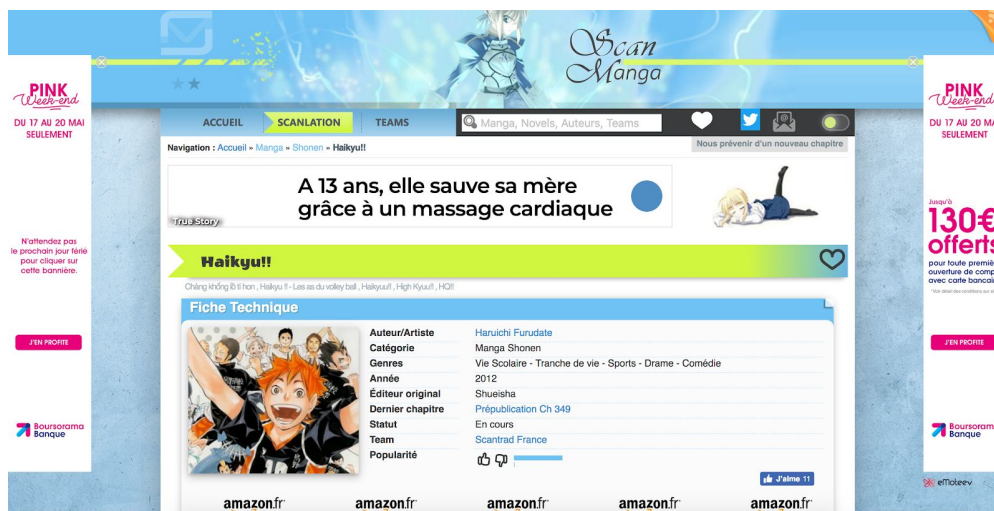
---

<sup>199</sup> VIALO Oriane, *Éditions Pika : "Éditeurs et lecteurs de manga sont plus exigeants qu'il y a 20 ans"*, actualitte.com, 18.10.2016.

<sup>200</sup> <http://www.scan-manga.com/>

<sup>201</sup> Voir glossaire.





202

Sur le site scan-manga.com, site de référence pour les français qui lisent du *scantrad*, nous pouvons très clairement observer des pubs pour Boursorama Banque, Amazon... Ce site est controversé par les teams. Par exemple la Scantrad Union le désapprouve, tandis que la Blue Phoenix a un accord lui avec pour diffuser des scans (vu la popularité du site, ils obtiennent plus de vues) mais cette dernière reconnaît que la publicité forcée est un problème pour elle. Nous comprenons alors que la Blue Phoenix, petite team encore peu connue du public, utilise le site scan-manga.com pour se faire de la visibilité mais n'approuve pas pour autant les actions du site.

À travers nos recherches nous avons compris que les sites hébergeurs étaient l'ennemi commun des maisons d'édition indépendantes et des teams de *scantrad*. Krishnat nous a exposé que sa team avait conçu ses sites sans pubs afin de fidéliser les lecteurs et de les empêcher d'aller sur des sites hébergeurs. Tandis que Nicolas Galiano nous répond à la question :

*“- Que penses-tu des sites hébergeurs?”*

*“Si derrière ils se font de l'argent c'est clairement quelque chose de mauvais. Parce que ça veut dire qu'ils font quelque chose uniquement pour l'argent et il n'y a plus le côté passion.”*

<sup>202</sup> <http://www.scan-manga.com/>

Il semblerait donc que les grandes maisons d'édition tel que Pika ne connaissent pas encore tous les enjeux et façons de procéder des teams de *scantrad* ; elles considèrent le *scantrad* comme un ennemi en confondant sites hébergeurs et *scantrad*.

Sauf qu'il s'avère que les nouvelles maisons d'éditions indépendantes comprennent un peu mieux la distinction entre les deux et ne voient pas le *scantrad* d'un mauvais oeil. Nous observons ainsi que parmi les trois membres de Nazca Edition, deux d'entre eux ont auparavant fait du *scantrad*. Ils conviennent de l'illégalité de cette pratique mais n'hésitent pas à nous rappeler sa nécessité dans le but de promouvoir de nouvelles oeuvres. Il est donc remarquable de constater que le lien existant entre *scantraders* et maisons d'édition avant les années 2000 semble être de nouveau présent.

Nicolas Galiano de ChattoChatto nous confie :

*“Très clairement les scantraders ont les mêmes motivations que nous, les maisons d'édition indépendantes, et le but est vraiment noble. Des fois on pourrait même les remercier car ils font un travail qui est extrêmement long et qui peut être parfois pénible mais il ne faut pas oublier que ce qu'ils font n'est pas légal et que parfois ils peuvent faire du tort à l'auteur. Je trouve que le scantrad a évolué car dans les teams récentes on en voit beaucoup qui, dès que le manga est publié, vont supprimer les chapitres de leur site et indiquer au lecteur d'aller l'acheter en librairie.”*

En interrogeant la Scantrad Union nous avons appris que l'une de leurs teams, la Monster no Scantrad a des accords avec Nazca Edition. En effet, la Monster no Scantrad développant un projet intéressant Nazca Edition, cette dernière a décidé de contacter la team afin de parvenir à un accord : dès l'instant où le tome de la série passe sous licence en France, la team doit alors supprimer les chapitres parus et proposer aux lecteurs d'acheter le tome aux éditions Nazca. Nous concevons alors ici que Monster no Scantrad et Nazca Edition agissent ensemble pour rendre

possible l'essor du manga en France. Il semblerait bien qu'un début de solidarité soit en train d'émerger entre les teams de *scantrad* et les maisons d'édition afin de faire valoir certains mangas encore peu connus du public français.

Nous pouvons donc conclure que les teams de *scantrad* et les maisons d'éditions indépendantes ont des valeurs communes et que leurs processus d'organisation les aident à atteindre le but qu'elles se sont fixés : mettre en avant les nouveautés mangas en France. Les maisons d'éditions indépendantes ont compris par ailleurs que le *scantrad* n'est pas un ennemi mais bien au contraire un confrère. Le problème commun étant les sites hébergeurs.

Krishnat nous prouve ainsi cette solidarité à travers deux réponses :

*“- Que penses-tu des maisons d'éditions en France ?*

*Pour moi, notre but c'est qu'elles fassent bien leur travail et qu'elles choisissent les meilleures séries. Nous, notre objectif c'est qu'elles sortent les séries scantradées.*

*- Que penses-tu des éditeurs qui font du repérage par la popularité des scans pour acheter de nouvelles licences ?*

*C'est notre objectif, je pense qu'ils sont bien parce qu'ils s'appuient sur quelque chose qui a de fortes chances de fonctionner.”*

A travers ces différentes comparaisons entre maisons d'édition et *scantraders* nous saisissons que les maisons d'éditions indépendantes ne bannissent pas le *scantrad* tant que les teams ne matérialisent pas du profit avec leur passion. Quant aux teams, leur but reste inchangé depuis les années 2000 : mettre en avant le manga. Elles ont donc conscience de l'importance des maisons d'éditions dans cette action.

## **B. L'implication des lecteurs sur le web, la nouvelle donne qui revoit les frontières entre communauté et organisation.**

→ De nouveaux outils pour répondre aux attentes des lecteurs.

## **Interprétation des comportements des internautes :**

Autrefois, les teams de *scantrad* étaient considérées comme des communautés tandis que les maisons d'édition des organisations. Hors nous comprenons bien que depuis l'avènement du web et des plateformes Peer-to-Peer, la tendance est en train de changer. Il est surtout évident que depuis quelques années les teams de *scantrad* tendent à devenir des organisations. Bien que nous ayons vu que la frontière entre communauté et organisation soit difficile à distinguer dans le milieu du *scantrad*, les teams s'apparentent à des communautés qui collaborent afin de diffuser le manga à travers le monde. Il en va de même pour les maisons d'édition indépendantes. Même si la structure qui compose Nazca Edition ou ChattoChatto est bien celle d'une entreprise (et donc d'une organisation), leur volonté s'apparente également à l'idée d'une communauté.

Nicolas Galiano répond à notre interrogation :

*“Penses-tu que ton travail tend plus vers une notion de communauté? ou plus d'une organisation?”*

*Moi je l'ai toujours vu plus comme un côté communautaire qu'autre chose. Mon but a toujours été de faire en sorte que les lecteurs nous voient plus comme un lieu où ils peuvent se rassembler et parler des œuvres que nous publions. Je prends comme exemple une maison d'édition qui s'appelle Ki Oon, qui a une très bonne maison d'édition et qui justement a une très bonne réputation parce qu'elle a créé cet aspect communautaire là où d'autres maisons d'édition vont être considérées tout simplement comme des “passeurs” dans le monde du manga et qu'ils vont juste mettre en vente des mangas mais il n'y aura pas d'interaction avec les lecteurs. Nous on préfère véritablement se dire on veut créer une petite communauté. Souvent les lecteurs ne vont pas se dire j'achète le manga parce qu'il est sorti en France mais ils vont se dire “ah je vais acheter le nouveau manga de Ki Oon””*

Nous retrouvons l'envie de créer une communauté qui réunit les lecteurs et les acteurs du manga. De plus, la passion semble toujours être au coeur des initiatives : les teams de *scantrad* deviennent des collectifs intelligents en partant de l'envie de

partager autour du manga tout comme c'est le cas les maisons d'édition indépendantes. Nicolas Galliano nous parle de la maison d'édition indépendante Ki Oon, qui est une référence sur le secteur, avec un chiffre d'affaire en progression de 80 % en 2009, elle était en 2010 le plus important éditeur indépendant de manga en France<sup>203</sup>. Fondée en 2004 il semblerait que cette maison d'édition a bien compris l'ensemble des enjeux actuels du secteur et est l'exemple à suivre pour les nouvelles maisons d'édition indépendantes. D'après nos analyses nous comprenons que les nouveaux enjeux déjà bien assimilés par les teams deviennent les nouveaux enjeux des maisons d'édition. Créer des communautés comprenant les lecteurs par le web.

Si les maisons d'éditions indépendantes ne semblent donc pas avoir de problème avec le phénomène du *scantrad* pour le moment, il n'en est pas de même pour les grosses maisons d'édition. Les teams qui ont déjà assimilé le web tendent à se structurer comme des organisations pour répondre au mieux aux besoins des lecteurs. Ainsi, les maisons d'édition indépendantes comprennent qu'il est essentiel de prendre exemple sur les mécanismes des teams alors que les grosses maisons d'édition s'en inquiètent.

En poursuivant nos recherches, nous avons pu constater que jusqu'à une époque récente, les grosses maisons d'édition n'investissaient pas ou peu le web pour les mangas<sup>204</sup>. Elles ne comprenaient donc pas les enjeux du *scantrad*. Seulement, au-delà du web, il semblerait que l'implication des lecteurs a bouleversé l'équilibre entre les grosses maisons d'édition et les *scantraders*.

En effet, "Les jeunes se tournent de plus en plus vers Internet pour lire des mangas au risque de fragiliser le marché », est-il rapporté dans un entretien de 2014 à France Culture<sup>205</sup>. Avec le développement du web, les passionnés peuvent désormais accéder à leurs mangas en ligne et gratuitement. Même si la vente de

---

<sup>203</sup> WALTER Anne-Laure, *Mangas, le temps de la maturité*, Livres Hebdo, n° 826, 18 juin 2010.

<sup>204</sup> SOLYM Clément, *Manga Numérique : des éditeurs français prêts, mais contraints*, actualitte.com, 02.09.2011.

<sup>205</sup> HAKEM Tewfik, *Le Réveil culturel, "Le monde est envahi par les mangas devenus une vraie force parce que les jeunes y cherchent leur propre culture"*, franceculture.fr, 2 février 2018.

mangas décline depuis les années 2010<sup>206</sup>, cela n'empêche pas cette petite BD, qui se lit à l'envers et majoritairement en noir et blanc, de conserver une place primordiale. C'est pourquoi nous remarquons que les grosses maisons d'éditions manifestent une certaine inquiétude et n'hésitent pas à dire maintenant qu'il faut bannir le *scantrad*.

Par conséquent, lorsque les maisons d'édition indépendantes tentent de faire du *scantrad* un allié ou un confrère, les grosses maisons d'édition, quant à elles, voient le *scantrad* comme un nouveau concurrent.

Nous nous apercevons que les lecteurs semblent modifier l'ampleur du *scantrad*. Auparavant nous expliquions comment les teams s'étaient emparées de la plateforme Discord. Nous avons également mis en avant le fait que les passionnés de mangas d'aujourd'hui ont grandi avec l'arrivée du web dans leur foyer. Il est alors aisé de comprendre que les lecteurs d'aujourd'hui favorisent le web. Il semblerait même que les teams ont migré vers Discord pour optimiser leur travail mais surtout pour communiquer avec les lecteurs. Nous avons constaté auparavant pour les deux teams observées, la présence de nombreux salons de discussions entre lecteurs et membres des teams. Et quoi de plus satisfaisant pour un lecteur que de pouvoir échanger directement avec ceux qui lui permettent d'avoir ses *scantrads*? Grâce à cela il peut être mit au courant des prochaines sorties, de l'avancée du travail et renforcer son esprit d'appartenance à une communauté.

Quand nous demandons à Krishnat chef de la Scantrad Union, le rapport que sa team entretient avec les lecteurs, celui-ci nous répond :

*“Alors de base on se crée des canaux par teams : les lecteurs habitués aux teams viennent dialoguer avec nous. En général, quand il y en a un qui nous parle sur le Discord on essaie de parler avec lui. On en a beaucoup qui viennent signaler nos erreurs comme ça on peut les corriger et on peut les récompenser en leur donnant des accès privilégiés. On crée les événements pour leur faire plaisir, justement comme l'événement de mars où ils décidaient quelle*

---

<sup>206</sup> NAECO Sébastien, *Scantrad : retour sur quelques idées reçues*, lecomptoirdelabd.blog.lemonde.fr, 27 mai 2011.

série ils voulaient avoir en plus. On est très content qu'ils viennent lire nos séries du coup on essaye de les rendre contents de nous lire en ayant des échanges.”

De ce fait, nous comprenons qu'il existe une relation d'échange entre les teams et les lecteurs qui les avantage l'un comme l'autre. Nous supposons alors que les *scantraders* tendent vers une organisation pour répondre aux besoins des lecteurs et qu'ils s'améliorent grâce à eux. Les teams se sont mises récemment à créer des évènements pour faire plaisir aux lecteurs :



207

Des évènements qui se déroulent pour la plupart sur le web comme entre autres, des sondages, des concours de graphisme ( par exemple le logotype de la Scantrad Union a été conçu par un lecteur lors d'un de leurs concours.)



208

Cette donnée semble échapper aux grosses maisons d'éditions qui n'ont réalisé que trop tard les spécificités du numérique. Nous présumons ainsi que les teams de *scantrad* n'ont pas saisi que leur évolution vers des organisations est

<sup>207</sup> Bannière Facebook réalisée par la Scantrad Union pour leurs évènement de mars.

<sup>208</sup> Logotype de la Scantrad Union.

due en grande partie à la vague de nouveaux lecteurs qui les ont poussés à mieux s'organiser et s'approprier le web.

Hors, Hélène Delahaye nous explique dans *Sociologue en entreprise : réflexions sur la complémentarité des savoirs*<sup>209</sup> que le “client” est de plus en plus présent dans les discours stratégiques : “l’entreprise met le client au cœur de ses activités et de son avenir”. Par conséquent, pour les organisations d’aujourd’hui il est essentiel de comprendre les attentes du “client” pour y répondre de manière optimale. Ainsi, dans un esprit d’organisation, les teams de *scantrad* identifient le lecteur à un client. Elles mettent de plus en plus celui-ci en avant afin de créer un réel lien de fidélité entres-elles et les autres passionnés. Krishnat nous indique que des réunions sont organisées ponctuellement pour comprendre les besoins et manques de la team nécessaires à son évolution. La Scantrad Union a déployé la team sur les réseaux sociaux le 22 décembre 2018 : Facebook et Twitter avec une commission de community manager afin de communiquer au mieux avec les lecteurs.



210

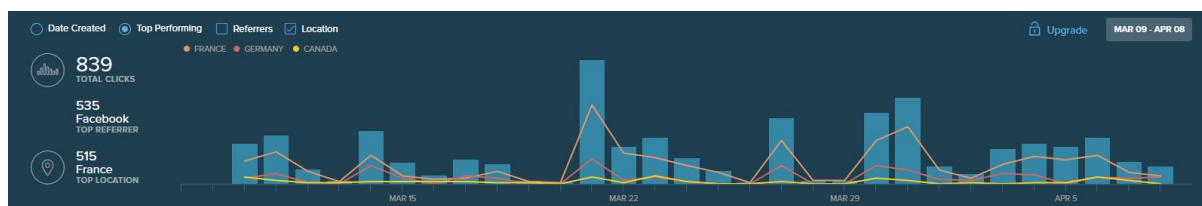
En quelques mois la team a déjà réussi à rallier environ 300 followers sur chacun de ces réseaux. Les lecteurs ont l’air ravis de cette démarche, on peut lire “la qualité de la traduction, la diversité des mangas et la régularité des sorties” ou encore

<sup>209</sup> DELAHAYE Hélène, *Sociologue en entreprise : réflexions sur la complémentarité des savoirs*, Sociologies pratiques, 2008/1 (n° 16), p. 55-62.

<sup>210</sup> <https://twitter.com/scantradunion?lang=en>



“retrouver sa communauté, le choix des mangas pour tous les goûts et surtout le fait de retrouver nos teams adorés sur une seule et même page 🍷📖” comme avis sur Facebook. Cependant ce n’est rien comparé aux 1500 membres actifs sur le Discord. Ainsi, Tzakar, community manager de la Scantrad Union tient à jour des statistiques pour voir l’évolution du nombre d’abonnés sur ses réseaux sociaux, par



exemple : <sup>211</sup>

Nous pouvons observer le nombre de clics sur chaque publication du 9 mars au 8 avril 2019. Nous remarquons une croissance notable surtout les lundis : jour de sortie de nombreux chapitres.

Cependant, la Scantrad Union ne veut pas s’arrêter là, son prochain défi est d’atteindre le même nombre d’abonnés sur l’ensemble de ses réseaux. Pour cela, Tzakar nous spécifie qu’une réunion est prévu entre les community manager et le chef de la team fin Mai 2019 pour trouver des pistes d’améliorations. Il est également prévu d’interroger les lecteurs afin comprendre au mieux leurs attentes sur Facebook et Twitter.

### **Les *scantraders*, le nouveau modèle à suivre ?**

Les lecteurs d’aujourd’hui semblent particulièrement attachés au rapport qu’ils entretiennent avec les *scantraders*. La numérisation et l’essor de l’Internet haut débit ont fait émerger de nombreuses plateformes Peer-to-Peer<sup>212</sup> tel que Discord. Mathias Daval nous révèle par ailleurs que le Peer-to-Peer est le circuit de diffusion comprenant le plus de titres piratés<sup>213</sup>. Par voie de conséquence, des communautés

<sup>211</sup> Statistique du Facebook de la Scantrad Union.

<sup>212</sup> DAVIDOVICI-NORA Myriam. Les analyses économiques du piratage des biens numériques. In: Revue française d’économie, volume 20, n°2, 2005. pp. 107-149.

<sup>213</sup> DAVAL Mathias, *BDZ L’offre numérique illégale des livres français sur Internet en 2011 : focus sur le piratage de la BD*, B.D.Z.mag, 18 juin 2014.

internationales de lecteurs vont préférer le *scantrad* au manga ; en effet, le travail des teams leur permet d'avoir les chapitres de leurs mangas préférés, gratuitement et en instantané, sans attendre la sortie d'un tome entier en librairie par une maison d'édition.

Néanmoins, Myriam Davidovici Nora nous explique dans *Les analyses économiques du piratage des biens numériques*<sup>214</sup> que les conditions économiques et temporelles ne sont pas les seules raisons de la progression de cette préférence pour ces plateformes. Selon elle, la présence d'un effet de réseau positif induit la valeur du bien pour un consommateur. Le piratage est donc un moyen d'augmenter le nombre de consommateurs. Cela semble une grande menace pour les grosses maisons d'édition pour lesquelles, nous le supposons, l'apparition de ces plateformes implique le vol de leurs consommateurs. De plus, Myriam Davidovici Nora nous stipule que le piratage incite les firmes à baisser leurs prix. Elle propose alors trois stratégies possibles pour augmenter leurs profits :

- réduire les prix pour limiter le piratage,
- se positionner sur les consommateurs à valeur haute
- ou proposer un schéma incitatif tel un tarif binôme.

Hors nous observons que depuis l'apparition du manga sur le territoire français dans les années 2000, le coût d'une bande dessinée japonaise a fortement augmenté passant de 4,50 € à 6,90 € en moyenne en 2019.<sup>215</sup> Mehdi Benrabah, Directeur éditorial des éditions Kazé Manga et Asuka explique dans un communiqué de presse que le prix des mangas a justement augmenté car le marché du manga c'est durci ces dernières années<sup>216</sup> (la période de décélération<sup>217</sup>). En effet, certains titres

---

<sup>214</sup> DAVIDOVICI-NORA Myriam, *Les analyses économiques du piratage des biens numériques*, Revue française d'économie, volume 20, n°2, 2005. pp. 107-149.

<sup>215</sup> KUBO Toma, *Le coût d'un manga : qui gagne quoi ?*, mangamag.fr, 22 février 2017.

<sup>216</sup> SOLYM Clément, *Manga : "Notre marché est voué à se durcir dans les années à venir"*, actualitte.com, 3 décembre 2014.

<sup>217</sup> TURPIN Laurent, *2013 : l'année de la décélération*, www.acbd.fr, 30 décembre 2013.

n'ayant pas séduit un assez grand nombre de lecteurs, ils peuvent représenter une perte financière considérable pour leurs éditeurs. Nous supposons aussi que l'essor des sites de *scantrad* et du nombre de lecteurs séduit entraîne un cercle vicieux qui ne fait que repousser les lecteurs vers une offre gratuite numérique.

Il semblerait alors que le contrôle des lecteurs semble échapper aux grosses maisons d'éditions qui décident de s'attaquer directement aux sites hébergeurs qu'elles confondent avec le *scantrad*.

Face au *scantrad*, certaines ont envisagé une offre légale équivalente. En 2014, la maison d'édition Kana tente donc une première riposte contre le *scantrad* en proposant un système de *simultrad*<sup>218</sup> : une application qui permet de mettre en vente le nouveau chapitre, en même temps que sa sortie au Japon<sup>219</sup>. Les éditions Casterman ont également entrepris de contrer le *scantrad* en se lançant dans le numérique via d'Izneo<sup>220</sup>. Leur plateforme Izneo propose deux solutions: soit la location de mangas, soit l'achat.

Cependant, force est de constater que les lecteurs ne soient pas réceptifs à ces nouvelles plateformes qui arrivent tardivement sur le marché du manga<sup>221</sup>. En effet, Jessi Bi<sup>222</sup> nous expose que l'échec actuel de ces solutions numériques serait la conséquence d'un manque d'observation des grosses maisons d'éditions sur l'aspect communautaire des *scantraders*. Nous viendrons ajouter à cela que les grosses maisons d'éditions n'ont pas encore assez observé et perçu les teams comme un filon à développer.

---

<sup>218</sup> Glossaire.

<sup>219</sup> SOLYM Clément, *Le simultrad, solution pour éviter l'enfer du piratage à Naruto Gaiden*, actualitte.com, 24.04.2015.

<sup>220</sup> <https://www.izneo.com/fr/>

<sup>221</sup> SOLYM Clément, *Manga Numérique : Problématique du scantrad en France*, actualitte.com, 31.08.2011.

<sup>222</sup> BI Jessis, "Le scantrad", *une chance pour l'édition*, du9.org, juillet 2015.

Nous constatons que les teams vont calquer leurs structures sur celles des maisons d'édition ce qui leur donne aujourd'hui un avantage considérable dans le secteur : avoir à la fois l'esprit communautaire et la structure d'une organisation.

*“Pour le traducteur, c'est logique d'avoir le même poste car c'est exactement la pratique que tu fais quand tu traduis, on ne peut pas le nommer autrement. Et puis tout simplement tu es obligé de copier le système des maisons d'édition car c'est celui qui fonctionne. C'est quand même le cheminement logique entre le clean, la traduction et tous les autres rôles, si tu veux pouvoir poster des scans de qualité. [...] Et il vaut mieux répartir les tâches entre chacun, que chacun ait un rôle dans les team comme ça il peut se perfectionner sur ce rôle et devenir plus compétent qu'un autre.”* Sliime, membre de la Blue Phoenix.

Bien évidemment, cet avantage considérable profite avant tout aux lecteurs qui seront plus facilement attirés par le travail des teams de scantrad. Dans *Le client acteur de l'organisation. Enjeux et perspectives pour les sciences de gestion*, Aurélien Rouquet, Reniou Fanny et Goudarzi Kiane nous informent que lorsque le client participe à une action collective, il a un impact sur la production d'une organisation. Comme nous l'avons vu précédemment, les lecteurs permettent aux teams d'améliorer la qualité de leur travail. Aurélien Rouquet, Reniou Fanny et Goudarzi Kiane nous indiquent également que d'après les organisations, faire participer le client peut être un moyen de créer des produits mieux adaptés aux besoins<sup>223</sup>. Par les jeux, concours et sondages, les teams vont ainsi de façon stratégique collecter des infos et comprendre au mieux les envies des lecteurs. Selon Aurélien Rouquet, Reniou Fanny et Goudarzi Kiane du point de vue des clients, le fait d'être actif peut augmenter la valeur perçue et générer du plaisir.<sup>224</sup> Nous pouvons noter, grâce aux commentaires positifs laissés par les lecteurs sur les

---

<sup>223</sup> WAYNE D. Hoyer, RAJESH Chandy, *Consumer Cocreation in New Product Development*, FreeEnterprise, Department of Marketing, McCombs School of Business, 2010.

<sup>224</sup> BITNER MJ, T. FARANDA William, *Customer contributions and roles in service delivery*, International Journal of Service Industry Management, 1997.

réseaux sociaux, la satisfaction qu'ils ont eux aussi de devenir des acteurs du *scantrad*.

C'est pourquoi il faut noter que pendant que les grosses maisons d'édition peinent à comprendre les nouveaux enjeux du secteur, les nouvelles maisons d'édition indépendantes s'appuient sur le travail des teams de *scantrad* pour s'améliorer.

Nicolas Galliano témoigne :

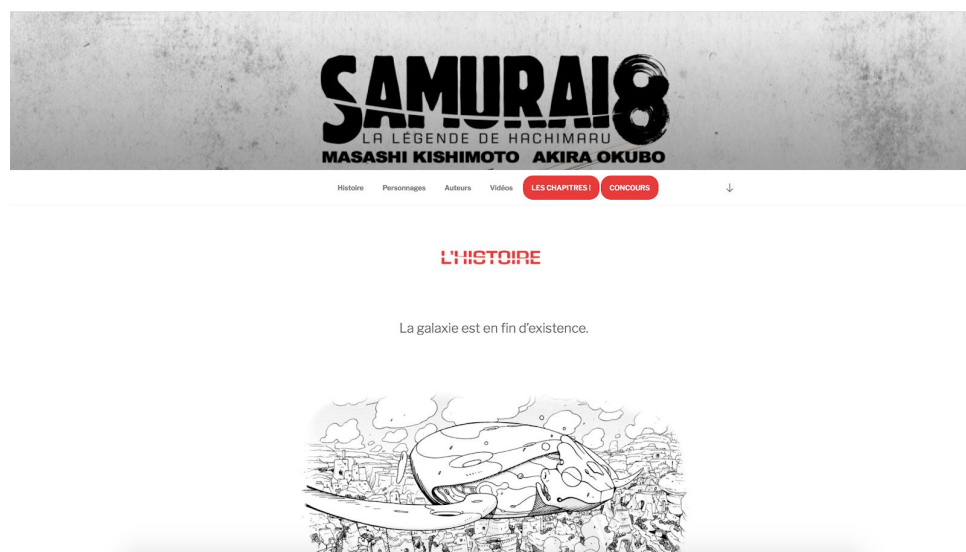
*“On utilise les réseaux sociaux car c'est indispensable aujourd'hui. Les réseaux sociaux sont le meilleur moyen d'avoir une relation directe avec le lecteur. Par mes études de communication et la vision du scantrad j'ai compris que l'aspect communautaire est très important. Quand nous avons créé notre maison d'édition notre but premier était d'être proche des lecteurs. Et le meilleur moyen c'est de leur poser des questions directement, on fait d'ailleurs très souvent des sondages pour leur demander quels titres ils aimeraient voir apparaître. Quand un nouveau titre sort on prend beaucoup plus de temps que les autres maisons d'édition à en parler sur nos réseaux sociaux. Et finalement on crée cette relation privilégiée avec eux. Après, les conventions sont également un moyen de les rencontrer directement et de discuter avec eux. Aujourd'hui on est plus de 2000 sur Twitter, 1800 sur Facebook et on a créé notre compte Instagram récemment et on est 900 dessus. Le tout en un an.”*

Les teams vont s'approprier la structure d'une organisation, celle des maisons d'édition et à la fois garder leurs aspect communautaire. Les maisons d'édition indépendantes semblent avoir compris ces éléments clés et tentent à l'inverse de se donner un aspect plus communautaire : les éditions Ki Oon en sont le parfait exemple.

Le 6 mai 2019, Kana annonce tenter une nouvelle approche pour fidéliser les lecteurs du *scantrad*, avant tout par la voie du teasing à travers un nouveau site

internet du nom de *Samurai 8*<sup>225</sup>, le nom du prochain manga scénarisé par Masashi Kishimoto l'auteur de *Naruto*<sup>226</sup>.

On y découvre également un compte à rebours, nous menant au 13 mai, lendemain de la sortie du premier chapitre du manga au Japon. Rappelons que Kana est déjà à l'origine de la publication en France de *Naruto*. Avec plus de 250 millions de copies, *Naruto* est le troisième manga le plus vendu dans le monde<sup>227</sup>. Kana a donc occupé une place de choix parmi les maisons d'édition françaises jusqu'à la fin de la publication de *Naruto* en 2016.



228

L'éditeur a par la suite confirmé sur ses réseaux sociaux : *Samurai 8* aura bien droit à une publication en simultrad<sup>229</sup> avec le Japon !

Myriam Davidovici Nora nous proposait trois stratégies possibles pour augmenter les profits des maisons d'édition françaises :

---

<sup>225</sup> KISHIMOTO Masashi, *Samurai 8: The Tale of Hachimaru* (サムライ8 八丸伝), Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 13 mai 2019.

<sup>226</sup> KISHIMOTO Masashi, *Naruto* (ナルト), Weekly Shōnen Jump, Shueisha, 21 septembre 1999.

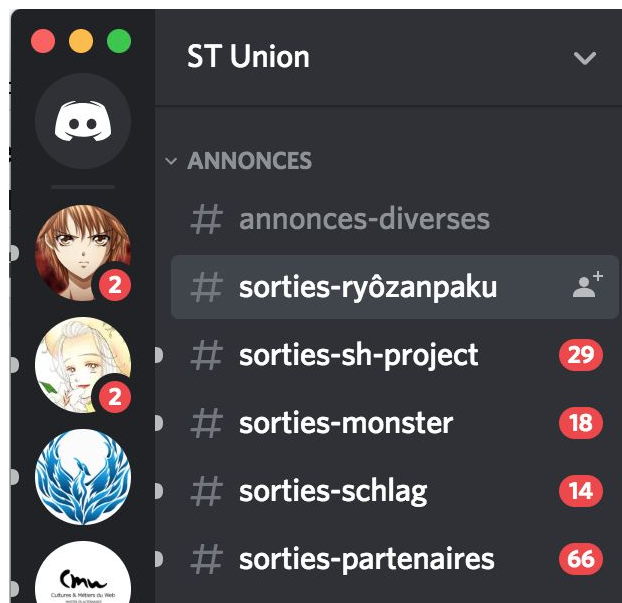
<sup>227</sup> NEWSMANGAS, *Les 10 Mangas les plus vendues de l'histoire*, newsmangas.fr, février 2018.

<sup>228</sup> <http://samurai8.kana.fr/>

<sup>229</sup> Glossaire.

- **se positionner sur les consommateurs à valeur haute**

Il semblerait alors que Kana ait compris qu'il faille fidéliser une catégorie de fans pour augmenter ces profits. En monopolisant sur le marché la nouvelle oeuvre du très célèbre Masashi Kishimoto, la maison d'édition s'avère vouloir récupérer les fans de *Naruto*. Bonne ou mauvaise idée? Il apparaît que le teasing fonctionne. En utilisant la communication web avec les lecteurs, la maison d'édition semble faire parler d'elle. De nombreux sites de référence relatent les informations concernant le nouveau site internet de Kana ( 20minutes<sup>230</sup>,manga-news<sup>231</sup>,animeland<sup>232</sup>...) . Une technique que nous avons déjà repérée chez les *scantraders*. En effet, les *scantraders* utilisent les bots pour promouvoir la sortie de nouveaux chapitres auprès de leurs lecteurs.



233

- **réduire les prix pour limiter le piratage**

<sup>230</sup> V. J, "Samurai 8": Le nouveau manga de l'auteur de "Naruto" sort au Japon... et en France, 20minutes.fr, 13 mai 2019.

<sup>231</sup> MANGA NEWS, *Samurai 8*, le nouveau manga de Masashi Kishimoto, arrive en simultrad chez Kana, manga-news.com, 9 mai 2019.

<sup>232</sup> DE LA CRUZ Bruno, *Le manga Samurai 8 arrive dès le 13 mai gratuitement en simultrad !*, animeland.fr, 9 mai 2019.

<sup>233</sup> Salons de la Scantrad Union dédiés au teasing des sorties des nouveaux chapitres.

Le public français aura donc la joie de découvrir la nouvelle oeuvre de Masashi Kishimoto en version numérique, presque en temps réel. Et ce n'est pas tout : ce sera gratuit ! Cette offre concerne tous les chapitres du tome 1. On comprend que les éditions Kana semble utiliser une approche similaire au *scantrad* : proposer des chapitres d'une oeuvre gratuitement. Cependant, elle le fera seulement dans un temps limité afin de fidéliser les lecteurs pour qu'ils se redirigent par la suite sur les mangas au format papier. Un moyen de récupérer des lecteurs de *scantrad* tout en ne perdant pas de chiffre d'affaire. Nous observons alors ici la dernière stratégie proposée par Myriam Davidovici Nora :

- **ou proposer un schéma incitatif tel un tarif binôme.**

Enfin, nous observons également une prise de conscience récente chez les mangakas<sup>234</sup> qui commencent à migrer sur les réseaux sociaux. Par exemple, Nicolas Galliano nous explique qu'aujourd'hui il est beaucoup plus facile de rentrer en contact avec les auteurs de mangas :

*“De nos jours, c'est plus facile de rentrer en contact directement avec l'auteur. Avant il fallait obligatoirement passer par les ayants droits japonais, chinois ou d'autres pays. Mais aujourd'hui la plupart de ces auteurs ont un compte sur les réseaux sociaux donc on peut les contacter directement.”*

C'est évidemment un avantage pour les lecteurs qui peuvent communiquer directement avec leurs mangakas préférés.

---

<sup>234</sup> Glossaire.





235

Nous observons par ailleurs que NON, l'auteur de *Hare Kon*<sup>236</sup> fait du teasing sur les prochains chapitres à travers son Twitter. De nombreux lecteurs la suivent pour être à jour sur la publication de leur manga. Il est évidemment de constater un renforcement de l'esprit communautaire parmi les fans de ce manga. Ils ont créé un groupe privé Facebook regroupant l'ensemble des passionnés et discutent autour des post de teasing de Non.



237

<sup>235</sup> Twitter de NON, auteur du manga Hare Kon : NON, *Harekon*. (*ハレ婚。*), Weekly Young Magazine, 23 juin 2014.

<sup>236</sup> NON, *Harekon*. (*ハレ婚。*), Weekly Young Magazine, 23 juin 2014.

<sup>237</sup> Post d'un fan du manga Hare Kon sur le groupe fermé Facebook.

*“Bonjour tout le monde. J’ai besoin de votre aide. Est ce que Non est en train de dire dans son tweet qu’il y aura 187 chapitres de Hare Kon?? Ou dit-elle qu’elle a actuellement écrit jusqu’au chapitre 187?”*

Une communauté étant un groupe social dont les membres sont possesseurs de biens et ont des intérêts communs, dans le cas présent l’oeuvre *Hare Kon* est le point commun des lecteurs. De nombreux groupes semblables relatifs à un manga particulier sont visibles sur Facebook. L’ensemble de ces groupes est toujours fondé par des lecteurs passionnés qui souhaitent discuter autour de leurs oeuvres favorites. Ici il est intéressant de voir que les lecteurs discutent autour des post Twitter de l’auteur. Celui-ci n’hésite pas à donner son avis sur son oeuvre en révélant par exemple son personnage préféré, un moyen d’être plus proche des lecteurs. Encore une fois, nous remarquons que les réseaux sociaux sont l’un des atouts des teams de *scantrad* qui commencent à être repris par les autres acteurs du manga. Rappelons également que la communication web est une pratique de webmarketing<sup>238</sup> propre aux organisations.

Il existe bien évidemment d’autres exemples d’auteurs qui tentent de s’adapter à cette nouvelle catégorie de lecteurs proches du numérique. L’un des cas les plus récents et des plus étonnants fut Ai Yazawa, la mangaka<sup>239</sup> à succès du manga *Nana*<sup>240</sup> Ai yazawa demanda directement aux lecteurs s’ils étaient favorables à l’idée de créer une communauté afin de pouvoir discuter tous ensemble. 80% des votes furent positifs et le 27 mai 2019 elle crée son propre Discord, comme les teams de *scantrad*. Le plus étonnant ici est la plateforme choisit : la plateforme privilégiée des *scantraders*.

Nous pouvons également voir dans la structure des salons, un début d’organisation similaire à celle des *scantraders*.

---

<sup>238</sup> Le webmarketing peut être défini comme l’ensemble des techniques marketing et publicitaires utilisées dans l’environnement Internet.

<sup>239</sup> Glossaire.

<sup>240</sup> YAZAWA Ai, *Nana* (ナナ), Cookie, Shueisha, Juillet 2000.

Il apparaît alors que auteurs et maisons d'édition semblent comprendre depuis très récemment (environ un an) que le *scantrad* est un filon à développer pour augmenter leurs propres ventes. Bien évidemment, copier entièrement la pratique du *scantrad* est impossible pour les acteurs du manga, ils doivent tout de même faire du profit grâce à leur métier (et rappelons que le *scantrad* est une pratique basée sur le bénévolat). Seulement, les enjeux autour des lecteurs ont changé. Ils semblent toujours apprécier le travail de qualité qui requiert une certaine organisation. Cependant, de nos jours ils privilégient le numérique. Ainsi, les teams de *scantrad* ont l'avantage d'exister à travers le web depuis une vingtaine d'années. Elles ont déjà assimilés les attentes des nouveaux lecteurs et semblent être un nouveau modèle à suivre pour permettre aux maisons d'édition et auteurs de sortir de cette période de décélération définit par Gilles Ratier<sup>241</sup>.

---

<sup>241</sup> TURPIN Laurent, 2013 : *l'année de la décélération*, [www.acbd.fr](http://www.acbd.fr), 30 décembre 2013.

## Conclusion :

Le manga, média controversé aussi bien au Japon qu'en Occident avant les années 2000 a su trouver sa place auprès des Millennials<sup>242</sup>. Né du traumatisme de la Seconde Guerre Mondiale, la bande dessinée japonaise fut pendant très longtemps considérée comme un art contestataire<sup>243</sup>. La désillusion du peuple japonais envers son gouvernement engendra une renaissance du pays du soleil levant et la création de nouveaux arts tel que le "manga moderne". Un art constitué par et pour le peuple. Notion très importante car nous comprenons alors que les pratiques de ces groupes sociaux semblent s'organiser en communauté.

L'arrivée des mangas sur le territoire français s'avère être le signe d'une révolution dans l'univers de la bande dessinée autant pour les maisons d'édition que pour les lecteurs. En effet, le public avait auparavant une mauvaise opinion pour le genre, que ce soit au Japon ou en France. Les fans deviennent alors moteur de modes, ils dépassent le statut de lecteur-spectateur et se transforment acteurs de leurs passions, permettant ainsi au manga de constituer, à présent, 45% du marché de la bande dessinée en France<sup>244</sup>. Cette bande dessinée va donc se constituer une *fanbase*<sup>245</sup> et créer de nouvelles pratiques souterraines, tel le *scantrad*, au-delà du contrôle des institutions culturelles. Des Japonais numérisent les mangas et les envoient à des amis aux États-Unis ou en Europe afin qu'ils les traduisent.

Seulement, avec la popularisation d'internet entre les années 1990 et 2000 nous observons une certaine mutation des pratiques reliées au *scantrad*. Le *scantrad* s'implante dans nos ordinateurs et nos smartphones. Le fan de manga peut désormais consommer de la bande dessinée sur tous supports et n'importe quand. Il

---

<sup>242</sup> Les Millennials, aussi appelé "Génération Y" est le nom donné à toutes personnes nées entre 1980 et 2000 environ. Les Millennials sont des digital natives. Ils ont grandi avec l'évolution des technologies d'information et de communication : ils ont vu naître et sont actifs sur les réseaux sociaux ; ce sont celles et ceux qui utilisent les nouvelles technologies au quotidien.

<sup>243</sup> BOUISSOU Jean-Marie, *Manga. Histoire et univers de la BD japonaise*, Philippe Picquier, 2010.

<sup>244</sup> SUTTON Elizabeth, *Marché de la bande dessinée 2018 – Chiffres clés*, Economie du livre, idbook.com, 22 janvier 2019.

<sup>245</sup> Glossaire.

est vrai qu'il suffit d'aller sur internet pour trouver les scans de n'importe quel manga. Ainsi, les amateurs du genre se positionnent pour découvrir de nouveaux moyens de lire de nouvelles oeuvres sans attendre que les maisons d'édition achètent les licences pour les publier. Les teams de *scantrad* envahissent le web et s'approprient les différentes plateformes, s'organisant pour produire plus et plus rapidement de scans *via* internet.

Nous avons donc pu constater grâce à l'histoire du manga et l'essor du *scantrad* que ces teams qui n'avaient, au départ rien d'une organisation tendent progressivement à le devenir. À travers nos recherches nous avons réalisé que les *scantraders* étaient ce que Patrice Flichy décrit comme les pro-ams : des amateurs qui travaillent avec des standards de professionnels. Progressivement, les *scantraders* semblent se forger des standards que l'on retrouve en entreprise, et de ce fait, il est aisé de penser qu'ils deviennent des organisations. Ils s'organisent pour effectuer du *scantrad* en se basant sur les principes d'un collectif intelligent. A noter que le *scantrader* ne cherche pas à se substituer au travail du mangaka<sup>246</sup> mais plutôt à acquérir et améliorer des compétences en lien avec sa passion tout en se plaçant comme expert.

Suite à nos entretiens avec des *scantraders*, nous avons pu observer que beaucoup d'entre eux endossent l'esprit d'une communauté. La notion de communauté désigne un groupe de personnes possédant et jouissant d'un patrimoine en commun. Leur motivation est avant tout de permettre aux mangas qu'ils chérissent d'être sous licence. Cependant, lorsque nous analysons la globalité d'une team, il apparaît que leur pratique s'est déplacé vers un système d'organisation *via* leur utilisation de la plateforme Discord. Depuis environ cinq ans, les teams de *scantrad* ont migré sur la plateforme gratuite conçue initialement pour les communautés de joueurs.

---

<sup>246</sup> Glossaire.

Depuis, le processus du *scantrad* comprend plusieurs étapes et plusieurs rôles que l'on retrouve dans l'ensemble des teams et qui paraissent correspondre aux postes des maisons d'édition. Il est étonnant de voir que l'on découvre les mêmes logiciels, les mêmes processus de réalisation d'une team à une autre alors qu'il n'existe pas de "livret d'accueil" ou de règles sur les usages des rôles d'une team. Finalement, le milieu du *scantrad* est devenu normé tout comme les entreprises même si aucune "convention collective" ou "règlement intérieur" n'impose un mode de fonctionnement.

Evidemment, il est essentiel de nuancer les observations et interprétations effectuées. Par l'analyse de ces teams nous réalisons qu'une team de *scantrad* n'est jamais tout à fait une organisation ou une communauté. La diversité du *scantrad* n'induit pas une science exacte d'un type de team de *scantrad*. Cependant, une certaine constante semble visible parmi toutes les teams : elles revêtent l'esprit d'une communauté par la motivation des *scantraders* qui la composent mais se structurent comme une organisation.

Finalement, les teams que nous avons étudiées dans notre étude étaient des exemples d'histoires précises dans un domaine qui diffère selon les pays, selon leurs tailles, les lois ou les contextes. Les analyses que nous avons menées nous ont conduit à faire d'une pratique une généralité sans pour autant prétendre à comprendre l'intégralité du phénomène qui affole le monde de l'édition aujourd'hui. Il faut tout de même noter que si le phénomène alarme les acteurs du manga de nos jours, c'est bien parce que le *scantrad* n'est plus seulement une pratique d'amateurs.

Nous estimons important de comparer le travail des teams et des maisons d'édition car les premières exécutent la même activité que les secondes, mais bénévolement. Les maisons d'édition étant des organisations, elles furent un élément essentiel du développement de notre hypothèse. Le *scantrad* prend une ampleur considérable sur internet, de ce fait, les maisons d'édition et les mangakas sont les premiers touchés par le phénomène. Il est important de comprendre que depuis 2012, nous vivons une phase de décélération du secteur du manga. Les grosses maisons

d'édition tel que Pika se sont ingénérées pendant un temps de bannir le *scantrad*, sans succès.

Ces dernières années ont vu naître de nouvelles maisons d'édition indépendantes qui, à l'inverse des grosses maisons d'édition vont tenter d'assimiler le fonctionnement du *scantrad* pour perdurer. D'après nos analyses nous comprenons que les nouveaux enjeux déjà bien assimilés par les teams deviennent les nouveaux enjeux des maisons d'édition : créer des communautés incluant les lecteurs *via* le web. Nous nous apercevons que les lecteurs sont ceux qui ont modifié l'ampleur du *scantrad*. Le plus étonnant dans notre étude a été d'observer que les *scantraders* tendent à devenir des organisations alors que les maisons d'édition indépendantes ont la volonté de devenir des communautés.

Dans les circonstances actuelles, les lecteurs semblent se tourner de plus en plus vers Internet pour lire des mangas mais avant tout pour communiquer avec les teams de *scantrad*. Grâce à cela ils peuvent connaître les futures sorties, l'avancée d'un chapitre et renforcer leur esprit d'appartenance à une communauté. Les teams de *scantrad* misent donc sur les outils mis à leur disposition pour faire de la communication web. Elles s'adaptent en recrutant des spécialistes tels que les community manager, graphistes... Afin de créer un réel lien de fidélité entre-elles et les autres passionnés.

Finalement, un véritable paradoxe se dessine dans l'univers du *scantrad* : les teams se transforment en micro-entreprises et ressemblent de plus en plus à des organisations pour répondre aux besoins des lecteurs : qui souhaitent appartenir à une communauté.

## Bibliographie

### Histoire du manga :

- Ouvrage spécialisé →
- POUPÉE Karyn. *Histoire du manga. L'école de la vie japonaise*. Paris, Tallandier, 2014  
URL : <https://www-cairn-info-s.fennec.u-pem.fr/histoire-du-manga--9782847346688.htm>  
consulté le 09.11.2018
- BOUISSOU Jean-Marie. « Le manga en douze questions », *Le Débat*, vol. 195, no. 3, 2017, pp. 91-99. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-debat-2017-3-page-91.htm>
- BOUISSOU Jean-Marie, *Manga. Histoire et univers de la BD japonaise*, Philippe Picquier, 2010.
- Articles scientifiques →
- MONASTIER Pierre. "Introduction à l'art du manga", *Études*, vol. juillet-août, no. 7, 2017, pp. 77-88.
- Conférence →
- PAQUIENSÉGUY Françoise, "Manga et pratiques de lecture numérique aujourd'hui" Plan national de formation (PNF), *canal-u.tv*, 2013.  
URL : [https://www.canal-u.tv/video/eduscol/manga\\_et\\_pratiques\\_de\\_lecture\\_numerique\\_aujourd'hui.37641](https://www.canal-u.tv/video/eduscol/manga_et_pratiques_de_lecture_numerique_aujourd'hui.37641) consulté le 22.10.2018

### Manga, "soft power" japonais et essor en France:

- Article, Chronique, site internet →
- ROCCHIA Simon, "Le marché du manga en France". *mondedulivre.hypotheses.org*, 13 novembre 2015.  
URL : <https://mondedulivre.hypotheses.org/1929> consulté le 13.11.2018
- M'ZALI Caroline, "La France, deuxième consommateur mondial de manga". *www.humanite.fr*, Jeudi, 17 Août, 2017.  
URL : <https://www.humanite.fr/la-france-deuxieme-consommateur-mondial-de-manga-640518>
- GACHAN, "Edition", *gachan.org*, 2010.  
URL : <http://www.gachan.org/edition.html>
- Dossier →
- GUILBERT Xavier, "Le Manga en France". *du9.org*, juillet 2012.  
URL : <https://www.du9.org/dossier/le-manga-en-france/> consulté le 13.11.2018
- DE SEPAUSY Victor, "Découvrir les 11 mangas les plus vendus de tous les temps", *actualitte.com*, 17.02.2018. URL : <https://www.actualitte.com/article/bd-manga-comics/decouvrir-les-11-mangas-les-plus-vendus-de-tous-les-temps/87368>
- Ouvrage spécialisé →



- Bouissou, Jean-Marie. "Pourquoi le manga est-il devenu un produit culturel global ?", *Esprit*, vol. juillet, no. 7, 2008, pp. 42-55. URL : <https://www.cairn.info/revue-esprit-2008-7-page-42.htm#no3>
- Bouissou, Jean-Marie. "Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais", *Cités*, vol. 27, no. 3, 2006, pp. 71-84. URL : <https://www.cairn.info/revue-cites-2006-3-page-71.htm>
- Reportage →
- D. Florent, "Le manga numérique dépasse les revenus de l'imprimé au Japon". *actualitte.com*, 15.03.2018. URL : <https://www.actualitte.com/article/bd-manga-comics/le-manga-numerique-depasse-les-revenu-s-de-l-imprime-au-japon/87844> consulté le 13/11/2018
- Thèses, Mémoire →
- QUEVAL Christelle "Les voies de développement du manga en France". *eurasiam.com*, 2008. URL : <http://www.eurasiam.com/wp/art/001-queval.pdf>

### Histoire et marché du scantrad :

- Thèses, Mémoire →
- TERPSTRA Anderson, *Spreading the Word: Fan Translations of Manga in a Global Context*, University of Iowa, Jul 2013. URL : <https://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3368&context=etd>
- DOUGLASS Jeremy, HUBER William, *Understanding scanlation: how to read one million fan-translated manga pages*, Image & Narrative, Vol 12, No1. *imageandnarrative.be* 2011.
- LEE Hye-Kyung, "Between fan culture and copyright in fringement: manga scanlation" KING'S COLLEGE LONDON, UK, 2009. URL : <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443709344251>

### Fonctionnement d'une maison d'édition :

- Article, Chronique, site internet →
- DOSSOGNE Lou, "Le circuit éditorial et ses mystères...", *lelombard.com*, 2010. URL: <http://www.lelombard.com/actualites-news-bd/circuit-editorial,4313.html#editorial>
- TÔMA, "Distribution de mangas, comment ça marche ?", *mangamag.fr*, 17 février 2016. URL : <http://www.mangamag.fr/dossiers/distribution-de-mangas-comment-ca-marche/>
- LACHASSE Jérôme, "Manga: comment se déroule le lancement d'une grande licence" *bfbusiness.com*, 28/04/2018.
- Dossier →
- RATIER Gilles, Association des critiques et des journalistes de bande dessinée, "2005 : L'année de la « mangalisation »" *acbd.fr*, 15 octobre 2007

### Étude du marché du piratage :

- Articles scientifiques →

- DAVAL Mathias "BDZ L'offre numérique illégale des livres français sur Internet en 2011 : focus sur le piratage de la BD", *B.D.Z.mag*, 18 juin 2014.  
URL : <https://www.youscribe.com/BookReader/Index/2460246/?documentId=2437304>  
consulté le 23.11.2018
- Davidovici-Nora Myriam. Les analyses économiques du piratage des biens numériques. In: *Revue française d'économie*, volume 20, n°2, 2005. pp. 107-149.  
URL : [www.persee.fr/doc/rfec0\\_0769-0479\\_2005\\_num\\_20\\_2\\_1574](http://www.persee.fr/doc/rfec0_0769-0479_2005_num_20_2_1574)

## Le scantrad : illégal? / Contre-attaque :

- Thèses, Mémoire →
- LEAVITT Alex, *Inside Scanlation*, Convergence Culture Consortium (Comparative Media Studies, MIT), Cambridge, Massachusetts, United States, Transformative Works and Cultures, Vol 5 (2010).  
URL : [http://alexleavitt.com/papers/2010\\_TWC\\_InsideScanlation.pdf](http://alexleavitt.com/papers/2010_TWC_InsideScanlation.pdf)
- Reportage →
- GARY Nicolas, "Manga : Contre le scantrad, une solution de prépublication numérique" *actualitte.com*, 24.04.2013.  
URL : <https://www.actualitte.com/article/bd-manga-comics/manga-contre-le-scantrad-une-solution-d-e-prepublication-numerique/40895> consulté le 22.10.2018
- SOLYM Clément, "Le simultrad, solution pour éviter l'enfer du piratage à Naruto Gaiden" *actualitte.com*, 24.04.2015.  
URL : <https://www.actualitte.com/article/bd-manga-comics/le-simultrad-solution-pour-eviter-l-enfer-d-u-piratage-a-naruto-gaiden/55037> consulté le 23.11.2018
- SOLYM Clément, "Manga Numérique : Problématique du scantrad en France" *actualitte.com*, 31.08.2011.  
URL : <https://www.actualitte.com/article/reportages/manga-numerique-problematique-du-scantrad-e-n-france/57937> consulté le 22.10.2018
- SOLYM Clément, "Manga Numérique : des éditeurs français prêts, mais contraints" *actualitte.com*, 02.09.2011.  
URL : <https://www.actualitte.com/article/reportages/manga-numerique-des-editeurs-francais-prets-m-ais-contraints/57940> consulté le 23.11.2018
- Article, Chronique, site internet →
- BELKAAB Omar, " Les mangas numériques en diffusion traduite simultanée : la solution contre le piratage ?" *www.numerama.com*, 22 mai 2016  
URL : <https://www.numerama.com/pop-culture/171685-mangas-numeriques-diffusion-traduite-simult-anee-solution-contre-piratage.html> consulté le 23.11.2018
- SAJI Reith, "Un mangaka japonais critique intelligemment les mesures des éditeurs contre le piratage" *adala-news.fr*, 13 février 2018.

URL :  
<https://adala-news.fr/2018/02/un-mangaka-japonais-critique-intelligemment-les-mesures-des-editeurs-contre-le-piratage/#comments> consulté le 22.10.2018

- Dossier →
- BI Jessis, "La « scantrad », une chance pour l'édition". *du9.org*, juillet 2015.  
URL : <https://www.du9.org/dossier/la-scantrad-une-chance-pour-ledition/> consulté le 13.11.2018

### Point de vue des teams de scantrad :

- Article, Chronique, site internet →
- LAMY Romain, "Mangas lost in "scanlation"" *www.telerama.fr*, 12/07/2009.  
URL : <https://www.telerama.fr/techno/mangas-lost-in-scanlation.45094.php> consulté le 22.10.2018
- D'ANASTASIO Cecilia, "The Invisible Labor Economy Behind Pirated Japanese Comics" *motherboard.vice.com*, 9 avril 2015.  
URL : [https://motherboard.vice.com/en\\_us/article/4x3pwm/meet-the-scanlators](https://motherboard.vice.com/en_us/article/4x3pwm/meet-the-scanlators) consulté le 22.10.2018

### Point de vue des traducteurs :

- Thèses, Mémoire →
- OKYAYUZ Ayşe Şirin, *Examining the Translation and Scanlation of the Manga Naruto into Turkish from a Translator's Perspective*, Bilkent University, Department of Translation and Interpreting, July-september 2017.  
URL : <http://www.eltsjournal.org/archive/value5%20issue3/19-5-3-17.pdf> consulté le 22.10.2018

### Les pratiques de traduction des fans se transforment en flux culturels japonais :

- Thèses, Mémoire →
- LEIGH RICH Danielle, *Global Fandom: The Circulation of Japanese Popular Culture in the U.S.*, The University of Iowa, ProQuest Dissertations Publishing, 2011.  
URL : <https://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4862&context=etd>
- LEE Hye-Kyung, *Between fan culture and copyright infringement: manga scanlation*, King's College London, Media Culture & Society, November 11, 2009.  
URL : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443709344251?journalCode=mcsa> consulté le 22.10.2018
- Article, Chronique, site internet →
- OMARJEE Sulliman, "Fansubing et Scantrad : traduire c'est contrefaire !" *journaldunet.com*, 04/05/09.  
URL : <https://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/38569/fansubing-et-scantrad---traduire-c-est-contrefaire.shtml> consulté le 22.10.2018
- MIGUET Mathilde, "Séminaires Ebook de l'an I à l'an IV .Séance du 13 octobre 2014", *ebook.hypotheses.org*, Septembre 2014.

### Étude des communautés :

- Thèses, Mémoire →
- BOUTILLIER Sophie, FOURNIER Claude, « Travail collaboratif, réseau et communautés. Essai d'analyse à partir d'expériences singulières », *Marché et organisations*, 2009/3 (N° 10), p. 29-57. DOI : 10.3917/maorg.010.0029.  
URL : <https://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2003-5-page-697.htm> consulté le 17.12.2018
- MAMBULU Félicien, "Etude de communautés de pratique et mécanismes de partage des connaissances via les réseaux numériques:le cas du Pnud", Université Cheikh Anta Diop école des bibliothécaires archivistes et documentalistes (EBAD) - Diplôme supérieur en sciences de l'information et de la communication (DSSIC) 2005.  
URL : <https://www.memoireonline.com/04/12/5680/Etude-de-communautes-de-pratique-et-mecanismes-de-partage-des-connaissances-via-les-reseaux-nume.html> consulté le 17.12.2018
- COHENDET Patrick, DIANI Morad, « L'organisation comme une communauté de communautés croyances collectives et culture d'entreprise », *Revue d'économie politique*, 2003/5 (Vol. 113), p. 697-720. DOI : 10.3917/redp.135.0697.  
URL : <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2009-3-page-29.htm> consulté le 17.12.2018

### Étude des organisations :

- Ouvrage spécialisé →
- Ballé, Catherine. "*Sociologie des organisations.*" Presses Universitaires de France, 2015.
- Patrice Flichy. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010
- Garcin Pierre, « Internet et les nouvelles formes de liens publics/artistes », *Sociétés*, 2012/3 (n°117), p. 101-112. DOI : 10.3917/soc.117.0101. URL : <https://www-cairn-info-s.fennec.u-pem.fr/revue-societes-2012-3-page-101.htm>
- Becheikh Nizar, Su Zhan, « L'organisation virtuelle : un avenir qui se dessine. Communication », *Revue française de gestion*, 2005/1 (no 154), p. 93-110. DOI : 10.3166/rfg.154.93-110.  
URL : <https://www-cairn-info-s.fennec.u-pem.fr/revue-francaise-de-gestion-2005-1-page-93.htm>

## Annexes

---

### Grille d'entretien

- **Présentation :**

- Pseudo, Prénom, âge, études/travail... Peux tu te présenter ?
- Depuis combien de temps tu fais du *scantrad* ? Et depuis combien de temps es-tu dans cette team? Quelles sont tes motivations?
- Et quand as-tu découvert l'univers du scantrad ? Comment?
- Est-ce que tu lis du scantrad? Sur quels sites ou plateformes?
- Temps passé sur le scantrad en général par semaine?
- Moyenne d'âge dans la team
- Situation sociale, statut relationnel/marital...

- **L'univers du manga et du scantrad :**

- Quel est ton manga préféré? Pourquoi?
- Qu'est ce qui te plaît dans la bande dessinée japonaise?
- Te considères-tu comme un fan de manga? un otaku ? Pourquoi?
- Est-ce que tu ne lis que des mangas?
- Quand as-tu découvert l'univers de la bande dessinée japonaise? Comment?
- Et quand as-tu découvert l'univers du *scantrad* ? Comment?
- Est-ce que tu lis du *scantrad*? Sur quels sites ou plateforme?
- Quels sont tes critères de sélection lorsque tu lis un manga ou des scans?

- **Les pratiques du scantrad :**

- Activités pratiquées dans la team
- Quand as-tu commencé le *scantrad*? Pourquoi? Quelles sont tes motivations?
- Comment as tu trouvé ta team ?
- Quels logiciels et matériaux utilises-tu pour pratiquer ton poste?
- As-tu été formé pour effectuer ton poste?
- As-tu choisis ton poste ?
- Comment gères-tu le *scantrad* avec ta vie professionnelle?
- Plateforme / Canaux / Médias utilisés pour communiquer avec la team ?
- Comment s'effectue ton poste dans la team ?
- As-tu rencontré les personnes de la team en IRL?

- **Communauté et Organisation au sein des teams :**

- Que comprends-tu lorsque je te parle de communauté ? Penses-tu que la team de *scantrad* à laquelle tu appartiens est une communauté? ou tient-elle plus d'une organisation?
- Est-ce que tu considères que le *scantrad* c'est du bénévolat ?
- Faites-vous des demandes de dons?
- Existe t-il une hiérarchie entre les membres de la team? Quel est le rôle de chacun?
- Avez vous des concurrents dans le milieu du *scantrad*?

- As-tu des impératifs quand tu travailles comme membre de la team? Des deadlines, des règles précises?
- Est ce que pour toi le *scantrad* c'est avant tout appartenir à un groupe de fans ?
- Sur le plan social qu'est ce que le *scantrad* t'apporte?
- Quels rapports entretenez-vous avec la communauté de lecteurs?
- Quelle est la visibilité de votre team sur les réseaux sociaux?
- Lorsque vous choisissez ensemble les mangas à traduire, est ce que vous tenez compte de la popularité qu'il aura auprès des lecteurs? avez-vous une stratégie?
- Quelles sont les frontières du *scantrad* selon toi ?
- Rencontrez vous (les teams) des problèmes avec les mangakas? et avec les autorités culturelles (droits d'auteurs etc)?

- **Relation entre teams et maisons d'éditions :**

- Que penses-tu des maisons d'éditions en France?
- Solidarité ou rivalité ?
- Que penses-tu des éditeurs qui font du repérage par la popularité des scans pour acheter de nouvelles licences?
- Penses-tu que les rôles des teams de scantrad sont exactement les mêmes que ceux des maisons d'éditions?

## Entretien Krishnat, Chef de la Scantrad Union.

- **Présentation :**

- Pseudo, Prénom, âge, études/travail... Peux tu te présenter ?

Mon Pseudo c'est Krishnat. Comme nous sommes dans la limite de la légalité, il serait bien de garder nom et prénom confidentiels. J'ai 36, marié, deux enfants, je suis chef de projet informatique à l'international dans une multinationale et j'ai un master recherche en microbiologie. Cela n'a rien à voir, je sais... Et je suis professeur de karaté dans ma ville et sur mon lieu de travail.

- Depuis combien de temps tu fais du scantrad ? Pourquoi? Et depuis combien de temps es-tu dans cette team? Quelles sont tes motivations?

Je fais du *scantrad* depuis septembre 2010. J'ai commencé suite à un changement de travail et de région le temps de trouver un nouvel emploi et pour améliorer mon anglais. J'ai postulé à cette époque à la Japan Shin pour traduire un manga qui me plaisait beaucoup mais qui avait du retard sur les US : *Ken-ichi*<sup>247</sup>. Suite à des problèmes internes, à part le chef et sa compagne nous sommes tous partis former la Ryozanpaku le 19 février 2012. On y forma un triumvirat de leaders puis je pris la main en tant que chef il y a peut-être 4 ou 5 ans officieusement, officiellement depuis 2 ou 3 ans. Désormais je reste surtout pour le plaisir de l'échange, de la traduction de séries qui me plaisent et pour parfaire mes compétences managériales et organisationnelles.

- Temps passé sur le scantrad en général par semaine?

En traduction : 4-5 heures sur mes pauses au boulot. En gestion bien plus...

- Moyenne d'âge dans la team

La moyenne d'âge est entre 25 et 30 ans.

- Ton/ Tes poste(s) dans la team?

Chef de la Ryo, chef des traducteurs, directeur de projet (je m'assure que le planning soit respecté), chef de la STU (fondateur), sous-chef à la SH Project, membre de la Schlag, membre de la Ajia no Scantrad, membre de la JPIP.

- Te considères-tu comme un fan de manga? un otaku ? Pourquoi?

Fan oui, car j'en lis tous les jours, plus *geek qu'otaku*. Je ne passe pas ma vie avec mon écran, j'ai une famille, un travail et une autre passion...

- **Les pratiques du scantrad :**

- Peux-tu m'expliquer le fonctionnement de ta team (Ryo)? Et le fonctionnement de la SU? (l'organisation complète détaillée)

Le fonctionnement de la Ryo c'est un fonctionnement pyramidal classique. Niveau organigramme je suis actuellement au sommet, en dessous de moi j'ai le responsable de

---

<sup>247</sup> MATSUENA Syun, *Ken-ichi, le disciple ultime* (史上最強の弟子 ケンイチ), Weekly Shōnen Sunday, Shōgakukan, 1 mai 2002.

ceux qui font les check et quality check. À côté de ça j'ai aussi un responsable pour tout ce qui est du clean. J'ai également un responsable des éditions. Je n'ai pas de responsable traduction, j'agis moi-même en tant que responsable de la traduction.

À chaque fois que nous recrutons quelqu'un, il passe par une phase de test auprès du responsable du rôle qu'il souhaite faire. Souvent il lui demande de faire un chapitre. On vérifie, on lui fait un retour, et la deuxième semaine on teste sur un second chapitre ça nous permet de voir un petit peu la motivation de la personne. Ça c'est l'organisation classique de ma team actuellement. Après au niveau de l'organisation on est par équipe et je délègue beaucoup sinon je ne pourrai pas tout faire. Les éditeurs s'auto-gèrent. Et les traducteurs, les *cleaners* etc..je leurs fourni le travail par message privé, par SMS ou par tous les biais possibles et inimaginables. Sinon on a un planning, tous les jours on sort 3 séries différentes du lundi au vendredi. Du coup l'objectif c'est que tous les dimanches, les chapitres doivent être terminés pour être newser la semaine suivante, c'est-à-dire qu'ils soient uploader sur le site en caché. On n'aura plus qu'à les mettre en visible avec Soba mon petit numéro 2, qui fait la news qui va bien derrière.

Niveau un peu plus large de l'organisation, on utilise Kanboard qui est un logiciel de gestion de projet. Dessus on utilise la méthode agile de gestion de projet. Dessus tu peux créer des tableaux, par exemple on a le tableau de la Ryozanpaku, sur chaque colonne tu as la série et dans chaque colonne de série tu as l'avancée du projet par des vignettes (clean, edition etc). Et quand toutes les vignettes sont remplies par les personnes assignées aux vignettes, le chapitre descend sur Discord. Avec Soba on agit en tant que directeur de projet et ça nous permet de voir où on en est sur chaque chapitre. Et avec ça on tient un planning général. Kanboard génère des tableaux pour chaque chapitre avec les deadlines etc.. et on a aussi le tableau en visuel dans Discord.

On a des bots qui retranscrivent directement l'avancée des tâches sur le Discord une fois que c'est terminé sur Kanboard.

Et enfin on utilise le Drive pour poser tous les chapitres et tous les dossiers. C'est partagé sur le Cloud, chaque projet à son enveloppe et à l'intérieur c'est encore re-découpé en traduction check et ainsi de suite. Et à chaque fois qu'une personne a terminé son travail elle vient déposer ce qu'elle a fait dans le drive.

Pour la SU c'est quelque chose de plus tentaculaire. J'agis dessus en tant que fondateur, donc en gros je suis plus comme un président d'un conseil d'administration. Autant sur la Ryo on est plus une petite entreprise, autant sur la SU les chefs de chaque team agissent comme un conseil d'administration. Ils ont chacun un droit de vote et comme on est un nombre pair j'ai également un droit de vote. Chacun des chefs a un droit de veto. À partir du moment où il s'exprime de façon assez argumenté en général on le suit. On a acté entre nous que si jamais il a un raisonnement assez différent du nôtre et que sa vision est différente de la nôtre il est libre de quitter la SU. Pour l'instant on a 6 mois et quelque d'existence et on n'a jamais eu ce problème, pourvu que ça dure. Pour info la meet avait duré 5 mois.

- Pourquoi former la SU?



Tout simplement parce que moi je suis fan de tout ce qui est organisation. J'étais fan d'une grosse team US qui s'appelle Trash Scanlation qui a plus ou moins disparu depuis quelques mois mais qui est réapparu sous un nom différent. La Trash Scanlation avait pour principe de créer des groupes de *scantraders* qui allaient s'occuper de groupe de manga avec la possibilité de s'entraider entre les groupes. Je me suis dit que c'était intéressant, et que ça pourrait être utile de développer ça en France. Parce qu'une team de *scantrad* au-delà de 50 personnes ça devient très dur à gérer alors qu'avec ce type d'organisation on va créer vraiment des groupes avec des chefs d'équipes et ça permet d'aller un petit peu plus loin dans les possibilités. Sauf que ça avait déjà été tenté en France, le groupe s'appelait la Meet, qui avait duré 5 mois, ils avaient essayé d'unifier différentes teams existant déjà. Le problème c'est qu'ils ont fait de l'ingérence entre teams. Je me suis dit que cette formulation là ne fonctionnerait pas. Du coup quand j'ai créé la Scantrad Union, j'ai dit aux teams vous venez avec moi, la seule chose qu'on va faire c'est partager tous les supports physiques : les réseaux sociaux, le Discord, les sites de lecture en ligne. Par contre il n'y aura aucune ingérence parmi les teams, chaque team gardera son organisation. Par exemple sur le Discord il y a une zone visible seulement pour les membres de la team (la Ryo a sa zone que les autres teams ne peuvent voir). À partir de là les gens étaient assez intéressés donc je me suis dit je vais d'abord lancer ça avec trois teams (la Monster et la SHP). La Schlag nous a rejoint assez vite, et actuellement on a six teams partenaires (actuellement un groupe de dix teams).

Sur notre site on a également mis la team Scantrad France qui est notre homologue. Il s'agit de la plus ancienne team de *scantrad* en France et nous, nous sommes la plus grosse donc nous sommes égales et donc nous ne pouvons pas lui proposer d'intégrer notre team mais plutôt d'être notre égale.

En plus de l'ingérence je ne voulais pas que l'on empiète sur le travail de l'autre donc les chefs des autres steam ne peuvent pas dire à des membres d'une autre team ce qu'ils doivent faire. Quand on discute de quelque chose qui nous concerne tous, on va voter, exemple : intégrer un nouveau partenaire. On se rend compte au fur à mesure qu'on travaille beaucoup les uns avec les autres, on se donne des conseils et on évolue vachement comme ça.

Lorsque j'ai créé la SU, la première chose que j'ai faite, c'était de faire une sorte de macro planning et de partager différentes étapes du projet avec les autres. Première étape c'était de décider du nom. On a demandé à chaque membre des trois teams fondatrices de proposer des noms. Au début on a eu Scantrad Unity et ça plaisait bien à tout le monde sauf que lorsqu'on faisait une recherche Google, on tombait sur d'autres sites et pas le nôtre donc on a fini sur Scantrad Union. Une fois que ça, ça a été décidé on a créé le Discord. Là, ça a été assez complexe et long. Il fallait qu'on décide quels canaux on allait créer et je ne voulais pas qu'il y en ait de trop. Et là je me suis donné 10% de progression de bonne entente chaque semaine : car là, l'objectif était de savoir si on allait tous pouvoir cohabiter et tous s'entendre. Une fois que ça a fonctionné, Sylla a créé le site. Il l'a construit à sa façon et on est entré en alpha test où seuls les chefs y avaient accès. Là on a commencé à se dire qu'on aimerait que ce soit construit plutôt comme ça ou plutôt comme ça... Après ça, on a intégré les sous-chefs (dans la SU on a intégré l'idée de sous-chefs où, chaque chef a une ou deux personnes de confiance) et on a créé des canaux de réglage de bug. Après on est passé en beta test, là on a intégré tous les membres de notre team pour voir si le site

fonctionnait. Suite à ça Sylla a prit un assistant qui a aidé à créer toutes les permissions du site car il y en a beaucoup à plusieurs niveaux pour les membres. Quand on a ouvert le site évidemment il a crashé tout de suite parce qu'on est arrivé à 3000 visites dès ouverture. On était sur un serveur mutualisé c'est-à-dire que c'est un serveur qui a plusieurs sites dessus et on a dépassé le quota alloué par le serveur donc on a explosé notre site et tous les autres sites. Donc, du coup, on a cherché un autre serveur dédié et destiné qu'à nous, et là on a commencé la galère du mois de janvier parce qu'on avait pas de connaissances en serveur. On a recruté donc deux administrateurs serveur. On a encore augmenté la taille de l'équipe. Une fois qu'on a réussi à faire la migration, là on était parfait. On a commencé à recruter des partenaires et de nouveaux membres. On s'est limité car on s'est dit qu'on voulait pas être plus de dix team (et voir si le site passait bien). Actuellement on a ouvert les vannes puisque le site marche très très bien, on a pas mal de teams qui postulent et normalement le mois prochain on va peut-être intégrer de nouvelles teams.

On a aussi lancé le projet des réseaux sociaux : on s'est mis sur Facebook et Twitter. On a créé une commission de Community Manager. Il y a 4 personnes qui gèrent les réseaux sociaux et qui diffusent les informations si besoin.

On a été confronté à des problèmes de fans ingérables. Donc on a créé en interne un canal d'avertissements avec des règles, un fan ingérable ça peut être quelqu'un qui va insulter d'autres personnes, ou qui n'est pas respectueux.

Si le problème vient d'un des membres alors le chef de la team ainsi que le membre ne peuvent pas voter ni intervenir sur les sanctions. Il faut au minimum que ce soient 3 personnes de team différentes qui agissent. Comme ça on est sûr de ne pas prendre parti. Là-dessus on a créé des rôles de modérateur.

Après je me suis dit pour augmenter l'esprit Union, qu'est-ce que je peux faire d'autre? Il y a des gens qui sont venus me proposer des événements. En janvier on a fait l'événement STU treasure : on propose aux gens de faire des one shot, c'est-à-dire des fans qui ne connaissent pas du tout le scantrad de nous faire un chapitre de scantrad pour qu'ils découvrent un peu ce que c'est. Donc là on a créé une commission event qui a géré tout ça. À partir de là je me suis dit que ça serait sympa de faire des événements tous les mois, ça ferait vivre un petit peu SU.

Le deuxième mois c'était un tournoi avec un petit logiciel sympa exprès : donc, nouvelle commission qui s'est créée pour l'événement. Au mois de mars on a fait Yolo leveling (un jeu de mots avec une de nos séries) et chaque groupe de fans pouvait venir défendre sa série et c'était une sorte de tournoi avec une sorte de lancer de dés et un bot animé sur Discord. Il y avait une trentaine de personnes sur Discord, c'était assez vivant et sympa (il y avait des animateurs et autres) et ceux qui gagnaient, gagnaient le droit que les teams de SU lui sortent des chapitres en avance de la série qu'ils avaient défendue.

Sur le mois d'avril on va faire le poisson d'avril, pour le mois de mai il y a d'autres événements que je cache pour l'instant. C'est la surprise pour l'instant mais jusqu'à la fin de l'année on a prévu des choses.

Niveau ambiance interne on s'est prévu un resto samedi auquel tu participeras et on se fera une sortie à la Japan Expo tous ensemble.

Donc là tu as l'organisation complète à peu près de l'organisation. Dans la vie de tous les jours je suis aussi chef de projet dans une boîte donc je vois à peu près comment ça marche et je me suis dit que c'était la meilleure façon de faire les choses dans le *scantrad* et que ça dure dans le long terme.

On a essayé vraiment de faire chaque étape de façon progressive sans se lancer dedans comme des sauvages en se disant ça passe ou ça casse.

- Combien y a t-il de personne dans la SU?

Donc moi je compte le nombre de personnes actives mais par exemple si tu vas sur le site internet et que tu vas sur chaque team tu peux voir les membres.

Dans la Ryo on est une quarantaine dessus ; on est 43 exactement mais trois membres ne sont pas trop actifs et on a aussi des gens qui ne sont pas encore visibles, c'est-à-dire 4 personnes qui sont en attente, sachant que je leur demande régulièrement du travail et que je check où ils en sont.

À la SHP ils sont une vingtaine, la Monster ils sont une trentaine, la Shlag ils sont une quinzaine sachant que dans tout ça il y a des personnes qui travaillent dans plusieurs teams. A la SU on est une centaine.

Alors oui c'est énorme mais selon moi une seule team ne peut pas gérer tout ça. Sans empiéter les uns sur les autres on peut s'entraider et ça nous permet d'en faire plus. A l'heure actuelle on est le plus gros regroupement en France. Autant à Scantrad France ils sont plus connus car ils ont les plus grosses licences et donc ils ont plus de fans, autant nous on aura plus de séries variées.

- Est-ce une pratique courante de former des unions de teams?

Non. Alors les unions de teams comme la nôtre je pense qu'il y en a eu trois en France. il y a eu la Meet, la SU et une autre. Mais les deux autres sont mortes car elles n'ont pas tenu.

Par contre c'est une pratique courante de faire des co-productions. Par exemple au niveau de la Ryo on est en reproduction avec la Asia scantrad, avec la Monster, avec la SH project. Nous par exemple on a énormément de traducteurs, les cleaner pro, d'autres team non pas forcément ça mais ils vont avoir ce qui nous manque, et puis on a des projets qu'on aimerait bien sortir et ils sont d'accord avec ça donc on se met d'accord tous ensemble pour faire le projet en co-production.

Avec la Asia ça fait 5 ans qu'on est en co-production. Avec la SHP on a vu récemment que ça faisait un peu plus d'un an et avec la Monster c'est assez récent et ça leur a permis de relancer des mangas qu'ils avaient en stand-by (par manque de personnel).

- Quels sont les inconvénients de cette Union ?

Alors je t'avoue qu'en fait les 6 mois de la team, ce sera exactement le 5 avril, pour l'instant on n'a pas vu d'inconvénients dans la team hormis le fait qu'on a 1500 membres sur le Discord. Et à partir de là il n'est pas toujours simple de modérer les gens. Voilà donc c'est le seul inconvénient : faire de la macro-gestion. Mais j'ai très bien appris à déléguer les tâches.

- Quels logiciels et matériaux utilises-tu pour pratiquer ton poste? Comment s'effectue ton poste dans la team?

En tant que traducteur j'ai besoin juste de Word. J'utilise de temps en temps Google trad et autres sites comme WordReference et j'ai un fichier de traduction normé où en gros j'ai juste à enregistrer le texte. De façon plus globale j'utilise Kanboard pour faire la gestion du planning, le Drive pour faire le dépôt de fichiers. C'est la seule chose que j'utilise. Après mes collègues au clean et à l'édition utilisent Photoshop. J'en ai pas mais je n'en fais plus parce que je n'ai pas forcément le temps.

- As-tu été formé pour faire du scantrad?

Pas vraiment, quand j'ai commencé en 2010 on m'a juste demandé de faire une traduction que j'ai faite. On m'a posé des questions sur certains termes que j'ai utilisés. Et dès que ça a convenu on m'a demandé de continuer directement. Je n'avais pas de formation à ce moment-là. Pour les traducteurs on n'a pas vraiment de formation, soit la personne sait parler anglais et écrire en français auquel cas on ne le forme pas on le prend. Après les éditeurs et cleaner on les forme. Les checkers ils ont des logiciels pour les aider (actuellement on leur donne Antidote, un logiciel qui surpasse le correcteur classique de Word).

- Dans votre team vous traduisez directement du japonais ou d'une autre langue? Pourquoi?

Traditionnellement on faisait de l'anglais au français, ensuite on a eu un traducteur chinois qui, heureusement pour lui, finalement a été pris dans ses études de médecine donc on ne l'a plus. Récemment j'ai eu un traducteur japonais-français qui m'a permis de reprendre des séries que des Américains avaient arrêtées. Et là on a un nouveau traducteur chinois qui nous permet de corriger tout un tas d'incohérences de traductions US car il est assez doué, voire quand les US ne vont pas assez vite. Et de temps en temps je fais appel à lui pour qu'il traduise directement le chapitre à partir du chinois pour qu'on puisse garder notre rythme de parution. C'est très rare. Je sais que la Monster a un traducteur coréen. Mais globalement on a du mal à recruter des gens qui traduisent directement du japonais.

- As-tu rencontré les personnes de la team en IRL? (Si c'est le cas, pourquoi mettre cela en place? Qu'est ce que ça apporte à la team?)

Oui, avec mon fidèle bras droit à l'époque on organisait des laser game tous les mois et il venait tout le temps. Après, tous les 6 mois j'organisais un restaurant japonais car j'avais une de mes traductrices qui vivait en Suède et qui venait en France de temps en temps pour s'entraîner donc on la voyait et on se réunissait avec les copains. Et là ce samedi c'est la première fois qu'on fait ça de façon élargie. De temps en temps je rencontre par mes voyages par-ci par-là des collègues du scantrad.

Je pense que ça augmente le niveau de motivation, ils savent à quoi on ressemble, et ce qui est bien c'est qu'on s'est vu donc on n'est pas juste un avatar de l'autre côté d'un écran. C'est pas mal pour les échanges après. Bien sûr je te parle du point de vue du chef après c'est un point de vue mais c'est vrai que moi j'ai toujours aimé rencontrer des gens en vrai.

- Quelle est la visibilité de votre team sur les réseaux sociaux? Vous faites de la promotion pour les chapitres que vous traduisez?

On utilise Twitter et Facebook. Moi je t'avoue que je vais rarement sur Twitter et sur Facebook donc je laisse mes community manager gérer ça. Comme on avait quelques

milliers de fans avec nos team respectives et du fait qu'on a fermé tous nos réseaux sociaux pour n'en garder qu'un seul je pense que la visibilité est assez grande. Et pour parler de statistiques, on a quasiment 4000 visiteurs tous les jours sur le Twitter et on a 1500 fans sur Discord.

- Lorsque vous choisissez un nouveau mangas à traduire, est ce que vous tenez compte de la popularité qu'il aura auprès des lecteurs? Avez-vous une stratégie?

J'ai deux stratégies : ce sont des stratégies très personnelles, je choisis un manga qui va plaire à la team qui renforcera l'esprit d'équipe, ils le choisissent, ça leur fait plaisir et on se lance. Ma deuxième stratégie, je prends un manga qui a une énorme popularité pour être sûr d'être visible et d'attirer plus de fans ( et surtout des personnes qui vont nous aider dans le scantrad). Plus on est visible et plus la probabilité est élevée que des gens postulent dans la team. Et enfin, ce n'est pas le cas de toutes les team, mais je cherche à avoir des séries diverses et variées de différents genres. On a du shojo, du sport, de l'enquête policière, du psychologique, beaucoup de combats (car ça reste quand même l'âme de la team).

- **Communauté et Organisation au sein des teams :**

- Penses-tu que le scantrad est noble?

On est un peu des pirates quand même... Donc le degré de noblesse est assez limité parce qu'on est toujours dans la limite de la légalité. On est à la limite de la légalité à partir du moment où on est clean avec les éditeurs. On peut être noble du point de vue des fans parce qu'on leur donne les choses qu'ils veulent, on est un peu leur Robin des Bois.

On a un système de fonctionnement à la SU, c'est-à-dire que dès que les éditions achètent les droits d'auteur, on communique avec eux. S'ils le veulent comme pour certains mangas, on a une discussion avec eux et le deal c'est que on a le droit de laisser les 3 derniers chapitres US mais on supprime les précédents. Après l'autre règle qui peut entrer en vigueur c'est que, dès que le premier tome d'une série sort en France, on supprime tout ce qu'il y a sur notre site et on dit "à acheter". Et la troisième façon qui peut être la plus "trash", un tome sort, on supprime tout ce qu'il y a sur la série. Ses règles évitent que les maisons d'édition se plaignent et qu'on doive fermer notre site.

- Peut-on associer le manga et le scantrad à une certaine liberté qui n'existe pas dans le milieu professionnel ?

Non moi je dirais que c'est la même chose, tu rentres dans une team = tu rentres dans une structure. Tu en acceptes les règles ou pas et si tu ne les acceptes pas, tu vas créer ta propre start-up.

- Que comprends-tu lorsque je te parle de communauté ? Quelle différence fais-tu avec une organisation ?

Si je te dis qu'on est une communauté organisée est-ce que ça te va? Une communauté c'est simplement tout le monde qui se réunit autour d'une même passion ; il peut y avoir des notions financières. Une organisation il y a obligatoirement un lien financier mais tu ne réunit pas les gens forcément autour de la même passion.

- Selon toi le milieu du *scantrad* est-il inclusif ? et l'univers du manga ?

Alors je dirais que non mais ça le fût peut-être pendant un moment où les teams étaient chacune dans leur coin. Mais depuis qu'il commence à y avoir quelques idées de regroupement ça ne l'est plus vraiment parce qu'en plus les gens voyagent à travers les teams. Moi ça ne me dérange pas d'avoir des copains de team qui vont travailler dans plusieurs autres teams. Ils vont me ramener des idées, des contacts et tant qu'ils font leur boulot j'ai rien à leur dire. Pour moi l'esprit inclusif serait : tu bosses pour moi et pas pour les autres. et je ne pense pas que ce soit le plus du *scantrad* actuellement, il y a vraiment beaucoup de gens dans le *scantrad* qui travaillent dans plusieurs teams..

- Existe t-il une rivalité entres teams parfois ?

La rivalité va être plutôt amicale. Par exemple nous, on a une rivalité amicale avec *Scantrad France* qui sont les premiers devant nous donc notre but ultime c'est d'essayer de passer devant eux. En tout cas moi en tant que chef de la SU ça me donne un objectif pour améliorer ma team. Tant que je n'aurais pas atteint cet objectif, je sais que je peux améliorer ma team.

Mais le chef de *Scantrad France* est un copain, il nous a aidé à monter notre site internet, il nous a donné des conseils pour notre organisation. On n'a pas vraiment de rivalité...

Il n'y a pas de classement réel de team en France mais il suffit de regarder le Discord de chaque team pour comprendre qui dépasse l'autre team. Plus tu es sur les réseaux sociaux et plus tu es connu, plus tu as un large public et à mon avis les éditeurs de maison d'édition regardent beaucoup ça. Ils vont aller sur un site de *scantrad*, une team qui a beaucoup d'abonnés, et ils vont ensuite regarder les scans les plus populaires au niveau de cette team.

- Arrive t-il qu'il y est des conflits entre les membres? Comment sont-ils gérés?

Actuellement dans la *Ryozanpaku* jamais. On est souvent venu me dire en message privé telle personne est trop franche dans sa façon de parler. Dans ces cas-là j'agis mais sinon il y a pas grand chose. Et au niveau de la SU ce n'est jamais encore arrivé. Ni entre les teams, ni en inter-team.

- Quels rapports entretenez-vous avec la communauté des lecteurs de *scantrad* ?

Alors de base on se crée des canaux par teams : les lecteurs habitués aux teams viennent dialoguer avec nous. En général, moi, quand il y en a un qui nous parle sur le Discord j'essaie de parler avec. On en a beaucoup qui viennent signaler nos erreurs comme ça on peut les corriger et on peut les récompenser en leur donnant des accès privilégiés. On crée les événements pour leur faire plaisir, justement comme l'événement de mars où ils décidaient quelle série ils voulaient avoir en plus. On est très content qu'ils viennent lire nos séries du coup on essaye de les rendre contents de nous lire en ayant des échanges.

● **Relation entre teams et maisons d'éditions :**

- Que penses-tu des maisons d'éditions en France ?

Pour moi, notre but c'est qu'elles fassent bien leur travail et qu'elles choisissent les meilleures séries. Très souvent, elles ne font pas les meilleurs choix : elles ont des séries qui

viennent de nulle part, qui n'ont jamais été *scantradé* et qui finalement ne sont pas toujours des réussites. Nous notre objectif c'est qu'elles sortent les séries *scantradé*.

- Solidarité ou rivalité ?

Solidarité, j'ai juste le cas d'un manga qu'on traduit : là on peut voir vraiment de la solidarité car l'équipe d'édition laisse sortir nos chapitres sous condition qu'on fasse leur pub. La rivalité apparaît à partir du moment où elles choisissent de faire notre série et de nous envoyer directement la police pour nous dire de tout retirer de notre site internet. C'est pas très fair-play. La team Monster à ce contact avec une maison d'édition : Nasca.

- Que penses-tu des éditeurs qui font du repérage par la popularité des scans pour acheter de nouvelles licences ?

C'est notre objectif, je pense qu'ils sont bien parce qu'ils s'appuient sur quelque chose qui a de fortes chances de fonctionner.

- Penses-tu que les rôles des teams de *scantrad* soient exactement les mêmes que ceux des maisons d'édition ?

Pour moi ce sont exactement les mêmes. Mais je t'avoue que je ne me suis jamais réellement posé la question sur les maisons d'édition. Je me suis déjà posé la question d'en créer une et si je l'avais fait je pense que je l'aurais fait exactement de la même façon que notre team de *scantrad*. Il faut juste ajouter le Raw-provider qui est le commercial et démarcher les éditeurs japonais.

- Quelles sont les frontières du *scantrad* selon toi ?

Personnellement les limites ce que je me suis fixées sont des limites financières. Je ne veux pas du tout qu'il y ait de problématiques d'argent dans les teams, histoire qu'on garde une ambiance bon enfant. Je sais qu'il existe des teams américaines qui rémunèrent leur traducteur à environ 10 dollars le chapitre. Une autre limite que je me suis fixée c'est de ne jamais piquer les séries aux autres et les frontières que je n'arrive pas à dépasser sont celles des traducteurs des langues d'origines. Ça c'est un vrai blocage pour nous et pour pas mal de team en France.

## Entretien Neytor, membre de la Blue Phoenix.

- **Présentation :**

- Pseudo, Prénom, âge, études/travail... Peux tu te présenter ?

Alors je m'appelle Louis, j'ai 17 ans. Mon pseudo c'est Neytor et je suis actuellement en terminale S, je prévois de partir dans des études d'informatique par la suite. Dans la team on est pour la plupart dans des études reliées au web de près ou de loin.

- Temps passé sur le scantrad, depuis combien de temps dans une team, ton poste dans la team, pourquoi?

Mon temps passé sur le scantrad dépend de beaucoup de facteurs. Tout dépend des chaînes de sortie des chapitres, on a certains chapitres qu'on sort toutes les semaines et d'autres qui prennent plus de temps. Des fois quand je vais avoir du temps libre je vais faire des grosses sessions. Par exemple j'ai fait une dernière session sur un nouveau projet dont on a parlé tout à l'heure dans le Discord qui va bientôt sortir. J'ai fait 72 pages donc environ 6h de *clean* et reconstruction. Je me souviens que j'ai fait en l'espace de 4 mois environ 200 pages de *clean* donc ça dépend vraiment des périodes et des chapitres qui doivent sortir. Donc là pour le coup le nouveau projet a un premier chapitre assez conséquent parce que c'est l'introduction du manga. La personne qui devait faire le *clean* à la base n'avais pas le temps donc je m'en suis occupé parce que j'avais le temps.

Je suis arrivé dans la team Blue Phoenix il y a 2 ans environ et je suis *cleaner*, je m'occupe aussi de la reconstruction.

- Avant d'intégrer la BP, tu faisais déjà du scantrad avant ?

Alors non pas vraiment avant ses deux ans je ne faisais pas de *scantrad*. Si tu veux je peux te dire comment je suis rentré dans la BP. J'ai découvert un manga, et j'avais vu dans un commentaire que l'histoire de l'animé avait changé par rapport à l'histoire du manga et donc je m'étais intéressé directement aux scans. J'avais donc lu la centaine de chapitres traduit par la BP en l'espace de 2 jours et évidemment j'en voulais plus. Je me suis alors intéressé à la team de *scantrad* et j'avais vu qu'ils recrutaient. C'est à ce moment-là que je me suis intéressé au *scantrad*.

- **L'univers du manga et du scantrad :**

- Te considères-tu comme un weeb? un otaku ? Pourquoi?

Je ne sais pas trop... Un *otaku*, c'est possible. Je n'arrive pas à avoir un avis sur ma façon de consommer les mangas... Est-ce que ma passion, ça fait de moi un *otaku*... Peut-être. Parce que je suis passionné, j'appartiens à une team, je regarde beaucoup d'animes, je lis des mangas donc peut-être que les autres me considèrent comme un *otaku*. Mais ce n'est pas le mot que j'emploie pour parler de ma consommation de mangas.

- Est-ce que tu lis du scantrad? Sur quels sites ou plateformes?

Je n'en lis pas énormément. J'ai les scans que nous traduisons dans la BP.



- C'est votre team qui a réalisé tous les documents, les tests pour le recrutement etc?  
Ou ce sont des fichiers communs à toutes les teams?

Non ce sont des documents qui appartiennent à notre team. C'est le patron qui les a fait pour la plupart. Après les tests ce sont seulement des pages de scan qu'on trouve intéressantes à travailler, qui vont être *cleané* par exemple et on va demander à la personne de placer les textes, faire de la reconstruction ou de l'edit en fonction du poste qu'elle souhaite avoir dans la team. Par exemple pour la reconstruction on va donner une page de chapitre avec des plans à refaire qui ont été effacé par les bulles de textes et on va voir comment elle le fait, on va observer sa technique etc...Suivant son travail on décide de l'intégrer directement dans la team ou de la faire retravailler pour avoir plus de compétences dans ce domaine. J'en ai fait un dernièrement pour le recrutement d'un des membres, je me suis occupé de sa formation (*Petit\_suisse* sur le Discord) et donc je lui ai donné quelques pages intéressantes pour voir comment il se débrouillait dessus, je lui ai donné quelques conseils. Par exemple il y a des reconstructions qui sont très difficiles car il y a beaucoup de motifs à refaire donc je lui ai expliqué comment faire au mieux.

- **Les pratiques du scantrad :**

- Activités pratiquées dans la team :

J'ai trois rôles différents dans la team : éditeur, cleaner et je m'occupe de reconstruction.

- Le rôle de l'éditeur va être de placer les traductions de l'anglais au français. Dans la BP on ne traduit que de l'anglais au français car nous n'avons pas de traducteur japonais-français. L'éditeur va donc placer le texte dans les bulles. Pour faire ça il y a plusieurs étapes : on doit prendre en compte la forme de la bulle, le plus souvent on va placer le texte en forme de vase (c'est-à-dire centré) parce que le texte sera plus agréable à lire pour les lecteurs s'il est placé de cette façon-là, évidemment il y a des exceptions. On va réfléchir à la typographie utilisée : par exemple si le personnage est en train de crier on va mettre la typographie en gras et en italique et non en regular.
- Le rôle du *cleaner* c'est d'effacer tous les textes qu'on va changer. Parce que tous les chapitres que nous allons récupérer vont être en japonais (c'est ce qu'on appelle des *raws*), nous allons devoir effacer tout ces textes, ajuster le niveau des couleurs parce que des fois lorsque vous récupère les *raws*, les tons du papier sont dans un jaune, parfois les pages sont aussi trop blanches parce que le scanner a été mal fait. Le *cleaner* va s'occuper de tous les ajustements qui feront que les pages sont plus agréables à regarder pour les lecteurs.
- Enfin il y a le travail de reconstruction qui est sûrement mon préféré. Parfois quand on *clean* on est obligé d'effacer des parties du décor ou des parties du dessin et on se retrouve avec des gros trous dans le dessin. En effet, dans les mangas même si le texte est dans une bulle le plus souvent, il arrive que le texte dépasse sur un dessin, qu'il soit directement positionné sur un personnage ou en fond. C'est pourquoi quand nous allons venir *cleaner* les *raws*, nous sommes obligé d'effacer du contenu. Et donc le travail de reconstruction va être de redessiner les parties manquantes après le clean et de faire en sorte que ce soit le plus agréable possible pour le lecteur. C'est un travail qui est souvent considéré comme ingrat car il n'ai remarqué de personne cependant c'est le but. Un bon travail de reconstruction est

un travail que le lecteur ne voit pas. La dernière chose que j'ai fait et qui était particulièrement difficile était la reconstruction d'un visage entier :



Quand on a un visage entier à reconstruire ça prend quand même pas mal de temps. Par exemple pour celui-ci j'ai mis 45 minutes même si nous avons des techniques qui nous facilitent le travail.

- Quelles sont tes motivations quand tu fais du scantrad?

C'est avant tout par passion. Comme j'aime particulièrement l'univers de la bande dessinée japonaise, je me suis dit pourquoi pas participer, aider dans cet univers là les personnes qui souhaitent lire ou avoir accès à des mangas en ligne. La plupart des scans sont traduits de l'anglais au français. En tout cas dans la BP nous traduisons de l'anglais au français et toutes les personnes ne sont pas aptes ou n'ont pas particulièrement envie de lire des mangas en anglais ou en japonais. C'est plus l'idée de rendre accessible la culture à tous.

- Quels logiciels et matériaux utilises-tu pour pratiquer ton poste?

Alors en logiciel on utilise principalement Photoshop. Surtout pour ce qui concerne la reconstruction et le *clean*. Pour les traductions on va tout simplement les mettre sur Word. On utilise MegaUpload pour stocker nos documents, nos archives, les *raws* et nos chapitres. On utilise aussi un Google Sheet pour planifier et organiser : on peut voir quels chapitres ont été faits, qui est en train de travailler sur le chapitre qui va sortir, et savoir si les personnes ont fait leur travail.

- Quelle est votre chaîne de méthode logique?

En premier il faut qu'on aille chercher les *raws*. Ensuite, il y a la trad, qui est faite sur un Word. Puis le *clean*, en même temps que la traduction sera faite à côté. Après une fois que

la traduction est terminée on va faire ce qu'on appelle un *check*. Un *check* c'est tout simplement qu'on va vérifier les fautes de français et les erreurs de formulation en français. Parce que par exemple on va faire des fautes avec les expressions anglaises et japonaises. Ensuite on a l'edit une fois que la correction et la traduction sont faites : c'est-à-dire on va placer les textes dans les bulles. Ensuite on va faire un nouveau *check* qui s'appelle la correction de qualité, qui est une vérification des fautes d'orthographe sur la traduction française.

- Vous utilisez toujours les mêmes polices?

En général on utilise principalement du wurmics-bravo pour les textes courants, mais oui on va principalement utiliser les mêmes polices. On a un petit document pour les débutants qui indique quelle police doit être utilisée pour chaque situation.

- As-tu rencontré les personnes de la team en IRL?

Alors non je n'ai jamais rencontré des gens de la team en vrai mais par exemple je connais toute la vie de Cartouse. Je ne suis pas vraiment du genre à aller demander aux personnes de la team des éléments de leur vie privée.

- Que comprends-tu lorsque je te parle de communauté ? Penses-tu que la team de scantrad à laquelle tu appartiens est une communauté? ou tient-elle plus d'une organisation?

Je te dirais qu'on est plus une communauté car il n'y a pas spécialement de système de hiérarchie dans notre team. On a une affiliation de rôle en fonction de nos compétences. Donc on serait plus une communauté, parce que c'est du travail de passionnés pour des passionnés. On fait ça bénévolement et nous n'avons pas de salaire, c'est par passion. Évidemment on a des chefs de projets mais la personne qui sera chef de projet est souvent la personne qui a choisi le manga.

- Avez vous des concurrents dans le milieu du scantrad?

On n'a pas tellement de concurrents, on a juste en ce moment un hébergeur qui nous embête, qui va prendre le scan et le poster sans laisser nos crédits et en disant que c'est lui qui l'a fait donc c'est clairement du plagiat. Et en plus ils se font de l'argent avec nos scans car ils font des demandes de dons et ils ont du click-tune.

## **Entretien Sliiime, membre de la Blue Phoenix et de la Scantrad Union.**

- Pseudo, Prénom, âge, études/travail... Peux tu te présenter ?

Adrien quasiment 20 ans, actuellement en DUT informatique et mon pseudo c'est Sliiime (touche à tout dans la Blue Phoenix). Ça fait 5 ans que je fais du *scantrad* et je suis actuellement dans 4 teams mais au total j'ai été dans 5 différentes. Alors par ordre d'entrée la Asia no scantrad, Ryozanpaku (qui a fusionné avec Scantrad Union), la Blue Phoenix, il y a La Eternity team que j'ai quitté parce que concrètement j'étais le seul à travailler, personne ne faisait quoi que ce soit et je trouvais que leur professionnalisme n'était pas en adéquation avec mes attentes. Donc j'ai laissé mon petit préavis de deux chapitres, j'ai fait mes chapitres et je suis parti. Et actuellement la toute dernière que j'ai rejoint s'appelle la Kiseki Scantrad.

- Quel est ton poste ou tes postes dans la team ?

Alors Asia no scantrad, je suis *checkeur*, donc en gros correcteur, et s'il y a besoin je peux faire de l'édition c'est-à-dire mettre les textes sur les bulles et si besoin je peux aussi faire du *clean*. Dans la Ryozanpaku, là, je suis correcteur qualité c'est-à-dire que je fais la toute dernière correction avant que le chapitre soit publié. Dans cette team je fais seulement ce poste et ce qu'on me demande car il y a suffisamment de membres pour que chacun ne fasse qu'un seul poste. Ensuite dans la Blue Phoenix, je suis traducteur, correcteur, éditeur, correcteur qualité, s'il y a besoin je peux faire du *clean*. Kiseki no Scantrad, je suis traducteur, correcteur, *cleaneur*, éditeur.

- Comment tu as trouvé la Blue Phoenix?

Alors pour la Blue Phoenix je suis tombé sur un manga, j'ai trouvé ça bien et j'ai vu que la team recrutait donc j'ai postulé et ils m'ont pris. Et pour ma part ça marche toujours de la même façon : je trouve un manga qui m'intéresse, je veux avoir les chapitres plus rapidement donc je postule dans la team qui s'en occupe.

Quand j'ai intégré la Blue Phoenix j'étais déjà à 2 ou 3 ans d'expériences dans la *scantrad* donc je n'étais pas à mon premier coup d'essai il a alors été facile d'intégrer la team.

- Quels logiciels et matériaux utilises-tu pour pratiquer tes postes?

Pour la traduction un peu Reverso et surtout Urban Dictionary bien sûr. Urban Dictionary est vraiment très pratique pour la traduction car c'est le dictionnaire de ce qui n'existe pas dans le dictionnaire (en anglais).

Ensuite pour le traitement de texte j'utilise LibreOffice avec l'extension de Grammalecte qui permet de spot énormément de fautes de grammaire, de syntaxes, d'orthographe et surtout l'extension est configurable c'est vraiment très pratique on gagne un temps fou car il laisse passer très très peu de fautes, surtout qu'il explique pourquoi c'est une faute. Pareil pour la correction j'utilise Grammalecte et LibreOffice. Ensuite le *clean* et l'édit j'utilise Photoshop, même si officiellement je vais dire que j'utilise Paint Tool SAI, car il est fourni avec ma tablette graphique. Et pour la correction de qualité, pareil j'utilise Photoshop.

- As-tu rencontré les personnes de la team en IRL?

Absolument aucune personne d'aucune team. Car je suis le seul à chaque fois de ma région, c'est-à-dire que tout le monde est tout autour de la France et je suis le seul à être au centre. J'habite en Auvergne. Dans la team il y en a à Marseille, à Tours, à Lille et à Paris. Donc je n'ai jamais vu personne et je ne sais pas si ça m'intéresserait forcément de rencontrer tout le monde. D'ailleurs la plupart du temps ils ne connaissent même pas mon prénom car je donne seulement mon pseudo.

- Sur le plan social qu'est ce que la scantrad t'apporte?

J'ai envie de dire pas grand-chose car je ne pense pas que la scantrad m'ait aidé à avoir plus de proximité avec les gens, j'estime être déjà suffisamment proche de mes amis. Cependant ça m'a permis de rajouter une ligne sur mon CV car c'est quelque chose de très recherché au niveau des compétences pour un informaticien : Il y a de la rigueur, beaucoup de travail en équipe, de l'organisation, de la gestion de l'imprévu. J'ai oublié de préciser d'ailleurs que sur une des team je suis community manager donc si une des équipes publie un manga, un chapitre sur les réseaux sociaux, c'est nous qui publions la news, qui envoyons un tweet et un post Facebook etc... Donc il y a de la gestion de la communauté, d'une image, savoir être polyvalent car s'il faut je peux remplacer n'importe quel poste dans la team, même si je ne le ferai pas forcément aussi bien et aussi rapidement, savoir suivre une ligne de conduite, enfin plutôt des normes car par exemple dans une équipe on travaille avec tel logiciel ou telle méthode, alors tout le monde travaille comme ça. Si dans une équipe les formats de traduction, c'est par exemple : on saute une ligne toutes les deux phrases et on saute une ligne pour changer de bulle, alors il faut le faire sinon les autres membres de la team vont devoir s'adapter et on perdra un temps fou. Je trouve ainsi qu'il est important d'ajouter la scantrad dans un CV car cela montre l'investissement qu'on a pour une passion.

Penses-tu que la team de scantrad à laquelle tu appartiens est une communauté? ou tient-elle plus d'une organisation?

C'est toujours pareil, tout le monde peut voir midi à sa porte. Dans la mesure où il y en a qui font du scantrad "industrielle" même si ce n'est pas le bon terme car c'est un peu à contre-sens, disons qu'une organisation c'est une bande de gens qui deviennent potes et qui décident de traduire des mangas pour permettre aux autres de profiter un peu de leur talent (car tout le monde ne parle pas anglais ou japonais, on a juste pas envie de lire en anglais ce que je peux comprendre).

Il y en a aussi certains qui font ça pour permettre de faire découvrir. Quand les lecteurs vont leur demander de s'occuper de tel manga ou tel chapitre ils vont les écouter et s'en occuper. Les teams ont toutes des constructions différentes, tu en as qui vont plus ressembler à des organisations : la Ryozanpaku je dirais qu'elle tient plus d'une organisation, enfin moi je le vois comme ça car ils sont très carrés sur les rendus.

- Existe t-il une hiérarchie entre les membres de la team ?

C'est pas pareil pour toutes les team. Forcément il y en aura, c'est obligé dans la mesure où tout simplement celui qui a eu l'idée de faire l'équipe forcément c'est le fondateur donc logiquement c'est lui qui a tous les pouvoirs. Cependant la hiérarchie peut être plus ou moins marquée. Par exemple dans la Asia no scantrad, il n'y a pas de hiérarchie. Celui qui est plus ancien va se permettre de donner des directives aux petits nouveaux parce qu'il sait

comment le métier marche tout simplement. Par exemple dans la Asia, quand je commençais c'est-à-dire à mes débuts les autres me disaient "essaye plutôt de faire comme ça" mais maintenant je ne le ressens plus dans la mesure où je fais le travail que je veux, personne ne me dit corrige ça, chacun fait un peu ce qu'il veut. Dans la Ryozanpaku, si tu mets un peu de temps à t'occuper du travail qui était demandé, tu es rappelé à l'ordre. Sachant que ce sont les chefs qui nous allouent le travail qui nous est demandé, au lieu de nous qui décidons nous-mêmes de ce que nous voulons faire. Et pour la Blue Phoenix je ne suis pas un des chefs mais un des plus anciens donc je suis plus considéré comme le bras droit de Cartouse. Donc en général quand il y a quelque chose qui est prévu c'est l'idée d'un de nous deux.

- Avez vous des concurrents dans le milieu de la scantrad?

Plus ou moins, après ça dépend car moi je suis dans des équipes qui sont vieilles dans le métier (la Ryozanpaku à 7 ans et la Asia s'est occupée de la scantrad des Sword art online). Mais du coup par exemple la Ryozanpaku personne ne va essayer de lui piquer des projets mais sinon oui il y a de la concurrence ; la Blue Phoenix on est sur un nouveau projet actuellement, et il faut qu'on fasse vite pour le traduire avant que une autre team ne se mette dessus. Un peu pour marquer le territoire. Tout simplement parce que tu ne vas pas t'amuser à faire le travail d'une autre équipe, ce n'est pas productif ou au pire elle arrête de faire le manga et toi tu te retrouves à te dépêcher de faire un projet dans la précipitation et tu soulages les autres d'une charge de travail. Et même, ça n'a pas forcément d'intérêt car il y a suffisamment de projets pour que tout le monde puisse en faire des différents. Ce n'est tout simplement pas l'esprit qui existe dans la scantrad.

- Quels rapports entretenez-vous avec la communauté de lecteurs?

Alors vu que maintenant c'est un peu l'ère du Discord... Avant les équipes ne parlaient qu'en interne sur Skype, donc l'interaction était un peu limitée... Mais maintenant pratiquement toutes les équipes de *scantrad* ont un Discord, donc on est en permanence en contact avec les lecteurs. Maintenant je suis Community manager sur la Scantrad Union, donc je dirais que j'ai peut-être plus d'interaction que certains membres de la team car les messages privés sur Facebook c'est moi qui réponds... Sur Discord et Twitter aussi. Après sur Facebook on n'a pas énormément de messages car l'univers du *scantrad* utilise plus Discord c'est plus simple quand on est une communauté.

- Que penses-tu des maisons d'éditions en France?

Je ne sais pas si je suis bien placé pour en parler car je ne l'ai plus de manga papier depuis longtemps. Donc je ne peux pas vraiment juger sur le travail qu'elles font. Même si je pense qu'il est excellent parce que c'est un peu leur travail.

Vis-à-vis du *scantrad*, en France on a cette chance de ne pas être embêté par les maisons d'édition. À ma connaissance, il n'y a aucune des teams dans laquelle je travaille qui a reçu des menaces de la part de maisons d'édition. Je pense que c'est aux États-Unis que c'est un peu plus compliqué car elles sont plus à cheval sur les lois.

En France, il y a une sorte d'accord invisible entre les maisons d'édition et le *scantrad* : on se laisse tranquille du moment qu'on ne prends pas le travail de l'autre. Et tout simplement il est compliqué de combattre une aussi grosse pratique sur Internet car c'est Internet.

- Le scantrad américain est-il différent du scantrad français?

Je ne sais pas trop mais je crois qu'il fonctionne à peu près comme nous. Les grosses teams doivent avoir leurs normes et les plus petites peut-être qu'elles font un peu comme elles veulent mais c'est que exactement la même chose en France.

- Que penses-tu des éditeurs qui font du repérage par la popularité des scans pour acheter de nouvelles licences?

Pour moi c'est normal qu'ils le fassent : ils ont devant eux plein de ressources pour évaluer les futures licences populaires en France donc ça serait stupide de ne pas les utiliser. Ça leur évite de prendre des séries que personne n'aimera. Et notre but, c'est quand même de voir les mangas que nous aimons être vendus. Et la maison d'édition a plus de mérite que nous finalement car elle achète les droits à l'auteur directement Alors que nous on pratique quelque chose d'illégal. Donc je pense que c'est honnête et que ce sont tout simplement les règles du jeu.

- Selon toi, pourquoi les postes des teams de scantrad ont les mêmes titres/ noms que ceux des maisons d'édition?

Déjà un traducteur, c'est logique car c'est exactement la pratique que tu fais quand tu traduis, on ne peut pas le nommer autrement. Et tout simplement parce que tu es obligé de copier le système des maisons d'édition car c'est celui qui fonctionne. C'est quand même le cheminement logique entre le clean, la traduction et tous les autres rôles, si tu veux pouvoir poster des scans de qualité. Donc ce n'est pas forcément pour copier les maisons d'édition c'est juste que ce sont des rôles qui sont nécessaires afin d'effectuer du scantrad.

Et il vaut mieux répartir les tâches entre chacun, que chacun ait un rôle dans les team comme ça il peut se perfectionner sur ce rôle et devenir plus compétent qu'un autre. Par exemple, Moi je suis spécialisé dans la traduction et si j'essaie de faire du clean, j'en suis capable mais je vais prendre beaucoup plus de temps que quelqu'un qui est habitué à ne faire que du clean. Il vaut mieux se spécialiser dans une tâche pour être plus performant. Il y a des équipes qui ont des Community Manager comme les maisons d'édition afin de promouvoir le prochain chapitre qui va sortir, et également informer les lecteurs des chapitres qui sont sortis. Il y a aussi des équipes qui font du repérage comme les maisons d'édition, elles vont aller voir directement dans les mangas japonais ce qui est populaire auprès des lecteurs et traduire ce manga s'il leur plaît. Et ce n'est pas spécialement pour une question d'argent même si certains font des demandes de dons mais plus par passion. Donc je dirais que oui on fonctionne exactement comme le maison d'édition parce que c'est la meilleure façon de travailler.

- Et tu aimerais travailler dans une maison d'édition? Tu y as déjà réfléchi?

Honnêtement oui j'y ai déjà réfléchi. Après je pense qu'il serait un peu compliqué d'arriver dans une maison d'édition et de dire bonjour je postule parce qu'avant j'ai fait du scantrad... au niveau de la légalité je ne suis pas sûr que ça passerait très bien. Après, même si j'y ai déjà pensé je pense que le secteur est assez bouché et que d'une façon logique il prendrait quelqu'un qui a fait des études de langue plutôt que quelqu'un qui a fait des études d'informatique et du scantrad à côté. Après si l'opportunité est là un jour je saurai la saisir.

## Entretien Nicolas Galliano, Directeur Éditorial de ChattoChatto.

- **Présentation :**

- Prénom, âge, études/travail, ton parcours... Peux tu te présenter ?

Nicolas, 29 ans, Directeur Éditorial, mon parcours scolaire : Licence en Sciences Humaines puis Master en Gestion de l'Information et Patrimoni Matériel. J'ai créé directement ma première société après avoir terminé mes études qui concernaient le développement des applications smartphone mais ça ne me plaisait pas et je me suis naturellement redirigé vers quelque chose qui me plaisait qui était le manga. J'ai décidé d'allier les deux pour trouver un équilibre ce qui m'a permis d'ouvrir les éditions ChattoChatto. Elles ont fêté leur un an au 1er février.

- Et quand as-tu découvert l'univers de l'édition? Comment?

Pour l'édition, forcément j'étais lecteur avant de devenir éditeur. A 10-12 ans je consommait des animés. Mais j'ai découvert vraiment le manga quand je suis arrivé en France en 2001. Il y avait une personne avec moi qui était au collège qui lisait des mangas et j'étais intrigué. J'ai vraiment redécouvert l'univers de l'édition quand j'avais à peu près 14 ans parce qu'il y a une nouvelle maison d'édition qui a été créée à cette époque qui est Kurokawa et à cette époque j'étais dans la mouvance de je suis jeune et je veux devenir mangaka. J'ai donc envoyé à cette époque un dessin à cette maison d'édition qui ne m'a jamais répondu et frustré je me suis dit un jour je créerai ma propre maison d'édition et je publierai des mangas.

- Est-ce que tu lis du *scantrad*? Sur quels sites ou plateforme lis-tu des scans?

Quand j'étais plus jeune j'en lisais. Quand j'aimais vraiment une série qui me passionnait et que j'étais frustré de ne pas pouvoir avoir la suite tout de suite j'ai effectivement consommé du *scantrad*. Après, aujourd'hui je fais partie de ce que j'appelle les bons lecteurs c'est-à-dire que je fais partie de ces personnes là qui lisaient du *scantrad* et qui continuaient à acheter la série quand elle sortait. Quand je lis un manga je sais dès le premier chapitre si le manga va me plaire ou non et il y a cette facilité avec le *scantrad* de pouvoir lire le 1er chapitre d'un manga et de pouvoir arrêter si le manga ne me plaît pas mais entre-temps la plupart des éditeurs ont commencé à proposer de lire les premiers chapitres gratuitement d'une série. A partir de ce moment-là j'ai vraiment arrêté de lire du *scantrad*. Il m'arrive de temps en temps de devoir lire du *scantrad* quand un manga m'intéresse et qu'il n'est pas disponible à la lecture même en japonais. Je suis obligé de le lire pour savoir s'il y a un intérêt à le licencier et le proposer aux lecteurs français.

Finalement, aujourd'hui le problème n'est pas le *scantrad* mais plutôt les lecteurs car il y a ce que je définis comme les bons lecteurs et les mauvais lecteurs c'est-à-dire qu'il y a les lecteurs qui vont se dire que le *scantrad* c'est du manga gratuit donc ils n'ont plus besoin d'acheter tandis qu'il y a les bons lecteurs qui vont lire du *scantrad* mais vont se dire "je vais acheter le manga pour soutenir l'auteur".

- Moyenne d'âge dans ta maison d'édition



En l'occurrence, en fixe nous sommes deux dans la maison d'édition après les équipes dans leur entièreté on est à peu près huit en comptant les lettrés, le traducteur et tout ce qui adaptation graphique et la communication. La moyenne d'âge chez ChattoChatto est assez variée, en général nous avons la trentaine.

- **Les pratiques des maisons d'édition :**

- Comment se pratique ton poste ?

Alors le rôle de Directeur Éditorial est assez spécial car il peut changer suivant les maisons d'édition mais en l'occurrence c'est vraiment un poste polyvalent. À la base le Directeur Éditorial va être celui qui va essayer de trouver les nouveaux mangas qui vont être ensuite traduits, adaptés et proposés au public français. Donc ton but en tant que Directeur Éditorial c'est de gérer tout le processus de création : de la sélection à la mise en vente. Tu es encore plus polyvalent lorsque en l'occurrence tu es dans une maison d'édition indépendante et que tu n'appartiens pas un grand groupe qui ne vas pas embaucher huit personnes pour sous-traiter certaines des tâches. Pour ma part la manière dont je fonctionne est : je suis là tout le long du processus c'est-à-dire que je dois valider chaque étape, c'est moi qui vérifie tout avec le Superviseur Éditorial et avec les personnes qui bien évidemment vont permettre de créer manga. Je vais d'abord trouver le nouveau manga et je vais essayer de négocier directement avec les ayants droits la possibilité de sortir le manga en France (ça c'est la partie commerciale). Une fois que les droits sont traités vient la partie adaptation, la partie où je vais confier la traduction et le lettrage c'est-à-dire mettre la traduction dans les bulles à mon équipe. Durant le processus c'est moi qui vais vérifier que la traduction soit compréhensible pour tout le monde, que le lettrage soit correct et enfin je vérifie que l'impression du manga se passe correctement. Il faut savoir que le lettré est souvent Graphiste également, il va donc m'aider sur la partie impression. Pour la mise en place dans les rayons c'est le distributeur qui s'en charge. C'est vraiment un poste de supervision de l'ensemble du processus de création d'une version française d'un manga.

- Comment tu as trouvé ton équipe?

Quand on a commencé notre maison d'édition mon but n'était pas d'être une petite maison d'édition qui soit tout gentille. Mon but était de montrer que même si on est indépendant on propose vraiment des mangas qui soit extrêmement qualitatifs et surtout qu'on est là pour durer. Du coup, j'ai commencé à chercher des traducteurs qui étaient très très bons et grâce au bouche-à-oreille et au prix Konishi (prix décerné pour la meilleure traduction française) j'ai pu découvrir de nombreux traducteurs. Il s'avère que parmi ses traducteurs il y en avait une qui travaillait dans une boîte qui groupait traducteurs et lettrés. Ainsi j'ai découvert Anaïs Colin et le Black studio qui est une entité qui regroupe à la fois traducteurs et lettrés. Cette compagnie travaille avec pratiquement toutes les maisons d'édition disponibles sur le marché. Aujourd'hui c'est mon équipe principale, qui travaille sur toutes les adaptations japonais-français.

Lorsque l'on commence dans l'édition il faut toujours avoir une vision d'ensemble et chercher les meilleures personnes pour travailler avec soi point . Il ne faut surtout pas se lancer du jour au lendemain : beaucoup l'ont fait et beaucoup se sont cassés les dents et il y en aura d'autres encore. J'en ai vu des personnes qui ne sont pas capables de maîtriser tout le

chaînon dans la création d'une maison d'édition, parce qu'il n'y a pas que la création du manga, il y a aussi toute la partie communication qui est extrêmement importante, la partie fidélisation, gestion des crises, la gestion des retours (parce qu'en France on est dans un système où on peut te retourner les mangas et demander un remboursement et ça il faut savoir le gérer).

- Quels logiciels et matériaux utilises-tu pour pratiquer ton poste?

Je n'ai aucun logiciel de gestion de projet, moi je suis à l'ancienne c'est-à-dire que je travaille sur papier ou alors au pire avec des tableurs Excel quand j'en ai vraiment besoin. J'utilise les logiciels que les Graphistes vont utiliser notamment pour tout ce qui est la partie un peu communication, car même si dans la com on a des personnes qui nous aident de temps en temps, en général c'est moi qui le fait vu que j'ai fait des études de communication auparavant. Par exemple pour la comptabilité, j'ai un comptable donc ce n'est pas moi qui vais gérer. Je fais partie des personnes qui détestent vraiment les logiciels de gestion de projet.

- As-tu été formé pour effectuer ton poste? Par qui et comment?

Non pas vraiment j'ai tout appris sur le tas car pour être Directeur Éditorial il n'y a pas de formation ou d'études précises qui t'amènent directement à ce poste. Il y a toujours un moment où tes études vont te servir par contre : moi par exemple la communication m'aide à anticiper mon terrain, maîtriser différentes tâches en même temps avec peu de budget. Je travaille avec mon frère qui est mon bras droit et lui a fait des études dans l'informatique.

- Quels Plateforme / Canaux / Médias utilisez-vous pour communiquer avec les lecteurs?

On utilise les réseaux sociaux car c'est indispensable aujourd'hui. Au départ on voulait faire des newsletters, qui était un peu le truc à l'ancienne. Du coup on a vite remarqué qu'il y avait très peu de personnes intéressées donc on a vu que les réseaux sociaux étaient le meilleur moyen d'avoir une relation directe avec le lecteur. Par mes études de communication et la vision du *scantrad* j'ai compris que l'aspect communautaire est très important. Quand nous avons créé notre maison d'édition notre but premier, et tu le verras sur notre site internet était d'être proche des lecteurs. Et le meilleur moyen c'est de leurs poser des questions directement, en fait d'ailleurs très souvent des sondages pour leurs demander quels titres ils aimeraient voir apparaître. Quand un nouveau titre sort on prend beaucoup plus de temps que les autres maisons d'édition à en parler sur nos réseaux sociaux. Et finalement on crée cette relation privilégiée avec eux. Après les conventions sont également un moyen de les rencontrer directement et de discuter avec eux. C'est ce qui s'est passé la semaine dernière quand j'ai fait notre première convention, donc aujourd'hui on est plus de 2000 sur Twitter, 1800 sur Facebook et on a créé notre compte Instagram il y a peu et on est à 900 dessus, le tout en un an.

- Comment utilisez vous le web ?

On l'utilise principalement pour communiquer avec les ayants droits. Pour faire valider toutes les étapes de création d'un manga, communiquer avec les auteurs. De nos jours, c'est plus facile de rentrer en contact directement avec l'auteur. Avant il fallait obligatoirement passer par les ayants droits japonais, chinois ou d'autres pays. Mais aujourd'hui la plupart de ces

auteurs ont un compte sur les réseaux sociaux donc on peut les contacter directement (ce qui ne plaît pas forcément aux ayants droits) ce qui nous permet de leur proposer la meilleure version possible d'un titre. Donc on est très content de pouvoir le faire.

- Quelle est votre chaîne de méthodes logique?

Alors en premier la sélection, discussion, négociation et une fois que la négociation a abouti on entre dans la phase d'adaptation c'est-à-dire traduction, lecture, lettrage ensuite mise en relation avec l'imprimeur (vérification des fichiers, impression) tout ce qui est communication donc RP (relation presse) et enfin sorti du manga.

● **Communauté et Organisation :**

- Que comprends-tu lorsque je te parle de communauté ? Penses-tu que là ton travail tend plus vers une notion de communauté? ou plus d'une organisation?

Moi je l'ai toujours vu plus comme un côté communautaire qu'autre chose. Mon but a toujours été de faire en sorte que les lecteurs nous voient plus comme un lieu où ils peuvent se rassembler et parler des œuvres que nous publions. Je prends comme exemple une maison d'édition qui s'appelle Ki Oon, qui a une très bonne maison d'édition et qui justement a une très bonne réputation parce qu'elle a créé cet aspect communautaire là où d'autres maisons d'édition vont être considérées tout simplement comme des "passeurs" dans le monde du manga car elles vont juste mettre en vente des mangas mais il n'y aura pas d'interaction avec les lecteurs. Nous, on préfère véritablement se dire on veut créer une petite communauté. Souvent les lecteurs ne vont pas se dire j'achète le manga parce qu'il est sorti en France mais ils vont se dire "ah je vais acheter le nouveau manga de Ki Oon". Ils vont vraiment voir Ki Oon comme une communauté et s'intéresser à tous les mangas qu'ils vont sortir.

- Existe t-il une hiérarchie visible entre les membres de ton équipe? peux tu me l'expliquer ?

On est tous sur un poste d'égalité sauf le Directeur Éditorial qui aura forcément le dernier mot parce que derrière c'est lui qui doit valider le manga, la traduction etc.. mais après sur les autres postes en général il n'y a pas de supérieur hiérarchique. Évidemment si tu es dans un grand groupe de maisons d'édition tu as évidemment le grand boss qui lui, prend toutes les décisions finales ou encore pire, des fois les actionnaires qui vont prendre la décision finale. Mais dans notre cas comme nous sommes une maison d'édition indépendante on a l'avantage de pouvoir être assez libre donc quand il y a des choses à dire.

- Avez vous des concurrents?

Oui évidemment on a des concurrents. Il faut savoir que quand nous sommes arrivés sur le marché en 2018, il n'y avait pas eu de nouvelles maisons d'édition depuis au moins 15 ans et là d'un seul coup, en 2018 tu n'as pas moins de 5 ou 6 nouvelles maisons d'édition qui sont apparues. Donc par exemple Nazca.

- Existe t-il une rivalité entres maisons d'édition?

J'aimerais croire que non et je continue à le croire, c'est pour ça que je ne dis jamais concurrent mais plutôt confrère, point, parce que pour moi ce sont vraiment des confrères, on apprend l'un de l'autre. Après il faut regarder la réalité en face, on m'avait bien dit qu'il pouvait y avoir des dramas, une énorme concurrence dans le milieu, mais moi, je ne l'ai pas perçu jusqu'à maintenant, peut-être parce que nous ne sommes pas encore suffisamment importants pour que derrière les grosses maisons d'édition, ça tire. Après on ne va pas se le cacher, quand derrière tu as un gros groupe qui veut garder le monopole, il ne voit pas forcément d'un bon oeil qu'il y ait plein de nouveaux qui arrivent et qui prennent des parts à gauche et à droite. Après le nombre de lecteurs ça grandit toujours plus donc j'aime à me dire que chacun peut trouver sa part du gâteau surtout qu'aujourd'hui les lecteurs, grâce à Internet, ont conscience des nouveautés. D'où le fait que les *scantraders* soient là.

- As-tu des impératifs quand tu travailles? Des deadlines, des règles précises? peux tu me les donner?

Alors les deadlines c'est souvent nous qui nous les imposons. Parce que nous gérons nous-même la date de sortie d'un titre, mais par exemple quand tu travailles avec des ayants-droits japonais la problématique vient de la date de sortie tu vas leur donner quand tu fais les négociations et véritablement le moment où tu peux commencer l'adaptation. Mais c'est compliqué de fixer des deadlines car il y a souvent des imprévus dans la chaîne avant la sortie du manga. Les relations avec les ayant-droits sont très compliquées car tu dois faire valider chaque étape et chaque choix avec eux, même par exemple une bannière sur les réseaux sociaux. Et souvent ils peuvent mettre trois mois à te répondre et c'est donc hypertendu parce que toi tu n'as pas 3 mois.

- **Scantrad VS Maison d'édition :**

- Ton point de vue sur le *scantrad*? Est ce que pour toi il y a plus de légitimité à travailler dans une maison d'édition?

Mon point de vue officiel ou mon point de vue officieux? mon officiel serai : le *scantrad* c'est mal, il ne faut pas, il faut directement acheter la version de l'éditeur. Mon point de vue officieux c'est qu'en l'occurrence à un moment donné toutes les personnes qui ont été dans le milieu ont déjà lu du *scantrad*, il ne faut pas se le cacher. Et des fois il y a des personnes qui découvrent des titres par le *scantrad*. Moi, ce que je trouve mauvais dans le *scantrad*, c'est quand tu commences à utiliser le *scantrad* et que tu manques de respect à l'auteur c'est-à-dire les personnes qui vont lire du *scantrad* et ne vont pas forcément acheter la version qui sort en livre. Je peux comprendre que des fois il y a des difficultés économiques, des fois ces personnes là ce sont des collégiens ou des lycéens mais alors à ce moment-là j'ai envie de leur dire limitez-vous à quelques mangas. Un manga ça ne coûte pas cher, un manga c'est le prix d'un menu Maxi Best Of McDonald's. Je n'apprécie pas les personnes qui lisent du *scantrad* de manière compulsive, qui sont sur 30 séries à la fois et qui en plus vont critiquer sur les réseaux sociaux. Parce qu'en plus il y a des personnes qui vont critiquer et dire le manga est nul ou alors des personnes qui vont dire oui mais il faut faire comme ça, qui donnent leur avis mais qui ne soutiennent même pas l'auteur. Donc le problème vient surtout des lecteurs que j'appelle les mauvais lecteurs. On a eu le cas récemment d'un auteur japonais qui est chez Akata, qui a répondu à un français qui disait : c'est grâce au *scantrad* qu'on connaît vos séries. Et pour moi ça a posé problème parce ça

dépend de l'auteur et de ses envies. Si l'auteur est contre le *scantrad* alors le lecteur devrait ne pas en lire, mais si au contraire l'auteur reconnaît l'utilité du *scantrad* à faire connaître son œuvre alors il n'y a pas de souci.

Pour les *scantraders*, je suis hésitant sur la question car il est vrai qu'ils arrivent à faire découvrir de nouvelles séries qui ne sont pas forcément licenciées. Mais d'un autre côté c'est mauvais parce que quand tu fais du *scantrad* tu le fais sur des séries qui ne sont pas forcément licenciées justement et tu apportes encore plus de frustration au lecteur qui va se dire moi j'aime bien cette série mais je ne pourrai jamais l'avoir dans ma bibliothèque. Après très clairement ils ont les mêmes motivations que nous les maisons d'édition indépendantes et le but à la base est vraiment noble. Des fois on pourrait même les remercier car ils font un travail qui est extrêmement long et qui peut être parfois pénible mais il ne faut pas oublier que ce qu'ils font n'est pas légal et que parfois ils peuvent faire du tort à l'auteur. Je trouve cependant que le *scantrad* a évolué car les anciennes teams ne reconnaissaient pas les auteurs alors qu'aujourd'hui ils commencent à comprendre réellement les enjeux monétaires c'est-à-dire que l'auteur ne va pas forcément bien gagner sa vie car il ne touche pas beaucoup de commissions sur la publication d'un livre. Du coup dans les teams récentes on en voit beaucoup qui, dès que le manga est publié vont supprimer les chapitres de leur site et indiquer au lecteur d'aller l'acheter en librairie.

- Que penses-tu des sites hébergeurs?

Si derrière ils se font de l'argent c'est clairement quelque chose de mauvais parce que ça veut dire qu'ils font quelque chose uniquement pour l'argent et il n'y a plus le côté passion.

- Selon toi, les teams de *scantrad* s'organisent-elles comme les maisons d'édition?

Je vais te dire une réponse qui risque de ne pas plaire mais des fois elles s'organisent mieux que les maisons d'édition parce que tout dépend de la manière dont tu travailles.

Les postes dans les team de *scantrad* se rapprochent beaucoup de ceux des maisons d'édition surtout dans la partie adaptation. L'éditeur existe aussi bien dans le *scantrad* que dans les maisons d'édition : le checker c'est ce que nous on appelle relecteur, le *cleaner* pour nous c'est le lettré etc... et des fois ils ont deux fois plus de travail que nous car par exemple le poste de reconstituteur n'existe pas pour les maisons d'édition car nous n'avons pas ces problématiques. Mais à côté de ça nous, on aura plus de postes "à dépenses" car il y a tous les enjeux économiques qui ne s'appliquent pas au *scantrad*. Finalement c'est un peu kif-kif car il y a énormément de travail des deux côtés. La différence c'est que nous si on fait une erreur on ne nous l'a pardonne pas.

## Entretien Camille, PDG de Nazca.

- **Présentation :**

- Prénom, âge, études, ton parcours et ton poste... Peux tu te présenter ?

Camille Mercier, 32 ans, Master en économie et professeur de S.E.S et mathématiques au collège-lycée. Je suis sur le papier (car pas dans notre principe d'organisation) le PDG.

- Depuis combien de temps travailles tu dans une maison d'édition? Pourquoi ?  
Quelles sont tes motivations?

Je n'ai jamais travaillé dans une maison d'édition sauf celle qu'on a créée donc depuis un peu plus d'un an. On a créé la maison d'édition car on voulait publier les oeuvres qui nous plaisaient et qui manquaient, on a pas beaucoup plus de motivations. Personnellement, ayant déjà un emploi et vu qu'on s'est interdit par statut d'être payé avant trois ans.

- Combien êtes-vous chez Nazca?

trois : Benjamin (communication), Damien (mise en page/édition) et moi (gestion)

- As-tu déjà pratiqué du scantrad auparavant?

Non mais déjà lu.

- **Les pratiques des maisons d'édition :**

- Comment se pratique ton poste ?

C'est juste de la gestion basique donc la partie communication en amont d'un contrat avec la négociation, les calculs de rentabilité, les factures, la gestion du site internet avec sa partie e-commerce et les envois de colis, une partie e-communication (mail html et un peu facebook)... Il y a de grandes chances que si on contacte Nazca ça soit moi qui réponde mais ça sera en consultation avec les autres qui eux sont sur d'autres domaines.

- Quels logiciels et matériaux utilises-tu pour pratiquer ton poste ?

Open office et un peu de code sur Phpstorm.

- Quels Plateforme / Canaux / Médias utilisez vous pour communiquer avec les lecteurs?

Principalement le site et les réseaux sociaux, on va travailler dessus justement car c'est notre point faible.

- Comment utilisez vous le web ?

Comme plateforme fédératrice d'une communauté, les codes du *scantrad* sont proches de ceux des communautés web en général.

- Quelle est votre chaîne de méthodes logique (organisation de votre maison d'édition) ?

On fait une réunion 1 fois par semaine et on décide de ce qu'on fait pour la semaine, et on peut s'envoyer des sms au besoin.

- **Communauté et Organisation :**

- Que comprends-tu lorsque je te parle de communauté ? Penses-tu que là ton travail tend plus vers une notion de communauté? ou plus d'une organisation?

Oui c'est une communauté pour l'extérieur car on communique sur ce qui fait qu'on est similaire c'est-à-dire notre amour des mangas et notre culture web commune. Après sur le fonctionnement interne on est proche d'une organisation, on est complémentaire (on est tous incompetents dans le domaine de l'autre). Pour faire socio on est à la fois de la solidarité mécanique et organique donc à mon sens on est moins proche d'une entreprise que d'une asso à but lucratif.

- Existe t-il une hiérarchie visible entre les membres de ton équipe? Peux tu me l'expliquer ?

Non, on a tous 1/3 des parts et les décisions se prennent par discussion/débat à la majorité. Les codes de hiérarchie horizontale spécifique aux organisation web pérennes sont tenus.

- Quelle est la visibilité de votre maison d'édition sur les réseaux sociaux? Vous faites de la promotion?

On a une page facebook et une communauté. On a évité la promotion car ça ferait disparaître le côté communauté et donc l'intérêt d'éditer, on deviendrait une entreprise dans le mauvais sens du terme.

- **Scantrad VS Maison d'édition :**

- Ton point de vue sur le scantrad ?

C'est une réponse normale à un manque (argent et choix), on ne peut que reprocher aux maisons d'éditions de ne pas l'avoir prévu. Je pense que le *scantrad* est un peu comme les radios pirates anciennes, c'est à dire illégal mais normal (dans le sens où c'est une normalité puisque tout le monde le fait)

- Est ce que pour toi le scantrad c'est avant tout appartenir à un groupe de fans ? Est ce que c'est la même chose pour les maisons d'édition?

Question compliquée. Dans l'absolu je dirais oui pour le *scantrad* et je dirais c'est compliqué pour la maison d'édition. Mais en fait ça dépend de la structure organisationnelle et le but du *scantrad* et de la maison d'édition, l'un comme l'autre peuvent être faits par passion ou pour l'argent et ça se ressentira dans les clients/fans.

- Qu'est ce qui différencie votre maison d'édition des teams de scantrad?

La légalité. Certaines teams font un très bon travail c'est évident et je ne doute pas qu'ils seraient capables de faire aussi bien que nous voir mieux.

- Quelles sont les frontières du scantrad qu'ils ne doivent pas franchir pour ne pas empiéter sur votre travail selon toi ?

Dur à répondre. Je dirais avant tout ne pas faire de scission parmi les fans sur la façon d'appréhender l'oeuvre (même s'ils ont un droit légitime de parler étant les premiers à l'avoir adaptée), et ne pas monétiser leur travail car là on arrivera sur un problème légal.

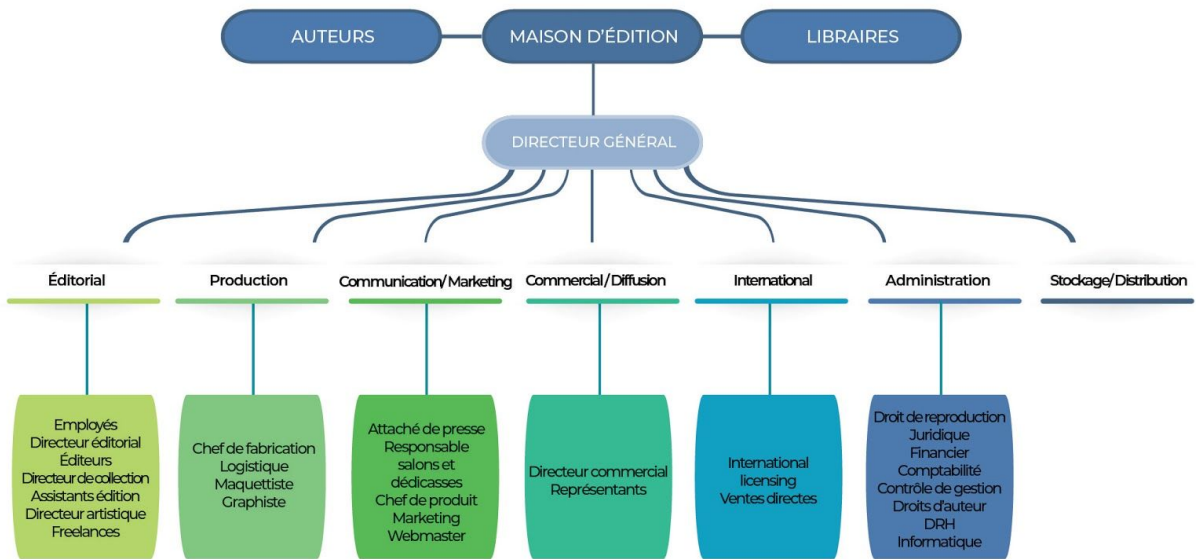
Sinon encore une fois, on voit plutôt les teams de scantrad comme des communautés utiles et soudées, on leur demande juste de ne pas diffuser ce qu'on a fait paraître mais on dit rien sur les chapitres récents.

- Selon toi, les teams de scantrad s'organisent-elles comme les maisons d'édition?

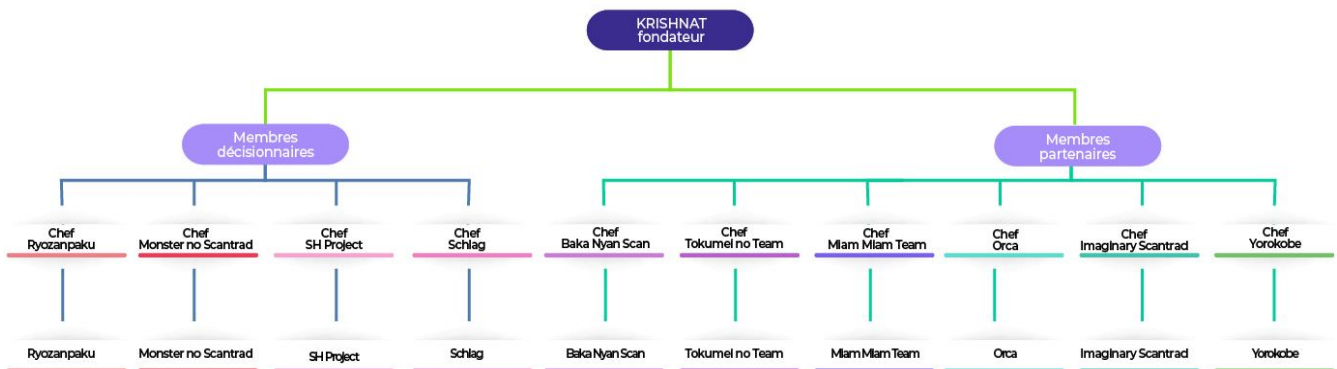
Oui et non, dans l'ensemble c'est pareil mais ils n'ont pas vraiment de partie distribution et la paperasse.



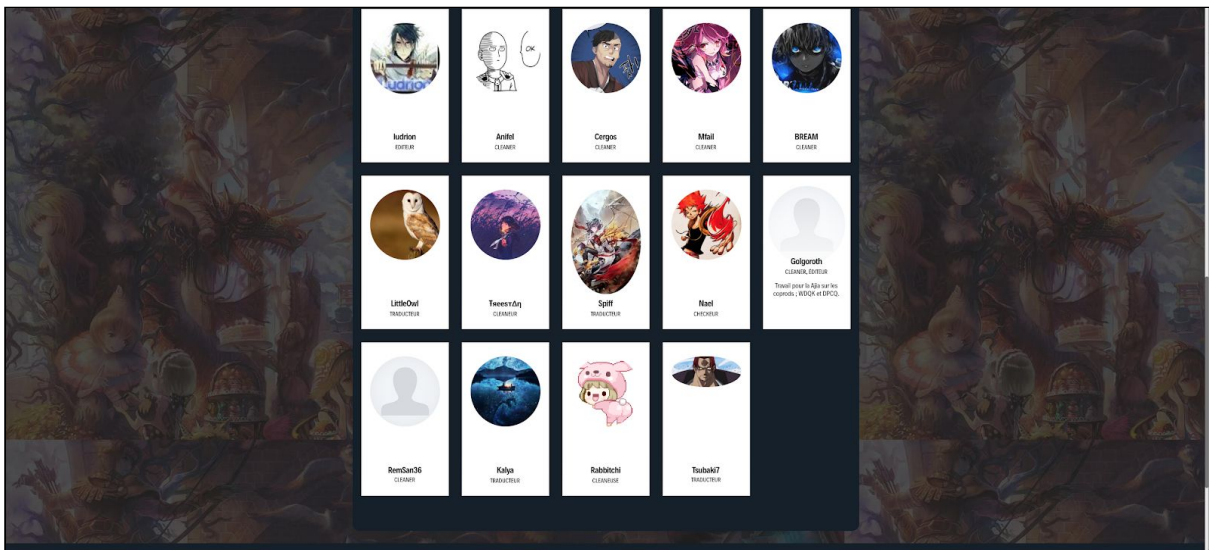
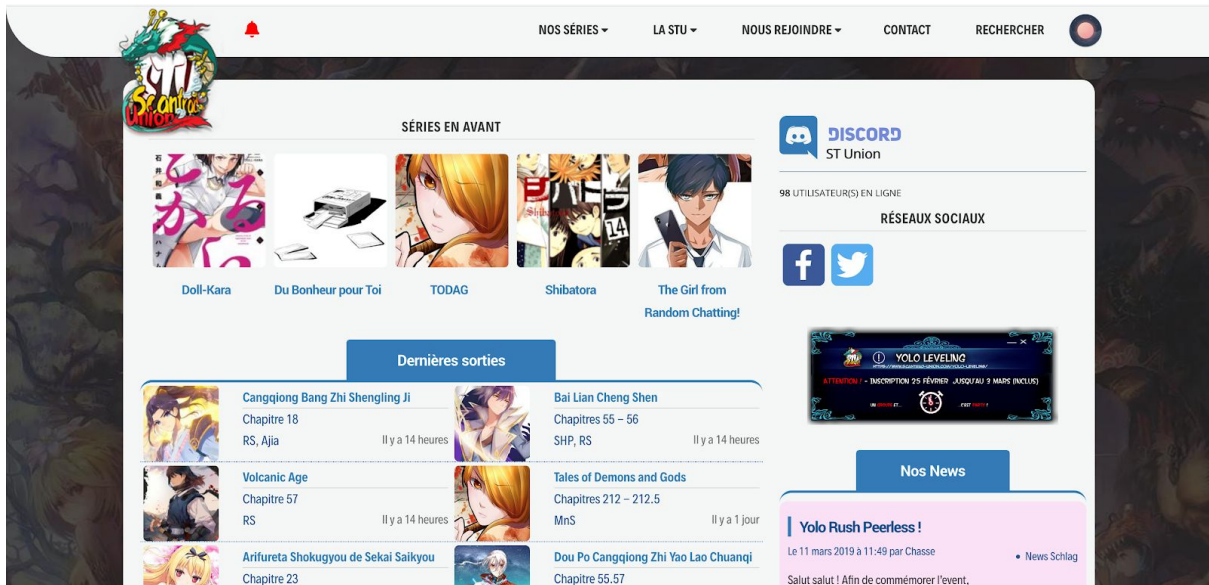
## Organigramme type du circuit éditorial :



## Organigramme type d'une team de scantrad :



## Site internet de la Scantrad Union :



248

<sup>248</sup> La première image représente la page d'accueil du site internet de la Scantrad Union. Sur la deuxième image nous pouvons voir les membres de la team et enfin la dernière image est le logotype de la team.

## Site internet de la Blue Phoenix :

The image shows two screenshots of the Blue Phoenix website. The top screenshot is the homepage, featuring a navigation menu (Accueil, La team, Nos projets, Recrutement, Notre politique, Nous contacter), the Blue Phoenix logo with the tagline "Notre passion renaît toujours de ses cendres", and a video player for "MUSIQUE ET OST". The main content area highlights "Karakai Jouzu no Takagi-San" with a "UN NOUVEAU CHAPITRE DE" banner. A sidebar on the right shows "AVANCEMENT DES PROJETS" for "FUUKA 141" (100/100) and "KARAKAI JOUZU NO TAKAGI-SAN 54-55" (80/100). The bottom screenshot shows the "NOS MEMBRES" section, listing active members: "Le Berserk Fou" (Chief de projet principal), "Le jeune maître" (Administrateur), and "Le Ninja" (L'homme au passé mystérieux). It also includes a "Tweets" section and another "AVANCEMENT DES PROJETS" sidebar for "FUUKA 142" (90/100) and "SOGGYCARDBOARD 31-40" (95/100).



249

249 La première image représente la page d'accueil du site internet de la Blue Phoenix. Sur la deuxième image nous pouvons y voir les membres de la team et enfin la dernière image est le logotype de la team.

## Kanboard de la Scantrad Union :

The screenshot shows the task detail view for 'Red Storm - 112'. The task is in the 'ouvert' (open) state with a priority of 0. It is assigned to 'Soma' and has a due date of 23/04/2019 23:00. The task was created on 23/01/2019 18:14 and last modified on 19/03/2019 21:54. The task is public and has a position of 5 in the 'Red Storm' swimlane.

**Red Storm - 112**

État : ouvert  
Swimlane : Swimlane par défaut  
Priorité : 0  
Position : 5

Assigné : non assigné - Assigner à moi  
Créateur : Soma  
Assigned Group: Red Storm

Date d'échéance : 23/04/2019 23:00  
Commencé le : Débuter maintenant  
Créé le : 23/01/2019 18:14  
Modifié le : 19/03/2019 21:54  
Déplacé le : 23/01/2019 18:14

**Sous-tâches**

Titre	Personne assignée	Date d'échéance	Suivi du temps
Trad	GLB		
Clean	Anifei		
Check	GLB		
Edit	exclusif		
QC	Shirama		

The screenshot shows the Kanboard agenda view for April 2019. The agenda is displayed in a grid format with columns for each day of the week (lun., mar., mer., jeu., ven., sam., dim.) and rows for each week. The dates are numbered from 1 to 30. The agenda shows several tasks assigned to different days, with their titles and colors indicated by small boxes.

250

avril 2019

lun.	mar.	mer.	jeu.	ven.	sam.	dim.
2	3	4	5	6	7	
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23 23 n°1335 Red Storm - 23 n°1336 Red Storm - 23 n°1337 Red Storm -	24 23 n°1357 Trinity Wond	25	26	27	28
29	30 23 n°1338 Red Storm - 23 n°2271 Red Storm - 23 n°2272 Red Storm -	1 23 n°1358 Trinity Wond 23 n°2366 Trinity Wond	2 23 n°2373 Panlong - 53	3	4	5
6	7 23 n°2273 Red Storm - 23 n°2274 Red Storm - 23 n°2276 Red Storm -	8 23 n°1359 Trinity Wond	9	10	11	12

250 Le Kanboard est un outil de gestion de projet issu de la méthodologie Agile. La team y accède via son site sur une partie cachée aux lecteurs. Une personne gère la maintenance et les droits de l'application. Chaque chapitre peut avoir une date de sortie et un pourcentage d'avancement. Les vignettes sont paramétrables, la team y a mis les postes. Un clic dans la case signifie que le scantrad est réservé, un autre que c'est fait.



## Discord des deux teams étudiées :

ST Union # sorties-ryōzanpaku Annonces de sorties de la Ryozanpaku

27 nouveaux messages depuis le 20 mars 2019 à 16:35

Cangqiong Bang Zhi Shengling Ji

M 12 E 11 R 11 C 11 I 11 U 13 P 105

NOUVEAUX MESSAGES

Soma 20/03/2019

@everyone

WDQK 84 + Upotte!! 92 + Red Storm 97-99 sorti.

Vous voulez voir Lin Dong botter des culs ?

<https://www.scanrad-union.com/manga/wu-dong-qian-kun/>

<https://www.scanrad-union.com/manga/upotte/>

<https://www.scanrad-union.com/manga/red-storm/>

Scanrad Union  
Krishnat  
Wu Dong Qian Kun

Scanrad Union  
Krishnat  
Upotte

Vous n'avez pas la permission d'envoyer des messages dans ce salon.

Blue-Phoenix # reglement

Bienvenue au début de la conversation du salon #reglement.

AtomikCactus / Sandhya / Flo 25/08/2017

Bonjour et bienvenue sur le serveur Discord de la Blue-Phoenix. L'équipe vous met à disposition les différents salons si vous souhaitez discuter directement avec nous ou partager différentes activités. Bien entendu, quelques règles sont à respecter pour rester sur ce serveur :

- respectez les autres membres du salon. Si vous manquez de respect ou que vous insultez quelqu'un pour le dénigrer, vous serez exclus du serveur. (modifié)
- pas de langage SMS au maximum. La langue française est chiantie mais c'est notre langue, essayez de l'utiliser ! Les légères fautes d'orthographe sont tolérées, mais le langage SMS, non merci. (modifié)
- pas d'abus des @ everyone/Blue-Admin/Blue-Team svp. Vous pouvez nous contacter par mp si vous le souhaitez. Si vous nous spammez avec le @, vous serez exclu.

Vous n'avez pas la permission d'envoyer des messages dans ce salon.

## Réseaux sociaux des deux teams étudiées :

**Blue-Phoenix**  
@bluephoenixscantrad

Accueil  
Avis  
À propos  
Photos  
Publications  
Communauté  
Créer une Page

J'aime S'abonner Partager ...

En savoir plus Envoyer un message

**Blue-Phoenix**  
27 mai, 14:33 · 🌐

Quand la tension monte d'un cran, le jeu s'enflamme et les passions naissent ! [ 82 more words ]  
<https://blue-phoenix.fr/.../karakai-jouzu-no-takagi-san-80-8.../>

**LA BLUE-Phoenix PRÉSENTE UN NOUVEAU CHAPITRE DE: Karakai Jouzu no Takagi-San**

BLUE-PHOENIX.FR  
**Karakai Jouzu no Takagi-San - 80 - 80.5 - Jeu mortel !**  
Quand la tension monte d'un cran, le jeu s'enflamme et les passions...

J'aime Commenter Partager

**Communauté** Voir tout

- Invitez vos amis à aimer cette Page
- 34 personnes aiment ça
- 36 personnes suivent ce lieu

**À Propos** Voir tout

- Envoyer un message
- blue-phoenix.fr
- Communauté
- Suggérer des modifications

**Transparence De La Page** Voir la suite

Facebook vous montre des informations pour vous aider à mieux comprendre le but de cette Page. Découvrez les actions des personnes qui gèrent et publient du contenu.

Page créée - 5 avril 2017

Pages connexes

**ScanTrad Union**

Accueil  
Publications  
Avis  
Photos  
À propos  
Communauté  
Créer une Page

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager ...

En savoir plus Envoyer un message

**YOLO LEVELING**  
[HTTPS://WWW.SCANTRAD-UNION.COM/YOLO-LEVELING/](https://www.scantrad-union.com/yolo-leveling/)

**ATTENTION ! - INSCRIPTION 25 FÉVRIER JUSQU'AU 3 MARS (INCLUS)**

UN GROUPE ET ... C'EST PARTY !

**Publications**

**ScanTrad Union**  
29 mai, 20:23 · 🌐

Red Storm | Chapitre 127-129 par la MNS & la RS !  
<http://bit.ly/0RedStorm>

**Communauté** Voir tout

- Invitez vos amis à aimer cette Page
- 318 personnes aiment ça
- 339 personnes suivent ce lieu

252

Home About Search Twitter Have an account? Log in



**Blue-Phoenix**  
@BluePhoenixScan

La Blue-Phoenix, équipe de scantrad de 8 personnes. Nous traduisons et publions des chapitres de manga comme Fuuka, Toaru Kagaku no Accelerator ou Railgun.

France  
blue-phoenix.fr  
Joined April 2017  
38 Photos and videos

Tweets 94 Following 4 Followers 55 Likes 10 Follow

**Tweets** Tweets & replies Media

**Blue-Phoenix** @BluePhoenixScan · May 27  
Karakai Jouzu no Takagi-San – 80 – 80.5 – Jeu mortel !



**Karakai Jouzu no Takagi-San – 80 – 80.5 – Jeu mortel !**  
Quand la tension monte d'un cran, le jeu s'enflamme et les passions naissent !  
blue-phoenix.fr

1 2

**Blue-Phoenix** @BluePhoenixScan · May 15  
Karakai Jouzu no Takagi-San – 78 – 79 – Apparence et jeu

**New to Twitter?**  
Sign up now to get your own personalized timeline!  
Sign up

**Worldwide trends**

- #KohLanta 19.6K Tweets
- #R92SR 2,173 Tweets
- #FRACHI 2,366 Tweets
- #FievreSR
- Maxime 11.6K Tweets
- #JaiRencontréUnMonstre 1,445 Tweets
- Cyril 8,106 Tweets

© 2019 Twitter About Help Center Terms Privacy policy Cookies Ads info

Home About Search Twitter Have an account? Log in



**Scantrad Union**  
@ScantradUnion

Regroupement de plusieurs teams francophones de scantrad sur un même site et Discord pour atteindre un plus grand public et s'entraider !

https://discord.me/ScantradUnion  
scantrad-union.com  
Joined December 2018  
41 Photos and videos

Tweets 546 Following 6 Followers 203 Likes 29 Follow

**Tweets** Tweets & replies Media

See 12 new Tweets

**Pinned Tweet**

**Scantrad Union** @ScantradUnion · May 7  
Bonjour à tous, l'événement Promotion STU ouvre ses portes le 1er juin !!!  
Le thème : Choisir une musique et la parodier pour faire une publicité STU  
Plus d'informations sur notre site.  
scantrad-union.com/promotion-stu/

2

**Scantrad Union** @ScantradUnion · May 26  
Solo Leveling | Chapitre 72 par la MnS & la TnT !  
bit.ly/SoloLeveling

2 4

**Scantrad Union** @ScantradUnion · May 26  
A Short Yandere Manga | Chapitre 0 par la SHP !  
bit.ly/ShortYandere

1 1

**Scantrad Union** @ScantradUnion · May 26  
The Scholar's Reincarnation | Chapitre 34 par la MnS !  
bit.ly/ScholarsReinca...

**New to Twitter?**  
Sign up now to get your own personalized timeline!  
Sign up

**Worldwide trends**

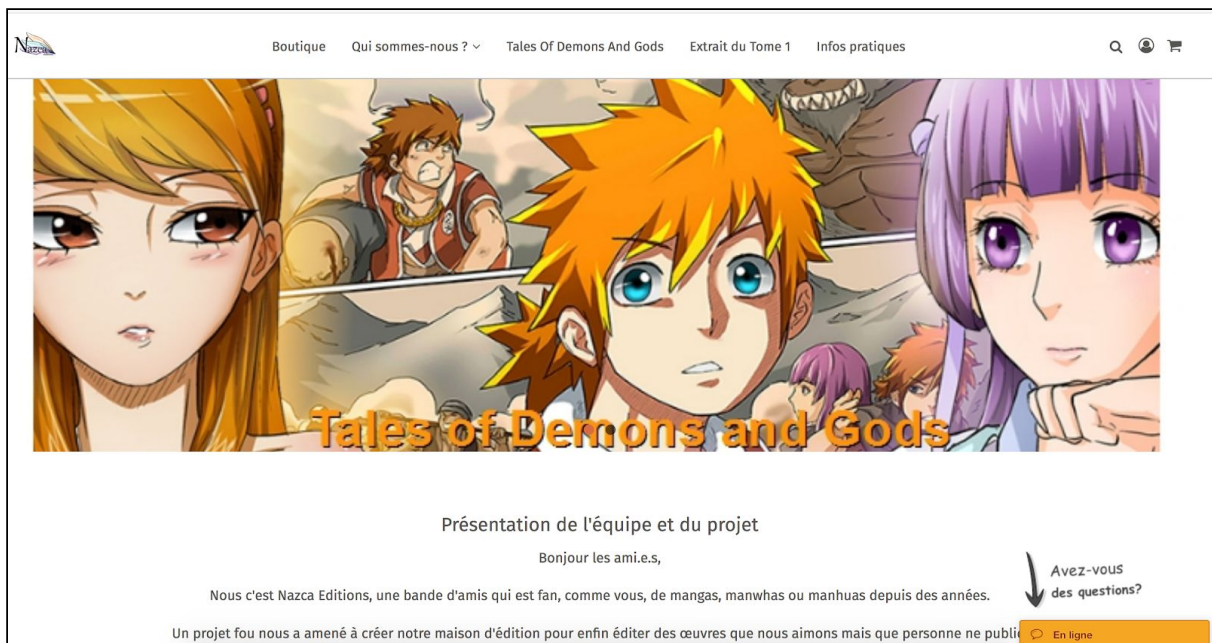
- #KohLanta 12.5K Tweets
- #R92SR 1,590 Tweets
- #FRACHI 2,124 Tweets
- #SmackDownAB
- #JaiRencontréUnMonstre 1,076 Tweets
- Maxime 7,358 Tweets
- Cyril 7,275 Tweets
- Konta 3,070 Tweets

253

253 Twitter des deux teams.



## Site internet des deux maisons d'édition étudiées :

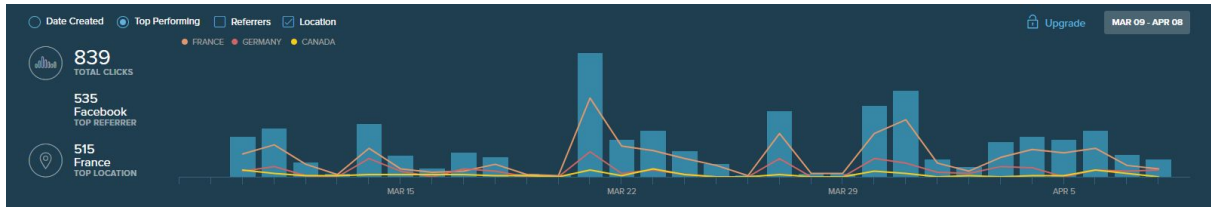


The screenshot shows the Nazca Editions website. The top navigation bar includes 'Boutique', 'Qui sommes-nous ?', 'Tales Of Demons And Gods', 'Extrait du Tome 1', and 'Infos pratiques'. A search icon, user profile icon, and shopping cart icon are on the right. The main banner features an anime-style illustration of characters with the title 'Tales of Demons and Gods' overlaid. Below the banner, the text reads: 'Présentation de l'équipe et du projet', 'Bonjour les ami.e.s,', 'Nous c'est Nazca Editions, une bande d'amis qui est fan, comme vous, de mangas, manwhas ou manhwas depuis des années.', and 'Un projet fou nous a amené à créer notre maison d'édition pour enfin éditer des œuvres que nous aimons mais que personne ne publi'. A call to action 'Avez-vous des questions?' with a downward arrow and 'En ligne' is on the right.



The screenshot shows the Chatto Chatto website. The logo features a stylized fox head reading a book. The navigation bar includes 'ACCUEIL', 'CATALOGUE', 'ÊTRE ÉDITÉ', 'ESPACE PRESSE', 'VENDRE NOS MANGA', 'PARTENARIAT', 'CONTACT', and a search icon. The main heading is 'La force du manga'. The text below reads: 'Les éditions chattochatto sont une nouvelle maison d'édition de manga, ayant pour vocation de faire découvrir de nouveaux talents et d'être toujours plus proche de ses lecteurs. Nous portons notre regard au-delà des frontières afin de trouver des histoires passionnantes, intrigantes et bouleversantes que nous pourrions partager avec vous.' The page is divided into three columns: 'Des talents' (with a person icon), 'Des mangas' (with a book icon), and 'La communauté chattochatto' (with a group icon). Each column contains a short paragraph describing the publisher's mission. On the right side, there are three social media icons: Facebook, Twitter, and Instagram.

## Statistiques Facebook de la Scantrad Union :



## Statistiques du site internet de la Scantrad Union :

