

Communiqué de Presse

Le 28 janvier 2014

Raphaël Couderc
Tel. +33 (0) 1 74 18 61 57
raphael.couderc@gfk.com

FIBD : La bande dessinée en recul sur 2014 malgré de fortes disparités sur le marché français

Suresnes, le 28 janvier 2015. Sur un marché du livre en léger recul (-1,4% en chiffre d'affaires) la Bande dessinée enregistre une baisse de 2% de son activité, soit 35 millions d'albums vendus en 2014 pour un chiffre d'affaires de 409 millions d'euros.

Selon les analyses de l'Institut GfK, une partie de cette baisse s'explique par la parution en 2013 d'un nouveau volume d'*Astérix* aux éditions Albert René. « Vendue à 1,6 millions d'exemplaires en 2013, cette sortie n'a pas eu d'équivalent en 2014. Hors *Astérix chez les Pictes*, le marché progresserait cette année à +1,5% en valeur » souligne **Sébastien ROUAULT, chef de groupe Livre chez GfK.**

Des séries installées et de nouvelles séries

La meilleure vente du marché est cette année *Blake et Mortimer – Le bâton de Plutarque* de Yves Senté et André Juillard chez Blake et Mortimer (232 000 exemplaires), suivi du *Chat passe à table* de Philippe Geluck chez Casterman (200 000 exemplaires). Les volumes précédents de ces séries occupaient en 2013 les 2^e et 3^e places du top derrière *Astérix*.

Parmi les meilleures ventes on trouve aussi des nouvelles séries, comme *L'Arabe du futur* de Riad Sattouf chez Allary Editions (110 000 exemplaires) ou *Les vieux fourneaux* de Wilfrid Lupano et Paul Cauuet chez Dargaud (76 000 exemplaires pour le tome 1, 54 000 pour le tome 2).

« La production se stabilise en 2014 après le recul constaté en 2013 : 5 500 nouveautés ou rééditions sont parues cette année » ajoute **Virginie THIBIERGE, consultante marketing sur le marché du livre chez GfK**

Le dynamisme du circuit Librairies 2 + Internet

Sans locomotive de l'ampleur d'*Astérix* cette année, la grande distribution est en recul de 16% en chiffre d'affaires. Les spécialistes culture reculent également -3%, mais les librairies de 1^{er} niveau progressent de +1%.

L'ensemble Librairies 2 + Internet, qui comprend notamment les librairies spécialisées en Bandes dessinées, est très dynamique à +4%.

GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
F +33 01 74 18 72 33
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

Management Board GfK SE
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckingner
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahlert

RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Top des ventes Bandes Dessinées en volume – 2014

Rang	Titre	Auteur	Editeur
1	LES AVENTURES DE BLAKE ET MORTIMER. VOLUME 23, LE BATON DE PLUTARQUE	Yves SENTÉ et André JUILLARD	BLAKE ET MORTIMER
2	LE CHAT. VOLUME 19, LE CHAT PASSE A TABLE	Philippe GELUCK	CASTERMAN
3	JOE BAR TEAM. VOLUME 8	BAR2 et 'FANE	VENTS D'OUEST
4	LARGO WINCH. VOLUME 19, CHASSE-CROISE	Jean VAN HAMME et Philippe FRANCO	DUPUIS
5	ASTERIX. VOLUME 35, ASTERIX CHEZ LES PICTES	Jean-Yves FERRI et Didier CONRAD	ALBERT RENE
6	LES AVENTURES DE LUCKY LUKE. VOLUME 6, LES TONTONS DALTON	Laurent GERRA et ACHDE	LUCKY COMICS
7	L'ARABE DU FUTUR. VOLUME 1, UNE JEUNESSE AU MOYEN-ORIENT, 1978-1984	Riad SATTOUF	ALLARY EDITIONS
8	LES LEGENDAIRES. VOLUME 17, L'EXODE DE KALANDRE	Patrick SOBRAL	DELACOURT
9	XIII. VOLUME 23, LE MESSAGE DU MARTYR	Yves SENTÉ et Iouri JIGOUNOV	DARGAUD
10	LES LEGENDAIRES : ORIGINES. VOLUME 3, GRYFENFER	Patrick SOBRAL et NADOU	DELACOURT
11	LES AVENTURES DE BLAKE ET MORTIMER. VOLUME 22, L'ONDE SEPTIMUS	Jean DUFAUX, Antoine AUBIN et David SCHREDER	BLAKE ET MORTIMER
12	LES VIEUX FOURNEAUX. VOLUME 1, CEUX QUI RESTENT	Wilfrid LUPANO et Paul CAUJET	DARGAUD
13	WALKING DEAD. VOLUME 19, EZECHIEL	Robert KIRKMAN et Charlie ADLARD	DELACOURT
14	HAPPY PARENTS	ZEP	DELACOURT
15	WALKING DEAD. VOLUME 20, SUR LE SENTIER DE LA GUERRE	Robert KIRKMAN et Charlie ADLARD	DELACOURT
16	BLAST. VOLUME 4, POURVU QUE LES BOUDDHISTES SE TROMPENT	Manu LARCENET	DARGAUD
17	MOI RENE TARDI, PRISONNIER DE GUERRE AU STALAG II B. VOLUME 2, MON RETOUR EN FRANCE	Jacques TARDI	CASTERMAN
18	LES VIEUX FOURNEAUX. VOLUME 2, BONNY AND PIERROT	Wilfrid LUPANO et Paul CAUJET	DARGAUD
19	LES CARNETS DE CERISE. VOLUME 1, LE ZOO PETRIFIE	Aurélien NEYRET et Joris CHAMBLAIN	SOLEIL
20	MAGASIN GENERAL. VOLUME 9, NOTRE-DAME-DES-LACS	Régis LOISEL et Jean-Louis TRIPP	CASTERMAN

Source : panels de distributeurs GfK

Le Manga renoue avec la croissance au second semestre

Le manga termine l'année en recul, mais moins marqué que les années précédentes, à -1,1% en valeur. Cependant, après un premier semestre en recul (-6%), le manga a retrouvé la croissance à partir du mois de juillet, terminant le second semestre à +4% en chiffre d'affaires.

Cette année encore les *seinen*, mangas destinés à un public adolescent ou adulte, sont en forte hausse : +15% en chiffre d'affaires. Parmi les séries porteuses, on trouve *L'attaque des Titans* de Hajime Isayama chez Pika, *King's game extreme* de Renji Kuriyama et Nobuaki Kanazawa chez Ki-

Oon ou *Tokyo Ghoul* de Sui Ishida chez Glénat.

Parmi les séries en progression, on trouve également des titres destinés aux enfants, comme *Chi, une vie de chat* de Kanata Konami chez Glénat, *Plum un amour de chat* de Natsumi Hoshino chez Glénat ou *Nyanpire* de Yukiusa chez Kurokawa

L'expansion des Comics

Le segment des Comics, bandes dessinées anglo-saxonnes, continue son fort développement, avec une progression de son chiffre d'affaires de 18% en 2014. La série *Walking dead* de Robert Kirkman, chez Delcourt progresse encore (575 000 exemplaires vendus en 2014), suivie par *Batman* chez Urban Comics (102 000 exemplaires).

N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information **comme pour l'organisation d'entretiens avec un consultant marketing sur le marché français du livre.**

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK_en

Contact Presse

GfK
Raphaël Couderc
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com