

CONVENTION²⁰¹⁰
BD CINE GOODIES
3 ET 4 AVRIL ESPACE CHARENTON

SOMMAIRE

L'idée du projet *page 3*

Le groupe de travail

Une forme associative *page 4*

L'équipe *page 5*

Les partenaires *page 6*

Le marché et notre cible

Un marché au firmament des ventes

Le marché de la BD et des planches originales *page 7*

Le marché des produits collectors BD Ciné *page 10*

Une cible très large *page 11*

Les intervenants *page 12*

Le plan marketing

Les animations *page 13*

Le réseau de communication *page 15*

Les outils de communication *page 16*

Le lieu *page 17*

Les invités *page 18*





L'idée du projet

BdCinéGoodies

l'événement 2010 !

Le projet de la nouvelle convention de Paris prend sa source dans un constat : celui de l'**absence de salon** consacré au monde des super héros, du cinéma et des produits dérivés qui en découlent.

Contrairement aux autres salons consacrés au Manga et à la bande dessinée Franco Belge, la convention **BdCineGoodies** est donc la seule dans son genre.

Le caractère novateur de cette convention qui s'inscrit dans la mouvance des grandes conventions Américaines est en outre renforcé par l'impact de la ville qui l'accueille, puisqu'il s'agit de la **ville de Paris**. La forte attractivité de ce lieu, l'absence de concurrence et le désir d'offrir au public un festival différent des autres, sont les principales raisons qui ont motivé les organisateurs de ce projet.

A tout ceci s'ajoute une dernière évidence : l'engouement actuel du public pour les films de **super héros**, prouvant si besoin est combien est essentielle la tenue d'un festival autour de cette thématique.





Le groupe de travail

Une forme associative

BdCinéGoodies est une association de type loi 1901

No d'annonce : 1483 / Paru au journal officiel le : 27/12/2008

Association : BDCINEGOODIES.

No de parution : 20080052

Département (Région) : Paris (Île-de-France)

Lieu parution : Déclaration à la préfecture de police.

Type d'annonce : ASSOCIATION/CREATION

Objet : organisation d'événements liés à la bande dessinée, au cinéma et à leurs produits dérivés ; et plus généralement, la promotion culturelle par tous moyens de la bande dessinée, du cinéma et de leurs produits dérivés.

Siège social : c/o APSAP-VP, 12, cour Debille, 75011 Paris.

Site Internet : www.bdcinegoodies.com.

Date de la déclaration : 1er décembre 2008.





Le groupe de travail

l'équipe

Le groupe de travail à l'origine de ce projet est constitué de professionnels issus de différents secteurs : du dessinateur du bureau d'étude au chargé de la communication en passant par l'informaticien et le juriste c'est donc toute une équipe dynamique et très soudée qui travaille à l'organisation de cette convention à laquelle participent aussi des responsables du secteur associatif et culturel.

- **Régis Nentien**
(Président de l'association et coordonateur avec la mairie de Paris et le monde associatif)
- **Philippe Fadde**
(Secrétaire de l'association et coordonateur avec l'Education Nationale)
- **François Xavier Launais**
(Trésorier de l'association et juriste)
- **Kader Chaibi**
(Chargé de communication et graphiste de l'association)
- **Fabien Devidal**
(Technicien responsable du bureau d'étude et coordonateur graphiste)
- **Vincent Ganem**
(Chargé de communication avec les artistes étrangers)
- **Laurent Imbert**
(Responsable du secteur Nord Américain)
- **Guy Lechien**
(Technicien responsable des opérations de montage et de démontage)
- **Gérard Ralli**
(Technicien responsable des opérations publicitaires)
- **Anicet Turlan**
(Technicien responsable des opérations techniques)



les partenaires

Le groupe de travail



Le groupe de travail tire également sa force de l'appui de nombreux professionnels issus du monde de la Bande dessinée et partenaires de l'association. Ainsi les **éditions Déesse** soutiennent activement la convention de Paris en tissant des liens étroits entre les organisateurs français et leurs homologues américains des grandes conventions d'Amérique du Nord (San Diego, New York, San Francisco . . .). Un de nos membres (Laurent Imbert) est d'ailleurs installé en Amérique du Nord où il assure la liaison entre les Etats-Unis et la France.

De nombreux autres professionnels soutiennent également ce festival en mettant à la disposition des organisateurs différents outils de travail :

- carnet d'adresse (avec le magasin **Toystar** spécialisé dans la venue d'artiste autour des produits dérivés)
- échange de contacts (avec la librairie **Boulevard des bulles**, boulevard saint Germain)
- publicité (avec le magasin **Pékabul** spécialisé dans les produits dérivés et avec la revue **Comic Box** (meilleure revue française, référence incontournable sur le sujet des super héros)
- gestion d'événements communs (avec la librairie **AAApoum Bapoum**, rue Dante, organisateur d'exposition de planches originales et de conférence avec les artistes).

A ces principaux soutiens s'ajoute le groupe des bénévoles, constitué d'une vingtaine de personnes qui viennent s'ajouter aux membres fondateurs pour les aider dans différentes tâches. Ces bénévoles sont enregistrés comme membres de l'association.





Le marché et notre cible

Un marché au firmament des ventes

Le marché de la BD et des planches originales

Longtemps considérée comme un art mineur, la bande dessinée qui se lisait en cachette jusque dans les années 70 connaît aujourd'hui un essor considérable touchant toutes les classes de la population. Le phénomène est planétaire : si la **BD Franco Belge** a montré la voie avec des auteurs comme Hergé (Tintin), la BD japonaise conduite par TEZUKA a rapidement pris son envol sous le nom de **MANGA**, tandis que les **COMICS** américains depuis un demi siècle restent une valeur sûre comme le rappelle le récent rachat de Marvel par Disney.

La Bande Dessinée longtemps qualifiée de Neuvième Art est désormais véritablement considérée comme un Art Contemporain à part entière. Pour preuve cette ultime reconnaissance par le **Centre Georges Pompidou** qui accueille désormais des planches originales au sein de ses collections permanentes. La BD est aussi un phénomène qui touche toute les générations.

Le marché de la BD Parisienne n'est pas en reste puisqu'il est lui aussi en pleine expansion : si Tintin continue de battre tous les records (le 29 mars dernier une gouache réalisée en 1932 par Hergé pour la couverture de l'album " Tintin en Amérique " estimée à 280.000 euros a été vendue à Paris pour la somme astronomique de 764.200 euros). Un prix jamais atteint jusque-là dans le domaine de la BD. « la nouveauté vient désormais de ce que les dessins d'Hergé ne sont plus les seuls à prendre de la valeur !

Ainsi chez Artcurial en mars 2007 a été vendue une composition à l'acrylique et au pastel représentant la " Femme piège " de Enki Bilal, pour la somme de 176.900 euros, tandis qu'une aquarelle d'Hugo Pratt (qui a servi de couverture en 1980 pour l'album des aventures de Corto Maltese, " Les Ethiopiennes ") se vendait en mars 2008, pour 250.000 euros. Il ne s'agit donc plus d'un épiphénomène et pour certains artistes les tarifs commencent à côtoyer ceux de l'art contemporain.

Ce phénomène s'explique par un





Le marché et notre cible

changement de génération et un accroissement de la demande : “ Tous ceux qui dans leur jeunesse lisaient les BD, assis par terre à la Fnac, ont désormais un **certain pouvoir d'achat**. Ils viennent aux ventes et achètent des planches ”, explique Eric Leroy, expert d'Artcurial. Signe des temps plusieurs marchands Parisiens sont désormais spécialistes de la vente de planches originales. Ainsi Daniel Maghen déclare par exemple : “ La planche originale permet de sentir la main de l'auteur et aujourd'hui les meilleurs artistes figuratifs sont ceux de la BD. **Le marché a pris son envol en quinze ans**. J'ai déjà vendu une planche de Thorgal pour 60.000 euros et une histoire complète de Manara (soit six planches) pour 40.000 euros. ”. Dernier arrivé en date : la Galerie Slomka s'enorgueillit de présenter des planches originales parmi les plus belles et les plus chères du monde.

Tandis que les prix montent des **expositions se multiplient** également dans la capitale : comme celle organisée par le critique d'art David Rosenberg à la Maison Rouge à Paris (une exposition entièrement consacrée aux originaux de la bande dessinée et provenant de collections privées). Des projets de **musées privés** commencent même à voir le jour et parmi les amateurs impliqués, qui pourraient ouvrir un espace consacré au sujet, on parle de Michel-Edouard Leclerc ou du président Bernard Arnaud de LVMH

La BD (ou le 9ème art) représente le **3^e segment** le plus important du marché du livre, avec 12,4% des volumes de ventes annuelles, derrière la littérature (27,2%) et la jeunesse (21,8%). Ainsi, ce sont près de **40,5 millions d'albums** de bande dessinée, tous genres confondus, qui se sont vendus en France en 2006, apportant un chiffre d'affaires de près de **383 millions d'euros**.

En France la BD franco-belge domine toujours les ventes, et le marché continu à s'ouvrir à d'autres cultures lointaines : les mangas japonais et les comics anglo-saxons. Si les premiers sont déjà largement implantés sur le marché français, ce n'est pas le cas des comics qui commencent tout juste à attirer les plus grands noms de l'édition BD française.

Réalisée par **Gilles Ratier**, journaliste spécialisé et secrétaire général de l'Association des Critiques et journalistes





Le marché et notre cible

de Bande Dessinée (ACBD), l'enquête 2008 répertorie 4742 livres de bande dessinée publiés cette année, dont **3592 nouveautés en albums**. Avec 15 groupes qui dominent le secteur avec plus de 70 % de la production, on peut parler de concentration et de vitalité. En 2008 ce sont 1856 bandes dessinées étrangères (dont 1411 venues d'Asie et 292 des États-Unis) qui ont été traduites : soit un bond de 69 titres (soit 3,86 %) par rapport à 2007.



Nombre de publications depuis 2001

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
MANGAS	269	377	521	754	1142	1418	1428	1453
INDEPENDANTS	253	274	301	357	475	493	613	770
GROS EDITEURS	770	843	764	846	877	1045	1018	1129
COMICS	99	129	142	163	207	239	253	240
TOTAL	1292	1494	1730	2120	2701	3195	3312	3592

© Gilles Ratier, secrétaire général de l'ACBD (Association des Critiques et journalistes de Bande Dessinée).





Le marché et notre cible

Le marché des produits collectors BD Ciné

Il est révélateur d'un nouveau mode de vie qui s'apparente désormais à celui de nombreux français et françaises : **les collectionneurs**. Plus qu'une tendance de mode, il s'agit d'un **mode de vie** qui a envahi la culture et le business. Aujourd'hui, nous sommes à la recherche d'articles collectors : du double DVD collector à la statue en résine à tirage limité de son personnage préféré de cinéma ou de Bd. Cette tendance est encore peu développée en France, si on la compare la frénésie qui existe au Japon, au Royaume Uni, et surtout aux USA, pays où tout a démarré. Les produits collectors se sont imposés massivement dans la culture Américaine au tournant des années 80 (avec le phénomène Star Wars) au point même d'envahir la vie culturelle et économique du pays, puisque même des entreprises sérieuses proposent ou rattachent leur nom à des produits collector.

Le plus célèbre des personnages collector est sans doute aujourd'hui Batman. Il est présent dans le monde entier et son effigie se retrouve partout. Le fameux tee-shirt marqué du symbole de Batman demeure avec le « S » de Superman une marque distinctive toutes classes sociales confondues de cette appartenance au monde des super héros et aux produits collectors. Le but étant de se faire remarquer et d'échapper à l'austérité du monde actuel. Cette tendance bien présente à Paris dans des magasins comme Album ou Pulp (au boulevard Saint Germain) est encore balbutiante en France. Elle est restée longtemps tournée vers les enfants, avec des jouets et des vêtements, mais désormais **les adultes sont de plus en plus sollicités**. Le rachat de Marvel par Disney annonce sans doute la prochaine grande vague de produits collectors tandis que certains pays anticipent déjà cette nouvelle mode avec le lancement pour 2012 du fameux parc d'attraction construit à Dubaï et consacré aux super héros. Le concept du parc de 418.063 m² a précisé Tatweer, filiale de la société d'investissement publique Dubaï Holding, «marquera notre entrée dans secteur possédant un potentiel de croissance énorme pour nos marques». Le parc Marvel fait partie du projet grandiose Dubaïland, voulu par ses promoteurs comme le pendant moyen-oriental de Disney World à Orlando (Floride). Il comprendra plusieurs parcs à thème construits en coopération avec la société américaine de films d'animation

DreamWorks et les studios de cinéma Universal, ainsi que des centres commerciaux.



Une cible très large

Le marché et notre cible

Si le cœur de la cible touche **un public déjà très réceptif** (les collectionneurs de BD, de dédicaces et d'objets collectors : dont le profil est généralement de sexe masculin issu des tranches d'âge entre **20 et 40 ans**), c'est plus généralement tout un pan de la population qui est visé.

De celui qui souhaite venir pour acheter une bande dessinée à celle qui se rend à la convention pour repartir avec une photo dédicacée, sans oublier le public qui l'espace d'un week-end se déplacera dans le but de se distraire et de profiter des **nombreuses animations**.

Passionnés ou simples curieux sont donc attendus durant ce festival car les domaines de la bd, du cinéma et des produits dérivés s'enrichissent mutuellement, les réunir est donc naturel et favorise d'autant plus **la rencontre de différents publics**.





Les intervenants

Première édition du genre, **la convention de Paris BdBdCineGoodies 2010** frappe fort avec un plateau constitué de dessinateurs mondialement connus.

Avec un record historique de **8 million d'exemplaires vendus** pour un seul album, la venue de l'américain **Jim Lee** constitue à lui seul un véritable événement. Cet artiste qui a notamment travaillé sur la plus lucrative des franchises de Marvel au cinéma : les **X-Men** représente donc la tête d'affiche de ce festival auquel s'ajoutent d'autres très grands noms comme les anglais **Brian Bolland** et **Dave Gibbons**. Tandis que ce dernier a créé l'événement avec la sortie en 2009 du film **The Watchmen**, issu de la BD du même nom, Brian Bolland de son côté est l'auteur de différentes variations en BD autour du personnage de Batman qui ont été reprises au cinéma dans le film **Batman the darknight** (qui demeure à ce jour le film ayant comptabilisé le **record absolu de recettes dans toutes l'histoire du cinéma**).

A ces artistes adulés des foules s'ajoutent d'autres valeurs sûres comme **Sanjulian**, l'un des plus grands illustrateurs encore vivant et qui compte parmi ses clients les célébrités les plus en vues d'Hollywood comme messieurs **Clint Eastwood**, **George Lucas** ou **Steven Spielberg**.

Enfin sont également au nombre des invités, des artistes dont le talent se conjugue avec un fort sentiment de sympathie de la part du public. Ainsi **Thomas Frisano**, artiste français dont le nom se rattache à la première publication des super héros en France il y a quarante ans dans la fameuse revue : **Strange**. De la même façon les travaux de **Joe Jusko** artiste prolifique ayant œuvré dans tous les domaines de l'illustration de la BD (du cinéma aux comics en passant par le monde du sport avec le catch) ou bien encore ceux de **Terry Dodson** dont le style graphique remporte un vif succès auprès des plus jeunes complètent avantageusement le plateau d'artistes invités auquel s'ajoutent encore les noms d'**Esteban Maroto** et de **John Higgins**.



Les animations

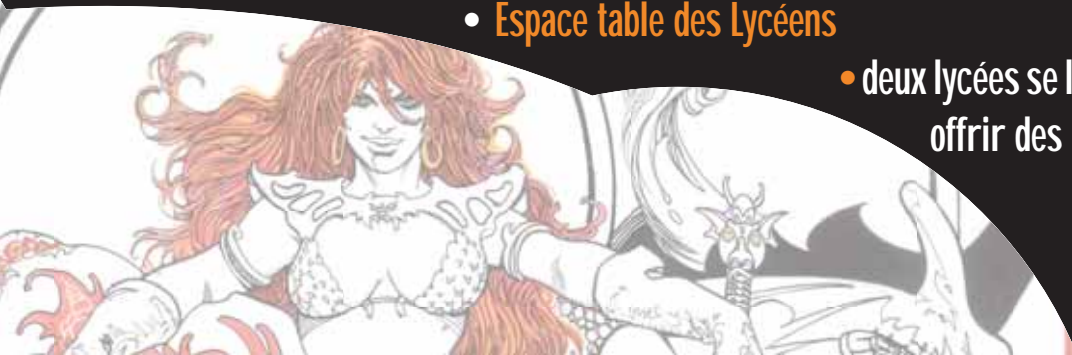
Le plan marketing

Le public attend d'abord d'un festival qu'il propose des animations, c'est pourquoi nous proposons de nombreuses animations. Celles-ci sont axées sur deux niveaux :

- **Créer un événement culturel majeur** en France autour de la thématique des super héros.
- Renouveler l'enthousiasme des années 80 où tout un pan de la culture s'est ouvert à des œuvres fantastiques.

Voici la liste des différentes animations prévues :

- **Espace cinéma**
 - séances de photos et dédicaces d'invités du monde de la télévision et du spectacle (des contacts sont en cours notamment avec les acteurs du film Ghostbusters à l'occasion de la sortie prochaine du troisième opus de la série)
- **Espace jeux de plateau**
 - présentation et initiation à trois jeux : Marvel Heroscape, World of Warcraft miniature et Okko
- **Espace sculpture**
 - initiation à la sculpture et réalisations artistiques sur un sujet libre par Dominique Muffragi et Ydol
- **Espace peinture**
 - réalisation d'une fresque murale par les dessinateurs invités pendant la convention
- **Espace 40 ans de Strange**
 - jeux, concours et tombola autour de la célébration des 40 ans de la célèbre revue Strange
- **Espace table de l'association**
 - présentation d'objets de collection, échange et rencontre avec des passionnés
- **Espace table des Lycéens**
 - deux lycées se livrent à un concours pour nous offrir des réalisations spectaculaires





Le plan marketing

Si l'espace **40 ans de Strange** est un bel hommage à une revue qui a marqué toute une génération, l'édition de « **gallery books** » (imprimés par l'association) est aussi un bonus pour les fans qui pourront bénéficier d'une publication présentant de nombreux inédits et auront l'opportunité d'obtenir une **dédicace des auteurs** présents.

Egalement très attendue : une **exposition de planches originales** mettra en valeur aussi bien les premières représentations réalistes en peinture des super-héros Marvel que les dernières tendances. Cette exposition se complètera par une autre qui présentera divers objets collecteurs du monde du cinéma et de la BD.

Enfin l'association est fière grâce à un **partenariat avec l'éducation nationale** de présenter des projets artistiques et créatifs réalisés par les élèves des lycées Nicolas Joseph Cugnot (Neuilly sur Marne) et Aristide Briand (le blanc Mesnil) sur le thème des super héros.

Un prix spécial (nous sommes en attente d'un parrain qui souhaite lier son nom avec le notre) sera remis à l'occasion de la convention.



Bd Ciné
Goodies



Le réseau de communication

Le plan marketing

Une campagne de communication massive sur le web

- sur les sites les plus fréquentés et les plus populaires : **bdgest** (55.000 membres), **buzzcomics** (2250 membres), **cosplayforum** (4300 membres), **mintinbox** (2000 membres) **panini comics** (2600 membres) **marvelcustom** (500 membres) etc...
- sur **facebook** (France, japon, russie etc...)



Une distribution massive de flyers

Ce sont en effet **65.000** flyers qui seront distribués comme suit :

- 45.000 flyers distribués sur des lieux connus de la capitale, comme Bastille, La Défense, gare Saint Lazare, Montparnasse, Notre dame etc...
- 10.000 flyers distribués par nos boutiques partenaires (sur le lieu de vente et dans les colis VPC)
- 15.000 flyers distribués dans le réseau France Billet (Fnac, Carrefour, Geant...)



Un affichage important

3100 affiches seront réparties comme suit :

- 1500 affiches dans tout Paris
- 100 affiches dans les établissements sportifs
- 500 affiches dans les établissements spécialisés dans toute la France
- 500 affiches dans les lycées de Paris
- 500 affiches dans le réseau France Billet (Fnac, Carrefour, Geant...)



Une publicité dans les journaux

- trois lignes dans la Lettre Capitale de tous les agents de la Mairie de Paris soit **50.000 personnes**,
- des annonces publicitaires en **pleine page** dans des revues spécialisées (ComicBox, Strange etc...) mais aussi dans les fanzines et chez les éditeurs



Les outils de communication

Le plan marketing



1 logo qui symbolise les 3 univers exploités par notre convention



1 site internet sur lequel se trouvent toutes les informations régulièrement mises à jour, ainsi que tous les éléments de communication



1 affiche « officielle » dessinée par Esteban Maroto

1 affiche « exclusive » dessinée par Manuel Sanjulian et distribuée à partir de février 2010



2 modèles de flyers dessinés par Maroto et Sanjulian

LE LIEU

Espace Charenton

327, rue de Charenton 75012 PARIS

Site : www.espacecharenton.com



Salle Ariane :

- Surface totale exploitable : 991 m²
- 1 secrétariat ou commissariat général
- 2 blocs sanitaires accessibles aux handicapés
- Espace traiteur
- Parking sous l'établissement
- Totem signalétique digital
- Accès privatif au 323 bis, rue de Charenton
- Accès Internet

Accès :

- Métro et bus : porte de Charenton ligne 8
- RER A
- Parking sur place : 40 places
- Parking à proximité : 450 places
- Gare SNCF la plus proche : gare de Lyon

Descriptif technique :

- Puissance KWA disponible : 200 KWA
- Canalis électrique
- 1 point d'eau
- Hauteur nette exploitable : 3,25 m
- Chauffage par radiants
- Lumière naturelle / skydomes

Horaires :

Samedi 3 avril 2010 de 10h à 18h
Dimanche 4 avril 2010 de 10h à 17h

Billetterie : Réseau france billet

- Prix du billet d'entrée : 8 euros 1 jour
- Pass week-end : 14 euros



LES INVITES

Pour la **bande dessinée** :

- **Brian Bolland**
(Batman, Camelot 3000, Judge Dredd...)

- **Jim Lee**
(X-Men, Wildcats, Batman...)

- **Esteban Maroto**
(Conan, Red Sonja, Dracula...)

- **Terry Dodson**
(Marvel Knights Spider-Man, Generation X, Wonder Woman...)

- **Manuel Sanjulian** (Vampirella, Star wars, Indiana Jones...)

- **Joe Jusko**
(Conan, Red Sonja...)



- **Thomas Frisano** (Strange, Spécial strange)



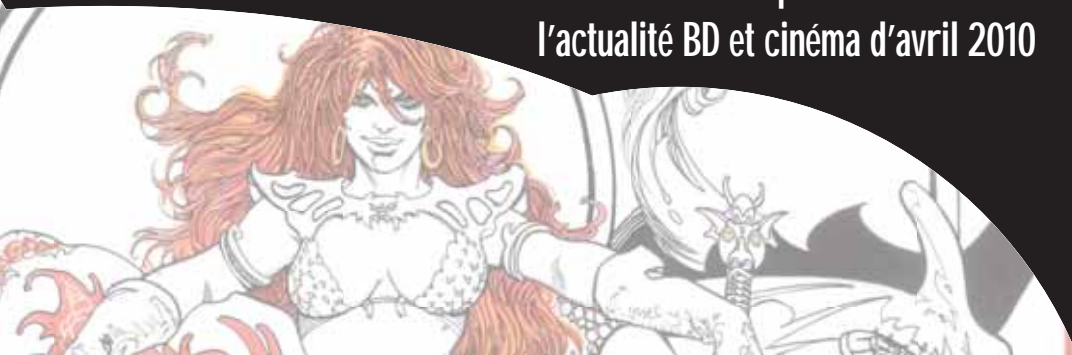
- **Dave Gibbons** et **John Higgins**
(Les Watchmen)

Pour la **sculpture** :

- **Dominique Mufraggi**



De nombreux contacts sont en cours pour la venue d'autres artistes en fonction de l'actualité BD et cinéma d'avril 2010





Association BdcineGoodies

12, cours Debille - 75011 PARIS

Site : www.bdcinegoodies.com - Email : contact@bdcinegoodies.com

