

PARIS | IV^e Ouvert depuis le 21 octobre au cœur du Marais, dans le IV^{ème} arrondissement de Paris, le pop-up store du studio d'animation Ghibli est devenu en peu de temps un incontournable du quartier.

Ghibli, un studio au coeur de la culture française moderne

Elio Xouillot et
Raphaël Gandon

Dans la rue des Archives se trouve une petite boutique que vous ne pouvez pas rater. Les vitrines très éclairées et remplies de produits venant tout droit des mondes fantastiques de Hayao Miyazaki et son fidèle acolyte de longue date Isao Takahata. En entrant dans le magasin les clients sont directement plongés dans les films du célèbre studio japonais grâce à la décoration présente sur les murs et les musiques iconiques des animés diffusées dans l'ensemble des 130m² de la boutique éphémère.

Gérée par la maison d'édition française Semic, la boutique a vu le jour pour la 8^{ème} année consécutive dans un contexte assez opportun avec la sortie le 1 novembre du nouveau film du studio, *Le Garçon et le Héron*, signé Miyazaki.

« Le bruit qu'il y a eu autour du film ainsi que la présence de la boutique ont permis de rappeler la présence de Ghibli en France. » nous indique Fiona D., chargée de communication de la boutique.

L'importance de l'animation japonaise en France

« Quand j'étais encore adolescente, on avait du mal à accéder aux œuvres de Ghibli, et peu de gens connaissaient. » raconte Andréa, touriste franco-belge d'une trentaine d'années.

En effet, avant leur diffusion en 2000 par le diffuseur de Disney, Buena Vista, les films Ghibli étaient connus juste par quelques initiés.

Mais au cours de ces dernières années, les séries et films d'animation japonaise connaissent leur essor en France. Le pays est en effet le quatrième consommateur mondial d'animés.

L'ascension d'une légende de l'animation

Beaucoup de gens connaissent Miyazaki, mais peu sont capables de retracer le parcours de son mythique studio.

Le premier film de Ghibli, *Le château de Cagliostro*, sort en 1983. Mais pour les français, c'est dans les années 2000 que le studio se fait véritablement connaître. véritablement connaître. « J'ai regardé *Princesse Mononoké*, sur



Paris (Ive), le 5 décembre, Une grosse peluche de Totoro accueille le client, posant ainsi l'ambiance du lieu | W/ ELIO XOULLOT

cassette à l'époque, et j'ai tellement aimé que j'ai suivi tous les autres films du studio » raconte Evelyne, sexagénaire, venue chercher des cadeaux pour sa nièce de 20 ans. Mais alors une question se pose, d'où vient ce grand amour entre les fans du studio et les films de grands réalisateurs japonais ?



J'ai adoré l'histoire de *Voyage de Chihiro* et l'animation, les dessins sont tellement beaux !
Andréa, fan de 31 ans

La popularité des films du studio Ghibli est notamment due au large public que les films touchent. Que ce soient « ceux qui ont grandi avec, ceux qui s'intéressent à la technique, ou ceux qui sont sensibles aux messages », tous se retrouvent autour des œuvres du studio nippon quel que soit leur âge ou leur nationalité.

Pour Marc (32 ans), l'intérêt des films se fait à travers sa musique. « Dans mon métier (ingénieur son), chaque

son, chaque note a son importance. Je pourrais regarder un film ghibli même sans les images, tellement la musique et les bruitages me plongent dans l'ambiance ! »

Mais d'autres amateurs de Miyazaki, comme Evelyne A., remarquent que des personnages et scènes de quelques films sont parfois « trop crus pour pouvoir les montrer à des enfants de bas âge ». L'animation peut paraître enfantine, mais l'histoire derrière ne l'est pas forcément. C'est ce qui fait tout le charme de ce studio : vouloir non pas s'adresser qu'aux personnes de bas âge mais également à celles d'âge supérieur, pouvant comprendre des messages différents via les films.

Un lieu unique qui ravit les fans

Dans la rue des archives, chaque passant, qu'il parle français, anglais, chinois ou même espagnol jette un coup d'œil vers la vitrine lumineuse de la Maison Ghibli. D'un instant ou alors de plusieurs secondes, ils sont comme attirés par la peluche d'une créature ressemblant à un gros nounours aux oreilles de lapin. « Regarde mami, c'est Totoro ! » s'exclame une petite fille avec 2 couettes tenant la main de Françoise S., sa grand-mère, qui lève la tête vers le nom de la boutique.

Elles entrent, les deux le sourire aux

lèvres. La fille lâche la main de sa grand-mère pour se précipiter vers les différentes étagères remplies de porte-clefs, de peluches miniatures et de figurines à l'effigie de Kiki la petite sorcière, Chihiro ou encore Princesse Mononoké. Françoise, elle, prend plus le temps d'admirer les différentes affiches de film disposées çà et là dans la boutique. « C'est avec ce film que j'ai découvert Ghibli. » déclare-t-elle en regardant l'affiche japonaise du film *Le Voyage de Chihiro*.

À l'intérieur, toute excitée et affichant un grand sourire, Andréa est partie directement en direction des peluches Totoro qui se trouvaient sur les étagères de gauche avant de partir voir en bas s'il y en avait d'autres. Une fois trouvée elle remonte vite à la caisse, toujours avec cette même joie. Dans la boutique, les fans des films peuvent trouver leur animal fantastique préféré en porte-monnaie, en peluche, en pins ou encore en figurine. Au-delà des éléments purement décoratifs, la boutique propose également un vaste éventail de produits utiles du quotidien. Entre des théières à l'effigie des noiraudes (*Mon voisin Totoro*), des tabliers Jiji (chat dans *Kiki la petite sorcière*) et des cuillères à pâtisserie du *Voyage de Chihiro*, le choix est vaste. D'autres passants sont donc attirés, à l'inverse d'Andréa, davantage par les utilitaires de cuisine que par les goodies décoratifs présents un peu partout.

Mais certains clients s'attendaient à trouver d'autres produits. « Je pensais qu'il y aurait des CD des musiques ou que certains films seraient davantage représentés. » déclare Evelyne A., sur un ton légèrement déçu.

Avec des prix allant d'une dizaine d'euros à plus de deux-cent euros, tout le monde ne peut pas se permettre de prendre beaucoup d'objets. Cela ne rebute pas les visiteurs, qui déboursent facilement entre quarante et quatre-vingts euros pour repartir avec seulement deux ou trois articles.

La boutique, ouverte jusqu'au 24 décembre, laisse le temps aux retardataires de trouver le cadeau qui fera le bonheur d'une personne de leur entourage.