

ANATOMIE D'UNE COUVERTURE DE COMIC BOOK

PRIX/LOGO

Le prix d'un *comic book*, son numéro de parution et le logo de l'éditeur ont longtemps été par convention mentionnés dans le coin supérieur gauche. Aujourd'hui, le prix et le code-barres sont plutôt situés dans le coin inférieur gauche pour les éditions en kiosque, l'emplacement du logo de l'éditeur peut changer selon l'illustration de couverture.

CORNER BOX

Une *corner box* est un cartouche situé dans le coin supérieur gauche de la couverture où figure une illustration présentant les principaux personnages. Steve Ditko créa la première *corner box* pour *The Amazing Spider-Man* #2 (mai 1963) afin d'exploiter cette zone dynamique de la couverture - le pan de couverture que le lecteur peut percevoir d'un coup d'œil sur les présentoirs. Aujourd'hui, la présence de *corner boxes* n'est plus nécessaire, puisque les présentoirs de *comics* permettent aux lecteurs d'apprécier la couverture entière. Elles réapparaissent parfois, en souvenir du design de couverture des premiers magazines.



ILLUSTRATION DE COUVERTURE

L'illustration est l'élément le plus important de la couverture et occupe la plus grande partie de la page. Elle est conçue pour être dynamique et refléter l'intrigue d'un simple coup d'œil.

LOGO

Le logo est la carte de visite visuelle d'un *comic book*. Il est positionné en haut de la couverture et vise à ce que les lecteurs puissent rapidement identifier le titre d'un *comic book* qu'ils recherchent.

TEXTE D'ACCROCHE

Les scénaristes utilisent un texte d'accroche pour créer une sorte d'excitation et de suspense. Les premiers *comics* Marvel usaient largement de textes d'accroche, aujourd'hui beaucoup moins présents.

LETTREGE DE LA COUVERTURE

Le lettrage de la couverture vise à intriguer le lecteur et à piquer sa curiosité. Lors de la conception des textes de couverture les lettrés mettent souvent en avant des éléments graphiques utilisés dans les pages intérieures, en y ajoutant des ornements. Les bulles présentent des contours plus épais et le texte apparaît en gras et en lettres capitales. « Le lettrage d'une couverture doit capter l'attention et intriguer suffisamment de potentiels acheteurs pour les pousser à l'achat. Il doit être irréprochablement conçu, puissant et énergique, confie le lettré Todd Klein. Il doit compléter l'illustration de couverture et mettre en valeur le texte, comme une bande-annonce promotionnelle réussie qui met en valeur les visuels d'un film. Le lettrage est l'acteur de la bande-annonce. »

