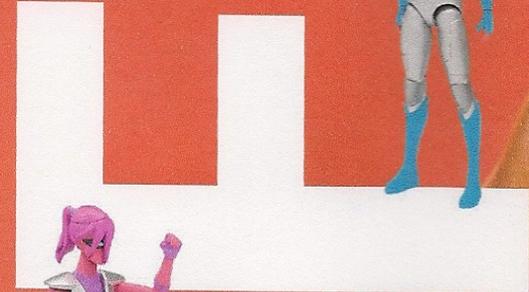
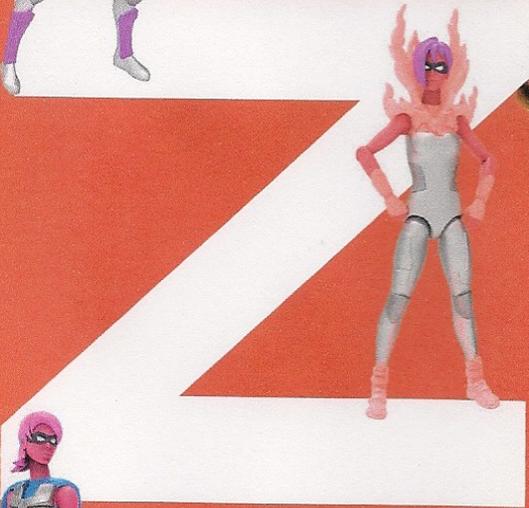


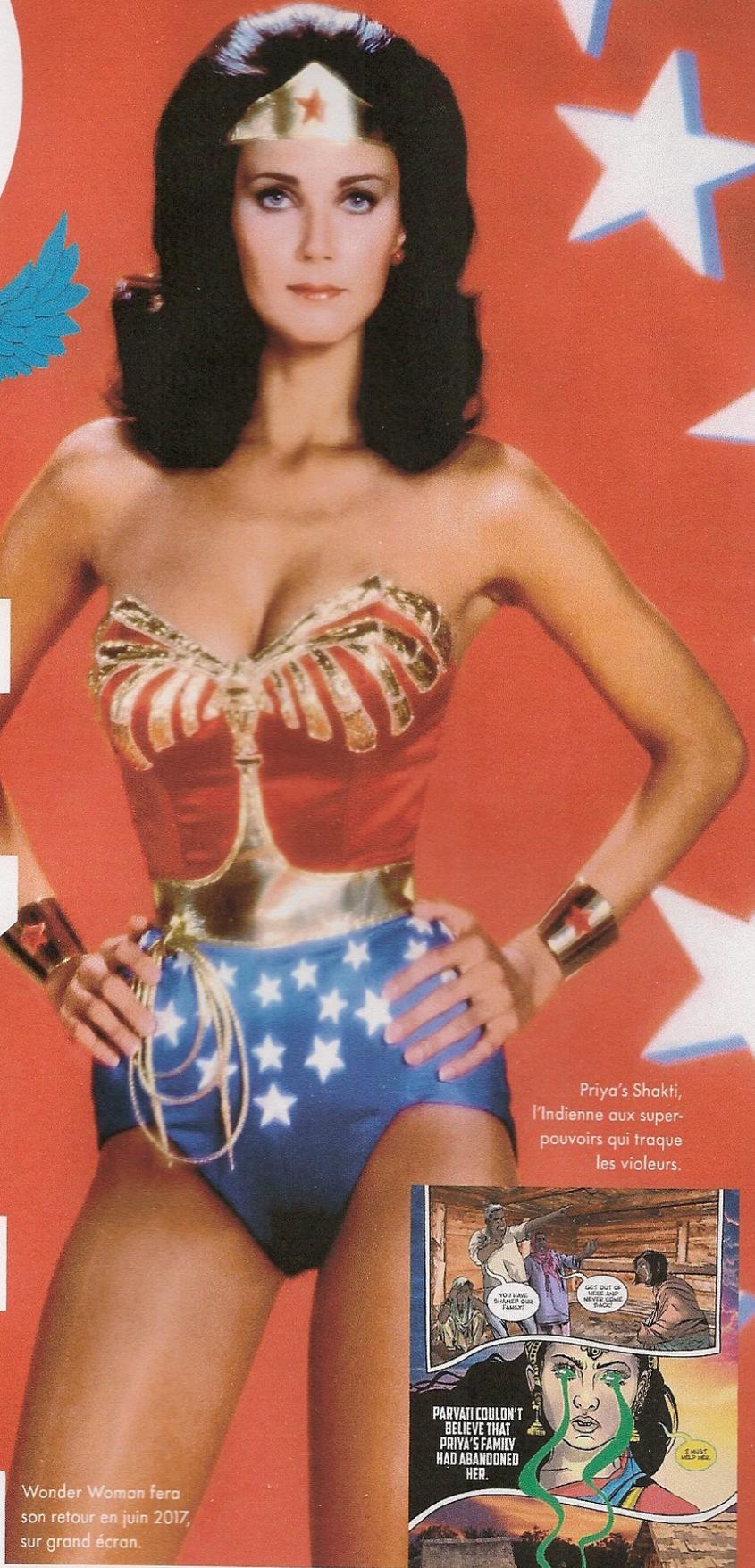
E  
L  
L  
E



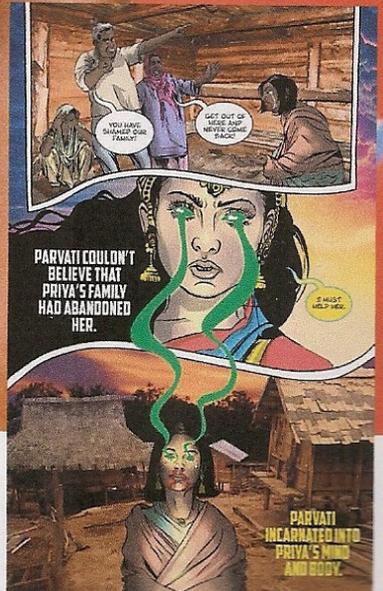
Les figurines  
IAmElemental.



Wonder Woman fera  
son retour en juin 2017,  
sur grand écran.



Priya's Shakti,  
l'Indienne aux super-  
pouvoirs qui traque  
les violeurs.



Phénomène

# LE RETOUR DES WONDER WOMEN

Au placard Spider-Man, Batman et Hulk ! Désormais, ce sont les super-héroïnes qui montrent leurs muscles. Véritable révolution ou simple stratégie marketing ?



Barbie in Princess Power, au secours de Mattel.

AVEC SA CAPE ÉTOILÉE ET SON COLLANT ROSE, elle vole au secours de Mattel. La nouvelle Barbie super-héroïne, présentée le 27 janvier au salon international du jouet de Nuremberg, a une mission à accomplir : relancer les ventes de sa maison mère, aujourd'hui en chute libre (moins 44,8 % de bénéfices en 2014). En faisant ce pari, Mattel surfe sur une véritable tendance. À l'origine de ce phénomène, les maisons d'édition Marvel et DC Comics, qui ont entamé une féminisation de leurs personnages. Ces derniers mois, les lecteurs ont découvert Kamala Khan, une musulmane de 16 ans d'origine pakistanaise, et Tanya Spears, une scientifique

noire américaine de 17 ans. Sans compter les figurines IAmElemental, sorte de Power Rangers féminines créées par deux mères de famille américaines, distinguées comme l'une des 25 meilleures inventions de 2014 par le magazine « Time ».

**ET LA DÉFERLANTE VA BIENTÔT DÉBARQUER SUR NOS ÉCRANS.** Pionnière des héroïnes, Wonder Woman fera l'objet d'un film en juin 2017. Un an plus tard, c'est la très blonde Captain Marvel qui surgira dans les salles obscures américaines. Côté séries télé, Netflix parie sur la super-héroïne Jessica Jones et CBS annonce la diffusion de « Supergirl » pour l'automne prochain. Faut-il y voir un regain du girl power ? Pour les éditeurs et les producteurs, c'est avant tout un très bon filon. « L'opportunité commerciale est évident, assure Philippe Guedj, coréalisateur du

documentaire "Marvel Renaissance". Après avoir exploité les licences des héros masculins, il apparaît logique que Marvel occupe le terrain féminin. » Jean-Marc Lainé, auteur de « Super-héros ! La puissance des masques » (éd. Les Moutons Electriques), abonde dans ce sens : « La volonté d'aller chercher de nouveaux personnages pour séduire le lectorat féminin revient très régulièrement chez les éditeurs. À la fin des années 70, Spider-Woman, Ms. Marvel ou encore Miss Hulk ont été créées dans cette optique. »

**LES FÉMINISTES RESTENT RÉSERVÉES.** Car, si Wonder Woman a été créée en 1941 pour incarner une icône de la libération des femmes, elle est rapidement devenue un sex-symbol au décolleté plongeant. « Il ne faut pas perdre de vue que l'industrie des comics est dominée par des hommes, par conséquent les personnages sont pensés selon un prisme masculin. Les héroïnes sont ultra-sexualisées, avec une poitrine opulente, un maquillage prononcé, une manucure parfaite, un brushing impeccable, même après trois heures de combats, et des tenues extrêmement moulantes en cuir ou en latex », énumère Claire Serre-Combe, de l'association Osez le féminisme. Si la méfiance est de mise, certains signes n'en demeurent pas moins encourageants. Longtemps relayées au second plan, les nouvelles héroïnes incarnent désormais des jeunes femmes engagées. « Elles montrent aux lecteurs masculins que les personnages féminins sont dignes d'intérêt. Issues de la diversité, très jeunes, accros aux nouvelles technologies... ce sont des figures modernes auxquelles les filles peuvent s'identifier », observe Katchoo, blogueuse fan de comics. Preuve de leur influence, leurs super pouvoirs dépassent parfois la fiction. À San Francisco, un collectif d'artistes a utilisé les portraits de Kamala Khan pour recouvrir des publicités islamophobes. En Inde, l'héroïne Priya's Shakti, ennemie des violeurs et agresseurs sexuels en tout genre, s'est muée en véritable modèle pour les Indiennes. Batman n'a qu'à bien se tenir. HELENE GUINHUT



Kamala Khan, super-héroïne Marvel.