



# MIRACULOUS: 10 ANS D'AVENTURES HÉROÏQUES

2015 - 2025

ZAG Mediawan *Miraculous* CORP.

# DE PARIS AU MONDE: UNE SUCCESS STORY FRANÇAISE

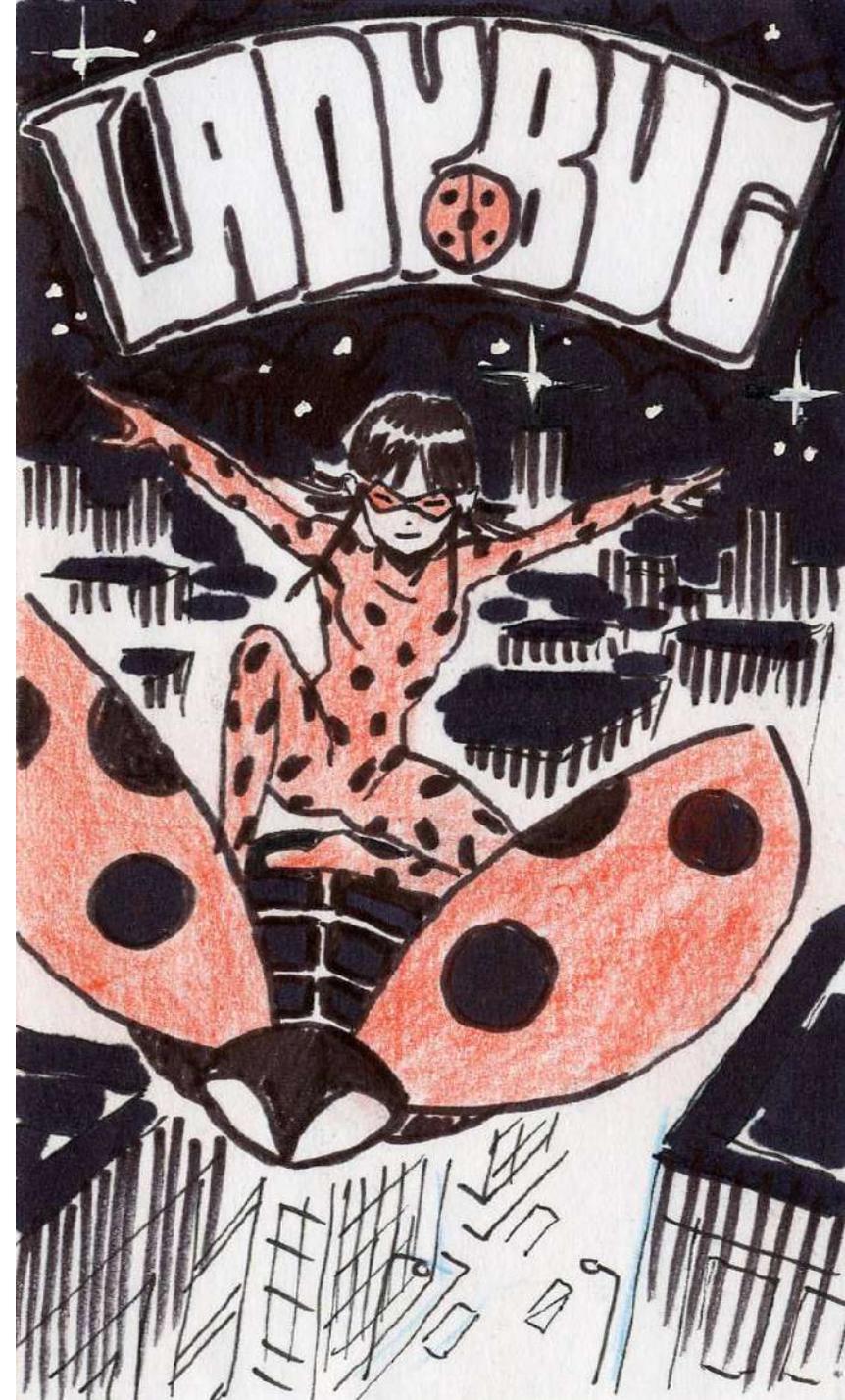
Lancée en 2015 et produite par **Miraculous Corp**, la joint-venture entre Mediawan et ZAG, Miraculous s'est imposée en dix ans comme la **première franchise d'animation française** à l'échelle mondiale. Imaginée par le trio visionnaire Thomas Astruc, Jérémie Zag et Nathanaël Bronn, la série est née à Paris et porte l'empreinte de la Ville Lumière, personnage à part entière de l'histoire.



# DE PARIS AU MONDE: UNE SUCCESS STORY FRANÇAISE

Tout commence sur un simple post-it: Thomas Astruc esquisse une collègue sous les traits d'une coccinelle.

Il sème ainsi la première graine d'un tout nouvel univers : **les aventures de Ladybug et Chat Noir**. Portée par des héros emblématiques, un graphisme inspiré de l'animation japonaise et une alchimie inédite **entre action, romance et humour**.



# DE PARIS AU MONDE: UNE SUCCESS STORY FRANÇAISE

Créée en 2024 entre Mediawan, présidée par Pierre-Antoine Capton et Zag, le studio fondé par Jérémy Zag, **Miraculous Corp** dont le studio créatif se trouve à Paris, réunit dans une seule entité tous les aspects de la franchise au succès international.

Animées par l'ambition de faire rayonner l'univers Miraculous sur tous les continents, les équipes créatives défendent **une narration audacieuse**. L'innovation est au cœur de la fabrication de la série et la franchise ne cesse de grandir et de conquérir une communauté de fans toujours plus importante.



# UN PHÉNOMÈNE MONDIAL AUX RECORDS INÉGALÉS

Aujourd'hui, Miraculous est bien plus qu'une série. C'est **un phénomène culturel transgénérationnel** qui dépasse les frontières. Récompensée par plus de 40 prix internationaux, dont la Meilleure Série d'Animation aux Kids Awards 2023, la franchise s'impose comme la **référence mondiale du divertissement jeunesse.**





# UN PHÉNOMÈNE MONDIAL AUX RECORDS INÉGALÉS

La série est diffusée dans  
150 pays dans le monde  
grâce à des partenaires  
prestigieux.



Distribué par

**Mediawan**  
KIDS & FAMILY





# UN PHÉNOMÈNE MONDIAL AUX RECORDS INÉGALÉS

Sur Netflix, **Ladybug & Chat Noir – Le Film** s’est hissé **numéro 1 des films pour enfants** dans 49 pays et a intégré le **Top 10 mondial**, une première pour une création française. Sur les chaînes linéaires, **la série domine les audiences** sur Disney Channel (monde), Globo (Brésil) et TFI (France), réunissant chaque semaine des **millions de téléspectateurs**.



# UN PHÉNOMÈNE MONDIAL AUX RECORDS INÉGALÉS

## UNE JOURNÉE INTERNATIONALE POUR LES FANS

Le **Miraculous Day**, organisé chaque année fin septembre, **rassemble les fans** autour d'événements exclusifs. L'initiative, née au Brésil, incarne la **passion** et la **proximité exceptionnelle** entre Miraculous et la communauté internationale.



TAG  
HEROZ  
**Miraculous**  
day

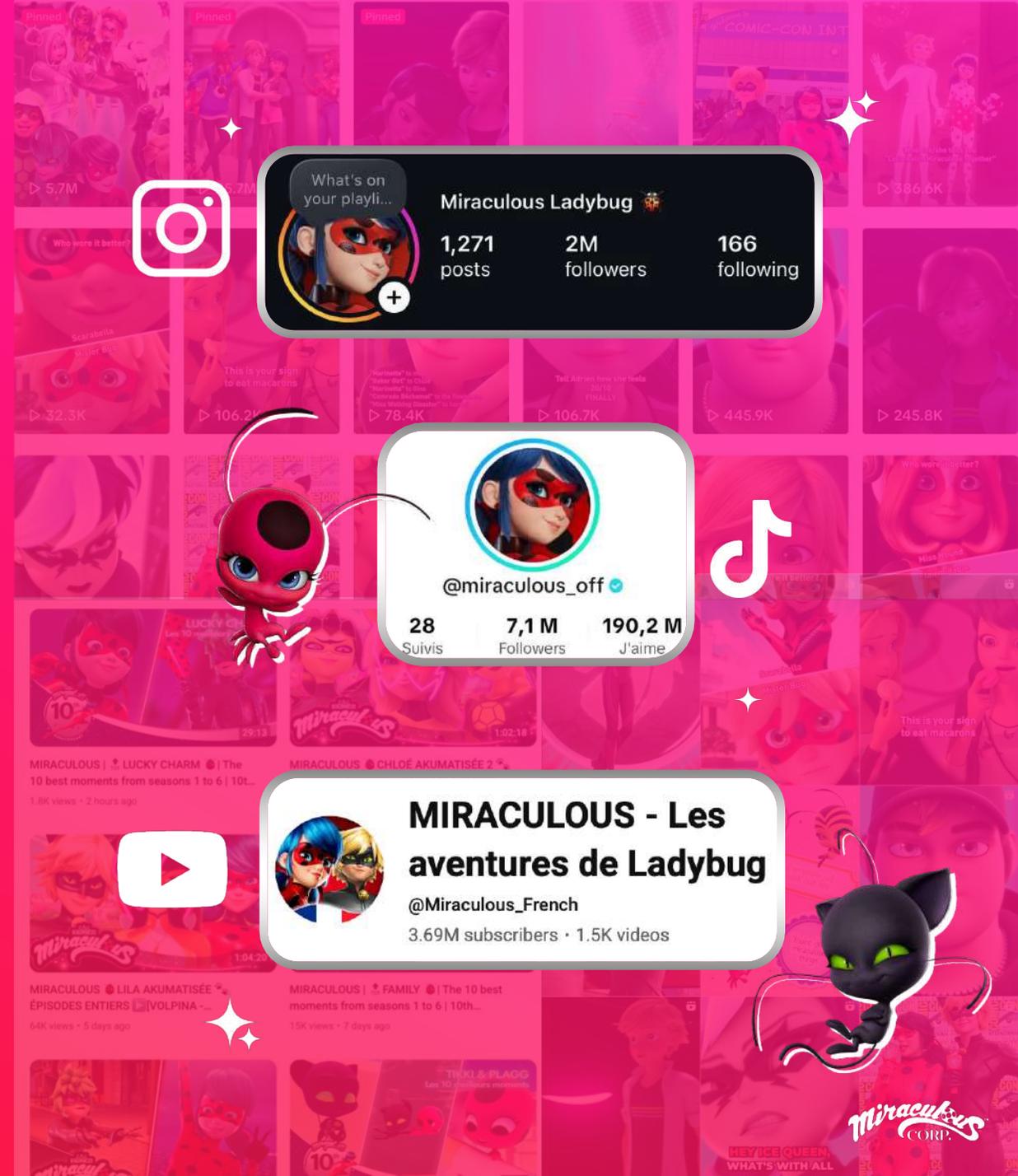




# UNE PUISSANCE DIGITALE QUI TOUCHE DES MILLIONS DE FANS

**Miraculous** ne se résume pas qu'à une série: c'est un **univers digital foisonnant** qui conquiert tous les écrans, s'imposant comme un véritable **phénomène international**. Plus de **47 milliards de vues** et **3,8 milliards d'heures visionnées sur YouTube**, **45 millions d'abonnés** sur 32 chaînes officielles en 44 langues, et une augmentation du temps de visionnage (+175% depuis 2024). Sur **TikTok**, la dynamique reste épatante : **plus de 1,3 milliard de vues, 7 millions de fans, 197 millions de likes**, et +150% de croissance sur l'engagement.

Au total, **la communauté digitale dépasse 56 millions de followers**, confortant ainsi le lien entre la franchise et son public.



# UNE PUISSANCE DIGITALE QUI TOUCHE DES MILLIONS DE FANS

✦

**Miraculous**, première série d'animation à y faire ses débuts, a ouvert la voie sur **Roblox** (plateforme de jeux vidéo). Elle totalise plus de **900 millions de sessions** et figure dans le **top 2 des jeux de marque** depuis plus de trois ans.

✦





# UNE PUISSANCE DIGITALE QUI TOUCHE DES MILLIONS DE FANS



Forte du succès de **shorts originaux** sur YouTube (plus de **650 millions de vues**, près d'un million d'abonnés), la nouvelle série **Miraculous Chibi** sera lancée d'abord en digital cet automne sur YouTube, avant de rejoindre **Disney Branded Television** et **TF1**.



# UNE SÉRIE PORTEUSE DE VALEURS UNIVERSELLES

Au-delà de son univers enchanteur et de ses aventures trépidantes, **Miraculous** s'impose comme **une série profondément humaine**, notamment grâce à la plume de **Sébastien Thibaud**, directeur d'écriture.

À travers les parcours de Marinette et d'Adrien, deux adolescents parisiens ordinaires investis d'une mission extraordinaire, la série aborde de grandes thématiques autour de **l'identité**, de la **résilience**, du **courage** et de la **responsabilité**.



# UNE SÉRIE PORTEUSE DE VALEURS UNIVERSELLES

Chaque épisode explore avec finesse des émotions complexes comme **la timidité, la jalousie, le rejet** tout en cultivant **empathie** et **bienveillance**. Ladybug et Chat Noir ne combattent pas seulement des “méchants” : ils sauvent d’abord des personnes “akumatisées”, submergées par leurs émotions. Dans un Paris haut en couleurs et **inclusif**, la série propose **un hymne à la diversité, à l’unité et à la compassion**.



# UNE SÉRIE PORTEUSE DE VALEURS UNIVERSELLES

La dynamique entre Ladybug et Chat Noir met en lumière **l'importance de l'amour, de la confiance et de l'amitié**, des valeurs qui exigent patience, équilibre et respect.

**Miraculous** va bien au-delà du divertissement: elle **encourage, inspire et donne aux enfants la force de croire en leur potentiel**, de révéler leur courage intérieur, et de comprendre que le véritable héros ou héroïne se cache en chacun de nous.





# UN SYMBOLE CULTUREL AU-DELÀ DE L'ÉCRAN

Miraculous est devenue **un phénomène incontournable de la pop culture mondiale**, s'invitant bien au-delà du petit écran à travers **des partenariats créatifs dans les médias**, les loisirs, l'espace public et les produits dérivés.



# UN SYMBOLE CULTUREL AU-DELÀ DE L'ÉCRAN

Des statues au **Musée Grévin**, des apparitions dans **Mask Singer** (France), à des **synergies majeures** avec **Netflix**, le **Jardin d'Acclimatation**, **Air France** ou le **Château de Versailles**, la marque rayonne sur tous les terrains. Jouets (Playmates Toys), déguisements (Rubies), stickers (Panini), gaming sur Roblox ou en éditions avec GameMill Entertainment: chaque segment prolonge l'univers Miraculous au quotidien.

Ces collaborations inédites font entrer **Miraculous** dans la vie de tous les jours, confirmant son statut d'icône culturelle française, imaginative et engagée.



✦ **Enfant, quel genre de héros ou héroïne vous fascinait ?**

🎮 **Jérémy:** J'ai toujours été un amoureux des dessins animés d'influence japonaise. Dragon Ball et Sailor Moon ont bercé mon enfance. Ce sont des personnages qui se dépassent, qui transcendent leurs peurs et leurs faiblesses pour protéger ceux qu'ils aiment. J'ai été fasciné par cette capacité à évoluer et à prouver, épisode après épisode, que rien n'est impossible lorsqu'on y met du cœur et de la volonté. C'est vraiment la marque du shonen, synonyme de grandes aventures héroïques. Mais j'étais aussi captivé par la magie des princesses Disney : ces héroïnes qui partent à la découverte d'elles-mêmes à travers des épopées et des quêtes initiatiques, toujours pleines d'honneur et de résilience. En fait, Miraculous a toujours été à la croisée de ces influences : l'énergie et la

**Jérémy ZAG**

transformation des magical girls, la force des héros du shonen, et la profondeur émotionnelle des contes Disney.

✦ **Pouvez-vous nous raconter votre rencontre avec Thomas Astruc et avec le personnage de Ladybug ?**

🎮 Un jour, alors que je travaillais avec Nathanaël Bronn, il m'a montré un premier visuel de Ladybug et Chat Noir. Il m'a expliqué le concept, et j'ai tout de suite été séduit : le mélange entre l'action, et la sensibilité d'un duo de héros. J'ai proposé de le pousser encore plus loin, en l'imaginant avec une approche inspirée des magical girls japonaises – donc des transformations, des pouvoirs, des combats spectaculaires et pour un public d'enfants ! Rapidement, nous nous sommes réunis tous les trois avec Thomas Astruc, qui avait initié le personnage de Ladybug. Notre complémentarité a

fait naître quelque chose d'unique : l'aventure Miraculous a vraiment commencé à ce moment-là, dans une ambiance créative où chaque idée pouvait devenir une nouvelle facette de l'univers.

✦ **Pouvez-vous nous raconter en quelques mots comment Ladybug a fait ses premiers pas ?**

🎮 Les premiers pas de Ladybug ont été marqués par une collaboration avec TOEI Animation, le studio légendaire derrière tant de classiques japonais et dont je suis un immense fan. TOEI a produit un trailer, que j'ai ensuite diffusé sur internet. Rapidement, la vidéo a créé un engouement incroyable et spontané : le phénomène était né.

## ✦ **Comment expliquez-vous un tel engouement mondial ?**

🌐 Je pense que Miraculous parle à tout le monde parce que l'amour est au cœur de l'histoire, comme l'amitié et le courage. Et il y a Paris aussi, une ville qui fait rêver sur tous les continents, ancrée dans la culture et l'imaginaire collectif. Ces thèmes sont universels et intemporels, c'est pour ça que la série touche autant d'enfants, d'ados, et même d'adultes partout dans le monde. Ladybug et Chat Noir sont des héros qui incarnent l'espoir et la possibilité de dépasser ses difficultés, et cette énergie authentique, c'est ce que les gens cherchent et partagent aujourd'hui. L'équilibre entre le quotidien parisien et le fantastique permet aussi à chaque spectateur de s'identifier, de rêver, ou de se reconnaître.

🌐 Je crois que Miraculous réunit et fédère, bien au-delà des âges et des frontières.

## ✦ **Comment continuez-vous à innover après 10 ans de succès ?**

🌐 On ne cesse d'innover parce qu'on se remet constamment en question. Le monde change, notre public évolue et nous évoluons avec lui. On intègre de nouvelles problématiques, de nouveaux visuels, de nouvelles technologies pour rester connectés à notre communauté. L'implication des très talentueuses équipes créatives joue un rôle essentiel : chaque saison, chaque épisode est une nouvelle aventure, un nouveau défi pour être toujours au plus près du plus grand nombre.

★ **Miraculous est devenue une icône de la pop culture. Quel est, selon vous, le plus bel héritage que la série transmet ?**

🎮 Pour moi, le plus bel héritage, c'est le girl power, mais aussi l'idée que chacun, peu importe son âge ou ses origines, peut devenir un héros s'il croit en ses valeurs. Miraculous encourage à se dépasser, à relever des défis, à s'entraider et à croire en soi, ce sont des messages qui vont bien au-delà de l'écran. Je suis fier que les enfants (et les adultes !) puissent se retrouver dans Marinette, Adrien, et tous les personnages, et oser croire que tout est possible.

★ **Miraculous Corp a un an. Quelle est la clé de la complémentarité entre MEDIAWAN et ZAG ?**

🎮 Ce qui rend notre association unique, c'est justement la rencontre de deux ADN qui se complètent dans une même ambition créative. Cette union nous structure, et nous permet d'aller plus vite, d'aller plus loin. Je crois que cette énergie partagée fait que Miraculous peut continuer de grandir et de rayonner partout dans le monde, avec le même enthousiasme qu'au premier jour. Miraculous Corp nous permet de rêver plus grand.

# INTERVIEWS EXCLUSIVES

Interviews Exclusives : **Thomas ASTRUC**  
CRÉATEUR ET RÉALISATEUR DE LA SÉRIE

✦ **Comment veillez-vous à préserver l'équilibre entre action, humour et émotions, pour toucher enfants et adultes ?**

🎮 **Thomas:** En tant qu'artiste, on espère toujours que ce qu'on crée touchera le plus de monde possible. C'est pourquoi je n'ai jamais réussi à me conformer à cette tendance de l'industrie audiovisuelle à segmenter l'audience, qui conduit non seulement à s'aliéner sciemment des catégories entières de spectateurs, mais aussi à s'autocensurer et à éviter de traiter plein de sujets. Les succès de Miraculous et de Bluey sont la preuve de la contre-productivité de cette segmentation. S'adresser à tout le monde n'est pourtant pas si difficile que ça. Ma boussole, c'est d'essayer de parler au futur adulte qui s'éveille dans chaque enfant, et à l'enfant qui demeure encore dans



**Thomas ASTRUC**

chaque adulte. En pratique, il s'agit simplement de prendre du recul sur ce qu'on fait à chaque étape, par exemple un script ou un storyboard, et de se demander : "si je devais regarder ça à la télé, que je sois un enfant ou un adulte, est-ce que je comprendrais tout et est-ce que ça m'intéresserait ?" Depuis le début, c'est l'état d'esprit qui nous a animé à l'écriture, et qui a irrigué ensuite le reste des équipes. Dix ans après, nous avons toujours respecté cette ligne. Parce que c'est ça qu'il y a de plus beau en animation : réussir à faire rêver tout le monde !

✦ **En quoi l'inclusivité et la diversité sont-elles essentielles dans Miraculous et comment les traduisez-vous en nouveaux personnages ?**

🎮 Je ne me suis jamais vraiment posé la question. Pour moi, il s'agit simplement de créer des personnages et

des histoires qui racontent le mieux possible le monde dans lequel on vit, et surtout le monde dans lequel on aimerait vivre. Au début, je dois avouer que c'était flatteur que la série soit reconnue pour son inclusivité et ses valeurs. On se dit que quelque part, on fait quelque chose de bien. Dix ans plus tard, mon point de vue a évolué. A présent, je préfère dire que ce qu'on fait est tout simplement normal. C'est le fait qu'on soit si peu à le faire qui est anormal. Que certains trouvent encore acceptable, voire même souhaitable, d'invisibiliser ou de dénigrer telle ou telle catégorie de population me révolte. Mais au moins, ça donne l'énergie de se remettre au travail, avec la conviction que la culture, le fait de construire des ponts entre les peuples, de se réunir autour de nouvelles mythologies, est le meilleur moyen de se débarrasser de ce mal. Constaté que le soutien des spectateurs ne faiblit pas malgré les années me fait me dire que nous sommes sur le bon chemin.

## ✦ **Comment abordez-vous les thèmes sensibles (adolescence, vulnérabilité, mort) dans la série ?**

🎮 La fiction est consubstantielle de l'être humain. La création et le partage de réalités imaginaires – quel bel oxymore – est ce qui nous définit en tant qu'espèce. C'est littéralement le fondement de nos sociétés. La fiction, en tant qu'expérience de pensée, est primordiale dans la construction des enfants car elle leur permet de se confronter à des choses désagréables ou douloureuses, mais sans avoir à subir une mise en danger réelle. Eviter de traiter tel ou tel sujet serait une position confortable mais ce serait surtout fuir notre responsabilité envers les plus jeunes. Taire les problèmes ne les fait pas disparaître magiquement. Au contraire, c'est le meilleur moyen de

les amplifier, en laissant les petits dépourvus face à ceux-ci. Bref, on peut tout raconter, et je dirais même plus, il faut tout raconter ! Mais bien sûr, pas n'importe comment. En ce sens, Miraculous emprunte beaucoup aux contes de fées. La magie nous permet de parler de tout, mais de façon métaphorique, et donc de manière appropriée pour les plus jeunes. Bref, un impératif de liberté plus que jamais important, car les petits ayant grandi avec Miraculous étant devenus grands, si on veut contenter les nouveaux entrants sans perdre les anciens, on doit pouvoir explorer le plus de choses possibles.

## ✦ Quelle influence ont eu l'ouverture de Miraculous à d'autres villes et cultures sur la narration et la créativité de la série ?

🌐 Le Miracle-verse a une mythologie énorme, et une seule série ne suffisait pas à en explorer la richesse. Très vite, le besoin de s'étendre s'est fait sentir. D'abord avec la série de spéciaux Miraculous World, puis bientôt avec nos futures séries dérivées. Chaque ville est pour nous un nouveau bac à sable dans lequel jouer et raconter des choses qui auraient peut-être semblé hors-sujet dans la série parisienne. Avec Miraculous Stellar Force, on aura beaucoup d'éléments de science-fiction, par exemple. Le choix des villes a surtout été motivé par des envies très personnelles. Miraculous World: New York, ça vient de mon amour pour les comics américains; Miraculous World: Shanghai, de ma passion pour le cinéma chinois; Miraculous World: Tokyo, de mon admiration pour

l'animation japonaise; Miraculous World: Rio parce que j'ai des liens très personnels avec le Brésil. Restait ensuite à rendre ces voyages "organiques", naturels, en en faisant un voyage scolaire ou une visite familiale par exemple. Il s'avère que ce sont aussi des gros marchés et que certains de nos coproducteurs en sont originaires, donc c'est sûr que tout le monde a été tout de suite très motivé. En fait, sur Miraculous, la question n'a jamais été "quoi faire" mais plutôt "comment y arriver", alors que nos moyens sont infiniment plus réduits que les mastodontes américains, pour une ambition au moins égale ! Quand on se rappelle, à l'origine, il y avait à peine plus que Jérémy Zag, Nathanaël Bronn et moi dans l'équivalent d'un deux pièces ! Et puis les talents se sont greffés aux talents, et dix ans après, nous y voilà : d'une simple série, on se dirige vers une gigantesque histoire croisée entre plusieurs séries qui se rejoindront en films.

## ✦ Comment avez-vous développé l'esthétique et les innovations graphiques, notamment lors du changement de design en saison 6 ?

🎮 Plusieurs facteurs se sont combinés pour faire de Miraculous un objet unique, je pense. D'abord, il y a eu évidemment les influences. Les transformations, les kwamis, le fait que tout se passe à Paris, tout ça ne tombe pas de nulle part. C'est ce qui nous a nourri. La plus grande difficulté a été de ressortir tout ça sans rester dans le simple hommage ou pire, le cliché. C'est là où un autre facteur important est intervenu : l'exigence. Le point commun à toutes les personnes clés sur le projet, c'est leur passion et leur amour du travail bien fait. Par exemple, avec Nathanaël, notre directeur artistique, on pratique la "loi du détail qui tue"! Ça veut dire qu'on ne laissera jamais passer un personnage si on n'est pas sûr d'avoir trouvé LE détail

qui va le rendre iconique. Sébastien Thibaudeau, notre directeur d'écriture, est impitoyable en termes de structure narrative. Pour Jérémy, hors de question de lancer quoi que ce soit si ce n'est pas pour faire un carton mondial ! Et Wilfried Pain, aux commandes de la réalisation de ce nouvel arc pour Marinette et Adrien, met un point d'honneur à ce que ces ambitions artistiques se retrouvent sans déperdition dans l'épisode fini. C'est cette envie de toujours faire le mieux possible qui nous a conduit à cette refonte complète de la série à partir de la saison 6. Au bout de dix ans et 5 saisons, c'est une fatalité informatique, certains logiciels deviennent obsolètes. Nos modèles 3D allaient devenir inutilisables. Si nous voulions continuer, il allait falloir tout refaire. Nous aurions pu nous contenter de refaire à l'identique, mais à la place, nous nous sommes lancés dans un chantier colossal : rapatriement de l'animation en France dans un top

studio, changement de technologie pour passer sur un moteur de rendu de jeu vidéo, redesign des personnages pour les rendre encore plus iconiques et signifiants, nouvelle équipe et méthode d'écriture, etc. Le but, c'était de faire passer un cap à Miraculous, à l'instar des personnages qui passaient du collège au lycée. C'est la fin de l'année scolaire, on quitte ses copains, on fait plein d'expériences pendant les vacances et on revient grandi, avec une personnalité plus affirmée et un style qui nous correspond mieux. Les copains ont du mal à nous reconnaître, mais on voit bien dans leurs yeux qu'on leur fait un petit effet "wow" ! Eh bien, c'est ce qui est arrivé sur l'écran, et derrière l'écran ! Bien sûr, les premières images ont provoqué quelques levées de bouclier de la part de fans qui n'avaient pas envie qu'on touche à leur doudou préféré, mais cette refonte a très vite fini par faire l'unanimité. On est repartis pour 10 ans !

### ✦ **En quoi l'engagement et la créativité des fans ont-ils influencé le développement de la franchise ?**

🏀 C'est un bonheur que de pouvoir interagir avec eux grâce aux réseaux sociaux. A chaque fois qu'un épisode sort, je guette toujours leurs premières réactions. Là où ils ont ri, là où ils ont pleuré, là où on les a surpris... C'est en leur hommage qu'on a appelé l'équipe de Ladybug les Miraculers. La partie qui vient après, où certains influenceurs en mal de vue racontent n'importe quoi pour surfer sur le succès de la série m'intéresse moins. Mais bon, ça arrive dans toutes les communautés, apparemment. L'idée que les fans auraient une influence sur le contenu de la série est une idée répandue, mais fautive. Entre le moment où nous avons une idée pour une histoire, et le moment où les fans voient l'épisode, il se passe presque trois ans. Trois ans pendant lesquels nous continuons à avancer. Si bien que si un fan me disait

"j'ai vu tel épisode, ça serait bien s'il se passait ça après", je serais bien obligé de lui répondre "désolé, mais nous ça fait trois ans qu'on a prévu autre chose !". Il n'y a pas d'autre choix que de se contenter de ce que les auteurs ont envie de faire ! Mais qu'ils ne s'inquiètent pas: on sait ce qui va plaire!

✦ **Quelles ont été vos principales inspirations et la genèse du personnage de Ladybug ?**

🌀 Miraculous s'est créé un peu malgré moi, suite à la rencontre d'une jeune femme qui portait un tee-shirt avec une coccinelle dessus. Elle venait d'intégrer le studio dans lequel je travaillais. On a commencé à blaguer et à s'échanger des dessins sur le thème de la coccinelle. Sur un post-it, je l'ai caricaturée en super-héroïne coccinelle. Voilà, Ladybug était là. Le personnage était tellement simple, mais tellement

puissant que c'était difficile d'imaginer que personne n'y avait pensé avant. J'ai commencé à créer tout un univers autour, dans lequel j'ai pu déverser tout ce j'aimais : les comics de super-héros, les anime japonais, le cinéma de Hong Kong... Qui aurait pu imaginer que ça prendrait une telle ampleur ? C'est ça, le pouvoir de la fiction !

✦ **Avez-vous une anecdote ou "fun fact" surprenant lié à la création de la série ?**

🌀 La première fois que Sébastien Thibaudeau et moi nous sommes rencontrés, c'était pour fumer une cigarette, sur un balcon, dans les locaux de Zagtoon. Je ne savais pas qui il était. Il ne savait pas qui j'étais. Et là, une coccinelle s'est posée entre nous deux. Depuis, on a écrit plus de 150 épisodes et 5 téléfilms. Et on a arrêté de fumer !

# INTERVIEWS EXCLUSIVES

Interviews Exclusives : **Nathanaël BRONN**  
AUTEUR DE LA BIBLE GRAPHIQUE ET DIRECTEUR CRÉATIF

✦ **Y a-t-il un “langage secret” ou des symboles cachés destinés aux fans attentifs dans Miraculous ?**

🌀 **Nathanaël:** Dans Miraculous, certains détails ont un sens narratif caché pour les spectateurs les plus attentifs. Un exemple fort, c'est le symbole du papillon : il apparaît discrètement un peu partout, notamment chez Gabriel Agreste lui-même – jusque dans son nom, puisque “Agreste” désigne un papillon – en écho direct à sa double identité de Hawk Moth. Mais au-delà de ça, on reste aussi dans la tradition de l'animation qui aime parsemer des clins d'œil plus personnels, liés aux goûts et inspirations de chacun dans l'équipe.



**Nathanaël BRONN**

✦ **Pouvez-vous révéler une évolution graphique ou un code visuel discret que peu de spectateurs remarquent ?**

🎮 Dans la nouvelle saison, il y a eu une vraie montée en gamme : costumes mieux définis, lumières plus travaillées, détails plus riches, architecture de Paris plus fine, direction photo renforcée... Tout a gagné en précision. Honnêtement, je crois qu'il n'y a pas d'évolution graphique qui échappe au regard des spectateurs, tant la différence est flagrante.

✦ **Avez-vous glissé des références culturelles ou hommages discrets dans le design des personnages ou objets ?**

🎮 Je puise mes références dans toutes les cultures : les comics américains, les mangas japonais, la BD franco-belge... mais aussi la mode. C'est vraiment un mélange de tout ce qui m'a marqué depuis l'enfance et qui continue de

m'inspirer aujourd'hui. Miraculous est à la croisée de toutes ces influences. Et pour un petit secret bien gardé : si vous regardez Marinette et Adrien au niveau de leurs codes couleurs, vous verrez qu'ils sont conçus comme un Yin et un Yang parfait.

✦ **Une contrainte technique a-t-elle permis une trouvaille créative ou une signature visuelle particulière dans la série ?**

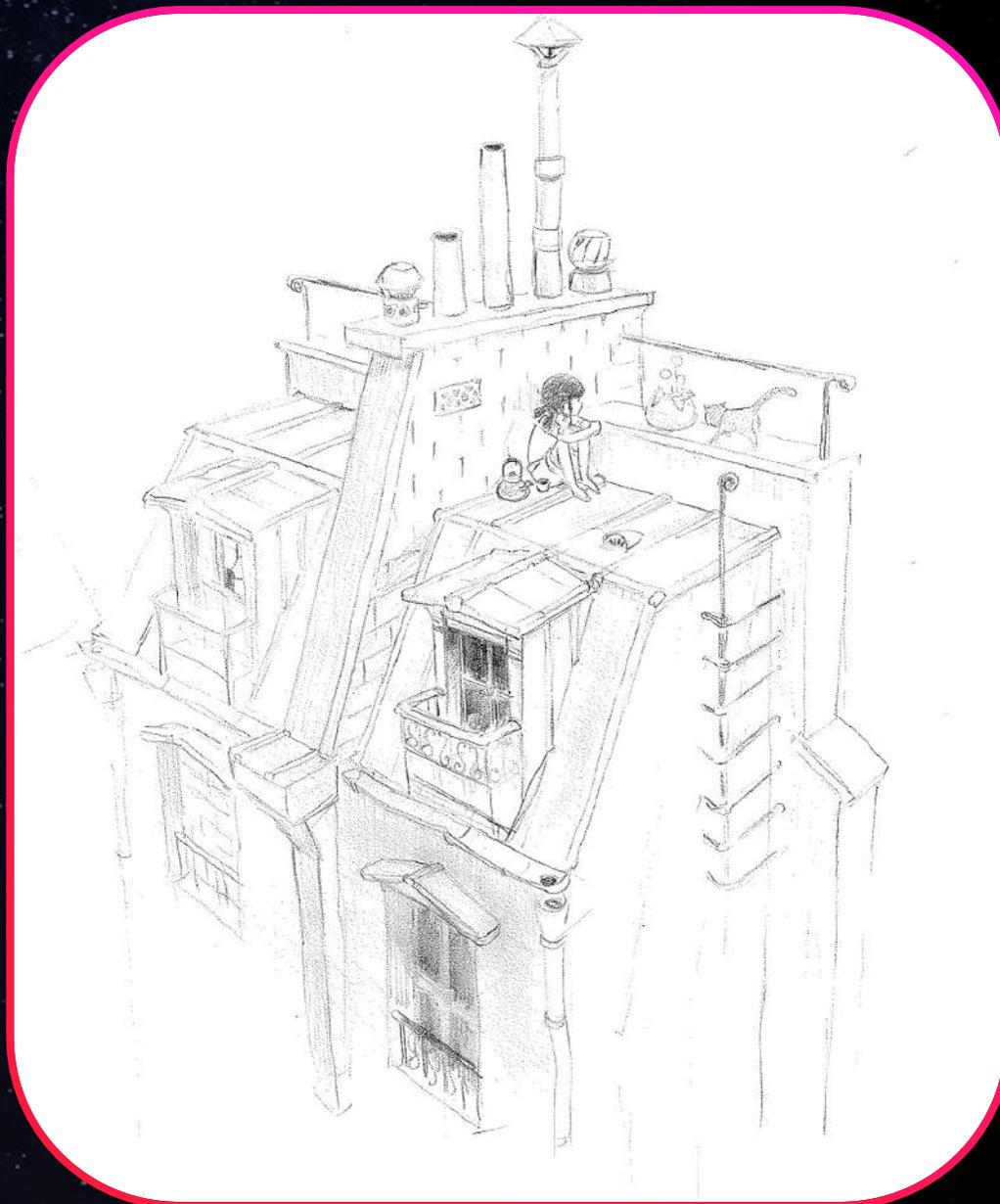
🎮 Une contrainte technique qui a duré pendant cinq saisons concernait Paris : nous n'avions pas accès à une modélisation complète de la ville en 3D. Beaucoup de plans ont donc été réalisés en matte painting, avec un rendu plus peint que réaliste. Finalement, cette limite a apporté une touche artistique unique à la série. Et aujourd'hui, même si nous sommes passés en 100 % 3D, nous avons réussi à conserver cette patine graphique qui fait partie de l'ADN visuel de Miraculous.

✦ **Un concept visuel non retenu vous hante-t-il ou aimeriez-vous le réutiliser un jour ?**

🎮 Ce n'est pas directement lié à la série, mais plutôt au film. Je peux le résumer en un mot – sans rien spoiler : nous avons imaginé tout un concept autour de la forge des Miraculous, avec en toile de fond le secret de leur création et de celui qui avait conçu ces bijoux.

✦ **Les analyses de fans ont-elles changé votre regard sur certaines scènes ou personnages ?**

🎮 Parfois, les fans trouvent des interprétations auxquelles nous n'avions pas pensé, et qui résonnent de manière incroyable. On adore voir la série s'enrichir de toutes ces lectures, comme si elle avait une seconde vie grâce à eux. C'est une forme de co-création, et ça fait partie de la magie de Miraculous.



✦ **Comment veillez-vous à préserver l'équilibre entre action, humour et émotions, pour toucher enfants et adultes ?**

🎯 **Sébastien :** Pour Miraculous, nous avons mis en place une façon d'écrire atypique dans le secteur de l'animation, mais que je trouvais adaptée à la série. Grâce à Jérémy Zag, dont le soutien a toujours été indéfectible, j'ai eu les moyens de mettre en place un véritable département éditorial.

🎯 Tout commence par un recrutement atypique où je passe beaucoup de temps à rencontrer des scénaristes d'horizons très différents, de tous les âges. Ensuite, il s'agit de trouver ceux qui travailleront bien ensemble. Car, et c'est là une spécificité, nous écrivons toujours en atelier, en groupe, durant trois jours.



**Sébastien THIBAUDEAU**

🎯 Le premier jour est consacré à la réflexion philosophique autour de ce que l'on veut raconter et à la manière dont nous allons nous y prendre. Il s'agit de s'assurer que ce que l'on veut dire a du sens et raisonnera émotionnellement chez les spectateurs. Le second jour nous écrivons la sitcom de l'épisode, en laissant nos personnages s'exprimer de la manière la plus juste possible. Enfin, le troisième jour nous travaillons la partie action de l'épisode ainsi que son épilogue et ce que nous appelons le cliffhanger, la petite scène juste avant le générique.

🎯 Nous ne quittons notre salle de travail qu'une fois que nous sommes tous satisfaits de l'épisode écrit et certains qu'il pourra être apprécié par toute la famille. Car c'est notre objectif depuis le début, offrir un dessin animé intelligent et émotionnel qui s'adresse à tout le monde, dès 4 ans. L'idée était aussi qu'un enfant qui

reverra le même épisode à différents âges y découvrira des subtilités qui lui avaient échappé quand il était petit. Notre plus grande récompense étant qu'aujourd'hui, beaucoup de gens nous disent regarder les épisodes en famille, réunis devant la télé pour un véritable moment de partage, souvent suivi de discussions sur l'histoire qu'ils ont vue.

✦ **En quoi l'inclusivité et la diversité sont-elles essentielles dans Miraculous et comment les traduisez-vous en nouveaux personnages ?**

🎯 Pour nous, c'est juste normal de faire cela. Ce qui n'est pas normal, c'est qu'il existe des fictions dans lesquelles ce n'est pas le cas. D'ailleurs, pour nous ça n'a jamais été un sujet, nous avons juste représenté le monde tel que nous concevons qu'il devrait être. Où chacun a sa place. Et où nous sommes tous libres et égaux.

✦ **Comment abordez-vous les thèmes sensibles (adolescence, vulnérabilité, mort) dans la série ?**

🌸 Nous parlons de ce qui nous touche, de ce que nous avons traversé en tant qu'individus ; chaque auteur ayant un parcours unique et des expériences à raconter, cela nourrit nos discussions et se transforme naturellement en histoires pour les personnages de notre univers. Le plus touchant étant lorsque des spectateurs viennent nous remercier d'avoir abordé un sujet qui leur a permis de résoudre un problème personnel ou d'engager une discussion avec leurs parents, ou même de sauver une vie, car nous savons que cela a déjà été le cas. L'une de nos règles d'écriture est de toujours être juste émotionnellement car nous savons que les histoires ont un impact dans le monde réel. Nous avons conscience qu'écrire des histoires est à la fois une chance et une grande responsabilité.

✦ **Quelle influence ont eu l'ouverture de Miraculous à d'autres villes et cultures sur la narration et la créativité de la série ?**

🌸 Cela va dans le même sens que notre philosophie originelle : nous vivons tous ensemble sur la même planète, il nous semble donc intéressant de montrer comment nous pouvons nous rapprocher les uns des autres. Comment nos différences nous enrichissent, et comment une chose universelle nous rassemble : nos émotions. Sans oublier le sentiment qui nous guide : l'amour.

## ✦ **Comment avez-vous développé l'esthétique et les innovations graphiques, notamment lors du changement de design en saison 6 ?**

- 🌐 Au fil des saisons, la chose qui a le plus changé dans l'écriture c'est la place des personnages et l'importance des relations entre eux. Ce n'était pas courant de faire cela dans une série d'animation, mais nos partenaires ont compris petit à petit que des personnages forts étaient la chose la plus importante dans une série. Et nous avons progressivement développé chacun d'entre eux, puis les relations des uns avec les autres jusqu'à avoir une communauté de héros qui ont tous leurs forces et leurs faiblesses. On peut dire désormais que nos personnages sont en trois dimensions, à la fois techniquement (la série est en 3D) mais aussi humainement. Ils ont pris vie et nous avons parfois l'impression qu'ils écrivent eux-mêmes leurs histoires.

🌐 Quant au changement technique et graphique de la saison 6, il nous a permis de mettre en accord ce que sont devenus les personnages humainement, au fil des saisons, avec leur aspect extérieur. Un peu comme chacun d'entre nous, lorsqu'on veut montrer à l'extérieur, aux autres, que l'on a changé, on change de vêtements, de coiffure, etc. Nous voulions aussi montrer un monde plus en accord avec nos valeurs et l'adaptation écologique qui devrait être la grande urgence de notre monde aujourd'hui.

## ✦ **En quoi l'engagement et la créativité des fans ont-ils influencé le développement de la franchise ?**

- 🌐 Les fans nous aident à valider ce que nous écrivons. En revendiquant haut et fort qu'ils aiment nos histoires, ils nous permettent de continuer à créer avec une grande liberté.

## ✦ Avez-vous une anecdote ou "fun fact" surprenant liée à la création de la série ?

- 🎮 Le moment où Marinette avoue à Alya qu'elle est Ladybug n'était absolument pas prévu. C'est en jouant les dialogues à voix haute entre auteur. ices que le dialogue est venu, comme si nous, comme Marinette, avions besoin qu'elle partage enfin son secret. Les grandes responsabilités sont plus faciles à porter quand on est plusieurs. Une autre chose amusante est la naissance du personnage de Félix. Nous n'avions plus la possibilité de créer de nouveau personnage, car nous étions en fin de saison, et nous avions déjà utilisé tout le budget ! Pourtant nous avions envie de raconter son histoire. C'est là que l'idée est venue d'utiliser le modèle d'Adrien en changeant sa coiffure. En plus d'être économique ça avait du sens avec notre propos. Et son prénom est un clin d'œil au prénom qu'avait Adrien dans la première version du concept de Thomas (Félix était un clin d'œil à Félix le chat !).





# LA LÉGENDE CONTINUE

*"En l'espace de 10 ans, Miraculous s'est imposé comme un phénomène planétaire faisant de Ladybug une héroïne inspirante pour les enfants et les familles du monde entier. Bien au-delà des écrans, cet univers unique a su réunir plusieurs générations, incarnant parfaitement les valeurs et les ambitions de la création française. La prochaine décennie s'annonce tout aussi extraordinaire avec de grandes surprises annoncées prochainement."* Pierre-Antoine Capton, co-fondateur et président de Mediawan et Jérémy Zag, producteur et co-créateur de Miraculous.





# A PROPOS DE MEDIAWAN

Fondé fin 2015 par Pierre-Antoine Capton, Xavier Niel et Matthieu Pigasse, Mediawan est l'un des principaux studios européens indépendants de contenus audiovisuels. Mediawan fédère les meilleurs talents de la création audiovisuelle en étant présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur : la production de contenus originaux en fiction, cinéma, documentaires, animation et d'émissions de flux (Mediawan Studios) grâce à plus de 80 labels de production en France, Allemagne, Angleterre, Italie, Espagne, Etats-Unis, Pays-Bas, Finlande, Belgique, Canada, Sénégal et Côte d'Ivoire, mais aussi la distribution de contenus audiovisuels (Mediawan Rights), l'édition de chaînes et services digitaux (Mediawan Thematics) et le développement et la production de contenu sur le digital (Mediawan Digital).



**Mediawan**

[mediawan.com](https://www.mediawan.com)

# LA LÉGENDE CONTINUE

Depuis plus d'une **décennie**, Ladybug et Chat Noir font **vibrer le cœur de millions de fans à travers le monde**. Grâce à la richesse de son univers, la force de ses valeurs et une présence étendue à travers écrans, digital, événements et promotions, Miraculous incarne bien plus qu'une série: **c'est une franchise vivante, engagée, qui continue d'évoluer et d'inspirer une communauté mondiale toujours plus grande.**

**ET CE N'EST QUE LE DÉBUT DE L'AVENTURE !**

## CONTACT PRESSE

### Caroline Guillot

Directrice adjointe de la communication  
déléguée aux contenus Mediawan

### Mediawan

[c.guillot@mediawan.eu](mailto:c.guillot@mediawan.eu)

[Télécharger le matériel](#)





**MERCI!**

