

Le manga comme il va

ENTRETIEN AVEC KIM BEDENNE,
RESPONSABLE DU BUREAU JAPONAIS DES ÉDITIONS KI-ON

L'âge d'or du manga appartiendrait-il au passé? Kim Bedenne est en poste à Tokyo pour le compte des éditions Ki-oon, elle y cherche les nouveaux univers et les jeunes auteurs qui feront les succès de demain, et nul n'est mieux placé pour nous donner à voir l'avenir du manga.



↑
Kim Bedenne



Commençons par les présentations...

Kim Bedenne : Je suis née dans les années 1980 et mon premier travail, comme je le souhaitais, m'a conduite au Japon. Pendant 4 ans et demi, j'ai travaillé pour Kodansha, une des plus importantes maisons d'édition du Japon, en particulier pour le manga. En ce moment, leur grand succès visible en France est *L'Attaque des titans* ; *GTO* et *Fairy Tail* viennent aussi de chez eux. J'étais au service des licences internationales et je vendais des droits de traduction de mangas aux pays d'Europe de l'ouest, dont la France. Cela m'a permis de connaître tous les éditeurs français de manga. Au bout de 4 ans, Pika¹ m'a proposé de rentrer en France et de devenir sa responsable éditoriale. J'ai eu la chance de m'occuper de l'édition française de *L'Attaque des titans*, celle de *UQHolder*... Mais j'avais très envie de retourner au Japon. C'est à ce moment-là que Ki-oon cherchait à recruter quelqu'un pour le bureau de représentation qui venait d'être créé à Tokyo. C'est comme cela que j'ai pu revenir à Tokyo en octobre 2015.

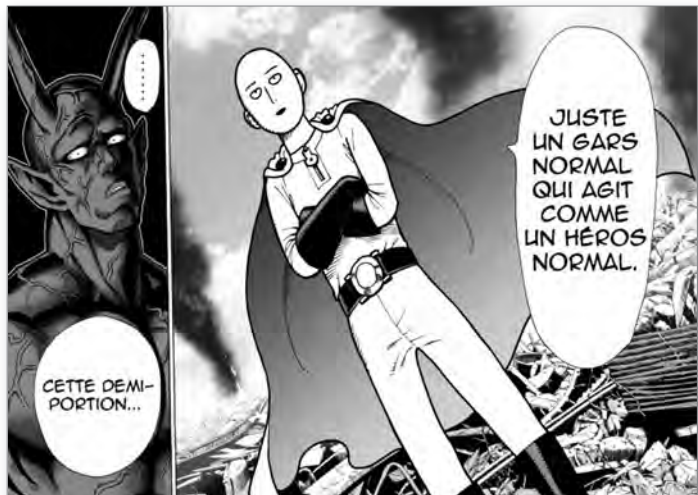
J'ai passé plus d'années de ma vie adulte au Japon qu'en France !

En quoi consiste votre travail ?

Mon poste consiste en deux choses. D'un côté, trouver des nouveaux auteurs qui sont encore amateurs pour les publier en France. C'est une veille qui se joue beaucoup sur Internet et dans les conventions amateurs qui ont lieu un peu partout ici. C'est un objectif important pour Ahmed Agne, le fondateur de Ki-oon, et c'est déjà de cette façon qu'il a publié la série de Tetsuya Tsutsui, *Prophecy*. Mais c'est un travail qui prend du temps et les lecteurs français ne peuvent encore rien voir des projets sur lesquels je travaille.

Ma deuxième mission est un travail de veille sur tous les titres publiés au Japon en matière de manga. Pour cela je suis les sites d'information japonais spécialisés en manga mais je vais aussi beaucoup dans les librairies japonaises. Je regarde les titres qui sont mis en avant et de quelle façon.





↑ ↗

Yusuke Murata : *One-Punch Man*,
vol.1, Kurokawa, 2016.
œuvre originale One.
Couverture et pages intérieures.

Nous avons coutume de penser que le modèle éditorial du manga au Japon était organisé autour d'un modèle unique : des journaux de prépublication avec une diffusion énorme, des lecteurs qui votent pour savoir si la série mérite de continuer et ensuite des publications de ce qui fonctionne le mieux en livres. Est-ce toujours ce modèle qui prévaut ?

L'édition japonaise a dû évoluer car ces fameux magazines ne se vendent plus du tout autant. Prendre en compte les résultats des enquêtes lecteurs avaient un sens quand il y avait un volume conséquent de réponses, mais ces volumes baissent sévèrement et, à part pour *Shonen Jump*, la masse des réponses ne leur permet plus d'être un indicateur assez fiable. Aujourd'hui, les magazines sont des outils de prépublication et de promotion mais ce sont les livres qui assurent le chiffre d'affaires des éditeurs. Le niveau de ventes en librairies est devenu l'indicateur qui décide de l'avenir d'une série.

Le nouvel outil de promotion et de découverte, c'est Internet. C'est là que sont les nouveaux auteurs. Depuis longtemps, les jeunes mangakas alimentent des blogs où ils montrent leurs créations. Pendant longtemps, cette blogosphère a été fouillée, désordonnée. Depuis environ cinq ans, il y a des sites agrégateurs extrêmement bien faits,

avec des moteurs de recherche efficaces qui permettent de trouver des nouveaux artistes qui ne se sont pas encore professionnalisés. *One Punch Man* est un exemple d'œuvre découverte de cette façon. C'est au départ une BD amateur, inventée par One et postée sur son blog. Au départ, One ne savait pas dessiner et la web série était très caricaturale ; mais c'était tellement drôle qu'il a été suivi par un nombre incroyable de fans. Ce succès a attiré l'attention de Shueisha, l'éditeur du magazine *Jump*. Shueisha a eu la bonne idée de proposer ces scénarios à l'un de leurs meilleurs dessinateurs, Yûsuke Murata. Deuxième étape : publication des épisodes de *One Punch Man* redessinés dans *Jump* et succès incroyable. Ce sont ces planches que nous voyons arriver en France (éditions Kurokawa). Ces web séries d'auteurs amateurs sont d'une grande liberté de ton, de scénario, et c'est ce que recherchent les grands éditeurs qui, d'une certaine façon, ont un peu perdu cette liberté. L'autre avantage est que la web série arrive avec son public. Le nombre de vues, de commentaires, donne à l'éditeur une première visibilité des ventes. Beaucoup des nouveaux succès japonais, que l'on ne connaît pas encore en France, sont nés de cette façon et pour beaucoup dans le domaine du gag. Des petites histoires en une page. Les éditeurs créent d'ailleurs parfois leur propres



Yayoi : ReLIFE, vol.1, Ki-oon, 2016.
Couverture et pages intérieures.

plateformes de publication d'amateurs pour avoir leur pool de jeunes auteurs.

La création de mangas par l'intermédiaire du web semble donc ramener le lecteur vers la lecture papier. La lecture purement numérique est-elle aussi marginale au Japon qu'elle l'est en France ?

En France, le marché du digital est quasiment inexistant et, en ce qui concerne le manga, en partie à cause du problème du piratage. Au Japon ça se développe plus qu'en France, mais moins qu'aux États-Unis. Les Japonais ont l'habitude de payer pour ce qu'ils consomment et le piratage n'est pas à l'heure actuelle un problème pour le marché domestique. Ici ça se passe essentiellement sur smartphones et les sites de lecture gratuite légaux développent un nouveau format en strip vertical. Ces sites ne sont pas lancés par des éditeurs classiques mais par des acteurs de l'Internet, qui veulent surtout du trafic. C'est sur l'un d'eux, Comico, que nous avons découvert ReLIFE. Il y était publié par chapitres, tout en couleurs, à la verticale et avait des milliers de fans et de commentateurs. L'éditeur japonais (Earth Star Comics) a repris tout ce matériau pour en faire des pages de manga plus traditionnelles, en quittant la verticalité de la lecture sur mobile. C'est cette version que Ki-oon vient de sortir.

On dit que la France est le premier pays consommateur de manga hors Japon. Est-ce toujours vrai et cela a-t-il une importance pour les auteurs et éditeurs japonais ?

En Occident, la France garde cette première place et pour les éditeurs japonais c'est une donnée importante. Le marché japonais n'est plus aussi florissant qu'avant et les éditeurs japonais ont de plus en plus besoin du marché international. La France a une belle image de marque et pour les auteurs, être publié chez nous, c'est très prestigieux. Avoir du succès en France est un gage de reconnaissance.

Les éditeurs français ont la réputation d'être efficaces, notamment en termes de promotion. La Japan Expo, qui est la plus grosse convention de lecteurs de toute l'Europe, renvoie de la France l'image d'un pays connaisseur et amateur de manga. C'est un événement qui a un vrai retentissement au Japon. Le gouvernement japonais a même créé un organisme, Cool Japan, pour valoriser la culture underground japonaise à l'étranger (et son économie à travers elle). À la Japan Expo, les stands de culture japonaise autour de la calligraphie ou des poupées sont financés par Cool Japan.



↑
Une des couvertures du magazine
Corocoro comics.



↑
Yo-kai Watch de Noriyuki Konishi.



↑
Une des couvertures du magazine
Nakayoshi.

Vous utilisez le mot "underground" pour qualifier la culture manga ?

Ici, au Japon, le manga ne fait pas partie de la culture avec un grand C. C'est de la pop culture. Ce n'est pas ce que les parents veulent que leurs enfants lisent en premier lieu. Un peu comme en France !

Cette plus grande importance accordée à l'international en général et à la France en particulier vient-elle influencer la façon dont les éditeurs et les auteurs travaillent ?

Non ! Le marché japonais, même s'il est moins dynamique qu'auparavant, est énorme par rapport au marché français. Si on prend l'exemple de *One Piece*, le plus gros succès planétaire de ces dernières années, on voit qu'il est en tête des ventes à la fois en France et au Japon. Quand un volume sort au Japon, dans la première semaine il se vend à 1,5 millions d'exemplaires. En France, son tirage est à 160 000 exemplaires et il ne se vend pas en une semaine. Cela vous donne une échelle plus concrète du rapport entre les deux pays. La production de manga reste très domestique, s'adressant aux japonais, avec les codes culturels japonais. C'est même cette spécificité japonaise qui a fait son succès en dehors du Japon.

Au Japon le manga est très précisément organisé en fonction des catégories de publics. Comment ces catégories évoluent-elles ? On pourrait par exemple penser que le manga vieillit avec ses lecteurs...

Au Japon, les magazines sont en effets organisés en tranches d'âges et les titres qui s'adressent aux premiers lecteurs (école primaire) ont quasiment tous disparu. Le seul qui perdure est *Corocoro comics* et il doit sa survie au choix éditorial de faire des mangas à partir de jeux vidéos, seule façon de s'assurer de la visibilité quand on veut s'adresser aux plus jeunes.

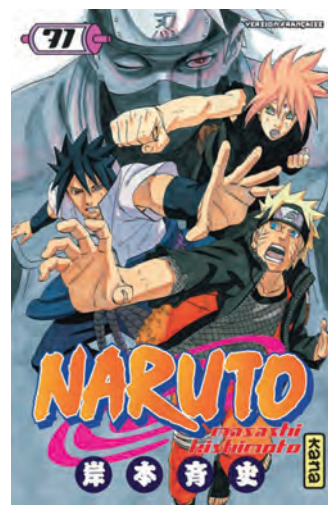
Pokémon cartonne toujours, et attendez-vous à voir débarquer *Yo-kai Watch* (chez Kazé). Pour les petites écolières, il y a aussi le magazine *Nakayoshi*, mais quand on le lit aujourd'hui, on a l'impression qu'il s'adresse davantage aux collégiennes, voire aux lycéennes. On s'y embrasse sur la bouche et on est plus souvent dans la romance que dans *Martine à la plage* ! C'est un magazine qui, en effet, a vieilli avec ses lecteurs.



↗
Haruichi Furudate : *Haikyū!! Les As du volley*, vol.9, Kazé, 2015 (Shōnen).



↗
Kohei Horikoshi : *My hero académie*, vol. 2, Ki-oon, 2016.



↑
Masashi Kishimoto : *Naruto*, vol. 71, Kana, à paraître en juillet 2016.

Dans le manga, il y a en effet une séparation entre publics masculin et féminin assez différente de ce que nous connaissons en France. Est-elle remise en question au Japon ?

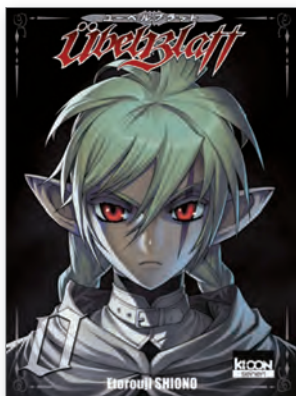
C'est assez frappant de voir évoluer la question de la mixité du lectorat. Vous pouvez le voir dans les mangas de sport. À la base, les éditeurs les adressaient exclusivement au lectorat masculin. *Haikyū!!* (Kazé), par exemple, sur le volley ball, est lu par énormément de filles. Je suis allée à la Jump Festa² : il n'y avait que des filles ! Les filles aiment bien voir tous ces beaux gosses en sueur et le fait qu' *Haikyū!!* soit classé dans les shōnen n'y change rien ! Les mangas sont de plus en plus mixtes, et les auteurs femmes ne sont plus seulement cantonnées aux shōjos. Le shōjo sportif *Chihayafuru* (chez Pika en France) a aussi beaucoup de lecteurs garçons. Dans un marché de l'édition en baisse, les éditeurs ont tout intérêt à élargir leur public au maximum plutôt que de séparer les lecteurs en sous-catégories strictes. C'est une tendance forte actuellement au Japon, et elle était déjà à l'œuvre en France : les filles ont toujours volontiers lu des shōnens et on voit rarement des shōjos dans les meilleures ventes, contrairement au Japon. Les héroïnes fortes sont de plus en plus fréquentes et nécessaires. Vous avez pu le voir dans *L'Attaque des*

titans par exemple. Dans *My hero academia*, chez Ki-oon, garçons et filles sont sur le même piédestal en termes de puissance et de capacité.

Ce progrès de la mixité est aussi lié à la transformation du processus éditorial. La séparation des catégories de public qui est à l'œuvre dans les magazines de prépublication manga n'est plus à l'œuvre quand il s'agit de livres, qui sont devenus l'élément essentiel du marché des mangas au Japon. Moins ils sont spécialisés et mieux c'est, finalement...

Cette année, le dernier tome de *Naruto* sort en France, où il a été un immense succès populaire. Voyez-vous arriver ses successeurs ?

My hero academia va sûrement remplacer *Naruto* dans les années à venir. Tout ce qui fait vibrer est là : une école, des superpouvoirs, des filles et des garçons... C'est coloré, dynamique. Le héros est faible mais va tout faire pour devenir fort. Cela faisait un certain temps que l'on n'avait pas eu un titre aussi habile à rassembler tout ce qui a fait le succès de *Naruto*. Et grâce aux super-héros, c'est un univers qui a un fort potentiel intergénérationnel.



↑
Etorouji Shiono : *Übel Blatt*, vol. 1,
Ki-oon, 2007.



↑
Reki Kawahara, dess. Abec : *Sword
Art Online*, vol. 1, Ofelbe, 2015.



↑
Kim Sung Jae, dess. Kim Byung Jin :
Warlord, vol. 1, Ki-oon, 2013.

Super-héros que le comics met largement en scène dans le monde entier, y compris en France...

Au Japon aussi, mais dans une moindre mesure. La culture japonaise a sa propre façon de penser les héros qui est assez différente de la culture américaine. Ici, on est moins dans le noir et blanc, on explore plus les zones grises et on aime bien les héros faibles.

Vos recherches de nouveaux univers portent-elles sur des axes particuliers?

Ki-oon, de par la personnalité de son fondateur, est une maison qui n'est pas très tournée vers le shôjo à l'heure actuelle. En dehors de ça, je recherche tout ce qui conviendra aux lecteurs français. De la dark fantasy par exemple, qui plaît bien en France et n'est pas si courante au Japon. Dans la veine de *Übel Blatt* d'Etorouji Shiono ou *The Arms Peddler*, de Kyoichi Nanatsuki et Night Owl, qui sont en cours de publication par Ki-oon. Le public Français, grâce à Tolkien, possède tous les codes de ce genre, plus que le public japonais.

On commence aussi à voir arriver des light novels, comme *Sword Art Online*, aux éditions Ofelbe. Là on est entre roman et manga...

C'est un style de romans qui s'adresse aux garçons de 10-15 ans, très faciles à lire, dans des univers de fantasy, où le héros est entouré de jolies filles.

Ces univers se développent aussi en mangas et séries animées. Il y a des maisons d'édition qui sont spécialisées dans ces crossmédias. Si *Sword Art Online* est bien un roman à l'origine, il a d'abord été connu en France grâce à l'anime, qui a rencontré un grand succès sur Wakanim, la plateforme de diffusion en ligne.

Le light novel est vraiment un exemple de la différence culturelle autour de la question du masculin/féminin entre le Japon et la France. Ce sont souvent des histoires écrites pour faire rêver les garçons, surtout les plus timides avec les filles. C'est un peu répétitif et je ne suis pas sûre que ça se développe autant en France qu'au Japon. Ici, c'est une ligne éditoriale qui vise les otakus, l'équivalent de ce que l'on appelle les geeks en France. Des garçons qui ont peur de la vie sociale en général et des relations avec les filles en particulier. Mais les otakus et les geeks ne sont pas au même niveau de désociabilisation. Cela se voit à l'occasion des conventions. Au Japon vous y voyez des solitaires qui viennent acheter leurs livres et ne parlent à personne. En France, la Japan expo est une fête joyeuse, où on vient en famille, avec ses amis. Le retranchement dans son propre monde, avec une séparation infranchissable entre filles et garçons, est suffisamment répandu au Japon pour que les éditeurs fassent des propositions à ce public en particulier.



↑
Reno Lemaire : *Dreamland*, vol.5, Pika, 2014.



↑
Remi Guerin, dess. Guillaume Lapeyre : *City Hall*, vol. 7, Ankama, 2013.



↑
Shonen : *Outlaw Players*, vol. 1, Ki-oon, 2013, à paraître en juillet 2016.

Dans vos recherches de nouveaux auteurs, suivez-vous avec attention ce qui se passe du côté de la Chine et de la Corée ?

En Chine, il y a beaucoup de dessinateurs très talentueux, mais le problème de la Chine, c'est l'autocensure. Impossible d'y faire des histoires autres que de la fantasy ou de la romance car il ne faut surtout pas parler de problèmes sociétaux. Le Gouvernement impose des critères de censure mais ces critères sont flous, les éditeurs eux-mêmes s'y perdent. Beaucoup de bons dessinateurs chinois, qui ont une grande faculté d'adaptation, commencent d'ailleurs à travailler en direct avec des éditeurs français³.

Pour la Corée, vue du Japon, on a le sentiment que c'est une production trop proche, qui ne parvient pas à se démarquer. Il y a là aussi de très bons dessinateurs coréens qui se font une place dans les magazines japonais. C'est le cas de Kim Byung Jin (*Warlord, Jackals*) chez Ki-oon, ou encore de Yang Kyung-Il (*Area D*), chez Pika. Les deux langues sont d'ailleurs très proches, ce qui facilite les échanges. Mais en Corée, il y a beaucoup moins de mangakas qu'au Japon. La société coréenne est très stricte, disciplinée, et les enfants font ce que leurs parents leur disent de faire. Oser se lancer dans une carrière de mangaka quand vos parents vous voient banquier, c'est certainement encore plus difficile en Corée qu'au Japon.

Comment regardez-vous cette nouvelle génération de créateurs français qui s'attaque au manga, ce que l'on désigne sous l'appellation de manga global ?

Ce qui se passe à l'heure actuelle est très prometteur. On est face à une génération qui sait dessiner et qui a intégré les codes du manga. Ils ne sont pas dans la répétition de ce qu'ils ont lu quand ils étaient petits mais proposent des vraies créations. *Dreamland*, de Reno Lemaire (Pika) ou *City Hall*, de Rémi Guérin et Guillaume Lapeyre (Ankama) sont des univers qui marchent vraiment bien et ont recueilli une vraie reconnaissance de la part des lecteurs de mangas en France.

De son côté, Ki-oon s'apprête à lancer plusieurs séries d'auteurs français. *Outlaw Players* de Shonen, qui sort pour la Japan expo est la première d'entre elles. C'est pour trouver ces nouveaux auteurs français que Ki-oon avait lancé son premier tremplin manga en janvier 2014. La gagnante, Shin, a remporté un contrat d'édition, et est en train de préparer son titre. Ces concours existent aussi au Japon et sont efficaces pour trouver des auteurs capables de construire une histoire. Pour concourir ils doivent soumettre vingt planches abouties, ce qui place la barre assez haut. La deuxième édition du tremplin a été lancée en janvier 2016⁴.



↑ ↗

Éditions française (Ankama) et japonaise de *Radiant* de Tony Valente. Sur la couverture japonaise le titre est recommandé par Yusuke Murata !



↑

Scén. Nobuaki Kanazawa, dessin Renji Kuriyama : *King's Game Extreme*, vol. 1, Ki-oon, 2014.

↓

Tatsuya Shihira : *Q*, vol. 1, Ki-oon, 2016.



Nous avons tous été impressionnés d'apprendre que *Radiant*, de Tony Valente (Ankama), venait d'être traduit en japonais...

Oui, c'est formidable, l'éditeur en est à la quatrième réimpression et l'accueil par les auteurs japonais est excellent. D'un point de vue narratif et graphique, ce manga est tout à fait au niveau des mangas japonais, il ne « fait pas étranger », sauf peut-être dans la façon d'aborder les personnages, avec un humour noir qui n'est pas courant ici. Même si on dit que le manga est un art 100 % japonais, cela ne l'empêche pas de se métisser d'influences étrangères. Jiro Taniguchi est très « français », les super héros américains se retrouvent dans *MyHero academia*. Katsuhiko Ôtomo, l'auteur d'*Akira* avoue lui-même avoir été influencé par Moebius. Mais en France, on n'a qu'une toute petite vision du manga, qui est juste le nom japonais de la bande dessinée et est aussi riche que la bande dessinée que l'on appelle franco-belge, avec des styles graphiques d'une grande variété. L'essay-manga par exemple, où vous trouvez des romans graphiques très proches de la non-fiction qui abordent des sujets sociétaux, est quasiment inconnu en France.

L'intégration de la culture manga à la culture française, à l'œuvre depuis trente ans, a-t-elle un impact sur la traduction du manga ?

Il y a vingt ans, il n'y avait presque pas de traducteurs de mangas et pour les éditeurs, c'était très difficile d'en trouver et aussi très difficile de juger de leur compétence. Aujourd'hui, dans pratiquement toutes les maisons qui publient du manga, il y a quelqu'un qui parle japonais et peut faire passer des tests de traduction. Les traducteurs doivent en effet connaître le Japon, la culture japonaise, mais aussi le langage populaire japonais, celui que l'on n'apprend pas à l'université. La jeune génération de traducteurs a grandi avec le manga, connaît ses codes, connaît le langage parlé. On n'a jamais aussi bien traduit je crois ! Généralement, les éditeurs ont leur propre charte de traduction, des règles autour des onomatopées par exemple, qui sont très présentes dans le langage manga.

Choisir une série manga, que ce soit pour vous en tant qu'éditeur ou pour un médiateur ou un lec-

teur, c'est faire un pari à long terme sur un seul tome. Comment gérez-vous ce risque ?

C'est tellement concurrentiel que l'on doit parfois se décider avant même la sortie du premier tome ! À chaque fois c'est un pari et on a très peu de visibilité. Mais les très longues séries sont de plus en plus rares. La norme, aujourd'hui, est plutôt autour de dix ou quinze volumes. La recherche du succès est sans doute plus compliquée et les séries courtes présentent moins de risques. Cependant, la prépublication dans un magazine reste un garde-fou très concret puisque le lectorat du journal induit des limites pour que l'auteur ne perde pas de vue l'âge de ses lecteurs : on grandit, mais pas trop. À part dans *Dragon-Ball*, où le fils a finalement pris la place du père ! Les auteurs ne disent pas toujours où ils vont, même à leur responsable éditorial. Ils ne le savent d'ailleurs pas toujours. On est vraiment dans le monde du feuilleton : l'auteur peut s'amuser à développer un personnage secondaire, faire évoluer l'intrigue dans une direction inattendue... À la façon de Balzac et Zola !

Vous semblez chez vous au Japon. Revenez-vous parfois en France ?

Dans ma mission, il y a aussi la responsabilité d'accompagner les auteurs japonais que nous publions quand ils sont invités en France. Alors je viendrai pour la prochaine Japan expo et nous aurons l'honneur d'avoir Hitori Renda, le dessinateur de la première saison de *King's game*, un de nos plus gros succès.

Shonen, un de nos premiers auteurs français, sera également présent pour la sortie de sa nouvelle série *Outlaw Players*. ●

Propos recueillis par Skype, le 9 mai 2016, 9 heures à Paris, 16 heures à Tokyo.

1. Pika édition (<http://www.pika.fr>).

2. Convention organisée par le magazine *Shonen Jump* pour promouvoir ses séries phares, avec des stands d'animation et de ventes de produits dérivés. Des auteurs ou des doubleurs de dessins animés y viennent aussi pour des séances de dédicace.

3. Chez Delcourt, on trouve plusieurs albums de BD avec un scénariste français et un dessinateur chinois. Par exemple, *Le Dieu Singe*. Sinon, en romans graphiques, il y a surtout les éditions Fei, qui sont connues pour *Le Juge Bao* ou *La Balade de Yaya* : <http://www.editions-fei.com/#!catalogue/c12wk> note de l'auteure.

4. Tremplinmangaki-oon.com