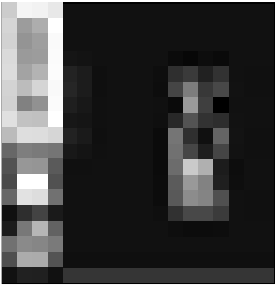
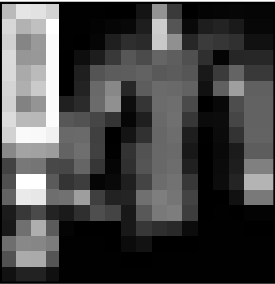


Danke für die Blumen
(cm) - Die fleißigen Songschreiber Conor Oberst und John Frusciante begrüßen ein neues Mitglied im Club, den Alt-Country Rebell Ryan Adams. Für 2005 hat Adams gleich drei Alben angekündigt. **Cold Roses** macht den Auftakt. Und kommt auch gleich als Doppelalbum daher. Den Rock'n'Roll, dem er auf der gleichnamigen Scheibe noch frönte, hat er gleich wieder in den Schrank gehängt. Dafür gibt es auf Cold Roses eine doppelte Dosis Country. Die Gitarren perlen, die Pedal Steel schluchzt und auch das Songwriting ist gepflegter als auf Adams vorherigen Veröffentlichungen. Nicht alle Songs sind Highlights, und ein einziger Silberling mit zwölf Titeln hätte eigentlich auch gereicht. Aber diese ersten Blüten wecken auf jeden Fall Vorfreude auf das, was noch kommen wird.
Ryan Adams and the Cardinals, Cold Roses, Fargo, 2005.



Traumhafte Melancholie
(eh) - Um es gleich klarzustellen: Die Frage, ob die neu veröffentlichte Scheibe **X&Y** von Coldplay an das Vorgängeralbum "A Rush of Blood to the Head" anknüpfen kann, soll an dieser Stelle nicht zur Debatte stehen. Das neue Werk - an dem die Band immerhin drei Jahre lang werkelte - zelebriert erneut Melancholie und Weltschmerz in traumhaften Arrangements: Das sind Coldplay, wie wir sie seit "Parachutes" lieben gelernt haben. Die Songs "Fix You" und "The Hardest Part" gehören zu den absoluten Höhepunkten. Ein richtiger Kracher fehlt auf den ersten Blick, dafür präsentiert sich die Scheibe ohne Durchhänger und in einer ansprechenden emotionalen Schlichtheit. Ob's ein Verkaufsschlag wird, kann man zu diesem Zeitpunkt noch nicht sagen - bei den KritikerInnen gehen die Meinungen weit auseinander. Aber eins steht jetzt schon fest: Eine Enttäuschung ist diese Platte nicht.
Coldplay, X&Y, Emi, 2005.



Vom Teufel geritten
(cm) - Lustig eigentlich: Während Coldplay vorgeworfen wird, sich mit "X&Y" nicht wirklich erneuert zu haben, müssen sich die White Stripes den Vorwurf gefallen lassen, ihren erdigen Blues-Rock zu Gunsten schludrig aufgenommener Lo-Fi-Skizzen aufgegeben zu haben. In der Tat erschließt sich **Get behind me Satan** auch beim x-ten Hören nicht. Selbst ein lauer Aufguss des großartigen Vorgängers "Elephant" könnte nicht so enttäuschend sein. "Artsy-Fartsy" nennt es der Brite: Jack und Meg White bieten reichlich Attitüde aber wenig durchdachte Songs - als hätten sich beide lediglich beim Rumprobieren mit einem billigen Kassettenrecorder aufgenommen. Was bei Bands wie Coco Rosie oder Devendra Barnhart authentisch und erfrischend klingt, wirkt bei den White Stripes lediglich ziellos. Vielleicht hat sich ihr Konzept - skurrile Texte, dynamische Melodien - nach drei Alben einfach ausgereizt.
The White Stripes, Get Behind Me Satan, XL/Beggars, 2005.

BD

La parole aux éditeurs



Démarche inhabituelle: plutôt que sur ceux qui les dessinent, le journaliste Thierry Bellefroid se penche sur ceux qui éditent les BD.

Leurs noms nous sont souvent familiers: les Delcourt, Casterman, Glénat et ainsi de suite. Le plus souvent ces éditeurs sont - comme les fans - d'abord de véritables passionnés. Mais en quoi leur travail consiste-t-il vraiment? Qui sont donc ces mordus rompus aux lois du marché? Et comment voient-ils l'avenir du 9e art?

Autant de questions que le journaliste belge Thierry Bellefroid est venu leur poser, afin de leur donner l'occasion de s'exprimer sur leur profession et le rôle qu'ils jouent dans l'art de mettre les cases dans le bon ordre. Le livre de Bellefroid, sobrement intitulé "Les éditeurs de Bande Dessinée", ne se veut ni historique, ni exhaustif puisque sur les 122 éditeurs existants en 2005, seule une petite poignée ont été interrogés. Cet ouvrage se présente simplement comme un kaléidoscope de la profession au moment où le paysage de la BD est, une fois n'est pas coutume, en pleine mutation. Après la crise des années 80, nous voilà en plein boum de la discipline. Les BD se vendent à la pelle - du moins on pourrait le croire à la vue des rayons abondamment garnis des libraires. D'ailleurs on ne compte plus le nombre de séries existantes sur le marché.

Pourtant, rare sont les Titeuf (éd. Glénat), qui peuvent se vanter de passer la barre des trois millions d'albums vendus pour l'ensemble de la série. C'est bien grâce aux bénéfices générés par leurs séries phare que les éditeurs peuvent mettre en oeuvre des projets moins "porteurs" d'un point de vue commercial. Selon Glénat, dont Titeuf représente 20%

du chiffre d'affaire, ce genre de succès permet de prendre davantage de risques en toute sérénité - tout en consolidant l'image de bonne santé de la maison. Pour la moyenne, un bon départ, lorsqu'il s'agit d'un jeune auteur, se situe au dessus des 3.000 exemplaires vendus.

Trouver son créneau

Pourtant, Glénat, comme les autres a bien dû commencer un jour. Le parcours s'avère pour certains, particulièrement délicat. Ainsi, Mourad Boudjellal des éditions Soleil, a débuté en rachetant de vieux catalogues dont personne ne voulait plus. "J'ai eu les huissiers au cul pendant des années!", assure Boudjellal. De galères en négociations auprès de ses créanciers, il s'en est fallu de peu pour que ses aventures éditoriales s'arrêtent aussi vite qu'elles avaient commencé. C'était sans compter sur deux éléments indispensables dans le métier d'éditeur: le coup de flair et l'opiniâtreté. C'est en rééditant la série "Rahan" que Soleil prendra enfin son envol vers des cieux moins orageux.

Mais, pour les amateurs de BD, ce qui compte, au final, c'est de trouver la bonne BD dans l'immensité de la production actuelle. Difficile, en effet, de retrouver les critères de qualité et d'originalité réunis dans une seule production. Trouver la bonne équation est le plus grand défi pour un éditeur. Glénat souligne le rôle quelque peu contradictoire de l'éditeur: "Pour réussir dans l'édition, il faut impérativement concilier les deux parties du cerveau: la moitié créatrice et la moitié organisationnelle. Pour un passionné, il n'est pas difficile de faire des livres, par contre, les vendre est plus compliqué". Vendre, c'est précisément la nécessité absolue. Même si aucun des éditeurs interrogés par Thierry Bellefroid n'ose soutenir qu'il vend quelquefois de la basse qualité, c'est pourtant une réalité

à laquelle sont confrontés tous les amateurs de BD quand ils cherchent la perle. A cela, la réponse la plus honnête revient à Guy Delcourt qui nous parle de ses couacs éditoriaux: "Je fais des erreurs et je trouve cela normal. Si on veut en faire moins, voire pas du tout, on ne prend plus de risques. Après tout, on n'a pas le monopole du bon goût ou du flair."

Tout réside dans ces choix qui vont faire grandir ou affaiblir une maison d'édition. La prise de risque est inévitable et les plus avant-gardistes, l'Association ou Frémok, comme les plus classiques y sont soumis. Par exemple, le manga est apparu en Europe grâce à Glénat et Soleil se maintient grâce à l'héroïc fantasy qui était loin d'être un pari gagnant à l'époque. Pour un éditeur comme Frémok, très tendance et à contre-courant, le plus difficile à admettre sont les tentatives de récupération, par les grands éditeurs, des auteurs de BD dite "indépendante". Selon Yvan Alagbé, l'une des têtes pensantes de Frémok, les auteurs indépendants édités par des grands éditeurs, le sont au prix d'importantes concessions dans leur travail. Les albums en sortent transfigurés dans leur forme, leur découpage ou leur scénarisation, tous formatés aux critères définis par la maison.

Pour Glénat, chacun a sa place dans le milieu de l'édition, les petits éditeurs étant là pour défricher le terrain: "Je trouve sain que dans la chaîne du livre, chacun ait un rôle à tenir. Si nous éditons tous les jeunes talents, ce serait la mort des petits éditeurs". Les petits ont besoin des grands et vice-versa mais le danger réside surtout dans la surproduction, passée en dix ans de 600 nouveautés à 2.500. Sachant qu'aucun éditeur n'aime arrêter une série en cours de route, personne ne semble apte à diminuer la déferlante. Sauf une bonne grosse crise du secteur ...

Séverine Rossewy



C'est pô mal: la série "Titeuf", imaginée par Zep alias Philippe Chappuis car-
tonne sur le marché de la BD. (photo: Laurent Seroussi)

"Les éditeurs de Bande Dessinée", Entretiens avec Thierry Bellefroid, éd. Niffle, 2005.