

# La série « Pokémon » a son clap de fin

Plus de 25 ans après la sortie du premier épisode, la série « Pokémon » tire sa révérence.

Après des centaines d'épisodes, Sacha, le héros, est finalement devenu le meilleur dresseur.

Mais est-ce réellement la fin ?

ZOÉ PENELLE (ST.)

Qui n'a jamais entendu parler de Pikachu, Carapuce, Bulbizarre ou encore de Salamèche ? Vingt-six ans après la diffusion du premier épisode, clap de fin pour la série *Pokémon*, aussi connue au Japon sous le nom de *Pocket Monsters*, dont l'univers, peuplé de créatures imaginaires cohabitant avec les humains, fascine petits et grands. Après avoir déjoué les mauvais tours de la Team Rocket, les antagonistes de la série, capturé et entraîné tous les Pokémon imaginables, Sacha, le héros, a fini sa quête. Accompagné de son fidèle Pikachu, Pokémon jaune à l'allure de souris, icône de la culture kawaiï, il obtient ses huit badges et devient officiellement le meilleur dresseur.

« Au Japon, ils ont toujours eu une fascination pour ce qui est kawaiï, ce qui est mignon, en gros », explique Thomas Nguyen, vendeur chez Smart Dragon Toys à Bruxelles. « Pour la petite histoire, le créateur de *Pokémon* n'y croyait pas quand il a fait son concept. Le succès est donc inattendu et a surtout démarré avec les jeux vidéo. Pour la première fois, les joueurs élèvent des monstres mignons et s'en occupent comme d'un animal. Ça a commencé sur la Game Boy et maintenant tout un univers en découle. »

**Des insectes aux petits monstres**  
L'idée émerge dans le cerveau de Satoshi Tajiri en 1990. Il lui faudra six ans pour développer *Pokémon*. Sa source d'inspiration ? Les insectes. Le créateur, que ses amis surnomment D' Bug (docteur Insecte, en français), élevait des criquets destinés à la course. « Ils me fascinaient », confie-t-il dans le livre *La Saga des jeux vidéo*. « Leur façon de se déplacer était amusante. Ils étaient bizarres. Chaque fois que j'en découvrais un, il représentait une énigme pour moi. Plus je cherchais des insectes et plus je trouvais de choses. En mettant la main dans la rivière, il arrivait que je la ressorte avec une écrevisse. » De là est créé *Pokémon*.

Satoshi Tajiri commence à travailler pour Nintendo et rencontre Shigeru Miyamoto, créateur de *Mario* et *Zelda*.

Ensemble, ils collaborent et sortent, en 1996, deux jeux vidéo sur Game Boy : *Pokémon vert* et *Pokémon rouge*. Très vite, s'ensuivent une série animée ainsi que des cartes à collectionner. Le succès sera mondial avec un impact culturel très important dans les pays où il aura été introduit, comme le Japon, les États-Unis, le Canada et plusieurs pays européens comme la France ou la Belgique.

Alors que *Pokémon* continue de séduire la planète entière, la série animée se conclut et il est temps de dire au revoir aux personnages qui ont bercé l'enfance de nombreuses générations. « Je pense qu'au bout d'un moment, il fallait tourner la page. Ceux qui ont grandi avec le dessin animé ont jusqu'à 30 ou 40 ans maintenant. Il y a eu plus de vingt saisons et le personnage de Sacha n'a jamais grandi. Quelque part, il faut passer à autre chose, c'est inévitable », raconte Thomas Nguyen. « On ne peut pas s'attacher éternellement à un héros qui ne grandit pas. Ce serait bizarre qu'à 60 ans, le héros n'ait toujours pas évolué, non ? », renchérit Ozcan Sahin, propriétaire du magasin de mangas Fenisku à Bruxelles.

Cet adieu s'est étalé sur plusieurs épisodes, faisant revenir les personnages mythiques de la série, comme Pierre et Ondine, les premiers compagnons de voyage de Sacha et Pikachu, ainsi que de nombreux Pokémon, dont les fameux Carapuce, Dracaufeu ou encore Bulbizarre. Toujours là pour jouer des mauvais tours, la Team Rocket, les « ennemis », n'a pas échappé au rendez-vous. L'événement était tel que le dernier épisode a été diffusé en direct sur les écrans géants du carrefour de Shibuya à Tokyo.

**Un business international**

Devenu incontournable, *Pokémon* aura touché différentes générations et tranches d'âge. La franchise, très lucrative, a également conquis des publics variés. Figurines, peluches, cartes ou encore pyjamas : le business est énorme. « Aujourd'hui, j'ai encore une carte dans mon portefeuille », confie Adeline, 23 ans, fan de *Pokémon*. « C'est réconfortant d'avoir des personnages non humains auxquels on s'attache. »

En 2016 sort *Pokémon Go*, un jeu de téléphone en réalité augmentée. L'objectif est de capturer un maximum de Pokémon en se baladant dans la ville. L'engouement est tel que des foules entières se ruent pour trouver les spécimens rares autour d'elles. « *Pokémon Go*, c'était un bordel. J'y ai joué un petit peu, j'avais 16 ans à l'époque. Le jeu n'était pas assez peaufiné pour qu'il dure dans le temps, mais c'était un concept de fou. Depuis, il n'y a jamais eu d'autre jeu de téléphone qui fonctionne avec le même concept », raconte Manuel, 22 ans.

Le marketing *Pokémon* se diversifie davantage au fil des années jusqu'à récemment créer une application mobile pour se brosser les dents. C'est un véritable procédé de *gamification*, explique Ingrid Poncin, professeure à la Louvain School of Management (UCLouvain), interviewée par *Le Soir* en mars dernier. « Cela consiste à utiliser une mécanique ludique dans un autre contexte que celui du jeu. Les études montrent bien que pour peu que l'on ne soit pas forcé à participer, comme cela pourrait par exemple être le cas dans le monde du travail, cela fonctionne extrêmement bien. » Concrètement, les joueurs font équipe avec leur Pokémon préféré et tentent de détruire les bactéries qui provoquent les caries. Ainsi ils sauvent les Pokémon prisonniers et ont une chance de les attraper.

« Ma fille est déjà dans l'univers *Pokémon*. Depuis peu, elle utilise une application qui est sortie pour se laver les dents. Il y a un chrono d'une minute ; pendant ce temps-là ton enfant doit se laver les dents et Pikachu l'aide à enlever les crasses. De temps en temps, quand je joue sur la Switch, ça arrive qu'elle regarde ce que je fais. Je lui ai donné quelques cartes aussi. Bon, des fausses... Je n'allais quand même pas lui donner des vraies », relate Sidney, 32 ans.

**Place à de nouveaux horizons**

Si une page se tourne, une nouvelle s'ouvre. The Pokémon Company annonce une nouvelle série animée : *Pokémon, les horizons*. Désormais, Sacha et Pikachu cèdent leur place à Liko et Roy, présentés comme « la fille au pendentif stupéfiant » et « le garçon à la Poké Ball mystérieuse ». Les deux protagonistes auront chacun une quête personnelle. Liko partira à la recherche de connaissances alors que Roy, davantage téméraire, aura pour but d'affronter le plus de Pokémon possible ainsi que de remporter un maximum de défis. Friede, un nouveau professeur, sera de la partie ainsi que l'éternel Pikachu, remastérisé.

« Selon moi, Nintendo a fait un choix



Pour la fin de la série, certains personnages mythiques de la série, comme Pierre et Ondine, premiers compagnons de Sacha, sont revenus. © THE POKÉMON COMPANY

Il y a eu plus de vingt saisons et le personnage de Sacha n'a jamais grandi. Il faut passer à autre chose, c'est inévitable

Thomas Nguyen  
Vendeur chez Smart Dragon Toys

”

intelligent. Finalement, les plus jeunes ne vont plus grandir avec Sacha mais avec d'autres héros. Nous, l'ancienne génération, on se détache un peu de la suite et on se rappellera le premier héros, mais maintenant la nouvelle génération prend le relais », témoigne Manuel. « Je ne crois pas que ce soit une mauvaise chose cette nouvelle série, mais j'ai l'impression que toutes les dernières sorties ne sont que des suites et des mix de tout ce qui a déjà existé. Par profit, les gens vont toujours continuer avec la même recette », nuance Adeline.

Malgré les avis qui divergent, un premier épisode spécial d'une heure marquera le début de la nouvelle série. Il sera diffusé le 14 avril prochain au Japon et sera disponible en Belgique un peu plus tard.

20014101

**SPÉCIAL DESIGN SAMEDI 15/04**

**SO SOIR**

TENDANCES / Toutes les nouveautés printemps - Salon de Milan

COUTURIERS, ARCHITECTES, ARTISTES  
**LES NOUVEAUX VISAGES DU DESIGN**

PRATIQUE / À quoi ça sert un architecte d'intérieur ?

DURABILITÉ / 3 designers qui suivent de nouvelles pistes

ÉVADONS-NOUS DE NOTRE QUOTIDIEN / 15 | 94 | 33 | 317

**SO**  
SOIR

**ÉVADONS-NOUS DE NOTRE QUOTIDIEN.**

S'informer ? C'est primordial. S'évader, ça fait du bien aussi. Alors après avoir repensé votre quotidien avec Le Soir, offrez-vous un moment d'évasion avec votre So Soir.

Rendez-vous chaque week-end dans votre journal et tous les jours sur [sosoir.be](http://sosoir.be)

**LE SOIR**  
Repensons notre quotidien