

Émergence et soutien de la relève en bande dessinée au Québec
État des lieux présenté par Front Froid



Qui sommes-nous?

Front Froid est un organisme à but non lucratif qui, depuis avril 2007, travaille activement à faire la promotion et la diffusion de la relève en bande dessinée québécoise.

En plus d'être présent au sein de plusieurs groupes voués à la défense de la culture au Québec, comme Culture Montréal, notre organisme a su rapidement entrer en contact direct avec le milieu du neuvième art. Grâce à la publication d'un recueil annuel qui rassemble des artistes de la relève, Front Froid a tissé des liens solides avec plusieurs artistes du milieu, avec des partenaires d'affaires, tel que Diffusion Hachette Canada, le Salon du livre de Québec, la Galerie Attakus, la librairie Planète BD, mais aussi avec plusieurs médias spécialisés en bande dessinée.

Nous n'avons pas la prétention de représenter l'ensemble des acteurs ci-haut mentionnés, mais nous considérons que notre expérience et notre positionnement au sein du marché, bien que récent, nous donnent une perspective relativement éclairée et synthétique du milieu de la bande dessinée au Québec.

Nous nous adressons à vous dans le but de vous faire part d'une situation préoccupante, qui se dessine progressivement au sein du milieu économique et jeune du Québec. Pour nous, la culture est un monde qui ne peut être pris séparément du développement des jeunes, et la bande dessinée, avec la musique, est un des secteurs culturels dont ils sont les plus proches, autant du point de vue des consommateurs que des créateurs. Ignorer la culture des jeunes revient à ignorer l'expression des jeunes.

L'état actuel du milieu

Un milieu en pleine expansion, mais précaire

Depuis bientôt deux ans, le milieu de la bande dessinée au Québec connaît un essor sans précédent. Comme en témoignent les récents succès de librairie tels que la série « Paul », de Michel Rabagliati, ou, de façon plus générale, le nombre grandissant de titres qui paraissent aux éditions de La Pastèque et Mécanique générale, les lecteurs québécois s'intéressent de plus en plus aux productions de B.D. locales. On remarque aussi que les médias ont progressivement développé un intérêt pour le neuvième art, n'hésitant pas à décrire la période d'effervescence actuelle comme étant un « âge d'or » (pour plus d'informations, consultez l'annexe 1.1). Du côté de la relève, plusieurs blogues d'auteurs sont d'ailleurs très consultés et constituent littéralement une nouvelle manière pour les jeunes artistes de se faire connaître et, éventuellement, de se faire publier par des maisons d'édition.

Sur une note à la fois heureuse et problématique, une grande partie des artistes établis, quant à eux, se tournent vers les marchés américains et français, attirés par des perspectives économiques beaucoup plus avantageuses. Le fait est que même si le marché québécois est en expansion, il n'est pas encore assez développé pour soutenir pleinement la créativité québécoise. Ce marché doit, de surcroît, faire compétition aux productions étrangères qui sont déjà bien représentées en librairie. (Pour plus d'informations concernant le marché de la B.D au Québec, consultez l'annexe 1.2)

Suite à ces constatations, on peut conclure que le marché de la B.D. au Québec se porte plutôt bien. Toutefois, nous tenons à diriger votre attention sur la situation économique qui se met actuellement en place; faute d'infrastructures éditoriales adéquates, plusieurs artistes québécois sont obligés d'exporter leurs talents chez des éditeurs étrangers.

De jeunes artistes aux besoins particuliers

Concentrons-nous, maintenant, sur la situation particulière de la relève. Réaliser une bande dessinée demande une charge de travail considérable. Un album complet peut prendre plus d'un an de travail à temps plein. Il va sans dire qu'il est impossible pour un jeune créateur de mettre autant de temps sur son travail, considérant qu'il doit, simultanément, subvenir à ses besoins (sans compter que certains sont encore aux études). Il existe évidemment des programmes de subvention destinés à la recherche et à la création, et les éditeurs offrent souvent des avances monétaires à leurs auteurs.

Toutefois, dans le cas d'un auteur n'ayant jamais publié, ces options ne peuvent malheureusement pas être considérées. Pour qu'une subvention soit accordée, l'artiste doit soit avoir déjà publié une œuvre, soit avoir une certaine réputation dans le milieu, et préparer une soumission professionnelle sans en avoir nécessairement l'expérience. Dans l'éventualité où son projet serait accepté, les avances – que les éditeurs québécois n'accordent habituellement pas – ne sont souvent pas assez importantes pour qu'il puisse subvenir à ses besoins lors de la période de création. Le jeune auteur de bande dessinée, comme n'importe quel artiste qui débute dans son domaine, se voit donc plus souvent qu'autrement contraint de fourbir ses armes.

Une relève créative, mais peu encadrée et souvent découragée

La relève a d'ailleurs trouvé plusieurs moyens très imaginatifs pour atteindre ses objectifs. Nous l'avons mentionné plus haut, un nombre considérable de blogues ont fait leur apparition au cours des dernières années (pour plus d'information, consulter l'annexe 1.3). Ces petits sites web, d'une convivialité inégalée, permettent aux auteurs de diffuser leurs œuvres à faible coup et de récolter, souvent pour la première fois, une opinion sur leur travail provenant du public. Malheureusement, ce type de diffusion n'est pas officiellement reconnu par les organismes subventionnaires comme se qualifiant à titre de « première publication ».

Ancrées dans la culture québécoise depuis plus de quarante ans, des publications artisanales, communément appelées « fanzines », sont aussi un très bon moyen pour les jeunes auteurs de se familiariser avec le milieu. Ces publications sont en fait des recueils de Bandes dessinées imprimés à l'aide de photocopieuses de bureaux, et brochés à la main. En plus de nécessiter une moins grande quantité de travail que la publication d'un album, le fanzine permet à l'artiste de se familiariser avec les contraintes du monde de l'édition - comme la mise en page et les dates de remise. Deux fanzines d'importance sont actuellement en circulation, soit Mensuhell dans la région de Montréal, et Le Bob, dans la région de Québec. On remarque également que de nouveaux groupes sont peu à peu en train de voir le jour, tel que Cochon Lunaire. Mais une fois de plus, la reconnaissance n'est malheureusement pas au rendez-vous. Faute de subventions, les éditeurs de fanzines ne peuvent se permettre de payer leurs auteurs, et le prix à l'unité de chaque fascicule peine à rembourser son impression.

La perspective d'avoir à se plier aux exigences des marchés étrangers pour vivre de son art, combiné au fait que les premières années de pratique dans le milieu sont remplies de compromis, de problèmes financiers et d'absence de reconnaissance, n'est ainsi rien pour encourager la relève à persévérer dans le domaine.

Une vision d'avenir pour le neuvième art québécois

L'engouement actuel des éditeurs pour la BD québécoise est le bienvenu. Il permet à certains artistes d'ici de se faire connaître à l'étranger, et de gagner un salaire décent. On ne peut toutefois pas bâtir une industrie locale sur ce genre de demande étrangère, qui peut très bien diminuer au cours des prochaines années. Le Québec regorge de talents, mais il faut s'assurer que ces talents ne meurent pas dans l'œuf. C'est pourquoi nous croyons plus que nécessaire que des mesures soient prises afin de reconnaître davantage la relève, et de favoriser son développement ici, au Québec.

De quelle manière la stratégie d'action jeunesse peut-elle apporter son aide aux jeunes créateurs?

Un petit pas pour les blogues, un grand pas pour l'artiste

Les « blogueurs » ont besoin d'être reconnus par un organisme subventionnaire. Une bourse offerte annuellement à un blogueur faisant de la BD pourrait être une façon de donner une certaine légitimité et un support financier à la relève et aux arts émergents.

Les fanzines; allier émergence et entrepreneuriat

Les éditeurs de fanzines gèrent déjà des petites entreprises. Production, vente, publicité, tous les éléments sont déjà assurés par ces organisations. Toutefois, les exigences des organismes qui subventionnent le monde du livre en général ne sont pas pensées pour ce type de publications artisanales. Un programme fait sur mesure pour aider les éditeurs de fanzines à supporter leurs auteurs pourrait être mis sur pied, et ce, sans engendrer des coûts élevés. Ce genre de mesure favoriserait aussi, à long terme, l'émergence de maisons d'édition, qui auraient ainsi éventuellement l'occasion de migrer vers le système de subventions traditionnelles destiné à l'édition.

« Outiller la relève artistique »; un bon coup qui doit durer

Il faut souligner l'audace du Conseil des arts et lettres du Québec (CALQ), de la conférence régionale des élus de Montréal (CRÉ), et du Forum Jeunesse de l'île de Montréal, qui, par l'intermédiaire du programme Outiller la relève artistique montréalaise (ORAM), financent depuis 2005 des projets qui visent à soutenir des initiatives issues de la relève artistique. Ce programme pourrait, selon toute logique, servir à soutenir des milieux comme celui du fanzine. Il est donc primordial que ce genre de programme soit perpétué dans le temps, afin de consolider un marché mais aussi une pratique artistique encore en développement.

Conclusion

Nous sommes conscients que la stratégie d'action jeunesse a déjà plusieurs secteurs d'activité importants à soutenir. Toutefois, pour toutes les raisons que nous avons abordées plus haut, et compte tenu de la conjoncture politique, nous croyons fermement que le secrétariat à la jeunesse saura travailler au développement de la culture réalisée pour et par les jeunes, un des éléments centraux de l'identité québécoise et de notre économie changeante.

Signataires

Laurent Boutin, Montréal, Librairie Planète BD

Olivier Carpentier, Montréal, Bédéiste

Marie-Hélène Croteau, Montréal, Vice-Présidente, Front Froid

Mira Falardeau, Québec, Auteure du livre « Histoire de la Bande dessinée au Québec »

Gautier Langevin, Montréal, Directeur général, Front Froid

Jonathan Plamondon, Montréal, Président, Front Froid

Joel Sim, Québec, Rédacteur en chef, Journal Le Bob

Annexes

Considérant que pour régler un problème, il ne suffit pas de l'aborder comme une situation indépendante, mais bien comme une partie d'un tout, qui peut souvent amener des pistes de résolution, nous croyons pertinent de faire un portrait plus large, à l'aide d'annexes informatives, de la situation de la bande dessinée québécoise. De plus, la nature même d'une pratique émergente est d'aspirer à faire partie d'un milieu institutionnalisé. Il incombe donc de connaître adéquatement ledit milieu auquel ces pratiques aspirent.

Annexe 1.1

L'âge d'or de la bande dessinée québécoise

Source : Philippe Sauvagnargues, de l'agence France-Presse, journal La Presse

«On est en train de vivre un âge d'or de la BD», estime François Mayeux, conseiller en BD, conférencier et copropriétaire de Planète BD, une librairie consacrée au «9e Art», qui vient d'ouvrir ses portes à Montréal.

«Il y a une vingtaine d'années quand j'ai commencé dans ce milieu, je m'entendais régulièrement dire: «tu lis encore de la BD à ton âge», comme si c'était quelque chose de malsain», explique-t-il à l'AFP.

«Mais ces préjugés sont maintenant tombés et l'on assiste actuellement à un bouillonnement».

Ce tournant est dû en partie à de nouveaux auteurs québécois, dont Maryse Dubuc et Marc Delafontaine - alias Delaf-Dubuc - constituent l'exemple le plus éclatant. Ce jeune couple qui vit près de Sherbrooke, à quelque 130 km de Montréal, est l'auteur des Nombriels, une série «jeunesse» qui connaît un gros succès en Europe et des tirages remarquables.

Selon la maison d'édition Dupuis qui les publie, les deux premiers albums de la série se sont vendus à 100 000 exemplaires et le troisième sorti il y a un peu plus de deux mois en est déjà à 88 000 exemplaires.

Au Québec, son distributeur a vendu près de 20 000 copies du numéro trois de la série et espère arriver à 30 000, un score exceptionnel, note Raynald St-Hilaire spécialiste de distribution de la BD depuis 25 ans.

«C'est la première fois que je vois ça», dit-il, soulignant que le Québec est un petit marché où le tirage moyen d'un roman est de 1000 exemplaires et où on commence à parler de best-seller à 5000.

Les Nombriels mettent en scène deux chipies adolescentes et leur amie souffre-douleur. «On avait envie d'utiliser un humour mordant pour parler de l'adolescence avec ses cruautés, ses difficultés et ses angoisses», confie Maryse Dubuc, la scénariste de la série, «c'est un bon défouloir».

«On vit une période très excitante. On commence à avoir une communauté d'auteurs au Québec ce qui est nouveau», dit-elle, expliquant qu'il y a actuellement une quinzaine d'auteurs québécois publiés en Europe, pour la plupart des dessinateurs travaillant avec des scénaristes européens dans la BD historique ou fantastique.

Au Québec, la diversification vers la BD d'auteur a d'autre part contribué à rendre le genre plus populaire, attirant aussi des lectrices, relève François Mayeux. Il en veut pour preuve le succès d'un auteur publié et lu principalement dans la province francophone, Michel Rabagliati, avec sa série Paul, sorte «d'autobiographie mâtinée de fiction» dans laquelle les Québécois peuvent se retrouver.

«Ce qui fait son succès, c'est que les gens se reconnaissent dans Paul», juge l'auteur, confiant à l'AFP qu'il fait de la BD depuis 10 ans, mais «arrive encore à peine à en vivre».

Ses oeuvres se vendent pourtant autour de 10 000 exemplaires chacune, une très belle performance au Québec. Il est édité par une petite maison d'édition alternative spécialisée dans la BD, La Pastèque, qui fête son dixième anniversaire cette année et dispose maintenant d'un catalogue de quelque 60 titres.

Le Québec abrite aussi des auteurs français célèbres, Régis Loisel et Jean-Louis Tripp, qui se sont installés dans la Belle Province où ils ont réalisé une série intitulée Magasin général, chronique paysanne attachante du Québec des années 1920, à cent lieues de la BD d'aventure fantastique.

Mais pour Raynald St-Hilaire, le phénomène nouveau c'est qu'il y a actuellement en Europe une «ouverture» pour les auteurs québécois. «À l'heure actuelle, les principaux éditeurs européens sont à la recherche de leur auteur québécois», dit-il.

Annexe 1.2

Le marché de la B.D. au Québec

Les données concernant les ventes de livres étant très difficiles à obtenir, compte tenu de la timidité des distributeurs et des éditeurs à divulguer leurs chiffres d'affaires, et de l'absence d'études effectuées exclusivement sur le marché de la BD au Québec, il faut se rabattre sur l'avis d'intervenants du milieu. Selon Raynald St-Hilaire, représentant chez Diffusion du livre Mirabel, un des plus gros distributeurs de BD au Québec, on peut constater une progression.

Chez les éditeurs européens, cette progression a notamment permis de diversifier les genres, les formats et les nationalités des auteurs. M. St-Hilaire explique que « les grosses maisons d'édition européennes ont vite réagi à l'émergence de différents lectorats», s'arrachant les droits de traduction des grands vendeurs étrangers et recrutant les auteurs révélés par des labels indépendants, tels que L'Association, Cornélius, Ego

comme X et Atrabile. Bien des bédéistes québécois ont ainsi été « repêchés » par les grands éditeurs européens.

Malgré l'essor de la BD, les maisons d'édition québécoises ont très peu diversifié leurs publications, se campant dans la publication de BD d'auteurs, littérature qui reste souvent inaccessible et marginale, comme le cas de la maison d'édition la plus prolifique au Québec, Mécanique Générale : « (...) *les tirages de la maison, même s'ils demeurent modestes, ne s'épuisent pas au Québec. Ici, quand tu vends 1000 copies, tu te tapes dans les mains* », confie Jimmy Beaulieu, auteur et directeur de la maison Mécanique Générale.

Mécanique générale, La Pastèque et L'Oie de Cravan offrent donc toutes une BD dite alternative, avec une vision plus artistique que commerciale. Le créneau commercial n'est pas développé, bien que quelques maisons d'édition généralistes (Les Éditions Logiques, Soulières, Trois-Pistoles, Boréal avec sa filiale « Kami-Case ») publient occasionnellement des bandes dessinées. Seul les 400 Coups, anciennement mieux connus sous le nom de Mille-Îles, proposent de la BD jeunesse ou quelques BD de genres.

À titre indicatif, M. St-Hilaire soulignait les ventes québécoises suivantes pour différents albums au cours des années 2006 et 2007 qui, bien que faisant état de grands classiques voués à une vente de masse, indiquent également le potentiel du marché :

- 150 000 Astérix pour chaque parution
- 75 000 du dernier Lucky Luke
- 25 000 de l'album les Nombrils
- Entre 8000 et 12 000 de Magasin général, chez Casterman.

Bref, malgré une très faible offre à potentiel commercial de la part des éditeurs québécois, une très grande demande est présente pour des produits plus accessibles. Présentement, cette demande est exclusivement comblée par les éditeurs européens.

Tendances du marché

Le 18 mai 2006, le géant de l'édition de bande dessinée Glénat, annonçait qu'il se préparait à ouvrir une succursale dans la région de Québec. Radio-Canada, qui couvrit la nouvelle, décrivait la situation ainsi:

La popularité de la bande dessinée est en expansion au Québec, à un point tel que l'éditeur français Glénat envisage d'ouvrir une succursale au Québec dans les mois qui viennent.

Le quotidien *Le Devoir* rapporte jeudi que l'éditeur souhaite mieux s'installer de ce côté-ci de l'Atlantique, mais aussi être plus facilement en contact avec les talents qui peuvent émerger dans ce domaine au Québec.¹

Plus récemment, à l'occasion du soixantième anniversaire des éditions du Lombard, Yves Sente, le directeur éditorial de l'entreprise, avouait au quotidien *La Presse* que :

« La piste du Québec va être beaucoup plus explorée dans les années à venir. Les dessinateurs québécois qui vont acquérir du succès à l'internationale de la bande dessinée vont servir de locomotives et d'exemples pour ceux qui auront envie d'en faire une carrière. »²

Malgré la stagnation du marché du livre, on constate que le milieu de la bande dessinée québécoise est en expansion progressive. Bien que peu nombreux, certains artistes comme Michel Rabagliati (série Paul, aux éditions La Pastèque), réussissent à vivre de leur art au Québec. Toutefois, la majorité des talents québécois sont encore obligés de faire affaire avec des éditeurs étrangers pour subvenir à leurs besoins. L'initiative de

¹ Radio-Canada. <http://www.radio-canada.ca/arts-spectacles/livres/2006/05/18/001-glenat.asp>

² *La Presse*. Cahier lecture p.3, édition du 22 juillet 2007.

Glénat et du Lombard est donc toute naturelle dans ce contexte de précarité. Bien sûr, c'est une bonne nouvelle pour les artistes, mais celle-ci pourrait se transformer en menace pour l'avenir du marché québécois, lorsqu'on la considère d'un point de vue économique. Si d'autres éditeurs français décident de faire de même, on peut craindre une fuite des capitaux, mais aussi une fuite de la relève encore plus importante...

Annexe 1.3

Les blogues B.D. au Québec

Quelques exemples de blogues d'auteurs :

- Zviane : <http://www.zviane.com/>
- Leif Tande : <http://leiftande.blogspot.com/>
- Sébastien Rivest : <http://lacomediepathetique.wordpress.com/>
- Iris Boudreau : <http://monsieurleblog.canalblog.com/>