

Des bédéistes à la conquête du marché touristique

LA FABULEUSE AVENTURE DE 2 GARS DES ÎLES



Ça, c'est Théophile, le bleuet du Saguenay.

Et voici Dagobert, un placoteux de Québec, et son pote madelinot, Nicéphore

Hugues Poirier et Jean-François Gaudet ont eu l'idée de réaliser une série de bandes dessinées à saveur touristique. Leur succès a dépassé leurs rêves les plus fous! L'entreprise des deux amis, Le Vent qui vente, offre un produit coloré qui célèbre les beautés des régions du Québec.

PAR LISE GIGUÈRE / PHOTO VALÉRIE BLUM

Il était une fois deux gars des Îles-de-la-Madeleine... Comment le véritable conte de fées des bédéistes Jean-François Gaudet et Hugues Poirier pourrait-il commencer autrement? Les vapeurs d'alcool ont maintes fois bouleversé la vie des gens, mais rarement les conséquences ont été aussi positives. Un jour, pour souligner le retour de voyage de son "vieux" chum Hugues, Jean-François l'a invité à célébrer autour d'une bonne bière (euh... plus d'une, en fait!). Le concepteur-rédacteur en publicité

Jean-François Gaudet et l'architecte Hugues Poirier avaient ce qu'il fallait pour se lancer dans l'aventure de la B.D. Fouettés par les embûches, les deux amis ne se sont pas laissés décourager par les "spécialistes" et ont mené leur projet à terme, avec succès. Ce qui leur fait dire aujourd'hui que leur "brosse" a été la plus payante de leur vie! **Si vous nous parliez un peu de cette "brosse"?** **J.F.G.:** Hugues est allé travailler en Asie pendant deux ans comme architecte. À l'été 2003, on a pris une bière pour fêter son retour.

De fil en aiguille, on a parlé des piètres souvenirs qui étaient vendus aux touristes des Îles: les t-shirts, les petits phoques en poil faits en Chine... On se demandait quel autre souvenir on pourrait leur proposer. C'est là qu'est venue l'idée d'une bande dessinée. Le lendemain, j'ai commencé par m'informer des coûts, mais j'ai vite déchanté.

Pourquoi?

H.P.G.: Les maisons d'édition nous suggéraient de faire imprimer notre produit en noir et blanc chez Bureau en gros, puis d'essayer d'en vendre 100 exemplaires; ensuite, on pouvait les rappeler. Nous, on voulait offrir un produit de type Astérix ou Tintin.

Ça ne vous a pas découragés?

J.F.G.: Ça nous a plutôt motivés. Comme on n'avait pas d'argent, on a fait le tour des entreprises touristiques et, en échange d'une contribution, on plaçait leur logo en bas des pages. On leur assurait aussi un droit de vente et on leur remettait 5 \$ par album vendu. Les commerçants des Îles ont été fantastiques. Ils nous ont fait confiance, sans même savoir à quoi ressemblerait le produit fini.

Combien de B.D. avez-vous imprimées?

Notre imprimeur, Litho Mille-Îles Ltée, à Laval, a bien tenté de nous convaincre, même si c'était moins payant pour lui, de n'imprimer que 300 ou 400 exemplaires, mais on en voulait 2 000. On se disait que, s'il fallait 10 ans pour les écouler, ce ne serait pas si grave. Au moins, ç'aurait été une belle expérience.

Comment a-t-on accueilli votre bébé?

En juillet, on a organisé un petit lancement au bar Le Central, aux Îles. On espérait vendre quelques albums en prenant une bière avec ceux qui nous avaient encouragés. Finalement, on a signé des dédicaces, de 16 h 45 à 21 h, sans même pouvoir boire une seule bière! Durant cette première soirée, on a vendu près de 300 exemplaires. Dix jours plus tard, il a fallu retourner en réimpression, car les commerces en manquaient. On en a imprimé 2 000 autres.

Et c'est là qu'est venue l'idée d'une collection...

En fait, on n'a pas vraiment pensé à une collection, mais on s'est dit qu'on pouvait "récidiver" avec une autre région. On a choisi le Saguenay pour la beauté du territoire, le sentiment d'appartenance des habitants — qui s'apparente à celui des Îles —, l'histoire, les personnalités colorées, l'accent, sans oublier que c'est une région touristique très populaire et un endroit cible, où les compagnies «testent» leurs produits.

Comment avez-vous été accueillis?

Ç'a été plus difficile qu'aux Îles, bien sûr, mais on avait *Les aventures de Nicéphore* comme carte de visite. On a donc pu trouver le financement et, avant le début de la saison touristique 2004 au Saguenay, on y a livré 6 000 exemplaires des *Aventures de Théophile*.

Vous dites 6 000 exemplaires?

J.F.G.: Je me souviens que, lorsqu'on a traversé le parc avec les albums empilés dans le camion, j'ai dit à Hugo: "On est fous!" C'était d'autant plus risqué qu'on ne pouvait pas être sur place comme on l'aurait voulu. Mais, encore une fois, ç'a été un succès.

Puis ç'a été Québec, en 2005...

J.F.G.: Nous avons habité une dizaine d'années à Québec, pendant

nos études. On connaissait donc bien la Capitale et le coin. Malheureusement, l'album *Les aventures de Dagobert* n'est sorti qu'en août, ce qui est un peu tard pour la saison touristique. Et puis, certains endroits l'ont refusé parce qu'on ne l'avait pas fait en anglais. La traduction est maintenant terminée et l'album sortira cet été en même temps qu'un autre sur Charlevoix.

Ce seront les aventures de quel personnage, cette fois-ci?

Il faut un nom ancien, bien identifié à la région ou à des lieux géographiques, comme l'Anse-à-Théophile, dans le Saguenay. Dans Charlevoix, il y a la Montagne-à-Philémon; ça pourrait donc être ça. En plus, le prénom doit comporter de six à huit lettres, pour que le graphisme de chaque album soit semblable.

Quelle part faites-vous à l'histoire de la région dans vos B.D.?

J.F.G.: On essaie de mettre en lumière les choses importantes qui se sont passées ou qui se passent dans la région, ainsi que les différentes saisons, mais ça ne se passe pas à une période précise. C'est intemporel. Hugues doit intégrer les références incontournables (Château Frontenac, Bonhomme Carnaval, la Petite Maison blanche) tandis que moi, je dois pouvoir placer certaines expressions. C'est vraiment un travail de collaboration.

Faites-vous vérifier vos écrits?

On fait toujours appel à des personnes ressources, pour demeurer le plus près de la réalité, mais aussi pour ne froisser personne. On aime bien faire des clin d'œil, souligner les petites manies, mais on ne veut surtout pas aller trop loin.

Où trouve-t-on vos B.D.?

Uniquement dans les régions décrites par les albums. On se fait une fierté de dire que les 20 000 albums ont presque été vendus un par un. On a signé beaucoup de dédicaces, on a donné beaucoup de poignées de main, et c'est nous qui les avons apportés dans les commerces. Mais il va bientôt falloir prendre une nouvelle direction parce qu'on commence à avoir des demandes pour toute la collection. En fait, on est dépassés par notre succès!

Prévoyez-vous parler des autres régions du Québec?

On veut toutes les faire. On aimerait même publier deux albums par année, mais ça demande beaucoup de temps. Alors, si, dans certaines régions, des gens sont intéressés, ils peuvent communiquer avec nous. Ça rendrait sans doute les choses plus faciles. **DH**



Pour communiquer avec Hugues et Jean-François ou encore pour commander leurs ouvrages: www.leventquivente.com

"LES MADELINOTS ONT ÉTÉ FANTASTIQUES. ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE, SANS MÊME SAVOIR À QUOI RESSEMBLERAIT LE PRODUIT FINI."