

Le Nouvelliste

[Accueil](#) » [Le Nouvelliste](#) » Texte complet

Le mercredi 13 juin 2007

La Mauricie en bande dessinée



Les éditions *Le vent qui vire* n'en sont pas à leur première expérience de bande dessinée consacrée à une région avec leur album sur la Mauricie. Et chacune des expériences a fait naître un héros régional. De gauche à droite, on retrouve Stanislas, héros de la Mauricie, Philémond, de Charlevoix, Théophile, du Saguenay-Lac Saint-Jean, Dagobert, de Québec et Néciphore, des Îles-de-la-Madeleine.

François Houde

Le Nouvelliste
Trois-Rivières

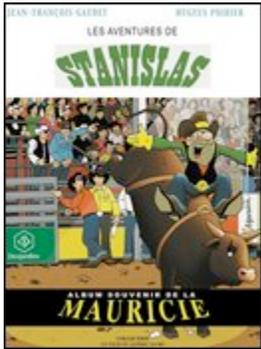
Un duo d'intrépides Madelinots ont en main un succès d'édition exceptionnel pour le marché québécois et c'est très bientôt la Mauricie qui en profitera. Jean-François Gaudet et Hugues Poirier ont créé la collection "Le tour du Québec en BD". Leur prochain album portera sur la Mauricie et devrait être en vente d'ici la fin juin.

Il importe de s'arrêter plus longuement au concept, aussi innovateur qu'intéressant. D'abord, il s'agit d'un outil de promotion

destiné, à l'origine, à la clientèle touristique des régions visées.

Dans un album de 40 pages, consacré à un personnage, celui de la Mauricie s'appelle Stanislas, on raconte l'équivalent d'une histoire par mois de l'année concernant cette région. Des histoires documentées sorties des légendes ou des faits historiques et géographiques qui caractérisent la région.

Comme le concept est né de l'esprit aventureux de deux gars qui ne viennent nullement du monde de l'édition, ils ont pensé à faire collaborer des entreprises de la région hôte en leur offrant une visibilité grâce à un espace publicitaire au bas des pages de l'album.



Ce partenariat financier est ce qui leur permet, dès le départ, de défrayer les coûts de production de l'album dont ils assurent eux-même l'aspect créatif ainsi que les différentes étapes de l'édition.

L'album est alors mis en vente dans la région surtout auprès de différents intervenants liés au monde du tourisme mais aussi auprès de divers commerçants locaux. Ceux-ci deviennent dépositaires des albums laissés en consigne ce qui signifie qu'ils ne prennent

aucun risque financier et qu'ils peuvent, en plus, récolter 5 \$ pour chaque album vendu au coût de 20 \$.

Pour l'album de la Mauricie, intitulé "Les aventures de Stanislas", les aventures concernent la Haute-Mauricie, le temps des sucres, une excursion de pêche au Réservoir Gouin, une autre à Sainte-Anne-de-la-Pérade, une visite électrisante à Shawinigan, les bûcherons à Grandes-Piles, une demande en mariage qui mène à la prison de Trois-Rivières, la course de canots sur la Saint-Maurice, le festival western de Saint-Tite, le festival de poésie, etc.

L'album compte aussi systématiquement un glossaire des régionalismes les plus connus, deux pages de présentation sur la région et une recette de cuisine typique ce qui porte l'album à 40 pages.

Les deux maîtres d'oeuvre ont passé deux mois à potasser une vingtaine d'ouvrages sur la Mauricie et deux autres mois sur le terrain à visiter les diverses attractions touristiques de la région en plus de rencontrer de multiples intervenants dont la direction de l'association touristique régionale. Ils ont mis six mois à dessiner l'album.

Au moment de sa sortie, on prévoit une première impression entre 4000 et 4500 albums. Au départ, il est déjà acquis qu'il y en a 1000 qui vont être vendus aux Îles-de-la-Madeleine, la région d'origine des deux auteurs et celle qui a fait l'objet de leur premier opus.

Or, le succès a été tel que de nombreux fans veulent se procurer chacun des 12 albums que comptera la collection. Déjà, l'opération a été faite avec succès au Saguenay-Lac-Saint-Jean, à Québec et dans Charlevoix en plus des Îles. Une région est visée à chaque année.

Un coup de coeur

"On a eu un coup de coeur pour la Mauricie à cause notamment des similarités qu'on a trouvées avec les Îles-

de-la-Madeleine, d'expliquer Jean-François Gaudet. Ce sont deux régions tournées vers l'eau. De plus, la facilité de contact avec les gens a été exceptionnelle. L'attitude des intervenants et des organismes de tourisme a été un facteur déterminant dans notre choix. Ils nous ont beaucoup facilité la tâche."

Si le principe premier est de rejoindre les touristes avec un album qui se veut un beau souvenir de la région visitée, la pratique démontre que 50 % des albums sont achetés par les gens de la région touchée et l'autre 50 %, par les visiteurs.

"On a eu un kiosque au Festival western de Saint-Tite au cours des deux dernières années et la réaction a été excellente, de poursuivre l'auteur. En plus, on a pu constater que l'album mauricien est très attendu."

Depuis les débuts de l'entreprise, en 2003, plus de 30 000 albums ont été vendus, un succès extraordinaire dans le contexte de la bande dessinée québécoise.

Pour l'instant, les concepteurs ne peuvent que survivre grâce à leur collection mais les perspectives d'avenir sont plus que prometteuses, puisque le concept intéresse déjà plusieurs villes, d'autres pays, que l'album de la région de Québec a fait l'objet d'une traduction en anglais et que les deux auteurs rêvent de créer des dessins animés d'une trentaine de minutes par région reprenant le même concept.
