

Le samedi 01 déc 2007

## Faire le tour du Québec en bandes dessinées



Chaque BD de Jean-François Gaudet et Hugues Poirier présente de courtes histoires qui, une fois mises bout à bout, résument les principales activités touristiques d'une région sur une année complète.  
*Le Soleil, Raynald Lavoie*

### Anne-Marie Labbé

Le Soleil

Collaboration spéciale

**Deux jeunes créateurs des Îles-de-la-Madeleine se sont donnés comme mission de faire découvrir les régions du Québec sous un angle original. Leur audace a été récompensée avec la vente de plus de 35 000 albums de la collection Le tour du Québec en BD.**

La collection de bandes dessinées illustrant différentes régions du Québec a vu le jour en 2003 avec la parution d'un premier numéro sur les Îles-de-la-Madeleine, Les Aventures de Néciphore. Cette première réalisation du scénariste Jean-François Gaudet et de l'illustrateur Hugues Poirier s'est envolée comme des petits pains chauds et les 2000 copies imprimées se sont vendues en 10 jours.

Au cours des cinq dernières années, les concepteurs ont créé leur compagnie, Le Vent qui vente, et publié une BD par année. Chaque numéro nous fait découvrir une région au travers des aventures de Néciphore, Théophile, Dagobert, Philémon et Stanislas. Tous cousins, ils nous entraînent à la découverte de la région dont ils sont originaires, soit les Îles-de-la-Madeleine, le Saguenay-Lac-St-Jean, la ville de Québec, Charlevoix, puis la Mauricie.

Chaque BD présente une série de courtes histoires de deux pages qui, mises bout à bout, résument les principales activités touristiques d'une région sur une année complète. Conçues pour un large public et visant autant les jeunes que les adultes, les BD sont teintées d'humour et les personnages empruntent volontairement un aspect parfois caricatural.

Le numéro sur la ville de Québec inclut des références à la rivalité Canadiens-Nordiques, au culte des abris à neige, à l'Hôtel de glace, au Carnaval et fait revivre René Lévesque et Félix Leclerc. Certains clins d'œil ne seront compris que par les résidents de la ville, telle l'image montrant les défuntes bretelles de l'autoroute Dufferin-Montmorency avec la précision du style architectural représenté : «erreur de jugement du modernisme».

## **Invitation à voyager**

«Nous sommes des bédéistes par accident, précise Hugues Poirier, architecte de formation. Notre humour est sans prétention. On ne vise pas la BD parfaite, on veut seulement donner le goût aux gens d'en savoir plus sur une région.»

La motivation première des concepteurs de la collection est tout simplement d'encourager les gens à voyager pour découvrir les magnifiques régions du Québec. Poursuivant le double objectif de distraire le lecteur tout en le renseignant sur les attraits touristiques et les particularités régionales, les BD rejoignent autant les touristes que les résidents des régions mises de l'avant.

«On fait de la BD réalité, poursuit Hugues Poirier. On essaie d'être proche du réel, de rapprocher la BD des gens en offrant un produit accessible. Au lieu de choisir un super héros comme personnage, on a opté pour un homme du peuple, pour que les gens se reconnaissent.»

Afin de bien connaître les régions sur lesquelles ils ont jeté leur dévolu, les auteurs ne se sont pas contentés de simples recherches. Ils ont séjourné à plusieurs reprises dans les régions et ont multiplié les rencontres avec les gens du coin. Ils se sont attardés à tous les petits détails, puisque leurs BD contiennent bon nombre d'expressions régionales et même des recettes typiquement locales. «Le point commun de toutes les régions visitées, c'est la fierté de ses habitants», souligne Jean-François Gaudet.

«Quand le monde pense qu'on vient de la région, poursuit-il, c'est qu'on a fait un bon travail. Le plus beau compliment qu'on peut recevoir est : «Hein, vous ne venez pas d'ici?»

N'ayant reçu aucune subvention, mises à part deux bourses de démarrage d'entreprise, le duo a dû innover pour réussir à se lancer dans l'aventure de la publication. Chaque numéro est appuyé financièrement par des commanditaires locaux dont le logo apparaît en bas de page. Ces publicités apparaissent comme des compléments d'information utiles pour les touristes, aux dires des bédéistes, qui ne se laissent en aucune mesure influencer dans leur contenu rédactionnel. En plus de servir à payer l'impression des numéros, ces publicités servent au positionnement de l'entreprise, car bon nombre de commanditaires deviennent aussi des points de vente.

## **Courtisés**

Les concepteurs reçoivent beaucoup de propositions au sujet des régions qui pourraient être mises à l'honneur pour leur prochain numéro. Ils hésitent pour l'instant à se lancer dans la création d'un numéro hors série sur l'Acadie ou poursuivre leur lancée en choisissant une région telle la Gaspésie ou les Laurentides, qui récoltent beaucoup de demandes de la part des lecteurs assidus.

Parmi les projets dans le collimateur, les créateurs du Tour du Québec en BD souhaiteraient traduire leurs albums, voir leurs personnages prendre vie dans des dessins animés télévisés et trouver un distributeur pour la France. Le duo envisage également la conception d'une BD sur une région française. Leur candidature est actuellement à l'étude pour une éventuelle participation à la foire d'Angoulême, capitale de la BD, où le Québec sera à l'honneur en avril 2008.

Prix : 20\$ Pour la liste des points de vente: [www.leventquivente.com](http://www.leventquivente.com)  
Jetez un œil sur le tour du monde de Néciphore, dans la section Bric-à-Brac, qui comprend des photos du personnage devant le Taj Mahal en Inde et au sommet du Kilimandjaro.